



细节之下，方有盛宴

中国连锁餐饮企业的资本之路



普华永道



中国连锁经营协会
China Chain Store & Franchise Association

项目委员会

专家组成员

中国连锁经营协会餐饮专业委员会

编辑组成员

中国连锁经营协会： 王洪涛 常务副秘书长

孙工贺 主任

王汭妲 主任

普华永道： 马玉婷 交易战略与运营咨询合伙人

黄笑临 交易咨询估值服务合伙人

陈如奕 审计部合伙人

鸣谢

特别感谢参与此次报告调研和分享的餐饮企业与投资机构。



目录

前言	3
1. 餐饮行业发展趋势	4
2. 餐饮上市公司二级市场表现	12
3. 一级市场餐饮行业投资趋势与热点	24
4. 对餐饮企业资本市场之路的建议	33
5. 附录	39
联系我们	42

前言

2019年中国餐饮行业收入达到4.7万亿元，增速超过9%，然而2020年的疫情造成线下餐饮停摆数月，行业整体跌幅超过15%。在这样一个转折时点，我们观察到领先连锁餐饮企业以各种方式积极面对外部挑战，思考企业健康发展的核心，并更为坚定地加大投资，扩展业务版图。

与此同时，2020年也是证券市场欣欣向荣的一年。全年首次公开发行A股近400只，筹资约4,700亿元；港股约150只，筹资约4,000亿港元。餐饮企业中，九毛九、百胜中国（港股）、同庆楼、巴比食品等纷纷登录资本市场，餐饮企业的上市节奏进一步提速。同时，有更多餐饮企业计划或正在准备首次公开发行或融资，与资本的合作日趋紧密。

中国连锁经营协会致力于服务国内连锁餐饮企业，伴随企业成长。普华永道深耕餐饮、大消费行业多年，为众多行业内企业提供上市服务，同时深度参与该领域投资并购市场多起标志性交易，对企业上市和投融资有深刻洞见。本次普华永道消费品团队联手中国连锁经营协会，旨在剖析餐饮行业一二级资本市场现状和动向，为广大行业参与者提供重要参考。

本次报告通过提炼行业发展趋势，揭示餐饮企业增强“内功”的主要方向；通过分析22家餐饮上市公司的现状和资本市场表现，帮助企业理解资本市场估值逻辑和上市对企业的影响；通过梳理过去三年餐饮行业投融资趋势，探讨一级市场热点和看法。最终，我们希望本次研究成果能够帮助餐饮企业在做强业务的基础上，更好地规划融资和上市，与资本共赢，共享行业盛宴。

2021年4月



1

餐饮行业发展趋势



概况

近年来，家庭小型化和年轻消费者的快节奏生活推动了外卖和方便食品的快速发展，城市化进程也带动低线城市餐饮市场潜力的持续释放。消费者健康饮食意识提升，对食材和原料有更高的关注度。同时，年轻群体对“网红餐厅”与“爆款产品”的追求，吸引了大量新入局者，市场上不断涌现出新品牌、新业态，促进餐饮行业的多元发展。

总体来说，餐饮行业的连锁化程度有所提升，在顺应市场趋势和提高自身运营效益的共同推动下，餐饮企业采取了相应的举措：

- 持续推进全国化布局，深化规模化经营
- 加强消费者触达和管理
- 推动餐饮零售化，寻求店铺外的多元化收入
- 发展“扁平化”、“工业化”供应链
- “全链智能化”升级

1

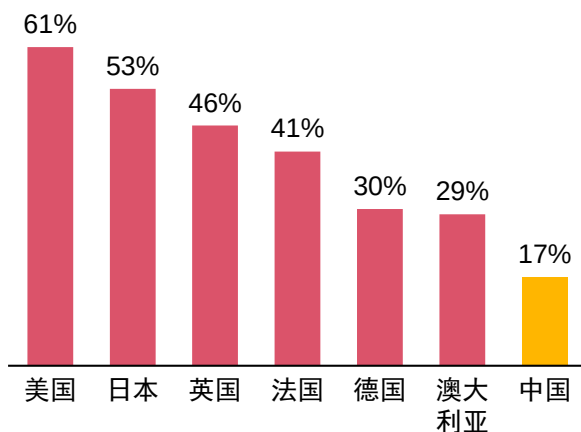
餐饮行业连锁化比例进一步上升

民以食为天，餐饮行业一直是消费板块中重要的组成部分，形成数万亿的市场规模。

受不同地区饮食文化差异和相对较低的进入门槛影响，餐饮行业呈现较为分散的行业格局，国内共有几万家限额以上餐饮企业，连锁化率低于其他国家。

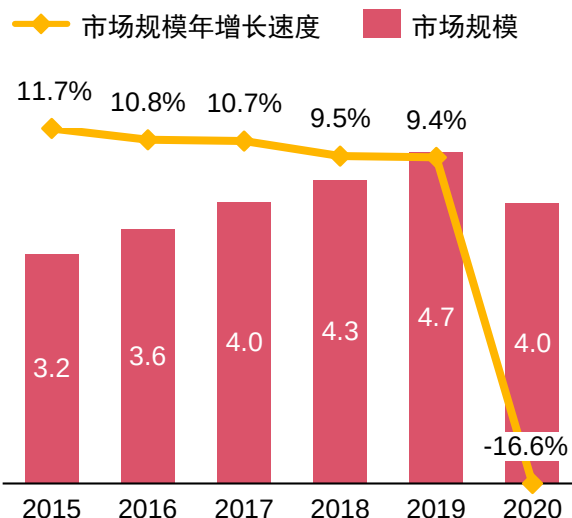
但相比过去，国内餐饮企业的连锁化程度逐年提升，不少地区特色餐饮企业走向跨地区经营。2020年的疫情对单体小型餐饮企业的冲击更大，加速了连锁化的进程。

主要国家餐饮行业连锁企业*收入贡献比例 (2020)

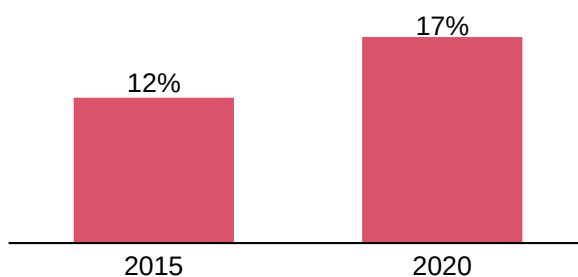


*注：拥有10家及10家以上门店的被定义为连锁企业

中国餐饮行业市场规模及增速 (2015-2020, 万亿人民币)



中国餐饮行业连锁企业收入贡献比例 (2015-2020)



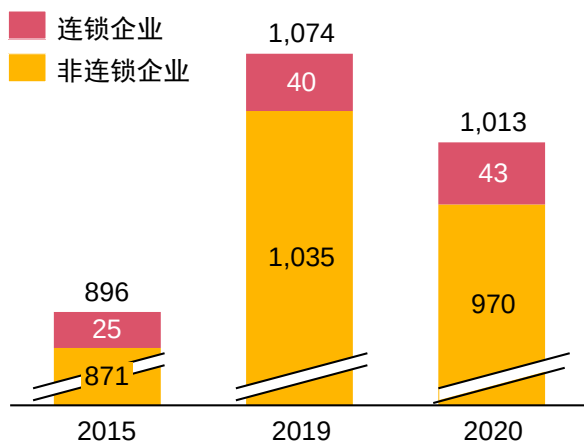
信息来源：国家统计局，Euromonitor



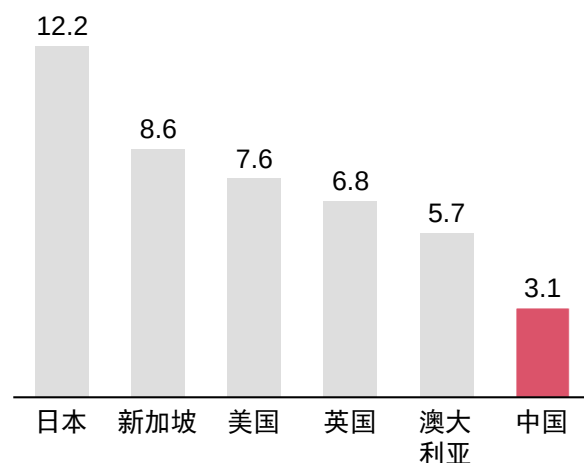
“全国化、规模化”是餐饮企业发展过程中面临的重要问题。整体来看，当前连锁餐饮企业的全国化、规模化之路尚处于早期阶段，根据Euromonitor统计，2020年中国餐饮门店

总数约1,000多万家，但连锁企业的门店总数仅约43万家；而从每万人拥有的连锁餐饮门店数量来看，中国还远低于美国、日本、新加坡等发达国家。

中国餐饮企业门店数量分布（万家）



2020主要国家每万人拥有连锁餐饮门店数量（家）



因此，对于餐饮连锁企业而言，存在大量的市场空间可以开拓。我们也看到近年来，领先的餐饮企业都在持续推进全国化布局，谋求自身规模的进一步增长，如加速向三线及以下市场开拓的海底捞，一二线和三线及以下区域开拓相对均衡的肯德基，加快走出安徽区域，并向一线城市拓展的老乡鸡。

但无论从消费者的消费能力、对餐饮品牌的认知度、消费习惯来看，还是从租金、人力成本、供应链等运营角度来看，不同区域和层级市场都存在一定的差异，这要求企业在全国化进程中综合权衡。

部分餐饮企业新开门店数量分布（家）

海底捞火锅

肯德基

一、二线城市
三线及以下城市

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_38440

