

## 漫谈我国餐饮业

作者: 发布时间: 2004-7-3 15:12:59

经过20多年的努力,我国餐饮业已经成为改革开放过程中起步最早、起点最高、开拓发展最快、收效最为明显、市场化程度最高的行业之一。

有关专家提出,根据消费趋向和消费层次的不同,我国餐饮业目前已经形成五种业态:

一是以家常菜为主的大众餐馆,它在行业中的比例最大,消费群体主要是工薪阶层;二是以个人便捷消费为主的快餐,简洁、方便、规范的中、西式快餐深受年轻人和少年儿童的喜爱;三是以菜系区分的中高档类餐馆,主要满足团体消费;四是以老字号闻名的餐馆,由于代表着不同区域的餐饮文化而吸引中外消费者;五是以满足个性化为特色的餐馆,吸引怀旧、追新及喜新求异的消费者。

同时,我国餐饮业正加速向国际化方向发展。北京全聚德、杭州知味观、西安饭庄等一批国内顶尖餐饮企业获得国际餐饮名店和国际美食质量金奖。

统计数字显示,2002年我国餐饮业营业额占国内生产总值的5.1%,占第三产业收入的14.5%左右,占社会消费品零售总额的12%左右。餐饮业从业人员超过1500万人,新增就业岗位160万。餐饮业的加速发展,已经在扩大就业、保持国民经济持续、健康、快速发展方面发挥着重要作用。

有关专家指出,中国有着丰富的饮食文化和饮食资源,饮食业的发展前景是不言而喻的。“麦当劳”、“肯德基”在世界遍地开花的经验,使国内餐饮业看到了连锁经营强大的生命力和发展潜力。此外,中国加入WTO将促进中国相关法制建设得到进一步完善,中国餐饮市场也将进一步规范,与此同时,将会有更多的国外餐饮巨头涉足中国市场,给中国饮食业带来更多的挑战和机遇。中国餐饮业将逐渐成为全球餐饮市场的一个重要组成部分。

中国饭店协会会长韩明说,过去13年里,餐饮业成为成长最快的行业之一。党的十六大提出全面建设小康社会的目标,要加快发展现代服务业,成为餐饮业继续向好的重大利好。

餐饮业的发展一方面让群众吃得更好、更健康,另一方面作为劳动密集型行业,在已吸纳1500万人员就业的基础上,餐饮业将以每年新增160万个岗位的幅度进一步拉动就业。餐饮业继续保持高速增长十分有利于扩大就业。

随着我国餐饮企业的发展壮大,餐饮业投资主体也更趋多元化,企业资本投资逐步走向合资、股份等形式的社会多元化组合,企业结构也进一步向集团化方向迈进。从目前企业经营业态看,除高档风味酒楼、中档特色餐馆、宾馆餐厅外,还有快餐送餐,小吃排挡、休闲餐饮、各式饮品店和餐饮食品等形态,它们具有各自的风格特征,占据各自的市场定位,使餐饮市场更加丰富多彩,行业发展更趋多元化。

对于我国餐饮市场的发展趋势,中国烹饪协会副会长阎宇表示:随着国家关于扩大内需等一系列政策措施的实施及经济形势的稳步发展,餐饮业将继续保持较快的发展势头。

不过,目前中国的餐饮业也存在不少问题。

餐饮行业整体现代化水平不高,传统餐饮特征比较明显,现代经营管理、科学技术应用和社会组织化程度仍然较低,连锁经营不规范,连而不锁,连而无序的问题比较突出,具有国际竞争力的大型餐饮集团仍未形成。此外,餐饮行业人员整体素质偏低,也妨碍了餐饮业的健康快速发展。

餐饮行业的发展对扩大内需,拉动消费的作用有目共睹,但食品污染严重、环境卫生差和企业恶性竞争的问题,是制约餐饮行业发展的瓶颈。

我国餐饮企业的精力大多花在扩张店铺和网点建设上,进行资源整合的很少,影响了品牌扩大。例如在主体硬件上动辄投资几十万到上千万元。但是在支持和保障系统的投入则少得可怜。

我国餐饮业以其市场大、增长快、投入相对较少和吸纳劳动力多等特点,成为发达国家对外进行资本和品牌输出的载体。但缺乏统一标准,鲜有持久品牌,盲目跟风,市场竞争无序是制约该行业发展的致命因素。国内从红焖羊肉、涮羊肉,到肥牛、香辣蟹、水煮鱼等,大多是各领风骚一两年,“麦当劳”、“肯德基”却坚持在中国走本土化道路,一派繁荣景象。

缺少统一标准是中国快餐的薄弱之处。餐饮业有“二八开”的说法,即中式餐饮中80%是艺术,20%是科学。因此多年来,中餐一直很难在定量、定性上有所突破。

中国烹饪协会秘书长杨柳指出“加入世贸对中国餐饮业来说,挑战将大于机遇。”近年来随着餐饮业由卖方市场转向买方市场,该行业已成为国内投资的热点,不同水平、不同档次的餐饮企业基本上形成了全方位竞争的市场格局,并且竞争已经从区际扩展到了国际。

阎宇认为,应对加入WTO后来自国外餐饮行业的挑战,应努力提高企业科技含量与管理者素质,以品牌为核心提高企业竞争力,以技术创新为核心进行战略部署,更好地推进品牌战略和规模发展的进程。

有关专家说:加入世贸之后,网络销售的便利,进口税率的降低,更利于外国餐饮公司发挥品牌优势,集中采购和网上销售优势,市场竞争力将更为强劲。

业内人士分析,随着更多外资涌入,中国餐饮业将面临新一轮的整合,首先将加剧餐饮业投资市场的竞争。加入世贸组织后的国外餐饮公司将会利用品牌与管理优势,在中国餐饮市场更多地开展特许经营等业务,直接投资将会减少,但投资的绝对数量不会小。其次将加

剧餐饮业营销市场的竞争。

专家建议，中国餐饮企业应该在做强上下工夫，而不仅仅是做大。可采用国际上整合和竞合的方式形成联盟，组成几艘“航母”，对抗外国资本的冲击。我国应制定科学的产业壁垒政策，限制不具备足够生产和技术能力的饮食企业进入市场。以知名品牌为优势，组建一批具有较强核心能力的跨国饮食供应集团和中小企业联合体，形成规模经济，将集团饮食供应业建成能创造巨大效益的现代化产业。

[\[推荐朋友\]](#) [\[关闭窗口\]](#) [\[回到顶部\]](#)

转载务经授权并请刊出本网站名

版权所有：中国社会科学院人口与劳动经济研究所

您是第位访客