

2019-2020 年 中国小吃产业发展报告

美团研究院 中国饭店协会

国家统计局数据显示，2019 年我国餐饮收入达到 46721 亿元，比上年增长 9.4%，保持着稳中有进的良好态势，但 2020 年 1-9 月全国餐饮收入仅 25226 亿元，同比下降 23.9%，受疫情冲击较大，目前餐饮业仍面临较大的消费回补压力。小吃产业作为餐饮业最大的赛道，具有商户数量多、交易规模大、从业人员多、民生联系紧等特征，在促消费、稳就业和惠民生等方面发挥着巨大作用，疫情期间表现出较强韧性，恢复情况好于餐饮业整体。调查研究发现，小吃受众日益年轻化，“90 后”“95 后”是重要消费群体；地域小吃特色鲜明，推动小吃多元融合发展；小吃品牌加速连锁化，鸡肉食材受到品牌商户的青睐；网红品牌不断涌现，网红小吃消费成为新时尚。

一、中国小吃产业发展概况

小吃产业是我国餐饮业的主基调。据不完全统计，全国约有 500 万小吃商户，目前是餐饮业最大的品类赛道。一定意义上，小吃产业撑起了中国餐饮业的半边天，也成为餐饮业发展趋势和消费变革的晴雨表。

（一）快餐简餐、麻辣烫、面条、米粉广受欢迎，炸鸡炸串、包子等品类的需求量大幅增长

小吃产业进入门槛低、店铺面积小、中小商户多、所需的资金少，是餐饮创业的热门选择。美团平台大数据显示，快餐简餐、面条、米粉、炸鸡炸串、麻辣烫、卤味鸭脖、包子等品类是餐饮人创业的首选。值得关注的是，虽然小吃赛道大，但商户数量多，

竞争日趋激烈，产业更新迭代速度较快。

餐饮业品类丰富，但集中度不高，小吃更是如此。美团平台大数据显示，2019 年小吃产业订单量占比超过 1%的细分品类共有 17 个，排名靠前的是快餐简餐、麻辣烫、面条、米粉、粥、包子、黄焖鸡、炸鸡炸串、米线、饺子。快餐简餐因其具有刚需、快速、方便、价格亲民、适应多种消费场景等特点，成为消费者的最爱。2019 年快餐简餐订单量在小吃品类中的占比达到 43.7%，麻辣烫、面条、米粉、粥的订单量占比分别为 6.0%、5.8%、5.6%和 5.6%。与此同时，消费者对于炸鸡炸串、包子、韩式小吃、港式小吃、卤味鸭脖、米粉等品类的需求量增幅大，这些品类 2019 年的订单量同比分别增长 146.9%、92.9%、90.6%、90.1%、67.8%、62.1%（见表 1）。

表 1 2019 年小吃分品类订单规模及增长情况

排名	订单量占比 TOP20		订单量同比增长率 TOP20	
1	快餐简餐	43.7%	炸鸡炸串	146.9%
2	麻辣烫	6.0%	包子	92.9%
3	面条	5.8%	韩式小吃	90.6%
4	米粉	5.6%	港式小吃	90.1%
5	粥	5.6%	卤味鸭脖	67.8%
6	包子	4.0%	米粉	62.1%
7	黄焖鸡	3.3%	锅贴	53.6%
8	炸鸡炸串	3.2%	津味小吃	50.3%
9	米线	2.5%	豆腐花	44.6%
10	饺子	2.4%	烧鸡	41.8%
11	陕西小吃	2.4%	日式小吃	41.0%
12	川味小吃	2.0%	汤类	40.5%

排名	订单量占比 TOP20		订单量同比增长率 TOP20	
13	卤味鸭脖	1.6%	陕西小吃	37.3%
14	汤类	1.5%	沙县小吃	36.8%
15	沙县小吃	1.2%	粥	33.9%
16	馄饨抄手	1.2%	馄饨抄手	33.4%
17	津味小吃	0.9%	花甲	32.2%
18	熟食熏酱	0.8%	饺子	32.1%
19	小龙虾	0.7%	面条	31.8%
20	生煎	0.5%	麻辣烫	29.1%

数据来源：美团研究院

（二）小吃人均消费价格逐步提升，消费升级趋势明显

随着社会购买力的增强和人均 GDP 的增长，我国城乡居民消费升级趋势明显。过去小吃的人均消费多定位在 30 元以下，但现在越来越多的消费者愿意为小吃花费 40-50 元甚至更多。美团平台大数据显示，2019 年小吃品类人均消费价格为 33.9 元，30 元以上的订单量占比为 54.0%，交易额占比为 73.8%，成为小吃品类的主力消费区间，且 41-50 元及 50 元以上价格区间的订单量增速较快，分别达到 40.0%和 45.7%，远高于小吃品类整体 35.3%的增速。

与此同时，需求侧的变化正在推动着小吃产业供给侧的升级。2019 年，交易均价为 31 元以上价格区间的小吃商户数实现了正增长，而交易均价为 10 元以下价格区间的小吃商户数下降了 37.6%，产业结构正在优化调整（见图 1）。以粥为例，过去粥的价格普遍在 10 元以下，在曼玲粥店、宏状元等品牌蓬勃发展的

情况下，粥搭配各种小食做出了新花样，整体品类价格也随之上漲，甚至能达到 31-50 元的价格区间。曼玲粥店等小吃品牌的成功具有启示意义，随着小吃消费群体趋向年轻化，创新的菜品、个性化的门店、良好的消费体验等已成为小吃产业转型升级的方向。

横向对比来看，虽然小吃品类的人均消费价格有所提高，但仅高于饮品店的单价(28.0 元)，仍远低于餐饮市场的均价(76.9 元)，未来还有很大的提升空间。

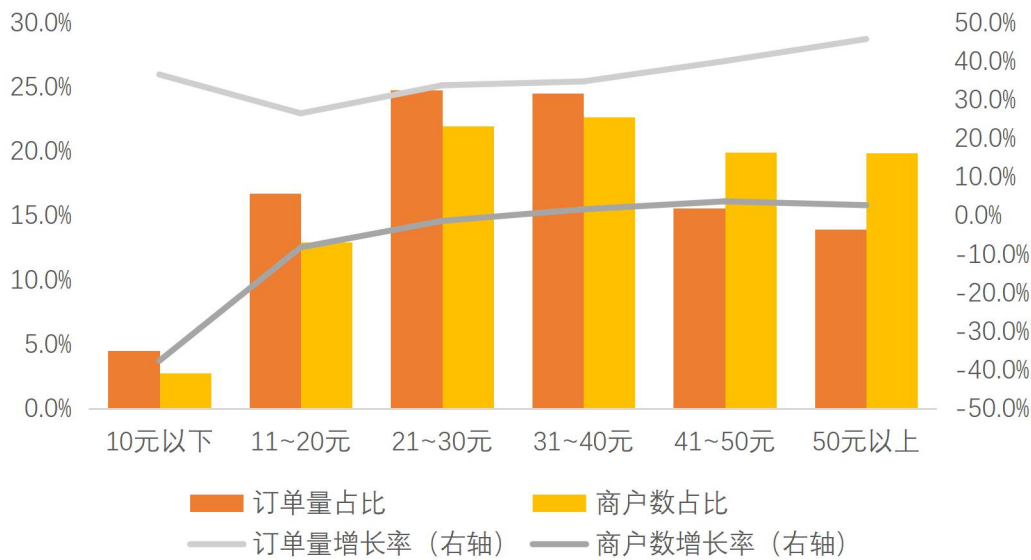


图 1 2019 年小吃品类价格带订单分布

数据来源：美团研究院

（三）小吃外卖在餐饮外卖中的占比较高，2019 年交易额同比增长 37.4%

近年来，消费者的外卖习惯进一步养成，我国外卖产业实现了快速发展，艾瑞咨询调查数据显示，2019 年中国餐饮外卖产

业规模为 6536 亿元，相比 2018 年增长 39.3%。小吃价格亲民、出餐速度快、市场空间大，在餐饮外卖中的占比较高。美团平台大数据显示，小吃在餐饮外卖的订单量占比达到 60%左右，交易金额占比超过 50%。2019 年小吃外卖订单量同比增长 33.9%，交易额同比增长 37.4%。尽管受到疫情的影响，2020 年 1-8 月，小吃外卖的订单量已恢复至去年同期的 106.1%，订单金额已恢复至去年同期的 116.9%。

（四）小吃受众日益年轻化，“90 后”“95 后”是重要消费群体

美团研究院和中国饭店协会的问卷调查显示，小吃消费群体日益年轻化，主要集中在 20-35 岁的年龄段，其中，26-30 岁年龄段的订单量占比达到 38.1%，“90 后”、“95 后”是小吃的重要消费群体(见图 2)。从性别来看，女性是小吃的消费主力，2019 年订单量占比高达 57.6%。与此同时，男性的消费能力提升迅速，2019 年男性订单量同比增长 44.1%，高于女性订单量的增幅（26.9%）（见图 3）。相比之下，未婚青年拥有更多的消费时间、更高的消费意愿、更多元的消费场景和更频繁的社交需求，而小吃的便利性、高效性和社交性等特征满足了未婚青年这一消费需求。问卷调查显示，2019 年未婚群体小吃消费订单量占比高达 69.9%，未婚群体订单量是已婚群体订单量的 2.3 倍。

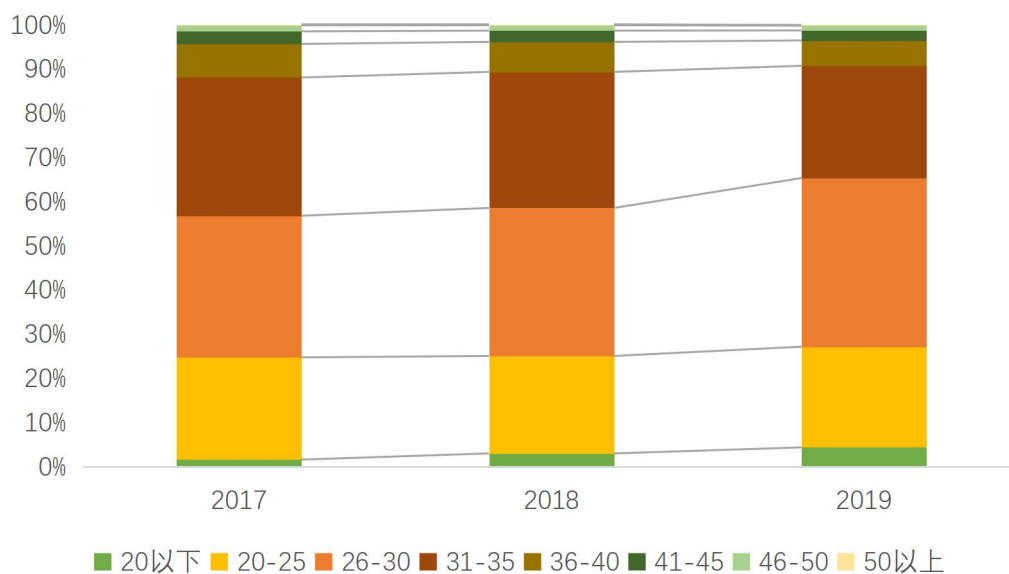


图2 2019年小吃品类分年龄订单分布

数据来源：美团研究院、中国饭店协会问卷调查

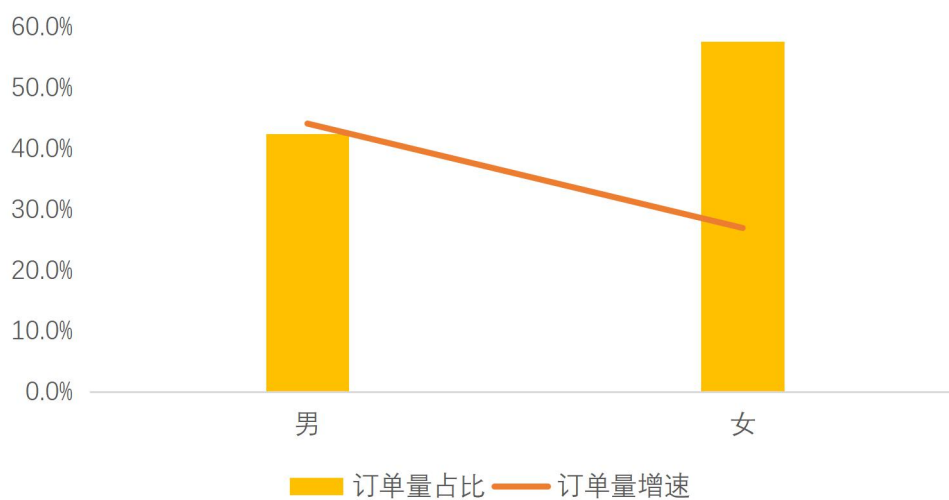


图3 2019年小吃品类分性别订单分布及增速

数据来源：美团研究院、中国饭店协会问卷调查

二、中国小吃产业的地域分布及特色

中国广阔的地域空间和庞大的消费市场为小吃产业的发展提供了巨大的平台。随着城市化进程的加快，全国特大城市群逐步形成、旅游人数逐年增加、城市人口密度增加，这些因素都为小吃产业的发展提供了源源不断的动力。

（一）一二线城市小吃规模大，四五线城市小吃增速快

美团平台大数据显示，一线、新一线、二线城市的小吃订单规模大，订单量的占比分别为 20.1%、27.6%和 22.1%。随着下沉市场对小吃消费需求的增长，三线、四线、五线城市小吃需求增速较快，小吃订单量增速分别达到 37.7%、43.5%和 45.5%（见图 4）。

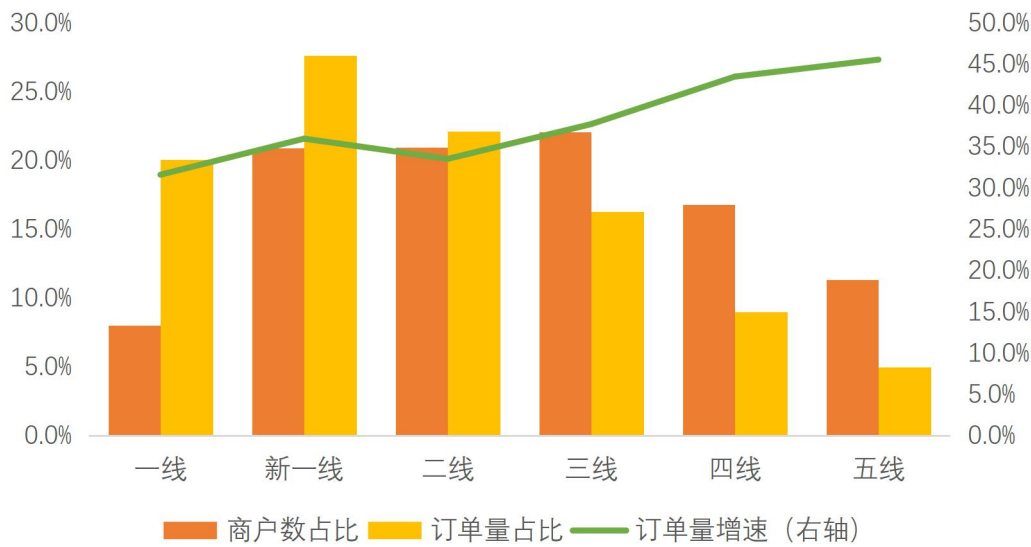


图 4 2019 年分城市等级小吃品类订单及商户规模分布

数据来源：美团研究院，其中中国城市新分级划分名单来自第一财经

（二）小吃商户多集中在人口大省或经济大省，广东、山东、

江苏商户数最多

小吃商户多集中在人口大省，全国小吃商户最多的省份是广东省、山东省和江苏省，其中广东省的小吃商户数在全国的占比为 10.6%，同样为 2019 年人口第一大省；山东省小吃商户数在全国的占比为 7.7%，是 2019 年人口第二大省；江苏省小吃商户数在全国的占比为 7.4%，是 2019 年人口第五大省。

从各城市小吃消费情况来看，广东省同样是小吃消费大省，位居全国小吃消费订单量榜首，在全国的占比为 14.6%，远超其他省份，其中广州市和深圳市的消费贡献显著。江苏省、浙江省、北京市分别位列小吃订单量榜第二、三、四名，订单量占比分别为 8.4%，6.6%和 6.1%。西藏自治区、新疆维吾尔自治区、海南省、青海省等旅游人数较多，结伴消费较为普遍，客单价均处于较高水平（见表 2）。

表 2 2019 年小吃订单规模及交易单价 TOP10 省份

排名	订单量占比 TOP10		订单量同比增长 TOP10		交易单价 TOP10（元）	
1	广东省	14.6%	西藏自治区	59.6%	西藏自治区	53
2	江苏省	8.4%	青海省	57.6%	上海市	42
3	浙江省	6.6%	新疆维吾尔自治区	57.3%	北京市	39
4	北京市	6.1%	贵州省	56.0%	浙江省	38
5	山东省	5.6%	广西壮族自治区	50.3%	天津市	38
6	四川省	4.9%	云南省	49.8%	福建省	37
7	上海市	4.7%	甘肃省	46.7%	新疆维吾尔自治区	37
8	河南省	4.3%	广东省	46.1%	海南省	37
9	辽宁省	3.6%	四川省	45.0%	青海省	37
10	湖北省	3.5%	湖南省	44.5%	广东省	36

数据来源：美团研究院

（三）地域小吃特色鲜明，推动小吃多元融合发展

中国广阔的地域空间和庞大的消费市场为小吃产业的发展提供了巨大的平台，各色的风土人情也为小吃菜品注入了地域特色和文化底蕴，地方特色小吃既是当地人们最熟悉的味道，也是外地旅客乐于品尝的美食，成为地方经济发展的重要助力。美团平台大数据显示，快餐简餐、面条、麻辣烫、包子、粥是消费刚需，在各地的订单量排名靠前。除此之外，各省受欢迎的小吃品类同样展现出浓厚的地域文化色彩，如广东人偏爱米粉，天津人偏爱津味小吃和包子，四川人、重庆人喜爱川味小吃，福建人爱喝粥，陕西人爱吃陕西小吃等（见表3）。

表3 2019年各省市小吃细分品类 TOP10

省市	TOP10 小吃品类									
北京市	快餐简餐	泰式小吃	面条	麻辣烫	包子	粥	陕西小吃	老北京小吃	米粉	饺子
上海市	快餐简餐	面条	麻辣烫	包子	粥	炸鸡炸串	米粉	陕西小吃	馄饨抄手	饺子
广东省	快餐简餐	米粉	面条	包子	粥	麻辣烫	馄饨抄手	饺子	炸鸡炸串	沙县小吃
浙江省	快餐简餐	面条	麻辣烫	粥	包子	炸鸡炸串	黄焖鸡	饺子	米粉	馄饨抄手
湖北省	快餐简餐	面条	麻辣烫	米粉	粥	包子	炸鸡炸串	卤味鸭脖	黄焖鸡	川味小吃
天津市	快餐	面条	麻辣	包子	津味	黄焖	米粉	炸鸡炸	陕西小	粥

	简餐		烫		小吃	鸡		串	吃	
山东省	快餐 简餐	面条	麻辣烫	包子	陕西 小吃	饺子	粥	黄焖鸡	米线	炸鸡炸 串
省市	TOP10 小吃品类									
重庆市	快餐 简餐	面条	川味 小吃	米粉	包子	米线	粥	馄饨抄 手	卤味鸭 脖	黄焖鸡
四川省	快餐 简餐	川味 小吃	面条	米粉	包子	卤味 鸭脖	粥	米线	炸鸡炸 串	馄饨抄 手
江苏省	快餐 简餐	面条	粥	麻辣烫	黄焖 鸡	包子	炸鸡炸 串	汤类	陕西小 吃	饺子
福建省	快餐 简餐	面条	麻辣烫	粥	米粉	包子	炸鸡炸 串	黄焖鸡	卤味鸭 脖	沙县小 吃
河南省	快餐 简餐	面条	汤类	米粉	粥	陕西 小吃	麻辣烫	黄焖鸡	包子	米线
辽宁省	快餐 简餐	面条	麻辣烫	包子	炸鸡 炸串	粥	米线	陕西小 吃	饺子	米粉
湖南省	快餐 简餐	米粉	包子	粥	麻辣烫	面条	炸鸡炸 串	卤味鸭 脖	饺子	黄焖鸡
安徽省	快餐 简餐	面条	麻辣烫	黄焖 鸡	包子	粥	炸鸡炸 串	汤类	米粉	米线
河北省	快餐 简餐	面条	麻辣烫	粥	包子	陕西 小吃	饺子	米线	黄焖鸡	米粉
广西壮族 自治区	快餐 简餐	米粉	包子	粥	麻辣烫	面条	饺子	炸鸡炸 串	馄饨抄 手	黄焖鸡
陕西省	快餐 简餐	陕西 小吃	面条	包子	川味 小吃	米粉	米线	黄焖鸡	粥	饺子
云南省	快餐 简餐	米线	川味 小吃	面条	米粉	包子	黄焖鸡	粥	麻辣烫	卤味鸭 脖
吉林省	快餐 简餐	麻辣烫	面条	粥	包子	饺子	炸鸡炸 串	米粉	米线	陕西小 吃
黑龙江省	快餐	麻辣烫	面条	包子	粥	饺子	米线	炸鸡炸	米粉	熟食熏

	简餐	烫						串		酱
内蒙古自 治区	快餐 简餐	麻辣 烫	面条	粥	包子	饺子	米粉	陕西小 吃	熟食熏 酱	炸鸡炸 串
省市	TOP10 小吃品类									
江西省	快餐 简餐	米粉	麻辣 烫	粥	面条	包子	炸鸡炸 串	黄焖鸡	米线	饺子
山西省	快餐 简餐	面条	麻辣 烫	粥	陕西 小吃	包子	米线	米粉	黄焖鸡	炸鸡炸 串
贵州省	快餐 简餐	米粉	包子	面条	川味 小吃	粥	黄焖鸡	卤味鸭 脖	炸鸡炸 串	沙县小 吃
新疆维吾 尔自治区	快餐 简餐	米粉	面条	陕西 小吃	包子	饺子	黄焖鸡	川味小 吃	粥	米线
海南省	快餐 简餐	米粉	麻辣 烫	粥	包子	面条	炸鸡炸 串	黄焖鸡	卤味鸭 脖	沙县小 吃
甘肃省	快餐 简餐	面条	陕西 小吃	麻辣 烫	米线	粥	黄焖鸡	米粉	包子	饺子
宁夏回族 自治区	快餐 简餐	面条	麻辣 烫	陕西 小吃	米粉	饺子	粥	米线	包子	黄焖鸡
青海省	快餐 简餐	面条	麻辣 烫	包子	米粉	陕西 小吃	粥	黄焖鸡	米线	饺子
西藏自治 区	快餐 简餐	面条	川味 小吃	包子	米粉	粥	黄焖鸡	饺子	卤味鸭 脖	炸鸡炸 串

数据来源：美团研究院

去当地品尝当地正宗小吃并不稀奇。随着城镇化进程的加快、交通的便利、人员流通的普及，小吃的去地域化趋势日益显著。地域类小吃差异化特色明显，但难以实现全国性拓展，相比之下，产品类小吃强调其产品特性，如肉夹馍、凉皮等弱化其陕西小吃地域属性，更容易被全国消费者接受，随着口味的改良也打破了

地域的界限，走向了全国各地。各省市受欢迎的小吃品类呈现出多元融合发展的特征，在各个城市都能品尝到全国的特色地方小吃成为可能，近几年也出现了上海人在北京半小时内吃上上海小吃、北京人在西安半小时内吃上北京小吃等方便快捷的现象。美团平台大数据显示，陕西小吃也是北京人喜爱的小吃，新疆维吾尔自治区的人们同样偏爱川味小吃，重庆人也喜欢吃黄焖鸡等（见表 3）。

三、小吃品牌发展概况

品牌是餐饮企业最重要的核心竞争力之一。中国饭店协会发布的《2019 中国餐饮业年度报告》显示，企业对于品牌化发展最为关注，关注品牌化发展的企业的占比为 72.8%。在消费升级的新形势下，消费者的需求从吃饱、吃好向吃得更有特色、吃得更健康转变，品质、个性、潮流等是小吃产业发展的重要方向，小吃品牌化成为产业发展的新趋势。

（一）小吃品牌加速连锁化，鸡肉食材受到品牌商户的青睐

美团平台大数据显示，2019 年小吃品类店铺数量排名前五的品牌是福建沙县特色小吃、正新鸡排、华莱士、绝味鸭脖、肯德基；新增商户增长最快的品牌是华莱士、正新鸡排、肯德基、麦当劳、福建沙县特色小吃；订单量排名前五的品牌为福建沙县特色小吃、肯德基、麦当劳、张亮麻辣烫、正新鸡排。

从品牌 TOP 榜单中可以看出，小吃品类的国外品牌主要以肯德基、麦当劳等快餐品牌为代表，国内的小吃品牌则更加多元，

有将一个核心产品做成品牌的正新鸡排、曼玲粥店、绝味鸭脖、五谷渔粉，也有将地方特色小吃做成品牌的重庆小面、淮南牛肉汤等；曾经的小吃代表“黄沙拉麻”也开始走向品牌化，培养出杨铭宇黄焖鸡米饭、福建沙县特色小吃、兰州正宗拉面、张亮麻辣烫和杨国福麻辣烫等一系列知名品牌。

表 4 2019 年小吃品牌排名 TOP10

排名	订单量 TOP10	商户数 TOP10	商户数增长 TOP10
1	福建沙县特色小吃	福建沙县特色小吃	华莱士
2	肯德基	正新鸡排	正新鸡排
3	麦当劳	华莱士	肯德基
4	张亮麻辣烫	绝味鸭脖	麦当劳
5	正新鸡排	肯德基	福建沙县特色小吃
6	杨国福麻辣烫	重庆小面	叫了只炸鸡
7	华莱士	麦当劳	淮南牛肉汤
8	曼玲粥店	张亮麻辣烫	德克士
9	德克士	杨国福麻辣烫	绝味鸭脖
10	三米粥铺	五谷渔粉	紫燕百味鸡

数据来源：美团研究院

食材方面，头部品牌中出现最多的是鸡肉食材，主要品牌有肯德基、麦当劳、正新鸡排、华莱士、德克士、汉堡王、叫了个炸鸡、紫燕百味鸡等。鸡肉食材容易出品牌的原因主要体现在：一是鸡肉食材的供应链成熟稳定，配套资源完善。中国饭店协会发布的《2019 中国餐饮业年度报告》显示，关注供应链发展的企业占比达到 52.0%，鸡肉食材备受餐饮企业的青睐。二是鸡肉食材具有广泛的普适性，在中国拥有广泛的消费者。三是鸡肉容

易加工和标准化,有非常丰富和成功的产品案例,且基于麦当劳、肯德基等快餐巨头成功的连锁化经验,便于快速规模复制和推广。

从品牌扩张方式来看,小吃品牌多采用加盟模式,如张亮麻辣烫、杨国福麻辣烫、正新鸡排、曼玲粥店等,这些品牌一般具有模式轻、前期投入低、受众范围广、产品标准化程度高、品牌支撑体系完善等特点。

(二) 老字号小吃品牌积极革新,焕发出新的生机和活力

目前,美团平台收录的在商务部注册且认证的老字号小吃品牌已超过 60 家,其中,庆丰包子和五芳斋商户数最多,分别收录 293 家和 211 家。从扩张速度来看,2019 年扩张速度最快的是五芳斋,2019 年美团平台新增五芳斋商户 57 家,其次是知味观和大福来(见图 5)。

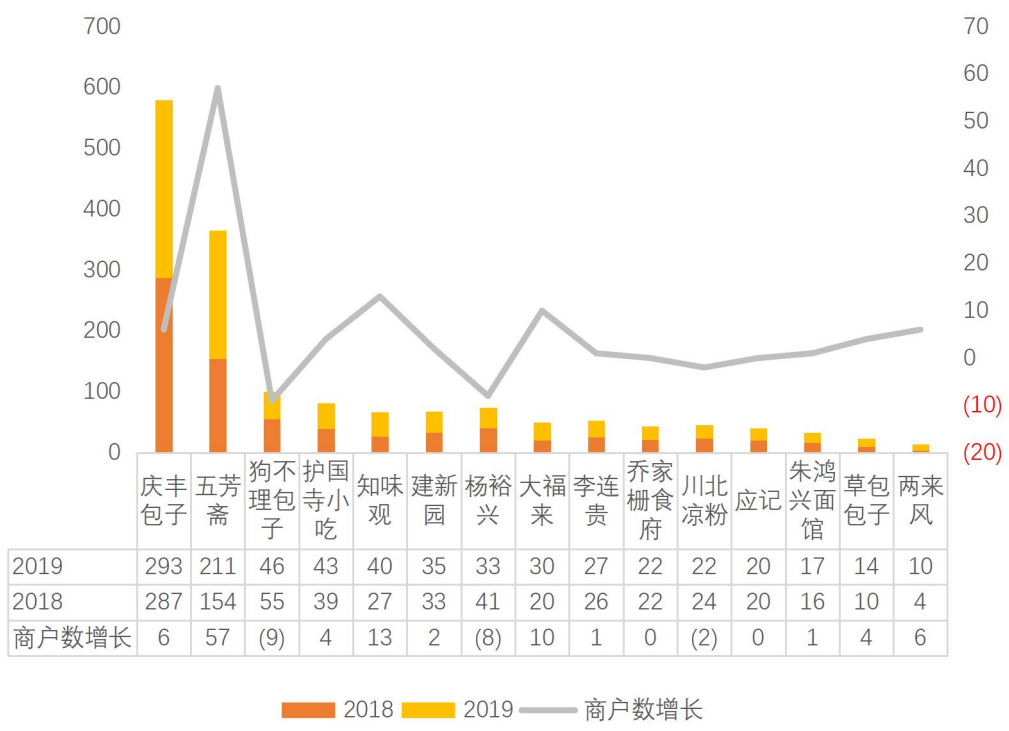


图5 美团平台老字号小吃品牌收录商户数量（单位：家）

数据来源：美团研究院

分城市等级来看，一线、新一线、二线城市小吃老字号品牌规模庞大，小吃老字号店铺数均超过 200 家；三线、四线、五线城市小吃老字号店铺分布较少，五线城市仅有 13 家店铺被收录。随着一线城市消费市场的逐渐饱和，新兴而广阔的二三线城市成为小吃老字号扩张的重要阵地。对比来看，二线城市小吃老字号店铺发展更为迅速，2019 年二线城市新增小吃老字号 38 家，远超其他线级城市（见图 6）。

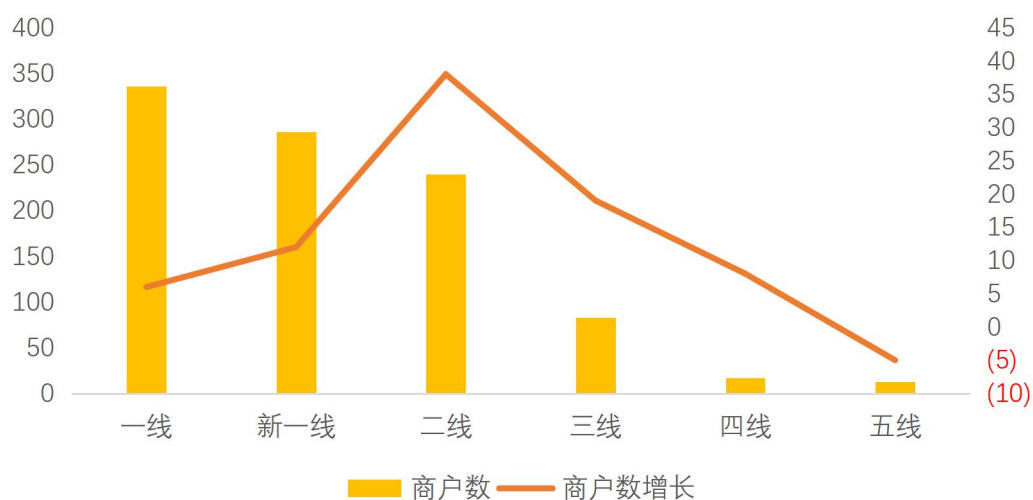


图6 2019 年美团平台分城市等级老字号小吃品牌收录商户数量

数据来源：美团研究院，其中中国城市新分级划分名单来自第一财经

为了适应市场变化，老字号唯有不断变革才能不断满足新一代消费者的需求，在市场竞争中保持优势地位。以庆丰包子和五芳斋为例，庆丰包子积极上线美团外卖，通过现代化的 SaaS 系统管理点餐和收银，大幅提升了店铺运营效率，在菜品上不断推

陈出新，比如研发烤串满足夏季夜宵市场；五芳斋在保证品质的同时不断寻求创新，推出了诸如迪士尼联名粽子礼盒等爆火产品，吸引了大量的年轻消费者。

（三）网红品牌不断涌现，网红小吃消费成为新时尚

随着“90后”成为小吃的主要消费群体，吃已不仅仅是满足饱腹的需求，更是成为追求环境、味道、服务和场景的综合体验，网红品牌顺势而生。网红小吃产品往往具有新奇的外形、独特的味道、创意的包装，同时兼具性价比和话题度，注重营销和消费者沟通，以更年轻化、特色化的方式为消费者带来了新的体验。目前，网红小吃消费已成为一种新的时尚。高线城市的消费者由于具有更高的消费力和更个性化的消费需求，往往是网红品牌看重的消费群体。表5展示了一线城市部分网红小吃商户代表（排名不分先后）。

表5 一线城市部分网红小吃商户代表

	北京市	上海市	广州市	深圳市
1	昌顺马记小吃店	十點半榴莲芝士饼	粽氏清源	笑脸饭团店
2	姚记肚包肉	阿婆酒酿	猪肠仔风味店	香河肉饼
3	苏皮儿烫	老北京冰糖葫芦	适众小食家	有章牛杂
4	WAKI WAKI	长发餐饮	阿婆牛杂·非遗小吃	阿叔小吃
5	牛街老满爆肚	粉家柳州螺蛳粉	牛腩魔王	八宝牛杂
6	姥姥家春饼店	当拼汤包 Dumplings Social	烤香客·烤包子	佳俊八宝牛杂

7	宫门口馒头	鼎福记·小笼馄饨	百家熟食店	冰村大叔·煲仔粥糖水店
	北京市	上海市	广州市	深圳市
8	饼不同榴莲烤饼	yoga's 私房米粉料理	粤滚粤掂·老广煲仔粥	叼嘴巴儿重庆粉面
9	北 27 號·廿七禾尚	屋有鲜	怪叔美食店	饭团家
10	老回回小吃	赵家大刀凉皮	佳乐粥粉	麻婆婆白家肥肠粉

数据来源：美团研究院，商户的排名不分先后

四、疫情对中国小吃产业的影响分析

（一）疫情对我国餐饮业发展产生较大冲击，1-9 月全国餐饮收入同比下降 23.9%

新冠肺炎疫情的暴发和常态化，对我国餐饮业发展产生较大冲击。国家统计局公布的数据显示，2020 年 1-9 月，全国餐饮收入 25226 亿元，同比下降 23.9%；其中，限额以上单位餐饮收入 5465 亿元，同比下降 20.8%。美团研究院的生活服务消费复苏指数显示，今年 2 月份以来我国餐饮业消费复苏率的变化经历了三个阶段：一是持续低迷期。从 2 月初至 2 月 15 日，受春节和新冠肺炎疫情因素的叠加影响，餐饮业消费复苏率持续维持低位，在 10.6%-17.2%之间徘徊。二是快速回暖期。从 2 月 16 日至 4 月 26 日，随着疫情防控形势逐渐好转，多地逐步下调应急响应级别，餐饮业的消费复苏率快速回升至 100%左右。三是稳定复苏期。从 4 月 27 日至三季度末，新冠肺炎疫情的防控形势

基本稳定，餐饮业的消费复苏率基本稳定，遇到节假日出现消费的波峰。截至9月30日，消费复苏率达到101.4%（见图7）。需要说明的是，通过美团平台大数据等测算的餐饮消费复苏率=真实的消费复苏率+新在线化率。受新冠肺炎疫情影响，线上消费的客户粘性得到增强，同时也培养了一批新的线上消费客户群体，例如一些银发群体主动尝试线上消费。因此，这一餐饮消费复苏率比现实中的餐饮消费复苏率稍微高一些。

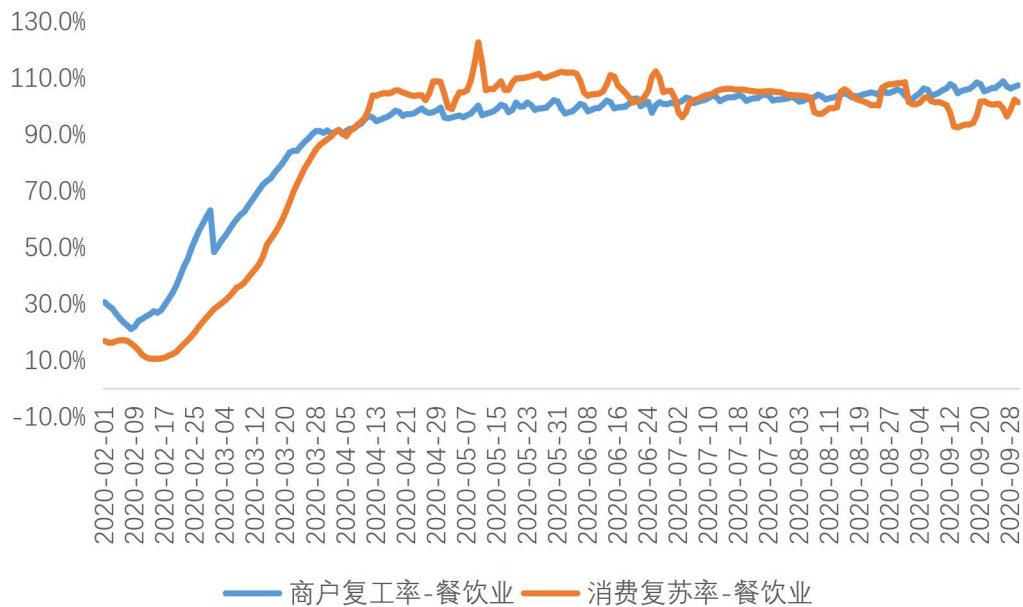


图7 餐饮业商户复工率及消费复苏率变化趋势

数据来源：美团研究院

（二）小吃快餐复苏较快，7月份已基本恢复至正常水平

餐饮重点品类中，从订单量来看，烧烤品类复苏速度最快，其次是饮品店、川菜、小吃、火锅和面包甜点；从订单金额来看，饮品店复苏速度最快，其次是烧烤、小吃、面包甜点、川菜和火

锅。美团平台大数据显示，2020 年 1-8 月，小吃品类订单量恢复至去年同期的 83.0%，交易额恢复至去年同期的 97.8%。2020 年 7 月，小吃订单量超过去年同期水平，8 月小吃品类订单量同比增长 12.5%，高于整体餐饮业 8 月的增速（见图 8）。

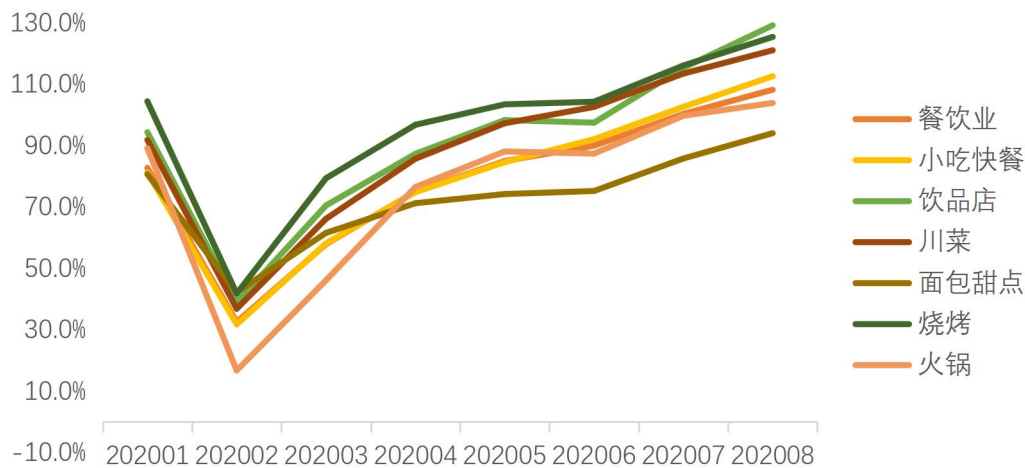


图 8 2020 年餐饮重点品类月度订单同比走势

数据来源：美团研究院

（三）外卖助力小吃产业迅速复苏，堂食需要加快消费回补

2020 年 1-8 月，小吃外卖订单量恢复至去年同期的 106.1%，交易额恢复至去年同期的 116.9%，外卖助力小吃产业复苏效果显著。2020 年 5 月，小吃外卖订单量就超过了去年同期水平，2020 年 8 月小吃外卖的订单量同比增长 34.7%，而小吃的堂食订单量仅达到去年同期水平的 66.5%，堂食需要加快消费回补（见图 9）。

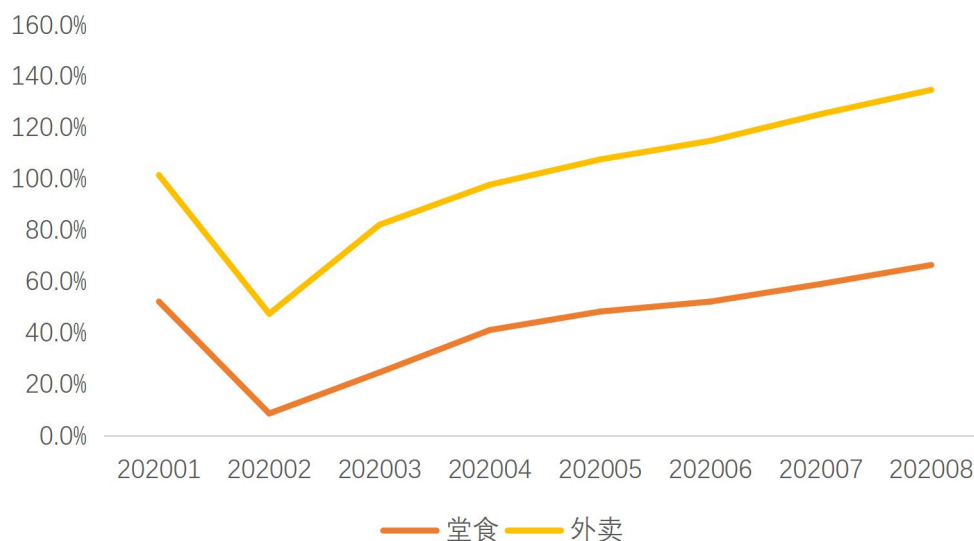


图9 2020年小吃分场景月度订单同比走势

数据来源：美团研究院

五、中国小吃产业未来发展趋势展望

随着我国经济转向高质量发展、居民收入水平的提高、大家对于美好生活的不断追求，人们的消费品质将不断提升，小吃产业的高质量发展成为提高我国城乡居民生活品质的重要组成部分。打造消费新认知、推动供给侧升级、推进融合创新、抓住数字红利是我国小吃产业未来发展的新趋势。

（一）打造消费新认知，小吃就餐综合体验升级

消费升级新形势下，消费者更加注重就餐过程中的环境、口味、品质、特色、健康、安全、服务等综合体验，小吃从“小”到“精”转变，从吃饱、吃好向吃得更有特色转变。同时，技术升级、设备升级、理念升级也会让小吃产业全面转型升级，产品

创新不断催生新的网红爆品，小吃菜品逐渐走向 IP 化、精致化、时尚化，品牌内涵更加丰富。随着“厉行节约，反对浪费”社会新风尚的形成，也将使“小份菜”的小吃消费越来越受欢迎。

（二）推动供给侧升级，实现连锁化、品牌化、规模化发展

小吃产业市场需求大、消费频率高、产品易标准、模式易复制，具备做连锁的基因和潜力。小店的经营方式灵活，“小店大连锁”逐渐成为发展趋势，小吃产业从“大而全”向“小而美”的方向转变。与此同时，小吃商户更加注重品牌建设和品牌创新，部分小吃商户通过加盟连锁，形成了品牌矩阵。此外，随着烹饪工业化的发展，去后厨化成为新趋势，小吃产业将继续加强产品标准化建设、供应链建设、中央厨房建设，实现规模化发展，提升整体实力。

（三）创新推动发展，场景、业态和技术之间的融合创新成为小吃产业发展的新路径

科技创新和商业模式创新为小吃产业的发展提供了广阔的空间，“小堂食，大外卖”将是小吃产业未来发展的新路径。与此同时，融合创新将是小吃产业未来发展的方向，餐饮和零售的融合发展形成餐饮零售化市场，餐饮和新媒体的融合发展形成网红市场，餐饮和旅游的融合发展形成地方特色产业，小吃与正餐的融合、地域间的融合也越来越快，市场空间巨大。

（四）抓住数字红利，加速小吃产业供给侧数字化转型

新消费形势下，消费者使用外卖、大众点评频率的提高以及

网红店铺的崛起都体现出运用互联网和数字化为消费者带来更好消费体验的重要性。当前，我国餐饮业已经从流量红利时代进入到数字化红利时代，小吃产业的数字化升级也从消费侧数字化向供给侧数字化转型。未来，小吃商户将通过数字化平台，掌握进货、订单、库存、流转、人员等一系列动态信息，逐步实现商品数字化、流程数字化、顾客数字化、人才数字化，并形成有效的数据沉淀，依靠数字化实现精细化运营管理，助推企业发展，加速产业的供给侧数字化转型升级。