

餐饮行业消费趋势与预测分析报告 - 金六顺

2009年 08月 19日 星期三 17:22

近年来，我国的餐饮业发展非常迅速，餐饮业营业额连续 18 年实现两位数高速增长，预计未来将保持 17%以上速度发展，行业发展前景看好，可以说我国正迎来一个餐饮业大发展的时期， 市场潜力巨大， 前景非常广阔， 长期发展趋势良好。

2004 年，全国实现餐饮业零售额 7486 亿元，比上年净增 1330 亿元，同比增长 21.6 %，连续 14 年实现两位数的高增长，比同期社会消费品零售总额增长率高出 8.3 个百分点，占社会消费品零售总额的 13.9 %，对社会消费品零售总额的增长贡献率为 21%，拉动社会消费品零售总额增长 2.79 个百分点。

2005 年，中国餐饮业零售额实现 8886.8 亿元，同比增长 17.7 %，比上年净增 1336 亿元，高出社会消费品零售总额增幅 4.8 个百分点，占社会消费品零售总额的比重达到 13.2 %，对社会消费品零售总额的增长贡献率和拉动率分别为 17.4 %和 2.3 %。全年实现营业税金 488.8 亿元，同比增长 17.8 %。

2006 年，中国餐饮消费全年零售额首次突破万亿元大关，达到 10345.5 亿元，同比增长 16.4 %，比上年净增 1458 亿元，连续 16 年实现两位数高速增长，与改革开放初期的 1978 年相比增长了 188 倍。

2007 年全国餐饮企业营业零售额累计达 12352 亿元，同比增长 19.4 %，占社会消费品零售总额的 13.9 %，拉动社会消费品零售总额增长 2.6 个百分点，对社会消费品零售总额的增长贡献率为 15.7 %。其中快餐业和火锅业发展最快。与改革开放初期相比， 2007 年中国餐饮营业额是 1978 年的 225 倍，年平均增长率高达 20.53 %。

2008 年零售额达 15404 亿元，比 2007 年增长 24.7 %，连续 18 年保持两位数的速度。而在海外，中餐不断攻城掠地， 2008 年中餐首入奥运食谱，更进一步走向国际化，根据历年数据分析，预计到 2010 年，中国餐饮业零售额将达到 20000 亿元。餐饮业已经成为拉动消费、实现增长、扩大就业的重要因素之一。

我国经济近年取得的快速发展， 国内生产总值快速提高， 是持续迅速带动国内消费需求增长的主因。 08 年人均国内生产总值 (GDP) 超过 2000 美元，居民消费能力增强，消费层次提高，中式正餐高端消费额比重将持续增长。

从长远来看， 随着对外开放的扩大和经济持续稳定快速增长， 城乡居民收入增加，生活水平不断提高， 我国的餐饮业发展非常迅速， 近几年餐饮业的增长率都比其它行业高出十个个百分点以上，可以说我国正迎来一个餐饮业大发展的时期，市场潜力巨大，前景非常广阔。

行业政策分析

目前，我国餐饮行业缺乏规划引导， 法规建设滞后问题。 在快速发展中有盲目、无序和低水平发展的现象。 尚未建立适用于餐饮业的国家级法规， 缺乏系统严格的市场准入制度和强制性标准， 餐饮企业的标准参差不齐， 内容不全面、 技术知识含量低，缺乏全国统一性。

我国餐饮业缺乏统一的行业执法， 市场秩序不规范， 餐饮环境不卫生， 食品安全问题时有发生， 市场管理和行业管理跟不上形势发展需要， 市场秩序有待规范。

但是，国家加快服务业发展战略将为餐饮业发展带来新机遇。 目前我国服务业总量相对较小， 2007 服务业产值比重不到 40%，与全球服务业产值平均比重 60% (发达国家超过 70%) 相距甚远。党的十七大报告提出“ 加快发展现代服

务业，提高服务业的比重和水平”。国务院《关于加快发展服务业的若干意见》及国务院办公厅《关于加快发展服务业若干政策措施的实施意见》，为服务业加快发展奠定了良好政策基础，为餐饮业发展带来难得的机遇。

1、金融危机对中国餐饮行业影响简要分析

自 08 年美国金融危机爆发波及全球，美国、日本、欧洲各国政府都忙着救市，目前来看效果还不明显，这次金融危机对于我国经济影响主要是外汇储备部分损失，出口困难，减缓经济增长，失业增加，消费者收入下降，对餐饮业影响主要有三个方面：一是、居民消费能力降低，二是、入境游客减少，旅游餐饮需求缩水；三是，持续低迷将导致消费者信心受挫，降低消费热情。

但由于中国的经济与国际经济有一定的割裂，我国人民币实施资本项下的严格管理，国际游资冲击不大，在美国已有 70 多家银行趋于倒闭的情况下，中国的金融系统运行良好，经济保持一定的速度增长。目前，我国已经颁布了政策，通过扩张财政和降低存款准备金率，4 万亿拉动内需等措施，现在又进行了人民币汇率的下调，如果各项宏观经济措施实施有效，预计国内经济消费可在 1 年左右的时间能够好转，但是由于经济的惯性下滑，情况恶化会持续到 09 年中旬，到下半年，情况会逐渐好转，但是彻底正常要到 2010 年，消费者信心基本恢复，由于经济体制改制，国内经济将由出口为主改变拉动内需为主，结构变动会很大。

受口红经济效应的影响，餐饮业成为了十大逆市而上的行业，在危机影响下消费者花上万元吃奢华盛宴的人少了，大宗采购和旅游减少了，但节假日亲朋好友外出聚餐的人反而增多了，中低档餐饮企业生意火爆。国内餐饮业在不景气的经济环境中，得以“独善其身”，逆市而上，餐饮业拉动内需明显，2008 年零售额相比 2007 年增长 24.7%，营业额达 15404 亿元，以 09 年第一季度的发展速度，预计 2010 年餐饮业实现 2 万亿元零售额没有阻碍。

有危机同时就有机遇，餐饮行业面临场地房租、原材料成本、运营成本降低的机遇，同时劳动力充足、人工成本降低，兼并费用降低将带来低成本扩张机遇，预计未来 3 年餐饮业将成为金融危机下国际风投、国内资金的避风港，中低档餐饮企业成为本周期投资与发展的热点。

2、业态分析

自改革开放后，世界上多种新型餐饮业态及形式在中国餐饮市场迅速发展，逐渐改变了中国餐饮市场的格局。如发端于八十年代末期的麦当劳等洋快餐业以及九十年代产生的休闲餐饮、主题餐饮等业态，份额不断扩大，特别在沿海经济发达的中心城市的餐饮市场呈现国际化的趋势，餐饮市场细分不断深化，中餐、西餐、中西合璧餐，正餐、快餐，火锅、休闲餐饮、主题餐饮等业态快速发展。目前国内中餐市场的呈多元化、连锁化、规模化发展特征。

国内餐饮市场日益呈现多元化发展态势，虽然中餐在总体规模上依然处于绝对主体地位，但是中餐在中国城市餐饮市场上的地位已经显现出由“绝对主体”转变为“相对主体”的趋势，近三年餐饮业态变化如右图所示，各种业态的比例正加速变化，正餐营业收入（限额以上）由 05 年 55.90% 降至的 50.32%（2007 年），快餐已占据经济发达省份绝对优势，如上海、浙江、广东等形成有效规模竞争，除快餐外，休闲咖啡厅也正在十分有效的抢夺中餐饮食市场。比例 1.57% 增长到 2.28%，咖啡厅目前主要在经济发达的沿海地区蓬勃发展。

中餐格局的变化的首先源于国外连锁经营模式的引入，以麦当劳、肯德基等跨国巨头主导餐饮业经营模式的变革，中式正餐的内在特点与市场都导致了多数运做的均为中小企业，“船小好掉头”是中餐经营的一贯特点，预计餐饮业连锁

经营的瓶颈将导致比例及份额的逐渐下降。

其次，中餐格局将餐饮消费形式变化的不断变化，随着经济的发展，中国家庭结构的变化，三口人之家逐渐成为餐饮消费主体；大众化的、个人付费的餐饮消费已经成为中国餐饮市场的主流；传统中餐的大酒席形式被小餐桌的分餐制所代替。目前以二至四人为消费的主体，具有较高的消费能力，是中国餐饮消费未来发展方向。与此同时，国内新的餐饮消费正与西餐潜移默化的融合，定位于年轻白领阶层的休闲咖啡厅，随着经济的发展和这一阶层人数的扩张，不少餐饮商纷纷以开设咖啡厅的形式，在菜品选择上，中西结合，直接与中餐竞争消费者。

互联网泡沫之后，风投开始将目光投向传统行业，VC的参与将助力中餐行业快速转化，餐饮业的规模化、连锁化运作是吸引风投目光的重要因素，与之前的互联网投资相比，餐饮业的现金流回收快，而且具有经营实体，有部分餐饮企业麾下还有不少不动产。获得VC青睐的中餐连锁企业，大致可以分为三类：一是休闲正餐，代表企业如俏江南、一茶一坐；二是火锅类，如小肥羊、小尾羊等；三是快餐，如真功夫、大娘水饺。VC投资的几家中餐企业，如一茶一坐、小肥羊、真功夫等，虽然分属不同的中餐类型，却都具有可复制性、标准化程度高的共性。

餐饮行业发展趋势及预测分析表明，未来5年竞争局面激烈仍将维持，中餐的比例将进一步下降；VC的参与将加快传统餐饮向现代餐饮的转化，连锁经营将会加速规划化发展；同时大众化经营的市场空间不断延伸，特色经营更加突出。创新经营、品牌营销的力度加强，管理与人才的作用将更加突出。

3、消费者分析

随着我国人均国内生产总值快速提高，人均国内生产总值（GDP）超过2000美元，居民消费能力增强，消费水平和层次提高，中式正餐高端消费额比重将持续增长。但餐饮需求是复杂多变的，其消费口味和消费心理，会随着社会环境的变化而变化。餐饮企业必须根据自身条件和环境条件的要求，看清餐饮市场的发展趋势，选择适当的营销方法，才有可能在激烈的市场竞争中获得成功。

菜系分析

中国菜肴在烹饪中有许多流派。其中最有影响和代表性的也为社会所公认的有：鲁、川、粤、闽、苏、浙、湘、徽等菜系，即“八大菜系”。各菜系的形成和它的悠久历史与独到的烹饪特色分不开的。同时也受到该地区的自然地理、气候条件、资源特产、饮食习惯等影响存在较大差异，正是因为这些差异，各大菜系产品具有了强烈的地域性，占据着当地主要份额。而地域差异的存在，又引起消费者强烈的求异心理，愿意去尝试不同的风味。所以跨地域经营是未来的热点，它可以使各具特色的风味饮食之间互相借鉴，取长补短。目前，八大菜系出现跨地域经营，相互融合趋势。2008年起我国共有46个城市人均GDP在3000美元以上，这些城市的人均消费水平比较高，成为中式正餐行业跨区域发展的增长点。

粤菜自上世纪80年代初在全国风靡至今，20多年长盛不衰，其主要原因是珠江三角洲地方经济的飞速发展，拉动了餐饮业的繁荣和振兴；同时粤菜选料广博奇杂。适应了食客求新，求异的需要；不断创新，推动了粤菜持续发展。随着我国经济的发展，粤菜在上个世纪80年代初至90年代末在全国形成气候，逐渐走上各大菜系的霸主地位，成为各大都市菜品的龙头，引领消费潮流，份额持续增长。

消费者决策分析

经历了非典，禽流感、H1N1，健康的观念早已经深入人心，消费者越来越重

视健康和卫生。分餐制日渐流行，餐厅卫生状况及每日消毒也为消费者关注，随着绿色食品，素食、食疗、滋补等等概念愈发得到消费者的赞同。“衣要布，食要素”已经成为很多人的生活方式。消费者追求的是一种健康的，合理的膳食关系。健康的，才是最好的，这一点亦成为消费者基本需求。粤菜在口味上清淡，注重营养，亦附合消费者的心理需求。

消费者就餐选译不仅只是讲究口味，餐厅的环境、氛围、情调都成了顾客挑选就餐地点的必要考虑条件，消费者日渐注重享受，注重餐饮产品与文化的融合，中国饮食文化和烹饪文化博大精深、历史悠久，不同地区所表现出来的餐饮文化上的差异也使餐饮产品具有鲜明的文化性特征。消费者追求“色、香、味、形、器、质地、声、温、营养、卫生”的同时，主张文化与食品、饮食方式、饮食习惯的融合。近几年应需求而出现的主题餐厅发展迅猛，将这个理念发挥到极致，无论是餐厅的设计装璜、功能布局、装修装饰风格，甚至是其经营的特色菜系，都体现出一定的文化主题和内涵，使餐饮产品的文化性得到了最大程度的展现。抓住了文化这一卖点，将使餐饮产品具有无限的生命力。

互联网是信息聚集的地方，也是信息传递最快速的地方，对于餐饮企业，网民对餐厅或菜式的讨论热情，会激发其他网民尝试与参与讨论的兴趣。而对于口碑较好的餐厅也更容易得到网民之间的互相推荐，成为消费决策的因素之一。网络口碑营销，网络搜索成为餐饮企业推广重要手段，

餐饮消费行为分析

随着近年来中国居民的收入水平的提高、生活节奏加快、消费观念的更新，推动餐饮行业的迅速发展中国餐饮消费者呈现三大发展趋势。

一是商务型消费增加。经济的发展促使商务活动增加，商务应酬活动推动了高档次的餐饮的迅速发展。

二是替代型消费增加。随着经济发展，居民收入增加，越来越多的人选择去酒店消费来代替自己做饭，这集中表现在近些年来年夜饭的火爆。

三是被迫型消费增加。越来越多白领人士和进城务工的农民工，时间紧，也没有条件自己开伙做饭，他们处于无奈，没办法只能被迫在餐馆里就餐，这就促使快餐行业的发展。

随着经济的发展，消费饮食习惯也在变化，餐饮产品的消费时段也随之发生变化。现代人工作繁忙，进餐时间不稳定，加上现代营养学的倡导，使餐饮产品的消费时段变得模糊。人们并不要求一日三餐必不可少，但又不想太饿着自己，饿了总想找点儿零食、小吃。为适应这一需求，各种24小时营业的快餐店、小食店随之涌现；而一些大茶楼、食肆也纷纷推出下午茶和夜宵服务。这种随时供应，不分时段的便利与快捷正成为一种趋势，以吸引便利型消费者、价格型消费者。

中国家庭结构的变化，三口人之家逐渐成为餐饮消费主体；大众化的、个人付费的餐饮消费已经成为中国餐饮市场的主流；传统中餐的大酒席形式被小餐桌的分餐制所代替。目前以二至四人为消费的主体，具有较高的消费能力，是中国餐饮消费未来发展方向。现代餐饮企业应从年龄段、收入和家庭因素细分目标市场。

餐饮消费趋势分析：

经济低迷时期，消费者的实际收入或预期收入肯定会缩水，大众消费者自然捂紧钱袋，自觉不自觉地缩减了高档消费和大宗支出，一般消费和小额支出并不会受到多大影响。预计不同类型餐饮消费在近3年消费趋势如下：

上班族消费趋势分析：在经济危机的压力面前，上班族们把越来越多的消费行为变成了 DIY，将请朋友到家里吃饭，减少去餐馆次数。

家庭消费趋势分析：家庭的预算和支出会减少，会缩减了高档消费和大宗支出，但节假日亲朋好友外出聚餐的人反而增多。

商务消费趋势分析：吃奢华盛宴的人少了，中档餐饮消费次数将增加。

消费者分析表明，在未来 3 年，餐饮经营面临新的发展趋势，粤菜将引领消费潮流，跨地域经营是未来的热点，消费时段及消费趋势将产生变化，餐厅功能日趋多样，特色经营。

4、竞争分析

中国的餐饮市场经过多年的改革与发展，已进入一个新的阶段，市场竞争的形势也发生一些新的变化。把握这种变化趋势，研究制定正确的对策，对餐饮企业来说是至关重要的。

一、由单纯的价格竞争、产品质量的竞争，发展到产品与企业品牌的竞争，文化品位的竞争。在改革初期，餐饮企业之间主要是打价格战，打品种、服务、装修战；现在情况发生了变化，消费者用餐既要满足生理需求，又要满足心理需求，因此，越来越多的经营者把注意力转向打造自己的品牌，提高企业的文化品位。这是一种更高水平的竞争。

二、由单店竞争、单一业态竞争，发展到多业态、连锁化、集团化、大规模的竞争。

三、由在本地发展走向外地发展，由小城市向大中城市发展，由东部沿海向中西部地区发展；也有的是由大城市向中小城市延伸，由西部向东部延伸。几年来涌现出一批大的餐饮公司和连锁企业，一个共同的特点是它们都寻求向外地扩张，立足和占据外地市场，甚至打进中心城市和国际性大都市。如今，地域的概念已经淡化，餐饮企业竞争的市场半径大大延长。

四、中外餐饮企业竞争加剧。餐饮业是改革开放比较早的一个行业，外资特别是一些国际名牌企业不断涌进中国餐饮市场，我国餐饮业一直面临着国外餐饮业品牌的强大挑战，与国外餐饮相比，国内餐饮企业在硬件、软件，尤其是在管理、服务方面的差距较大。加入 WTO 后，更多外资餐饮企业的进入加剧我国餐饮行业的竞争。国外餐饮企业进入中国，对我国餐饮经营理念、服务质量标准、文化氛围、饮食结构、从业人员素质要求等将产生深刻影响。而中国本土品牌餐饮走出去步伐较慢，竞争力不强。

在国外，中餐企业大多表现为规模小、环境不佳、服务不到位，中餐特色不明显。在国内，中餐企业面临着外国品牌餐饮企业的挤压。全国前 10 强仅占餐饮业总营业额的 4.78%，销售收入一般不超过数亿元。与以肯德基、必胜客为代表的外国餐饮巨头形成巨大反差，单单肯德基在中国就超过 2000 家连锁店，2007 年销售收入超过 215 亿。竞争也必将进一步激化。

中餐具有色、香、味俱全的独特魅力，有着广大消费者和市场份额，但标准化是规模竞争的瓶颈，关键的原因是将中餐烹饪作为一种高度手工艺化的工作，需要科学分析形成中餐标准化、流水作业，使之成为餐饮企业核心竞争力的主体和发展基础的组成部分。这项工作需要长期推行和持续的规范，是多数中小餐饮企业难以承受的，但也是中餐必须突破的关键。

目前百胜集团已利用标准化运作优势，形成中式快餐的标准化并加以推广，目前“东方即白”利用肯德基进行的全面推广就在利用品牌、标准优势向“中式快餐”市场延伸，进一步扩大市场份额。

国外餐饮业品牌布局已基本完成，未来洋快餐将引领中国餐饮竞争格局，通过国外餐饮业品牌对在中国连锁经营成功案件分析，中餐企业需要借鉴和学习国外餐饮品牌企业商圈选址策略、物流管理能力，单店的运营能力，品牌扩张能力，信息化管理能力。

目前国内优秀的餐饮企业已经开始提炼经营技术、申报餐饮专利、积淀品牌价值、整合上下游资源。融资扩张成了国内餐饮业的加速发展新模式，小肥羊就是其中代表案例，至 08 年 3 月，小肥羊在中国内地、香港、澳门及北美等地拥有 350 多间餐厅，业务年增速达 35%，年销售收入超 50 亿元人民币。在 TheNielsenCompany 对中国六大城市市调中，小肥羊知名度接近 100%，部分地区“第一提及率”超过 50%。小肥羊 9 年来陆续获得并蝉联“中国 500 最具价值品牌”、“中国行业标志性品牌”等 50 余项荣誉。

小肥羊遍布世界的连锁网络、产品的标准化和连锁经营战略，为中餐行业的经营和扩张树立了标杆。据了解，继味千拉面、小肥羊后，谭鱼头、小南国、真功夫等连锁餐饮企业日前正在酝酿上市。07 年中国餐饮业的突出特点是资本活跃，百年老字号全聚德的成功上市，另外还有超过 40 家的企业正在积极争取上市，预计未来 3 年经济回暖后，将有更多的餐饮企业上市。

竞争格局分析

从行业数据统计看，中餐行业市场容量非常大，而且膨胀非常快，但我国餐饮企业现状，一是企业规模小、数量多，现代化水平低；行业标准体系不完善；据统计，我国现有餐饮网点 400 万个，从业人员将近 2000 万人，厨师 700 万人，平均每 185 人拥有 1 个厨师。

餐饮市场相对来说是最分散的一个市场，国内没有一个大的餐饮集团可以占据 1% 的市场份额。可以说餐饮行业是完全竞争的行业，行业集中度相当低，未来发展的趋势是行业集中度大幅提高，有待于规模企业的整合。从餐饮企业竞争与发展格局来看，未来我国餐饮企业竞争将更加激烈，并伴有更多企业上市。

然而，在餐饮行业高速发展的同时，食品原材料成本、劳动力成本提升、管理人才匮乏、成本控制难等多方面问题日益凸显，行业竞争愈演愈烈，餐饮业全面进入“微利时代”，传统的管理、经营模式遭遇严峻挑战。中国餐饮业已经步入行业洗牌期，必须交流新思想、探索新模式，迅速由传统的“粗放式、模糊式、经验式经营”向“精细化、流程化、连锁规模化经营”转型。

当前的外资企业享受的是超国民待遇，国企享受国民待遇，民营企业享受的次国民待遇。在餐饮业内，虽然不明显，但也不乏其例。国内餐饮企业的经营除了正常的税收外，各项费用种类太多，缺乏规范性，地区差别也较大，政府管理体制的不健全，导致企业经营的不确定因素较多。随着中国法制建设的进一步完善，中国餐饮市场将也进一步规范化。

餐饮业竞争格局分析表明，未来国内餐饮业竞争态势将发生四大变化，洋快餐主导中国餐饮竞争格局，品牌成为餐饮的核心竞争力。

6、基本结论

中餐行业面临的主要机会：

1. 我国经济近年取得了快速发展，国内生产总值快速提高，将持续迅速带动国内餐饮需求增长，预计，到 2010 年，中国餐饮业零售额将达到 20000 亿元。未来 5 年将保持 17% 以上速度发展

2. 我国人均国内生产总值快速提高，人均国内生产总值（GDP）超过 2000 美元，居民消费能力增强，消费水平和层次提高，长期而言中餐中高端消费额比

重将持续增长。

3. 中餐服务行业集中度相当低，未来发展的趋势是行业集中度大幅提高，有待于企业的整合

4. 由于金融危机作用，租金、人工成本及兼并费用降低将带来餐饮企业低成本扩张机遇

5. 受口红经济效应的影响，预计未来 2 年，中低档餐饮企业生意火爆，成为本周期投资与发展的热点。

6. 预计未来 3 年餐饮业将成为金融危机下国际风投、国内资金的避风港。VC 的参与将加快传统餐饮向现代餐饮的转化，连锁经营将会加速规划化发展；

7. 跨地域经营是未来的趋势，粤菜引领消费潮流，份额将持续增长。

8. 2008 年起我国共有 46 个城市人均 GDP 在 3000 美元以上，这些城市的人均消费水平比较高，可作为中式正餐行业跨区域发展的增长点。

9. 传统餐饮向现代餐饮的转化加快，连锁经营将会加速发展；同时大众化经营的市场空间不断延伸，特色经营更加突出。创新经营、品牌营销的力度加强，管理与人才的作用将更加突出。

10. 餐饮相关政策的出台，将有利于规范行业行为，提升行业服务水平，提升行业进入有利于中餐企业进一步做大做强

中餐行业面临的主要威胁：

1. 金融危机带来消费者的信心下滑，旅游餐饮需求减少，预计未来 3 年高端餐饮消费降低

2. 国内餐饮市场日益呈现多元化发展态势，规模以上正餐营业额比例将进一步下降。

3. 未来 5 年竞争局面激烈仍将维持，由单纯的价格竞争、产品质量的竞争，发展到产品与企业品牌的竞争，文化品位的竞争。

4. 中外餐饮企业竞争加剧。与国外餐饮相比，国内餐饮企业在硬件、软件，尤其是在管理、服务方面的差距较大，洋快餐主导中国餐饮竞争格局，

5. 融资扩张成了国内餐饮业的发展新模式，预计未来 3 年经济回暖后，将有更多的规模餐饮企业谋求上市。

6. 餐饮业全面进入“微利时代”，传统的管理、经营模式遭遇严峻挑战，需要向精细化、流程化、连锁规模化经营转型。

7. 法规建设滞后。我国餐饮行业缺乏规划引导，尚未建立适用于餐饮业的国家级法规，缺乏系统严格的市场准入制度和强制性标准，餐饮企业的标准参差不齐，内容不全面、技术知识含量低，缺乏全国统一性。

8. 餐饮结构失衡。由于竞争加剧、经营成本不断上涨，大众化餐饮在一些地区发展很不平衡。行业内高档餐饮势头强劲，中低档餐饮服务明显不足。

9. 市场秩序有待规范。餐饮业缺乏统一的行业执法，市场秩序不规范，餐饮环境不卫生，食品安全问题时有发生，影响正常有序竞争，市场管理和行业管理跟不上形势发展需要。

10. 企业正规经营及跨区域发展，营业税税收会增加，对企业利润产生重要影响

11. 餐饮人才供应不足。餐饮教育科研滞后，全国没有本科烹饪院校，餐饮职业经理人队伍培养和专业培训工作滞后。行业人员素质不高，缺乏高层管理人才和烹饪技术人才。劳动力价格上升，中式正餐行业的劳动力流动大，使得中式正餐行业比较难获得和留住比较优秀的人才

12. 厨师资格认证混乱，名师大师认证失范，出现花钱买证现象。外资餐饮企业以各种优惠条件吸引中餐技术、管理、服务、文化等方面人才，导致中餐企业人才大量流失。