



【行业分析】

餐饮产业:互联网时代的生存之变

何芳

2012年,移动互联网浪潮席卷至中国餐饮业,彼时不同的企业有不同的反应:一些感知灵敏的中小餐企先知先觉,主动变革并借势互联网实现逆袭,把危机变成了商机;而一些大型餐企却采取了被动地观望和守城。在互联网时代,主动变与被动守,或将改变餐饮产业格局,成为行业新的分水岭。

餐饮产业 呈现“外热内寒”之症

2017年中国餐饮产业整体呈现为“外热内寒”之症。看似百花齐放、生机盎然,实则硝烟弥漫、竞争惨烈。5年前,中国餐

饮产业年度发展报告中还没有“外卖、火锅、团餐”这些词,在细分市场上,只以正餐、快餐和其它餐饮标明别类,售卖方式也以堂食为主。

而到了2017年,市场发生巨变,大众餐饮成为市场新的主体,占比达到80%,外卖成为中小餐饮企业销售主渠道。据饿了么APP平台近期发布的中国外卖大数据显示,中国外卖市场用户规模达到6亿,2016年每周消费3次以上的在线外卖用户占比高达63.3%,外卖就餐成为常规方式。与此同时,火锅品类迅速崛起,市场进一步细分出正餐、火锅、快餐、团餐、西餐及休闲餐饮等众多品类。

根据中国饭店协会最新发布的“2017年中国餐饮业年度报告

(2016财年)”显示,2016年,全国餐饮收入实现35799亿元,同比增长10.8%,占社会消费品零售总额的10.8%。从中国餐饮集团百强情况来看,正餐集团50强营业额合计超过550亿元,总体较上一年增加了50亿元。火锅餐饮20强营业额合计超过470亿元,总体较上一年增加了20亿元。快餐10强营业额合计超过130亿元,总体较上一年增加了10亿元。团餐10强营业额合计超过190亿元,总体较上一年增加了10亿元。西餐及休闲餐饮10强营业额合计超过110亿元,总体较上一年增加了10亿元。

而从交易额的角度来看,火锅依旧是餐饮业的第一大品类。美团点评餐饮交易额中超过20%来自于火锅品类。

平稳增长的经济数据背后,难掩市场竞争白热化的厮杀现状。餐饮业第一大品类的火锅店逐渐呈现出存量高、阵亡率高的特点。在北京、上海、深圳、广州、重庆、成都等地,火锅店呈现负增长的态势,其中成都地区火锅店关店率最高,从2016年初的近10000家跌至年底的7000余家。相关数据显示,2016年全国餐饮门店从2015年的500多万猛增至602万家。在疯狂的开业潮背后,另有一组数据也骇人听闻:2016年全国餐饮业的月倒闭率高达10%,年复合倒闭率超100%,北上广深仅半年就有16万家餐厅关门,其中不乏老牌餐饮和网红餐饮,比如湘鄂情、金钱豹、一笼小确幸、茶香书香、水货餐厅等。

而从美团点评新发布的数据来看,已关餐厅平均寿命为508天,2016年关店数为开店数的90%,餐饮业正处于一个转型升级的高速路口,机遇和挑战的剧烈程度是以往餐饮企业从未遇到的。

此外,“寄居”在商业综合体(Shopping Mall)的商场餐饮竞争也日趋白热化,商场中餐饮企业占比也从最初的10%飙升到现在的40%或以上。与此同时,商场给品牌的成长周期却在大幅缩短。有数据显示,商场餐饮淘汰期从最初的5年缩减到3年,再到1年。甚至,在一些A类(一般指服装、鞋类、床上用品、玩具类)购物中心,让一家餐厅撤场最快只用1.5—3个月。

(下转第十版)