

上半年，全国餐饮收入超2.4万亿元，同比增长21.4%——

# 餐饮业何以领涨消费市场？

本报记者 李婕

夜市烧烤、欢聚火锅、甜品冷饮、商务正餐，这个夏天，餐饮市场好不热闹。有的饭店排队等候超过千桌；有的门店餐桌翻台达十余次；还有的营业时间一次次延长至深夜……一家家餐厅正以最大的热情迎接回归的客流，成为城市里最早亮起、最晚打烊的商业灯火。

国家统计局数据显示，今年1-6月，全国餐饮收入24329亿元，同比增长21.4%。作为消费“四大金刚”之一，餐饮消费占社会消费品零售总额的10%左右，是恢复和扩大消费的重点领域。今年以来，餐饮业何以领涨消费市场？餐饮消费有哪些新趋势、新亮点？

## 收入总规模超过2019年同期， 餐饮市场迎来强势复苏

湖北武汉餐厅老板田源最近又花2.4万元添置了一台厨房专用空调，给后厨师傅用——“师傅们开心了，出餐更加稳定有保障”。

近期明显回升的客流，让这家45年社区老店“小秋水饺”的经营者不得不盯紧每一个细节。“我们从早上5点开始营业，一直到下午4点，但有时候游客和街坊邻居不断进店，到点了还关不了门。”田源说，今年以来生意一直不错，营业额比疫情前增长了一到两成。他的妻子也在店里照看生意，由于排队的顾客多，妻子忙着招呼客人，从“五一”到现在，嗓子一直是哑的。

这样的人气和生意，让田源有喜有盼，“今年打算先保证所有员工涨薪10%，在这个基础上再争取实现10%以上的利润增长。”田源说。

一家家餐饮门店，感知着市场热度。国家统计局发布的数据显示，今年1-6月，全国餐饮收入24329亿元，同比增长21.4%；限额以上单位餐饮收入6230亿元，同比增长23.5%。

据中国烹饪协会分析，1-6月，全国餐饮收入、限上餐饮收入增速分别比上年同期上升29.1个、31.3个百分点；餐饮收入增幅领先社会消费品零售总额增幅13.2个百分点；全国餐饮收入总规模超过2019年同期。

许多消费者已经从火热的市场表现直接感受到这份暖意：在大型商场，人气最旺的往往是餐饮店聚集区域；饭点高峰期，许多餐厅门口大排长队，部分餐厅重现等候超过1000桌的景象；越来越多门店延长营业时间，加入供应夜宵的队伍中。有网友说：“热爱生活、喜欢吃喝的人们又回来了。”

“今年上半年，随着客流恢复，促消费政策持续发力，各地消费季蓬勃开展及‘夜经济’渐入佳境，多样化特色化餐饮消费供给不断丰富，餐饮市场消费得到明显释放。”中国烹饪协会分析认为，餐饮市场正迎来强势复苏。进入暑期，跨城出行人数大幅回升，将继续带动各地餐饮消费增长。

中国连锁经营协会和普华永道联合发布的《中国连锁餐饮企业资本之路系列报告2023》提到，过半样本品牌预计今年的营业收入能恢复到2019年的水平，其中，中式快餐、正餐、火锅品类的受访者对餐饮市场相对更有信心。

## 餐饮业新增注册企业167.6万 余家，供给不断丰富

餐饮业曾是受疫情冲击最严重的行业之一。“去年底，我们都敢做今年的预算和计划。”珮姐老火锅创始人、重庆民餐餐饮文化有限公司董事长颜冬生向本报记者回忆。他没想到，从今年元旦那天开始，市场一下“爆”了。

今年以来，珮姐老火锅在全国的十几家门店不断创下新纪录。比如，有门店日均翻台超过12轮；有的单日最高取号1507桌；有的月营业额打破品牌的全国单店纪录。拿“五一”期间来说，品牌在重庆、华东、华南等区域总营业额较2021年同期增长30%-155%，客流稳定增长。

“感受到复苏势头后，我们在年初做了一次预算，但现实仍然超预期，最近，我们又提高了下半年的预算目标，整体指标提升10%至20%。”颜冬生说。

在客流攀升、部分表现甚至超预期的背景下，餐饮行业是如何承接消费热度的？

天眼查数据显示，今年1-6月餐饮业新增注册企业167.6万余家，与去年同期相比上涨23.4%。其中，北京市1-6月餐饮业新增注册企业7610余家，与去年同期相比上涨63%。

在一些行业观察人士看来，餐饮企业和商家更加务实，不追求过度营销，而是深度拓展产品、服务，正以最大的诚意满足消费者需求。

比如，入夏以来，不少消费者选择在晚上出门，逛夜市、品美食，许多商家抢抓“夜经济”这一餐饮消费的“黄金时段”。美团数据显示，上半年，全国“夜宵”主题团购订单量同比增长超143%，提供夜宵服务的餐饮门店数同比增长超47%。

近期，“北京消费季夜京城活动”启动，联动40余个商圈、200余个品牌、万家门店，为市民提供餐饮等更



▲餐饮商家不断创新，推出个性化、品质化服务。图为7月19日，消费者在重庆市北碚区朝阳街道正码头广场“稻田餐厅”用餐。秦廷富摄（人民视觉）

▶7月16日，在第33届青岛国际啤酒节主会场青岛西海岸新区金沙湾啤酒城，众多鲜啤吸引市民和游客。张进刚摄（人民视觉）



多夜间消费选择；广东省广州市商务局公布的数据显示，广州夜间营业的餐饮店铺已超过15万家，零时仍在营业的餐饮商家占比超25%。

再如，在家简餐烹饪即可享用的预制菜、半成品及各类餐饮零售产品，正被越来越多消费者接受。餐饮企业也在迅速开拓新的餐饮产品形态。

正值上市公司半年报披露季，全聚德、海伦司、广州酒家、同庆楼等多家餐饮上市公司的半年度业绩回暖明显。全聚德在半年度业绩预告中表示，公司营业收入和利润总额同比实现较大幅度增长，该预告还在业绩变动原因说明中提到，公司对预制菜产品进行了积极调整，多款家宴礼盒和预制菜单品广受好评，销量稳步提升。

## 上新、提质、跨界融合，商家多点发力，让消费者敢消费、愿消费

外卖也开始做直播了。蜜雪冰城1元大圣代券、肯德基9.9元香辣鸡翅券……几个月前，许多招牌爆品开始登上美团外卖直播间。不少消费者在核销商品券时，还会额外加购几十元的货架产品；有餐饮品牌发现，核销订单中品牌新用户占比高达四成。新的销售形式不断激发消费热情，也为餐饮品牌带来新的增长。

《中国连锁餐饮企业资本之路系列报告2023》提到，近年来消费者愈加理性，对餐饮的诉求不再局限于吃饱，餐饮的性价比逐渐成为重要依据，并进一步衍生出对健康食材的要求。

如何让消费者敢消费、愿消费？各路餐饮企业和商

家正多点发力。

——提质增效，服务好舌尖需求。今年，珮姐老火锅的菜单经历了一轮“瘦身”，从七八十个单品降到60个以内，除此之外，每个季度还会对菜品进行末位淘汰，同时上新3-5个单品。“砍掉不太畅销的菜品，可以提高门店的整体效率，在成本和品质控制上往前更进一步。”颜冬生解释。

“我们火锅店主打大众消费，就是要让大家吃得开心。”颜冬生说，未来还要继续做好成本管控，将人均消费保持在合理范围内，做大家喜欢的餐饮店。

——持续上新，抓住消费者味蕾。从“国潮烘焙”“新茶饮”、各式创新菜，到“一人食”“健康餐”“儿童餐”，各大餐饮店在口味和健康等方面不断推陈出新。星巴克、海底捞、华莱士等品牌还选择在美团外卖直播间发布新品，由于外卖配送即刻送达，品牌新品也实现“发布即发售”，直播期间就有不少网友发出“弹幕”，比如“新品已到手”“口味真不错”。据介绍，在平台支持下，一些餐饮品牌还在线上达成合作，以“饭搭子”为主题销售商品套餐，为消费者带来品牌联名的优惠。

——跨界融合，多场景体验更丰富。随着“Z世代”逐渐成为消费主力，线下餐饮更加注重在消费体验方面下功夫。例如，“火锅+甜品”“烧烤+奶茶”“书店+咖啡”等跨界品类的创新融合已成为部分餐饮品牌的新名片，更有餐饮品牌在美食与文化的融合方面不断试水。上半年，必胜客与热门游戏联动，在全国推出200多家“原神主题餐厅”，吸引众多年轻人打卡。“‘美食+游戏’，氛围感十足，新鲜又有趣。”有消费者评价。

民以食为天。持续复苏的餐饮业正助力消费回暖，进一步托起人们对美好生活的需求。

2023年百强县榜单出炉。近日，工业和信息化部中国电子信息产业发展研究院旗下赛迪顾问发布《2023中国县域经济百强研究报告》（以下简称报告），对全国（除港澳台）1864个县级行政单位进行分析。报告显示，2023百强县中进入“GDP千亿俱乐部”的县域达到54个，其中江苏、浙江两省“千亿县”数量保持领先。

如何界定“百强县”？报告显示，2023赛迪百强县设置评价“双门槛”，即GDP≥600亿元，一般公共预算收入≥20亿元，从经济实力、增长潜力、富裕程度、绿色水平4个一级指标，以及8个二级指标、27个三级指标进行综合评价。

从百强县整体分布情况看，2023百强县名单中，东部地区占65席，中部地区占20席，西部地区占14席，东北地区仅占1席。分省份来看，江苏、浙江、山东三省表现突出，分别占23席、16席和13席。居百强县榜单前十位的县市分别为江苏省昆山市、江苏省江阴市、江苏省张家港市、江苏省常熟市、福建省晋江市、江苏省太仓市、浙江省慈溪市、山东省龙口市、江苏省宜兴市、湖南省长沙县。

中国百强县实力有多强？报告显示，从发展水平看，百强县与“粤苏浙鲁”等经济强省体量相当，百强县进出口总额与社会消费品零售总额可与“粤苏浙鲁”等经济大省比肩。从发展动能看，固定资产投资拉动百强县经济增长，百强县第二产业增加值超过“粤苏浙鲁”。从富裕程度看，人均可支配收入彰显百强县“富民”与“强县”并重，百强县人均可支配收入占人均GDP比重低于发达省份，城乡人均收入占比较高。

值得关注的是，2023百强县中，进入“GDP千亿俱乐部”的县域数量达54个。这54个“千亿县”去年完成GDP共8.6万亿元，占全国经济总量的7.1%；一般公共预算收入均达到108亿元。从排名看，54个“千亿县”中排名前十位的县市分别为：江苏省昆山市、江苏省江阴市、江苏省张家港市、福建省晋江市、江苏省常熟市、浙江省慈溪市、江苏省宜兴市、陕西省神木市、湖南省长沙县、浙江省义乌市。其中，昆山市GDP超过5000亿元，位居榜首。

赛迪顾问有关负责人介绍，当前“千亿县”已形成六大典型发展模式：一是以昆山市、江阴市、慈溪市、义乌市等为代表的长江三角洲城市群创新驱动主导模式；二是以晋江市、南安市等为代表的粤闽浙沿海城市群产业集群驱动主导模式；三是以长沙县、浏阳市、宁乡市为代表的长株潭城市群区域融合驱动主导模式；四是以龙口市、胶州市为代表的山东半岛城市群传统产业升级驱动主导模式；五是以神木市、准格尔旗为代表的呼包鄂榆城市群资源驱动主导模式；六是以仁怀市为代表的核心企业驱动主导模式。

“从中国县域发展演进趋势看，‘千亿县’快速增长势头强劲，强县标准和发展逻辑发生深刻变化，县域经济在国家高质量发展中的短板加快补强，以县城为重要载体的城镇化建设进入重要机遇期，县域加快成为投资和消费重要阵地，不同类型县城差异化助力新型城镇化建设，省级行政单元成为统筹县域发展的重要力量，数字化转型已成为县域高质量发展必选项。”赛迪顾问有关负责人说。



近日，江苏昆山奥体中心进入竣工验收阶段。这是江苏省内首座满足国际足联要求的世界一流专业足球场，建成后将成为昆山“新名片”。王须中摄（人民视觉）

## 54个百强县进入『GDP千亿俱乐部』

本报记者 廖睿灵

二〇二三年中国县域经济百强研究报告发布

本报电(姚茗月)8月1日，中国人民健康保险股份有限公司成功签约国内个人税收优惠型健康保险新政发文的单，这意味着国家金融监督管理总局印发的税优健康险惠民新政正式落地实施。

7月6日，国家金融监督管理总局印发《关于适用商业健康保险个人所得税优惠政策产品有关事项的通知》，自8月1日起实施。人保健康首批推出的10款税优健康险产品，全面对接在职人员、少

儿、老年人、带病体等各类人群，产品类型实现了长期护理保险、医疗保险及疾病保险3个险种的全覆盖。人保健康总精算师温家振介绍，首批推出的10款税优健康险产品，侧重在人保健康产

品类和经营经验较为丰富的护理险和医疗险两个险类上。基于人保健康长期护理业务的行业领先优势，公司针对消费者生命周期内不同阶段护理需求的不同和护理险产品适用场景的不同，为不同

年龄段设置了差异化、有针对性的护理保障，开发了终身护理险和定期护理险两款税优长期护理保险产品。

人保健康总裁邵利锋表示，税优健康险新政是国家出台的一项惠民政策，将个税优惠和普惠型健康险结合，用政府与市场的合力，进一步提高民众的健康保障水平。人保健康积极发挥公司专业和渠道优势，全面部署、倾力推动，将优惠政策真正转化为惠民红利。

## 税优健康险新政首单落地