

湾区食韵 绘新章

2025年餐饮企业发展报告





目录

卷首语 04

序言 05

01 餐饮业发展现状： 07
全国餐饮质优于量，大湾区餐饮韧性彰显

02 大湾区餐饮业格局重塑： 26
发展阶段迭代与最新政策导向

03 大湾区餐饮投融资市场： 41
更趋审慎，平价餐饮受青睐

04 上市推动餐饮品牌跃迁： 51
从生意到生态，形成“资本—产业”正向循环

结语 61

卷首语

中国餐饮业随着城市化进程、大众消费崛起和连锁经营模式创新等因素的推动，已激荡发展四十年，成长为全球第二大餐饮消费市场。2024年作为“十四五”规划承前启后的关键一年，餐饮消费对社会消费品零售总额的贡献持续突出。然而，面对终端需求理念变化、品类竞争激烈、客单价回落等挑战，行业出现了“增收不增利”和资金承压等情况。聚焦品牌迭代与创新、供应链弹性与柔性、数字化深度转型以及拥抱资本市场，餐饮企业在变局中持续锻造新竞争力。

“海纳百川，兼容并蓄”——作为国内最活跃的消费市场之一，粤港澳大湾区人口密集，消费能力强，加之政策支持和区域一体化推进，餐饮市场规模不断扩大，形成了以粤菜为核心，汇聚各地特色风味、接轨国际化美食的多元化发展格局。从本土市场精耕细作到加速资本运作，大湾区餐饮企业经历了从量的扩张到质的提升的蜕变。特别是在资本化方面，依托香港的金融中心地位，诸多餐饮品牌成功上市，发挥长期资本和市场影响力优势，加快连锁化、规模化和一体化步伐，为行业注入新的活力。

在此背景下，毕马威中国联合广东省餐饮服务行业协会及深圳市烹饪协会共同推出了《湾区食韵绘新章——2025年餐饮企业发展报告》报告，以帮助企业更好地把握市场机遇，促进企业竞争力的有效提升。该报告以详实的数据为基础，以专业的视角为支撑，阐述全国及大湾区的餐饮业发展现状，剖析大湾区餐饮业发展面临的挑战、机遇以及发展趋势，并通过深刻洞察大湾区餐饮业投融资市场的环境、趋势以及热点领域，充分挖掘赋能餐饮价值链成长的新风口，提供资本化运作的应对策略指导，为餐饮业穿越周期、实现长期发展提供有益思考。

“前路漫漫亦灿灿”。展望2025年，大湾区餐饮行业必将以更加开放的姿态拥抱变革，以更加创新的精神突破藩篱，以更加坚定的步伐迈向未来。毕马威中国愿携手餐饮企业，共创湾区餐饮业更加灿烂的明天！

零售及消费品行业主管合伙人

毕马威中国
林启华



序言



广东省餐饮行业服务协会会长
谭海城

2024年，我国餐饮市场持续回暖向好，全年总收入达5.57万亿元，同比增长5.3%。行业围绕品质化、绿色化、连锁化和数字化等发展亮点不断突破，展现出强大的韧性与活力。作为中国最具活力和潜力的区域之一，粤港澳大湾区餐饮市场在全国餐饮市场中占据重要地位，整体韧性彰显。以广东为例，根据广东促进服务消费媒体通气会消息，2024年广东餐饮收入达到5,904.9亿元，位居全国首位，且连续多年占全国餐饮收入的10%以上，行业总体运行良好。

在经济不确定性增强的时期下，餐饮业投融资机构普遍表现出审慎的态度、更趋于将资金投向重点潜力项目。为了推动餐饮业可持续发展，大湾区地方政府密集出台一系列惠企、融资支持及扩大消费内需等扶持政策，助力企业加快实现连锁化和规模化。在这一背景下，陆续有餐饮企业开启赴港上市的计划，积极拓展资本市场融资渠道。此外，各地餐饮企业积极开拓细分赛道市场，其中团餐/快餐/小吃以及茶饮赛道融资表现较好，位居大湾区九市的餐饮业投融资细分赛道前列。

为了帮助企业更好地把握消费市场动态，洞察餐饮业资本运作的新趋势和新机遇，广东省餐饮服务行业协会及深圳市烹饪协会共同联合毕马威中国编写了《湾区食韵绘新章——2025年餐饮企业发展报告》。报告总结了餐饮市场的总体情况，深入分析了餐饮企业面临的挑战、当下的机遇及未来发展的趋势，研判餐饮投融资市场未来走向，为餐饮企业加速资本化运作提供路径建议，助力行业高质量发展。

扬帆起航，乘风破浪。在资本化浪潮的推动下，我们期待更多餐饮企业能够把握行业发展趋势，不断开拓进取，实现健康、可持续的高品质发展！

序言



深圳市烹饪协会会长
刘永忠

2024年，国家商务主管部门将其确立为“消费促进年”，旨在构建以消费为核心驱动力的经济增长新范式。作为服务消费领域的重要支柱，餐饮行业正经历从规模扩张向质量提升的结构性转变。在存量市场博弈加剧、消费分层特征显著的市场环境下，通过资本运作、数字化转型、供应链优化及“质价比”战略重构，加速释放市场活力。国家统计局数据显示，2024年全国餐饮收入规模达5.6万亿元，同比增长5.3%，显著高于社会消费品零售总额增速，充分印证了餐饮行业在经济下行压力下的强韧性与高成长性。

粤港澳大湾区作为我国改革开放的前沿阵地，依托“双循环”战略支点地位，以多元文化融合与开放型经济体系，构建起餐饮业发展的独特优势。2024年，大湾区餐饮市场规模占全国比重攀升至10.5%，创近十年新高，标志着区域餐饮经济进入高质量发展新阶段。从行业演进视角来看，大湾区餐饮业历经了市场扩容、业态革新、外资融合等阶段，当前正面临政策规制优化、消费主权崛起、技术革命深化与产业模式重构的多重变革。在数字化转型层面，AI大模型、大数据分析等前沿技术深度渗透供需链条，通过智能选址、精准营销、动态库存管理实现全链路降本增效，并催生预制菜零售、智慧餐厅等复合业态创新。在品牌发展维度上，品类细分战略推动特色赛道爆发，餐饮集团通过副牌矩阵构建实现差异化竞争与市场渗透；供应链体系则依托大湾区完备的产业配套能力，通过标准化生产和冷链物流网络建设，为餐饮企业国际化布局提供核心支撑，推动中式餐饮品牌加速“出海”。

资本如同一缕春风，能让餐饮行业这棵大树枝繁叶茂。从破土而出的初创品牌，到亭亭如盖的成熟企业，资本市场总能为其注入向上生长的力量，助力突破发展瓶颈，实现品牌的华丽蜕变。为此，广东省餐饮服务行业协会、深圳市烹饪协会与毕马威中国携手，在深入调研行业、剖析海量数据后，精心撰写了《湾区食韵绘新章——2025年餐饮企业发展报告》。这份报告如同点亮前路的明灯，不仅梳理了全国及大湾区餐饮市场的现状与趋势，还解答了企业上市路上的困惑，希望能陪伴行业同仁，在机遇与挑战并存的市场浪潮中，驶向更辽阔的远方。

01

餐饮业发展现状：

全国餐饮质优于量，大湾区餐饮韧性彰显

1.1

消费市场持续复苏 大湾区消费内需动力持续释放

2024年是实现“十四五”规划目标任务的关键一年。这一年，中国经济在外部环境趋紧、内部压力加大的背景下寻求稳健发展，面临的挑战更加多元且复杂。从国际环境来看，国际局势动荡不安，地缘政治冲突升级，“脱钩断链”趋势愈演愈烈，这些因素叠加导致外部环境的复杂性、严峻性和不确定性增加，给我国经济增长带来更大压力；从国内环境来看，国内需求恢复动能不足，大循环存在堵点，部分行业企业经营承压，就业增收压力依然较大，经济运行面临的困难和挑战更加突出。面对复杂多变的国内外环境，2023年的中央经济工作会议提出，2024年要坚持稳中求进、以进促稳、先立后破，着力扩大国内需求，形成消费和投资相互促进的良性循环。

总的来说，2024年中国经济展现出较强的韧性和内在张力，经济运行总体平稳、稳中有进，全年经济增长预期目标顺利实现。2024年，中国国内生产总值（GDP）首次突破130万亿元，达134.9万亿元，同比增长约5.0%，继续保持全球第二大经济体地位¹。过去四年间，中国经济总量连续迈上100万亿元、110万亿元、120万亿元和130万亿元四个大台阶，成功实现“四连跳”。这不仅体现了中国经济底盘稳、潜力足、活力强的特性，更彰显了中国作为世界经济增长“动力源”和“稳定锚”的重要作用。

广东作为中国的经济第一大省，2024年经济规模跃升至新高度，地区生产总值迈上14万亿元的新台阶，达14.16万亿元，占全国GDP的10.5%，连续36年稳居全国首位。其中，珠三角经济总量超11.5万亿元，占全省GDP近八成。广州、深圳、佛山、东莞四个万亿元城市经济总量继续扩大，“黄金内湾”正蓄势腾飞，大湾区城市群综合实力不断增强²。

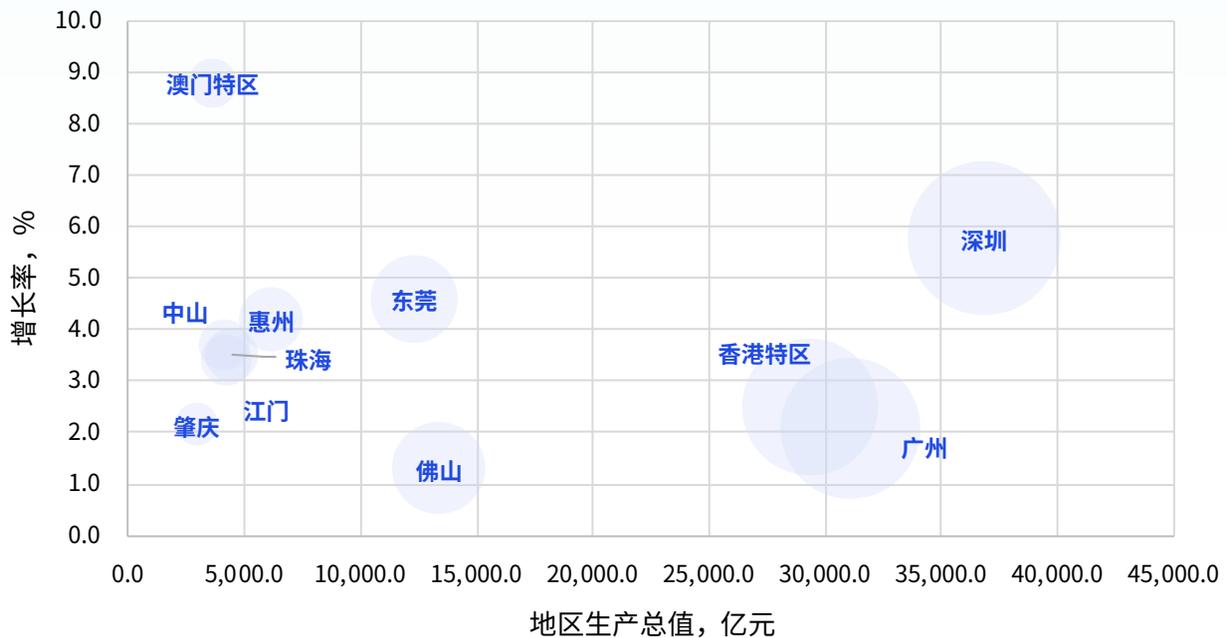


¹ “突破134万亿 中国经济有‘质’有‘量’”，央视新闻，2025年1月17日

² 2024年广东经济运行情况分析，广东统计局，2025年3月11日

2024年是粤港澳大湾区发展规划纲要公开发布实施五周年。五年来，粤港澳大湾区建设取得显著成就，已成为推动我国高质量发展的重要引擎。2024年的广东省政府工作报告明确提出，将建设粤港澳大湾区作为首要工作任务，加快建设世界级的大湾区、发展最好的湾区。当前，粤港澳大湾区建设全面提速，“一点两地”战略定位持续深化，区域协调发展不断取得新突破。根据最新数据，2024年，粤港澳大湾区地区生产总值约为14.8万亿元，距离15万亿元大关仅一步之遥。粤港澳大湾区作为中国式现代化的重要载体，正以其独特的区位优势、创新活力和发展潜力，为实现共同富裕、推动高质量发展、构建新发展格局作出重要贡献。

图1 2024年大湾区“9+2”城市群地区生产总值及其同比增长情况，%，亿元



资料来源：各地统计局，Wind，毕马威分析

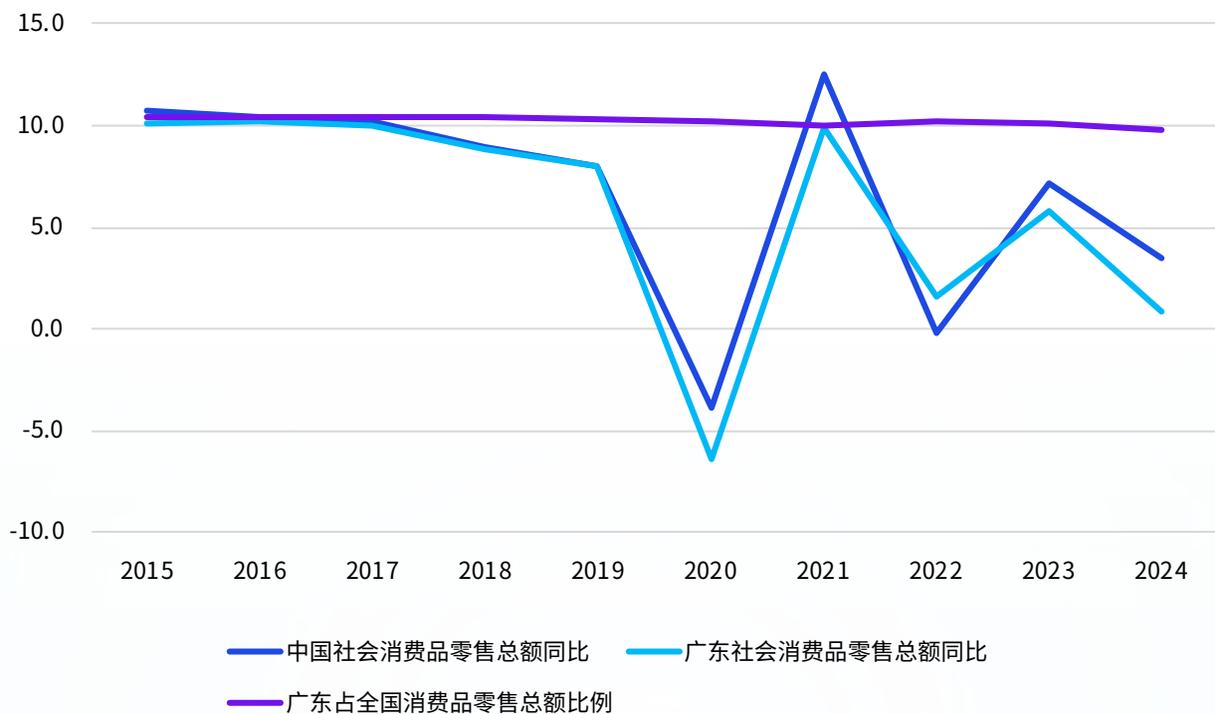
注：香港特区及澳门特区的地区生产总值以2024年平均汇率计算

消费市场的持续恢复得益于扩内需政策的支持和市场环境的优化。2024年，以旧换新政策作为扩内需的重要抓手，被多次提及并不断加码。2月，习近平总书记在中央财经委员会第四次会议上强调，加快产品更新换代是推动高质量发展的重要举措；3月，国务院印发《推动大规模设备更新和消费品以旧换新行动方案》，对实施设备更新、消费品以旧换新、回收循环利用、标准提升四大行动等作出具体安排；7月，中央政治局会议进一步强调，要以提振消费为重点扩大国内需求，经济政策的着力点要更多转向惠民生、促消费；同月，国家发展改革委、财政部联合印发《关于加力支持大规模设备更新和消费品以旧换新的若干措施》，统筹安排3,000亿元左右超长期特别国债资金，持续推动“两新”（设备更新和消费品以旧换新）政策落地见效。

2024年，商务部以“消费促进年”为主线，采取多项措施推动消费持续、稳定扩大。特别是在新业态、新热点的带动下，市场活力进一步释放。四季度，受7月发布的“两新”政策加力扩容的推动，社会消费品零售总额同比增长3.8%，其中汽车、家电、家装、电动自行车等重点品类销售额超过1.3万亿元，拉升全年社零增速约1个百分点³。根据国家统计局数据，2024年中国全年社会消费品零售总额达48.8万亿元，同比增长3.5%。尽管涨幅较2023年收窄3.7个百分点，但消费对经济增长贡献率仍高达44.5%，继续发挥其作为经济发展第一拉动力的作用。

作为消费大省，广东省积极响应商务部提出的“消费促进年”号召，全省各地市开展如“Young城Yeah市”“家520购物季”“夜生活粤精彩”等主题营销活动，营造浓厚的消费氛围，并围绕提振内需、扩大消费的目标。“两新”行动方面，广东省先后于2024年4月和8月分别印发《广东省推动大规模设备更新和消费品以旧换新的实施方案》以及《关于用好超长期特别国债资金加力支持消费品以旧换新的实施方案》，全力推动“两新”政策落地见效。2024年全年，广东消费品以旧换新活动实现销售额1,534.5亿元，惠及1,128万余人，规模位居全国第一⁴，社会消费品零售总额达到4.8万亿元，同比增长0.8%。虽然增速略低于全国平均水平，但作为中国经济大省，广东省的社会消费品零售总额占全国总量仍保持在10%左右，在消费领域仍然具有一定的韧性，其作为全国消费大省的地位依然稳固，为全国消费市场稳定增长作出重要贡献。

图2 近十年中国和广东社会消费品增长及广东占比情况，%



资料来源：Wind，毕马威分析

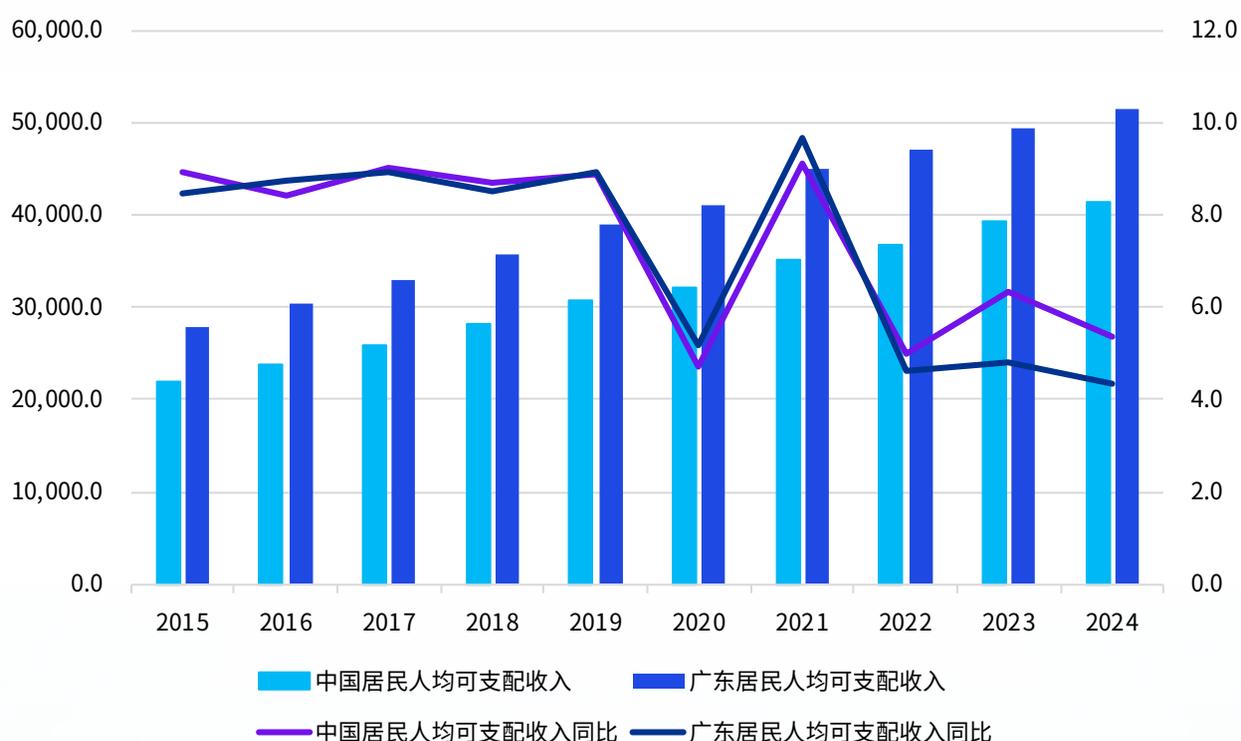
³ “2024年大规模设备更新和消费品以旧换新工作取得显著成效”，国家发改委，2025年2月11日

⁴ 今年以旧换新补贴标准发布，广州日报，2025年1月27日

消费市场的活跃程度直接依赖于居民的收入水平。居民收入是消费能力的来源，收入的增长能够提升消费者的购买力，从而推动消费市场规模的扩大。2024年7月，第二十届中央委员会第三次全体会议通过《中共中央关于进一步全面深化改革推进中国式现代化的决定》，并提出要提高居民收入在国民收入分配中的比重，形成有效增加低收入群体收入、稳步扩大中等收入群体规模、合理调节过高收入的制度体系；优化创业促进就业政策环境，支持和规范发展新就业形态。

随着中国经济的回升向好，就业形势总体改善，居民收入实现与经济增长同步。2024年，全国居民人均可支配收入首次突破四万元大关，达到4.1万元，比2023年增长5.3%，扣除价格因素，实际增长5.1%，略高于GDP增速。广东方面，2024年广东居民人均可支配收入首次突破五万元，达到5.1万元，高于全国平均水平，同比增长4.4%，为提振消费及经济活力的持续释放奠定了坚实基础。

图3 2014年-2024年全国以及广东居民人均可支配收入同比情况，元，%（右轴）

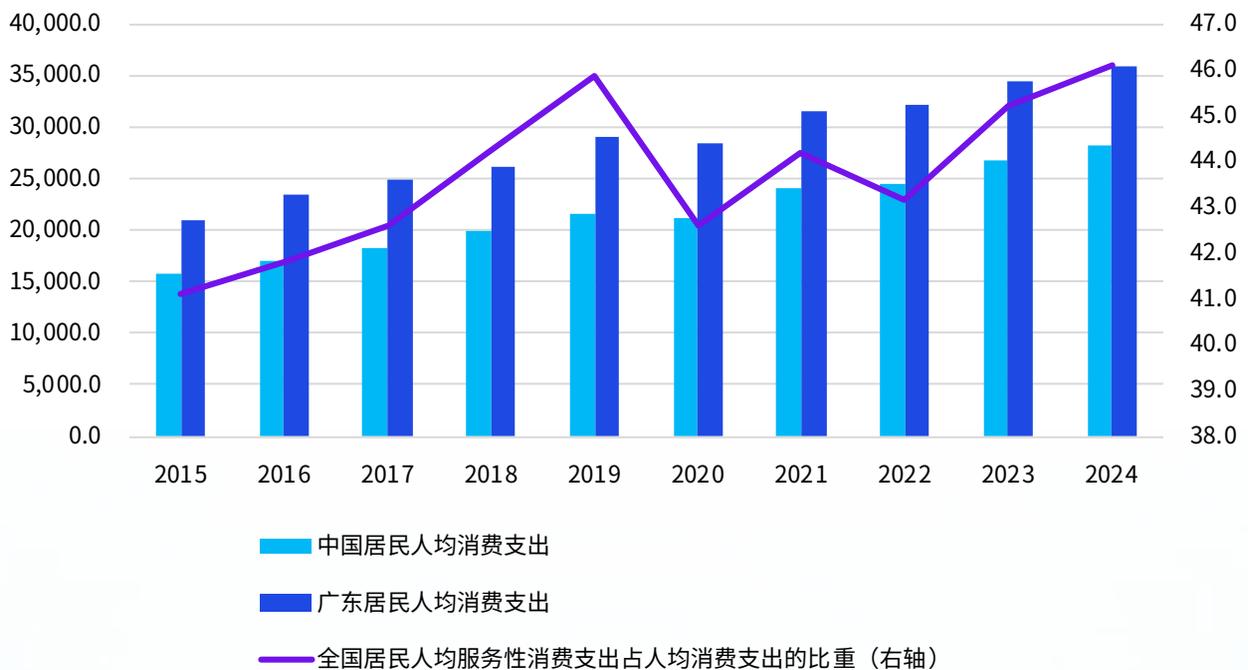


资料来源：Wind，毕马威分析

在经济持续发展和居民收入稳步增长的背景下，服务消费已成为驱动居民消费增长的核心引擎，成为居民消费升级的主要推动力量。为了释放服务消费潜力，激发服务消费内生动能，培育服务消费新增长点，我国首次专门就服务消费发展作出系统全面的部署。2024年8月，国务院发布《关于促进服务消费高质量发展的意见》，围绕挖掘基础型消费潜力、激发改善型消费活力、培育壮大新型消费、增强服务消费动能、优化服务消费环境等方面，提出20项重点任务，支持餐饮住宿、家政服务、养老托育等服务消费重点领域高质量发展。2024年，全国居民人均消费支出2.8万元，同比增加5.1%。其中，全国居民人均服务性消费支出1.3万元，同比提高7.4%，占全国居民人均消费支出的46.1%，较2023年提升0.9个百分点，我国居民消费结构持续优化升级，服务消费对整体消费增长的拉动作用进一步增强。

从区域消费来看，广东省表现突出。2024年，广东全省居民人均消费支出为3.6万元，同比增长4.3%，系全国人均消费支出的1.3倍。其中，全省居民人均服务性消费支出1.8万元，同比增长7.6%，占全省居民人均消费支出的51.0%，同样高于全国水平线。广东省在居民消费结构优化和消费升级方面继续领先全国，区域消费展现出强劲的内需增长动力。

图4 2015年-2024年全国以及广东居民人均消费支出情况，元，%（右轴）



资料来源：Wind，毕马威分析

1.2

餐饮消费愈发理性 企业连锁化步伐加快

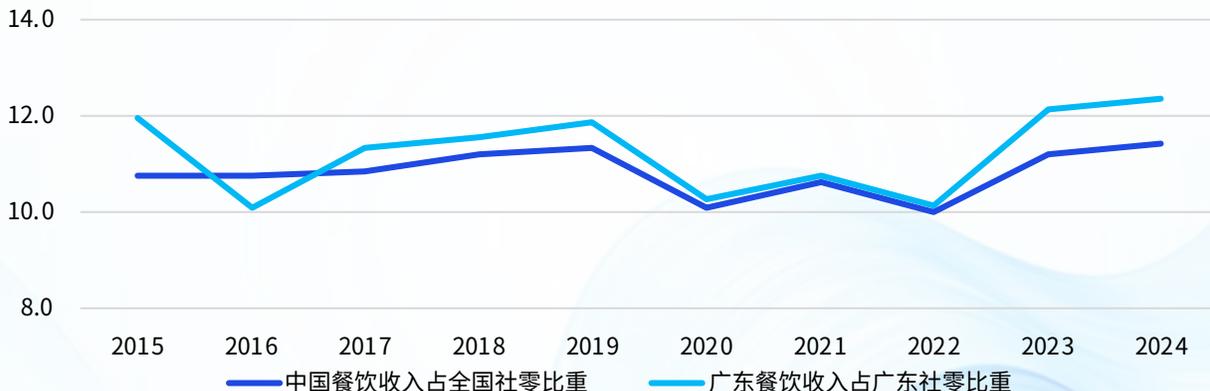
1.2.1 全国餐饮消费重要性持续凸显，大湾区市场占据重要地位

餐饮消费是居民日常生活的基本需求之一，具有高频次、刚需性强的特点，是维系社会运行的重要基础性消费领域。作为大消费领域的重要组成部分，餐饮消费不仅与人民群众的日常生活紧密关联，更是社会消费品零售总额中占比最大的品类之一，在促进消费增长、做强国内大循环等方面发挥着不可替代的作用。

纵观2024年，中国餐饮市场延续稳中向好。得益于国家一系列增量政策的持续发力，各地因地制宜推出“文旅+美食”融合项目、夜间经济、“展演+美食”沉浸式体验等多元化促消费活动，并通过发放消费券等方式进一步激发餐饮市场活力。全年餐饮收入5.6万亿元，同比增长5.3%，增速分别高于GDP增速、社会消费品零售总额增速0.3个、1.8个百分点。尽管整体收入增速有所放缓，但全国餐饮收入占社会消费品零售总额的比重仍达11.4%，较2023年增加0.2%，全国餐饮市场持续回暖，对消费增长的支撑作用进一步增强。值得关注的是，作为国内餐饮产业消费高地，广东餐饮市场彰显出较强韧性。根据广东促进服务消费媒体通气会消息，2024年，广东餐饮收入达到5,904.9亿元，同比增长2.5%，同比增速较广东社零增速高1.7%。根据广东统计局数据，广东省餐饮行业收入已连续多年占全国总量的10%以上，在全国餐饮市场中继续保持领先地位。

对比餐饮收入增速，近年来广东餐饮收入整体发展趋势跟全国基本一致，但其增速的波动幅度相对更为平稳。特别是2021年至2022年期间，广东餐饮收入跌幅低于全国平均水平，凸显抗风险能力，也反映了广东餐饮市场在复杂经济环境下的韧性和适应性。

图5 2015年-2024年全国餐饮以及广东餐饮增速情况，%

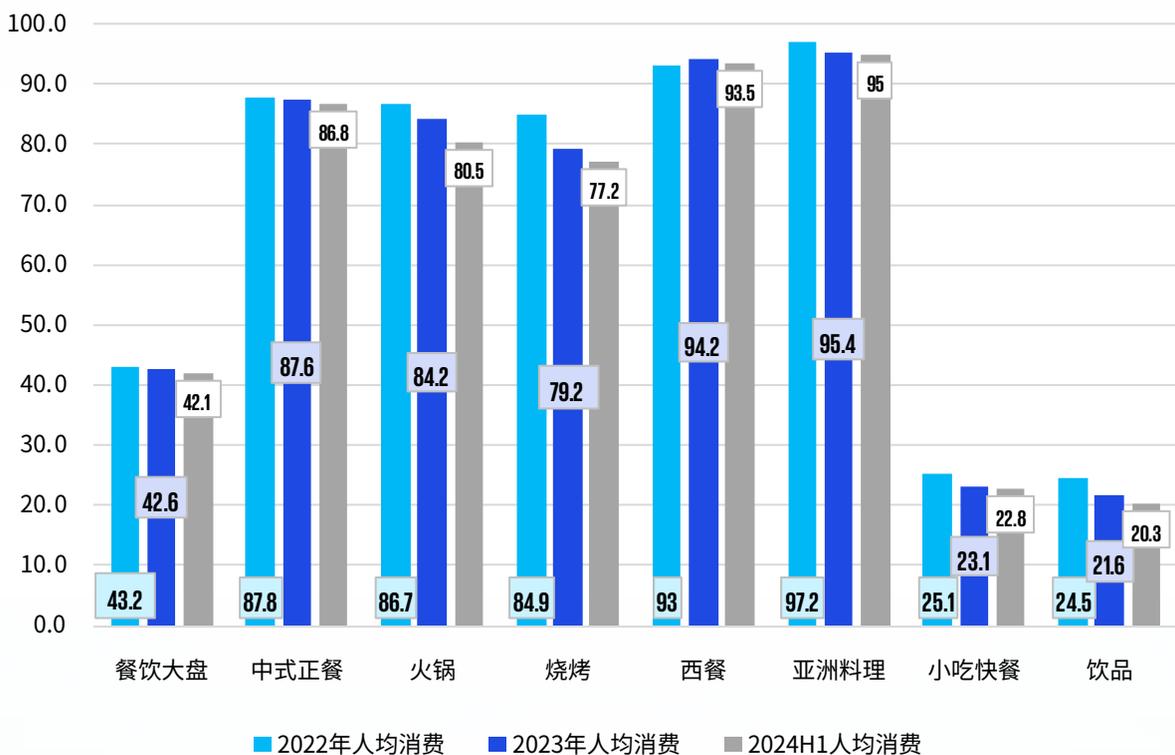


资料来源：Wind，毕马威分析

1.2.2 需求侧：消费者餐饮消费支出愈发理性

随着中国餐饮行业整体收入增长趋缓，消费需求的升级和市场竞争的加剧推动着行业格局的重塑，消费者行为也在发生深刻变化。从需求侧来看，消费者偏好逐渐向多元化、个性化转变，对餐饮品质和服务的要求不断提高，消费者的餐饮消费支出愈发理性，人均消费呈现下降趋势。根据红餐大数据，2023年全国餐饮大盘人均消费为42.6元，比2022年下降了0.6元，同比下降了1.4个百分点，除西餐细分赛道外，各个餐饮细分赛道的人均消费额均下滑。2024年上半年，餐饮大盘人均消费继续下滑至42.1元，比2023年下滑了1.2个百分点，各赛道人均消费额继续下滑，但降幅略有收窄，饮品、小吃快餐、烧烤等细分赛道降幅收窄较为明显。

图6 2022年-2024上半年餐饮细分赛道人均消费情况，元



资料来源：公开资料整理，毕马威分析

粤港澳大湾区作为中国开放程度最高、经济活力最强的区域之一，吸引了大量跨区域消费群体，孕育出极具包容性和多元性的餐饮文化。基于消费特征及偏好，来自大湾区餐饮市场的消费者可划分为四类典型画像：“Z世代”年轻人群、中高收入人群、港澳“北上”消费人群以及都市银发人群。

从“Z世代”的创新追求到中高收入人群的品质需求，从港澳“北上”人群的多元口味到都市银发人群的传统偏好，大湾区餐饮市场在满足多样化需求的同时，也展现出强大的市场活力和抗周期性。大湾区餐饮市场在满足多样化需求的同时，也展现出强大的市场活力和抗周期性。这种多元化的消费特征不仅推动了餐饮行业的创新发展，也为大湾区经济的持续增长提供了有力支撑。

图7 粤港澳大湾区餐饮市场四大典型消费者画像

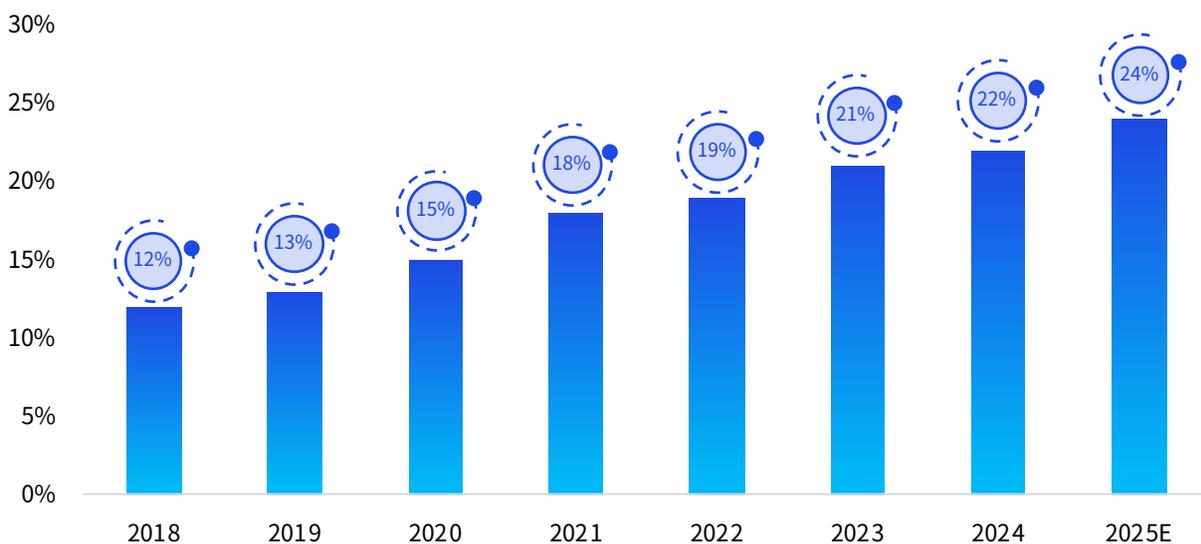


资料来源：公开资料整理，毕马威分析

1.2.3 供给侧：餐饮连锁化步伐加快，规模化、一体化成为核心竞争力

与此同时，供给侧的企业也面临着市场和竞争压力，行业分化现象日益显著。需求侧消费偏好转变导致客单价下行，而供给侧企业则需要在成本控制、创新菜品研发和品牌建设等方面寻求突破。连锁化品牌凭借其在供应链成本管控、品牌价值影响力和规模经济支撑下的综合优势，在市场竞争中脱颖而出。根据红餐网数据显示，中国餐饮连锁化率在过去七年间阶梯式上升。2024年，餐饮连锁化率已达到22%，预计到2025年将突破24%。其中，广东餐饮连锁化率达31.7%⁵，高于全国平均水平。较高的连锁化率意味着广东餐饮市场主体在品牌建设、标准化管理、品质把控等方面走在前列，为消费者提供了更加稳定、可靠的餐饮服务。

图8 全国餐饮连锁化率



资料来源：红餐网，毕马威分析

连锁化经营逐渐成为推动中国餐饮行业高质量发展的重要引擎，限额以上餐饮企业在行业中的地位持续提升。据国家统计局数据显示，2024年限额以上餐饮企业收入总额达到1.5万亿元，达到历史峰值，在总餐饮收入中的占比达27.5%，为近十年最高水平，较2019年提升7.3个百分点，餐饮市场向规模化、品牌化发展的趋势更加显著。

⁵ 《2024年广州国际美食餐饮产业大数据报告》，中国餐饮产业研究院，2025年4月

图9 近十年限额以上单位餐饮收入及其占比情况, 亿元, % (右轴)

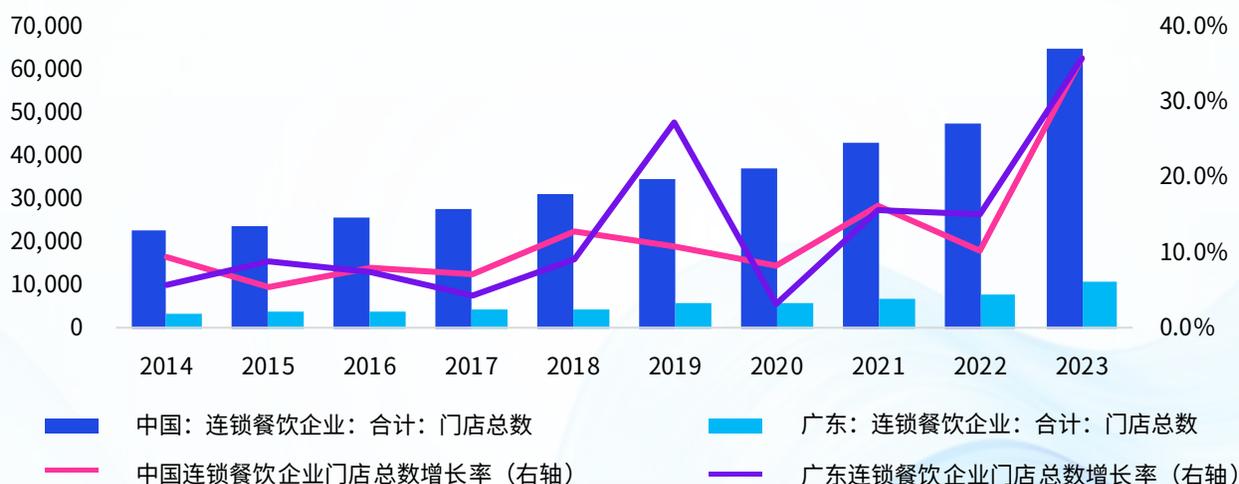


资料来源: Wind, 毕马威分析

连锁化率的提升得益于开放加盟等商业模式的转变, 并带动了门店数的快速增长。根据国家统计局数据, 2023年中国连锁餐饮企业门店总数达到64,693个, 其中广东地区门店数达10,757个。广东作为行业风向标和中国最活跃的消费市场之一, 凭借其高密度城市群、年轻化消费结构以及较强的数字化基础, 为连锁品牌提供了理想的“试验田”。从近十年发展来看, 广东地区年复合增长率为13.6%, 略高于全国的12.5%。结合品牌餐饮实践来看, 门店增量开始更多向二、三线城市等下沉市场渗透和布局。在“预制菜+数字化+品牌并购”的组合驱动下, 餐饮企业得以推行“强管理”模式, 从资质、运营能力、食材供给及长期规划等方面严格把关, 标准化加盟等策略成效逐渐显现。

图10 中国连锁餐饮企业门店数量及增长率, 家, % (右轴)

三个阶段: 直营为主, 注重品质控制 → 试点加盟, 区域代理初现 → 全链路可复制, 加盟、联营快速放量



资料来源: Wind, 毕马威分析

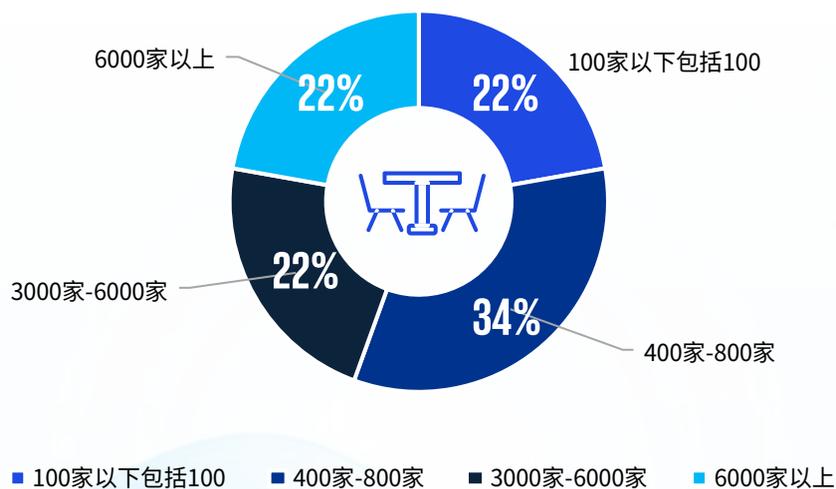
与连锁餐饮企业门店数量的“爆发式”增长相对应，餐位数增速呈现差异化，扩张以小型门店为主导。这种模式具有多重优势：

- 01 小型门店的投资成本较低，能够降低加盟商的进入门槛，从而加速品牌扩张并迅速实现规模化；
- 02 数字化运营和O2O经营模式的普及，弱化了门店位置的限制，使得小型门店选址更加灵活，有助于渠道下沉和获客路径的拓展；
- 03 高度一体化的自建供应链体系为各店铺的物料供应和品质控制提供了有力保障。

通过“小步快跑”的扩张方式，连锁餐饮企业不仅迅速拓展市场，更形成了规模化与一体化的核心竞争力。这一模式从前端的选址与运营优化，到中台的数字化管理系统建设，再到后端的供应链整合，实现了全链条的高效协同。

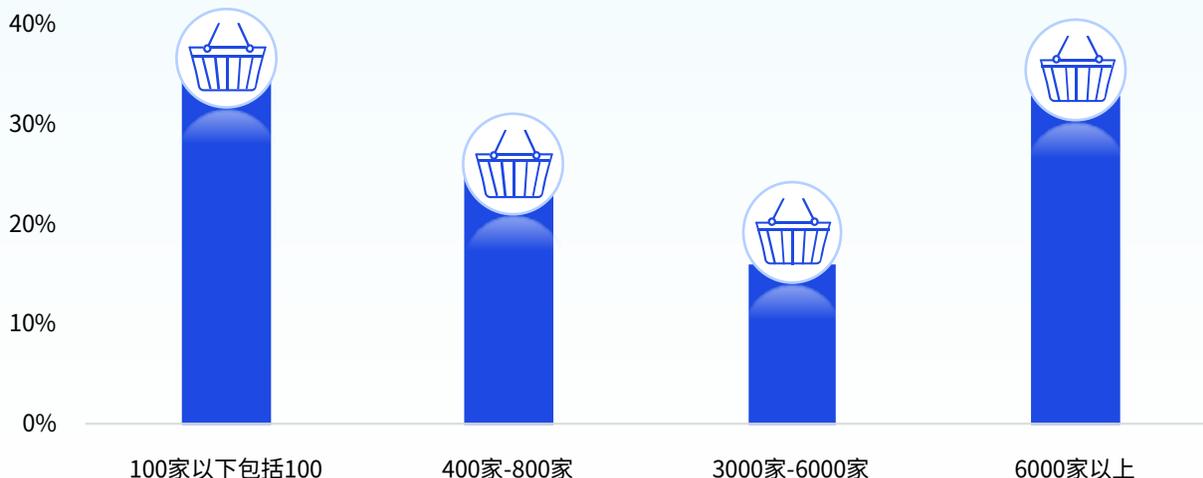
规模化带来最大的红利是单位成本的持续下降。一方面，通过集中采购降低原料成本；另一方面，通过统一配送降低物流费用。更重要的是，随着企业规模扩大，其在上游原材料、设备、物业租金等方面的议价能力显著增强。根据《2024胡润中国餐饮品牌TOP100》，我们选取了9家已披露2024年采购成本数据的上市公司作为研究样本，重点关注其五大供应商采购金额占比情况。研究发现，超大型连锁企业（门店数不低于6,000家）五大供应商采购金额占比约为33%，其中作为卤味赛道的代表企业，其经营表现受到多重因素影响，包括加盟商扶持政策导致的销售费用增加以及原材料成本上涨等。大型连锁企业（门店数3,000-6,000家）占比为14.2%-18.7%，中型连锁企业（门店数400-800家）占比约25%，而小型连锁企业（门店数不高于100家）占比最高，达38%。值得注意的是，与连锁餐饮企业相比，单体餐厅的供应商采购金额占比通常更高，这或与其供应链集中度较低、议价能力相对较弱等因素有关。

图11 不同连锁餐饮规模门店数



资料来源：Wind，毕马威分析

图12 不同连锁餐饮规模（100店、400店、3000店及以上等）对应的五大供应商采购成本占比，%



资料来源：《2024胡润中国餐饮品牌TOP100》、企业年报，公开渠道新闻、毕马威分析

连锁餐饮一体化的核心竞争力，不仅体现在前端的“复制效率”，更在于中后台“标准化、数字化、供应链”三者的有机融合。与传统个体餐饮不同，连锁餐饮企业的本质特征在于其一体化的管理系统。若缺乏这一系统支撑，每个门店、每个部门都将可能陷入各自为政的状态，导致数据孤岛现象严重，管理效率低下。大湾区作为中国餐饮连锁化的实验田与标杆，其区域连锁餐饮一体化程度高、品牌孵化能力强、规模复制机制完善，为全国餐饮连锁企业提供了值得借鉴的路径与模式⁶。

图13 连锁餐饮企业一体化能力构成

供应链端

以中央厨房、冷链物流、智能仓配为核心，实现原材料的标准化加工和定点配送，大幅降低门店自加工压力，并提高食品安全一致性。

数字化中台

构建ERP、CRM、BI系统打通门店、仓储、财务、营销，实现“千店一面”的统一数据管理，多个上市连锁品牌均已部署全链路数智平台。

人力资源与培训

打造模块化SOP体系与“店长孵化营”等机制，实现管理人员的批量培养与快速输出。

品牌联营与资本一体化

餐饮连锁化步伐受益于本地资本的强烈参与，如IDG、高榕资本、天图、腾讯产业投资等在各大连锁上市餐饮、茶饮企业等项目中扮演的关键角色，进而让许多品牌进入“品牌+工厂+资本”三位一体协同结构，加快门店拓展与标准输出。

资料来源：毕马威分析

⁶注：2024年连锁餐饮数据预计于2025年10月发布，本分析基于2023年数据。鉴于近年来宏观经济波动，餐饮行业受外部环境影响较大，2024年数据或现显著变化。

1.3

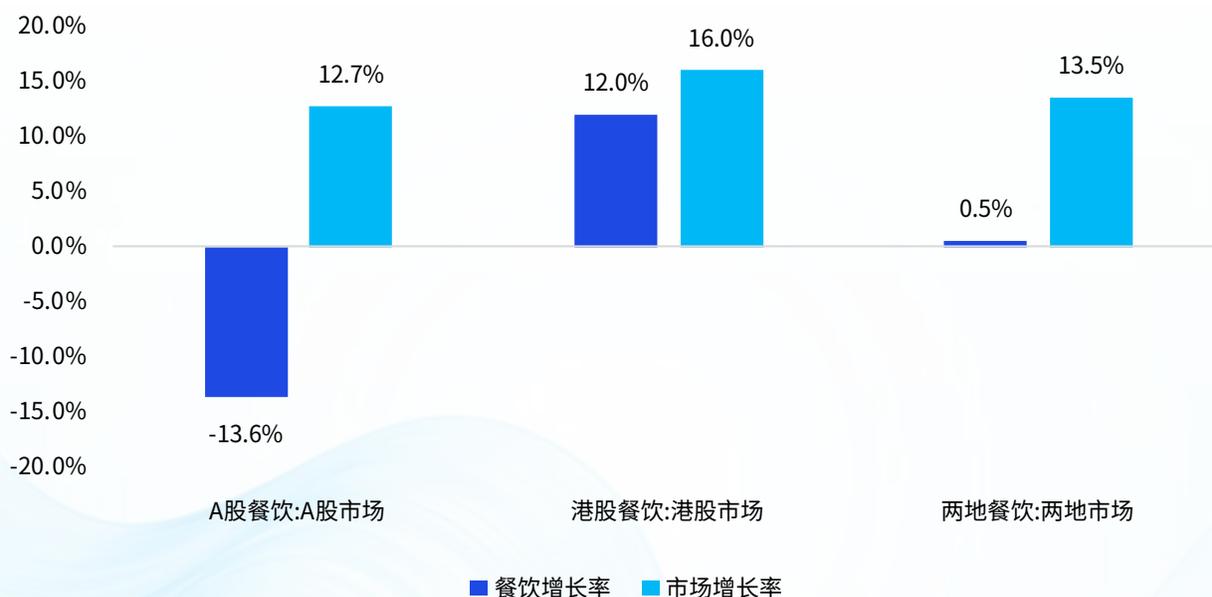
上市餐饮企业盈利有所提升 中小规模企业面临严峻考验

本小节选取了37家在中国境内上市的餐饮企业作为样本，其中12家为A股上市公司，25家为港股上市企业。从企业总部位置来看，有17家企业的总部位于大湾区（香港13家、广东4家），其余20家企业则分布于内地其他省市及海外。

聚焦大湾区，从上市时间来看，大湾区餐饮企业的上市进程可分为三个阶段：1986年-2007年的初期阶段，上市企业数量较少；2011年-2021年的快速发展期，每年均有企业成功上市；2022年至今，虽尚未有新企业上市，但得益于政策支持和融资环境的改善，未来上市前景依然乐观。

总市值方面，截至2024年12月31日，两市餐饮企业合计总市值为4,514.3亿元人民币，同比增长0.5%。其中，港股餐饮企业表现相对突出，2024年末总市值同比增长率达到12.0%，主要得益于新上市港股餐饮企业的贡献，其增量占总增长的6.3%。相比之下，A股餐饮企业总市值同比下降13.6%，呈现明显下滑。这一趋势与2023年“827新政”后A股IPO审核趋严密切相关，新政实施以来未有新的餐饮企业成功登陆A股市场，成为制约A股餐饮企业市值增长的重要因素。

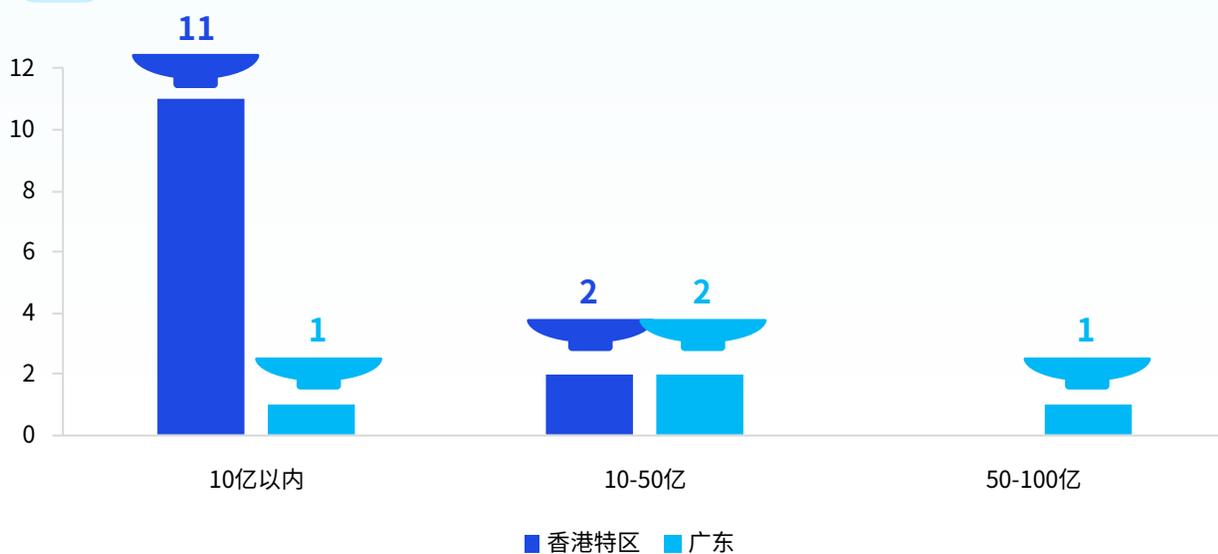
图14 2024年两市餐饮企业总市值同比增长情况



资料来源：Wind，毕马威分析

大湾区方面，2024年，两市中大湾区餐饮企业总市值为273.5亿元人民币，同比下降27.4%。其中，香港特区和广东的餐饮企业市值主要集中在10亿元以内（香港特区11家，广东1家），10-50亿元市值的企业有4家（香港特区和广东各2家）。A股中唯一的大湾区餐饮企业市值最高，为94.6亿元。总体来看，大湾区餐饮企业的市值规模仍偏小，该区域餐饮企业在资本市场的竞争力有待进一步提升。

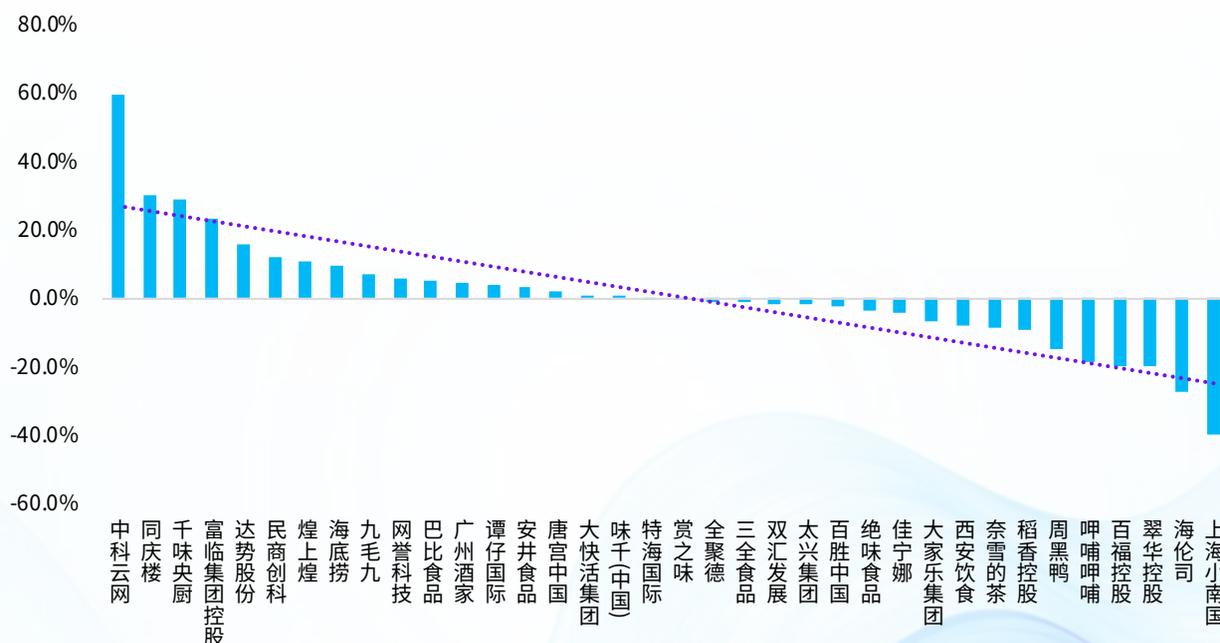
图15 2024年大湾区餐饮企业中期总市值同比增长情况



资料来源：Wind，毕马威分析

总资产方面，样本企业呈现两极分化的情况。2024年中报显示，47.2%样本企业总资产较去年同期实现增长，其中76.5%为连锁餐饮企业，样本企业总资产增长率均值为0.9%。

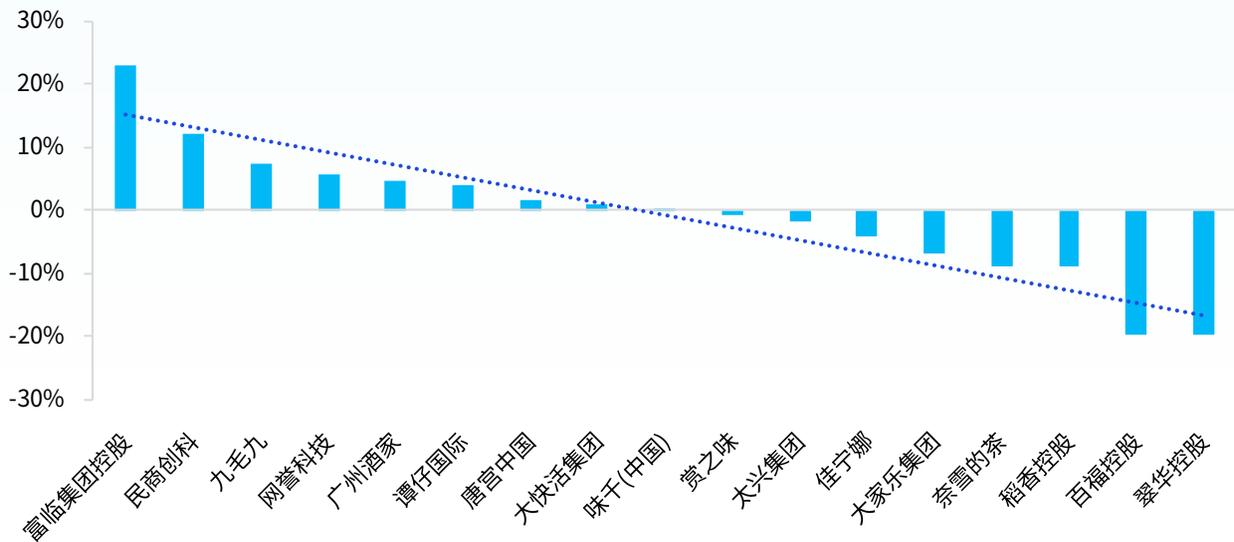
图16 2024年两市餐饮企业中期总资产同比增长情况



资料来源：Wind，毕马威分析

就大湾区来看，广东企业占据前列。总部位于广东省的三家餐饮企业以总资产规模位居前三甲，均突破60亿元，充分彰显了广东省餐饮企业在资产规模上的显著优势。从总资产增长情况来看，截至2024年6月30日，超五成的大湾区餐饮企业实现总资产同比增长，而全国平均水平仅为47.2%，这表明大湾区餐饮企业在总资产增长方面展现出更强的区域增长动能。

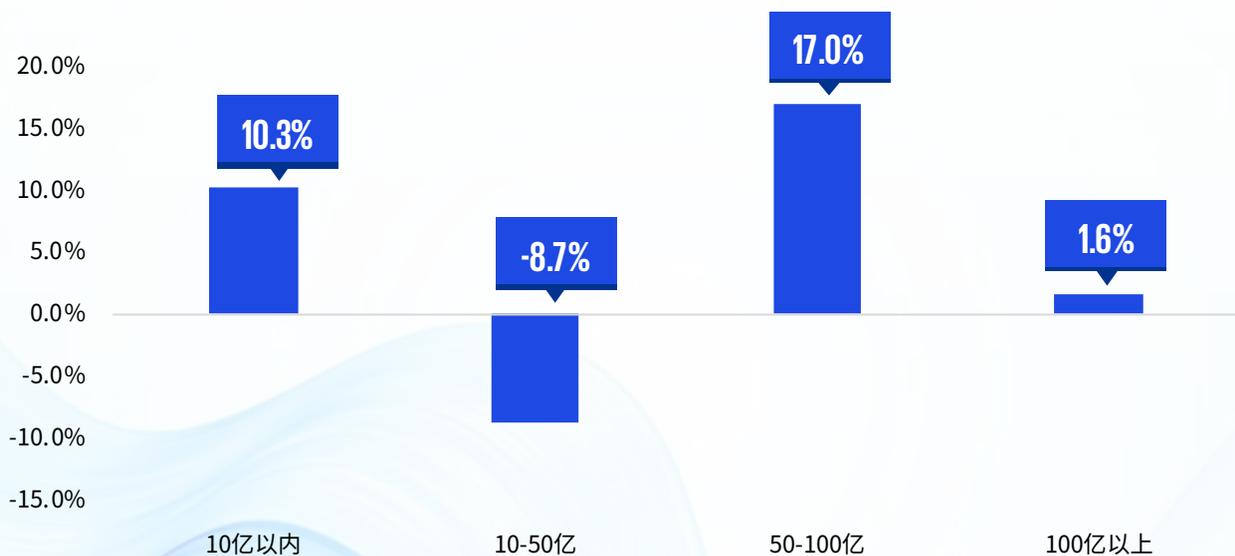
图17 2024年大湾区餐饮企业中报总资产同比增长情况



资料来源：Wind，毕马威分析

营业收入方面，2024年上半年，样本企业营业收入同比增长率为3.0%，整体呈现温和增长。按市值规模划分，不同体量企业的经营表现具有显著差异。其中，市值规模在50-100亿元的企业表现最为亮眼，营业收入同比增长率达到17.0%，10亿元以内企业紧随其后，实现10.3%的增长；100亿元以上的企业增长相对平稳，录得1.6%的增幅；而市值在10-50亿元的企业则面临较大压力，营业收入同比增长率为-8.7%。这一数据反映出，中小规模上市餐饮企业正面临来自市场竞争的严峻考验，同时也凸显出行业内部的结构分化特征。

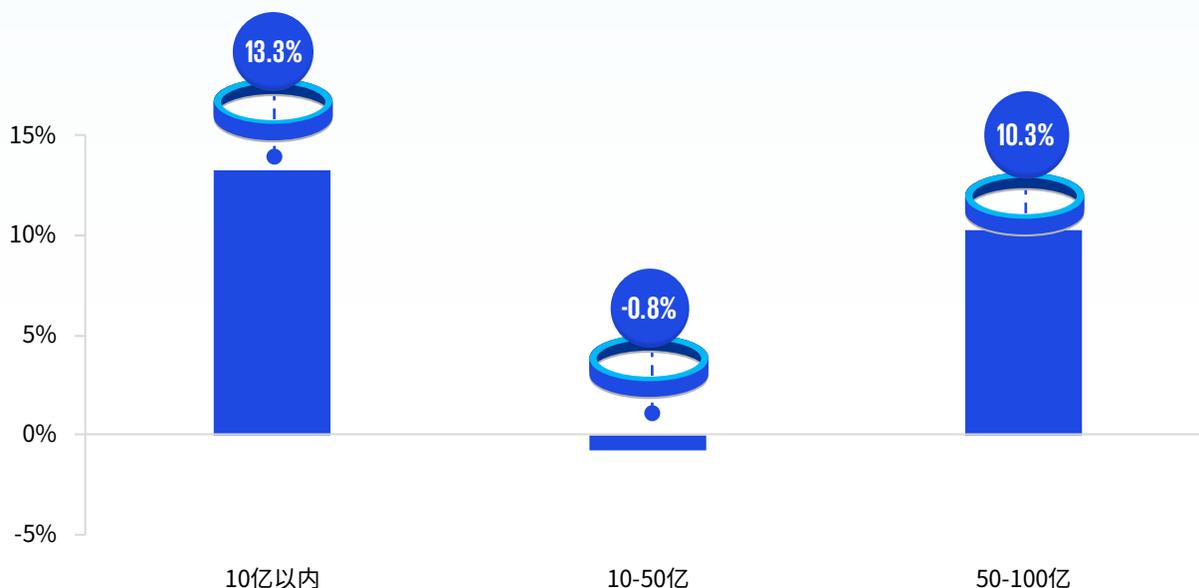
图18 2024年两市餐饮企业中报营业收入同比增长率均值



资料来源：Wind，毕马威分析

值得关注的是，大湾区上市样本餐饮企业展现出较强的增长韧性。纳入统计的17家样本企业实现营业收入平均同比增长9.8%，较全国上市餐饮企业3.0%的平均增长率高6.8个百分点，凸显出大湾区餐饮市场的独特优势。然而，大湾区上市样本餐饮企业在市值分布方面呈现出明显的分化特征。具体而言，市值低于10亿元及50-100亿分别实现增长13.3%和10.3%，而市值位于10-50亿区间的企业出现负增长，这主要归因于四家企业中的一家企业由于商标减值和联营公司投资的减值而出现较大亏损，对整体板块表现产生一定拖累。

图19 2024年大湾区餐饮企业中期营业收入同比增长率均值



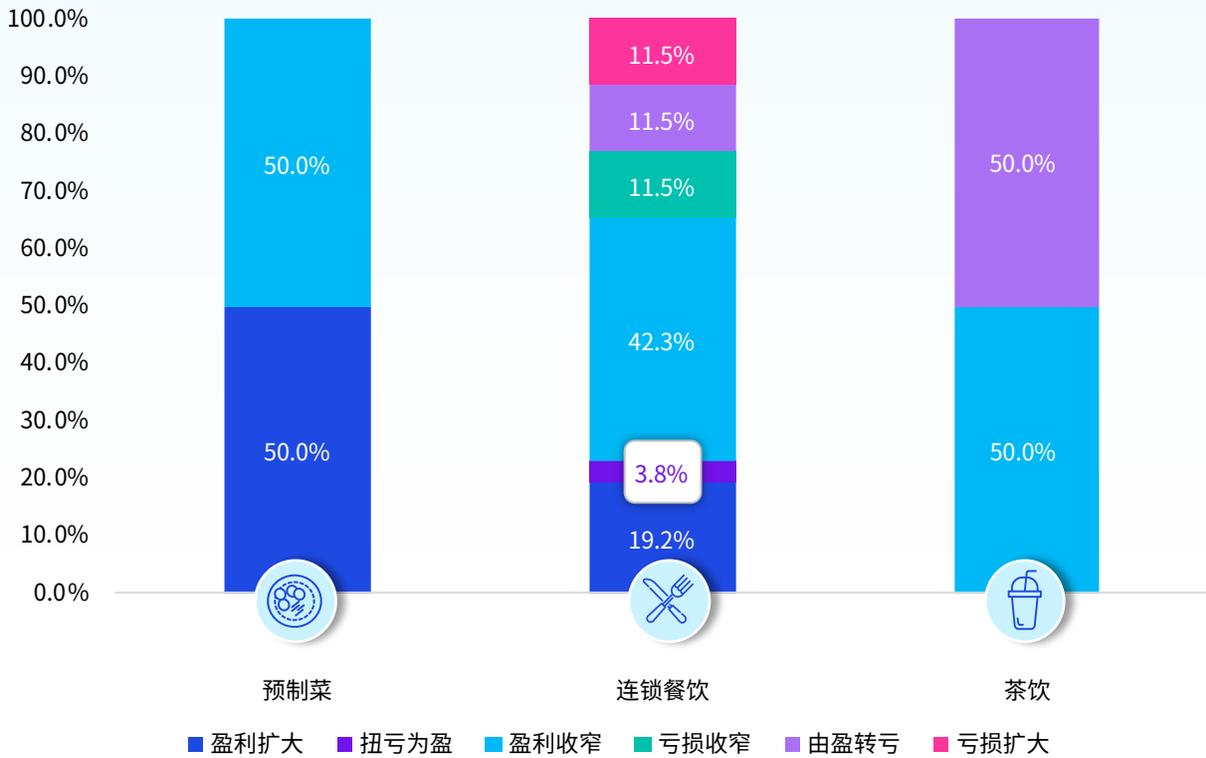
资料来源：Wind，毕马威分析

净利润方面，2024年上半年，全国上市餐饮企业盈利情况呈现分化。通过对样本企业2024年中报与2023年中报的盈利对比分析（分为盈利扩大、扭亏为盈、盈利收窄、亏损收窄、由盈转亏、亏损扩大六个类别⁷），72.2%的企业实现盈利；其中，25.0%同比净利增加，但有44.4%盈利收窄。

从细分赛道来看，预制菜企业表现最为稳健，所有上市企业均实现盈利；连锁餐饮企业数量众多，赛道内企业经营情况分化明显，但总体情况良好，盈利企业数量占同赛道企业总数65.4%，占样本企业总数的47.2%，为所有细分赛道之最。

⁷ 注：盈利扩大：两个报告期净利润皆为正数，且2024中报净利润高于2023中报；扭亏为盈：2023中报净利润为负，2024中报转正；盈利收窄：两个报告期净利润皆为正数，但2024中报净利润小于2023中报；亏损收窄：两个报告期净利润皆为负数，但2024中报亏损金额更小；由盈转亏：2023中报净利润为正值，2024中报转负；亏损扩大：两个报告期净利润皆为负，且2024中报亏损高于2023中报。

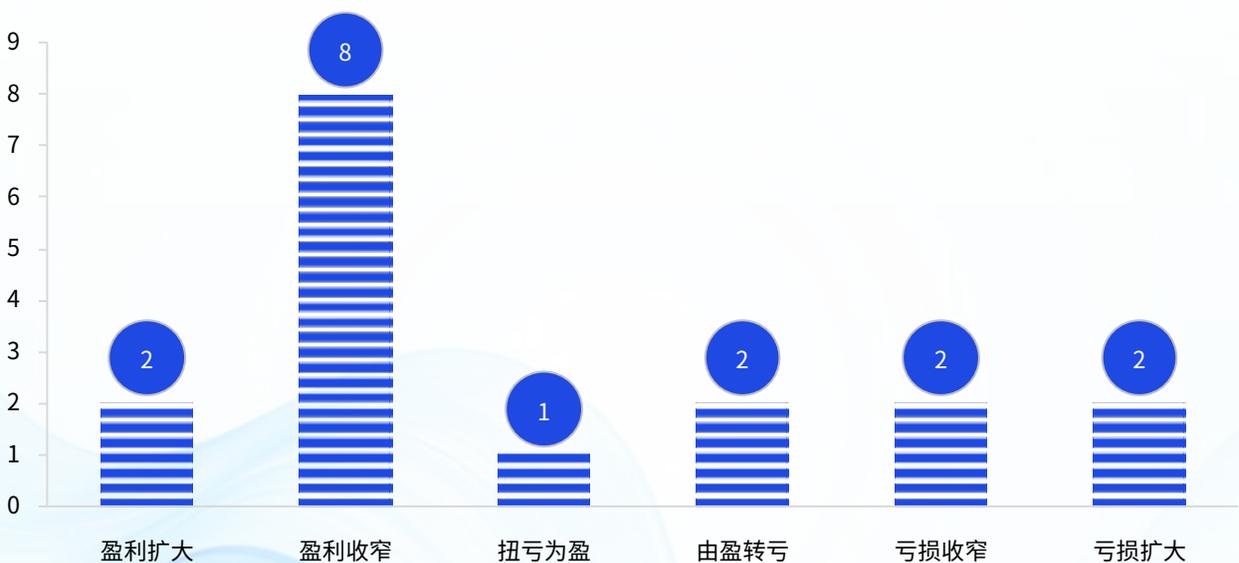
图20 2024年两市餐饮企业中报盈利情况



资料来源：Wind，毕马威分析

大湾区方面，纳入统计的17家样本企业中，11家实现盈利，2家亏损幅度有所收窄，但仍有4家盈利水平呈现下行趋势。整体来看，大湾区上市餐饮企业盈利能力表现稳健，但部分企业仍面临盈利压力。

图21 2024年大湾区餐饮企业中报盈利情况



资料来源：Wind，毕马威分析

总体而言，大湾区餐饮企业在港股上市的数量具有显著优势，这主要得益于港股市场对餐饮行业的较高包容度、更高效的上市流程以及丰富的海外资本资源，这些因素共同构成了港股市场对餐饮企业的强大吸引力。与此同时，随着A股市场监管体系的日益严格以及海外上市备案制度的逐步完善，未来预计将有更多餐饮企业选择港股作为上市首选地。

从经营规模和成长性来看，大湾区上市餐饮企业展现出更强的区域竞争优势。无论是总资产规模还是营业收入增速，均显著优于全国平均水平，充分体现了区域内企业在资本运作和市场拓展方面的突出能力。这种差异化的表现，既是区域内企业自身发展实力的体现，也得益于大湾区作为重要经济区域在资本市场融资方面的独特优势。



02

大湾区餐饮业格局重塑：

发展阶段迭代与最新政策导向

2.1

大湾区餐饮业发展阶段： 从本土市场扩张到加速资本运作

2.1.1 阶段一（1978年-1991年）：市场扩张，蓄势待发

在此阶段，大湾区成为改革开放的先行地，民营经济开始展现活力，餐饮业市场规模不断扩张：



个体餐饮门店数量激增：改革开放初期广东率先试点市场经济，催生一大批餐饮个体经营户，广州作为广东省的省会城市，餐饮结构调整明显，个体餐饮门店数量占全市餐饮的近80%。港澳经济结构向多元化转变，与内地经济的联系加强，餐饮业发展势头强劲。至1991年，澳门餐饮企业数量稳步增长，达861间，香港餐饮企业门店激增，数量达8,700间，较1987年增长26%。



餐饮服务业人员规模增加：1991年广州餐饮业每千人口平均拥有的服务人员数量为13人，较1978年增长60%。香港1987年-1991年餐饮从业人员的年度增长率达4%，从业人员数量持续增加，迎合了消费者不断增长的餐饮消费需求。



餐饮消费需求上升：经济结构升级创造了大量就业岗位，大批务工人员进入城市，推动餐饮需求上升。广东餐饮业从1978年的5.39亿元增加至1991年的87.87亿元，年均增长达24.8%，饮食消费活力不断迸发。此外，香港快餐消费需求激增，快餐店占香港餐饮市场份额从7%跃升至12%。

2.1.2 阶段二（1992年-2005年）：资本注入，全国布局

随着改革开放不断深化，特别是我国加入世界贸易组织后，大湾区餐饮市场开始拥抱多元化发展，迈向发展新台阶：



外资、合资企业入驻：大湾区餐饮业吸引了大量资本流入，近1,000家外资、合资企业入驻，极大地丰富了湾区餐饮市场的经营主体。



转变单一门店经营模式：大湾区餐饮企业拉开规模化经营序幕，如真功夫等粤菜企业开始从单一门店向连锁化发展，在珠三角地区，甚至在全国各地设立门店。



餐饮规模综合水平明显提高：大湾区收入规模加速提升，2005年达1,478亿元人民币，破千亿关口。

2.1.3 阶段三（2005年至今）：加速资本运作

随着更多市场主体加入大湾区餐饮业，加速推动餐饮企业资本运作，进一步扩大品牌影响力和市场占有率：



粤菜餐饮业规模化：据红餐大数据显示，2024年粤菜门店数量位居全国第二，占比达9.8%。粤菜餐饮业正逐步形成连锁化、品牌化的经营格局。



餐饮上市：目前，总部在大湾区的17家餐饮企业成功上市，全国有超32家餐饮企业在深交所、港交所成功上市。



餐饮出海：近年来，大湾区建设大湾区预制菜（南沙）出口基地及展销中心，推动更多预制菜企业开拓海外市场。此外，据不完全统计，近半数大湾区上市餐饮企业将新加坡作为出海首站，同时将香港作为餐饮业出海的重要“试验田”，已有超30家连锁餐饮进军香港市场。



2.2

大湾区餐饮发展挑战和机遇分析

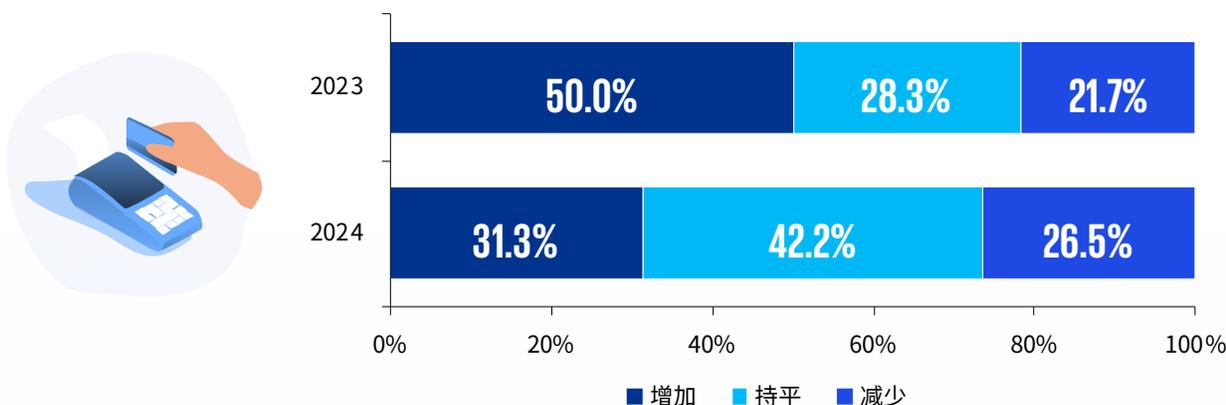
2.2.1 餐饮行业发展挑战：消费内需变革，餐饮行业增长质量待提升

挑战一：消费者餐饮消费观念及需求正在变革



近年来我国经济增速放缓，大湾区消费者更加审慎理性，力求以最小成本满足最大需求，追求极致的性价比成为了消费者的首要目标。根据红餐研究院数据，2024年选择增加支出的消费者较2023年减少近20%，大多数消费者选择持平支出，倾向于选择价格适中、品质优良的产品。

图22 2023年-2024年消费者餐饮消费支出变化



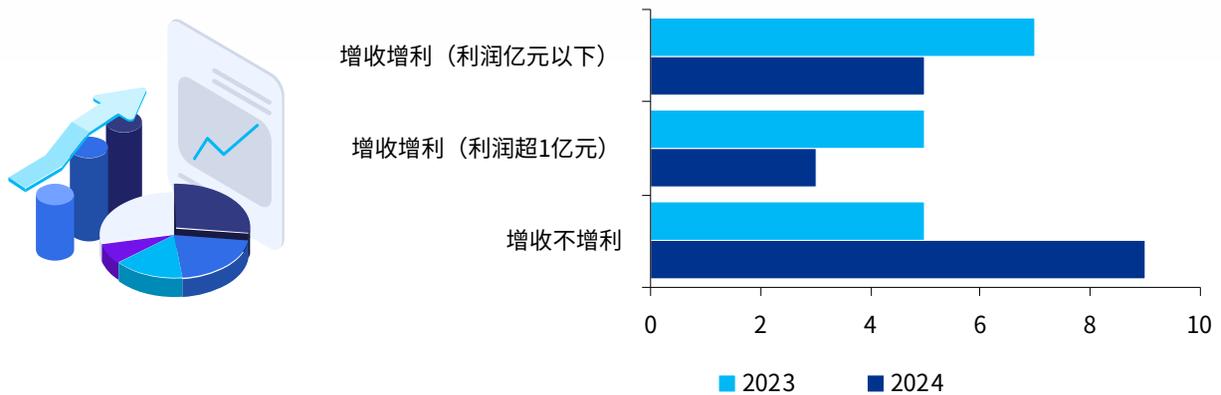
资料来源：红餐产业研究院，毕马威分析

凭借经济体量大和产业集聚等区位优势，大湾区吸引了众多年轻人才资源。大湾区的年轻消费人群，特别是Z世代，对餐饮消费体验的要求更为精细。他们不仅关注餐厅的品牌价值、用餐环境和服务质量等外部因素，还更注重餐饮的健康性。这些消费者的需求已从满足日常饮食生活的基础需求，向追求健康饮食生活的更高层次转变，偏好荤素搭配均衡、低热量的餐饮，而对高糖、高油、高热量的欲望型餐饮消费明显减少。目前，大湾区餐饮市场供需双方存在一定缺口，餐饮企业亟需转型升级，打造符合市场需求的产品。

挑战二：餐饮企业市场同质化竞争加剧

自2021年来，大湾区的餐饮消费逐渐回暖，吸引了众多餐饮企业纷纷涌入这一市场，行业竞争日益白热化。为了快速实现投资回报和抢占市场份额，许多餐饮企业借鉴领先企业的产品模式，采用低成本的销售策略开展经营。但是，以低价方式积累客户，将会对老牌餐饮企业乃至整个餐饮行业造成冲击，导致餐饮企业出现增收不增利的情况。通过对在大湾区上市的17家样本企业的营业收入和利润进行分析，2024年有过半数企业出现增收不增利的情况。餐饮企业的收入增长大多来自门店的扩张，经营的情况并未改善。因此，企业亟需强化产业链管理，加强餐饮创新，减少“价格战”。

图23 2024年大湾区餐饮上市公司营收收入和净利润分布情况，家



资料来源：Wind，毕马威分析



挑战三：餐饮企业数字化水平仍需提升



据《中国餐饮业数字化发展报告（2024）》显示，华南地区的餐饮业数字化发展指数落后于华东、华北地区等沿海地区。从细分数据指标可以看出，华南地区，包括大湾区在内，在餐饮数字化管理环境仍有较大的提升空间，特别是通过数字化手段对餐饮企业会员、宣传等进行数字化管理方面。一方面，大湾区餐饮企业规模通常较大，餐饮会员数量较多且持续上升，客户数字化管理难度较高。另一方面，餐饮企业通过短视频平台塑造品牌IP，以吸引潜在客群。但进一步承接餐饮IP，需要餐饮企业对消费者行为、市场趋势、供应链信息等多维度信息的整合分析，迎合消费市场内需。

图24 东部沿海地区餐饮业数字化指数

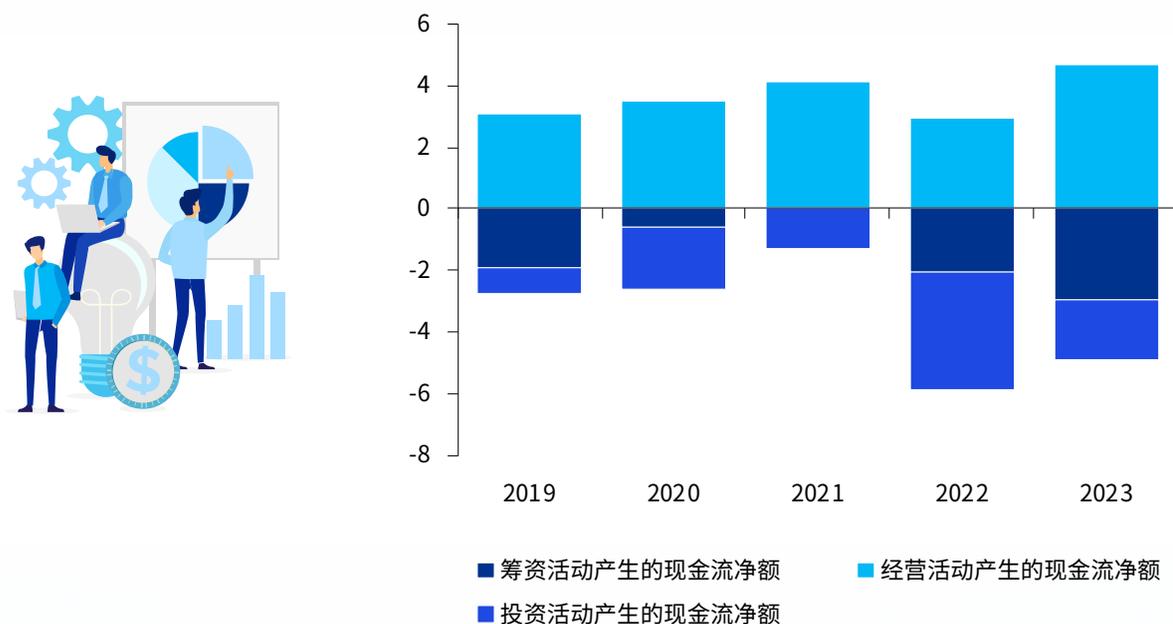


资料来源：国家信息中心，毕马威分析

挑战四：餐饮企业面临资金压力

对于餐饮企业而言，现金流是经营的重要“命脉”，它为企业提供了在资金“入不敷出”的情况下进行周转、投资调整以及抓住新机遇的宝贵时间。从大湾区上市企业17家样本数据来看，净现金流表现较差，总体数据波动下降，只有经营活动产生的现金流净额均为正值。但从2023年样本企业的经营活动现金流分析，有近半企业的现金流净额处于低位，资金压力仍处于紧张情况。在此情况下，企业可以通过优化融资结构、加强资产管理、调整业务结构等方式，增强企业的财务健康性和可持续发展能力。

图25 2019年-2023年大湾区餐饮上市公司现金流情况，亿元



资料来源：Wind，毕马威分析

2.2.2 餐饮发展机遇：

经济、政策端持续发力，人工智能大模型落地赋能餐饮业



机遇一：

湾区经济活力迸发，助力餐饮业开拓新市场



大湾区以其强大的经济实力、完善的基础设施，助力餐饮企业拓展海外市场。截至2023年底，大湾区经济规模登顶全球湾区第一梯队。在这期间餐饮企业培养国际化视野和积累了丰富的市场经营经验，在开拓国际市场时更具备信心和竞争力。在跨境物流方面，粤港澳大湾区优势显著。根据香港贸易发展局2023年的可比数据，大湾区机场货运及航空邮量810万公吨，运输量是其他湾区的两倍及以上。同时，区域内拥有深圳港、广州港和香港港三大全球十大集装箱港口，为餐饮企业“走出去”提供了坚实的物流保障。

依靠一国两制三个关税区的独特背景，大湾区为餐饮企业出海提供融资支持。作为国际金融中心，香港拥有优越的地理位置、成熟的金融市场体系、具备低税率及简单税制的优势，成为餐饮企业开展跨境投融资的理想平台。



机遇二：

餐饮支持政策促进行业高质量发展



建设世界美食之都，促进美食、文化、旅游的高质量融合发展符合大湾区当下及长远的发展战略。基于此，大湾区各地政府密集出台系列支持政策，全力推动餐饮业向更高水平发展：

- **在扩大消费内需方面，广东省支持首店、首发经济发展，积极引进知名品牌首店及新产品，带动相关产业链发展。**其中，广州、深圳两地已率先对首店落地给予资金奖励和政策支持，以首店、首发经济在激发内在消费活力。
- **在企业资金支持方面，政府推出多项举措为企业注入资金活力。**广东省明确支持符合条件的餐饮企业在境内外上市、发行信用类债券，利用多层次资本市场融资。同时，横琴粤澳深度合作区执行委员会对入选在“米其林指南”或美团点评“黑珍珠餐厅指南”的澳门餐饮企业，在合作区首次开店且实际经营满一年的，将按照具体规定发放奖励。
- **在预制菜行业上，大湾区政府正加速打造预制菜产业高地。**广东率先全国立项制定预制菜五项基础性关键性地方标准，加快构建预制菜从田头到餐桌的标准。此外，广东加快推进预制菜高质量发展，计划培育一批涵盖生产、冷链、仓储、流通、营销、进出口以及装备生产等环节的预制菜示范企业。



机遇三：

AI大模型落地餐饮行业，加速行业降本增效

近年来，大湾区深入开展“人工智能+”行动，推动人工智能技术与千行百业深度融合，助力消费新场景、新业态、新模式、新品牌的加速形成。

- **AI大模型为餐饮企业的流程管理提供了智能解决方案。**通过自动化技术，AI大模型能够优化从原材料采购、库存管理、订单处理到菜品制作的全链条流程，严格把控出餐质量和效率。同时，AI大模型还能实现对人力资源的精准调度，进一步提升企业的运营效率。
- **AI大模型为餐饮企业的生产研发带来创新动力。**基于大数据分析，AI大模型能够深入挖掘目标市场趋势和消费者偏好，为企业提供菜品创新的方向建议。此外，AI大模型还能模拟食材搭配，优化菜品的口感和营养配比，助力企业开发更具市场竞争力的特色菜品。
- **AI大模型成为连接餐饮企业与消费者的智能纽带。**通过线上点单、智能客服等形式，AI大模型能够及时响应消费者的需求，提升服务体验。同时，基于对消费者数据的深度分析，AI大模型能够帮助企业制定个性化的营销策略，增强顾客粘性，推动品牌持续成长。



机遇四：

港股市场优势凸显，助力餐饮企业上市融资与发展

随着A股全面注册制相关规则落地，对餐饮企业IPO进程更为严苛，主板要求“大盘蓝筹”，规模较小、非龙头的餐饮企业往往很难满足其要求。而港股市场作为国际金融中心之一，具有独特的优势：

- **上市门槛低：**香港交易所的主板和创业板（GEM），为不同规模、不同发展阶段的企业提供了适宜的上市平台。对于新申请人，主板要求企业经审计的最近一个会计年度的收益超过5亿港元；创业板则要求企业在刊发上市招股书前的两个财政年度收益总额超过1亿港元，且收益在两个财政年度有按年增长。
- **上市审核机制清晰：**香港交易所采用以信息披露为核心的上市审批机制，上市制度明确，流程高效便捷。拟上市企业在符合《上市规则》要求和获得中国证监会境外发行上市备案通知书的前提下，香港交易所上市审批时间相对可控。
- **上市确定性更强：**港股市场具有较高的市场化程度和丰富的行业布局，尤其在消费类企业（如餐饮行业）赴港上市方面，市场认可度较高。
- **再融资机制便利：**香港市场的再融资渠道丰富，包括增发（配股）、供股、发行可转债、认股权证等。此外，上市后的再融资流程高效，合规情况下最快隔夜即可完成新股增发。

2.3

餐饮业新趋势下的市场布局

2.3.1 餐饮企业加速降本增效，谋篇布局新餐饮市场

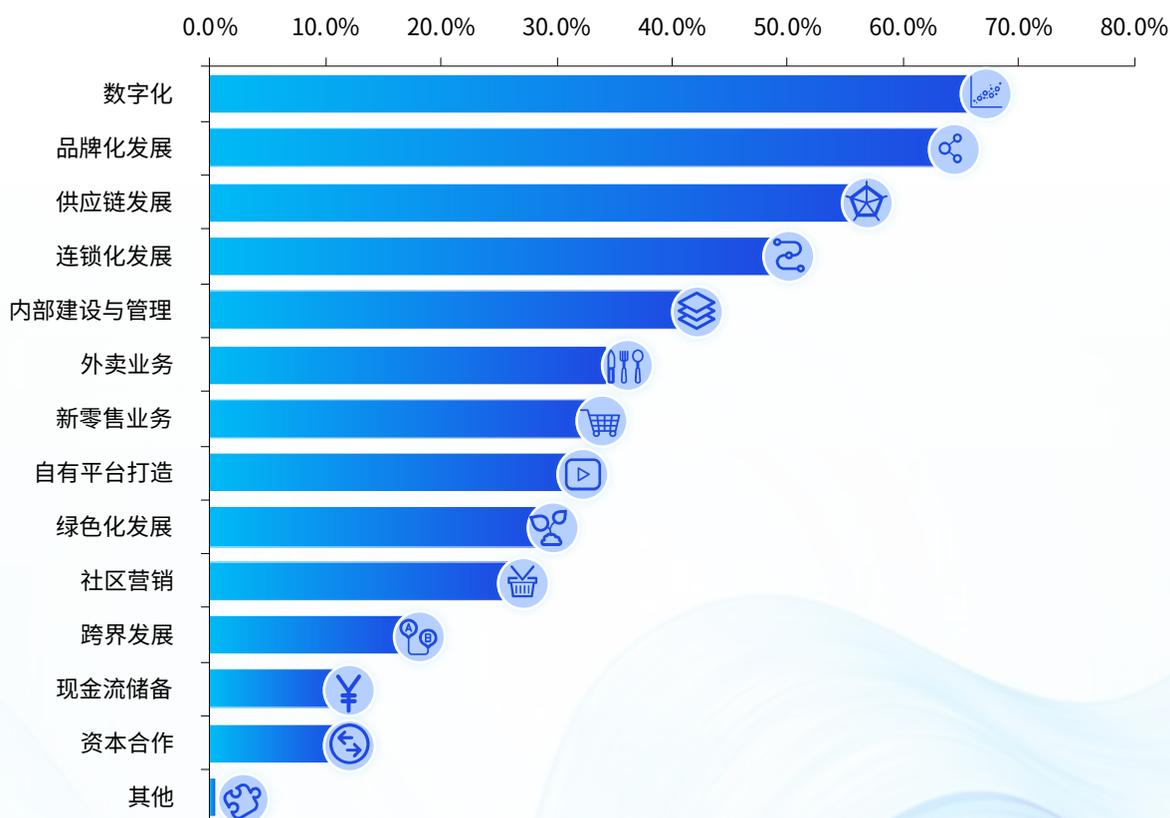


趋势一

餐饮业加速数字化转型升级

随着宏观经济逐步复苏，餐饮业逐步回暖，但仍存在相对滞后的情形，短期内行业仍面临成本上升、毛利率下降等困境。在此阶段，大湾区餐饮企业经营的核心目标在于降本增效，而数字化是提升效能的重要工具。数字化转型不仅能够帮助餐饮企业实现自动化流程、优化资源配置，还能通过数据分析和实时监控，提供餐饮数字化的最佳方案。据中国饭店协会的餐饮调研数据显示，最受餐饮企业关注发展方向是数字化，占比达66.7%。这表明更多餐饮企业认识到数字化对于提升运营效率、减少资源浪费、改善客户体验以及增强市场竞争力的重要性。

图26 企业关注发展方向统计，%



资料来源：中国饭店协会，毕马威分析

数字化通过线上化、平台化、智能化三个阶段，推动了餐饮业的效率革命。在线外卖作为餐饮数字化的典型案例，通过平台行业，依托数据要素化，率先构建起数字消费、数字供给、数字履约三位一体的数字消费新生态。这种线上营销模式已成为餐饮企业重要的盈利渠道，其扩大了餐饮企业经营辐射半径，并提升了服务能效，推动餐饮企业在供应链管理、库存控制、菜品研发等方面的创新。此外，餐饮数字化将持续进阶至高级阶段，此阶段将依托大数据和智能设备，实现餐饮供需两端高度智能化，从而实现降本增效。

图27 餐饮业数字化三个阶段



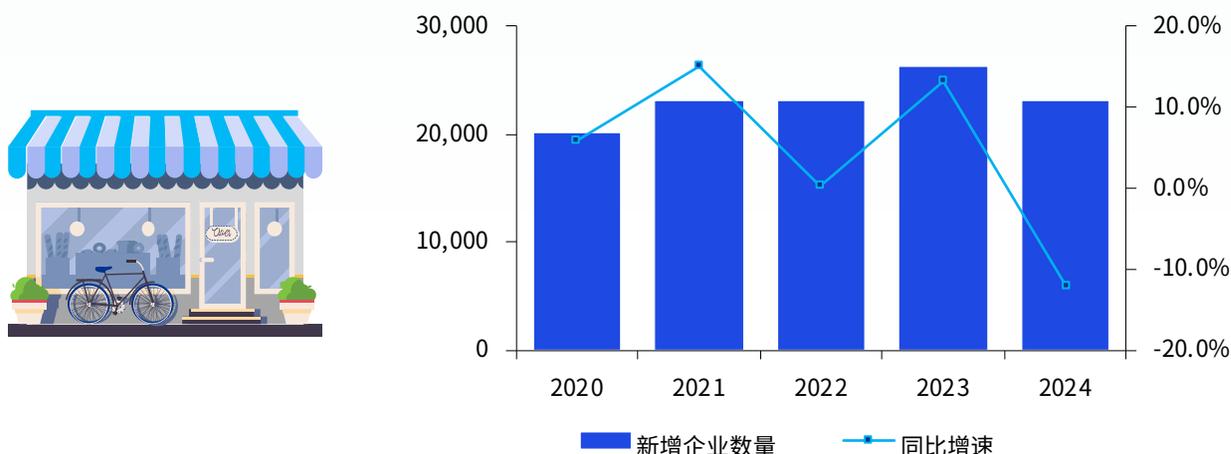
资料来源：国家信息中心，毕马威分析

趋势
二

餐饮品牌打造“副牌”，寻找新增长点

现阶段，大湾区餐饮业已步入加速资本运作的阶段，品牌加快规模化、连锁化，以期占领更多市场份额。但近年来，大湾区餐饮新注册门店数量增速放缓，门店布局已达到一定规模，原有消费场景下的市场份额增长速度往往会随之下降。在此阶段，许多餐饮企业开始通过结合自身的发展战略和现有资源，打造“副牌”，以寻求全新的增长曲线。

图28 2020年-2024年大湾区餐饮新增注册企业数量，家，%（右轴）



资料来源：天眼查，毕马威分析

通过孵化子品牌，餐饮企业能够拓展新的消费场景，通过差异化市场定位满足不同消费者群体的需求，与原有品牌形成协同效应。目前，大湾区头部餐饮品牌已开始孵化子品牌，应对市场多样化需求。这一举措将推动湾区更多餐饮企业加速跨界，子品牌可能成为餐饮品牌进军新消费场景、进入下沉市场、降低品牌投资风险的重要渠道。

图29 大湾区餐饮子品牌分布情况

母品牌	子品牌	细分赛道	客单价
九毛九	赏鲜悦木牛肉火锅店	港式火锅	人均400-500元
	太二酸菜鱼	酸菜鱼	人均70-80元
	怂重庆火锅厂	川渝火锅	人均90-100元
	那未大叔是大厨	粤式餐饮	人均100-110元
广州酒家	赖美丽烤鱼	烤鱼	人均60-70元
	天极品	粤式餐饮	人均120元
	陶陶居	粤式茶点	人均100左右
奈雪的茶	星樾城	东南亚餐饮	人均80-90左右
	奈雪茶院	茶饮	人均20左右

资料来源：大众点评，毕马威分析



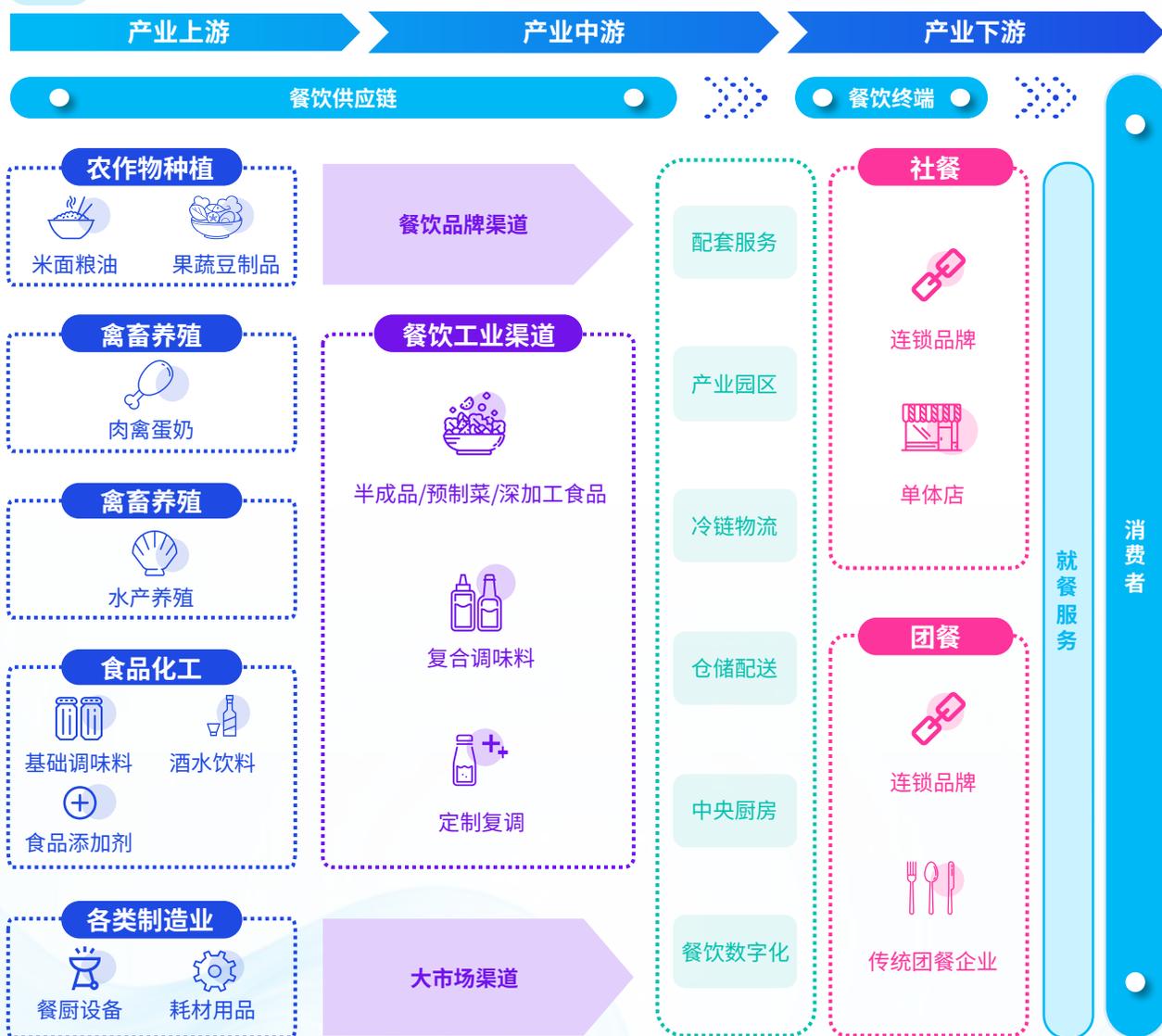
趋势三

餐饮供应链上下游加速协同

餐饮企业连锁化带动餐饮供应链上游变革。近年来，大湾区餐饮连锁门店数量持续上升，2022年连锁化率高达26%，跑赢全国餐饮连锁化率大盘。由于连锁餐饮品牌的采购量大，期望通过定制化半成品实现降本增效，加之消费者更倾向于在外就餐，推动上游企业需要加快构建面向连锁餐饮企业的销售渠道。上游企业开始根据客户需求定制规格、包装和配方，开发预制菜等半成品，研制连锁餐饮专属产品，提升产品附加值。

近年来，预制菜已成为大湾区蓬勃发展的新兴产业。据广东省农业农村厅统计，2023年广东省预制菜产值突破700亿元，同比增长超过25%，在中国预制菜产业指数省份排行榜中保持领先地位。目前，大湾区已发布多项强化预制菜标准、推动预制菜高质量发展的举措，着力打造预制菜产业高地，加快预制菜进入餐饮市场，逐步从B端主导向C端覆盖，推动消费端口进一步扩大。

图30 餐饮产业链



资料来源：红餐大数据，毕马威分析

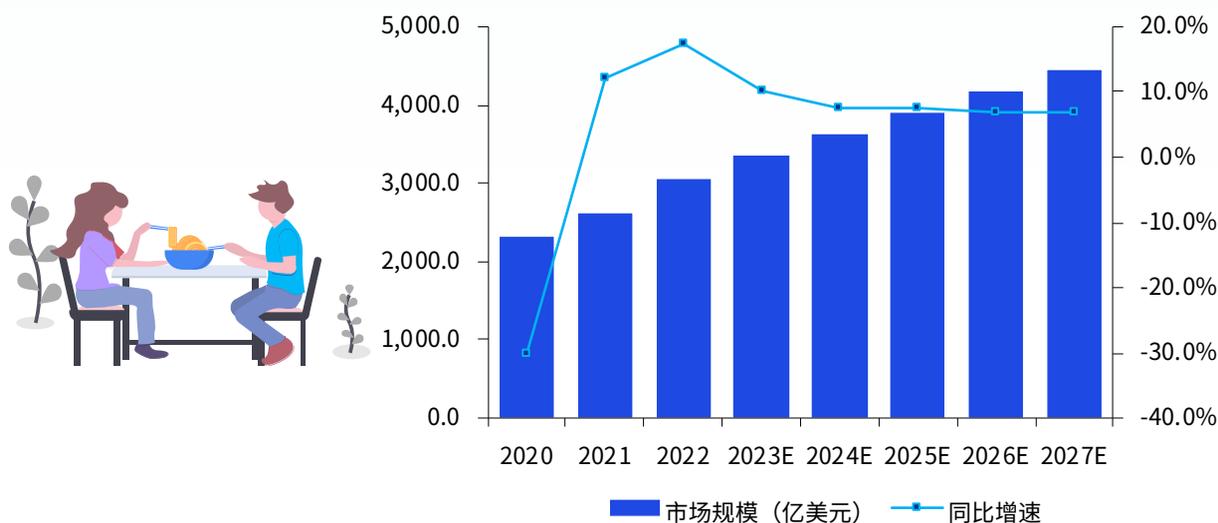


趋势四

餐饮企业角逐海外蓝海市场，谋求新发展机遇

近年来，大湾区新增餐饮企业注册量增速放缓，市场趋向饱和状态，倒逼餐饮企业寻求新的增长点，“出海”成为新发展机遇。据《世界侨情报告（2023）》数据显示，新加坡、马来西亚、柬埔寨、文莱等国家的华侨华人占比已超过5%。随着海外华人规模的持续增长，中式餐饮业获得了稳定的消费群体。同时，随着中国文化IP的输出，中国文化影响力在海外持续提升，中餐作为中华文化的重要载体，受众人群向非华人群体逐步衍生。据统计，国际中式餐饮市场规模预计到2027年有望达到4,452亿美元，大湾区餐饮企业对待出海的态度逐步从被动转向主动，甚至将出海作为企业国际化发展战略。

图31 2020年-2027年国际中式餐饮市场规模预测，亿美元，%

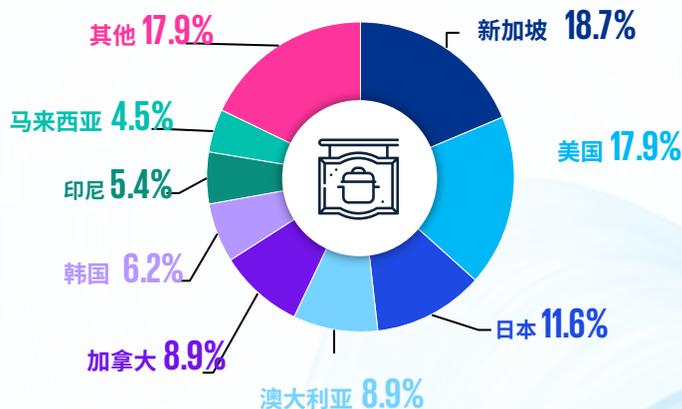


资料来源：弗若斯特沙利文，毕马威分析

*图中2023年-2027年的国际中式餐饮市场规模为预测数据

据不完全统计，在大湾区17家上市样本企业中有超60%企业将东亚地区作为出海的首站，新加坡位列前茅，与红餐大数据的统计数据相符。此外，据红餐大数据显示，欧洲中餐市场竞争程度较低，有可能成为未来大湾区餐饮品牌出海的新选择。

图32 截止至2024年9月中国餐饮品牌海外首店所在地区分布情况（按国家），%



资料来源：红餐大数据，毕马威分析

2.3.2 大湾区餐饮生态愿景：高品质、多元融合、创新驱动

餐饮品质全面提升。大湾区餐饮产业将建立高标准的食材供应链、完善食品安全监管体系、强化厨师、餐饮专业人才培养，持续开展星级“粤菜师傅”认定，提升餐饮服务质量，打造“质价比”餐饮。

传播粤式餐饮文化，铸造湾区美食品牌。作为粤菜发源地，大湾区将致力弘扬粤式饮食文化，保护与传承广府粤菜的精髓，强化粤菜餐饮特色印记。同时，培育壮大市场主体，引进国际化的餐饮品牌与创新业态，激发粤港澳大湾区饮食文化创造力，共同铸造“湾区美食”品牌。

餐饮创新活力迸发，投融资活力增强。大湾区将积极推动餐饮与科技的深度融合，实现智能化供应链管理、智能烹饪与食品研发以及数字化餐饮服务，推动科技强链。此外，大湾区鼓励金融机构为餐饮经营主体融资提供便利，吸引更多的资本进入餐饮业，支持初创企业、特色品牌与创新项目的成长，为餐饮行业的持续发展注入强劲动力。

图33 大湾区餐饮生态愿景



资料来源：毕马威分析

03

大湾区餐饮投融资市场：

更趋审慎，平价餐饮受青睐

3.1

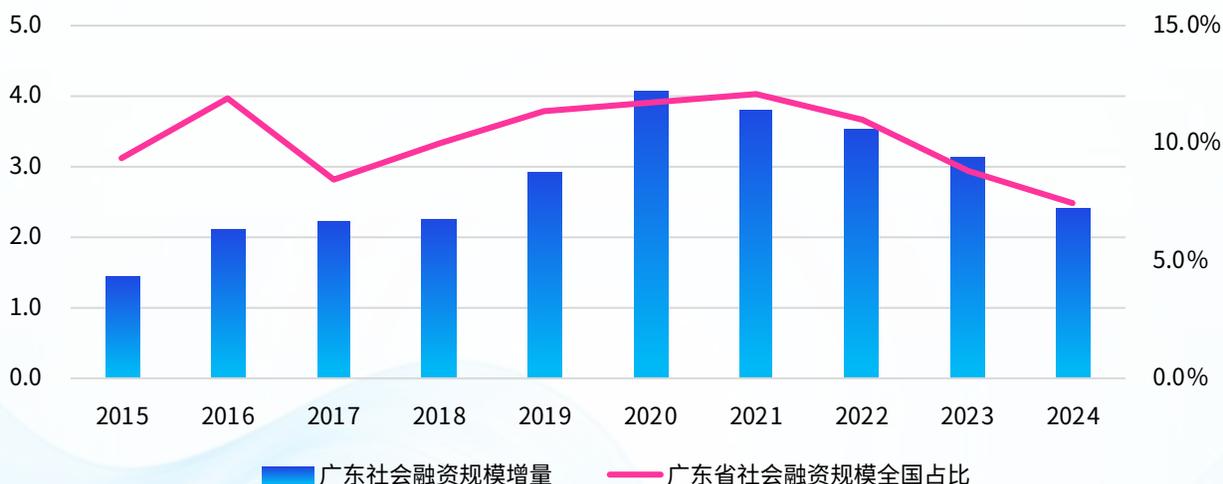
大湾区融资环境持续优化： 丰富融资渠道，提升融资便利性



广东省的社会融资规模面临多重挑战，但分项指标仍然表现良好。在过去十年间，广东省社会融资规模先升后降，融资环境面临挑战。2014年到2020年期间，广东省的社会融资规模不断上升，部分分项指标多年稳居全国首位。然而，在2020年受到新冠疫情冲击的情况下，央行加大宏观政策应对，降低融资成本，更多引导金融系统向实体经济让利，广东省社会融资规模大幅上涨。2021年后，经济环境变化以及投资市场冷静，广东省社会融资规模有所回落。到了2022年，广东省多家房地产企业出现债券违约，影响上下游企业信用问题，导致银行控制企业贷款业务。2023年，中国证监会出台一系列政策，加强对A股市场的监管，阶段性调整IPO节奏，企业上市融资渠道受到影响。

2024年，广东省融资规模增量2.4万亿元，位居全国第三。其中，广东本外币贷款余额28.4万亿元，同比增长4.6%，余额占全国比重为10.9%；直接融资占社会融资规模增量比重为32.5%⁸；贷款利率降幅有所扩大，综合融资成本稳中有降，跨境收支总额2.3万亿美元，创历史新高。虽然广东省的融资规模受到复杂的经济要素影响而出现下降，但从全国对比以及分项指标数据来看，融资环境仍具备韧性。

图34 近十年全国和广东社会融资规模增量，万亿元，%（右轴）



资料来源：iFinD，毕马威分析

⁸ 广东本外币贷款余额同比增长4.6%、直接融资占社会融资规模增量32.5%，广东省人民政府，https://www.gd.gov.cn/hdjl/hyqg/content/post_4658923.html



A股市场严格监管的背景下，广东省颁布多项政策优化资本市场环境。2023年8月，中国证监会发布《统筹一二级市场平衡 优化IPO、再融资监管安排》（下称“827新政”），安排提出通过合理控制IPO和再融资的节奏，实现投融资两端的动态平衡。在这之后证监会陆续发文，提出要加强对企业上市的监管，同时完善境外上市备案制度，支持内地行业龙头企业赴香港上市。自“827新政”实施至2024年底，零售及消费品行业新增受理的IPO申报企业数量为8家，仅占全部新增受理企业总数的4%，有所回落。而且A股IPO撤回数量显著增加，拟香港联交所上市备案企业数量持续增长。

广东省一直重视金融业的发展，引导金融机构让利实体经济。在近些年，广东省政府也陆续颁布多项政策优化金融环境，发展多层次资本市场，为餐饮企业融资提供有力环境。早在2019年，广东省地方金融监督管理局等五部门印发《广东省支持中小企业融资的若干政策措施》，政策提出要建立中小企业信用评价体系，发展多层次资本市场体系以拓宽中小企业融资渠道、降低企业融资成本等措施，较为全面地优化中小企业融资环境。餐饮行业中存在大量的中小企业，该政策促进了餐饮企业融资便利化。2023年3月，广东省人民政府印发《2023年广东金融支持经济高质量发展行动方案的通知》。通知提出，依托粤港澳大湾区优势，推动金融市场互联互通，支持广东企业到香港上市或到港澳发行债券融资，以及到境外发行全球存托凭证（GDR）。

2025年1月和2月，广东人民政府又接连发布《关于高质量发展资本市场助力广东现代化建设的若干措施》和《广东省促进服务消费高质量发展若干措施》，以优化企业融资市场环境，为企业赴港上市提供了更多便利。

总的来看，广东省深入贯彻国家对金融行业发展的指导思想，不断完善资本市场，增强金融服务实体经济的力度，重视中小企业的融资需求，发展融资普惠渠道。同时，依托粤港澳大湾区的优势，大力发展跨境上市、跨境债券等跨境融资手段，进一步丰富企业融资渠道。



图35 资本市场相关政策

中国证监会发布五项资本市场对港合作措施

包括放宽沪深港通下股票ETD合资格产品范围，将REITs纳入沪深港通，支持人民币股票交易柜台纳入港股通，优化基金互认安排，以及支持内地行业龙头企业赴香港上市。

广东省人民政府印发《关于高质量发展资本市场助力广东现代化建设的若干措施》

通知指出，立足于粤港澳大湾区的优势，将深化资本市场高水平对外开放，支持符合条件的优质企业境外上市，鼓励优质红筹企业回归A股，推进横琴、前海、南沙、河套等重大平台金融开放，支持深圳证券交易所、广州期货交易所和香港交易所产品挂牌合作等内容。广东省资本市场的全面高质量发展，将有助于餐饮企业的融资环境。

广东省人民政府印发《广东省促进服务消费高质量发展若干措施》

政策明确支持符合条件的餐饮企业在境内外上市，通过金融手段促进产业升级。对于餐饮企业，政策支持符合条件的企业在境内外上市及发行信用类债券，以利用多层次资本市场进行融资。同时，政策还注重跨境协同，利用粤港澳大湾区的跨境理财通机制和深交所的注册制改革，为企业赴港上市提供了更宽广的通道。

中国证监会发布《统筹一二级市场平衡优化IPO、再融资监管安排》

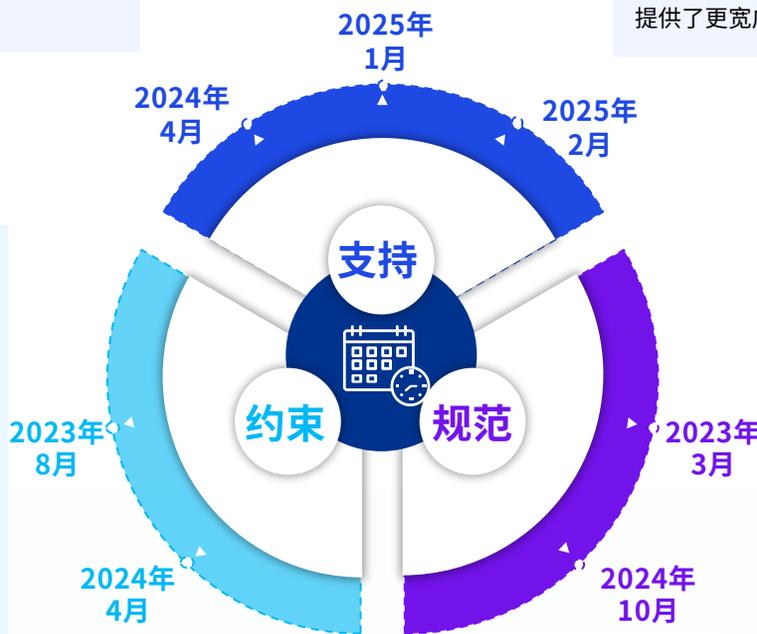
提出：完善一二级市场的逆周期调节机制，旨在通过合理控制IPO和再融资的节奏，实现投融资两端的动态平衡。具体举措包括根据近期市场状况，阶段性地调整IPO节奏，以促进市场的健康稳定发展。

中国证监会发布《关于严把发行上市准入关从源头上提高上市公司质量的意见（试行）》

提出严格把控拟上市企业的申报质量、强化中介机构的“看门人”职责、明确交易所审核主体的责任等在内的八项政策措施。

香港证监会与港交所联合宣布优化港股IPO审批流程，符合预计市值达到100亿港元等条件的A股公司，审批时间大幅缩短。

境外上市备案制度自2023年3月31日生效，涵盖统一备案制度、度面清单、程序要求和备案沟通机制。



资料来源：公开渠道，毕马威分析



广东省民营企业金融服务体系获得长足发展，餐饮企业融资便利性得到提高，融资/贷款成本有效降低。截止2024年，广东省拥有1,800多万户民营经营主体，作为我国民营经济最为活跃的地区之一，其在推动区域经济发展中发挥着不可替代的作用。为持续优化民营企业融资环境，广东省政府多措并举，提高小微融资便利性和降低融资/贷款成本。这些举措有效提升了大湾区企业融资的便利性。截至2024年末，人民银行广东省分行辖内设立线下首贷服务中心（专窗）389个，累计通过窗口直接咨询并成功对接首贷户1.3万户，促成获得首贷金额212.3亿元。截至2024年末，全省普惠小微贷款余额达4.50万亿元，同比增速12.8%，较年初新增5,184亿元⁹。2024年12月，广东省辖内金融机构新发放一般贷款加权平均利率3.23%、同比下降0.61个百分点¹⁰，有力减轻市场主体融资负担。



⁹ 广东：普惠金融“加速度”激活小微“新引擎”，21经济网，
<https://www.21jingji.com/article/20250225/herald/04ed9e805a7d6c7ec1885d3d3bdd08b9.html>

¹⁰ 广东：普惠金融“加速度”激活小微“新引擎”，21经济网，
<https://www.21jingji.com/article/20250225/herald/04ed9e805a7d6c7ec1885d3d3bdd08b9.html>

3.2

融资模式：直接融资驱动成长

3.2.1 企业融资模式与渠道介绍：多元融资工具匹配企业全周期资金需求

作为中国经济最活跃的区域之一，粤港澳大湾区多层次资本市场体系正在持续完善，为区域内餐饮企业的融资活动提供了丰富的渠道选择。从融资方式来看，大湾区餐饮企业既可以通过银行贷款、民间借贷、融资租赁等债权融资手段获得资金支持，也可以借助风险投资（VC）、私募股权投资（PE）、首次公开募股（IPO）等股权融资方式实现资本运作。企业债券是一种重要的直接融资工具，具有期限较长、利率较低等特点，但是其对企业的财务指标和募投项目的要求较高，餐饮企业中成功发债的案例较少。

从发展阶段来看，餐饮企业在发展初期往往以灵活性较强的债权融资为主，而那些具有创新性、成长潜力显著的项目和企业则更易吸引风险投资者的关注。随着企业规模的扩大和市场影响力的提升，私募股权投资（PE）及上市融资（IPO）等融资方式将为其提供更大规模的资金支持，助力其品牌竞争力的提升和市场地位的巩固。

本报告将重点研究大湾区餐饮企业中较为活跃的融资渠道，即风险投资（VC）、私募股权投资（PE）和首次公开募股（IPO）。通过对融资方式分析，旨在为区域内餐饮企业的资本运作提供更具参考价值的融资解决方案。



图36 大湾区餐饮企业融资渠道介绍

融资渠道	类型	特点	适用场景
银行融资	债权融资	<ul style="list-style-type: none"> 利率较高，期限较长，需抵押或担保 	<ul style="list-style-type: none"> 日常运营、固定资产购置、业务拓展等，适用于企业发展的各个阶段
民间借贷	债权融资	<ul style="list-style-type: none"> 灵活性高，利率较高，风险较大 	<ul style="list-style-type: none"> 短期资金周转、应急资金需求
融资租赁	债权融资	<ul style="list-style-type: none"> 租赁设备并分期支付租金，设备所有权归出租方 	<ul style="list-style-type: none"> 设备购置、更新换代
政府专项资金	债权融资/补贴	<ul style="list-style-type: none"> 利率低/无息/直接补贴，需符合政策条件 	<ul style="list-style-type: none"> 符合国家政策导向的项目
★ 风险投资 (VC)	股权融资	<ul style="list-style-type: none"> 投资金额较大，适合高成长性企业，投资者参与决策 股权稀释，失去部分控制权 	<ul style="list-style-type: none"> 创业初期、高成长性企业、创新项目
★ 私募股权投资 (PE)	股权融资	<ul style="list-style-type: none"> 投资金额较大，适合成熟期企业 股权稀释，需满足投资者汇报需求 	<ul style="list-style-type: none"> 企业扩张、并购整合
★ 首次公开募资 (IPO)	股权融资	<ul style="list-style-type: none"> 发行股票公开募集资金，投资者成为企业股东 筹集大量资金的同时提高企业曝光度 审批流程复杂，信息披露要求高 	<ul style="list-style-type: none"> 大型企业、成熟企业、需要大规模资金

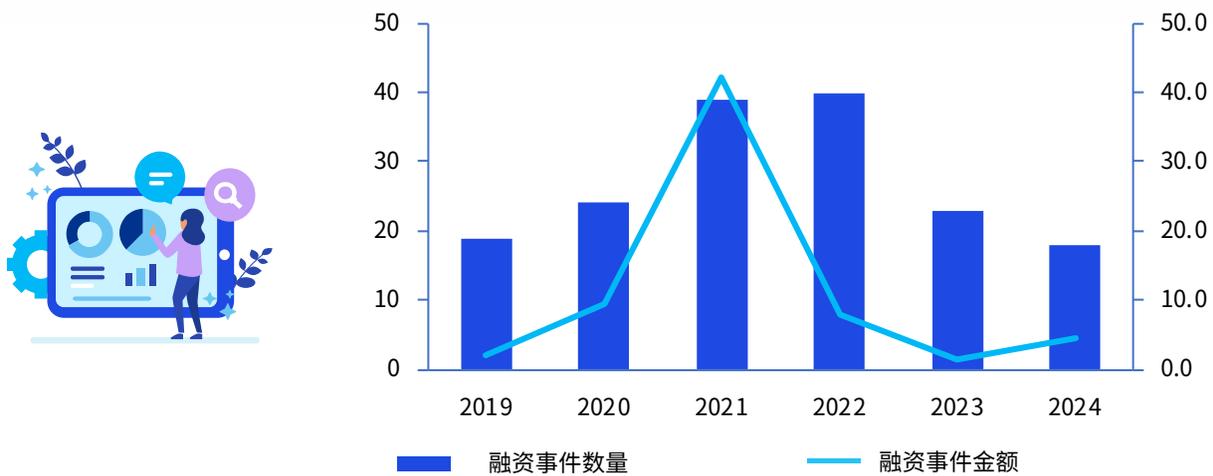
资料来源：公开渠道，毕马威分析

3.2.2 大湾区餐饮业PE/VC投融资：热点轮动，助力新兴品牌孵化

大湾区餐饮行业新兴品牌众多，投融资领域表现活跃。据CV Source数据显示，2019年至2024年，大湾区餐饮业（不含港澳）共完成了164笔投融资事件，其中具体披露的交易金额超过67亿元。2022年开始，大湾区餐饮行业的投融资事件数量和金额均有所下降，投资机构更为谨慎。

从PEVC事件数量和金额来看，投资机构将更多资金投向重点潜力项目。2021年，大湾区餐饮行业的投融资热度达到顶峰，全年共发生39件融资事件，融资金额超过42亿元，是近七年投融资金额最高值。进入2022年后，大湾区投融资事件数量仍保持高位，但投融资金额大幅下降，大湾区餐饮业的投资活跃度开始下降。2024年，大湾区餐饮企业共发生18个投融资事件，投融资金额超过4.6亿元，对比2023年，2024年投融资事件数量下降但投资金额有所增加，说明投资机构将更多资金布局在重点项目中。从单个投融资项目来看，大湾区餐饮行业的融资金额主要集中在千万级别。

图37 2019年-2024年大湾区九市PEVC事件数量和金额，件，亿元（右轴）



*备注：未披露金额没有归入融资事件金额中

资料来源：CV Source，毕马威分析

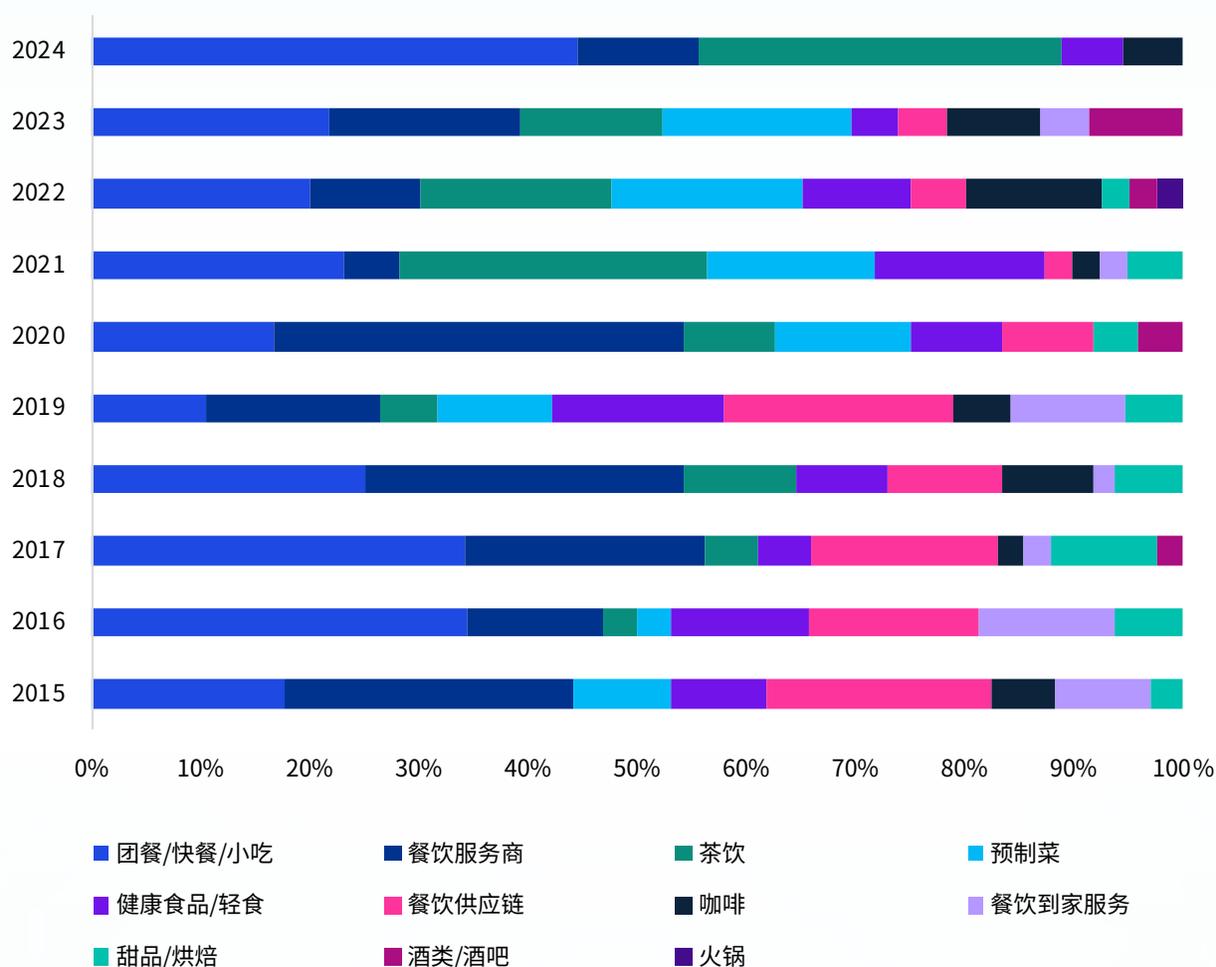
图38 2019年-2024年大湾区九市PEVC事件按金额层级分布，件



资料来源：CV Source，毕马威分析

分赛道来看，团餐/快餐/小吃以及茶饮领域持续吸引投资机构的关注。在2019年-2024年期间，团餐/快餐/小吃、餐饮服务商、茶饮、预制菜、健康食品/轻食、餐饮供应链和咖啡一直是大湾区餐饮业投融资领域的七大热门领域。2024年，团餐/快餐/小吃从2023年的占比14%提高到22%，茶饮的占比则从10%升至20%，在整体融资事件减少的背景下这两个赛道在2024年仍然获得资本的关注，继续稳居大湾区餐饮业融资事件数量的前二。大湾区的预制菜赛道在2020年-2023年发展较好，2024年随着标准出台，行业向规范化发展，投资更加审慎致使热度有所退减。

图39 2019年-2024年大湾区九市热门融资赛道



资料来源：CV Source，毕马威分析

3.3

投资热点领域： 中式快餐/小吃、茶饮更受青睐

通过对资本市场的分析，报告分析认为，投资者在细分赛道方面有以下侧重：



中式快餐/小吃仍然是资本的关注重点

中式快餐和小吃符合快节奏生活场景下的消费需求，消费频次和规模都得到显著提升，而且中式快餐和小吃易于标准化，适合连锁化发展，发展较为迅速，是大湾区餐饮行业中的中坚力量。



大湾区的茶饮企业发展势头强

大湾区居民一直有茶饮的习惯，而且年轻一代对新式茶饮具有更高的支持度，市场发展潜力大。基于旺盛的消费需求，大湾区茶饮企业也注重产品创新和品牌营销，通过新口味、新卖点（潮汕茶饮、健康茶饮）以及跨界联名等方式持续吸引消费者。



预制菜市场潜力仍存

2024年3月，六部门联合印发《关于加强预制菜食品安全监管 促进产业高质量发展的通知》，明确了预制菜的定义和范围，提高了行业准入门槛，并强化了食品安全监管。行业规范化发展致使阶段性的投融资热度下降，但预制菜市场的潜在需求依然巨大。随着消费者对便捷性和品质要求的提高，预制菜将继续发展壮大。

从企业角度来看，资本市场则更青睐那些具备精准市场定位及差异化优势、拥有稳定供应链体系及较高标准化程度、能够快速实现门店复制与市场扩张、并持续提供创新产品与服务的餐饮品牌。为了能够上市融资，餐饮企业还需要在财务规范与审计、股权结构以及合规性审查方面都具有更高要求，上市地点的选择以及申请流程都需要审慎考量。

04

上市推动餐饮品牌跃迁：

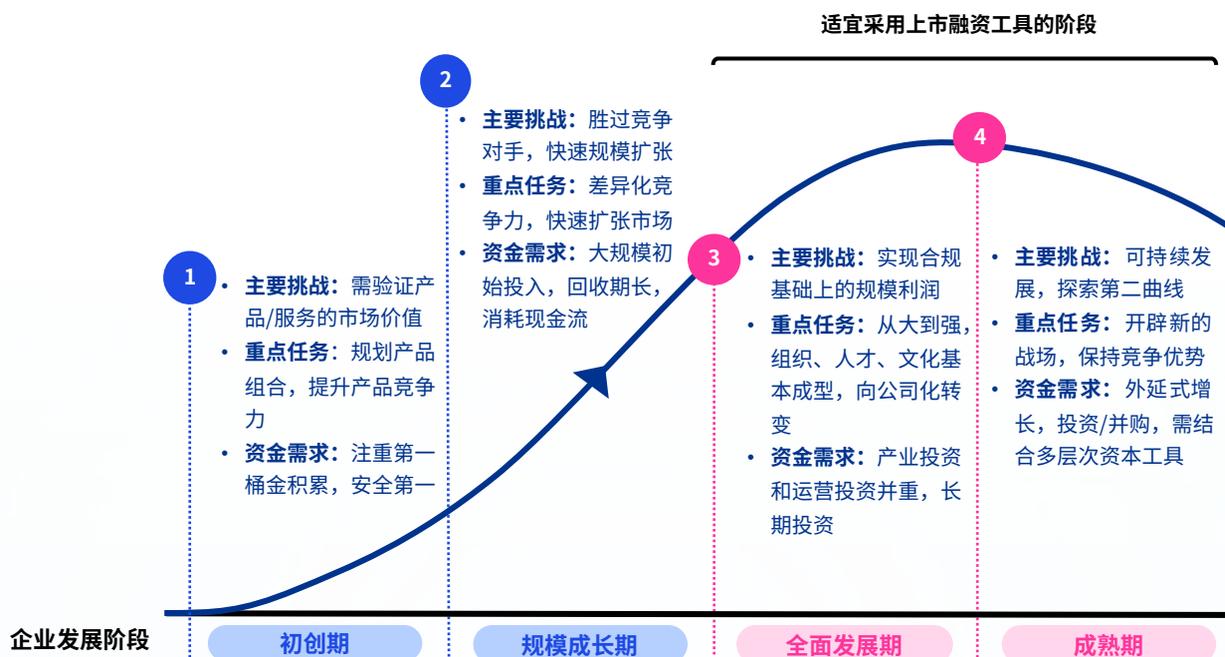
从生意到生态，形成“资本—产业”正向循环

4.1

餐饮企业上市动机：实现公司化进程与可持续增长

餐饮行业具备较强的“现金牛”属性，一方面，企业在消费端没有延迟收款的经营负担；另一方面，行业中的强势企业可以在采购端获得1-3个月的账期，有助于资金在企业内形成蓄水池效应，多数细分赛道的企业因而形成相对较高且稳定的净资产回报率，可穿越周期和防御风险。但餐饮企业从成立到成熟，需要实现从低维度拼产品、拼味道、拼价格的竞争向品牌竞争、组织力竞争、供应链竞争迭代升级。上市作为重要的长期融资工具，可以为企业在规模成长期之后的“公司化进程”赋能，即在构建商业网络、强化内部管理、实践合规发展等方面提供助力。

图40 餐饮企业不同阶段产业经营需求与资本运作需求



资料来源：红餐产业研究院等，毕马威分析

中国的餐饮业经历了多年发展，逐渐走出一批初具规模的优质企业。这些行业龙头正在经历品牌化、专业化、规范化、规模化的关键时点，雄厚的资金无疑是其发展最重要的支撑，因此选择登陆资本市场，完成IPO融资，成为餐饮龙头公司的最佳选择。从上市餐饮企业筹资目的的共性来看，其上市募集资金主要用于扩展餐厅网络、完善供应链相关基础设施（例如中央食材加工设施）、升级信息技术系统等方面。

图41 餐饮企业上市募集资金用途（部分示例）

筹资目的	说明	IPO企业示例
扩展餐厅网络	提供大规模融资渠道，餐饮企业扩张需资金，如正餐连锁在一线城市开旗舰店各环节均需大量投入，上市能募集巨资助力战略规划实施	<ul style="list-style-type: none"> 某日式拉面代表品牌2007年招股说明书：扩充连锁餐厅网络；市场推广以及品牌知名度活动 某复合菜系品牌2009年招股说明书：总店改扩建项目；连锁拓展项目 某休闲熟卤制品企业2016年招股说明书：投资自营门店网络，现有门店升级及开设新门店；收购及进一步发展战略联盟 某中式餐饮连锁集团2020年招股说明书：扩展餐厅网络，提高市场渗透率，包括主品牌、子品牌和其他品牌
完善供应链相关基础设施	完善物流网络建设，扩大物流中心、仓库等设施，提升物流效率和服务质量	<ul style="list-style-type: none"> 某复合菜系品牌2009年招股说明书：绿色食品配送基地、食品加工配送工厂项目 某连锁火锅品牌2014年招股说明书：在北京、上海新建物流及生产中心 某中式餐饮连锁集团2020年招股说明书：增强餐厅供应及支持能力并改进集中采购系统 某直营茶饮品牌2021年招股说明书：提升供应链及渠道建设能力，包括中央厨房、线上零售渠道等
升级信息技术系统	管理系统的开发和升级，包括ERP（企业资源规划）、WMS（仓库管理系统）、TMS（运输管理系统）等，以及AI、大数据等先进技术的应用	<ul style="list-style-type: none"> 某休闲熟卤制品企业2016年招股说明书：营销网络建设和培训中心及终端信息化升级项目；研发检验中心及信息化升级建设项目 某川味火锅连锁品牌2018年招股说明书：开发及实施新技术，包括智能厨房技术、虚拟现实及沉浸式就餐技术、定制化口味技术 某直营茶饮品牌2021年招股说明书：强化技术能力，包括优化经营及管理系统，部署各类智能设备 某全国饮品连锁品牌2025年招股说明书：仓储物理配套类项目，包括上岛智慧供应链中心等；其他综合配套类项目，包括营销服务体系、数字化架构
构建、完善公司治理结构与激励机制	建立健全体系，有利于提升管理效率、降低风险，例如通过股权激励留用优秀人才，为长期发展奠定人才根基	<ul style="list-style-type: none"> 某日式拉面代表品牌2007年招股说明书：增设及改善运作系统（人力资源资讯科技、物流及培训） 某复合菜系品牌2009年招股说明书：新建人力资源培训基地项目 某中式餐饮连锁集团2020年招股说明书：餐厅扩张运营管理，包括管理人员培训计划

资料来源：上市餐饮公司招股说明书，毕马威分析

4.2

上市目的地选择： 港股市场灵活性凸显

在上市目的地的选择中，境内外融资平台各具特色，餐饮企业需综合考虑审核时间、上市标准、合规要求、自身估值及业务经营能力等要素，选择最适宜的资本市场，有利于其资本运作及长期可持续发展。从当前企业家选择上市板块的分布来看，餐饮业企业主要集中于港股市场，因为该市场更具灵活性。

目前A股餐饮上市企业相对较少，约有12家餐饮企业成功登陆A股。由于财务规范、产品管理等问题，餐饮企业被列入A股的限制类名单。2023年中国证监会发布了全面实行股票发行注册制的相关规则，全面注册制的落地使得A股各板块都有了明确的定位要求，餐饮企业不符合科创板、创业板的板块定位，而主板要求“大盘蓝筹”，规模较小、非行业龙头的餐饮企业往往很难满足要求。2024年新国九条提升了主板、创业板上市财务和预计市值要求。这些均使餐饮企业在A股上市面临更多的挑战，但行业限制并非一成不变，监管层会根据国家政策进行动态调整。

在美股市场中，纳斯达克侧重科技创新型企业，对具有数字化运营等创新特点的餐饮企业具有吸引力，可提供融资渠道和品牌传播平台。但中国本土餐饮企业在应对监管机构的审查时面临挑战，上市企业数量比较有限。特别是近年来中美之间贸易摩擦带来的不确定性，使得许多有意赴美上市的中国企业计划受阻或搁浅。

港股市场在亚洲影响广，投资者对内地餐饮品牌感兴趣，其上市规则适应餐饮企业经营特性，食品餐饮行业IPO非常活跃，目前共有25家餐饮企业（包括几家内地业务占其收入30%以上的香港企业）登陆港交所。香港资本市场的优势主要体现在三个方面：

- 1) 市场方面，香港是成熟的国际金融中心，拥有深度多元的市场和国际及多元化投资者参与，同时通过互联互通机制接触中国内地投资者，成为领先的消费零售行业的集资中心。
- 2) 制度方面，香港拥有健全的法制、完善的监管机制、透明的上市程序和与时俱进的上市制度，特别是A股来港上市加快审批。
- 3) 地理上，香港背靠祖国，面向世界，连接内地企业与国际市场，是大湾区发展战略的重要一环。

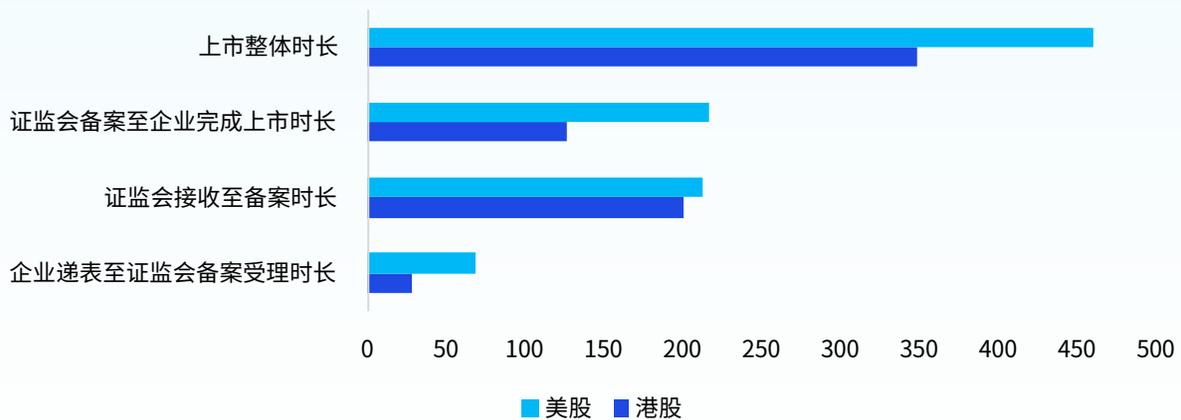
图42 A股、港股及美股市场对比

对比维度	A股	港股	美股
上市公司组成	来自中国内地不同板块的企业	来自全球不同国家及地区、不同板块的企业	来自全球不同国家及地区、不同板块的企业；其中NASDAQ主要为科技企业
主要投资者	本地机构投资者及散户	国际及中国内地机构投资者	全球机构投资者
再融资能力	所需时间较以往缩短，但整体审批流程较长，程序较严格	有较多再融资渠道，所需时间较短	
上市申请程序	核准制，由中国证监会、发行审核委员会独立审核	<ul style="list-style-type: none"> 披露为本的申请程序，由香港交易所及证券及期货事务监察委员会共同审查 主要评估申请人上市的合适度 	<ul style="list-style-type: none"> 披露为本的申请程序，由美国证券交易所审查 主要审阅披露内容作为供投资者评估企业表现的参考的完整性
同股不同权的资格	不容许	容许部分符合相关条件的创新和新型领域企业	容许所有企业
亏损公司申请	不容许	容许生物科技企业及符合相关条件的高市值企业	容许符合相关条件的企业
IPO估值限制	受制于特定P/E比值	市场主导	市场主导
上市标准 (市值及财务指标)	<p>主板：至少符合下列标准中的一项</p> <p>(一) 最近3年净利润均为正，且最近3年净利润累计不低于2亿元；最近一年净利润不低于1亿元；最近3年经营活动产生的现金流量净额累计不低于2亿元或营业收入累计不低于15亿元</p> <p>(二) 预计市值不低于50亿元，且最近一年净利润为正；最近一年营业收入不低于6亿元；最近3年经营活动产生的现金流量净额累计不低于2.5亿元</p> <p>(三) 预计市值不低于100亿元，且最近一年净利润为正，最近一年营业收入不低于10亿元</p>	<p>香港联交所（主板）：一般性门槛（上市规则第8.05条）</p> <p>(一) 前两年利润之总和不少于4500万，最近一年的利润不得少于3500万港元</p> <p>(二) 上市时市值不低于20亿港元；且上市前最近一年主营业务收入销售不低于5亿港元；且上市前三年经营现金收入净额不少于1亿港元</p> <p>(三) 上市时总市值不低于40亿港元；并且上市前最近一年主营业务收入销售不低于5亿港元</p>	<p>纳斯达克：全球精选市场</p> <p>(一) 前三个财政年度的税前持续性业务盈利总和至少1,100万美元，且每年均实现盈利，且最近两个财政年度每年的税前持续性业务盈利均达220万美元</p> <p>(二) 最近三个财政年度现金流总和达2750万美元，且每年均实现现金净流入，且市值在最近12个月内平均达到5.5亿美元，且最近财政年度的收入达1.1亿美元</p> <p>(三) 市值在最近12个月内平均达到8.5亿美元，且最近财政年度的收入达9000万美元</p> <p>(四) 上市时市值不低于1.6亿美元，且总资产达8000万美元，且股东权益达5500万美元</p>

资料来源：公开资料整理，毕马威分析

从全球资本市场来看，不同地方的资本市场上市需时不一。A股有股改和前期的辅导期，相对美股、港股上市需时更长。港股和美股在上市时间上相对可控和稳定，从启动到登陆市场，时间大概在6-9个月左右。从最新审核数据来看，受益于证监会5项资本市场对港合作措施等政策，港股上市全流程审核时长更加高效一些。

图43 企业境外上市各阶段时长对比：港股 VS 美股，天

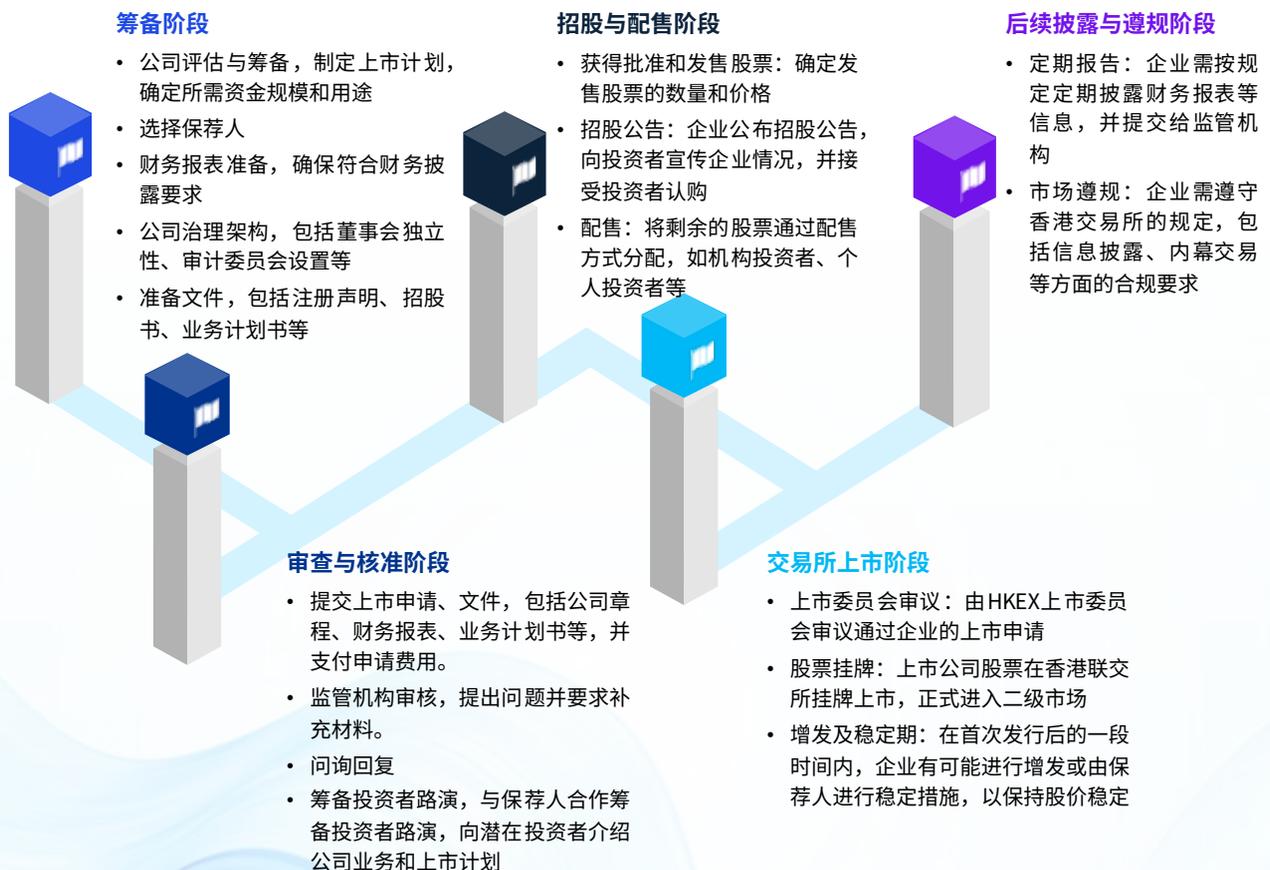


注：统计企业为2024年1月1日—2025年2月28日，向中国证监会递交境外发行上市备案申请的200余家企业；各阶段时长取平均数

数据来源：中国证监会，毕马威分析

结合以上分析，港股市场在上市门槛和审核时长等方面相比其他上市地更具优势。从上市流程来看，不同资本市场则存在共性，均涉及前期准备、递表、聆讯、路演、招股以及上市后持续合规等环节。以港股为例流程示意如下。

图44 港股上市流程



资料来源：公开资料整理，毕马威分析

4.3

合规先行 餐饮企业IPO实务关注点及上市 后运营与资本运作

餐饮业属于标准的拉动内需、促进就业、提高民生、低碳环保（相对于工厂而言）类型的服务业，在资本化运作中应当受到鼓励。但从实际情况来看，中国餐饮行业资本化程度较低，拥有14亿人口的中国，只有30家左右餐饮上市企业，远低于美国的3.3亿人口、约50家上市餐企以及日本的1.3亿人口、近100家上市餐企¹¹。诸多此前公布拟登陆资本市场的中式餐饮品牌，其上市环节多处于“卡壳”阶段，进展缓慢或停滞不前。餐饮企业上市难点包括：首先体现在品质把控方面，包括同一个连锁餐饮品牌不同门店的出品质量。其次，不同餐饮品牌之间的产品差异性较小，商业护城河很浅，容易陷入同质化竞争。另外，餐饮赛道的成长周期十分短，产品容易在极短时间内被复制，竞争优势随之降低。同时，当前经济增速放缓，居民在个人消费支出方面的能力减弱，对于餐饮品牌的营收增幅也造成挑战。

要解决上市难问题，餐饮企业经营亟须提高规范性，需重点关注财务真实性、业务合规性及信息披露透明度。具体包括：一是收入真实性验证，确保门店直营、经销渠道、线上平台及联营模式下的收入确认逻辑是真实的并且符合会计准则，比对不同渠道的销售数据，识别异常波动或矛盾点。二是资金流水核查，审查企业及关联方的资金流向，防范虚构交易或资金挪用，关注大额现金交易或频繁公私账户混用。三是关联方及利益输送风险，核查前员工、供应商或客户是否存在隐性关联关系，避免通过关联交易虚增收入或转移利润，确保销售返利政策合理。四是采购、成本与存货管理，验证采购价格与市场价格一致，确保成本核算真实合理，检查存货周转率与行业水平匹配，防止滞销或高库存减值。此外，进行信息系统专项核查，确保数据完整、商业逻辑合理、业财一致，系统覆盖全业务流程，避免数据篡改或遗漏，收入增长与用户规模、客单价、复购率匹配，业务系统与财务系统数据无缝衔接。最后，对“人、货、场”三要素进行核查，确保用户注册信息真实、消费行为合理、支付方式合规，供应商资质、采购合同与入库记录匹配，销售订单与物流单据对应，退换货政策执行到位，直营门店实地核查、经销商资质及库存管理合规，线上渠道数据独立验证。通过“财务+信息系统”双维度核查，确保企业运营全链条无重大瑕疵，降低投资者风险，提升市场信任度。

¹¹ 中式餐饮上市难 多品牌IPO之路“卡壳”，中国商报，2022年10月

图45 餐饮企业IPO关注点



资料来源：公开资料整理，毕马威分析

企业的上市并不仅仅在于搭建一个上市的融资平台、提高融资能力以及企业形象。完成挂牌也并非企业实现自身价值的终点。上市后，企业在资本加持下可进一步激发运营潜能，包括利用资本实力，进一步提升品牌形象，代表企业有绝味、海伦司等；丰富品类矩阵，寻找新的增长点，把企业的版图做大，代表企业有双汇等；另外，上市后，企业也能拥有更广泛的宣传和沟通渠道。

此外，在资本运作方面，企业IPO后，还可以通过配售、供股、公开发售、代价发行、股份认购权计划及行使认股权证等方式再融资，根据未来的发展计划选择合适的再融资方式。比如，海底捞上市后，还把特海国际分拆至香港上市。2022年12月30日，海底捞海外业务主体特海国际（09658.HK）在港股上市，成为海底捞第二家通过分拆成功上市的公司。美团也发行了很多可转债。

4.4

餐饮企业上市的行业影响： 重塑企业发展轨迹

上市作为餐饮企业资本运作的重要里程碑，对于企业发展轨迹的重塑作用远超单纯的融资功能。通过对比分析代表性企业上市前后的核心经营数据与行业趋势，可以发现资本市场对餐饮企业价值链的深层赋能机制。上市推动了餐饮企业价值创造模式发生质变，形成“资本—产业”正向循环，实现从生意到生态的跃迁。

图46 上市推动餐饮企业价值创造变化情况



资料来源：公开资料整理，毕马威分析

✓ 融资能力跃升

从债务依赖到资本结构优化



上市可以优化企业资本结构，推动股权融资规模、现金流储备、信用评级上升，带动资产负债率、融资成本、财务风险同步下降。某川味火锅连锁品牌的融资轨迹较有代表性，2018年港股上市募资72.7亿港元后，当年资产负债率从2017年的70.8%降至历年低点27.75%，之后尽管因扩张计划有所反弹，但仍在风险可控范围内。从资产类别来看，由早期上市融资+银行借款+发行债券等形成的类现金资产，占总资产的比例从不足10%到上市后的20~50%，上市为企业带来了多层次的资本支持。

✓ 增长动能质变

标准化复制能力的指数级提升



资本注入带来的不仅是资金，更是规模化扩张所需的系统建设能力。以门店扩张效率为例，某中式餐饮连锁集团旗下酸菜鱼品牌验证了这一规律：上市前（2016-2019年）年均新增门店30家左右，上市后（2020-2023年）提速至年均80家左右，背后支撑是集团供应链基地覆盖华南、华中，食材自给率提升至50%。另外如2024年底上市的某徽菜连锁品牌，资本的深度参与和规划推动其成为全国性品牌，公司自建的供应链体系，包含一个中央工厂、遍布全国的14个仓库，以及由200多架车辆组成的自建运输车队，可以为门店提供及时可靠的仓储物流服务。

✓ 经营质量优化

从粗放管理到精益运营



上市倒逼企业建立数据驱动的精细化运营体系，例如某休闲熟卤制品企业推出2.0战略，通过全渠道数智化战略布局，实现从线下门店到外卖、小程序等互联网主流平台的全覆盖。全网全平台数据的打通，使其能精准洞察消费者需求变化和消费习惯，以此指导新品研发、品质管控和仓储调动，并实施全渠道整合营销，2024年全渠道整体数智增长业绩超50亿元。同时，公司打造内部超级AI应用，通过人工智能自研垂直大模型学习优秀店长知识经验，实现门店效率和服务提升超39%。

✓ 抗周期能力增强

构建风险缓冲垫



上市赋予企业更强的风险抵御能力，在极端压力测试中表现突出。例如疫情期间，面临年夜饭退订、筹备原材料滞销、堂食经营陷入停滞等挑战，某广州老字号食品餐饮集团探索营收的第二曲线，开始在快餐、外卖领域进行探索，同时推出半成品菜，食品制造业贡献了超六成的营收占比。

结语



张欣

毕马威中国华南区
消费餐饮行业审计服务
主管合伙人

大湾区餐饮报告组委会
主席

2024年见证了中国餐饮行业的冰火两重天，一方面是全国餐饮收入达到5.57万亿元的规模新高，另一方面则是消费分层、供应链竞争激烈等挑战下，行业洗牌仍在继续。粤港澳大湾区餐饮市场，作为我国餐饮市场的重要组成部分，整体表现凸出、韧性彰显。以广东为例，全省餐饮业收入占比已连续多年超过全国10%，2024年更是达到10.51%，为近十年最高水平。这一亮眼表现不仅得益于区域内庞大的消费基数和多元的饮食文化，还得益于政策支持、技术创新以及港股市场独特优势的多重驱动。在本次报告中，毕马威中国重点剖析大湾区餐饮业发展面临的挑战、机遇以及发展趋势，深刻洞察大湾区餐饮业投融资市场的环境、趋势以及热点领域，为餐饮企业的资本化运作提供应对参考和策略指导。

展望未来，大湾区餐饮业正朝着品质全面提升、铸造“湾区美食”品牌和创新活力迸发的方向发展。大湾区餐饮业将通过建立高标准的食材供应链体系等，打造“质价比”餐饮，引进国际化的餐饮品牌与创新业态，共同铸造“湾区美食”品牌，同时积极推动餐饮与科技的深度融合，实现智能化供应链管理、智能烹饪与食品研发以及数字化餐饮服务，最终打造一个高品质、多元融合、创新驱动的美食生态圈，为全国餐饮业高质量发展树立典范。

“明者因时而变，知者随事而制。”大湾区餐饮行业将以更加包容的胸襟，拥抱行业形势与变革，在传承中创新，在开放中突破，为消费者带来更多元化、高品质的美食体验。毕马威中国愿发挥在资本运作规划等领域的专业服务优势，持续助力携手餐饮企业迈向高水平发展。

关于毕马威

毕马威中国在三十一个城市设有办事机构，合伙人及员工超过14,000名，分布在北京、长春、长沙、成都、重庆、大连、东莞、佛山、福州、广州、海口、杭州、合肥、济南、南京、南通、宁波、青岛、上海、沈阳、深圳、苏州、太原、天津、武汉、无锡、厦门、西安、郑州、香港特别行政区和澳门特别行政区。在这些办事机构紧密合作下，毕马威中国能够高效和迅速地调动各方面的资源，为客户提供高质量的服务。

毕马威是一个由独立的专业成员所组成的全球性组织，提供审计、税务和咨询等专业服务。毕马威国际有限公司（“毕马威国际”）的成员所以毕马威为品牌开展业务运营，并提供专业服务。“毕马威”可以指毕马威全球性组织内的独立成员所，也可以指一家或多家毕马威成员所。

毕马威成员所遍布全球142个国家及地区，拥有超过275,000名合伙人和员工。各成员所均为各自独立的法律主体，其对自身描述亦是如此。各毕马威成员所独立承担自身义务与责任。

毕马威国际有限公司是一家英国私营担保有限责任公司。毕马威国际及其关联实体不提供任何客户服务。

1992年，毕马威在中国内地成为首家获准中外合作开业的国际会计师事务所。2012年8月1日，毕马威成为四大会计师事务所之中首家从中外合作制转为特殊普通合伙的会计师事务所。毕马威香港的成立更早在1945年。率先打入市场的先机以及对质量的不懈追求，使我们积累了丰富的行业经验，中国多家知名企业长期聘请毕马威提供广泛领域的专业服务（包括审计、税务和咨询），也反映了毕马威的领导地位。

关于广东省餐饮服务行业协会

广东省餐饮服务行业协会（以下简称“广东餐协”）成立于2008年，是全国活跃度最高的省级餐饮行业协会之一，是中国餐饮行业和广东民政系统优秀社团，提供服务，反映诉求，行业自律，推动广东餐饮产业品牌化、连锁化、工业化、资本化健康发展，团结行业，共同擦亮“食在广东”金字招牌！

协会相继支持成立广东省团餐配送行业协会、广东省粤菜产业发展促进会、广州市美食之都促进会、餐创引擎服务平台，先后组建连锁与加盟、商业地产、国际美食、品牌创新、火锅、日料、精致餐饮、预制菜、外卖、供应链、投融资等20个专委会，提供更精准的服务，加强了协会凝聚力和向心力。

关于深圳市 烹饪协会

深圳市烹饪协会于2013年12月获深圳市社会组织管理局批准成立，作为深圳餐饮行业极具影响力的专业性社会组织，始终致力于搭建行业资源整合与协同发展的枢纽平台。协会以打造“会员服务的专业管家、行业发展的智慧中枢、餐饮文化的传播使者”为目标，持续深耕行业服务与生态建设，现已成为中国烹饪协会副会长单位、广东烹饪协会副会长单位，在全国餐饮行业领域占据重要地位。

协会办公地址位于深圳市福田区核心区域，构建了完善的组织运营体系。秘书处作为核心执行机构，统筹日常会务管理、对外合作交流等工作，由10名大专以上学历的专职人员、3位资深行业专家及多名厨政管理与服务领域顾问组成专业团队，为协会运作提供坚实保障。自2015年成立党支部以来，协会始终坚持党建引领，将党的方针政策融入行业发展，以高质量党建推动行业高质量发展。

在专业化建设方面，协会下设食品安全营养、名厨、湘菜、团餐、潮菜、烘焙、青年企业家、国际美食美酒、供应链与预制菜、创新创业、品质餐饮等11个专业委员会，通过细分领域的精准服务，深度整合行业资源，促进不同业态、不同菜系的餐饮企业协同发展。这些专委会不仅为会员单位提供技术指导、标准制定、人才培养等专业支持，更通过行业交流与资源共享，推动深圳餐饮行业向专业化、规范化、国际化方向迈进，助力构建多元共生、繁荣发展的餐饮生态体系。

毕马威中国

中国消费餐饮行业团队



林启华

毕马威中国零售及消费品行业主管合伙人
毕马威中国零售及消费品行业审计服务主管合伙人
电话: +86(20)38138388、+86(755)25474388
邮箱: raymond.lam@kpmg.com



翁晔

毕马威中国零售及消费品行业
税务主管合伙人
电话: +86(21)22123431
邮箱: jennifer.weng@kpmg.com



孙国宸

毕马威中国零售及消费品行业
咨询主管合伙人
电话: +86(21)22123740
邮箱: willi.sun@kpmg.com



方思颖

毕马威中国香港消费餐饮行业
审计服务主管合伙人
电话: +85229788227
邮箱: sylvene.fong@kpmg.com



汪浩

毕马威中国华东及华西区消费餐饮
行业审计服务主管合伙人
电话: +86(21)22122128
邮箱: magie.wang@kpmg.com



吴旭初

毕马威中国北方区零售及消费品行业
审计服务主管合伙人
电话: +86(10)85085131
邮箱: jeff.wu@kpmg.com



张欣

毕马威中国华南区消费餐饮行业
审计服务主管合伙人
电话: +86(20)38137617
邮箱: rachel.x.zhang@kpmg.com



张诗颖

毕马威中国零售及消费品行业
市场经理
电话: +86(20)38138974
邮箱: cherry.s.zhang@kpmg.com



王彬莎

毕马威中国零售及消费品行业华南区
拓展助理经理
电话: +86(20)38137503
邮箱: beth.b.wang@kpmg.com

研究团队

毕马威华振会计师事务所（特殊普通合伙）

孟璐、范嘉怡、刘世钦、连伟、区颖蓉、陈泓妤、徐江南、曾佩怡、
许若愚



特别鸣谢单位

广东省餐饮服务行业协会、深圳市烹饪协会

谭海城、刘永忠



kpmg.com/cn/socialmedia



如需获取毕马威中国各办公室信息，请扫描二维码或登陆我们的网站：
<https://kpmg.com/cn/zh/home/about/office-locations.html>

所载资料仅供一般参考用，并非针对任何个人或团体的个别情况而提供。虽然本所已致力提供准确和及时的资料，但本所不能保证这些资料在阁下收取时或日后仍然准确。任何人士不应在没有详细考虑相关的情况及获取适当的专业意见下依据所载资料行事。

© 2025 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询(中国)有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。在中国印刷。

毕马威的名称和标识均为毕马威全球性组织中的独立成员所经许可后使用的商标。

刊物编号：CN-CM25-0001

二零二五年五月印刷