



客服电话：400-072-5588

连锁餐厅 头豹词条报告系列

宣

宣泽鹏

2023-06-19

未经平台授权，禁止转载

版权有问题？[点此投诉](#)

行业：

住宿和餐饮业/餐饮业/正餐服务

服务/餐饮娱乐

词条目录

行业定义 连锁餐厅是指在共享公司所有权或特许经营权安排下经营... AI访谈	行业分类 中国连锁餐厅行业按照经营模式分类，主要的由直营模式... AI访谈	行业特征 随着国民经济的稳步增长和居民收入水平的显著提升，餐... AI访谈	发展历程 连锁餐厅行业目前已达到 4个阶段 AI访谈
产业链分析 上游分析 中游分析 下游分析 AI访谈	行业规模 2022年中国连锁餐厅行业规模达到了11,317.5亿元，市... AI访谈 数据图表	政策梳理 连锁餐厅行业相关政策 5篇 AI访谈	竞争格局 中国连锁餐厅市场呈现出一超多强的竞争格局，市场呈现... AI访谈 数据图表

摘要

连锁餐厅是指在共享公司所有权或特许经营权安排下经营、利用规模经济及共享品牌认知度的多家餐厅。中国主要的餐饮行业由分散的非连锁餐厅组成，但是在近几年的发展中，对于食物标准和用餐需求的提升，连锁餐厅行业正在迅速发展，并有望在未来产生新的餐饮业格局。该词条由上海财经大学法学专业宣泽鹏2023年6月编写完成

连锁餐厅行业定义^[1]

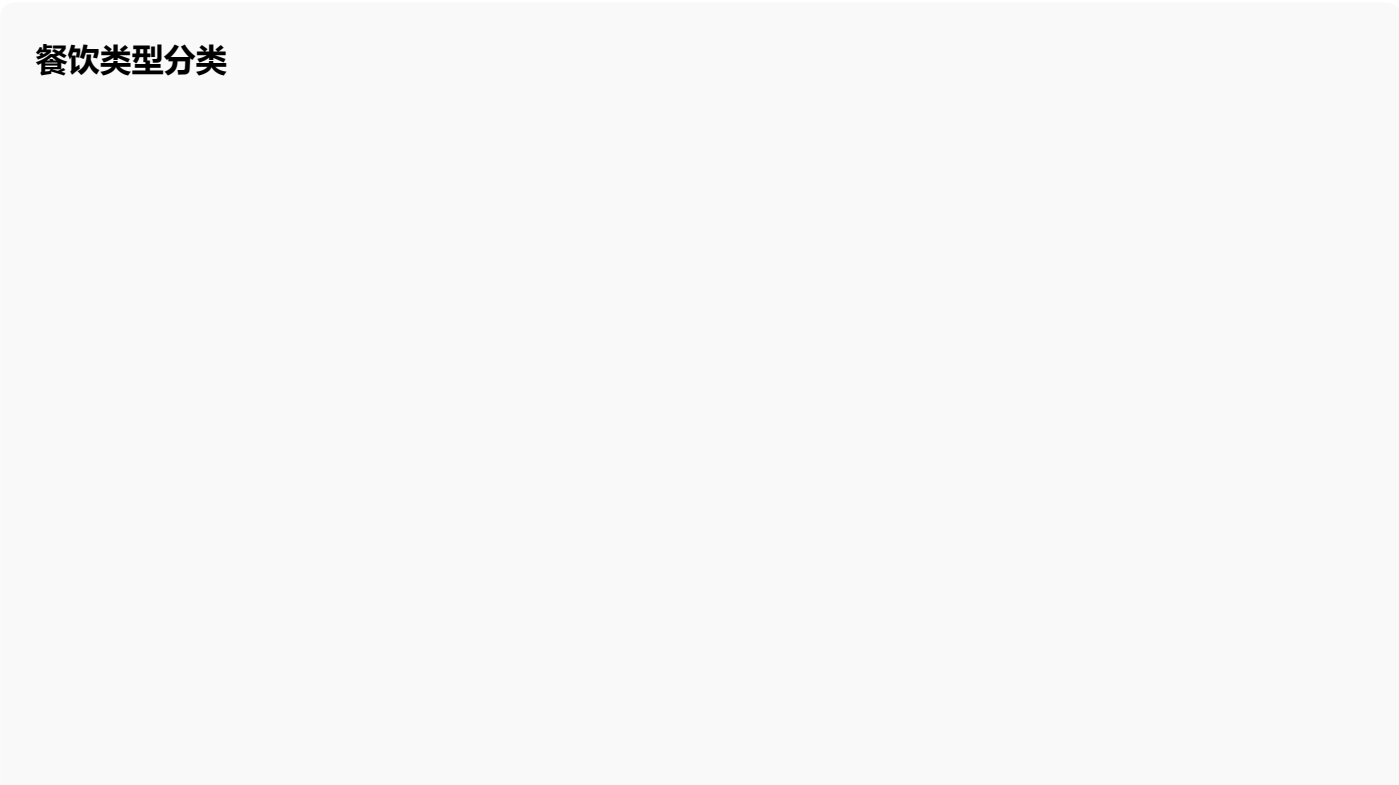
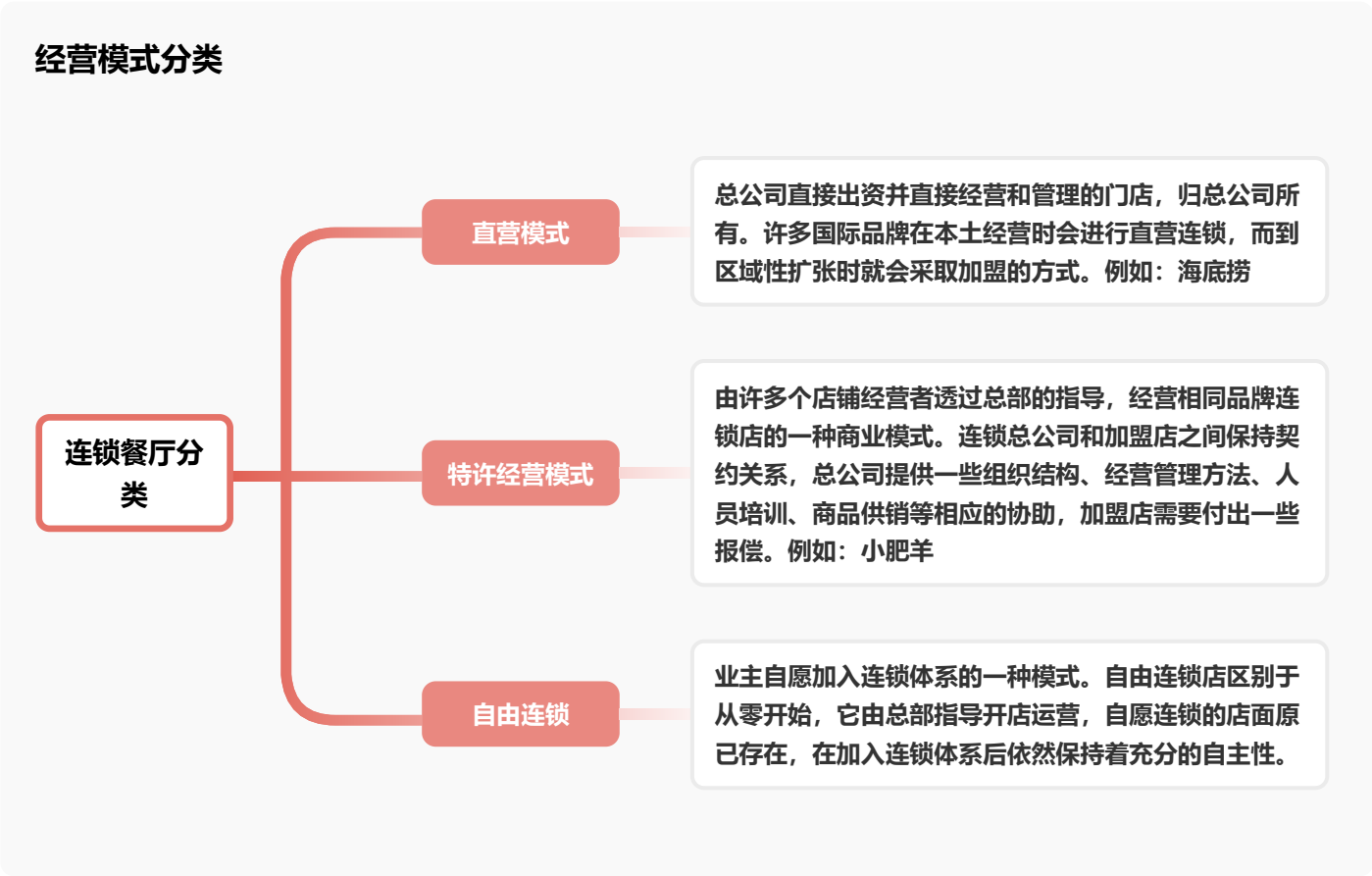
连锁餐厅是指在共享公司所有权或特许经营权安排下经营、利用规模经济及共享品牌认知度的多家餐厅共同形成的经营模式。这些餐厅通常拥有相同的品牌，菜单和服务标准等，并且采用标准化的管理制度和运营模式，具有高度的标准化和复制性。连锁餐厅主要通过加盟或直营的方式扩张，通过共享供应链、品牌、经营模式和产品等，影响并覆盖多个地区或城市，形成一个连锁餐厅集团。中国连锁餐厅行业已经初步发展，涵盖了西餐、中餐、茶饮、咖啡等不同品类。整体餐饮市场规模庞大，未来中国的连锁餐厅有巨大的发展潜力。

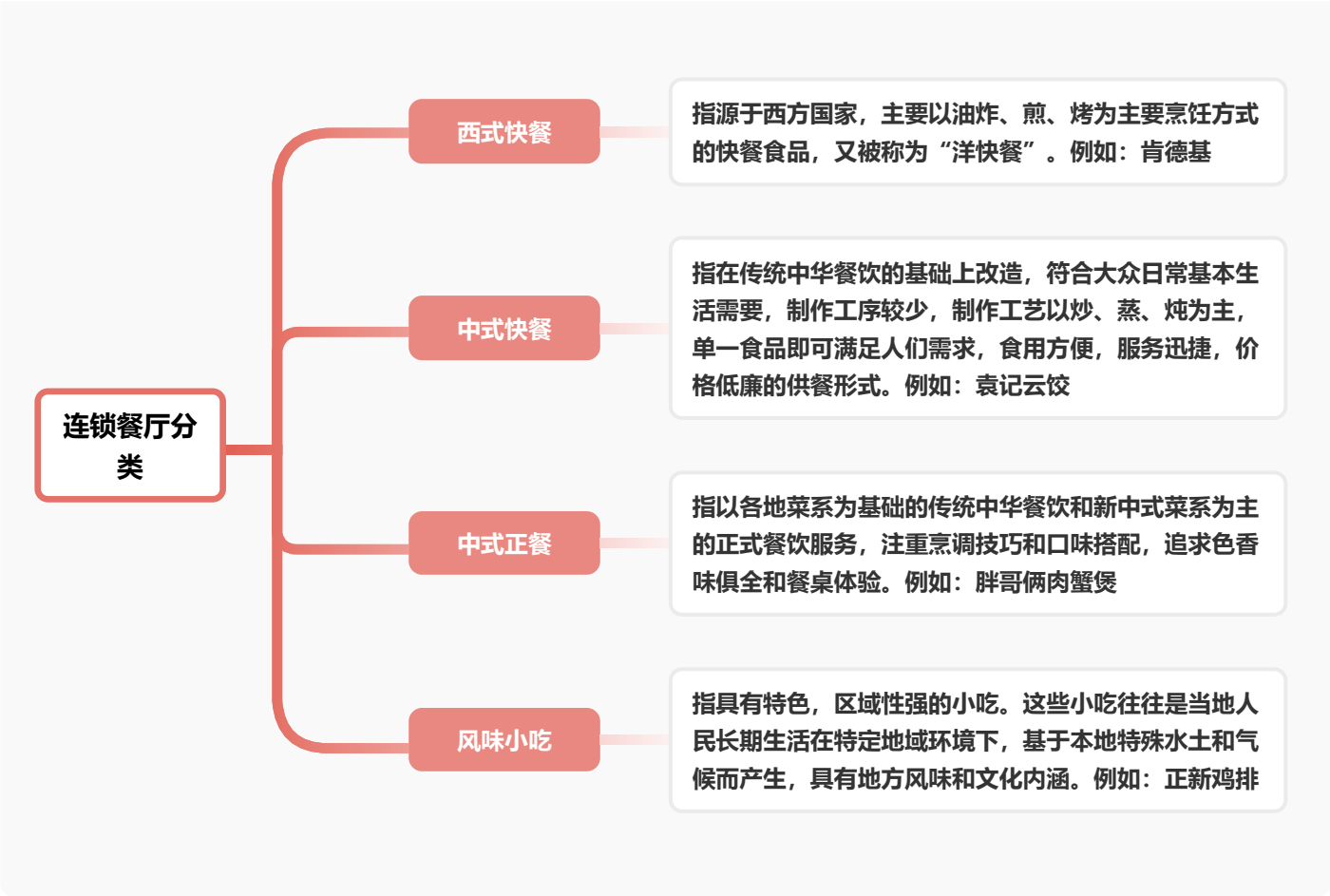
[1]

1: CNKI, 《中国食品》, ...

连锁餐厅行业分类^[2]

中国连锁餐厅行业按照经营模式分类，主要的由直营模式和特许经营模式，自由加盟的模式较少。而在特许经营模式中又存在合资和品牌互换的模式。按照餐饮类型分，连锁餐厅可分为西式快餐，中式快餐，中式正餐等。





[2] 1: 美团

[3] 1: <https://zhuanlan.zhuanlan.zhuanlan.com/> 2: <https://zhuanlan.zhuanlan.com/> 3: 知乎

连锁餐厅行业特征^[4]

随着国民经济的稳步增长和居民收入水平的显著提升，餐饮连锁市场呈现出强劲的增长势头。餐饮消费已经成为推动全年消费需求稳定增长的关键因素。经过几年的发展，大部分位居前列的餐饮连锁企业均采用了连锁经营模式。中国的餐饮连锁企业开始积极塑造品牌优势，扩大企业规模，并重视使用连锁经营和特许经营进行扩张。在市场需求中，科学饮食成为一种流行趋势。中国大型餐饮连锁业务，尤其是直营连锁业务发展迅速，例如快餐、外卖服务、火锅连锁店以及团体供餐等，都有显著的增长。**目前，连锁经营模式已成为许多地区餐饮业的主导经营方式。**

1 中国餐饮业连锁化空间巨大

中国餐饮行业广阔的市场规模与较低的连锁化率、标准化程度，是过往市场在餐饮投资中所面临的核心矛盾。

餐饮行业产业链涵盖了广泛的环节，后厨与制造业关联紧密，前厅与服务属性相关。这种广泛性使得餐饮企业在扩张过程中遇到困难，产业链中的各个环节集中度不高且标准化程度有限，从农业养殖到消费者

需求。同时，餐饮行业的进入门槛低，但人工成本和房租不断上涨，导致利润率较低，企业的生存时间有限。展望未来，中国餐饮行业的连锁化率有望继续提升，考虑供需因素的影响。尽管中国连锁企业收入贡献比例已提高至17%，但与美国和日本相比仍有较大差距，仍有提升空间。

2 连锁餐厅赛道众多

潜力黑马赛道和传统赛道均有发展空间

纵览连锁餐厅产业链，成功的餐饮赛道需同时满足供需双方的发展空间。消费者需求决定了市场的潜力，而供给方的系统细分和标准化程度决定了业务的可持续性。供应链的建设也对市场的覆盖面起着重要作用。近年来，西式快餐在标准化程度方面表现出色，火锅行业则在供应链上有较为成熟的优势。标准化程度高的酒馆也成为了潜力黑马。未来，体量庞大且对供应链要求较高的团餐业有望成为下一个有潜力的发展赛道。

3 连锁餐厅依附性强

连锁餐厅受其消费市场限制，大多依附于商场、景区等人流密集区

连锁餐厅主要面向追求高效便捷用餐体验的人群。因此，它们通常选择在客流量较大的商圈、CBD和景区等地开店。这一做法有两个主要目的：首先，通过增加客流量和营业额来提高盈利能力；其次，这样做可以更好地接触目标消费群体，拉近品牌与客户之间的距离，并提升市场曝光度。

[4] 1: <https://mp.weixin...> 2: <https://mp.weixin...> 3: CNKI, 《中国食品》, ...

连锁餐厅发展历程^[5]

自中国1978年十一届三中全会召开以来，个体户获准开设饭馆，餐饮业开始初步发展。在1980年代，中国餐饮市场以非连锁、分散经营为主，个体户和夫妻店等特色形式占据主导地位。直到1987年，中国大陆迎来了第一家肯德基餐厅的开业，为外资连锁餐饮进入中国市场开启了大门，也催生了国内本土连锁餐厅的发展初期。在1990年至2010年代，中国本土连锁餐厅蓬勃发展，各类连锁餐厅逐渐在中国餐饮市场占据重要份额。如今，随着消费者对餐饮品质要求的不断提升，高端化和多元化品牌正在引领连锁餐饮业的新潮流。

萌芽期 · 1978-12-22~1990-01-01

十一届三中全会的召开，中国第一家个体饭馆——悦宾饭馆开张，中国大陆第一家肯德基开业等

国家政策开始允许个体户的经营，个体餐饮从此开张。1987年中国大陆第一家肯德基的开业，预示着连锁餐厅开始在中国种下种子，无论是外国还是本国的连锁餐厅开始瞄准大陆市场，奠定了行业的基础。

启动期 · 1990-01-01~2000-01-01

1990年代初期，中国的餐饮业开始出现了一些本土连锁餐厅，如元祖、永和豆浆、大家乐等。这些连锁餐厅主要以快餐和茶餐厅为主，受到了消费者的欢迎。同时，一些国际知名的连锁餐厅也开始进入中国市场，如必胜客、麦当劳等。

大陆以外的连锁餐厅大规模进入中国大陆，成为了风靡大街小巷的就餐新体验。中国市场有着巨大的潜力，也同时孵化着本土连锁品牌。

高速发展期 · 2000-01-01~2020-01-01

2000年代，连锁餐厅进入快速发展的阶段，各种类型的连锁餐厅如快餐、中式快餐、西式快餐、火锅店、烧烤店。例如：杨国福麻辣烫、正新鸡排等。2010年代，随着中国消费升级和消费者对健康、品质、环境的要求越来越高，连锁餐厅行业也开始向高端化、多元化、品牌化、服务化的方向发展。一些本土的高端餐厅连锁品牌如海底捞、呷哺呷哺等开始崭露头角，同时国际品牌如塔可钟等也在中国市场上开展业务。

2000年代以来，本土和外国的连锁餐厅品牌同时发力，连锁餐厅行业进入高速发展期，各品类的连锁餐厅争相拓展全国市场，随着消费者的需求而不断探索自己的发展方向。

震荡期 · 2020-01-01~2023-06-30

新冠疫情的到来和结束

随着新冠疫情的到来，全国线下餐厅陷入停摆状况，因为防控政策的影响，连锁餐厅也迎来关门潮，多家连锁餐饮巨头，先后在2021年陷入大规模关店风波。呷哺呷哺宣布关闭200家并且当年不再拓店。海底捞，宣布年底前关店300家。与此同时，外卖行业的兴起催生了连锁餐厅的线上服务，成为了连锁餐厅的新希望。而在疫情结束之后，连锁餐厅行业正在慢慢复苏。

[5] 1: <http://www.yonho...> 2: <https://www.sohu...> 3: 头豹

连锁餐厅产业链分析^[6]

连锁餐厅的产业链自上而下包括原材料的生产及供应、半成品、配送物流、餐厅运营等环节。上游原材料生产包括农副产品的养殖和初加工；广义上的化工产业，包括对食品调味料的加工等；以及对初加工产品到下游进行再加工的运输环节。中游环节包括食材的进一步加工，形成半成品或预制菜等产品；从加工部门分发至各个门店的运输环节；门店或者区域性总部的仓储环节。下游餐厅运营包括对餐厅风格，选址的打造；厨房品质的把控；用户体验的控制等。

疫情之后，餐饮行业迎来了新一轮的增长，连锁餐厅依靠庞大的品牌体系和多样化的销售渠道抵抗住疫情的冲击。当下连锁餐厅依托于较好的地理位置和品质保证依然能够保证较好的上座率和利润率。通过打开线上的销售渠道，连锁餐厅通过强大的供应链体系、快速高效的出餐效率和品牌带来的品质保证，在外卖平台上的表现良好。美团数据显示，人均外卖的消费区间由30元至最高300元不等，平均数已达40元左右。同时，2022年餐饮在线交易额比例已达25.9%。餐饮连锁率也从2018年的12%上升到2022年的19%。

未来，连锁餐厅的主要方向在于，一方面建立起自有的上游原产品加工物流体系，划分出预制菜赛道，多平台，多渠道增加餐厅的销售规模。例如：肯德基餐厅内售卖预制菜。另一方面，连锁餐厅设立多个品牌，对消费群体进行进一步的划分，以满足各个群体的不同消费需求。例如：呷哺呷哺下属开设多个火锅品牌，满足消费群体的多样化。

产业链上游

生产制造端

原材料生产及供应链

上游厂商

蜀海（北京）供应链管理有限责任公司 >

颐海（上海）食品有限公司 >

扎鲁特旗海底捞食品有限公司 >

查看全部

产业链上游说明

连锁餐厅上游的产业链环节主要集中于农产品，畜牧业的养殖和初加工产业以及生鲜的采购运输。对供应链的把控则成为了连锁餐厅产业的重要组成部分。知名企业深耕产业上下游，构建竞争优势。大型餐饮企业开始深度进行上下游供应链布局，通过上游环节的新产品，将下游的烹饪环节提前，从而实现产业链整合。例如，海底捞的全产业链模式，绝味集团的绝配柔性供应链等**从资本风向看，连锁餐厅产业链的上游逐渐成为投资重点。**2022年的资本风向发生一些变化，投资机构开始对上游供应链企业进行投资，进入包括食品科技、冷链物流等的赛道。2022年共有餐饮投融资事件229起，其中投

资标的是餐饮品牌的占比为59.39%，是餐饮服务商的占比为20.52%，是食材供应链的占比为16.16%。相比2021年，面向餐饮供应链的融资事件比例提升了约6%。2022年以来餐饮产业完成的IPO企业中，有四家为上游供应链企业，占据总体的57%。

中 产业链中游

品牌端

连锁餐厅餐品的生产和餐饮服务

中游厂商

四川海底捞餐饮股份有限公司 >

绝味食品股份有限公司 >

广州九毛九餐饮连锁有限公司 >

查看全部 v

产业链中游说明

连锁餐厅产业链的中游重要的组成部分包括了半成品的制作和餐厅服务等。其中餐厅餐饮服务是最重要的连接桥梁，将原材料半成品直接触达至消费者。从市场增长空间来看看，中国连锁餐厅仍有较大发展空间。中国连锁餐饮率与发达国家相比较低，但中国连锁餐饮市场稳定增长，连锁化率不断提高。2018年至2022年，中国餐饮行业的连锁化率持续增长，从12%增至19%，显示出中国餐饮市场连锁化的进程在不断加速。而与美国54%的餐饮连锁化率相比，中国餐饮行业仍有较大的提升空间。从市场规模来看，中国连锁餐饮市场2017年的7,691亿元增至2022年的11,317.5亿元，CAGR为8.03%，同年连锁化率为15%。预计2027年中国连锁餐厅行业的规模有望达到20,262.6亿元，连锁化率将达22.2%。从连锁餐厅门店数量看，中国连锁餐厅发展有品类倾向性。小吃快餐的门店数在过去三年高居榜首，占比近50%。其次是饮品店、面包甜品等。在2021年里，烧烤，其他地方菜，特色菜连锁门店数同比增长最快，分别达到了27.6%，22.1%，33.2%。同时预制菜的诞生，成为帮助餐饮产业链中游环节降本增效，提升盈利能力的新渠道。截至2022年5月，中国现存的预制菜相关企业6.67万家。近十年来，中国预制菜相关企业注册量整体呈上升趋势。2019年新增1.28万家，同比增长27.46%。2020年新增1.29万家，同比增长0.63%。2021年新增0.42万家，同比减少67.32%。

下 产业链下游

渠道端及终端客户

消费者客户

渠道端

消费者

产业链下游说明

从各类连锁餐厅受众群体来看，**连锁餐厅主要受众群体包括需要快捷便利的上班族、注重用餐体验的消费者以及追求独特口味的消费者。**快餐连锁餐厅主要吸引需要快捷品质保证的上班族，为他们提供高效的工作餐选项。中式正餐连锁餐厅的主要客户群体是注重体验感的消费者，他们注重用餐过程中的服务和餐品品质。风味小吃连锁餐厅主要吸引对独特口味有追求的消费者，其中一部分是工薪阶层白领，学生等，另一部分是喜欢尝试新风味的消费者。**从消费者偏好来看，一线城市的人均餐饮消费高于三线城市，消费者更倾向于选择品质保证、实体店面的连锁餐厅。**2018年至2022年，不同城市等级的人均餐饮消费水平存在明显差异。以一线城市和三线城市为例，2018年一线城市的人均餐饮消费平均为57.2元，而三线城市为42.4元，一线城市的人均消费高出三线城市35%。在2022年一线城市的人均餐饮消费水平为86元，而三线城市为53元，一线城市的消费水平高出三线城市62%。

[6] 1: <https://zhuanlan.z...> 2: CNKI, 《中国食品》, ...

连锁餐厅行业规模^[7]

2022年中国连锁餐厅行业规模达到了11,317.5亿元，市场呈现持续增长趋势。中国餐饮市场规模在过去几年持续呈现强劲增长。从2014年的2.9万亿元增加到2021年的4.7万亿元，年复合增长率达到10.7%。随着社会秩序逐渐恢复，餐饮市场规模已恢复至疫情前水平。自2017年以来，连锁餐厅行业规模持续增长。从2017年的7,691亿元增至2022年的11,317.5亿元，市场规模持续扩大。这反映出连锁餐厅行业具备较高的发展潜力，并呈现出激烈的市场竞争。连锁餐厅行业得到了消费者需求的支持，吸引了更多的投资和扩张。

消费者对食品安全的要求以及大众消费水平的逐步提高，连锁餐厅行业在高品质保障和一致的服务体验方面取得了显著进展，这将进一步推动餐饮行业的发展。到2027年，中国连锁餐厅行业的规模有望达到20,262.6亿元。这表明未来连锁餐厅行业仍然具有巨大的增长潜力，并将继续受到消费者的青睐。**快速增长的消费能力与当下消费人群对品质化，多元化生活的需求构成了中国连锁餐厅行业的基础。**与此同时，连锁餐厅背后品牌的影响力和大体量公司的吸引力，使得整个连锁餐厅行业汇聚了既有优质的用餐体验，又有安全可靠的品质保证的双重优点。这大幅提高连锁餐厅行业在整个餐饮业的竞争力。

中国连锁餐厅行业仍具备巨大的发展潜力，将吸引投资并实现市场持续性增长，主要包括三大原因：（1）**居民消费提高带来的对外就餐需求提升。**根据国家统计局数据，中国城镇家庭人均可支配收入由2017年的36,396元到2021年的47,412元，复合增长率为6.8%。同时，人均外出就餐支出由2017年的2,851.9元增至2021年3,319.8元。中国消费者外出就餐的提高必然会带动餐饮行业的进一步增长，连锁餐厅有着广阔的消费基础。

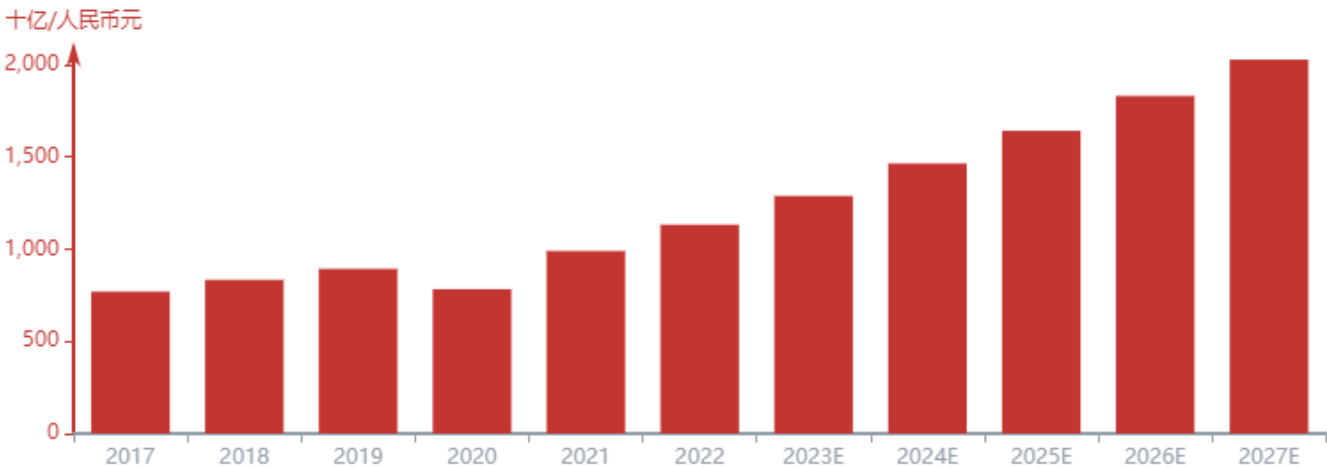
(2) **连锁餐厅发展潜力巨大。**未来连锁餐厅的规模会逐年上升至22%。相对比与欧美等国连锁餐厅占餐饮行业比例的50%-60%，中国餐厅连锁率仍有差距，连锁餐厅发展仍有空间。另一方面，餐饮业资本力量充足，单笔超亿元大额融资频现，连锁餐厅有充足的资本实力进行发展。(3) **餐厅下沉增加，在二线以下城市大展身手。**随着一线以下城市的经济继续发展，对连锁品牌的需求预期增加，带动了连锁餐厅对人口基数更为庞大的二线以下城市的发展。

连锁餐厅市场规模

中国连锁经营协会，绿茶集团招股书，乡村基招股书

下载原始数据

连锁餐厅市场规模



连锁餐厅市场规模=中国餐饮市场规模*连锁餐饮渗透率

[7] 1: 中国连锁经营协会

连锁餐厅政策梳理^[8]

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《商业特许经营管理条例》	国务院	2007-05-01	10
政策内容	特许人从事特许经营活动应当拥有至少2个直营店，并且经营时间超过1年。			
政策解读	规定了连锁餐厅的准入门槛，有效的控制连锁餐厅扩张的速度和质量。本条例设立门槛较低，总体上鼓励连锁餐厅行业发展。			

政策性质	规范类政策
------	-------

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《餐饮业经营管理办法》	商务部	2014-11-01	10
政策内容	国家鼓励餐饮经营者发展特色餐饮、快餐、早餐、团膳、送餐等大众化餐饮，提供标准化菜品，方便消费者自主调味，发展可选套餐，提供小份菜。			
政策解读	该规定表明了国家鼓励的餐饮业发展方向，为连锁餐厅的发展提供国家战略方向参考。有助于连锁餐厅把握政策方向，实现行业进一步发展			
政策性质	指导性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《中华人民共和国中小企业促进法》	全国人民代表大会	2018-01-01	10
政策内容	规定包括财税支持、政策促进、创业扶持、创新支持等在内的政策			
政策解读	该规定涉及中小企业的各个方面，国家从立法上支持对中小型连锁餐厅企业营商环境的改善，为连锁餐厅发展创造良好的机会。			
政策性质	规范类政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《中华人民共和国中小企业促进法》	全国人民代表大会	2015-10-01	5
政策内容	规定食品安全中的法律问题			
政策解读	该规定旨在保证食品安全，保障公众身体健康和生命安全，为连锁餐厅行业中出现的食品安全问题提出指引，进一步完善行业内部的食品安全标准。			
政策性质	规范类政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《国家食品药品监督管理局关于实施餐饮服务食品安全监督量化分级管理工作的指导意见》	国家食品药品监督管理局	2012-01-06	5
政策内容	对评定食品安全具体标准，工作要求进行规定			
政策解读	该规定细化食品安全监督管理的工作要求和评定的具体标准，为连锁餐厅提供切实有效的要求，进一步规范行业内食品安全工作，有利于构建良好的连锁餐厅消费环境。			
政策性质	指导性政策			

[8]

1: <https://www.gd.gov.cn/>

2: <https://www.gov.cn/>

3: <http://www.npc.gov.cn/>

4: <http://www.mofcom.gov.cn/>

5: <https://www.gov.cn/>

6: 国务院

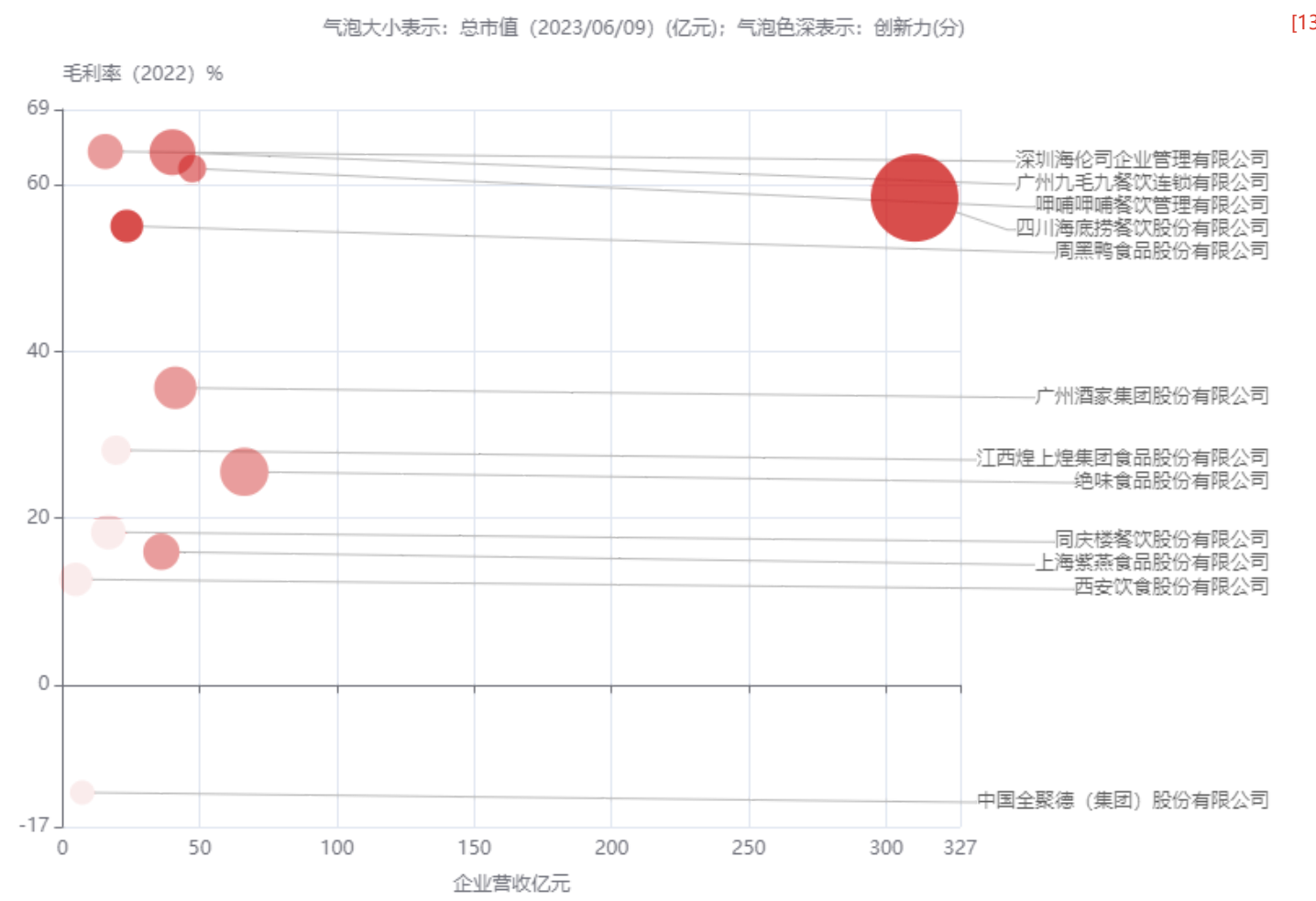
连锁餐厅竞争格局^[9]

中国连锁餐厅市场呈现出一超多强的竞争格局，市场呈现以海底捞为首，九毛九，呷哺呷哺，绝味食品等为中坚力量，西安饮食，全聚德为老牌力量的中国连锁餐厅市场格局。其中，海底捞自创立以来进行过多次创新，并且建立起自营的供应链及配套产业，截至2022年，海底捞在全球开设1435家直营餐厅，其中1310家门店位于中国大陆，位居中国连锁餐厅市场领先地位。

中国连锁餐厅行业存在多个具有不同特点和竞争力的品牌。海底捞等大型连锁餐厅通过规模 and 市场份额在行业中占据领先地位，而九毛九餐饮、海伦司等新兴品牌则凭借创新力和市场拓展迅速崛起。海底捞以超300亿元企业营收，58.4%毛利率，967.7亿总市值等多方面领先占据连锁餐厅市场霸主地位，其市场体量和扩张速度均为中国连锁餐厅的前列。与此同时，其强有力的自营体系，保障了海底捞在各门店服务水平和餐品品质的稳定和高水平。**立足于互联网的九毛九餐饮，以其多样的餐饮品牌和文化，以及各类互联网网红活动顺利“破圈”，成为一个网红连锁餐厅，是最具创新力的新连锁餐厅品牌。**新兴酒馆海伦司，创新火锅品牌呷哺呷哺等通过针对性的市场受众，迅速扩张的市场规模，打入到年轻人群体中，成为行业发展的黑马力量。卤制品公司如周黑鸭，绝味鸭脖等公司深耕本行业，有其独特性，成为了不可忽视的中坚力量。

中国连锁餐厅行业将呈现特色化、创意化和预制化的发展趋势。近年来，海底捞、海伦司和太二酸菜鱼等连锁品牌企业迅速崛起，引发了市场对菜品创新和个性化服务的更高需求。传统菜品和烹饪技艺已无法满足市场的追求，因此各品牌必须积极进行创新，并紧跟互联网浪潮，以建立新的品牌效应。此外，**随着预制菜市场的快速扩张，预制菜成为连锁餐厅在迅速扩张的同时确保产品质量的可行策略之一。**未来将有更多连锁餐厅进入这个领

域。这一趋势将使连锁餐厅行业更加规模化和标准化，从而提高整体运营效率和服务质量，以满足消费者对快捷、高品质餐饮的需求。



上市公司速览

海底捞国际控股有限公司 (06862)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
943.4亿	310.4亿	-24.5000	-

绝味食品股份有限公司 (603517)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
251.5亿	18.2亿元	8.04	24.30

九毛九国际控股有限公司 (09922)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
88.0亿	40.1亿	-4.1600	-

海伦司国际控股有限公司 (09869)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
246.5亿	15.6亿	-15.0500	-

广州酒家集团股份有限公司 (603043)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
163.8亿	9.2亿元	23.09	32.39

周黑鸭国际控股有限公司 (01458)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
136.4亿	23.4亿	-18.3500	-

上海紫燕食品股份有限公司 (603057)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)

江西煌上煌集团食品股份有限公司 (002695)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)

102.0亿	7.6亿元	13.84	18.69
--------	-------	-------	-------

57.0亿元	5.1亿元	-5.59	29.10
--------	-------	-------	-------

西安饮食股份有限公司 (000721)			
总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
79.2亿元	1.8亿元	53.51	23.09

同庆楼餐饮股份有限公司 (605108)			
总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
90.2亿元	5.4亿元	27.27	24.94

- [9] 1: CNKI, 《中国食品》, ...
- [10] 1: Choice
- [11] 1: Choice
- [12] 1: Choice
- [13] 1: <https://www.haidilao.com/> 2: <https://www.juewe.com/> 3: <http://jiu.maojiu.com/> 4: <https://www.helen.com/> 5: <https://www.gzr.com/> 6: 海底捞 九毛九 绝味食品...

连锁餐厅代表企业分析

1 西安饮食股份有限公司【000721】

公司信息			
企业状态	开业	注册资本	57391.4308万人民币
企业总部	西安市	行业	住宿业
法人	靳文平	统一社会信用代码	91610103294241917P
企业类型	股份有限公司(上市)	成立时间	1996-12-31
品牌名称	西安饮食股份有限公司	股票类型	A股
经营范围	一般项目：餐饮管理；品牌管理；食品销售（仅销售预包装食品）；食品互联网销售（仅销... 查看更多		

财务数据分析										
财务指标	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023(Q1
销售现金流/营业收入	0.99	1.01	1.01	1.02	1.07	1.06	0.96	-	-	-
资产负债率(%)	33.581	37.9224	34.7471	37.8235	47.3514	43.7833	49.8944	70.313	66.292	68.323

营业总收入同比增长(%)	-6.8908	-8.5703	0.3102	-1.3499	0.4547	0.8911	-17.9021	26.39	-6.65	53.512
归属净利润同比增长(%)	-25.2387	-386.1296	139.0274	-191.1073	181.6551	-597.9055	119.114	-	-	-
应收账款周转天数(天)	8.7438	9.7011	11.1748	15.8794	18.642	16.4873	19.4042	24	39	33
流动比率	1.2774	1.0203	1.1642	1.6032	1.0395	0.7258	0.6934	0.211	0.263	0.284
每股经营现金流(元)	0.0442	0.0051	0.0493	0.0258	0.0142	-0.0676	0.0673	0.077	-0.066	0.017
毛利率(%)	37.862	37.9517	37.0998	35.7056	33.7943	32.2329	28.6695	-	-	-
流动负债/总负债(%)	93.4928	93.7527	92.0057	69.3577	74.4428	84.6471	88.1568	76.381	80.333	82.51
速动比率	1.101	0.8964	1.0375	1.466	0.9367	0.6054	0.607	0.17	0.212	0.237
摊薄总资产收益率(%)	1.163	-3.078	0.918	-1.2091	0.7087	-4.0374	0.6518	-11.982	-13.978	-1.932
营业总收入滚动环比增长(%)	-7.4419	2.6408	-6.7301	7.9081	0.2638	-19.5099	54.0439	-	-	-
扣非净利润滚动环比增长(%)	-330.2347	-183.8681	-132.9908	-152.8594	-292.181	-244.1803	89.5655	-	-	-
加权净资产收益率(%)	1.6	-5	2	-1.69	1.44	-7.36	1.45	-	-	-
基本每股收益(元)	0.0222	-0.0634	0.0247	-0.0225	0.019	-0.0945	0.0181	-0.338	-0.3901	-0.0542
净利率(%)	2.2205	-6.6351	1.9598	-2.6029	1.6782	-9.588	1.8722	-33.0214	-45.6984	-17.8811
总资产周转率(次)	0.5238	0.4639	0.4684	0.4645	0.4223	0.4211	0.3482	0.369	0.306	0.109
归属净利润滚动环比增长(%)	38.6279	-165.7519	-122.0867	-151.0158	742.7824	-228.4678	845.0409	-	-	-
每股公积金(元)	0.1108	0.1112	0.1112	0.1112	0.1112	0.1112	0.117	0.117	0.4956	0.4956
存货周转天数(天)	41.962	37.4699	35.5559	34.2515	32.3404	34.3158	38.8169	28	33	28
营业总收入(元)	5.46亿	4.99亿	5.01亿	4.94亿	4.96亿	5.00亿	4.11亿	5.19亿	4.85亿	1.76亿
每股未分配利润(元)	0.1797	0.1163	0.1359	0.1134	0.1144	0.0162	0.0281	-0.3099	-0.6554	-0.7096

稀释每股收益 (元)	0.0222	-0.0634	0.0247	-0.0225	0.019	-0.0945	0.0181	-0.338	-0.3901	-0.0542
归属净利润(元)	1106.06 万	-31647585.76	1235.12 万	-11252881.99	46.98万	-47150837.69	1.24万	-168685966.32	21457774.42	12594
扣非每股收益 (元)	-0.0544	-0.08	-0.046	-0.026	-0.0244	-0.099	-0.182	-0.3541	-0.4041	-0.0556
经营现金流/营业收入	0.0442	0.0051	0.0493	0.0258	0.0142	-0.0676	0.0673	0.077	-0.066	0.017

▪ 竞争优势

历史悠久，有较强的品牌聚集效应：集团旗下有11个中华老字号，被列入陕西省非物质文化遗产。众多的历史悠久的老字号，为西安饮食的下限保驾护航。

▪ 竞争优势2

注重流量打造：在呼唤传统的时代背景下，公司首个老字号文旅街区易俗社街区老字号集群开街运营，项目入驻10个品牌店，其中桃李村饭店、五一饭店恢复运营，实现了11个中华老字号品牌全面恢复。巨大的流量为公司发展前景带来新希望。

2 广州九毛九餐饮连锁有限公司

▪ 公司信息

企业状态	开业	注册资本	30000万人民币
企业总部	广州市	行业	零售业
法人	黄兆红	统一社会信用代码	91440101778376092T
企业类型	有限责任公司(外商投资企业法人独资)	成立时间	2005-08-30
品牌名称	广州九毛九餐饮连锁有限公司		
经营范围	包装材料及制品销售;乐器零售;文具用品零售;珠宝首饰零售;化妆品零售;鞋帽零售;新鲜蔬菜... 查看更多		

▪ 融资信息

A轮
数千万人民币
2010-01-12

IPO上市
22.00亿港元
2020-01-15

竞争优势

太二收入市占率第一：根据公司招股说明书数据，太二的营业收入在 酸菜鱼赛道市占率第一为 4.40%，CR3 市场份额占比 11.2%。此外，剔除定位快餐、模式以加盟为主的“鱼你在一起”，公司在酸菜鱼赛道上的门店数量也为市场第一。

竞争优势2

品牌孵化策略清晰：品类聚焦大赛道、品牌定位年轻化。公司在新品牌的品类选择上，注重选择大众接受度高、易标准化品类，并将产品打磨到极致。微创新则来自于差异化的品牌定位，聚焦年轻客群，通过“好吃、好看、好玩”带动流量转化。

3 四川海底捞餐饮股份有限公司

公司信息

企业状态	存续	注册资本	12500万人民币
企业总部	成都市	行业	餐饮业
法人	谢英	统一社会信用代码	91512000729822981E
企业类型	其他股份有限公司(非上市)	成立时间	2001-04-16
品牌名称	四川海底捞餐饮股份有限公司		
经营范围	餐饮管理、企业管理服务、卷烟，雪茄烟销售。仓储服务（除危化品）；肉制品（生制品）... 查看更多		

融资信息



竞争优势

服务优势：以顾客体验为重要目标，创新性地为顾客提供愉悦的用餐服务。门店全部的个性化服务都来自服务员的创意。这些充满温度的个性化服务也真正让顾客的每一次用餐都成为一场欢乐时光。

竞争优势2

产业链优势：海底捞旗下所有门店均为直营门店；自营物流体系使得餐品品质得到更好的保障。

法律声明

权利归属：头豹上关于页面内容的补充说明、描述，以及其中包含的头豹标识、版面设计、排版方式、文本、图片、图形等，相关知识产权归头豹所有，均受著作权法、商标法及其它法律保护。

尊重原创：头豹上发布的内容（包括但不限于页面中呈现的数据、文字、图表、图像等），著作权均归发布者所有。头豹有权但无义务对用户发布的内容进行审核，有权根据相关证据结合法律法规对侵权信息进行处理。头豹不对发布者发布内容的知识产权权属进行保证，并且尊重权利人的知识产权及其他合法权益。如果权利人认为头豹平台上发布者发布的内容侵犯自身的知识产权及其他合法权益，可依法向头豹（联系邮箱：support@leadleo.com）发出书面说明，并提供具有证明效力的证据材料。头豹在书面审核相关材料后，有权根据《中华人民共和国侵权责任法》等法律法规删除相关内容，并依法保留相关数据。

内容使用：未经发布方及头豹事先书面许可，任何人不得以任何方式直接或间接地复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编上述内容，或用于任何商业目的。任何第三方如需转载、引用或基于任何商业目的使用本页面上的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等），可根据页面相关的指引进行授权操作；或联系头豹取得相应授权，联系邮箱：support@leadleo.com。

合作维权：头豹已获得发布方的授权，如果任何第三方侵犯了发布方相关的权利，发布方或将授权头豹或其指定的代理人代表头豹自身或发布方对该第三方提出警告、投诉、发起诉讼、进行上诉，或谈判和解，或在认为必要的情况下参与共同维权。

完整性：以上声明和本页内容以及本平台所有内容（包括但不限于文字、图片、图表、视频、数据）构成不可分割的部分，在未详细阅读并认可本声明所有条款的前提下，请勿对本页面以及头豹所有内容做任何形式的浏览、点击、引用或下载。