



13家餐企营收涨势明显 布局电商及供应链成趋势

文/王萍

2021年上半年,在经历过疫情洗礼、开始逐渐适应疫情常态化防控后,13家上市餐饮企业中,12家企业实现净利润同比增长,其中,9家企业实现盈利。营收方面,13家企业均实现上涨。

上半年,国民经济呈现稳中向好发展态势,消费市场复苏势头不断增强。随着消费回暖,到2021年上半年,海底捞每天以近1.6家店的速度增长,门店达到1597家。九毛九集团旗下太二餐厅今年上半年门店扩张数量达到286家,比

去年同期增加125家。广州酒家、全聚德等老字号也不断通过发力“食品+餐饮”,塑造国潮老字号新形象,打出菜品创新等“组合拳”,呈现出利润营收“双增长”。

对于未来餐企发展走势,有报告显示,绿色化、数字化、新零售化、标准化和品牌化,成为重要导向标,分餐制、反食品浪费、预制半成品、特色单品等新热点受关注。

13 家企业营收涨势明显

据新京报统计，此次盘点的 13 家上市餐企中，2021 年上半年的总营收达 634.95 亿元。其中营收前三的企业分别为百胜中国（323.52 亿元）、海底捞（200.94 亿元）、呷哺呷哺（30.47 亿元）。13 家企业在营收方面一片“涨声”，在净利润方面，只有同庆楼的净利润出现同比下降。

从 2021 年上半年各家企业的营收同比增减来看，营收同比增幅超过 50% 的有 9 家。九毛九营收同比增加了 112.89%，海底捞营收同比增幅达到 105.87%。广州酒家在 13 家企业中增幅垫底，为 30.63%，合兴集团涨幅为 35.09%。2021 年上半年，九毛九在净利方面拔得头筹，净利润同比增长 316.57%。广州酒家虽然营收增幅较小，但净利润增长了 228.89%。13 家上市企业中，有 8 家的净利润增长都超过 100%。

而 2021 年上半年，国内上市餐企亏损总额为 1.57 亿元，其中包括呷哺呷哺（-0.499 亿元）、西安饮食（-0.617 亿元）、全聚德（-0.424 亿元）、国际天食（-0.057 亿元）4 家企业。其中，西安饮食半年报显示，今年上半年，公司的餐饮服务业务未恢复至疫情前的营收水平，且餐饮服务业务毛利率与往年相比仍处于低位。截至 2021 年上半年，西安饮食的餐饮服务业务的毛利率为 15.45%，2020 年底该业务的毛利率水平为 20.68%，2019 年为 28.40%。此外，西安饮食连年高企的成本水平也在不断蚕食利润空间。财报显示，截至 2021 年上半年，西安饮食的营业成本为 1.98 亿元，较上年同期上升 75.97%；销售费用 0.96 亿元，同比增长 29%。

呷哺呷哺较去年同期亏损大幅度收窄，但并未转亏为盈。按照早前呷哺集团披露的盈利预警，集团未能转亏为盈的原因，除了计提资产

减值损失之外，与疫情也有一定关联，呷哺集团称，2021 年上半年，门店经营的部分地区仍然受到新冠疫情的影响而无法充分营业。

部分老字号创新升级提升营收

在上述 13 家餐饮企业中，全聚德、西安饮食、广州酒家、同庆楼为老字号餐饮企业。其中，广州酒家、同庆楼实现盈利，不过，同庆楼在净利润方面出现 11.08% 的下降。值得注意的是，疫情影响下，有企业仍未恢复至疫情前的营收水平。不过，不少老字号也在通过创新升级不断改善经营状况。

今年上半年，广州酒家营业收入约 12.32 亿元，同比增加 30.63%；净利润同比增加 228.89%。根据其半年报显示，在消费复苏的环境下，广州酒家一季度业绩同比实现较大增长；5 月下旬新冠病毒变异毒株“德尔塔”在广州引发本土疫情，持续 1 个月左右，对广州酒家餐饮业务造成较大影响，餐饮业务收入的大幅下降拖累利润。报告期内，其餐饮业务营业收入为 3.02 亿元，同比增长 78.47%；食品业务营业收入为 8.75 亿元，同比增长 20.29%。



西安饮食在今年上半年则实现营业收入 2.55 亿元，同比增长 97.56%；净亏损较上年同期收窄 11.72%。报告显示，西安饮食通过调整优化、创新经营等措施，提升了经营收入，虽未恢复至疫情前的营收水平，但较上年同期增长 106.98%。此外，西安饮食通过新品研发、包装升级、技术改造等措施，同时线上线下双渠道同步拓展销售体系，食品工业实现收入较 2020 年同期增长 139.56%。

备受关注的老字号全聚德在 2021 年上半年，通过塑造国潮老字号新形象、菜品创新、发布全新文创 IP 形象等一系列动作，实现了营业收入 4.79 亿元，同比增长 53.37%；亏损幅度同比收窄 71.40%。值得一提的是，全聚德环球影城项目暨全聚德花庄店已经与北京环球影城同步营业，餐厅以品牌定制产品、老北京地域特色美食、露天餐吧的休闲畅饮及全聚德经典传承菜品为特色，通过明厨互动设计，让消费者欣赏到全聚德挂炉烤鸭制作的全过程，还可以自制独特的 DIY 烤鸭卷。此外，公司环球伙伴餐厅团膳项目于 2021 年 1 月 15 日试营业，服务

入住环球影城生活区的中外员工，餐厅接待人次和收入逐月提升。

而同庆楼在 2021 年半年报中，业绩呈现出增收不增利态势，是 4 家上市的老字号中唯一一家净利润同比下滑的企业。同庆楼在财报中对净利润下滑的解释为，报告期内受疫情影响，门店长期停业，属非正常经营时期，因此与上年没有可比性。同庆楼表示，在疫情冲击之下，公司业务虽深受影响，但仍表现出顽强的经营韧性。此外，2021 年上半年整体毛利率 52.87%，较 2019 年同期下降 3%，原因为毛利较高的宴会业务占比减少、新店毛利偏低、食品业务初期成本较高所致。

“火锅股”人事变动引关注

在 13 家上市餐企中，海底捞、呷哺呷哺这两只“火锅股”一直备受关注。2021 年上半年，海底捞实现营收 200.94 亿元，同比增长 105.9%；净利润 9650 万元，同比上升 110.0%。呷哺呷哺在 2021 年上半年实现营收 30.47 亿元，同比增长 58.5%。

在海底捞上半年的业绩中，海底捞门店作为主要收入来源，营业收入达 194.19 亿元，增长了 112.2%，占总收入的比重从去年同期的 93.7% 上升到 96.6%。与此同时，海底捞在人均消费和翻台率上却出现双走低的情况。顾客人均消费从 2020 年上半年的 112.8 元，减少到 2021 年同期的 107.3 元，接近于疫情前的 2019 年水平。在门店翻台率方面，海底捞 2021 年上半年平均翻台率为 3.0 次/天，低于去年同期 3.3 次/天。公告中，海底捞也承认上半年业绩未达预期，海底捞执行董事、首席战略官周兆呈在接受媒体采访时表示，未达预期内外部原因都有。其中，外



部因素包含疫情影响。而内部原因，既有海底捞由于去年和今年新开门店数量较多，在门店方面持续产生资本支出；又有新开店达到首次盈亏平衡的周期拉长，利润没有达到预期。

呷哺呷哺方面，呷哺呷哺品牌营收 18.67 亿元，同比增长 50.6%；湊湊品牌营收 11.27 亿元，同比增长 90%。呷哺呷哺创始人贺光启在此前宣布将关闭 200 家亏损的门店，其中大部分都是呷哺呷哺门店，占品牌整体门店规模的五分之一；并计划以二三线城市为核心、向下沉市场扩张，门店形式依然以一人一锅、以及可以容纳更多客人的吧台座位的形式为主。

值得注意的是，上半年，两家企业在人事方面均出现变动。今年 4 月 16 日，呷哺呷哺旗下湊湊餐饮 CEO 张振纬离职，同时卸任集团和湊湊餐饮所有职务。5 月 21 日，呷哺呷哺又发布了解除赵怡行政总裁职务。7 月 28 日呷哺呷哺发布公告称，股东特别大会全票决议赞成罢免赵怡公司执行董事职务。海底捞在今年 8 月 24 日发布公告称，由于公司内部组织架构调整，舒萍已请辞公司非执行董事及审计委员会成员之职，施永宏请辞执行董事之职。杨利娟获委任为公司副首席执行官。蔡新民被任为公司审计委员会成员。并新增杨利娟等 7 位执行董事，新增马蔚华等 2 位独立非执行董事。海底捞称，董事会变动为正常人事调整。

发展电商、建设供应链成趋势

根据中国饭店协会与新华网在北京联合发布的《2021 中国餐饮业年度报告》显示，2020 年上半年的新冠肺炎疫情对我国餐饮行业造成不同程度的影响，但随着疫情防控形势总体平



稳、国家出台各类促消费与营商优惠政策，行业在下半年得到快速恢复。绿色化、数字化、新零售化、标准化和品牌化，成为餐饮企业未来发展中的重要导向标，分餐制、反食品浪费、预制半成品、特色单品等新热点受关注。

事实上，餐饮业也在不断加快数字化发展进程。《报告》显示，疫情让预制半成品市场快速发展，餐饮企业向电商零售进军明显。部分传统老字号企业在电商平台迎来“春天”，广州酒家等企业电商销售额占比涨幅均超过 50%。

同时，越来越多的餐企开始关注供应链的发展。在广州酒家的财报中显示，其梅州基地一期按计划进入试产阶段；湘潭基地二期规划速冻食品生产项目已完成论证，建设工作正在推进中。在餐饮食品化项目上，全聚德食品生产许可项目已完成设备安装调试，待取得生产许可后即可投产。该项目主要生产热加工熟肉制品、其他食品（方便菜肴）、调味料产品，满足内部餐饮企业原材料预加工需求，供给方便菜肴食品和预包装熟肉制品进入外部商超市场，同时支持北京环球影城团餐项目所需原材料加工产品。此外，根据《报告》调研结果显示，约 52% 的调研企业拥有中央厨房，同比上升了 7 个百分点；21.6% 的调研企业兼有种养殖基地，较上年提升了 6.6%。■