

餐饮商户复工速度加快 餐饮消费亟待提振

内容提要：随着疫情防控形势持续向好，我国餐饮商户复工速度加快。截至 2020 年 3 月 18 日，72.5%的餐饮商户已恢复营业；截至 3 月 31 日，83.9%的餐饮商户已恢复营业。餐饮行业持续发展和长期向好的趋势不会改变，我国餐饮行业面临一些新的发展机遇：外卖产业迎来大发展，餐饮行业结构重塑；全品类外卖时代加速到来，外卖成商户通用能力；新业态、新模式不断涌现，有望实现快速发展；疫情驱动餐饮行业标准提升，提高餐饮行业发展质量。疫情期间，我国餐饮商户仍面临一些实际的困难。建议进一步加大帮扶力度，推动餐饮商户复工和消费复苏。

一、我国餐饮商户复工率和消费复苏率稳步回升

（一）80%以上的餐饮商户已恢复营业

新冠肺炎疫情对我国餐饮行业产生严重冲击，从春节前至目前，餐饮商户复工营业和用户消费经历了三个阶段：一是断崖式下跌期，从农历小年（1 月 17 日）至除夕（1 月 24 日），这段时间餐饮商户开业和用户消费同步骤降。二是消费低迷期，从正月初一至正月十五（2 月 8 日），餐饮商户开业和用户消费同步低位徘徊。三是复苏回暖期，自正月十五（2 月 8 日）以来，全国餐饮商户复工率和消费复苏率稳步回升，

80%以上的餐饮商户已恢复营业。

在疫情影响的第一和第二阶段，餐饮行业的堂食基本处于暂停营业状态，无论是连锁店还是个体店均遭受严重冲击。美团研究院在 2020 年 2 月底-3 月初针对国内餐饮商户开展的问卷调查（下文简称“问卷调查”，共回收问卷 16244 份，其中有效问卷 15265 份）显示，2020 年 3 月初仍有 77.2%的餐饮商户表示堂食仍未正常营业。未正常营业的原因中（可多选），响应疫情防控，暂停营业或歇业是主要原因，占比高达 69.2%；其次是疫情恐慌，担心自己被感染，占比 45.3%；客流量太低，入不敷出，占比 28.8%；员工返乡未归，人手不够，占比 12.9%；食材原料匮乏，采购有难度，占比 12.3%；5.5%的商户选择了其他，表现在防止疫情扩散、对员工和消费者负责等方面。

美团研究院研发“生活服务业商户复工指数”（以下简称“复工指数”），其中， $\text{餐饮商户复工率} = \frac{\text{当日营业餐饮商户数}}{\text{2019 年 12 月日均营业餐饮商户数}}$ 。指数显示，截至 2020 年 3 月 18 日，72.5%的餐饮商户已恢复营业；截至 2020 年 3 月 31 日，83.9%的餐饮商户已恢复营业。从品类来看，火锅、西餐、海鲜烧烤、东南亚菜等品类外卖商户的复工速度较快，图 1 显示了这些品类 3 月 18 日的复工情况。

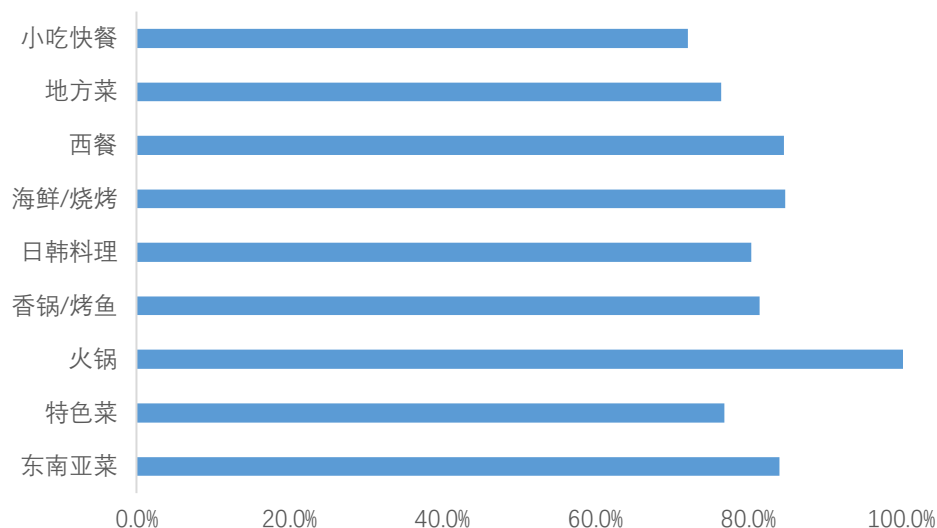


图1 外卖商户分品类复工情况

数据来源：美团研究院“生活服务业商户复工指数”，截至3月18日基准

住宅区和企业写字楼是外卖最大的两个消费场景。复工指数显示,截至3月18日,企业写字楼的商户复工率为80.1%,高于住宅区商户的复工率74.5%。随着复工大潮开启,白领的吃饭需求激增,带动企业写字楼外卖的快速复工。而住宅区复工速度较慢,这和全国部分住宅区实行封闭式管理有关。

区域方面,截至3月18日,南方地区的外卖商户复工率为80.1%,远高于北方地区73.4%的复工率。东中西来看,西部地区的外卖商户复工率为82.2%,远高于东部地区80.5%、中部地区65.9%的复工率。区域来看,华南地区的外卖商户复工率为86.8%,其次为西南84.3%、华东81.2%、西北81.1%、东北75.2%、华北66.3%、华中59.6%。省份方面,云南、广东、广西、青海、福建、贵州、浙江、江苏、四川、新疆等地的外卖商户复工率较高。

（二）大型正餐连锁品牌纷纷上线外卖

疫情期间，堂食的营业收入少，上线外卖成为餐饮商户的自救出路，西贝、海底捞、旺顺阁、京味斋等很多大型正餐连锁品牌纷纷上线美团外卖并加入美团外卖“无接触安心送”，取得了良好成效。

案例 1 旺顺阁：靠外卖转危为机

旺顺阁，主打鱼头泡饼，主要精力一直集中在堂食方面，由于疫情原因，旺顺阁不得不暂停堂食供应，在北京的 30 多家线下门店的堂食业务基本都处于暂停运营状态。旺顺阁采取多项措施积极自救，如设置便民菜摊、发力外卖等。

发力外卖，订单实现大幅增长

旺顺阁北京地区有线上门店 32 家，所有门店都由专人负责，目前共有 170 人左右在岗。借助美团提供的流量扶持、“无接触安心送”等举措，旺顺阁在北京地区的外卖月订单量已从 2019 年 12 月份的 3 万单增长到 2020 年 2-3 月份的 4 万单，外卖月订单量的涨幅达到了 30%左右，外卖月交易额增幅 40%左右。

积极探索，发力外卖半成品

在全民健康防护的特殊期，简单易做、口感良好的半成品更容易获得顾客喜爱。因此，旺顺阁针对线上菜单进行优化，增加了多种热菜类素菜的同时，还上线了半成品包装，让顾客拥有更多选择。

无接触安心送，让用户更安心

为抗击疫情，旺顺阁加入美团外卖“无接触安心送”，实现从餐品制作到交付全程无接触，在保障安全的前提下维持餐品供应，满足用户的安心诉求。

案例 2 京味斋：靠外卖实现门店营业率 100%

味斋主打北京菜。受疫情影响，京味斋 99%的年夜饭遭遇退订，20 多家京

味斋门店生意冷清。京味斋多为社区店，社区店没有地产商的大规模租金减免，房租负担相应较重。

年夜饭，线上销售挽回损失

年夜饭普遍退货造成商家大量生鲜类食材囤积，损失严重。不少餐厅开启卖菜零售回本。京味斋选择将年夜饭产品线上特价销售，回笼了部分资金。

积极调整产品，适应外卖需求

从堂食到外卖，首先要解决的便是餐品的适应性问题。堂食注重就餐环境体验，而外卖则注重性价比，多为一人食。京味斋积极采取两大措施：一是创新外卖菜品，开发 40 道新式菜品；二是开发“复工盒饭”，主打京味儿盒饭。

运用平台扶持策略，有消费者才有机会

京味斋负责人表示：“消费心态是一大难题，一个是不敢消费，一个是受限消费，一个是节约消费。”在美团外卖满减政策的帮助下，京味斋上线全额减配活动、调整满减力度刺激消费者下单；通过美团外卖特殊时期的流量扶持政策，提升门店排名和曝光。

营业率 100%，外卖订单大幅增长

疫情期间，京味斋 21 家门店的营业率达到 100%，并保证每天 8 小时有效运营。优化运营模式后，2 月 1 日-2 月 24 日，京味斋在美团外卖平台的订单量实现近 1 倍增长，店均实付交易额同品类排名第一。

（三）餐饮堂食的复工速度慢于外卖复工速度

疫情爆发后，餐饮堂食大面积歇业。随着疫情防控形势的好转，放开堂食成为促进餐饮商户复工复产的重中之重。复工指数显示，截至 3 月 18 日，堂食商户的复工率仅为 47.2%。品类方面，小吃快餐、面包甜点、饮品店等品类堂食的复工速度较快，复工率超过 60%；火锅、川菜、烧烤等其他品类堂食的复工速度相对较慢（见图 2）。

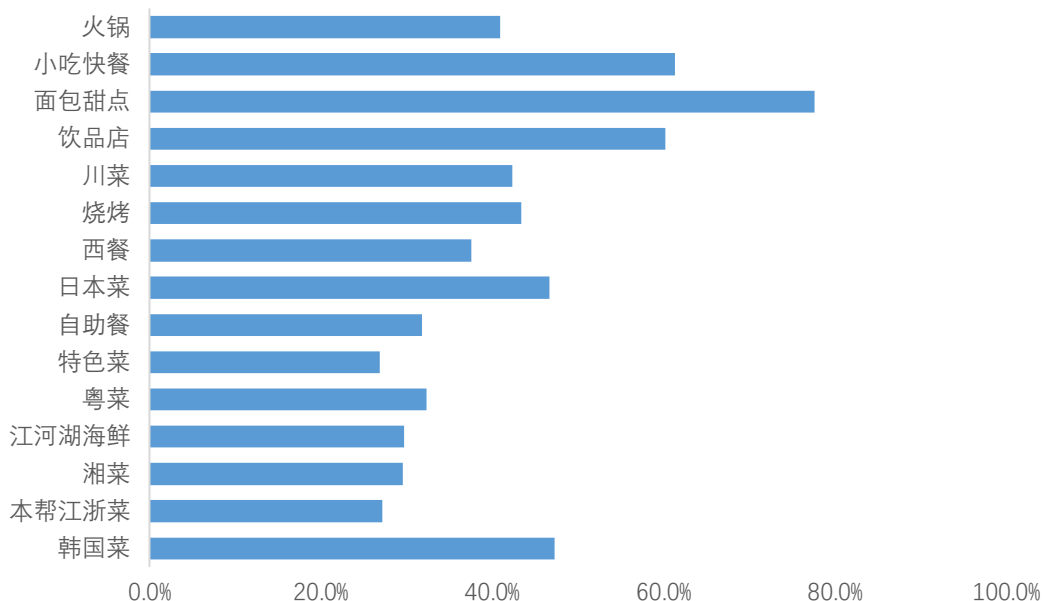


图 2 堂食商户分品类复工情况

数据来源：美团研究院“生活服务业商户复工指数”，截至 3 月 18 日基准

区域方面，截至 3 月 18 日，南方地区的堂食商户复工率为 51.0%，远高于北方地区 41.6%的复工率，二者相差 9.4 个百分点。从东中西部来看，西部地区的堂食商户复工率为 53.6%，高于东部地区的堂食商户复工率（48.5%），远高于中部地区的堂食商户复工率为（39.1%）。分区域来看，西北地区的堂食商户复工率为 55.4%，后面依次为华南地区（54.3%）、华东地区（52.5%）、西南地区（52.3%）、东北地区（38.5%）、华中地区（34.3%）、华北地区（33.1%）。省份方面，青海、新疆、广西、云南、浙江、甘肃、四川、江苏、吉林、广东等地的堂食商户的复工率较高。

（四）餐饮消费亟待提振

餐饮商户恢复营业后仍然面对一些实际的困难，疫情期

间的消费疲软是遏制餐饮业复苏的最重要因素，餐饮行业的消费复苏率明显滞后于商户复工率，亟须提振消费信心，促进消费复苏。除此之外，餐饮商户还面临原材料进货价格高且损失率高、防疫消毒成本高、订单量人效坪效不及预期等问题，部分餐饮商户入不敷出。

（五）美团启动“春风行动”帮扶餐饮商户

2月2日，为助力商户更好地抗击疫情，美团宣布启动七项商户帮扶措施。2月26日，美团面向餐饮等生活服务业商户启动扶持复工的“春风行动”，重点从增加外卖营收和稳现金流等核心痛点帮助商户复工复产，同时在开源节流、安全保障、供应链服务等方面发力，用互联网平台的数字化力量，为商户提供精准有效的助力。3月9日，美团推出“春风行动”升级版，包括打造“安心”消费标签、5亿消费补贴以及外卖返佣等措施，进一步增强了对餐饮商户的补贴扶持，助力商户降本增收和复苏发展。从3月起，美团外卖启动“商户伙伴佣金返还计划”，对全国范围内优质餐饮外卖商户，按不低于3%-5%的比例将外卖佣金直接打入餐饮商户的美团账户，可用于线上营销和流量推广。

二、我国餐饮行业面临新的发展机遇

尽管我国餐饮行业受到疫情的严重冲击，但餐饮行业持续发展和长期向好的趋势不会改变，我国餐饮行业面临一些新的发展机遇。

（一）外卖产业迎来大发展，餐饮行业结构重塑

在互联网餐饮服务平台的助推下，我国外卖产业的交易额从 2015 年的 1348 亿元增长到 2019 年的 6035 亿元（Trustdata 的估计值），发展迅猛的同时也面临着用户和商户数量增速放缓的问题。经过此次新冠肺炎疫情，很多餐饮商户开始意识到多渠道发展的重要性，纷纷上线外卖，预计 2020 年外卖在餐饮商户中的渗透率将有较大幅度的提升，线上餐饮外卖服务面对新的发展机遇。线上线下结合将成为我国餐饮行业发展的新常态，今后会出现更多的新用户、新商户、新模式、新合作伙伴，外卖生态边界将进一步扩大。

（二）全品类外卖时代加速到来，外卖成商户通用能力

疫情倒逼餐饮品类加速线上化进程。疫情期间，火锅、烧烤等品类以及西贝、海底捞、旺顺阁、京味斋等大型正餐连锁品牌纷纷上线外卖以图自救。数据显示，2020 年 2 月这一个月时间里，有 5000 多家火锅店、2600 多家烧烤店新加入美团外卖，外卖已经成为所有餐饮品类必备的通用能力。

在餐饮外卖全品类化的同时，生活超市、生鲜果蔬、医药健康、鲜花绿植、日用品、美妆日化、食品经营、母婴用品、宠物用品等多种服务也在加速线上化。数据显示，疫情期间通过美团闪购购买米面粮油、调味品、生鲜果蔬、休闲食品等品类的商品销售额较 2019 年同期增长 400%。

（三）新业态、新模式不断涌现，有望实现快速发展

餐饮零售、无接触配送、社区生鲜、校园食堂外卖等新业态、新模式涌现出来，有望实现快速发展。以餐饮零售为例，随着餐饮产品的不断标准化、锁鲜技术的进一步成熟，食品的口味一致性得到保证，餐饮行业将逐步把零售环节打通，后续可能会尝试提供半成品零售来替代传统超市里的食品供应，同时很多餐饮企业线上线下双渠道联动，为居民提供送菜服务，餐饮行业由服务行业开始向服务+零售行业转型。

无接触服务模式出现，成为保障居民生活的重要手段。无接触服务方式从“无接触配送”开始，发展成“无接触团餐”、“无接触自提”、“无接触堂食”、“无接触点餐”等方式。无接触服务解决了居民“出门有感染风险、不出门无法购买生活必需品”的两难选择，最大限度地保障了疫情期间居民生活需求和安全，并在一定程度上推动了外卖智能取餐柜在城市的应用，成为城市应对类似新冠肺炎疫情等公共突发卫生事件的重要方式。

（四）疫情驱动餐饮行业标准提升，提高餐饮行业发展质量

疫情驱动餐饮行业标准提升，对餐饮商户的服务能力提出新要求，这将提升餐饮行业的准入门槛，也将提高餐饮行业的发展质量。未来餐饮企业将增强危机防控和食品安全意识，加速推进门店端、管理端、供应链端等全链条数字化，

注重产品、营销、技术投入加强零售化能力，积极提升品牌化能力，推进餐饮行业向高质量方向发展。

三、推动餐饮商户复工和消费复苏的政策建议

疫情期间，我国餐饮商户面临一些实际困难，亟待更多帮扶政策。建议重视下述方面的工作，推动餐饮商户复工和消费复苏：

（一）全面放开外卖，有序恢复堂食

要解餐饮企业之危，重中之重是推进餐饮企业复工和增加营业收入。随着疫情的稳定和形势的逐步好转，建议中央政府和地方政府在做好疫情防控工作的同时，有力、安全、有序地推动餐饮行业复工复产，及时协调解决餐饮商户恢复经营中的困难和问题。要减少或取消餐饮商户复工审批手续、加强复工指引并提供防疫物资支持，逐步把复工重点从大型连锁企业转移到中小微企业，防止中小微企业出现倒闭潮。重点关注住宅区、企业写字楼等区域的餐饮供给恢复。要加快北方地区尤其是华北、东北地区餐饮商户的复工节奏，提升华中地区餐饮商户的复工率。

（二）稳步推进消费复苏，增强行业信心

一是建议政府部门制定餐饮行业扶持计划，推进标准化制订工作，做好餐饮商户复工复产的防控工作指引、招聘服务。二是提振消费信心。疫情期间推行无接触外卖、堂食预订后持安心码就餐方式，培育良好的消费习惯；疫情后着眼

于如何增强消费者信心，做好更长远的谋划及活动的策划推介，如举办美食节、发展夜间经济、推动核心商圈复苏等。三是做好金融服务的联动融通，为餐饮商户提供更加精准和联动的金融支持。鼓励银行金融机构积极与美团等互联网餐饮服务平台合作，提供不需要抵押的信用贷对餐饮商户进行精准帮扶。

（三）鼓励发展平台经济，支持发展新服务模式

疫情期间，美团等生活服务电子商务平台通过提供无接触服务、外卖、闪购等，极大减少人员外出和聚集，大范围复工后，还可依托平台组织餐饮企业提供团餐和配送服务，是民生保障的重要手段，也成为信息时代社会化力量对“公共服务”的有益补充。美团具有大数据和精准连接供需双方的服务优势，可作为政府对供给、消费两端政策落地、落实、落细的重要抓手，将政策精准惠及终端餐饮企业，如可通过平台发放电子消费券，支持餐饮业复苏。与此同时，要引导和支持餐饮商户创新经营模式，发展安心消费、团餐服务、堂食预订等，推进餐饮行业的数字化改造。

（四）倡导无接触服务方式，推广智能取餐柜等无接触配套设施

疫情期间，无接触服务方式已深入人心，成为有效抗击疫情同时保障居民生活的重要手段，建议大力倡导无接触服务方式，推广智能取餐柜等无接触配套设施。一是对于到店

消费，可引导餐饮商户开展堂食的线上化预约，避免桌位库存不够造成人群排队。二是对于外卖业务，可在外卖骑手佩戴口罩情况下，允许外卖骑手在接受必要的检测后进入小区和办公楼宇，通过无接触配送方式送餐，实现骑手“无接触配送”最后一百米。三是从长期来看，“无接触服务”是促消费、提质量的抓手，可出台推进无接触服务相关指导意见、行动计划等，搭建无接触服务基础设施和支撑平台，提升整个产业链的数字化水平。要加大对无接触服务的宣传和支持力度，鼓励在写字楼、住宅小区等场所统一设置外卖无接触取餐点，在写字楼、医院等地方合理规划空间，推广智能取餐柜等无接触配套设施，政府可给予一定额度的补贴。

（五）坚持“就业是最大的民生”，加大稳岗支持力度

一是在现有优惠政策落地的同时坚持稳平台就是稳就业的思路，将生活服务电子商务平台纳入民生保障重点企业范围，带动餐饮从业者尽快返岗。二是充分发挥骑手工作的低门槛、灵活性高、需求量大等特点，吸纳餐饮、生活服务及社会失业人员从事骑手工作。三是协调解决劳动者返工难的问题，帮助餐饮业从业者安全返岗。

执笔人

美团研究院 来有为 刘欣