



数读^Q

《2022-2023餐饮调查快报》

提纲

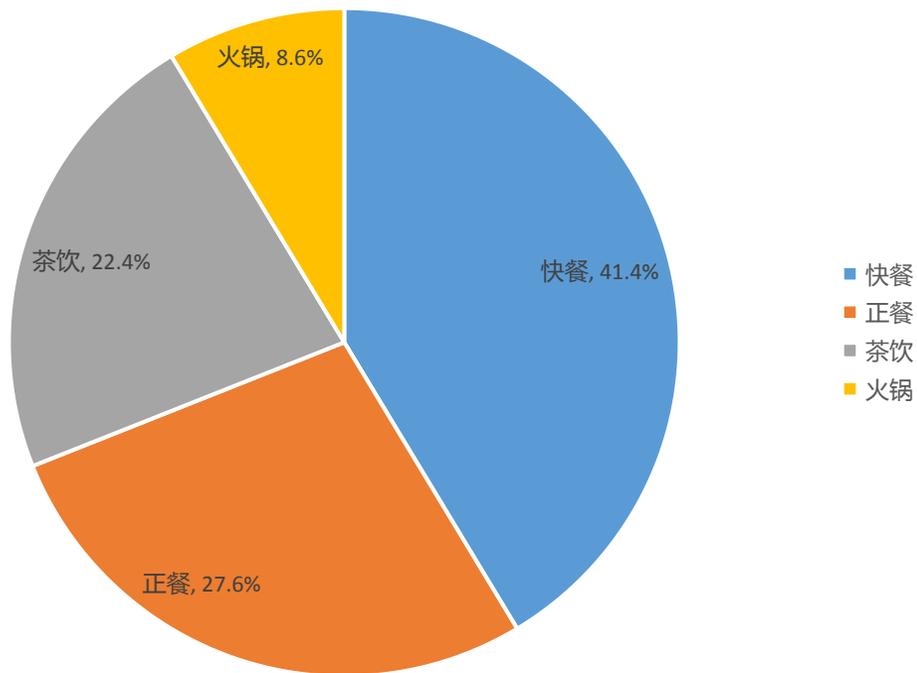
- 一、2022年疫情对餐饮业影响较大
- 二、2022年连锁餐饮人韧性坚守
- 二、2023年元旦餐饮业呈现结构性复苏
- 三、预测2023年春节餐饮有望呈现结构性反弹
- 四、2023年连锁餐饮发展战略及工作重点

主要发现

- 疫情对所有餐饮业态都有较大影响。无论是否开新店，样本企业全年的营收和利润大都有所下滑，不赚钱+活下去成为主旋律。
- 样本企业和往年一样，在2022年都有不同程度的关店，超五成企业的关店数高于开店数。多家头部企业的净开店数是负数。2022年是全行业比较艰难的一年。
- 餐饮人韧性应对。样本企业坚持营业平均达266天。坚持着自己的生意，一直相信疫情会过去
- 少数头部企业表现良好，在2022年甚至可以做到持续增长。九毛九、蜜雪冰城等头部企业表现出较强的抗风险能力，其管理能力和品牌力在疫情下被验证，值得行业企业学习
- 细分业态上看，单店面积更小、SKU更精简、数字化（外卖占比）更高的新茶饮，2022年新茶饮营收和利润下滑相对较少。面临市场环境的变化，新茶饮通过数字化（自有小程序、美团、抖音的本地化等）维持业绩。在对2023年发展预期上，新茶饮更加积极地期望“全力开店”、“海外开店”，而不是“保持平稳发展”
- 结合调研和旅游、春运复苏数据，预测2023年春节餐饮市场有望呈现结构性反弹
- 连锁餐饮2023年关注的六大重点工作，将在2023年4月11-13日中国连锁餐饮峰会上分主题深入讨论

样本说明

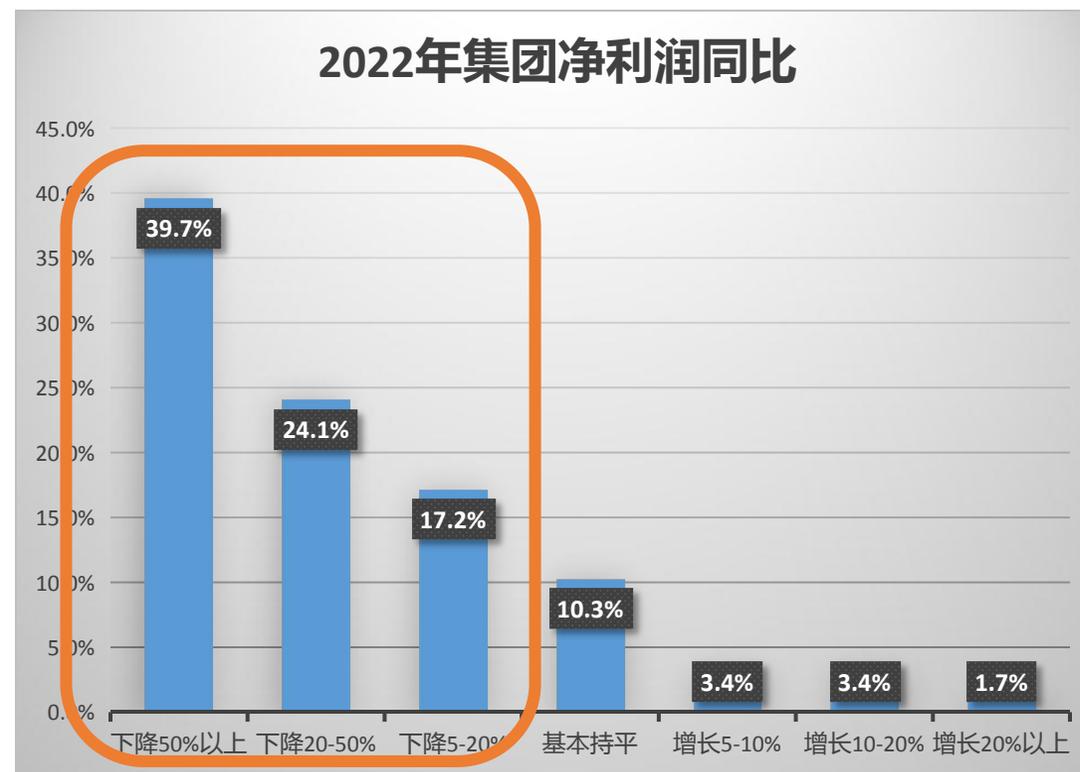
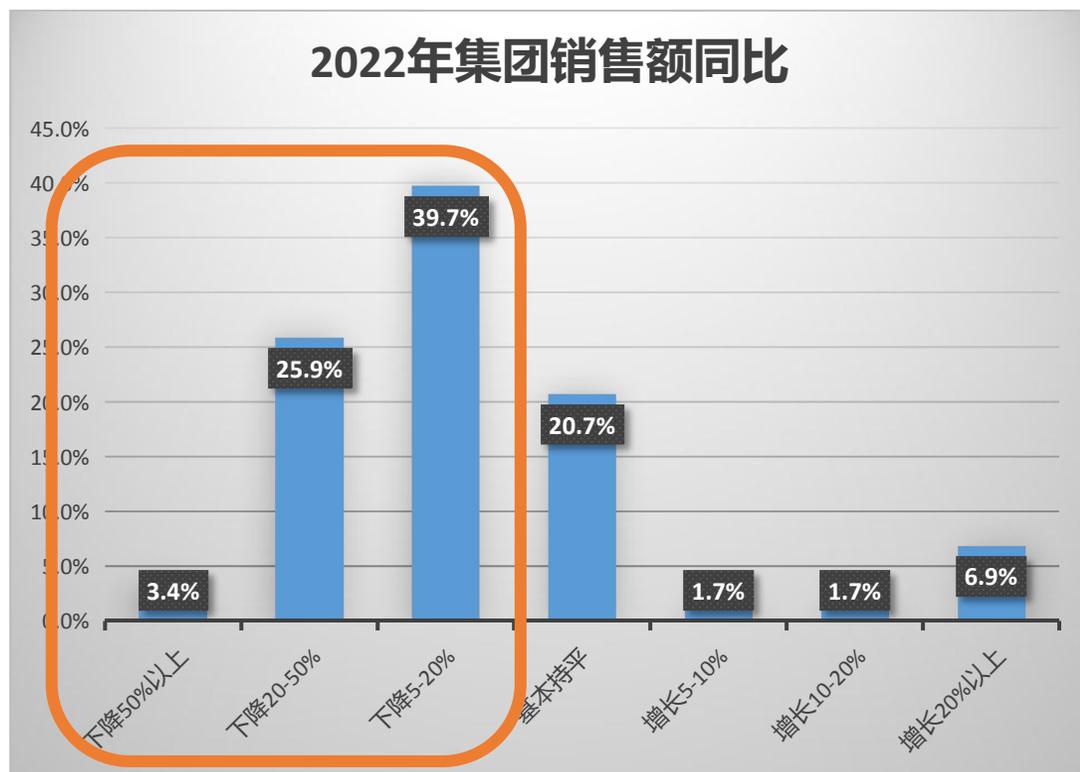
样本企业的业态分布



- 本次调查有效样本58份，均为连锁餐饮企业，共覆盖6.1万余家门店。
- 其中，快餐连锁企业占总样本量的41.4%，正餐占比为27.6%，火锅占样本量8.6%，茶饮占样本量22.4%。

一、2022年疫情对餐饮业影响较大

样本企业全年营收和净利润同比都有显著下滑，四成连锁餐饮企业的净利润同比下降50%以上。从下图的对比可以看出，不赚钱活下去成为餐饮业主旋律。全年多个连锁品牌传出破产消息。

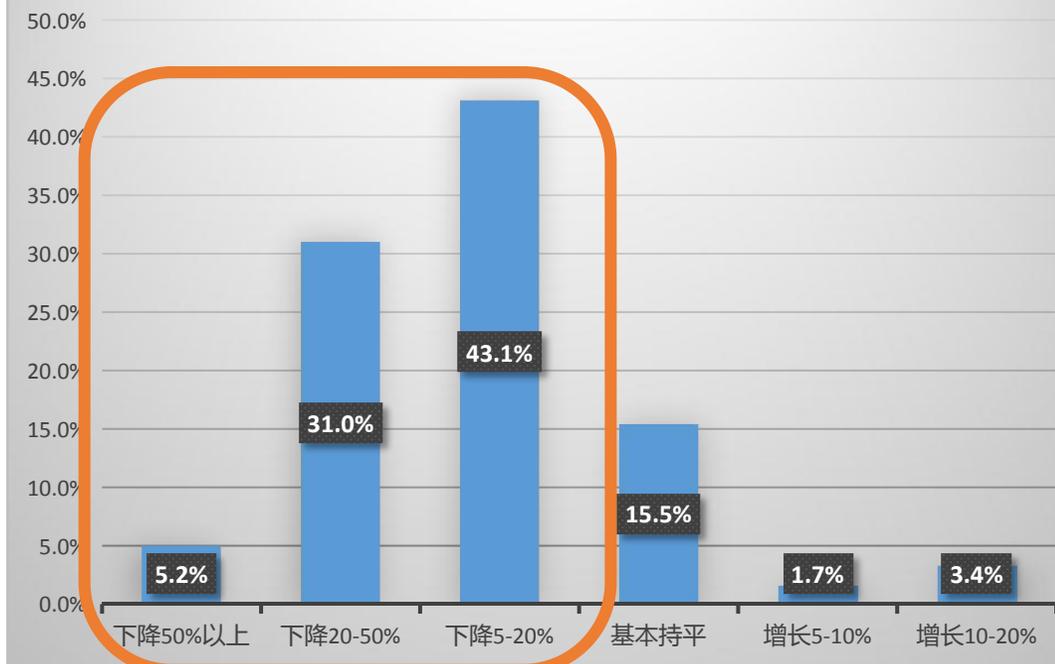


一、2022年疫情对餐饮业影响较大

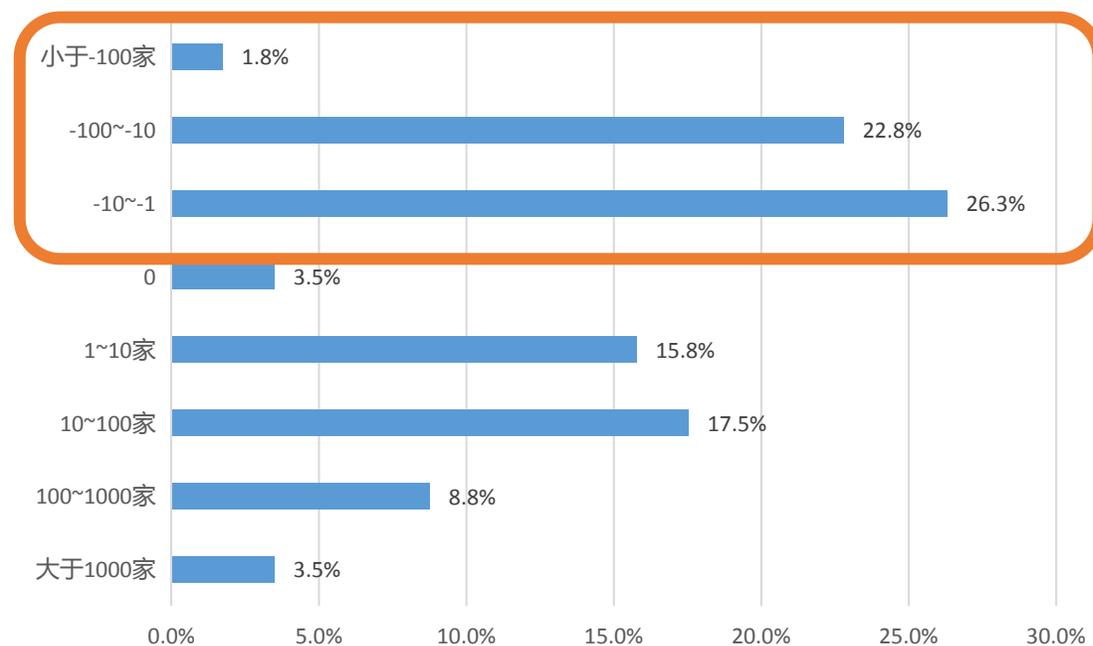
同店间比存在一定幸存者偏差，但仍有超八成连锁企业的单店平均销售额显著下降。

和往年一样，样本企业2022年都有不同程度的关店。和往年不同的是，超五成企业的关店数高于开店数。多家头部企业的净开店数是负数。2022年是全行业比较艰难的一年。

2022年可比门店平均销售额的同比



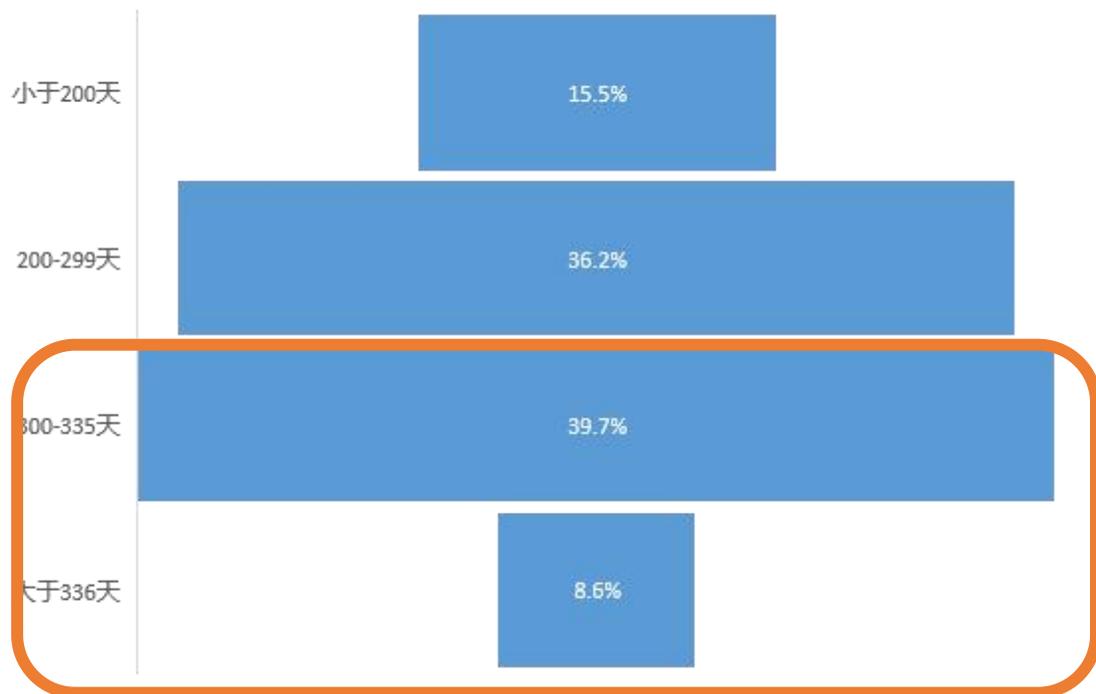
2022年净开店门店数分布



一 餐饮人韧性坚守—坚持开店营业

样本企业的餐厅门店以一二线城市为主，遍布全国。2022年样本企业旗下餐厅正常营业日平均达266天。企业反馈最少的正常营业日仅有120天，约五成企业的平均营业天数超过300天。疫情之下连锁餐饮人依然韧性坚守，相信疫情会过去

2022年餐厅正常营业的平均天数



个别样本企业表示，曾遇到过经营一天都没有客流、没有订单的情况。不过一旦有客流，会比旁边的单体店生意会好一些。

一群人会走得更远。作为有一定品牌号召力的连锁餐饮，比单体店在人员调配等方面有一定优势，团队也会有更强的韧性去坚守。

二、餐饮人韧性坚守—少数企业表现良好

- 少数头部企业表现良好，在2022年甚至可以做到持续增长。
 - 少数派表现出较强的抗风险能力，其发展模式、管理能力和品牌力等在疫情下被验证，值得行业企业学习
- 九毛九集团的怂重庆火锅厂已经成为继第二增长曲线“太二酸菜鱼”之后的第三增长曲线。目前全国已有27家门店，计划在2023年再新开30家门店。目前，九毛九集团旗下五大品牌皆为全自营店。
 - 蜜雪冰城2022年进一步发力县级

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_52154

