



2020年度中国团餐百强经营状况及2021团餐发展趋势分析报告

起草单位：中国烹饪协会团餐委员会
农业农村部食物与营养发展研究所

2021年04月26日

目 录

- 一、 2020年度中国团餐百强经营状况
- 二、 2021团餐发展趋势分析

01

2020年度中国团餐百强经营状况分析

(一) 研究背景



根据中国烹饪协会开展的2020年度全国团餐企业经营现状调研情况，今年报名参与的企业热情、积极性和经营业绩都呈现出十分良好的势头，为了进一步挖掘创新潜力，鼓舞行业发展士气，经中国烹饪协会研究决定，本次百强调研采纳200家团餐企业作为样本进行分析。

(二) 收入规模



中国百强团餐企业2019年营业收入1174亿元，2020年营业收入1242亿元，同比增长5.8%。其中，2020年团体膳食收入1026亿元，较2019年增长10.4%。市场份额占比为6.7%，行业集中度相对较低。

企业规模方面，1亿元以下企业25家占比12.5%；1~5亿元的中小规模企业137家，占比近70%；5~10亿元企业18家，占比9%；10~20亿元的企业11家，占比5.5%；规模20亿元以上企业共9家，占比4.5%，分别是20~50亿元公司7家，50~100亿元及100亿元以上公司各1家。

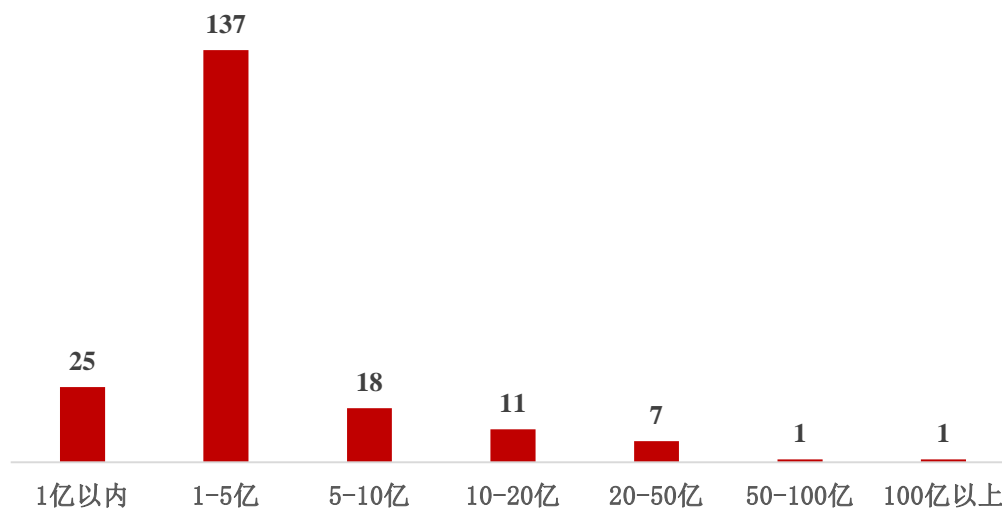


图1.中国百强团餐企业收入分布

(三) 成立时长和服务范围



如图2所示，截止2020年，中国百强团餐企业中成立10年以上的占其全部68%，成立5-10年的企业占25%，成立不足5年的占比7%。这表明，规模以上的企业普遍深耕团餐行业多年。

如图3所示，业务开展范围方面，全国性、跨区域，以及省内经营的团餐公司分别占三分之一左右。

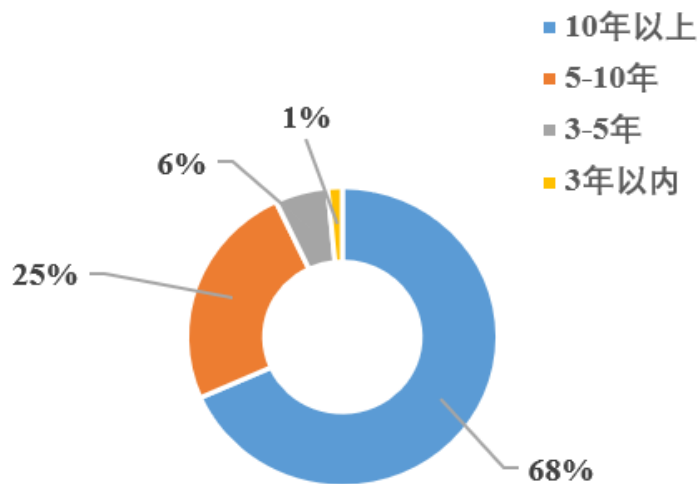


图2. 中国百强团餐企业成立时长

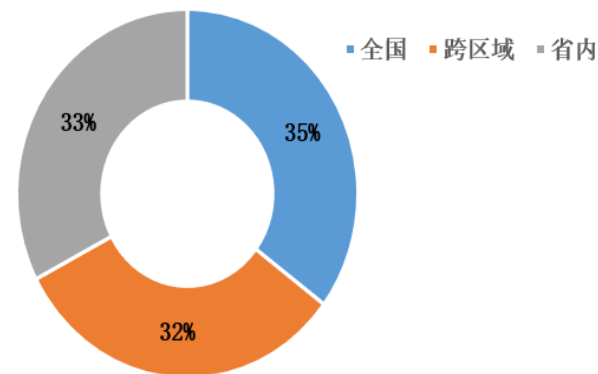


图3. 中国百强团餐企业服务范围

(四) 总部区域分布



从地域分布看，当前中国百强团餐企业的总部分布于25个省（市）。其中，安徽、广东、江苏等省的规模以上团餐企业超过20家，北京、上海、河南、山西等省（市）超过10家。以上省份劳动力供给充足、资本活跃度大，校园、大型企事业单位资源丰富，经济相对发达，拥有较大的市场发展空间。

(五) 网点数量



截至2020年底，团餐市场百强企业经营的门店共计23000家，店均年收入450万元。根据统计数据显示，团餐公司经营网店数与其营业额呈显著正相关关系，且团餐公司营收的94%由开店数量决定。随着网点数量的上升，团餐企业的收入呈上升趋势。目前，在团餐百强企业中，门店数量不足20家的占13%；在20~50家的占比32%；50~100家的占比26%；门店超过100家的团餐百强企业占比29%。

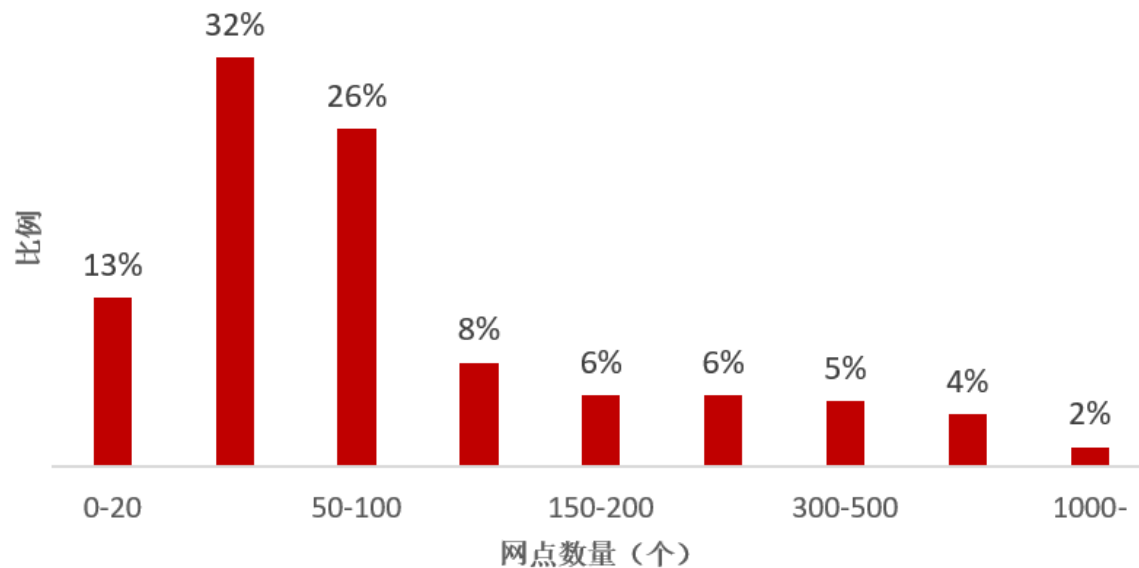


图5. 中国百强团餐企业网点数量比例

(六) 单店经营规模



从单店经营规模来看，门店平均收入为355万元；跨区域公司的门店数量高于省内公司，同时其门店平均收入比省内公司高22.5%，为435万元；对于全国性公司而言，它们拥有更多的网点数量，以及最高的店均收入543万元。

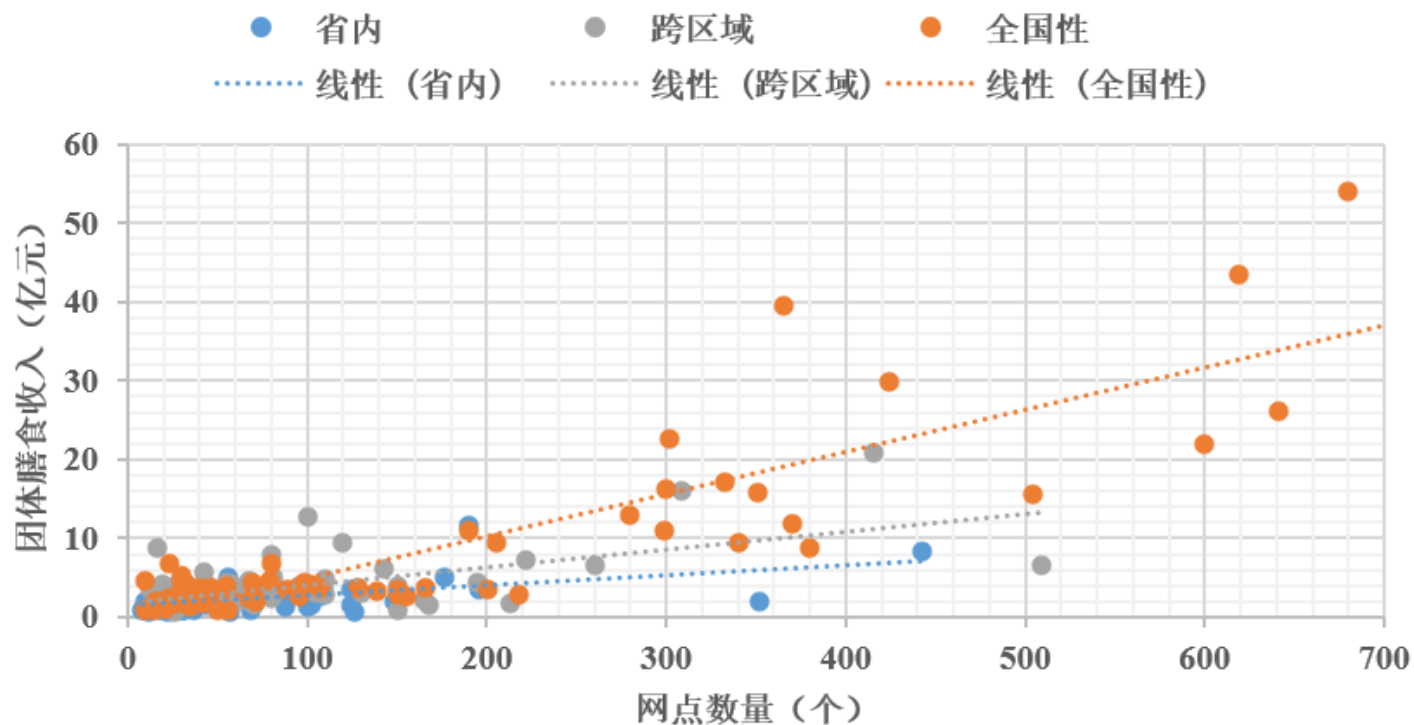


图6.网点数量与团体膳食收入

(七) 人员劳效



截止2020年底，团餐百强企业合计用工81万人，店均用工35人，人均劳效12.6万元/年。

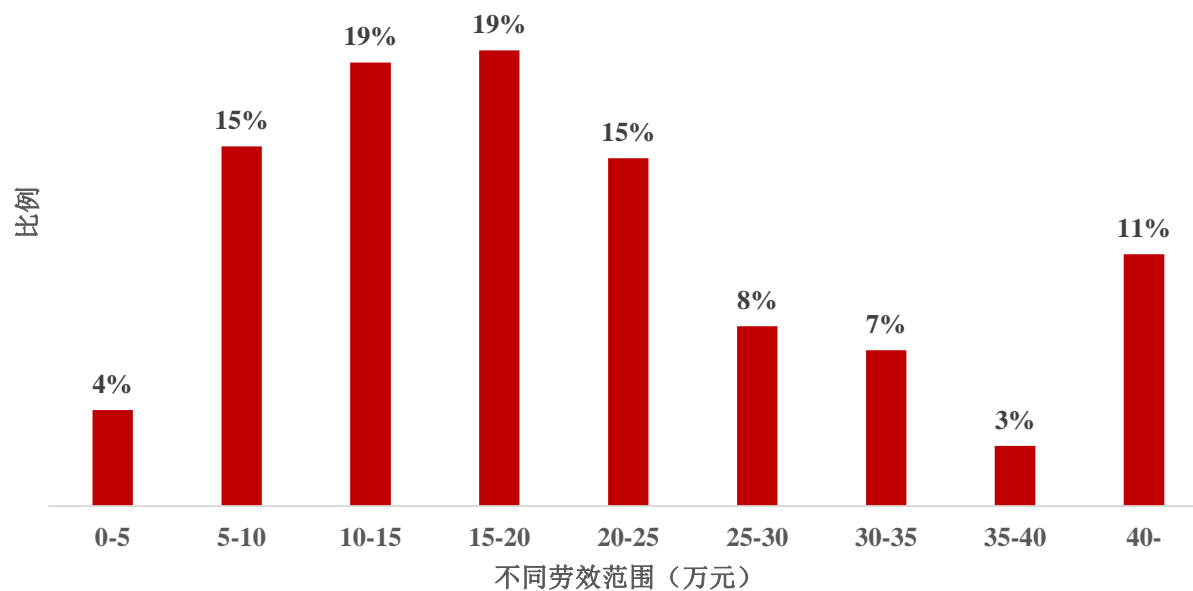


图7.网点数量与团体膳食收入

(八) 团体膳食单位收入结构



团体膳食单位主要服务于校园、机关、企事业单位等大型团体，近些年，随着团餐企业经营范围不断扩大，医院、民航、铁路、大型活动等细分领域的团餐市场潜力也得到深入挖掘。2019年，中国百强团餐企业团体膳食收入929亿元，其中校园、机关和企事业单位收入分别为517亿元、97亿元和315亿元，分别占其总收入的55.7%、10.4%和33.9%。2020年，中国百强团餐企业主营业务收入1026亿元，较上年增长10.4%。其中，校园、机关和企事业单位收入分别为537亿元、114亿元和375亿元，较上年增加3.7%、17.7%和19.0%（图8）。

从团体膳食收入结构看，团餐企业在机关和企事业单位收入的增长较2019年分别增加17.7%和19%，而在校园业务上的增长仅3.7%，这主要在于为确保有效疫情防控，学校多为分批错峰开学，校园业务较其他业务恢复较慢。

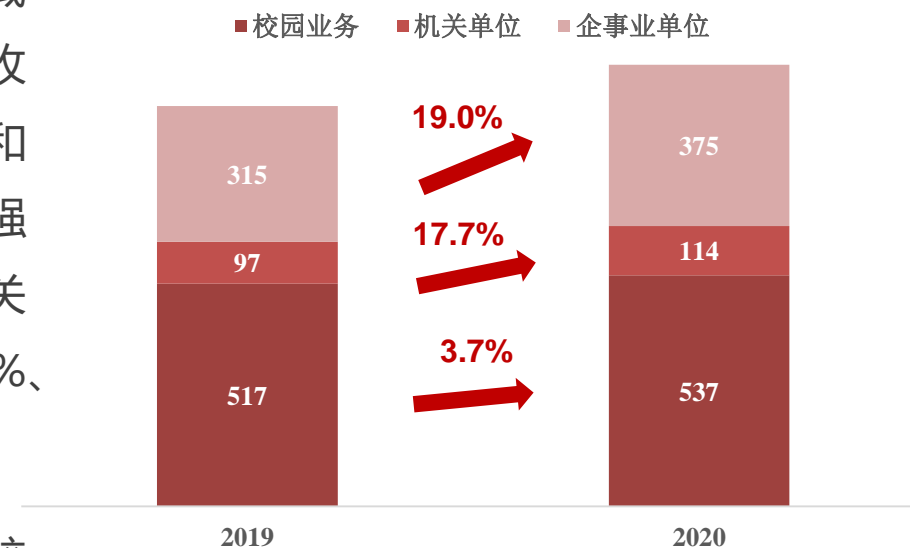


图8.2019、2020年中国百强团餐企业团体膳食收入及结构变化

(九) 不同规模企业收入变化



虽然中国百强团餐企业经营状况受“新冠疫情”影响整体小，恢复能力较强，但对于不同规模团餐企业，2020年主营业务收入较2019年增幅情况不一。图9显示，规模在50亿以内企业，2020年团体膳食收入较2019年均有增加，但随着规模增大，增长率逐渐下降。规模1亿以内小型团餐企业的团体膳食收入增长率达50%，而20~50亿规模企业增长率仅为7.8%。规模超过50亿的团餐企业2020年团体膳食收入较2019年反而下降，规模50~100亿和100亿以上团餐企业较2019年团体膳食收入下降14.4%和3.9%。

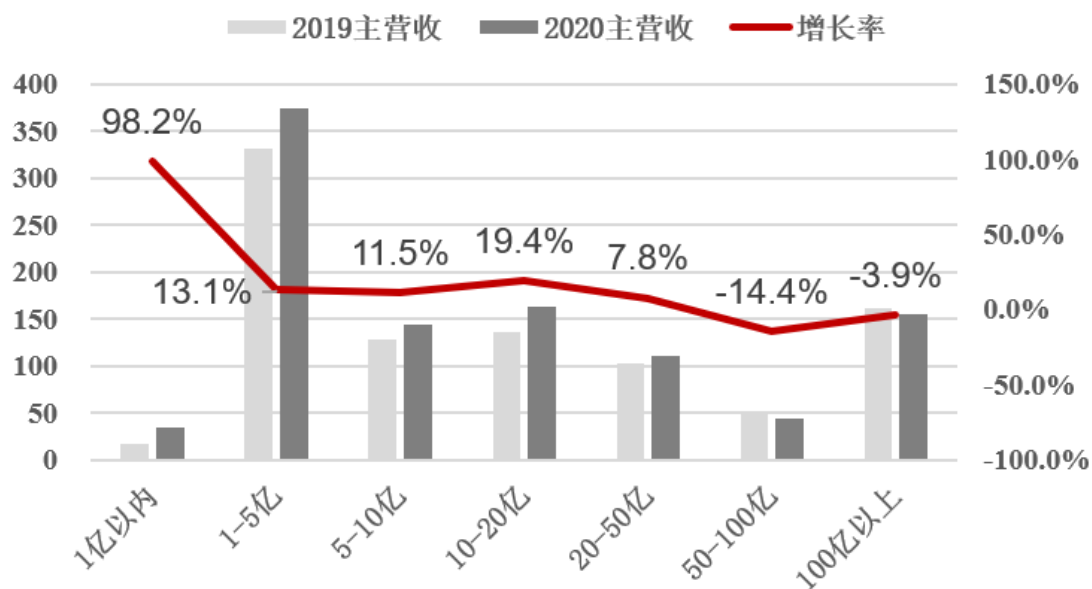


图9.2019、2020年不同规模百强团餐企业团体膳食收入（亿元）

02

2021团餐发展趋势分析

(一) 消费升级推动团餐产业进入高质量发展新阶段

2020年以前，团餐行业处于粗放发展的初级阶段，以各团餐企业创新转型、艰难度过疫情寒冬为标志，从2021年开始，团餐企业比拼的将是菜品的品质、菜品的价格、服务的内容、服务的效率、供应链的管理、信息化的水平，以上几个方面将决定团餐企业能否生产出满足顾客需求或引领顾客需求的质优价廉的菜品。中国团餐业真正进入了一个以质取胜的全新发展阶段，要想在未来竞争中取胜，必须练好基本功，把顾客服务好！

(二) 信息化重塑传统团餐产业



现代信息化技术以数据库为基础，通过现代网络通信使信息资源共享、人的智能和社会资源潜力充分发挥，更好促进个人行为与组织决策在合理化前提下趋于理想状态。当前，我国团餐产业正处于关键发展时期，现代信息化技术不断加速团餐行业迭代升级。大数据应用和信息化传递不仅促使整个食材配送体系高效搭建运行，还有效连接了上游农业种植到下游最终消费者需求，使得整个团餐产业在现代信息技术推动下不断向标准化、数字化、集约化、绿色化发展。

(三) 营养健康同食品安全一样愈加受到专注



当前我国正处于中国居民膳食结构升级和农业战略转型新时期，消费者已由吃得饱、吃得好转向吃得营养、吃得健康。合理膳食搭配和健康饮食是大家日益关注的话题。团餐企业在学生餐饮方面除了考虑食品安全、品质口味的同时，在膳食搭配上也更加重视食物多样、营养均衡、油盐适当等；此外，大部分团餐企业会通过定期调换菜谱、张贴宣传海报、举办形式多样的活动和采用信息化传播手段来践行和普及科学膳食知识。随着中国快速进入老龄社会，对于不同年龄段和不同身体状态的老年人，在养老餐科学营养配餐及标准化上要加大研发力度，以满足人民对幸福生活的需求。

(四) 市场日渐成熟推动团餐品牌化发展



我国团餐企业具有小而散的特点，整体行业集中度差。目前，团餐主营业务收入主要来自校园、科技园、工厂、企业、医院、政府机关等。截止2020年，全国规模百强团餐企业中，已孵化小吃和饮品品牌的企业超过80%。今后，随着我国餐饮业不同业态间良性竞争，日渐成熟的市场会进一步促使团餐企业向品牌化发展。

(五) 拥抱资本，为企业发展注入新的发展动力



据不完全统计，团餐前20强中已有6-8家引入资本，未来5年团餐及供应链企业上市的公司不会少于6-8家。随着国内消费升级驶入快车道，国内外投资机构对餐饮食品产业将持续看好。这也是中国进入消费升级新时代后，给餐饮和食品企业带来的红利。

**总之，后疫情时代，中国团餐业将进入一个全新的发展阶段，
只有夯实基础、练好内功，不断提升服务质量才能谱写高质量发展的新篇章！**