



2026 年 中国商场餐饮行业研 究报告

主编：雷静兰

编辑：柯文慧

商业合作：collaboration@shuoyuanconsulting.com

1 中国商场餐饮行业概述

1.1 行业定义与范围

1.1.1 商场餐饮行业的界定

中国商场餐饮行业，主要指在购物中心、商业广场以及大型综合体内，针对消费者提供各类餐饮服务的整体行业体系。随着城市化进程的加快和居民消费水平的不断提升，商场餐饮行业呈现出多元化和精细化的发展趋势，其业务范围涵盖了从快餐、休闲餐饮、特色餐饮到高端餐饮等多种业态，满足了不同消费群体的多样化需求。

具体来说，快餐业态以其便捷、经济、效率高的特点，成为商场内流动性较大、节奏较快消费者的首选；休闲餐饮则注重环境氛围和社交体验，适合家庭聚会和朋友聚餐；特色餐饮则通过地域风味、创新菜品以及文化元素吸引顾客，增强餐饮的差异化竞争力；而高端餐饮则侧重于菜品品质、服务水准以及独特的用餐体验，满足高端消费者的需求。

餐饮环境设计方面，注重空间布局、装修风格与品牌形象的统一，力求为顾客营造舒适、时尚的用餐氛围；服务体验方面，则通过提升服务质量、引入智能化点餐系统和数字化管理手段，增强顾客满意度和回头率；食品安全管理是行业的重中之重，商场餐饮企业需严格遵守国家相关法规，确保原材料采购、加工制作、储存运输各环节的安全与卫生，保障消费者的健康权益。

1.1.2 行业涵盖的主要业态

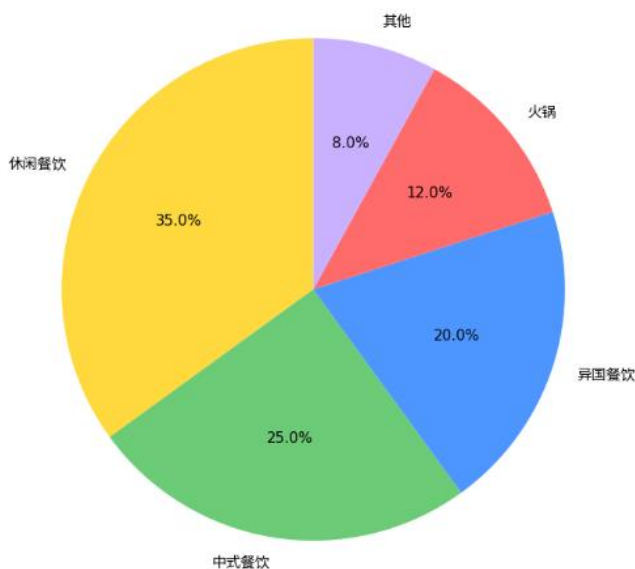
商场餐饮业态丰富多样，涵盖了从快餐连锁、咖啡厅、主题餐厅、特色小吃、甜品饮品店到高端餐厅等多个类别，形成了一个多层次、多元化的餐饮生态系统。快餐连锁以其高效便捷、价格亲民的特点，满足了现代消费者快节奏生活

中对快速用餐的需求，典型代表如麦当劳、肯德基、必胜客等品牌，深受年轻人和上班族的喜爱。

咖啡厅则不仅仅提供咖啡饮品，更成为社交、休闲和工作的场所，星巴克、瑞幸等品牌通过舒适的环境和多样的饮品吸引了大量忠实顾客。特色小吃则以地方风味和传统美食为主，丰富了商场的饮食选择，满足消费者对地道美味的渴望。甜品饮品店则以奶茶、冰淇淋、蛋糕等甜品为主，针对年轻女性和学生群体，成为商场内重要的消费热点。

近年来，随着科技的发展和消费习惯的变化，新兴的无人餐厅和自动化餐饮服务逐渐进入商场餐饮领域。无人餐厅通过智能点餐、机器人送餐、无人收银等技术手段，大大提高了运营效率，降低了人力成本，同时为消费者带来新奇的用餐体验。自动化餐饮设备如智能饮料机、自动炒菜机器人等也逐步普及，体现了科技对餐饮行业的深刻影响和推动作用。

图表：商场 B1/B2 层餐饮业态结构



资料来源：赢商大数据

1.1.3 相关配套服务与支持体系

商场餐饮行业的发展离不开一个完善且高效的配套服务体系，这不仅涉及到食材的采购和物流配送，还涵盖了餐饮设备的日常维护、员工的专业培训、信息技术的全面支持以及多渠道的营销推广等多个方面。

在餐饮设备维护方面，及时的设备检修和更新是保障餐厅正常运营的重要环节，包括厨房设备、餐桌椅以及环境调节设施等，确保顾客在用餐时的舒适体验。员工培训则不仅限于基本的服务礼仪和操作技能，还包括食品安全知识、应急处理能力以及顾客沟通技巧，从而提升整体服务水平和顾客满意度。信息技术支持成为现代餐饮行业的核心力量，通过引入智能点餐系统、库存管理软件、数据分析平台等，实现数字化运营，提高运营效率和精准营销能力。

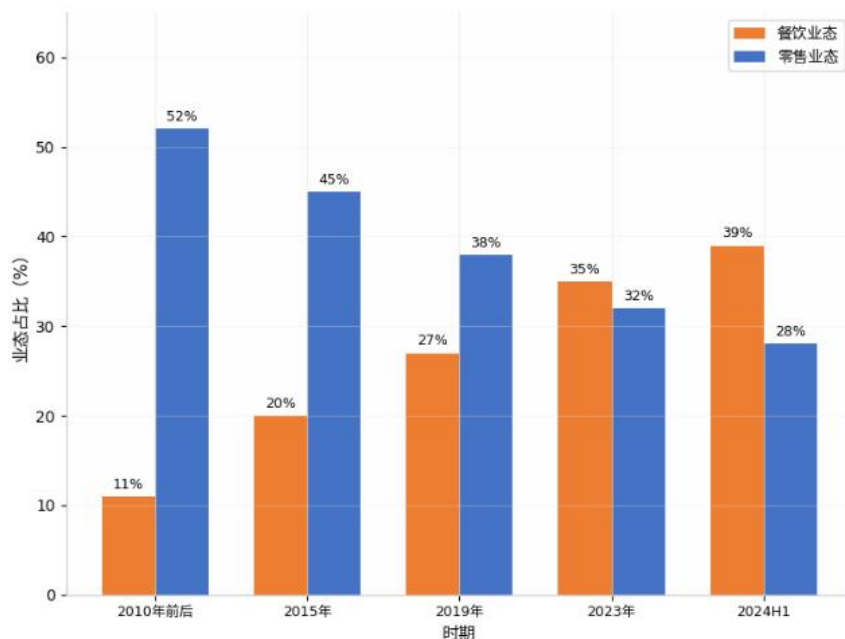
随着行业的发展，商场餐饮领域逐渐形成了以供应链管理、数字化运营和客户关系管理为核心的现代化服务支持体系。供应链管理通过整合采购、仓储、配送等环节，实现成本控制和效率提升；数字化运营利用大数据和智能系统，优化菜单设计、人员排班和顾客体验；客户关系管理则通过会员制度、精准营销和反馈机制，加强与顾客的互动，提升客户忠诚度。

1.2 行业发展历程

1.2.1 过去五年行业发展回顾

过去五年，中国商场餐饮行业经历了从高速扩张到品质提升的转变。随着国内消费升级和生活方式变化，消费者对餐饮品质和服务体验的要求不断提高。快餐连锁品牌不断扩展市场份额，主题餐厅和特色餐饮逐渐兴起，行业结构趋向多元化。疫情的冲击也推动了线上订餐和无接触服务模式的发展，行业数字化转型加快。此外，绿色环保理念的普及使得绿色餐饮、环保包装成为新的发展热点。

图表：购物中心餐饮 vs 零售业态占比变化



资料来源：毕马威

1.2.2 主要发展阶段划分

商场餐饮行业的发展大致可以分为三个阶段，每个阶段都有其独特的特征和发展重点，反映出市场环境的演变以及消费者需求的不断变化。首先，初期阶段主要以快速铺设和规模扩张为核心。在这一阶段，餐饮企业注重迅速占领市场，通过大量开设门店来提高覆盖率和市场份额。

许多品牌通过连锁经营模式，快速复制成功经验，打造起初步的市场影响力。同时，餐饮业态较为单一，主要以传统快餐和简餐为主，服务和产品创新较少，侧重于满足基础的饮食需求。进入中期阶段，随着市场逐渐成熟和竞争加剧，餐饮企业开始转向品牌建设和提升消费者体验。

此时，消费者对餐饮的需求不再局限于填饱肚子，更加注重用餐环境、服务质量以及产品的多样性和创新性。企业开始强调差异化竞争，通过丰富菜单品类、引入特色菜品、提升服务水平来吸引顾客。同时，品牌形象的塑造变得尤为重

要，许多餐饮企业投入大量资源进行品牌推广和营销活动，建立起消费者的品牌忠诚度。

绿色可持续发展理念也被广泛重视，餐饮企业开始推行环保措施，如减少一次性塑料使用、推广绿色包装、倡导节约食物等，以响应社会环保呼声，树立企业社会责任形象。除此之外，健康饮食和营养均衡成为消费者关注的重点，推动餐饮企业在产品研发上不断创新，满足消费者对健康、绿色食品的需求。

1.3 行业市场规模与结构

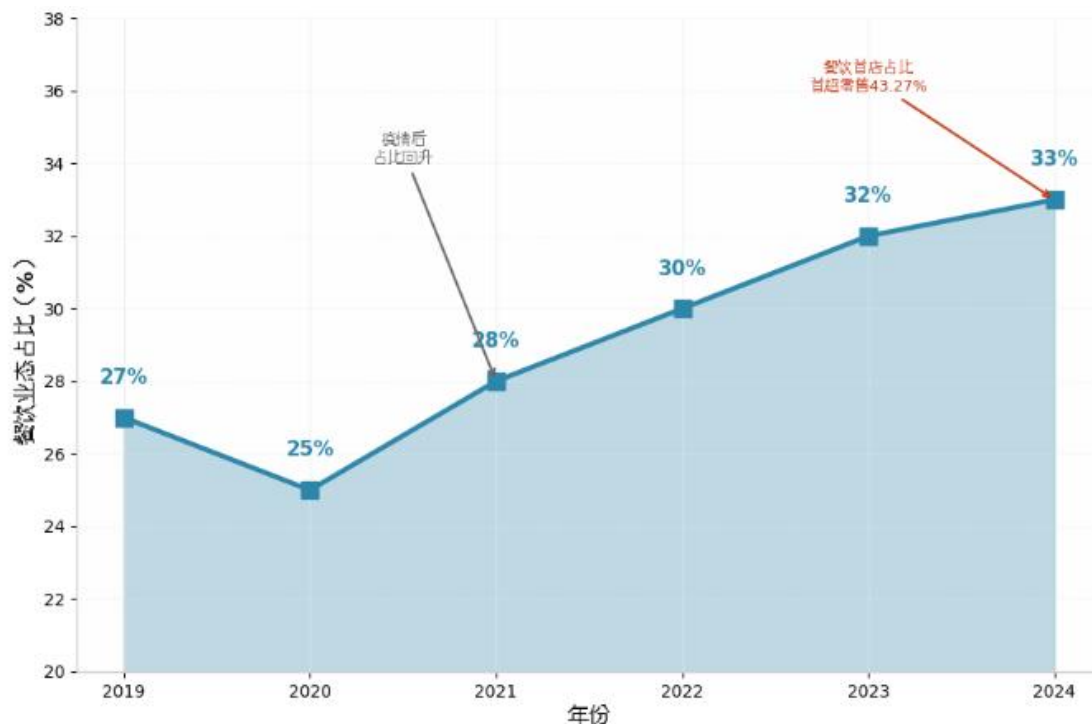
1.3.1 市场规模统计与增长趋势

截至 2025 年，中国商场餐饮行业市场规模已突破数千亿元人民币，呈现出强劲的增长势头。根据相关数据显示，过去几年该行业的年均增长率维持在 8% 至 12% 之间，显示出稳健且持续的扩张态势。随着国内经济的不断发展和居民收入水平的提升，消费者对餐饮品质和就餐环境的要求日益提高，推动了餐饮行业的快速升级和转型。

近年来，随着新建商场数量的不断增加，尤其是在一线和新一线城市，商场餐饮业迎来了更多的发展机遇。这些城市的消费市场规模庞大，消费结构不断优化，年轻消费群体对时尚、健康、高品质餐饮的需求显著增长，促使高端餐饮和特色餐饮快速发展。

此外，三四线城市的消费潜力正在逐步释放，成为行业增长的重要新动力。随着城镇化进程的推进和居民生活水平的改善，这些地区的消费者越来越关注饮食的多样化和品质化，推动了当地商场餐饮业的快速发展。许多品牌开始加大对三四线城市的布局，通过引入更多适合当地消费习惯的餐饮产品和服务，满足不断增长的市场需求。

图表：购物中心餐饮业态占比变化趋势



资料来源：仲量联行

1.3.2 市场细分与消费者结构

商场餐饮市场根据消费人群的年龄、收入水平以及消费习惯等多维度因素进行细致的市场细分，从而更精准地满足不同消费群体的需求。首先，从年龄层次来看，年轻消费者群体，通常指 18 岁至 35 岁之间的年轻人，是当前商场餐饮市场的主力军。这部分消费者生活节奏快，注重餐饮的快捷性和便利性，同时追求时尚潮流和个性化的饮食体验。

此外，年轻消费者普遍接受线上点餐、移动支付等新兴技术，促使餐饮企业不断创新服务模式，以提升用户体验。中年消费者通常年龄在 36 岁至 55 岁之间，这一群体更加注重饮食品质和健康养生。餐饮企业针对这一群体，会在菜单设计上加强营养搭配，同时注重食物的口感和品质保障，以满足他们对健康生活方式的追求。

老年消费者群体则更关注餐饮的口味和营养价值。由于身体机能的变化，这部分人群对餐饮的消化吸收、低盐低脂要求较高，同时偏好传统风味和熟悉的口感。餐厅在为老年群体设计菜品时，通常会强调易消化、营养丰富且口味适中的特点，提供如清淡汤羹、蒸煮类菜肴以及富含维生素和矿物质的健康食品，帮助他们保持身体健康。

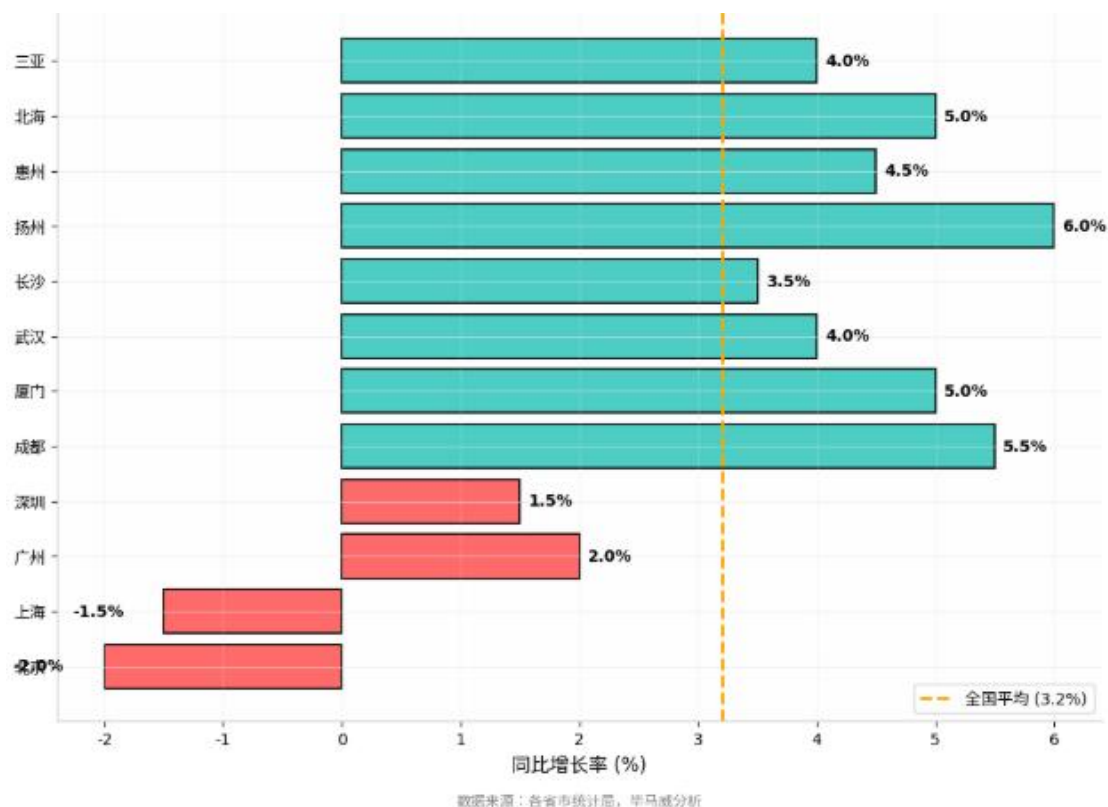
除了年龄因素，收入水平也是影响商场餐饮消费的重要维度。高收入和中高收入群体通常具有较强的消费能力，更愿意为高品质的餐饮体验和知名品牌支付溢价。这类消费者追求的是不仅仅是食物本身，更看重用餐环境、服务质量以及品牌文化的整体体验。因此，针对这一群体，餐饮企业往往打造高端品牌形象，提供定制化服务，营造舒适且有品位的用餐氛围。

相对而言，低收入群体则更加注重性价比，倾向于选择价格实惠、份量充足且口味符合大众需求的餐饮产品。针对这部分消费者，商场内的快餐连锁、简餐和经济型餐饮品牌通常更受欢迎。通过对消费人群的年龄、收入和消费习惯进行多维度细分，商场餐饮企业能够更加精准地把握不同细分市场的需求，从而在产品开发、菜单设计、品牌定位以及营销推广等方面制定更具针对性的策略。

1.3.3 区域分布与重点城市分析

一线城市如北京、上海、广州、深圳依然是商场餐饮行业的核心市场，拥有成熟的消费市场和较高的消费能力。新一线城市如成都、杭州、武汉、南京等由于经济发展迅速，人口密集，商场餐饮市场潜力巨大。三四线城市随着城镇化推进和居民收入提升，商场餐饮需求快速增长，成为行业未来发展的重要战场。区域差异促使企业根据地理特征和消费习惯调整布局和产品策略。

图表：2025 年中国重点城市餐饮收入同比增长率



资料来源：毕马威

2 市场需求分析

2.1 消费者行为与偏好

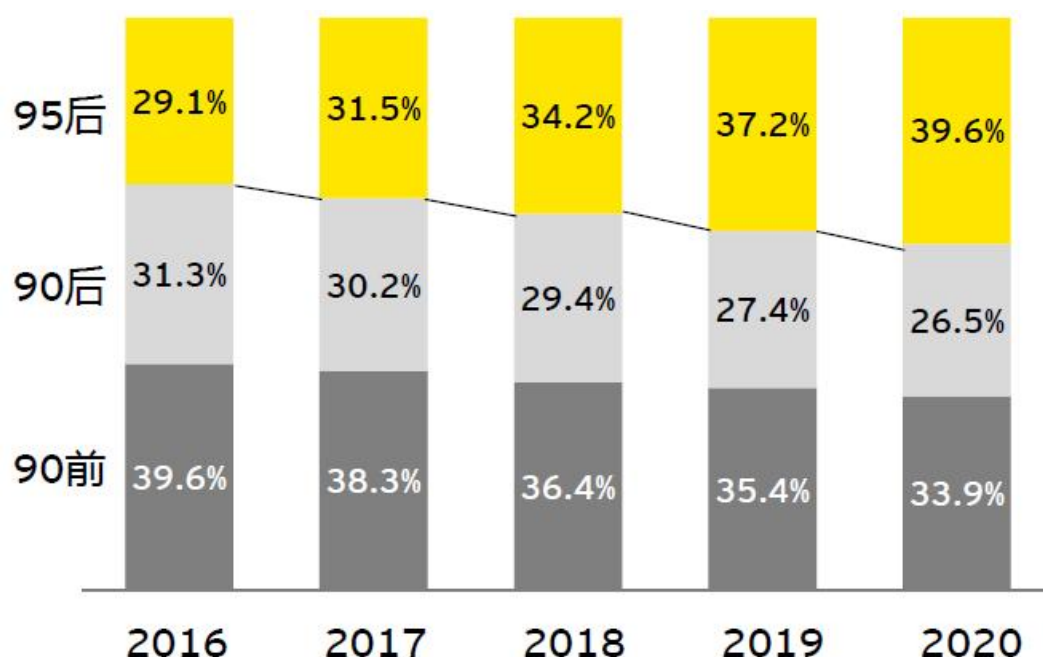
2.1.1 消费者年龄与收入分布

商场餐饮消费者的年龄主要集中在 18 至 45 岁之间，这一年龄段的人群正处于社会活动和消费的高峰期，具有较强的消费能力和多样化的需求。具体来说，大学生、白领以及年轻家庭是商场餐饮的主要消费群体。大学生群体由于课业压力相对较大，偏爱便捷、价格实惠且口味丰富的快餐和小吃；白领群体则更加注重餐饮的品质和用餐环境，倾向于选择品牌餐厅或者特色餐厅，追求优质的用餐体验。

年轻家庭在选择餐饮时，既关注食品的健康和营养，也注重家庭成员的口味需求，常常选择适合全家共享的餐厅。在收入分布方面，低收入群体普遍偏好价格亲民、快捷方便的快餐、小吃以及各类经济套餐，这类消费更注重性价比和实用性；而中高收入群体则更倾向于品牌餐厅、高端餐饮以及特色体验式消费，他们不仅追求食品的健康、营养和口感，更注重用餐环境的舒适度和服务品质，愿意为更好的用餐体验支付溢价。

此外，随着健康意识的提升，越来越多的中高收入消费者开始关注有机、绿色、低脂肪、低糖等健康饮食选项，这也推动了餐饮企业在产品研发和菜单设计上的创新。正是由于消费能力和消费需求的差异，促使商场餐饮企业不断细分市场，针对不同年龄层和收入阶层的消费者推出多样化的产品组合。

图表：中国餐饮消费年龄结构



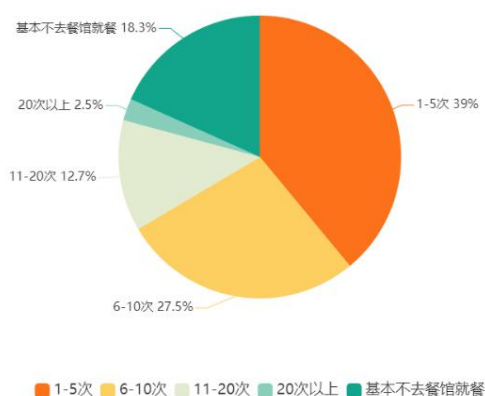
资料来源：安永分析

2.1.2 消费习惯及餐饮选择偏好

随着现代社会生活节奏的不断加快，快餐和便捷餐饮逐渐成为人们日常饮食的主流选择。尤其是在工作日的中午时段，许多上班族由于时间有限，更倾向于选择能够快速就餐且口味丰富的快餐或便捷餐饮。而在周末的休闲时光，消费者则更喜欢在轻松愉快的环境中享用美食，快餐和便捷餐饮依然占据重要地位，但同时也开始注重品质和体验的提升。

与此同时，消费者对餐饮的需求日趋多样化和个性化。他们不仅希望享受到传统美味，还渴望尝试各种新颖的口味和特色菜系。例如，异国风味、地方特色小吃、创意融合菜等都受到越来越多消费者的青睐。年轻一代尤其热衷于探索和分享独特的饮食体验，这也促使餐饮企业不断创新，推出更加丰富多样的菜单选择。

图表：2021 年中国消费者月均到餐馆进餐的频率



资料来源：艾媒数据

健康饮食理念逐渐深入人心，成为影响消费者选择的重要因素。绿色、有机、低脂、低糖、高纤维等健康餐品需求显著提升。许多消费者开始关注食材的来源和制作过程，偏好无添加、无防腐剂、天然食材的餐饮产品。同时，针对不同人群的特殊需求，如素食、无麸质饮食、低盐饮食等，也逐渐得到更多关注和满足，推动了健康餐饮市场的快速发展。

优质的服务、温馨的氛围、独特的装潢风格以及便捷的订餐和支付方式，都成为提升消费者满意度和忠诚度的重要因素。体验式消费逐渐成为餐饮行业的重要趋势，许多餐厅通过主题餐厅、互动式烹饪、现场表演等方式，增强顾客的参与感和趣味性，提升整体消费体验。

2.1.3 健康与体验驱动的消费趋势

健康饮食已然成为现代餐饮消费的重要驱动力，越来越多的消费者在选择餐饮产品时，优先考虑低油、低盐、无添加剂的健康食品。这种趋势不仅体现了消费者对自身健康的重视，也反映出他们对食品安全和营养价值的高度关注。许多消费者更加注重食材的来源，偏好采用有机、绿色、无公害的原材料，强调食材的新鲜度和天然属性。

此外，科学合理的营养搭配也成为他们选择餐品的重要标准，讲究蛋白质、碳水化合物、脂肪以及维生素和矿物质的均衡摄入，追求既美味又健康的饮食体验。与此同时，体验式消费的兴起极大地增强了消费者的参与感和满意度。越来越多的餐厅通过打造独特的主题餐厅，如怀旧风格、艺术空间、自然生态等，吸引不同兴趣爱好的顾客群体。

为了满足消费者多元化的需求，现代餐厅不仅仅局限于提供美味的餐品，更加注重用餐场景的精心营造和服务方式的不断创新。通过设计舒适且具有特色的用餐环境，结合智能化服务系统和个性化定制服务，提升顾客的整体用餐体验。餐饮企业正通过整合健康理念与体验创新，推动行业向更高品质、更人性化的方向发展，满足新时代消费者对“吃”的全方位期待。

2.2 消费场景与用餐频率

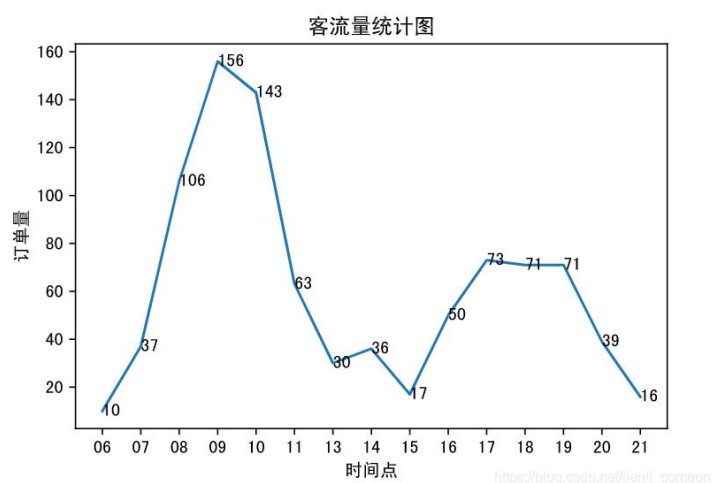
2.2.1 商场用餐高峰时段分析

商场餐饮的高峰时段主要集中在午餐时间段和晚餐时间段。这两个时间段是消费者用餐的主要集中时段，客流量较大，餐饮门店的座位和服务压力也随之增大。除了平日的午晚餐高峰外，周末以及各类节假日期间，由于休闲娱乐活动增多，家庭和朋友聚餐的需求显著增加，餐厅客流量相比平时有明显的提升，甚至出现排队等候的现象。

近年来，随着消费者生活节奏的变化和消费习惯的多样化，下午茶和夜宵市场逐渐兴起，成为商场餐饮的新兴增长点。下午茶时间通常集中在 14:30 至 17:00 之间，许多消费者选择在购物休息时段享用轻食和饮品，既满足了口腹之欲，也延长了餐饮消费的时间段。夜宵市场则主要集中在晚间 20:00 以后，尤其是在大型商圈和年轻人聚集区，夜宵成为社交和休闲的重要组成部分，进一步拓展了餐饮业的营业时间和服务内容。

在这些高峰时段，餐饮门店的管理和服务能力显得尤为关键。因此，商场餐饮企业必须不断优化运营策略，运用数据分析预测客流变化，提升员工培训质量，强化服务意识，确保在高峰期能够高效应对，满足消费者多样化的需求，从而在激烈的市场竞争中取得优势。

图表：客流量统计图



资料来源：CSDN

2.2.2 消费者用餐场景细分

消费者的用餐场景非常多样化，涵盖了工作午餐、家庭聚餐、朋友聚会、休闲下午茶以及各种节日庆典等多种情境。每一种用餐场景都具有其独特的需求和偏好，体现出消费者在不同时间、不同心境下的多样化选择。此外，家庭聚餐常常伴随着庆祝和特别时刻，餐厅还需注重服务细节，如提供儿童座椅、无障碍设施和适合家庭拍照的布置等。

相比之下，工作午餐的消费者更倾向于快捷、高效，同时注重营养均衡。许多上班族在有限的午休时间内用餐，希望能够快速点餐、快速上菜，以节省时间回归工作。因此，餐饮企业在这一场景下往往推出便捷的套餐，强调健康搭配和能量补充，满足忙碌职场人士对效率和健康的双重需求。朋友们聚在一起往往追求轻松愉快的环境，喜欢具有创意和独特风味的菜品，以及适合社交的空间布局，如包间、吧台或露天座位。

餐厅在此场景下注重打造个性化体验，如主题装饰、现场音乐或互动活动，增强聚会的趣味性和记忆点。此外，饮品种类丰富、多样的酒水选择也是朋友聚会中不可或缺的元素。休闲下午茶场景则侧重于轻松悠闲的氛围和精致的茶点。消费者希望在舒适安静的环境中放松身心，享受高品质的咖啡、茶饮及各类甜点、小吃。

针对以上多样化的用餐场景，餐饮企业通过细致的场景细分，制定差异化的营销策略和服务方案，提供更加个性化和定制化的服务内容。通过这些精准的场景化服务，餐饮企业不仅提升了顾客的满意度和用餐体验，也增强了客户的品牌粘性和忠诚度，实现了市场竞争力的持续提升。

2.2.3 用餐频率及消费能力分析

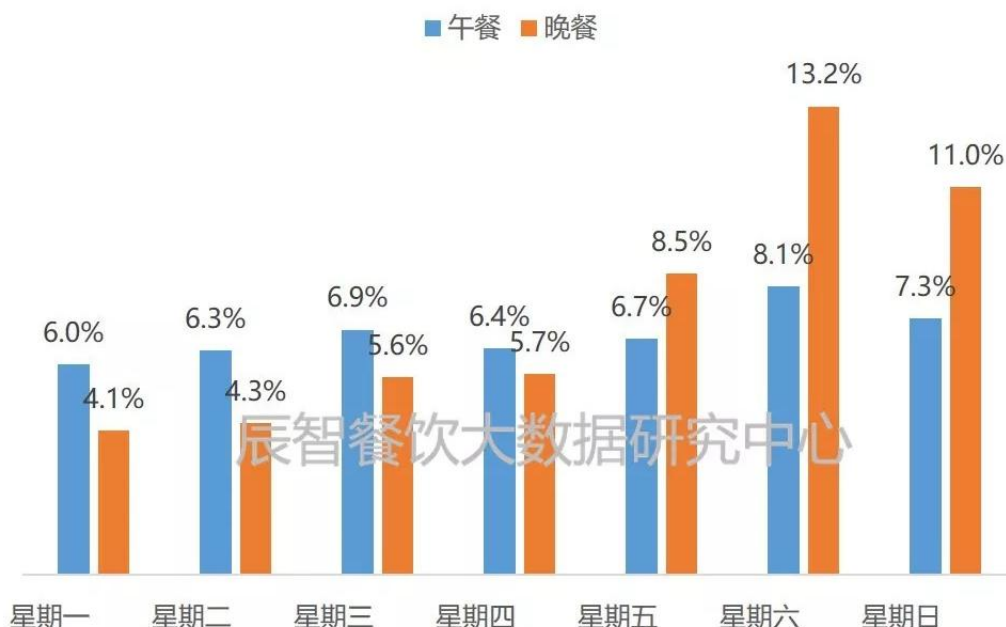
多数消费者每周在商场餐饮消费的次数通常在 2 到 4 次之间，这一频率反映出餐饮作为日常生活中重要的一部分，已经成为现代人社交和休闲的重要方式。

消费者的消费能力与其收入水平和生活方式有着密切的联系。随着整体生活水平的提高和消费者对饮食健康、口味多样化的需求不断增长，越来越多的人愿意为更好的餐饮体验支付额外的溢价。

这种趋势推动了高端餐饮市场和特色餐饮市场的快速发展，包括精品西餐、日式料理、法式大餐以及地方特色小吃等多样化餐饮形式逐渐兴盛。消费者不仅关注食物本身的品质，还更加注重餐厅的环境氛围、服务质量以及创新的菜品设计，这些因素共同提升了整体的用餐体验。

与此同时，价格敏感型消费者依然占据市场中的重要份额。这部分消费者在选择餐饮时更加关注性价比，倾向于选择价格合理、优惠力度大的餐厅。促销活动、折扣券、会员专享优惠以及限时抢购等营销手段，依旧是吸引这类消费者的重要工具。许多商场餐饮品牌通过灵活多样的促销策略，不断提升顾客的回头率和消费频次，形成了稳定的客户基础。

图表：食客每周就餐比例对比



资料来源：辰智餐饮大数据研究中心

2.3 新兴消费趋势

2.3.1 线上线下融合消费

线上订餐和线下用餐的融合已经成为餐饮行业发展的新常态，极大地改变了消费者的用餐习惯和餐饮企业的运营模式。消费者通过智能手机上的专属 APP 或第三方平台，可以方便快捷地完成预订、点餐、支付等一系列操作，享受无接触、无等待的便捷服务体验。这种线上服务不仅节省了时间，也提升了点餐的准确性和个性化程度，让消费者能够根据自己的口味偏好和健康需求选择适合的菜品。

与此同时，线下门店则继续发挥着不可替代的作用，提供沉浸式的体验式消费环境和即时的服务保障。顾客可以在舒适的就餐环境中享受美食，体验餐厅独有的氛围和服务，如现场烹饪表演、主题活动或互动体验等，增强了消费者的满意度和品牌忠诚度。此外，线下门店还承担着线上订单的配送和自提服务，形成了线上线下互补、相辅相成的运营体系。

线上线下的深度融合不仅满足了不同消费场景和多样化需求，也拓展了餐饮企业的服务边界和盈利模式。餐厅不仅依靠传统的堂食收入，还可以通过外卖配送、预订服务、线上直播带货、会员订阅等多渠道实现收入增长。同时，融合模式促进了餐饮行业的数字化转型和创新发展，推动行业向更加智能、高效和个性化的方向迈进，提升整体竞争力和可持续发展能力。

2.3.2 环保与绿色消费趋势

环保理念日益深入消费者的内心，成为现代社会不可忽视的重要价值观。在餐饮行业，绿色餐饮和可持续发展已然成为行业关注的核心焦点。越来越多的消费者在选择餐厅时，不仅关注菜品的口味和服务质量，更加注重餐厅在环保方面的表现。这种消费倾向反映了消费者对健康生活方式和环境保护的双重追求。

面对这一变化，商场和餐饮企业纷纷积极响应社会和市场的需求，主动推动绿色供应链的建设。从原材料采购到生产加工，再到包装和配送，各个环节都严格遵守环保标准，确保整个供应链的绿色低碳。此外，餐饮企业还大力推广使用环保餐具，如可降解餐盒、竹制餐具和可重复使用的餐具，减少一次性塑料制品的使用，有效降低环境污染。

通过这些举措，企业不仅能够塑造良好的品牌形象，赢得消费者的信任和支持，还能提升市场竞争力。绿色消费不仅仅是当前的市场趋势，更是企业履行社会责任的重要体现。企业通过践行绿色理念，不仅为环境保护贡献力量，也推动了整个行业的可持续发展，促进经济、社会与环境的和谐共生。

3 竞争格局分析

3.1 主要竞争者介绍

3.1.1 龙头企业市场份额分析

中国商场餐饮行业长期以来由少数龙头企业主导，这些企业凭借其强大的品牌影响力、庞大的连锁规模以及先进的运营管理优势，成功占据了市场中的较大份额。所谓的龙头企业，通常包括国内外知名的快餐连锁品牌、大型餐饮集团以及多家跨国餐饮巨头，这些企业不仅拥有雄厚的资金实力，还建立了广泛且高效的营销网络，确保其在激烈的市场竞争中处于领先地位。

龙头企业积极布局线上线下一体化运营，借助大数据分析精准了解消费者偏好，利用人工智能优化库存管理和供应链效率。此外，移动支付、线上订餐平台和社交媒体营销的广泛应用，使得企业能够更快响应市场变化，增强与顾客的互动和粘性。

为了拓展更广阔的市场空间，龙头企业不断加快向中国二三线及三四线城市的渗透和扩展。这些城市消费能力和消费需求逐渐提升，成为新的增长点。企业

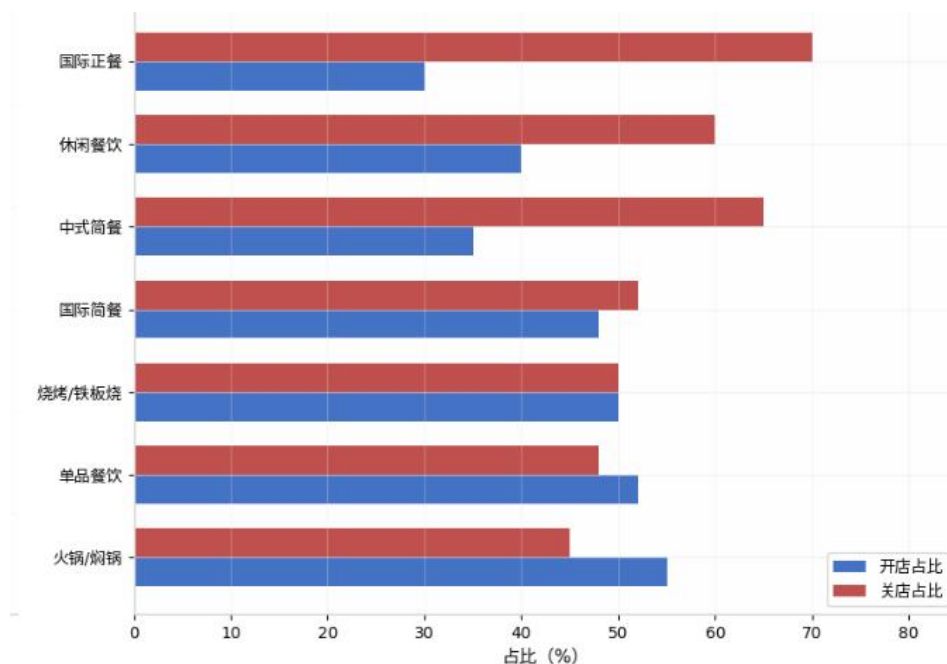
通过调整产品结构、灵活定价策略以及本地化运营，成功打开这些市场。同时，部分龙头企业还积极探索社区餐饮、外卖配送及新零售模式，进一步丰富业务形态和服务渠道，提升整体市场竞争力。

3.1.2 新兴品牌与创业企业

随着市场细分的不断加深和消费者需求的日益多样化，中小型新兴品牌和创业企业在餐饮行业中迅速崛起，展现出强劲的发展势头。相比传统大型餐饮连锁，这些新兴企业更加注重特色餐饮、主题餐厅、健康餐饮以及创新服务等细分领域，力求通过独特的产品和服务吸引特定消费群体。

这些企业通常通过精准的市场定位，深入分析目标客户的喜好和消费习惯，制定灵活多变的运营策略，快速响应市场变化，从而有效抢占细分市场的份额。与此同时，新兴品牌高度重视个性化和差异化的品牌形象塑造，强调品牌故事和文化内涵，以增强顾客的品牌认同感和忠诚度。

图表：2017 年购物中心餐饮细分业态开店品牌占比



资料来源：上海购物中心协会

在数字化时代的推动下，数字营销和社交媒体成为新兴品牌获取用户和扩大影响力的关键工具。通过微信、微博、抖音、小红书等平台，这些企业能够精准触达目标用户，利用内容营销、KOL 推广和线上互动活动快速积累忠实粉丝群体，实现用户的快速转化和口碑传播。此外，许多新兴品牌还积极探索线上线下融合的全渠道营销模式，提升用户体验和服务效率。

3.2 竞争策略与模式

3.2.1 品牌定位与差异化策略

商场中的餐饮企业通过精准的品牌定位，实现了差异化竞争，从而在激烈的市场环境中脱颖而出。具体来说，高端餐厅通常注重食品的品质和服务的细节，力求为顾客提供一种奢华、舒适且尊贵的用餐体验。这类餐厅往往采用精选的食材，聘请专业的厨师团队，同时注重环境的高雅设计与服务人员的专业培训，以满足高端消费者对品质和品味的追求。

相比之下，主题餐厅则更加强调文化体验和氛围营造。它们通过独特的装修风格、特色菜单和互动娱乐活动，带给顾客不仅仅是用餐，更是一场文化盛宴。快餐连锁企业则侧重于速度和性价比，满足快节奏生活中消费者对快捷、高效和实惠的需求。这类餐厅通过标准化的产品制作流程、优化的供应链管理和便捷的点餐服务，从而吸引大量追求便利的顾客群体。

为了实现差异化竞争，餐饮企业采取了多种策略。产品创新是关键，包括不断研发新菜品、引入新口味和健康元素，以满足消费者多样化的口味需求。服务升级方面，餐厅注重提升顾客体验，如引入智能点餐系统、提供个性化服务和会员专享权益。环境设计上，则通过独特的空间布局、灯光音效和装饰风格，营造出与品牌定位相契合的氛围。

此外，品牌塑造不仅仅依赖于产品的质量和服务水平，更加重视与消费者之间的情感连接和品牌故事的传递。一个有温度、有内涵的品牌故事能够增强消费

者的认同感和忠诚度，使其不仅成为产品的购买者，更成为品牌的传播者和忠实粉丝。

3.2.2 价格策略与促销手段

价格策略灵活多样，涵盖高端定价、价值定价及促销优惠等多种模式。企业根据不同的市场定位和消费者需求，制定差异化的价格方案。此外，企业通过丰富的促销手段来刺激消费，提升整体销售表现。常见的做法包括套餐组合销售，将多款产品或服务打包销售，不仅满足消费者多样化需求，也有效提升客单价。

联名活动则通过与其他品牌或知名 IP 合作，打造独特产品，吸引更多潜在客户关注和购买。虽然价格竞争依然激烈，但企业更加注重价值传递和消费者体验，避免单纯依靠价格战带来的利润压缩和品牌形象受损。通过提升产品附加值、优化服务流程和增强用户互动，企业实现了价格与价值的良性平衡，建立了长期稳定的客户关系。

此外，随着数字化技术的发展，促销手段也日益数字化和智能化。企业利用大数据分析消费者行为和偏好，实现精准的广告投放和个性化推荐，提升营销效率和转化率。通过线上线下多渠道联动，构建全方位的营销生态，进一步推动销售增长和品牌影响力的提升。

4 供应链与运营管理

4.1 食材采购与供应链管理

高效的供应链管理是商场餐饮企业提升市场竞争力的核心要素之一。随着消费者对食品安全和品质要求的不断提高，餐饮企业必须通过构建科学合理、稳定可靠的供应商体系，确保食材的优质和供应的持续稳定。

在采购环节，企业注重绿色环保理念的贯彻，积极选择有机、无公害的食材来源，减少对环境的负面影响。成本控制也是采购环节的重要考量，企业通过科学的需求预测和集中采购策略，最大限度地降低采购成本，提升资金使用效率。现代供应链管理还大量引入先进的信息技术手段，实现供应链的数字化和智能化。

这些技术手段不仅有效降低了企业的运营风险和运营成本，还增强了供应链的透明度和可控性。此外，供应链的可追溯性成为提升消费者信任的重要保障。通过建立完善的溯源体系，消费者可以清晰地了解到食材的来源、生产加工环节和运输过程，有效防范食品安全事故，增强消费者对品牌的信任感和忠诚度。

4.2 门店运营与管理

门店运营是一个系统而复杂的管理过程，涵盖了人员管理、服务流程、环境维护以及成本控制等多个方面。首先，人员管理是门店运营的核心环节之一。科学合理的排班管理不仅能够确保各个岗位人员配置充足，避免人手不足或浪费人力资源，还能够根据业务高峰期和淡季灵活调整，提升整体运营效率。

在服务流程方面，门店需要制定标准化的操作流程，包括接待、点餐、上菜、结账等环节，确保每一位顾客都能享受到高效且愉快的服务体验。此外，通过引入智能化设备和信息系统，可以实现订单管理自动化，减少人为失误，提高服务速度和准确性。

同时，定期的卫生检查和设施维护确保门店环境符合安全和卫生标准，保障顾客和员工的健康安全。成本控制是实现门店盈利的关键。成本管理不仅包括对食材的合理采购和损耗控制，减少浪费，还涵盖能源的节约利用。最后，随着大数据和信息技术的发展，数据驱动的分析成为现代门店管理的重要工具。这不仅提升了门店的运营效率，也增强了市场竞争力。

4.3 技术应用与数字化转型

数字化转型已经深入渗透到企业的各个核心环节，贯穿采购、运营、营销以及客户服务的全过程，全面推动企业向智能化、信息化方向迈进。在采购环节，数字化技术实现了供应商管理的透明化和自动化，通过电子采购平台和智能合同管理系统，大幅提升采购效率，降低成本，缩短采购周期。

在运营过程中，智能点餐系统的应用使得餐饮行业能够实现订单自动识别和快速处理，减少人为错误，提高出餐速度；移动支付的普及则极大地便利了消费者结账流程，提升支付体验和资金流转效率；自助服务终端的引入不仅缓解了人工服务压力，还满足了消费者多样化、自助化的需求。

在营销层面，数字化手段使企业能够实现精准营销，通过大数据分析锁定目标客户群体，制定个性化的推广策略，提高营销效果和投资回报率。基于用户画像的推荐系统不仅增强了客户体验，还促进了销售转化率的提升。

5 政策环境与法规分析

5.1 国家及地方相关政策

5.1.1 餐饮行业支持政策汇总

国家及地方政府近年来陆续出台了多项扶持政策，旨在推动餐饮行业的转型升级和高质量发展。例如，针对餐饮业数字化转型，政府设立了专项补贴资金，鼓励企业引入智能点餐系统、线上支付平台、大数据分析以及供应链管理等先进技术，提升运营效率和顾客体验。

此外，针对创业创新，政府设立了专项资金支持初创餐饮企业 and 创新项目，包括创业贷款优惠、税收减免、技术研发补助等，帮助创业者降低成本、增强竞争力。通过这些政策措施的引导和支持，餐饮企业不断提升技术水平和服务能力，推动产业链上下游企业加强协同合作，实现资源共享与优势互补，促进整个行业结构优化和效益提升。

图表：中国各省份政策汇总及解读

地区	发布时间	政策名称	重点内容
上海	2022.10	《上海市餐饮外卖食品安全封签使用管理办法》	鼓励餐饮服务提供者在餐饮外卖食品配送过程中使用、推广食安封签。鼓励餐饮连锁企业总部、网络餐饮服务第三方平台提供者、商业物业管理方、各相关食品行业协会、社会组织推广使用食安封签。鼓励社会各方采用“互联网（物联网）+封签”等技术支撑，对食安封签进行技术创新，实现统一管理、全程追溯、实时监控，提高食安封签使用效能。
上海	2021.4	《关于印发2021年上海市食品安全标准、风险监测评估和食品营养工作要点的通知》	根据国家《食品安全标准管理办法》等有关工作程序，配套修订本市食品安全地方标准管理制度，完善上海市食品安全地方标准审评委员会工作机制，与上海市食品安全风险评估专家委员会协作衔接，科学做好2021年上海市食品安全地方标准制定、修订和清理工作。
江苏	2021.11	《江苏省“十四五”食品安全规划》	提出了未来5年江苏省食品安全工作的指导思想、基本原则、发展目标，从食品安全监管、食品安全抽检、食品追溯3个方面设定了4个约束性指标和7个预期性指标，其中全省食品安全抽检合格率达98.5%以上，食用农产品和食品抽检量每千人7批次以上。
江苏	2021.12	《江苏省“十四五”消费促进规划》	加快培育绿色餐饮主体，促进绿色餐饮发展，坚决制止餐饮浪费行为。
江苏	2021.2	《江苏省国民经济和社会发展的第十四个五年规划和二〇三五年远景目标纲要》	坚持前瞻设计，在生态环保、公共卫生、安全生产、食品药品等领域完善监管体制，健全风险预警防范处置机制。遵循“四个最严”要求，健全食品药品全链条质量安全保障体系。
吉林	2021.8	《吉林省食品安全“十四五”规划》	明确严格落实“四个最严”任务15项；落实生产经营者主体责任、推动食品产业高质量发展、提高食品安全风险管理能力、推动食品安全社会共治等任务17项；开展食品安全放心工程建设攻坚行动10项。

资料来源：前瞻产业研究院

5.1.2 食品安全监管政策

食品安全是餐饮行业的生命线，关系到广大消费者的健康与生命安全，因此受到社会各界的高度关注。为了保障食品安全，国家制定了一系列严格的食品安全法律法规和监管标准，如《食品安全法》、《农产品质量安全法》等，明确了食品生产、加工、流通各个环节的安全要求和责任主体，确保食品从源头到餐桌的全过程可控。

此外，企业还应定期开展员工食品安全培训，提高全员的安全意识和操作技能，实施食品安全风险评估和隐患排查，确保各项安全措施落实到位。监管机构在食品安全保障中发挥着关键作用。通过加强执法力度，开展食品安全专项检查和抽检，严厉打击违法违规行为，推动行业标准化和规范化进程。

各级监管机构还加强与企业和社会组织的合作，共同构建食品安全风险防控体系，形成多方联动、齐抓共管的良好局面。通过国家法律法规的严格约束、企业管理体系的科学建设和监管部门的有效监督，餐饮行业的食品安全水平不断提升。这不仅有效保障了广大消费者的身体健康和生命安全，也提升了消费者对餐饮行业的信心，促进了餐饮业的健康持续发展。

5.2 行业标准与规范

5.2.1 食品安全标准体系

该标准体系涵盖了食品原料的选择与采购、加工工艺的规范操作、卫生条件的严格管理以及检测标准的全面制定。首先，在食品原料方面，标准明确规定了原料的来源、品质要求及储存条件，确保每一环节都符合安全标准，防止有害物质的混入。其次，加工工艺方面，标准细化了生产流程中的每一个步骤，包括温度控制、时间管理和设备清洁，确保食品在加工过程中保持最佳品质和安全性。

检测标准则制定了科学合理的检测方法和频率，涵盖微生物指标、化学残留以及物理性质等多个方面，确保食品质量得到全面监控。随着标准体系的不断完善和更新，推动餐饮企业积极实施科学管理和质量控制措施，提升企业内部管理水平和食品安全意识。通过权威的认证和严格的监督检查，进一步保障食品安全和质量，增强消费者的信任感和满意度，促进整个餐饮行业的健康发展和整体水平的不断提升。

5.2.2 劳动用工法规

劳动用工法规是指国家为了规范企业用工行为、维护劳动者合法权益而制定的一系列法律、法规和规章制度。这些法规内容涵盖了劳动合同的签订与履行、最低工资标准的规定、工作时间和休息休假制度、职业健康与安全保障、社会保险和福利待遇等多个方面，旨在实现劳动关系的公平、公正与和谐。首先，最低工资标准是保障劳动者基本生活水平的重要措施。

各地根据经济发展水平和物价情况，制定相应的最低工资标准，要求企业支付不低于该标准的工资，防止恶意压低工资现象，保障员工的基本生活权益。其次，关于工作时间的规定，法律明确了每日和每周的最长工作时间，通常实行每日不超过 8 小时、每周不超过 44 小时的标准，并规定加班应支付相应的加班工资。

职业健康安全方面，法规要求企业为员工提供安全卫生的工作环境，落实职业病防治措施，配备必要的安全防护设施和培训，防止和减少工伤事故的发生。企业还应建立健全的应急预案，及时处理突发安全事件，保障员工的生命安全和身体健康。此外，企业在用工过程中必须依法签订劳动合同，明确双方的权利义务，防止用工纠纷。

5.3 政策风险与应对措施

5.3.1 政策变动风险分析

餐饮行业目前正面临多方面的政策调整风险，这些风险主要体现在税收政策的变化、环保要求的不断升级以及食品安全监管力度的加强等方面。首先，税收政策的调整可能包括增值税率的上调、营业税改征增值税的细则变化，甚至地方政府针对餐饮行业推出的新税收优惠政策取消或调整，这些都可能直接增加企业的税负，导致运营成本上升。

其次，随着环保意识的增强，政府对餐饮企业的环保要求也日益严格。例如，餐饮企业需加大对废弃油脂、餐厨垃圾的处理力度，使用环保材料和节能设备，

否则将面临罚款或停业整改，这无疑增加了企业的环保投入和管理难度。最后，食品安全监管的加强成为行业发展的重中之重。

国家和地方相关部门不断完善食品安全法律法规，强化食品原材料采购、加工制作、储存运输等环节的监管，餐饮企业必须投入更多资源进行员工培训、设备升级和质量监控，以确保食品安全合规，避免因食品安全问题引发的法律责任和品牌信誉损失。

5.3.2 合规经营策略

企业应高度重视政策环境的变化，积极加强政策研究和风险评估工作。首先，应设立专门的政策研究团队，密切关注国家及地方政府发布的最新法律法规、行业政策和市场动态，及时收集和分析相关信息，准确判断政策趋势及其对企业发展的潜在影响。

其次，企业需要建立健全的合规管理体系。该体系不仅包括完善的制度建设和流程规范，还应涵盖合规监控、风险预警及内部审计等环节，形成闭环管理机制。通过明确职责分工和流程标准，推动合规理念深入企业各个层级，确保政策法规的贯彻执行不留死角。此外，加强内部控制和员工培训同样至关重要。

通过模拟演练、案例分析等多样化培训方式，提升员工识别和处理合规风险的实际操作水平，形成人人参与、人人负责的合规文化。最终，通过上述措施，企业能够有效降低因政策变动带来的不确定性和风险，保障企业运营的合法合规性和持续健康发展。只有积极适应政策变化，构建完善的合规管理体系，企业才能在激烈的市场竞争中立于不败之地，实现长期稳健发展。

6 未来发展趋势与机遇

6.1 新兴业态与创新模式

6.1.1 主题餐厅与体验式消费

主题餐厅通过营造独特且富有特色的文化氛围，结合精心设计的装修风格、背景音乐、服装和餐具等元素，成功吸引了大量消费者的关注和青睐。这种沉浸式的环境不仅让顾客感受到与众不同的用餐体验，还能够激发他们的情感共鸣，增强用户的品牌认同感和忠诚度，从而有效提升用户粘性。

随着消费升级和年轻一代消费观念的变化，体验式消费逐渐成为市场的主流趋势。在这种消费模式中，消费者不仅仅满足于单纯的产品或服务获取，而更注重参与感和个性化定制。体验式消费强调顾客主动参与互动，通过丰富多样的体验环节，使消费者能够深度融入品牌故事和文化背景，获得独特的精神满足感和社交分享价值。

未来，随着科技的不断进步，尤其是增强现实（AR）、虚拟现实（VR）等前沿技术的广泛应用，体验式餐饮行业将迎来更加创新和多样化的发展。通过 AR 技术，餐厅可以为顾客打造虚拟场景与现实环境的无缝融合，使顾客在用餐过程中仿佛置身于异国风情或历史场景中；而 VR 技术则能够提供更加沉浸式的视觉和感官体验，带来全方位的互动乐趣。

6.1.2 无人餐厅与自动化服务

无人餐厅通过引入先进的机器人技术、人工智能算法以及各种自动化设备，实现了从点餐、备餐到配送的全流程无接触操作。这种无接触式的服务模式不仅极大地提升了顾客的用餐体验，避免了传统餐厅中排队等待和人与人之间的直接接触，还有效减少了人为操作中的错误，提高了运营效率和食品安全水平。

配送环节则由智能机器人或无人车负责，将餐食准确无误地送到顾客手中，进一步减少了人力投入和接触风险。此外，无人餐厅的自动化服务大幅降低了人力成本，减少了对传统服务员的依赖，尤其在疫情防控常态化的背景下，这种模式满足了社会对餐饮行业安全卫生的更高要求。

无人餐厅不仅推动了餐饮行业的技术升级，也促进了服务模式的创新，成为未来智慧餐饮发展的重要方向。随着相关技术的不断进步和成本的降低，预计无人餐厅将在更多城市和场景得到推广应用，带动整个餐饮行业进入智能化、数字化的新阶段。

6.2 技术驱动的行业升级

6.2.1 供应链数字化与智能化

供应链数字化实现了全流程的可视化管理，使企业能够实时监控从采购、生产、物流到库存的各个环节，全面掌握供应链的动态变化。通过引入先进的信息技术和物联网设备，企业可以自动采集和传输数据，打破信息孤岛，提高信息透明度和数据准确性。

在智能化方面，利用人工智能和机器学习算法对采购、物流和库存管理进行优化。此外，借助大数据分析技术，企业能够精准预测市场需求和供应趋势，提前做好生产和采购准备，优化资源配置。

通过对供应链各环节数据的深入挖掘和分析，企业能够识别潜在风险，制定应急预案，增强供应链的韧性和抗风险能力。这不仅降低了运营成本，还提升了整体供应链的响应速度和服务质量，为企业创造了更大的竞争优势。

6.2.2 移动互联网与社交电商结合

移动互联网的快速发展极大地推动了线上与线下的深度融合，打破了传统商业模式的界限，实现了无缝衔接的消费体验。消费者不仅可以在线上平台浏览和购买商品，还能通过线上预约、线下体验、即时配送等多种方式，享受到更加便捷和个性化的服务。这种融合模式不仅提升了购物效率，还增强了用户的参与感和满意度。

与此同时，社交电商作为一种新兴的电商形态，凭借其依托社交网络的传播优势，实现了精准营销和用户裂变的双重效果。通过分析用户的兴趣爱好、消费行为和社交关系，商家能够推送更具针对性的产品和优惠信息，大幅提升转化率。同时，用户在社交平台上的分享、评价和推荐，形成了口碑传播的闭环，实现用户规模的指数级增长。

在内容营销方面，企业通过制作丰富多样的优质内容，如图文并茂的产品介绍、专业的使用教程、趣味性强的短视频以及真实的用户体验分享，吸引并留住目标受众。这些内容不仅提升了品牌形象，还激发了用户的购买欲望和信任感。结合社区互动，建立起品牌与消费者之间的双向沟通渠道，消费者可以在社区中提出问题、分享心得、参与话题讨论，增强了用户的参与度和归属感。

6.3 市场扩展与国际化战略

6.3.1 三四线城市市场潜力

随着我国城镇化进程的不断加快以及居民收入水平的稳步提升，三四线城市的消费结构和消费能力也发生了显著变化，推动了当地商场餐饮市场需求的快速增长。越来越多的消费者开始追求更高品质、更丰富多样的餐饮体验，这不仅体现在餐饮品类的多样化上，也反映在服务质量和用餐环境的提升方面。

面对这一市场机遇，众多餐饮企业纷纷加大资金和资源投入，积极布局三四线城市的餐饮市场。他们不仅引进先进的管理理念和运营模式，还注重深入调研当地消费者的饮食习惯、口味偏好以及文化特色，力求推出更加符合本地需求的产品和服务。

此外，企业还注重数字化转型和线上线下融合，利用互联网平台提升服务效率和用户体验，满足年轻消费者对便捷、高效服务的需求。同时，通过举办美食节、文化活动等多样化营销手段，进一步激发消费者的消费热情，提升品牌影响力。

6.3.2 出口与海外市场布局

中国的商场餐饮品牌近年来积极响应国家“一带一路”倡议，抓住这一重要政策机遇，积极拓展海外市场，力求将中国丰富多样的美食文化推向世界舞台。许多知名餐饮企业不仅在国内市场稳步发展，更加注重海外布局，通过开设海外门店，向全球消费者展示地道的中国特色美食。

在拓展海外市场的过程中，这些品牌注重采用本土化策略，深入研究目标市场的饮食习惯、文化偏好和消费心理，灵活调整菜单和服务方式。此外，品牌还注重跨文化管理，组建多元化的管理团队，培养具备国际视野和跨文化沟通能力的人才，确保企业在不同文化背景下的运营顺利进行。

通过这些举措，中国商场餐饮品牌不仅提升了自身的国际竞争力，也促进了中华饮食文化的传播与交流，增强了中国文化的软实力。同时，随着海外门店的增多，这些品牌还积极参与当地社区活动，推动文化融合与经济合作，实现了商业价值与社会价值的双赢。未来，随着全球化进程的不断深入，中国餐饮品牌有望在国际市场上占据更加重要的地位，成为连接中国与世界的重要桥梁。

6.3.3 跨国品牌合作与并购

跨国合作和并购作为现代企业实现快速扩展市场和提升品牌影响力的重要战略手段，发挥着越来越关键的作用。通过跨国合作，企业能够借助合作伙伴在不同国家和地区的资源优势，迅速进入新的市场，降低市场进入风险。同时，跨国并购不仅可以帮助企业获得先进的技术和管理经验，还能实现资源的有效整合，增强企业的核心竞争力。

具体来说，跨国合作和并购能够促进企业之间的优势互补。此外，整合双方的人才资源和管理体系，有助于提升企业的运营效率和服务质量，推动服务升级。在全球化背景下，企业通过跨国合作和并购，不仅能够提升自身的国际竞争力，还能更好地适应全球市场的变化，抓住新的发展机遇。

法律声明

本报告为硕远咨询制作，其版权归属硕远咨询，任何机构和个人禁止以任何形式转载，任何机构和个人引用本报告时需注明来源为硕远咨询，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节和修改。任何未注明出处的引用、转载和其他相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。对任何有悖原意的曲解、恶意解读、删节和修改等行为所造成的一切后果，本公司及作者不承担任何法律责任，并保留追究相关责任的权力。

本报告基于已公开的信息编制，但本公司对该信息的真实性、准确性及完整性不作任何保证。本报告所载的意见、评估及预测仅为本报告出具日的观点和判断，该等意见、评估及预测在出具日外无需通知即可随时更改。本公司将来可能根据不同假设、研究方法、即时动态信息和市场表现，发表与本报告不一致的意见、观点及预测，本公司没有义务向本报告所有接受者进行更新。

本公司力求报告内容客观、公正，但本报告所载观点、结论和建议仅供参考使用，不作为投资建议，对依据或者使用本报告及本公司其他相关研究报告所造成的一切后果，本公司及作者不承担任何法律责任。