

# 疫情对餐饮行业的影响调研报告

北京民生智库科技信息咨询有限公司

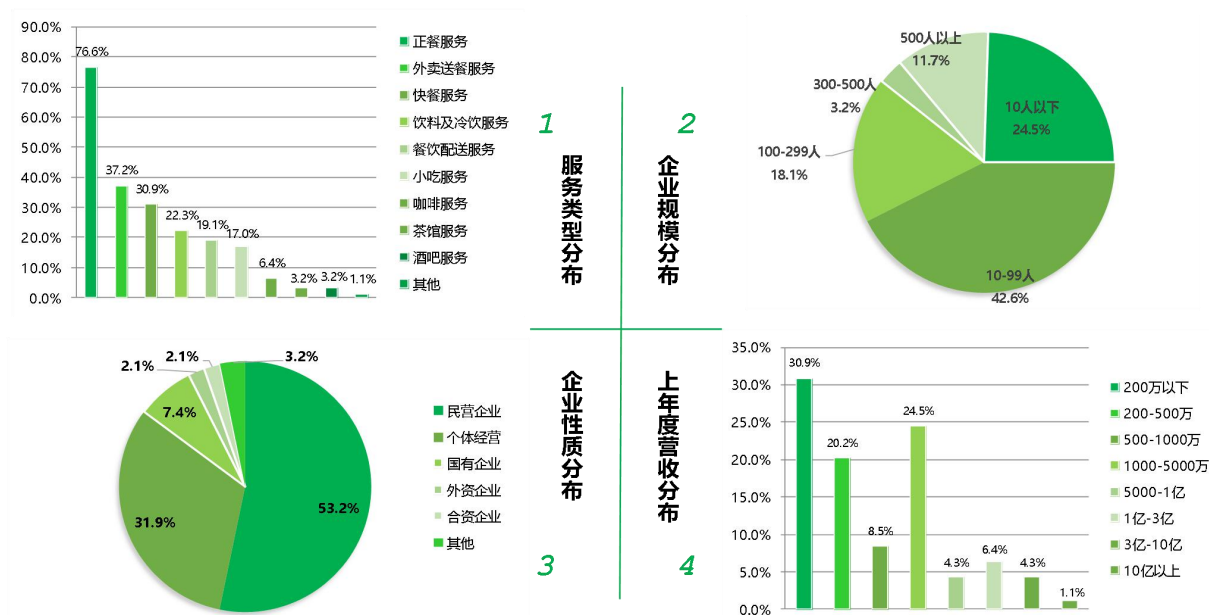
2020 年 2 月

|                                    |    |
|------------------------------------|----|
| 一、调研概况.....                        | 1  |
| 二、疫情影响.....                        | 2  |
| （一）行业受到的冲击与影响.....                 | 2  |
| 1、行业停摆：开门少、复工晚，餐饮行业开年迎危机.....      | 2  |
| 2、动力受损：预订单、客流量、线下线上营收“四重降”.....    | 3  |
| 3、利润暴跌：行业损失惨重，开启提速迭代 2.0 版.....    | 8  |
| 4、存续艰难：流动资金供血不足，供应链运转障碍重重.....     | 12 |
| 5、影响长远：四大影响关乎生存，三大变革迎接新挑战.....     | 14 |
| （二）深层影响.....                       | 16 |
| 1、成本攀升：固定成本开支巨大，防疫投入持续增加.....      | 16 |
| 2、融资不畅：路径窄、难度高，外部金融支持获取乏力.....     | 21 |
| 3、政策盲区：企业“开源节流”四大领域政策遇难题.....      | 22 |
| 三、需求和建议.....                       | 25 |
| （一）聚焦企业需求，完善援企政策，携手企业共克时艰.....     | 25 |
| 1、提高政策联动性，推动房租物业减免精准惠及终端餐饮企业.....  | 25 |
| 2、强化疫情期重点政策解读、落实，确保援企政策高效落地.....   | 27 |
| 3、鼓励资源整合扩大餐饮业融资途径，强化信贷监管.....      | 29 |
| 4、推动舆论引导，多措并举重塑市场餐饮消费信心.....       | 31 |
| （二）坚持市场主导，构筑政策环境，引导行业健康发展.....     | 31 |
| 1、鼓励行业连锁化发展，提高餐饮企业抗风险能力.....       | 31 |
| 2、加速推进技术与可追溯体系建设融合，构筑餐饮安全坚实屏障..... | 32 |
| 3、借力“宅家经济”崛起，引导构建社区餐饮生态体系.....     | 34 |
| 附件一：疫情以来部分企业减租政策梳理.....            | 36 |

## 一、调研概况

为深入了解新型冠状病毒对餐饮经营状况产生的影响，明确企业需求，为政府制定相关政策提供有效参考，北京民生智库科技信息咨询有限公司联合北京企业评价协会、北京市餐饮行业协会、北京烹饪协会等共同开“疫情对餐饮行业的影响调查”。调查自2月8日启动，利用腾讯问卷平台在全国范围内投放问卷，收集各省市、地方餐饮企业的真实情况和需求。问卷内容涉及企业基本信息、疫情影响、企业需求建议及背景信息四大模块共计55个问题。

截止目前，调研累计回收有效问卷282份。涉及企业涵盖正餐（76.6%）、外卖送餐（37.2%）、快餐（30.9%）、冷饮及饮料（22.3%）等9大餐饮细分行业；以上年度营收1000万以下的企业居多（59.6%），其中，上年营收不足200万的企业占比30.98%，营收超过1亿的占11.8%；中小规模餐饮企业占比85.2%，民营企业 and 个体经营分别占比53.2%和31.9%。



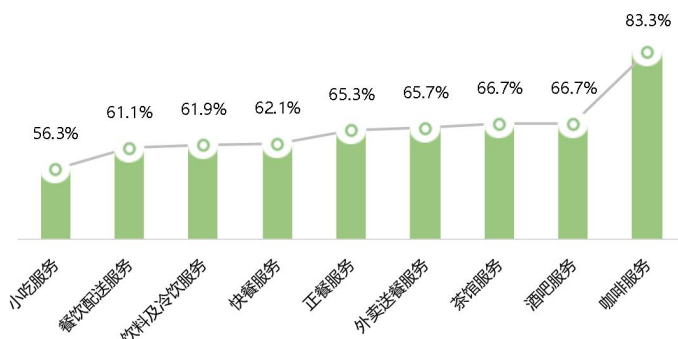
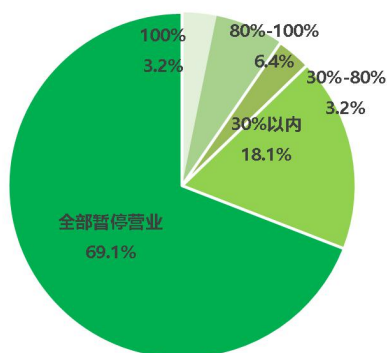
图：受访企业基本情况

## 二、疫情影响

### （一）行业受到的冲击与影响

#### 1、行业停摆：开门少、复工晚，餐饮行业开年迎危机

近七成受访餐饮企业关闭全部门店。2020年初，黑天鹅突然降临，以百姓消费、线下流量营收为主的餐饮业遭受重创。为避免疫情传播，响应国家号召，大量餐饮企业关闭全部或部分经营门店，以降低聚餐过程中病毒的人际传播。调研结果显示，疫情期间，仅有9.6%的受访企业门店营业率达到8成，18.1%营业率不足3成，累计69.1%的企业在疫情期间全部暂停门店经营。其中，8成以上的咖啡厅、超6成的酒吧、茶馆、外卖送餐、正餐、快餐、奶茶冷饮店、餐饮配送服务企业全部停业。

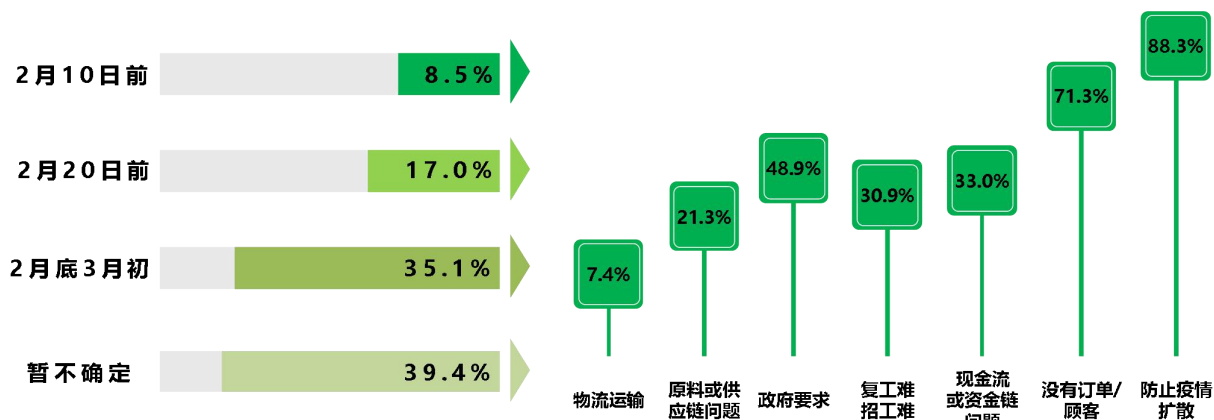


图：疫情期间餐饮行业整体营业率

图：各细分行业全部停业率

复工日接连推迟，仅3成可坚持至月底前后全面复工。一方面，餐饮业面临大面积停业、营收骤降的窘境；另一方面，随着疫情情况变化，餐饮企业复工期接连推迟。8.5%的企业结合自身困难，期望在2月10日前实现全面复工，17.0%可以坚持至2月20日，仅有35.1%可坚持到月底。调研结果显示，近9成企业（88.3%）为防止疫情扩

散，坚持少开工、不开工，体现了餐饮企业的社会责任感。同时，5成企业（48.9%）开工响应政府要求，多地餐饮企业“等待复工通知”；39.4%表示复工期暂不确定。

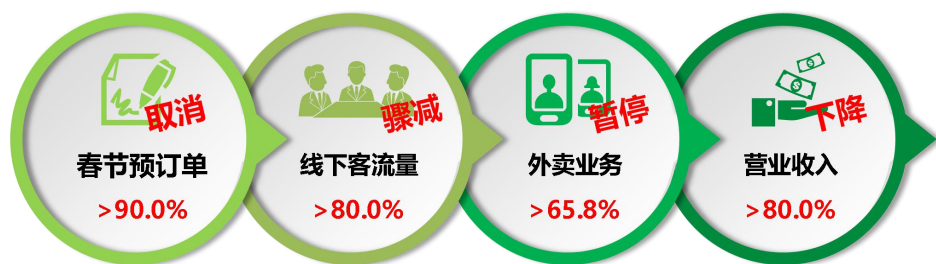


图：受访企业可接受的最晚全面复工时间

图：影响全面复工的主要因素

## 2、动力受损：预订单、客流量、线下线上营收“四重降”

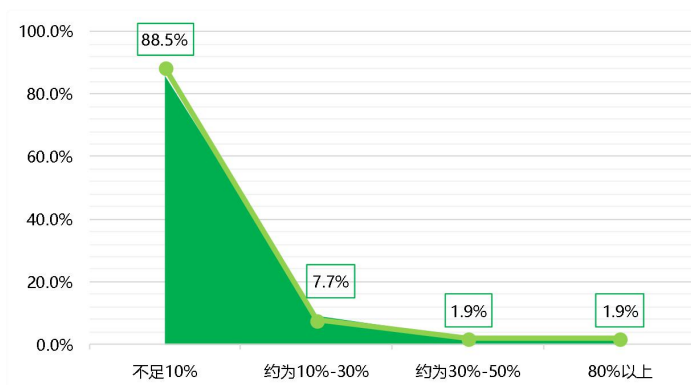
疫情煽动餐饮行业“蝴蝶效应”，企业运营动力系统受损。疫情以来，餐饮行业春节预订单取消、线下客流骤减、外卖业务暂停、营业收入下降，各营收指标同步走低，部分企业短期内“颗粒无收”，支持企业运营的动力系统严重受损。



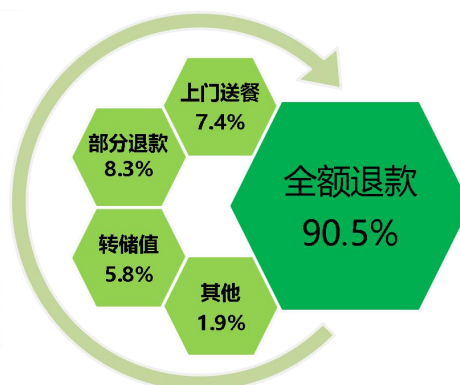
图：疫情以来餐饮企业营收变化

春节订单遭遇“滑铁卢”，年度业绩井喷点“哑火”。2019年餐饮收入突破4.6万亿元，餐饮业作为春节期间线下经济的最大实体之一，春节期间营业收入约占全年收入的15.5%。2020年，餐饮业春节订单集体遭遇“滑铁卢”，在55.3%已获得春节预订单的受访企业中，

88.5%的预订单完成量不足10%，仅7.7%完成春节预订单的10.0%-50.0%。从维护企业品牌口碑、保障客户利益、减少纠纷等诸多角度出发，90.5%的预订单得到全额退款，8.3%进行部分退款，7.4%转为整餐上门配送，5.8%转为储值续费服务。大量未完成预订单，给企业造成巨额损失，调查企业中，仅春节订单一项，平均损失就达310.3万元，其中最大损失额已逾5000万元。

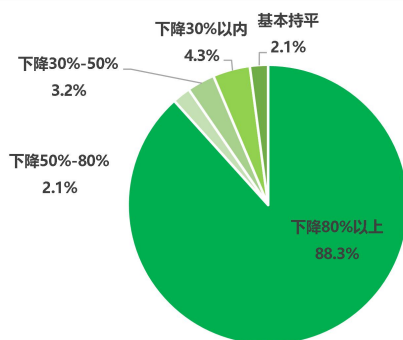


图：春节预订单完成量



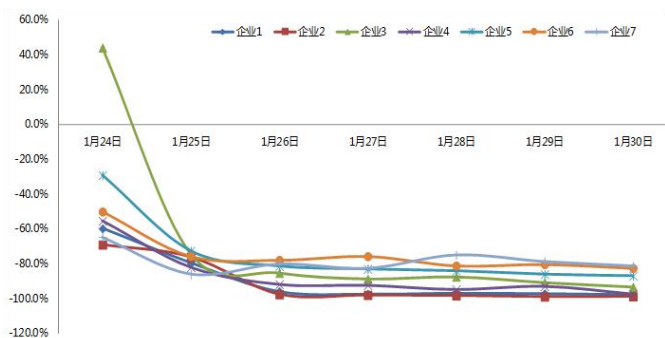
图：春节订单退订处理方式

线下市场客流惨淡，客流、营收降幅皆超8成。疫情期间，88.3%的企业线下客流量下降超80.0%，线下门店陷入“之前日日爆满，现在门可罗雀”的冷清局面。客流量骤降直接导致营业额大幅下滑，调查发现，在客流量下降80%以上的企业中，疫情以来，企业营收同比下降80%以上的高达91.8%。

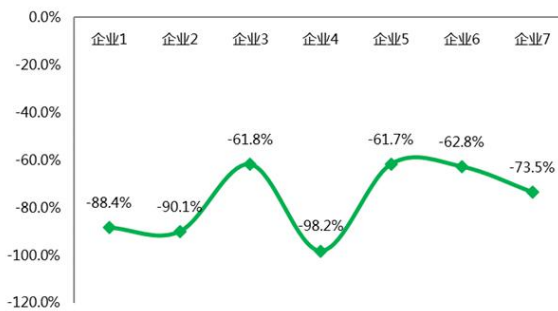


图：疫情以来受访企业客流量变化情况

以同期部分监测数据为例<sup>1</sup>，春节黄金周期间，除 1 家监测企业客流量在除夕当日较去年同期上升约 4 成以外，其余时间各企业客流量普遍下降 80.0% 以上。同时，春节黄金周 7 日累计流水较去年同期平均下降 76.6%，其中降幅最大的企业同比下降 98.2%。



图：春节黄金周期间部分企业客流量  
较去年同期变化情况

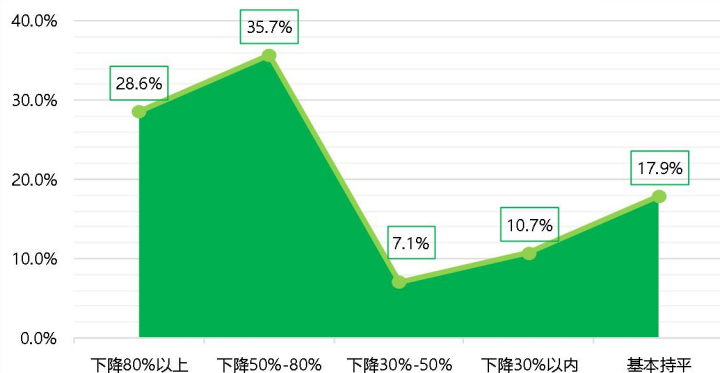


图：春节黄金周期间部分企业7日  
累计流水较去年同期变化情况

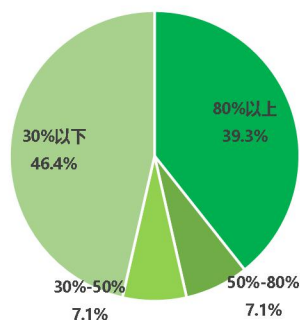
线上外卖量严重缩水，外卖额大幅下滑，线上销售难以撑起营收“半边天”。原本“堂食+外卖”两条腿走路的餐饮业在堂食业务经历重创后，外卖业务也同样难逃影响。疫情期间，70.2%的企业暂停提供外卖服务，而餐饮配送服务企业、外卖送餐服务企业两类“外卖配送大户”，疫情期间提供外卖服务的比例也分别较疫情发生前减少50.0%和65.7%。在剩余不足3成提供外卖服务的企业中，有17.9%的订单量与去年同期持平，71.4%的订单量下降超5成；同时有46.4%的企业外卖营业额占比不足30.0%。公开数据显示，小恒水饺大年三十到初三，外卖营业额基本只有平时的10.0%-15.0%，初四之后方恢复到20.0%。

<sup>1</sup> 数据来源：内部监测数据



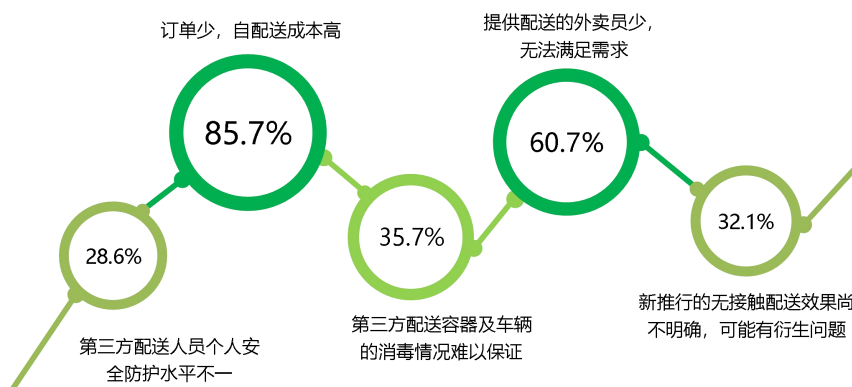


图：疫情期间订单量变化情况



图：疫情期间企业外卖营业额占比

业务少、人不足、要求高，三重叠加，外卖业务遇冷。一方面受制于疫情期间订单量减少，企业自配送成本过高（85.7%），另一方面则主要源于在岗外卖员的数量不足（60.7%），此外，第三方配送人员、容器、车辆的安全防疫水平以及各类无接触配送的实际效果也影响了外卖业务量的增长。

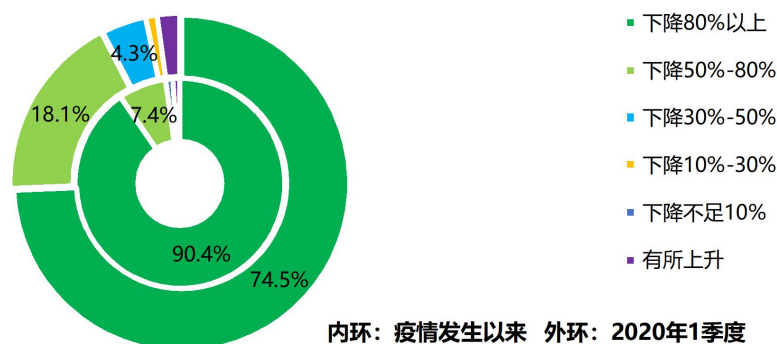


图：疫情期间，受访企业开展外卖服务面临的困难

订单、客流、外卖量一落千丈，90.4%受访企业疫情以来营收下降超8成。同时，一季度营收预测显示，74.5%受访企业认为季度营收降幅在8成以上。广东省餐饮服务行业协会发布的《广东餐饮企业受疫情影响调查分析报告》同样指出，春节期间广东省30.0%的持续营业企业同比营收下降5成以上，其中30.0%的企业收入几近为零；

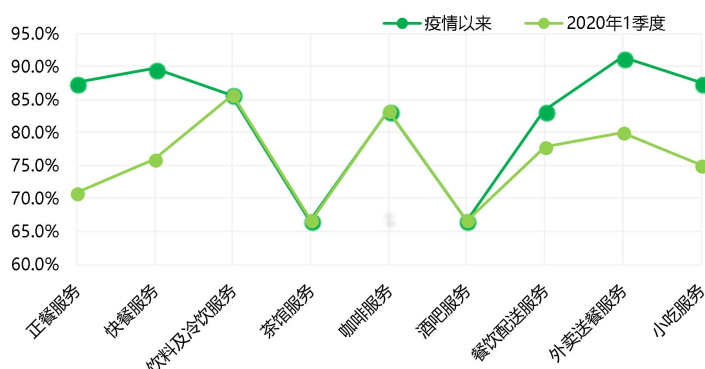


正餐类企业同比宴席减收达 2 亿多元。



图：受访企业疫情发生以来、1 季度营收较去年同期变化情况

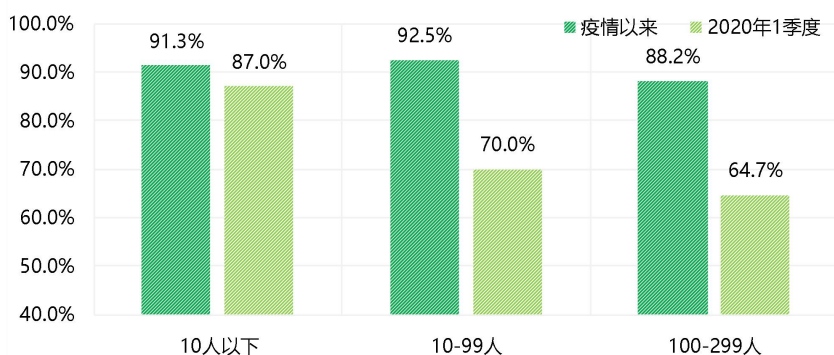
九大细分行业无一幸免，营收暴跌。疫情对本次调查涉及的 9 个餐饮细分行业营收均产生较大影响，6 成以上企业疫情以来营收和 1 季度营收降幅均超过 80%。各细分行业中，外卖送餐服务、饮料及冷饮服务、咖啡服务企业的两类营收降幅均超过 8 成。值得注意的是，疫情对餐饮企业的收益影响或将在 1 季度内随着时间推移有所好转。餐饮人普遍判断疫情会在 2-3 个月内过去。调研结果显示，正餐服务、快餐服务、外卖送餐服务、小吃服务及餐饮配送服务企业第一季度营收降幅的预计略好于当前营收情况。



图：各细分行业当前及 1 季度营收降幅 80%以上的情况统计

中小餐饮企业冬天已至。调研结果显示，疫情对中小型餐饮企业，尤其是企业规模在 10 人以下的餐饮企业影响突出，分别有 91.3%和

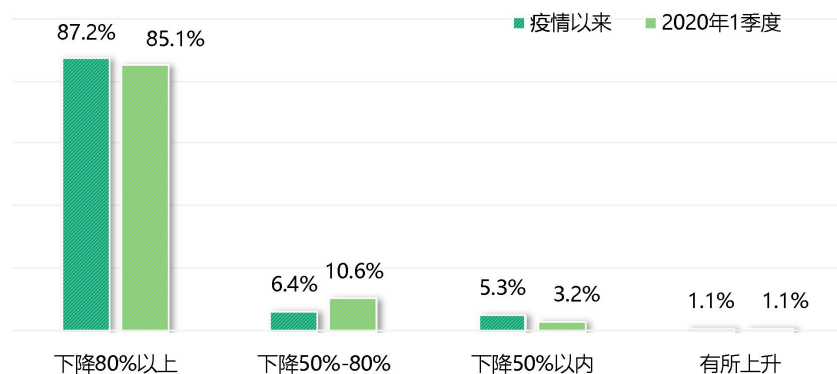
87.0%的企业预计当前和1季度营收将下降80%以上。随着企业规模的增加，中小微企业对1季度营收损失预计有所好转。部分小型餐饮企业主表示，餐饮业已经成为一个“翻几次台才能盈利”的辛苦行业，一年365天全年无休，疫情之下，中小企业冬天已至，挺过2月，站着迎接这个春天，是中小餐饮企业一致的奋斗目标。



图：中小企业当前及1季度营收降幅80%以上的情况统计

### 3、利润暴跌：行业损失惨重，开启提速迭代2.0版

短期、1季度净利润缩水8成以上。疫情以来，餐饮企业净利润下降明显，87.2%的企业同比下降80.0%以上，6.4%的企业净利润“腰斩”。疫情对企业经营产生持续影响，85.1%的企业预测1季度净利润会下降8成以上。



图：受访企业疫情期间、1季度净利润较去年同期变化情况

春节以来餐饮业损失超6000亿，1季度损失或将逐步放缓。公

开数据显示，春节期间，河南省餐饮业营收预计受损在 200 亿元左右。本次调研中，受访餐饮企业平均损失 311.0 万元，其中最高损失达 7000 万元，仅食材储备损失一项，即有 59.5% 的企业损失较去年增加一半以上。初步统计推算，春节以来，全国餐饮业累计损失超 6000 亿元，约占 2019 年行业总营收的 12.8%。随着疫情的逐步控制，企业预测 1 季度平均损失在 574.9 万元，最高损失 9000 万元。数据表明，餐饮业对整体损失预测增长将逐步放缓，1-3 月整季度平均损失较春节来损失增长 263.9 万。

表：受访企业春节以来损失及 1 季度损失情况（单位：万元）

| 损失     | 最大损失   | 平均损失  |
|--------|--------|-------|
| 春节以来损失 | 7000.0 | 311.0 |
| 1 季度损失 | 9000.0 | 574.9 |
| 损失变化   |        | 263.9 |

大型餐饮企业蒙受巨大冲击，季度平均损失超三千万，大型餐饮企业春节以来平均损失 1893.3 万元，1 季度平均损失预测达 3413.3 万元。高额的人员成本、店铺和员工宿舍租赁成本、食材成本等持续支出，大型餐饮企业步履维艰。近期，外婆家餐饮集团创始人吴国平通过媒体表示，每天天一亮就要支付 250 万元。

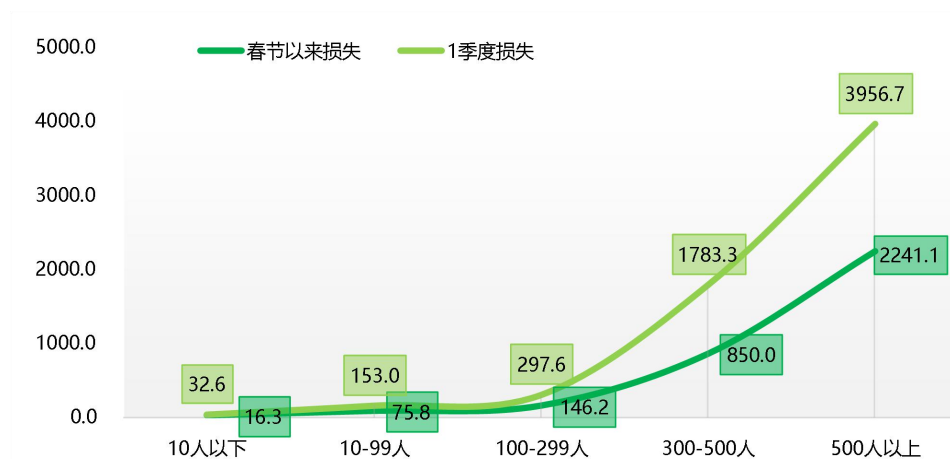
表：不同规模企业损失情况 （单位：万元）

| 规模分类 | 春节以来损失 | 1季度损失  |
|------|--------|--------|
| 大型企业 | 1893.3 | 3413.3 |
| 中小企业 | 73.7   | 149.1  |



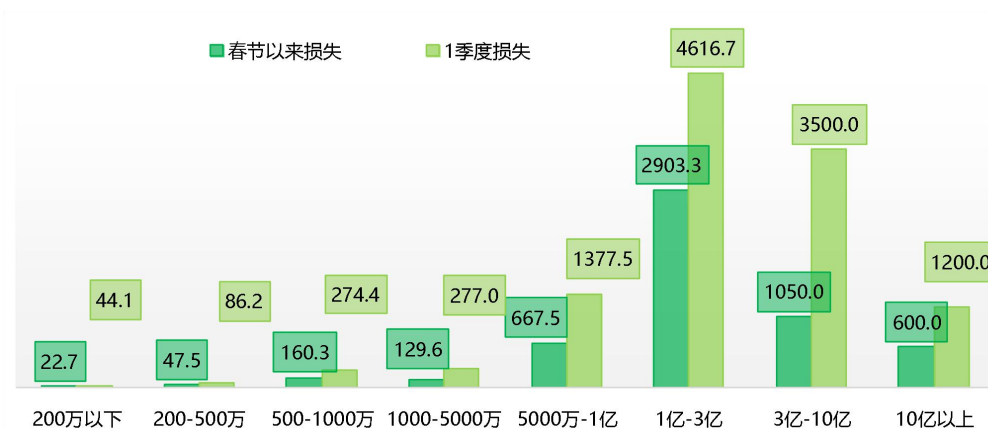
图：各餐饮企业疫情损失的情况统计<sup>2</sup>

中小企业已损失全年营收的 2 成。调研结果显示，100-299 人规模的中小餐饮企业平均损失达到 297.6 万元，1 季度整体平均损失近千万。参考上年度营收情况，以营收 200 万以下的餐饮企业为例，疫情以来，平均损失已达全年营收的 20%，一季度平均损失已超全年营收的 30%。



图：不同规模企业春节以来主要损失情况（单位：万元）

<sup>2</sup> 数据来源：外部自公开数据和本次调研数据汇总整理



图：不同营收规模企业春节以来主要损失情况（单位：万元）

2019年本就不太景气，年末结清货款、支付员工工资及年终奖后，企业现金流已高度紧张，而从腊月二十九到大年初一，春节聚餐年夜饭订单几乎全部被退订，定金超3200万元。  
——某连锁餐饮企业经营者

图：上年度不同营收规模企业春节以来主要损失情况（单位：万元）

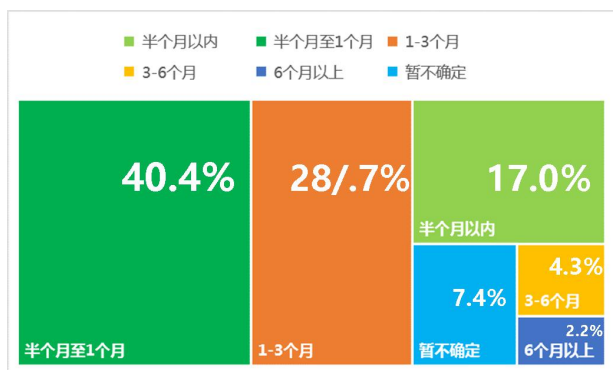
疫情过后，餐饮业将面临关店潮。目前我国餐饮企业中个体工商户占比超过 95.0%。美团点评数据显示，2018 年餐饮行业闭店率高达 70%，餐厅平均寿命仅为 508 天。当前，全国只有约 6%的企业是成立 10 年以上的“老字号”，超过 50%的餐饮企业成立于 1 至 5 年内。疫情以来，分别有 86.7%和 90.0%的个体餐饮经营者营收与净利润较去年同期相比下降 80.0%以上，以此测算，疫情过后，相较于其他行业，餐饮行业将面临更大面积的关店、倒闭，行业快速“换血”或将出现。



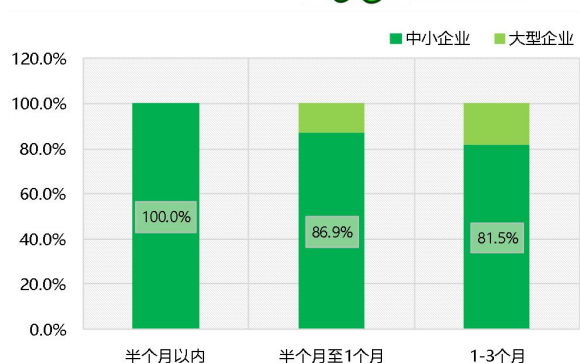
流动资金支撑乏力，2月底3月初企业将迎“生存大考”。餐饮业现金储备有限，日常运营依托于单店流水滚动，对流动资金依赖度极高。当前营收及资金周转情况下，近2成企业（17.0%）流动资金支撑不足半个月，4成企业（40.4%）可勉强支撑1个月；前者均为小规模餐饮企业，后者也以中小企业为主（86.9%）。若当前疫情影响持续，预计2月底3月初，半数左右餐饮企业将徘徊在存亡边缘。调研中，某餐饮企业经营者表示，企业短期需要近300万元的资金，方能扛过年初这场疫情阻击战。

12





图：受访企业流动资金支撑情况



图：流动资金仅可短期支撑的企业情况

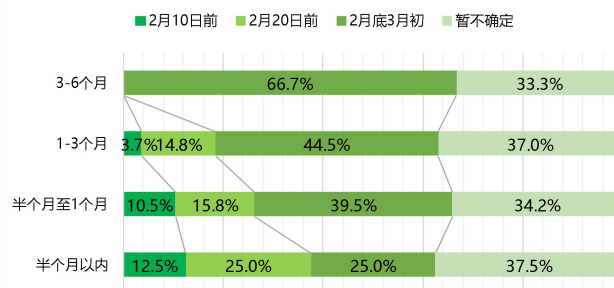
从大年初三停业至今，预计正月十五后才能开业，初步预估损失200万以上。说是正月十五开门，但说句实话，短期之内大家消费信心不足，没有20天以上，没人回来。因此，预计2月份几乎没有什么经营收入，到3月10日，企业的资金压力全来了。因为餐饮业有个特色，供应商比较固定，先拿货下月付钱，一旦停业无收入，到期要付款给供应商，3月份要结算1、2月的货款大约150万。

——某连锁餐饮企业经营者

西贝是可以撑过去的，因为它有品牌有口碑，可以通过银行、投资机构等多种途径获得支持。但西贝是全国餐饮排前几的头部品牌，目前中国超过30亿销售规模的餐饮企业不超过20家，绝大部门是中小微企业，它们没有西贝那样的积累和现金流。如果疫情影响持续三个月，它们很可能就会倒下。

——百福控股CEO王小龙<sup>4</sup>

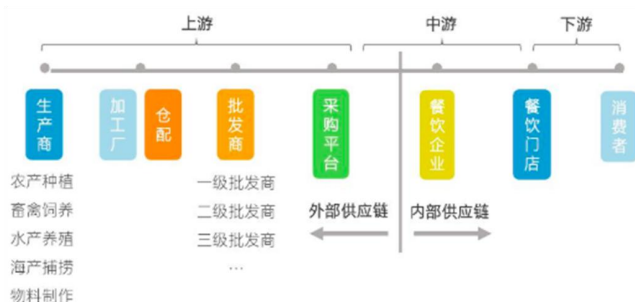
早复工是企业共同期望。调研结果显示，无论受访企业的流动资金可支持半个月还是3-6个月，对最晚全面复工时间的期待高度一致，均有约7成的企业明确希望尽早复工。



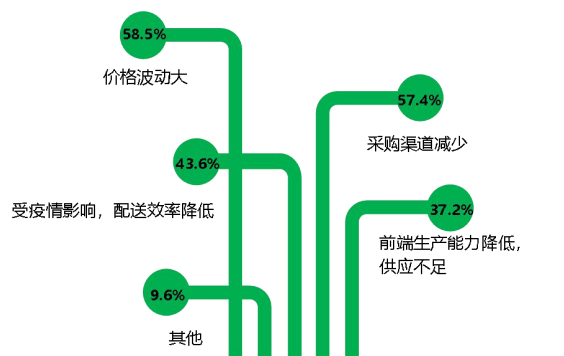
图：受访企业流动资金支撑情况（半年期）与可接受最晚复工时间

<sup>4</sup> 资料来源：外部信息资料汇总整理

价格波动、采购渠道减少、物流运输及前端生产能力降低，餐饮业供应链不稳定因素增加。目前，我国餐饮业供应链流通环节以传统分销为主，原料标准化困难、安全可追溯难以掌控，供应链整体的可靠性及稳定性存在挑战。受疫情冲击，餐饮供应链受影响较大，主要体现在价格波动（58.5%）、采购渠道（57.4%）和物流配送效率（43.6%）等方面，企业供应链维护面临较大难题。其中，未在当地建立肉蛋奶采购基地的企业面临异地调货困难。依赖传统流通渠道进行市场采购的中小型餐饮企业则更多的受到市场关闭、价格波动等多因素影响，供应链的不稳定性相对更强。



图：餐饮行业传统供应链情况

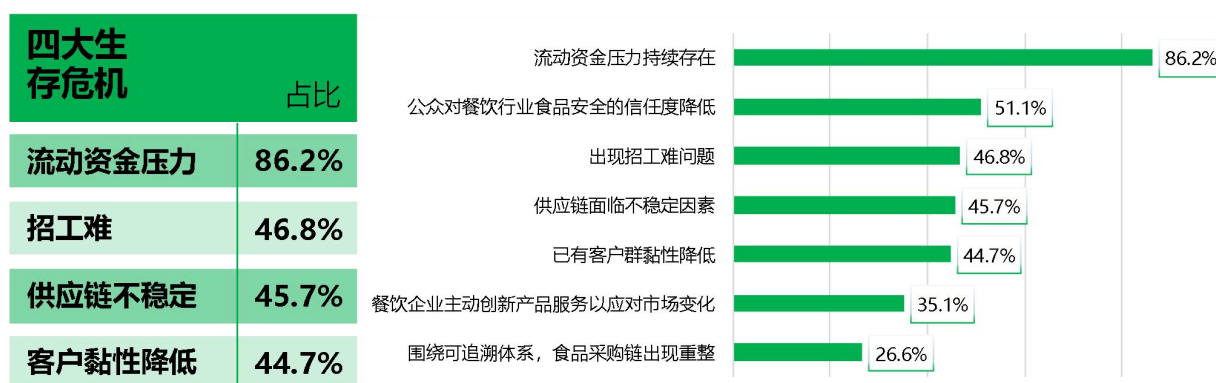


图：疫情期间，餐饮企业供应链面临的主要问题

## 5、影响长远：四大影响关乎生存，三大变革迎接新挑战

一季度是餐饮业面临生死存亡、信任危机，推动创新的关键时期，疫情发展将推动餐饮行业立足“求存”、“求信”、“求新”。一是疫情产生的四大影响个个关乎企业生存。流动资金压力持续存在、出现招工难问题、供应链面临不稳定、已有客户黏性降低因素或将陆续出现，企业将竭尽全力应对危机。二是餐饮业或面临新一轮信任危机。疫情爆发源自非法食用野生动物，餐饮业食品安全监管再次被推到风口浪尖。业界普遍认为公众对餐饮行业食品安全的信任度将降低，如何在

疫情影响下重塑餐饮业合法、安全、健康的口碑，提升公众信任，是餐饮企业将要共同面对的问题。三是餐饮行业主动自救求生，行业进入“闭门修炼”的求新创新阶段。疫情将倒逼行业企业调整目光向内，聚焦自身生存，主动开展自救，通过积极练好“内功”、创新调整产品及服务等多种方式，对自身产品服务进行创新，研发菜品种类、提升菜品质量，围绕可追溯体系重整采购链，以更好的应对市场变化。



图：未来 2-3 个月疫情将产生的影响

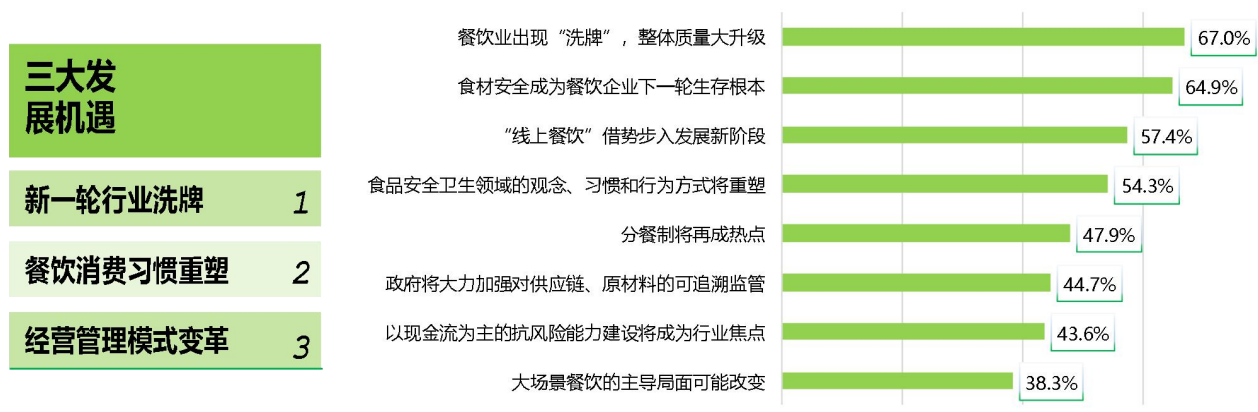
疫情后，餐饮行业将迎接洗牌、重塑、模式变革的新挑战。

其一，餐饮行业将经历新一轮洗牌。现金流不够充足、品牌建设不好的餐饮品牌将被淘汰，对食品安全有积极响应的品牌会得到消费者信任，脱颖而出。

其二，以食品安全为第一要义的餐饮消费习惯将重塑。食品安全成为企业下一轮生存根本，全社会在食品安全卫生领域的观念、习惯和行为方式将重塑，食品安全领域监管力度、分餐制落实程度以及大场景餐饮的主导局都将发生变化。

其三，行业对管理和经营模式的探索性变革。以现金流管理、产业供应链基地建设为代表的抗风险能力建设将成为餐饮行业焦点，外

卖经济进一步崛起，新技术研发应用加快，餐饮 O2O 模式飞速增长且不再局限于外卖领域，纯线上服务型餐饮品牌及订单式外卖服务或将出现。

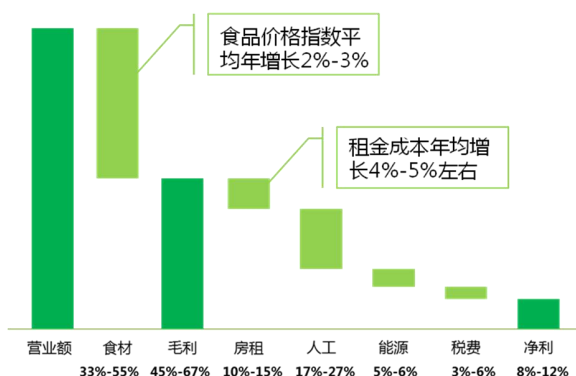


图：疫情对餐饮业产生的长期影响

## （二）深层影响

### 1、成本攀升：固定成本开支巨大，防疫投入持续增加

行业发展“三高一低”：食材、房租、人力成本高，企业利润空间逐年压缩。目前，餐饮企业面临食材成本高、人力成本高和房租逐年攀高高、净利率走低的“三高一低”困境，2019 年餐饮企业食材成本占年度营收的平均值为 41.3%，房租物业、人工成本、能源（水、电、气、暖）支出的年度营业额占比平均增速在 2.0% 以上<sup>5</sup>。



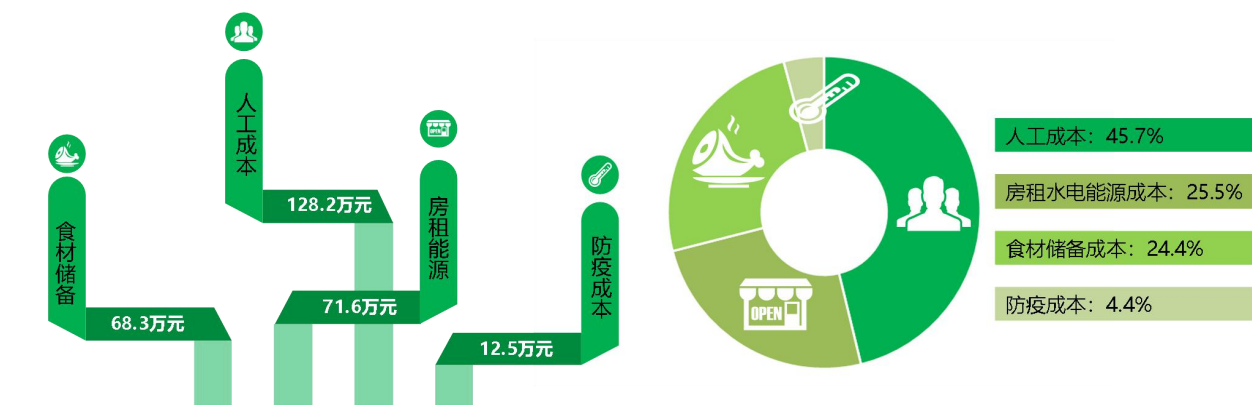
表：2019年餐饮企业主要成本占营业额比例变化情况

| 成本项  | 成本占营业额比例较上    | 成本占营业额比例较上    |
|------|---------------|---------------|
|      | 年度变化情况<br>-均值 | 年度变化情况<br>-中值 |
| 原材料  | 1.70%         | 1.00%         |
| 房租物业 | 2.50%         | 0.50%         |
| 人力成本 | 2.04%         | 1.09%         |
| 能源   | 2.04%         | 0.99%         |
| 税费   | 0.67%         | 0.27%         |

<sup>5</sup> 数据来源：《2019 中国餐饮业年度报告》

图：餐饮企业成本构成情况<sup>6</sup>

**新增防疫成本。**疫情期间，餐饮企业新增防疫成本投入，人工、房租能源、食材储备和防疫四类成本中，受访企业平均人工成本投入最高（45.7%），房租能源成本、食材储备成本均超两成，新增防疫成本投入平均达到 4.4%。

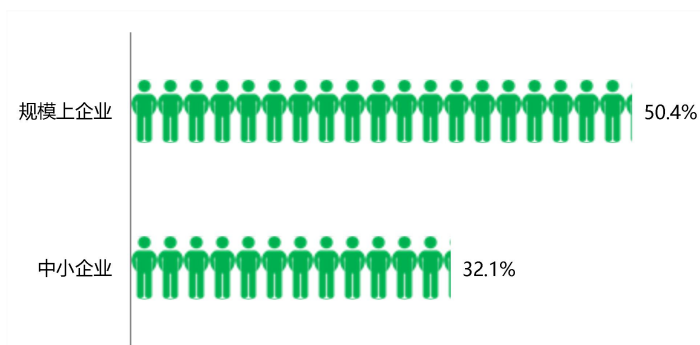


图：疫情以来受访企业主要人力成本投入情况

**人力资源成本持续高位投入。**春节期间，受访企业的人工成本投入平均约为 128.2 万元，占四大成本总投入的 45.7%，最高成本支出 5000 万元。其中，大型企业人力成本投入尤甚，占比高达 50.4%，较中小餐饮企业高出近 20 个百分点。大型企业人力成本支出围绕三“防”展开：一是，保留大量人员在岗，防春节档服务供不应求；二是做好疫情期间员工稳定管理，预防人员流动和裁员引发社会风险；三是防人员储备不足，以应对疫情过后可能出现的报复性补偿消费和招工难问题。

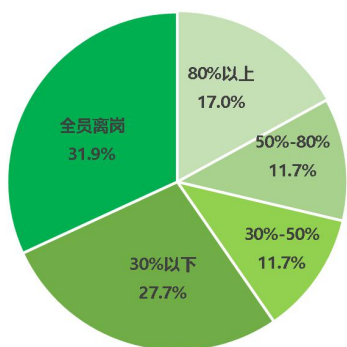
<sup>6</sup> 数据来源：根据及外部数据整理测算



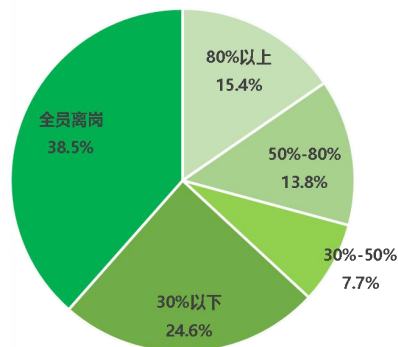


图：不同规模企业春节期间四类成本投入中的人工成本占比

**假期三倍工资扩大人工成本支出。**为应对春节餐饮旺期需求，近7成企业（68.1%）储备足够的人员在岗工作，并为其支付假期三倍加班工资，其中人员在岗率超8成的企业量达到17.0%。疫情发生后，根据“停工不停酬”等的要求，前期人员储备转为运营压力。全部暂停营业的企业中，61.5%拥有在岗员工，其中29.2%的企业员工在岗率在5成以上。



图：受访企业疫情期间员工在岗率

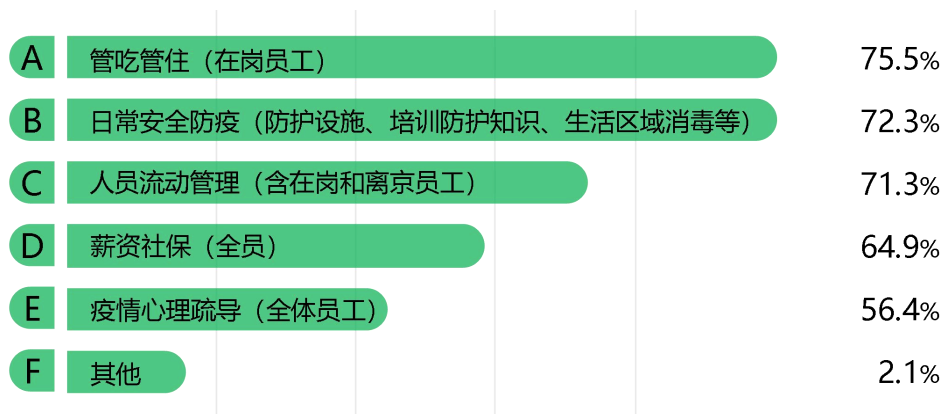


图：疫情期间全部停业企业员工在岗率

**人工成本较上年普遍增长，员工防疫保障又添新项。**相比去年同期，企业人工成本普遍上涨，39.3%的企业该项成本涨幅超5成。受疫情影响，除基本薪资保险和管吃管住外，部分企业还向员工提供日常安全防疫（72.3%）、人员流动管理（71.3%）、心理疏导（56.4%）等其他保障服务，人力成本投入相应增加。以眉州东坡为例，公开数



据显示，为满足春节期间供应，眉州东坡支付未休假员工三倍加班工资 848 万，同时发放春节激励红包 220 万，另包括每月正常工资支出约 5000 万。

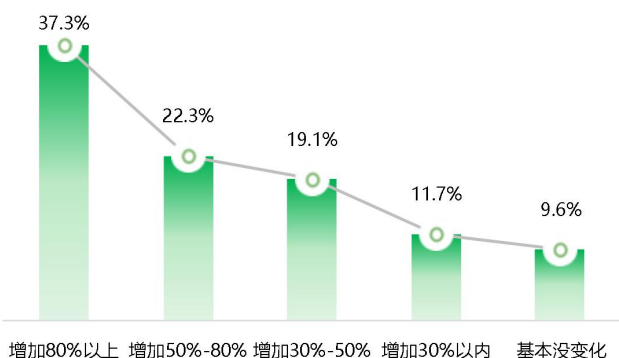


图：疫情期间，受访企业为员工提供的保障服务

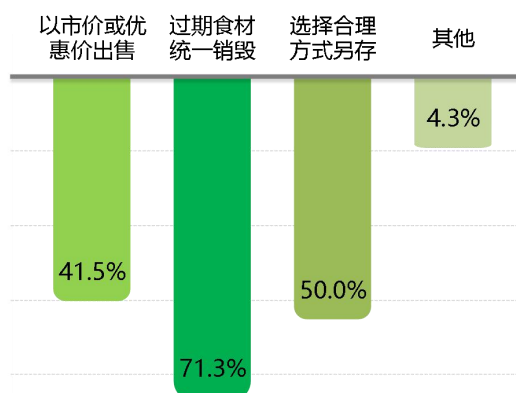
房租、能源支出成本占比超 2 成。疫情以来，受访企业房租、水电、气暖方面投入的平均成本 71.6 万元，最高支出成本 1600 万元，占四大成本总投入的 25.5%。春节以来，只眉州东坡一家，就支付店面房租 1116 万，宿舍房租合计 295 万。

春节档备货量为平常 3-5 倍，6 成以上食材过期浪费统一销毁，行业遭遇最大规模食材损失。春节期间，食材备货量为日常 3-5 倍，遭遇突发疫情，企业面临大量肉、蛋、奶、海鲜、配料等原材料积压和储备食材的过期损失，受访企业春节以来的平均食材投入为 68.3 万元。太熟悉、眉州东坡两家企业的总食材投入分别达到 1200 万和 800 万元。各企业寻找多种路径消化囤货：减少储备损失，高端餐厅开门卖菜秒变“社区菜场”，集团企业支持抗疫投建“战地食堂”等。其中，41.5%的企业以市场价或优惠价格向居民出售食材；仍有 71.3%的企业不得不将过期食材统一销毁。近 6 成企业食材储备损失较去年

同期增加 80.0%以上。食材储备战，使餐饮企业在今春抗疫阻击战中面临又一次打击。



图：春节期间食材储备较去年同期损失情况

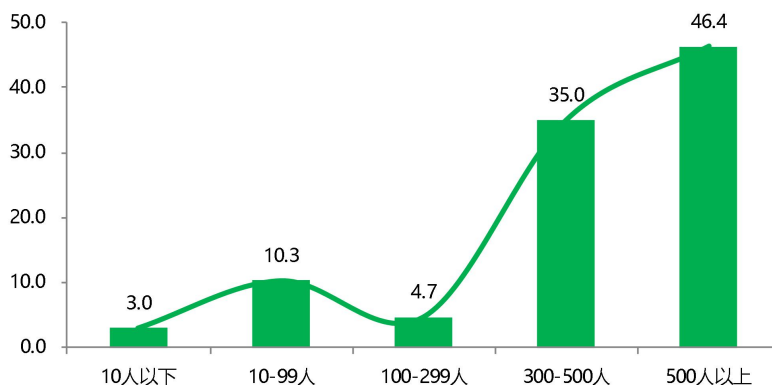


图：受访企业食材处理方式

我们给春节假期准备的食材准备量比较大，两家店大约有不低于150万的库存。肉类存储时间比较大，但蔬菜等其他食材，说句真话，到了正月十五就没用了。因此，2月9日，预计库存损失40万元左右，2月没用什么生意，库存损失估计达到60万元左右。

——某中型餐饮企业经营者

安全防疫势在必行，防疫物资成本上升、消耗增加，企业“节流”路上又遇新坎儿。疫情以来，为守住餐桌这个食品安全最后一道防线，受访企业平均投入防疫成本 12.5 万元，其中 500 人以上规模企业的防疫平均成本达到 46.4 万，同时分别有 64.9%和 57.4%的企业面临因防疫物资涨价和日消耗量大造成的采购成本升高压力。调查期间，仍有 52.0%的企业防疫物资储备不足，随着疫情持续，企业防疫物资成本支出仍在继续。



图：不同规模企业春节期间防疫成本投入情况（单位：万元）

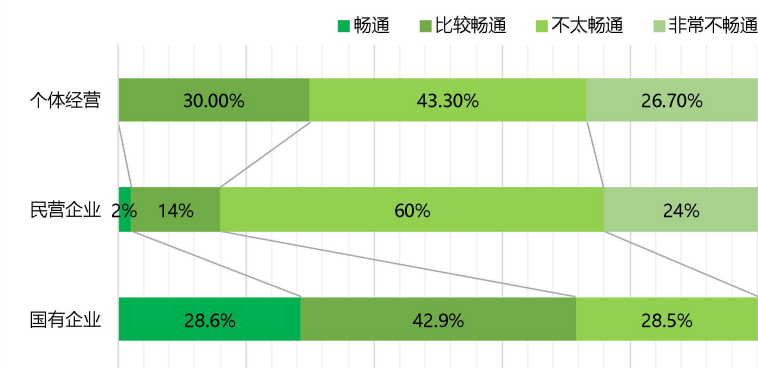
## 2、融资不畅：路径窄、难度高，外部金融支持获取乏力

餐饮行业面临“一短两低”，难做资本市场宠儿。当前，国内餐饮业整体规模庞大，连续三年整体营收增速在7%以上，但“一短两低”特征明显，即企业平均寿命短、连锁化率低、利润率低，导致餐饮行业一直不受资本青睐，仅在近两年才迎来上市小高潮，且13家登陆资本市场的公司多数市值未破千亿。一直以来，全国金融机构针对住宿与餐饮行业的信贷余额占全国信贷余额的比重大幅低于餐饮行业的GDP占比，且从2013年开始，餐饮行业的信贷余额增速出现大幅下降，金融机构对餐饮行业的惜贷趋势明显。

行业融资路径收窄，渠道单一问题凸显。调研结果显示，除公司自有资金外，企业获取外部资金支持的渠道主要集中在股东投入（42.6%）、银行贷款（41.5%）、民间借贷（28.7%）三种形式，债券融资、股市融资渠道利用率普遍偏低（不足5.0%）。其中正餐企业、饮料及冷饮服务、配送餐服务和外卖服务企业的资金来源略为多元，中小企业融资路径单一，且民间借贷比例相对较高（30.1%）。相较之下，大型企业银行贷款途径利用率更高（35.3%），多数中小餐饮企业

面临银行贷款难问题。

**融资不畅问题普遍存在。**与此同时，超7成受访企业（73.4%）存在融资不畅问题，其中92.3%为中小企业。个体经营业主、民营企业的融资畅通性明显不及国有企业。



图：个体、民营、国有企业融资渠道畅通性

贷款困难切实存在，咨询企业经营性贷款，除了一些必要资料，银行还要求有当地公务人员担保，感觉不是很合理。

——某餐饮企业经营者

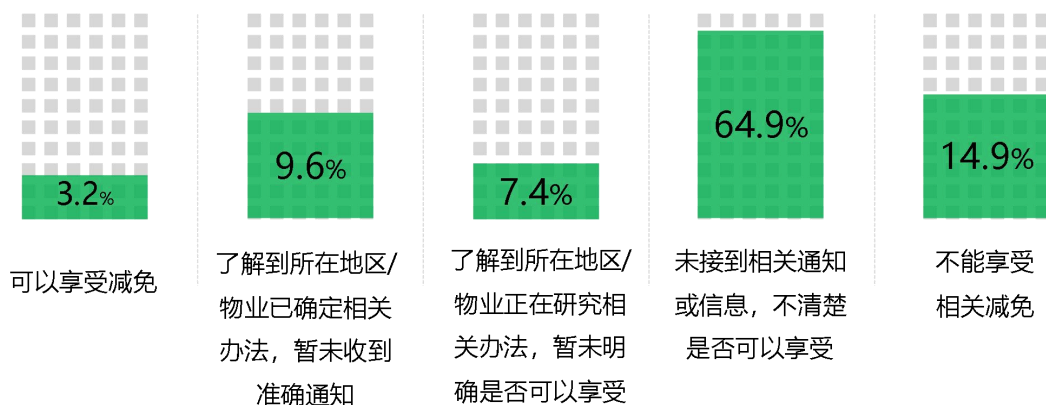
### 3、政策盲区：企业“开源节流”四大领域政策遇难题

企业生存关键期，中央单位和各地方政府先后出台多项政策，助力企业开源节流，共克时艰。各类政策出台以来，围绕企业成本支出、资金来源等问题，相关政策在缓解企业压力，助力企业自救方面的作用效果各不相同，出现房租物业减免落地难、企业难以获取融资信贷支持、援企稳岗服务“缓痛”不“止痛”、税费减免政难以惠及中小企业等问题。



图：疫情以来，已出台政策存在的共性难题

**房租物业减免政策落地难。**现有房租及物业费减免政策中，除承租国有企业房屋有明文的房租减免规定外，针对其他类型“呼吁”较多，落地覆盖率不高。调研结果显示，64.9%的企业未接到相关信息，累计81.9%的企业得不到可否享受减租的确定答案，已确定可享受房租减免的比例仅为3.2%，14.9%的企业明确不能享受相关减免。在全国多地的减租呼声半个月后，餐饮经营者的租金之殇，仍亟待解决<sup>7</sup>。



图：受访企业房租补贴享受情况

**融资信贷支持：中小企业“借粮自救”难实现。**一是针对降低融资成本等政策要求，银行业多处于观望中，落地细则暂缺。除疫情防控领域的特殊金融支持和绿色通道外，现阶段，针对批发零售、住宿

<sup>7</sup>部分企业减租公告汇总详见附件一

餐饮等广大行业中小企业尚未明确具体贷款利率变动比例、融资渠道（如线上贷款等）扩充的办法，企业短时间内享受不到相关融资政策。二是中小企业贷款主要评估企业自有资金实力和固定资产投资，对于疫情期停业没有营业现金流抵押又缺少固定资产抵押的中小企业而言，贷款难度同步递增，中小企业贷款自救之路难行。

**援企稳岗服务：“缓痛”多“止痛”少，难解企业生存顽疾。**现阶段，围绕企业人力成本持续攀升问题，各地先后出台推迟调整社保缴费基数、延长社会保险缴费期等措施，以减轻企业负担。一系列社保政策核心要义多围绕“缓”字展开，仅在失业稳岗、培训等领域提及“返还”或“补贴”。对企业而言，稳岗补贴、培训补贴仅是大额社保支出费用中的冰山一角，真正撼动其生存根基的，是高额的五险一金支出。在大面积停业、营收暴跌的情况下，只“缓交”而不是“少交”或“减免”，其效用只可避免企业在疫情期不因社保支出遭遇“雪上加霜”。受疫情影响，企业“回血”仍是漫长过程，缓交只是将压力暂时后延，并不能从根本上解决问题。2月13日，北京出台社保补贴政策，在很大程度上为企业“雪中送炭”，政策以“先交后补”的方式推进，补贴申请从5月1日开始，很多餐饮企业或将无法撑过期间3个月的时间差。

**税费减免政策：中小微企业获益不大。**各地针对社保、税费领域出台的政策深得企业支持，但同时，部分政策对中小微的帮助意义有限。如，部分劳动密集型企业用工规范度不高，员工社保缴费基数较低，返还的失业保险费用杯水车薪，对企业帮助效果不大。又如，税



费减免政策以企业经营收入为测算依据，但当前阶段，多数餐饮企业处于“无营收”状态，税费减免缺少实际意义。

### 三、需求和建议

结合疫情对餐饮行业的冲击和影响，及行业企业的生存痛点和主要需求，民生智库建议：一聚焦企业需求，重点解决企业燃眉之急，与企业携手攻克难关；二立足行业发展，集合疫情过后行业发展趋势，探索推进行业健康稳定发展的新策略。

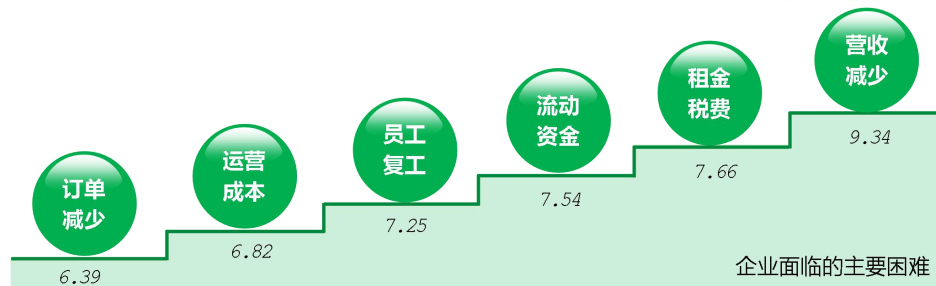


图：支持餐饮行业战胜疫情影响，完善下一步发展的思路建议

#### （一）聚焦企业需求，完善援企政策，携手企业共克时艰

##### 1、提高政策联动性，推动房租物业减免精准惠及终端餐饮企业

通过对疫情以来企业面临各项困难的影响系数测算显示，餐饮企业来自租金税费压力的困难影响达 7.66（困难影响排序中处于第 2 位），企业强烈希望呼吁卖场、房东在疫情期间减免租金（87.9%）、供房租、水电费等补贴（84.6%）。随着减租政策的陆续出台，针对不同租赁情况的餐饮企业，可探索不同的政策援助路径。



图：企业面临的主要困难

**利益捆绑，主体联动。**商圈兴起以来，部分商圈的餐饮占比已达40.0%-50.0%。商圈和餐饮之间黏性不断增加，两类业态“一荣俱荣、一损俱损”的联系更加紧密。针对大型商务楼宇与餐饮企业的依存关系，建议研究疫情期利益主体联动化补贴政策，针对地产、物业企业的运营补贴政策与对餐饮业租户的补贴进行模块化打包，形成补贴的连锁下沉机制，将补贴租户作为地产企业、物业公司申请享受支持政策的基础，推动房租物业减免政策可精准惠及到终端餐饮企业。

**政策打包，补贴联动。**针对租赁非国有企业经营性房产，通过协商形式较难实现减租的租赁双方，可参考上海市一系列减租联动政策，探索压力分担路径，出台相关联动政策，将房租压力与其他补贴政策挂钩。一方面可将减租设置为业主享受其他政策性补贴的前置条件，降低业主损失。另一方面可结合科创、人才等已有政策，探索多样化补贴路径，灵活补贴渠道，使企业受益。

## ① 上海市

- ◆ 鼓励大型商务楼宇、商场、园区等各类市场运营主体为实体经营的承租户减免租金
- ◆ 主动为租户减免房产或土地租金的企业，缴纳房产税、城镇土地使用税确有困难的，可申请减免相应的房产税、城镇土地使用税

## ② 长宁区

- ◆ 鼓励各类市场运营主体主动为租户减免部分租金，缴纳房产税、城镇土地使用税确有困难的，可依法申请减免
- ◆ 对在疫情期间为承租的中小企业减免租金的楼宇载体、文创园区等各类载体，在市区创新平台评选、区楼宇园区支持等相关政策方面予以优先考虑

## ③ 普陀区

- ◆ 对受疫情影响、生产经营遇到困难的本区中小企业，提供总计1000个短期租房补贴专用额度，帮助中小企业留住核心人才
- ◆ 补贴标准为800元/人/月，补贴期限为三个月

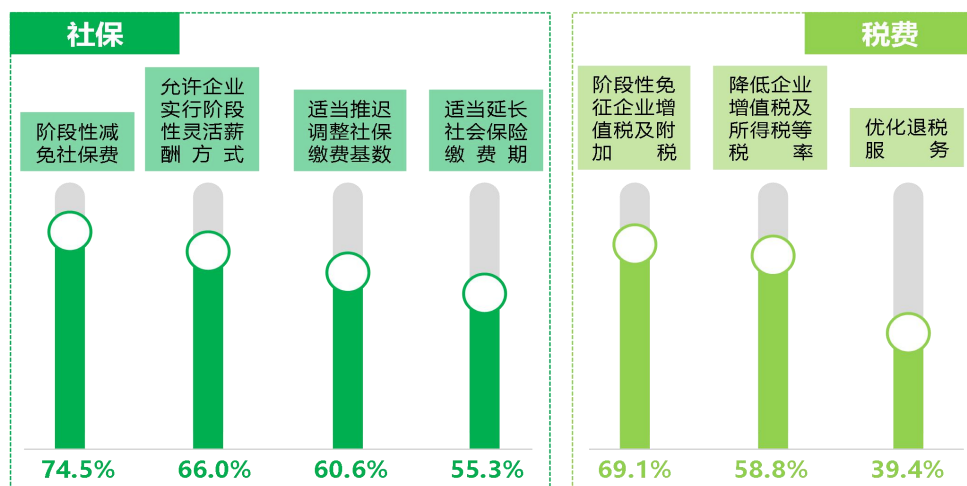
## ④ 闵行区

- ◆ 对上述企业承租本区内国有资产类经营用房的，先免收2月、3月两个月房租，到期后视情再做调整，各街镇集体性经营用房可参照执行
- ◆ 对租用其他经营用房的，鼓励业主(房东)为租户减免租金，区、各街镇（莘庄工业区）视情予以补贴

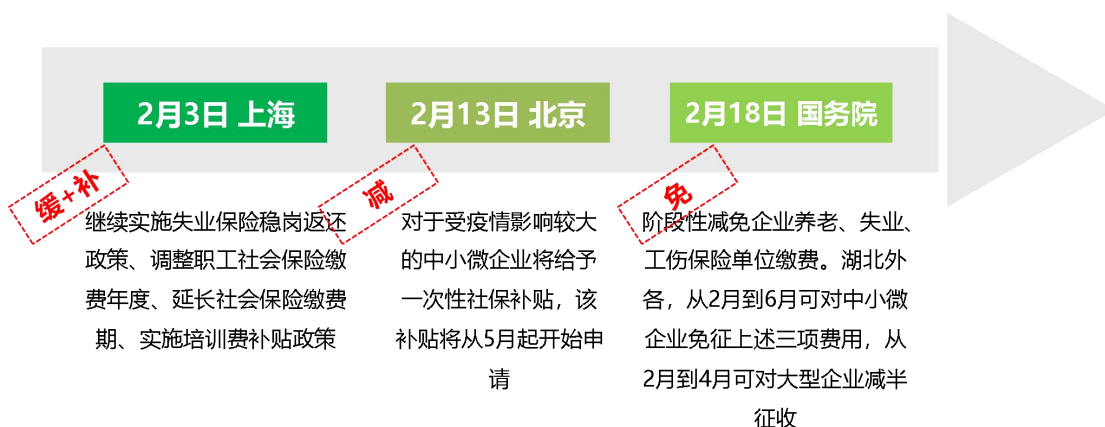
表：上海市及部分区房租减免补贴政策梳理

## 2、强化疫情期重点政策解读、落实，确保援企政策高效落地

疫情发生以来，国家地方对疫情期间的民生问题响应及时，连续出台多项税费、社保政策。以社保政策为例，半个月来，国家、地方出台的各项政策，紧密围绕企业阶段性减免（74.5%）、灵活薪酬（66.0%）、推迟调整社保缴费基数（60.6%）、延长缴费期（55.3%）等主要需求，从缓交到补贴再到阶段性免征，政策对企业需求的敏感度不断提升，社会评价持续走高。



图：受访企业对社保、税费政策的四大主要需求



图：疫情以来国家、地方主要社保援企政策

在顶层政策设计不断优化的同时，建议结合企业需求实际，从三方面加以完善：一是积极响应社会的政策解读呼声，配套解读要同步跟进，讲好政策内容。社保、税费政策与职工个人利益密切相关，在做好企业政策解读的同时，也要做好社会解读，对企业免交社保对个人的影响，个人缴费变化等加以说明，让“好政策说的清”，减少不必要的社会误读。

二是要强化有效监督机制，确保好政策高效落地。现有舆情分析显示，社会对地方政策执行力的质疑声仍存，“一刀切”、“不落实”等问题反馈犹在。特殊时期，需强化对重点政策的执行监管，让好政

策落实到位。

三是提高政策内容应用时效性，及时调整地方政策及实施安排，针对部分企业提出的二月已扣社保返还、部分地区五月申报返还等问题，要考虑企业生存压力，尽快、高效完成新政策的匹配执行。确保好政策切实发挥好作用，让企业真正受益。



图：企业对疫情期间政策制定、宣传及落实方面的主要需求



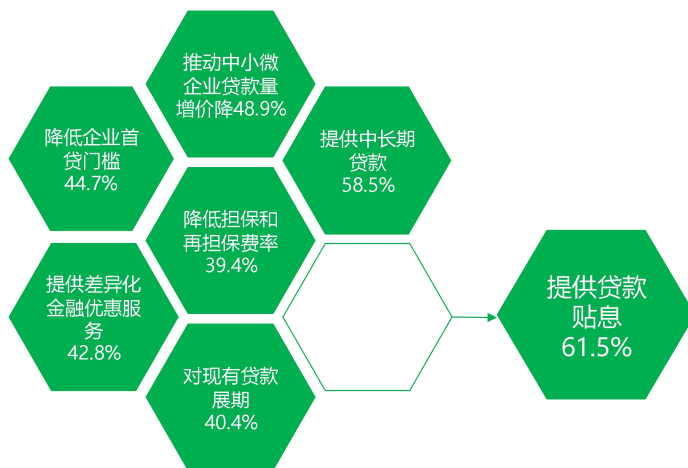
图：社保阶段性减免政策出台后的社会评价（节选）

### 3、鼓励资源整合扩大餐饮业融资途径，强化信贷监管

疫情发生以来，饿了么、美团等餐饮外卖平台，先后推出针对餐



饮行业的扶持举措，通过各项金融支持，携手商户共渡难关。结合当前餐饮企业强烈的贷款需求，以餐饮业贷款难的状况，建议从三方面为企业克服融资困境提供支持：一是建立政策导向，引导银行业加强对餐饮企业的信贷支持，鼓励各类银行出台政策，创新产品，如疫时针对性贷款产品等，支援受困餐饮企业。二是鼓励、引导社会金融资源与银行联合，利用多种途径，开展针对餐饮企业的融资帮扶。同时应重点加强对上述企业在疫情期期间大额借贷的监管，确保特殊时期的资金切实应用到有需要的企业身上。



图：资金获取方面，企业希望获得的主要帮助

**抗击疫情 饿了么金融 携手商户共渡难关**

- ① 放款时间**  
3分钟填写资料，1秒钟放款
- ② 贷款利率**  
按日计息，根据商户资质，最低1万元贷款利息2元起
- ③ 申请路径**  
饿了么商家端app-店铺管理-借款
- ④ 推荐产品**  
推荐优先使用借款频道中“网商贷”产品

厉兵秣马风云起 一城一池一华南

**同舟共济！ 美团启动七项商户帮扶举措**

今年春节，疫情牵动着亿万人心，商户正面临的运营问题也牵动着我们的心。美团现启动以下七项商户帮扶举措，愿与广大商户伙伴风雨同舟。

- 1. 武汉地区餐饮商户减免外卖佣金1个月**  
自2020年2月1日起，美团外卖对武汉地区所有餐饮外卖商户免除一个月佣金。
- 2. 武汉地区到店业务减免佣金1个月，免费延长商户年费2个月**  
自2020年2月1日起，美团到店在武汉地区对所有餐饮商户及本地生活服务类商户免除一个月佣金。在2020年1月31日前开通商户通、旺铺宝、新宝店（原商户通）年费产品，且1月31日依然在生效期内的武汉地区到店餐饮商户及本地生活服务类商户，可免费延长年费有效期两个月。
- 3. 为武汉商户提供最高30万元特殊保障金**  
由平台出资，为武汉的餐饮商户及雇员提供免费保险产品。对因不幸感染新型冠状病毒肺炎导致的身故，给予最高30万元的特殊保障金。
- 4. 对湖北地区餐饮商户赠送收银系统1万套**  
美团收银即日起启动对湖北地区餐饮商户的专项支持，对符合条件的商户赠送收银系统共10000套。
- 5. 启动3.5亿元专项扶持资金支持全国商户恢复经营**  
即日起，美团外卖提供2亿元商户专项扶持资金，帮助老商户上线经营和新商户开业；到店业务提供1.5亿元商户专项扶持资金，帮助到店餐饮、本地生活服务商户在保障安全的前提下恢复正常经营；快驴进货为外卖合作商户提供“一键开通”在线采购通道，在全国38个城市提供超过5万个商品储备，帮助中小餐饮商户足不出户解决食材问题。
- 6. 提供不少于100亿的优惠利率小微贷款**  
美团生意贷携手邮储银行、光大银行、亿联银行、江苏银行、天津银行等十余家银行合作伙伴，为本地生活商户提供不少于100亿额度规模的优惠利率贷款。同时，对湖北地区商户的资金需求优先受理，专项支持。
- 7. 美团大学提供800门精品线上课程**  
美团大学免费提供超800门精品线上课程，帮助商户足不出户学习疫情应对、食品安全、门店经营等技能。

图：饿了么、美团疫情以来的推出的餐饮企业帮扶政策



#### 4、推动舆论引导，多措并举重塑市场餐饮消费信心

针对疫情可能带来的社会餐饮消费信心下滑问题，建议从舆论引导入手，多措并举，引导广大消费者逐步走出疫情阴霾，恢复餐饮消费信心，助力餐饮行业尽快克服疫情影响，恢复正常经营。

一是借助行业日常管理，加强正向舆论引导，继续利用明厨亮灶、开展示范创建、老字号品牌创建等多种方式，推进企业重塑食品安全品牌形象。二是加强餐饮行业食品安全监管力度，52.7%的受访企业希望加强食品安全监管，落实监管过程及结果公开，提升行业食品安全的曝光度、社会知晓度和对餐饮业的信任度。三是广泛宣传用餐安全常识，指导公众掌握防范技巧，降低对疫情影响的过度恐惧。四是开展对疫情期间贡献突出企业的政府专项表彰（40.4%）。调研结果显示，59.6%的餐饮企业主希望为抗击疫情贡献一份力量，承担企业的社会责任，并通过不同方式支援抗疫一线。通过对贡献突出企业的表彰，肯定企业贡献，树立起良好企业、行业形象，可为企业“回血”注入动力。



图：强化舆论引导，提升餐饮消费信心的途径

### （二）坚持市场主导，构筑政策环境，引导行业健康发展

#### 1、鼓励行业连锁化发展，提高餐饮企业抗风险能力

《2019 中国餐饮加盟行业白皮书》指出，中国餐饮行业连锁化率仅为 5.0%，同期美国约 70 万餐饮门店连锁化率已达到 30.0%。国

内餐饮行业的连锁化率不高，对企业提升抗风险能力、管理规范性和财务透明度产生不同程度影响，在一定程度上限制了餐饮业在资本市场的吸引力。近几年餐饮连锁化发展的成功案例显示，餐饮连锁门店扩张是降低企业成本、推动上下游协同发展的有效方式，九毛九在广东、海南和湖北三处建立的中央厨房产能利用率分别达到 70.9%、83.9%和 42.8%，极大提升了门店坪效。

| 餐饮变革趋势下的业态变化全景 |                      | 例子                               |
|----------------|----------------------|----------------------------------|
| 餐饮端            | 餐饮向上游食材业务延伸          | 广州酒家等                            |
|                | 餐饮龙头自建工厂（底料厂/央厨）发展加速 | 如颐海国际（海底捞）、千味央厨（思念旗下）、王家渡（每周东坡）等 |
|                | 餐饮连锁化提速带动上游供应商发展     | 呷哺呷哺、杨国福、张亮等                     |
|                | 上下游一体品类连锁化提速带动上游发展   | 如绝味食品、巴比馒头等                      |
| 食材端            | 食材公司TOB业务发展加速        | 安井、天味、三全、日辰等                     |
|                | 食材公司向下游餐饮延伸          | 五芳斋等                             |
|                | 定制餐调公司涌现             | 重庆聚慧、信良记等                        |
|                | OEM代工厂高速发展           | 中小型餐饮找小型加工厂代工                    |

图：餐饮连锁门店扩张拉动上游食材端变化全景图<sup>8</sup>

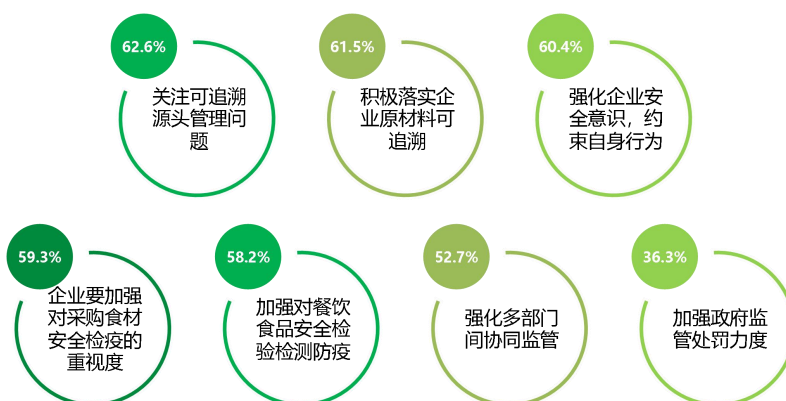
基于上述特征，建议结合疫情影响，从品牌培育入手，鼓励战胜疫情影响、有能力的企业发展连锁经营，继续深入优化营商环境，利用政策通道、项目支持、金融支持、财税支持等方式，为餐饮企业在开办连锁企业、建设中央厨房或标准化生产基地等方面提供政策、审批、资金等帮扶，进一步优化相关服务办理流程，积极引导餐饮企业规模化发展，帮助有能力的餐饮企业做大做强，提升抗风险能力。

## 2、加速推进技术与可追溯体系建设融合，构筑餐饮安全坚实屏障

从“舌尖上的安全”到“舌尖上的生命”，强化监管刻不容缓。疫情影响下，“舌尖上的安全”再掀全民话题热潮，强化餐饮业食品

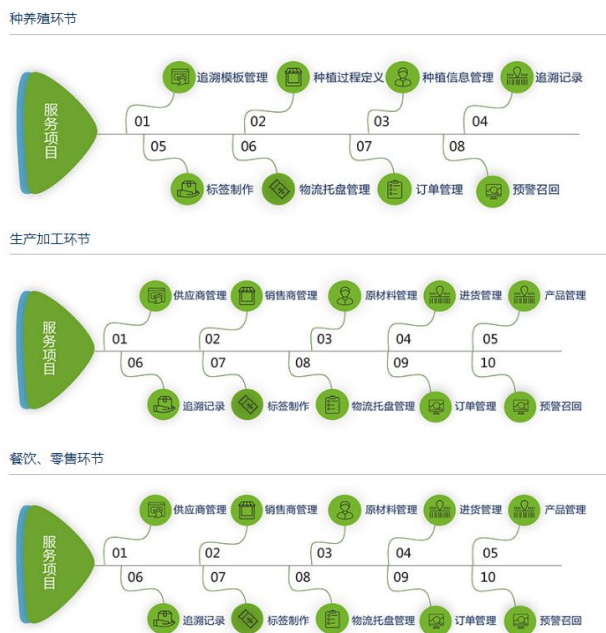
<sup>8</sup> 资料来源：华创证券研究所《餐饮变革的十年风口，供应链能力筑就强者》

安全监管、推动食材可追溯管理、规范各类农副食品经营相关场所刻不容缓。目前，36.2%的企业已开始重视内控管理，加快建立内部食材可追溯体系建设，61.5%的餐饮企业支持完积极落实原材料可追溯管理。一直以来，科技对餐饮行业发展的驱动作用明显，从点菜宝到SaaS，科技推动行业的服务效率提升，带来行业营销方式及全民餐饮消费习惯的革新。



图：企业对加强餐饮食材安全可追溯的需求

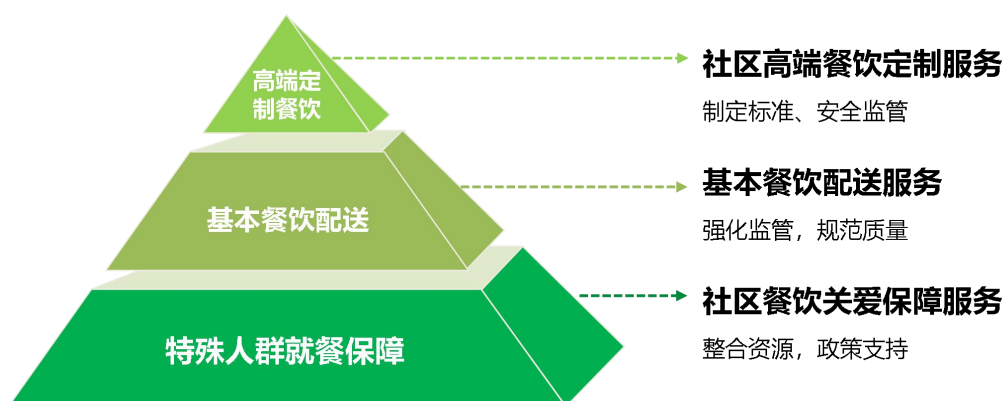
**鼓励餐饮企业强化科技力量。**在此形势下，建议鼓励餐饮行业与科技企业强强联合，利用大数据、区块链等技术，将食品安全作为大规模落地的应用场景，参考相关应用场景建设、科技研发扶持等政策内容，鼓励餐饮与科技企业在餐饮食品原材料可追溯等领域加强专利研究、科技成果转化，形成成果应用案例，并鼓励研发成果在餐饮行业中的试点应用，引导餐饮行业利用科技力量构筑坚实的食品安全保障。



图：食品质量安全可追溯体系（示例）

### 3、借力“宅家经济”崛起，引导构建社区餐饮生态体系

疫情以来，一方面，“宅家经济”迅速崛起，消费者在线消费习惯逐渐养成，线上消费需求日趋多样化，层次化差异逐渐分明。另一方面，“宅家”期间，老年人、残疾人等特殊人群餐饮需求被疫情放大，社区成为解决“最后一公里吃饭问题”的关键环节。结合上述两方面特征，可尝试引导餐饮行业创新发展模式，以社区为依托，构筑三级“餐饮生态体系”。



图：社区餐饮生态体系

一是**推动建设社区高端餐饮定制服务**，鼓励餐饮企业发展纯线上定制，提供订单式外卖服务，组织相关部门加快研究制定餐饮行业上门定制服务的相关行业服务标准、食品质量安全监管标准等，做实、做细新业态兴起阶段的规范化管理。

二是**继续规范基本餐饮配送服务**，加强对外卖平台收费监管，强化外卖人员、车辆、食品安全管理，提升外卖配送服务整体质量。

三是**探索建立社区餐饮关爱保障服务**，整合社区养老、助残等公共服务资源，联合餐饮企业，通过政府购买、政策扶持等方式，共同开展特殊人群餐饮关爱服务。帮助餐饮企业开拓社区市场，并利用专业餐饮资源完善社区“老年餐桌”、“小餐桌”建设，解决养老机构配餐送餐安全难题。

庚子年伊始，举国上下共同经历一场没有硝烟的“战役”。未来一段时间内，餐饮业将在阴霾中负重前行。但阴霾之下，行业信心仍在，相信在各级政府的支持下，在行业企业的携手努力下，餐饮行业必会穿越封锁，迎来涅槃重生。



## 附件一：疫情以来部分企业减租政策梳理

附表：疫情以来部分企业减租政策梳理

| 企业    | 日期    | 公告内容                                                                                                     |
|-------|-------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 万达集团  | 1月28日 | 免去旗下租户36天租金                                                                                              |
| 红星美凯龙 | 1月29日 | 美凯龙自营家居商场减租一个月                                                                                           |
| 保利商业  | 1月26日 | 保利商业全国旗下22家购物中心年初一至年初六期间，减免品牌商户6天租金                                                                      |
| 华润置地  | 1月29日 | 对全国各商业项目（包括万象城、万象天地、万象汇、五彩城、凤凰汇）所有店铺春节期间的租金进行减免，免除1月25日至2月9日（年初一至十六）期间租金                                 |
| 龙湖集团  | 1月30日 | 1月25日至3月31日期间，租金费用（含物管费、推广费）减半                                                                           |
| 大悦城控股 | 1月29日 | 对全国旗下13个商业项目的入驻商户酌情减免春节期间的部分租金                                                                           |
| 星河商置  | 1月26日 | 在管运营的15个购物中心年初一至十五期间，各品牌商户15天租金减半                                                                        |
| 新城控股  | 1月30日 | 旗下分布全国各地的吾悦广场，对全体商户自1月25日至2月13日期间的租金，实施减半政策                                                              |
| 美的置业  | 1月29日 | 所有在管运营的购物中心实施租金减免计划，减免所有商户1月25日至2月24日共计一个月的租金及物业管理费                                                      |
| 富力集团  | 1月29日 | 为全力支持疫情防控工作，协助全国遏制病毒蔓延，富力集团宣布，免除2020年1月24日—2020年2月2日期间旗下7家购物中心商铺的租金。                                     |
| 合景泰富  | 1月30日 | 旗下合景悠方/摩方商业项目推出租金优惠措施：1月25日至2月15日期间，入驻合景悠方/摩方的各品牌商户租金减半                                                  |
| 华润万家  | 1月29日 | 对全国华润万家各家门店招商租户在1月25日至2月8日期间的租金进行免除                                                                      |
| 瑞安房地产 | 1月30日 | 免去全部商业租户1月24日-2月29日期间的租金、物业管理费及推广费。瑞安房地产在其他城市包括上海、佛山、重庆、南京开发运营管理的零售项目，1月24日-2月9日期间，全部商业租户的租金、物业管理费及推广费减半 |
| 禹洲商业  | 1月29日 | 在管运营的购物中心及社区商业中心，年初一（1月25日）至初九（2月2日），各品牌商户租金减半                                                           |
| 弘阳商业  | 1月28日 | 推出在营购物中心商户租金减半及酒店预订无损取消等系列措施，南京弘阳广场、常州弘阳广场、烟台芝罘弘阳广场在营品牌商户，1月25日（初一）至1月31日（初七）期间的租金将减半收取                  |
| 宝龙集团  | 1月27日 | 旗下45个购物中心所有商户，自正月初一至正月初九的租金减半                                                                            |



| 企业         | 日期    | 公告内容                                                                   |
|------------|-------|------------------------------------------------------------------------|
| 卓越商业       | 1月28日 | 旗下购物中心卓悦汇、卓悦 INTOWN 年初一至初七连续 7 天，各品牌商户租金减半                             |
| 东原商业       | 1月29日 | 旗下购物中心年初一至十五连续 15 天，各品牌商户租金减半                                          |
| 皇庭商业       | 1月28日 | 深圳皇庭广场、深圳皇庭中心商业、重庆皇庭广场年初一至初七，各商户租金减半                                   |
| 龙光商业       | 1月26日 | 旗下在营商业，包括龙光商业广场、玖龙荟、水悦龙湾，年初一至初七，连续 7 天减半各品牌商户租金                        |
| 中骏商业       | 1月28日 | 中骏世界城所有商户，年初一至十五期间，15 天租金减半                                            |
| 闽蓝商业       | 1月29日 | 闽蓝城市广场、闽蓝里购物中心及闽蓝超市所有外租项目年初一至初十，减免运营中的各品牌商户 10 天租金                     |
| 复豫智慧零售产业集团 | 1月29日 | 运营管理的全国 11 个零售商业广场 1 月 25 日至 2 月 2 日期间，各品牌商户租金减半                       |
| 华强商业       | 1月28日 | 挑战面前，华强商业决定与商户共进退。华强商业旗下华强广场、华强新天地，正月初一至初七连续 7 天，商户租金减半。               |
| 金铂商业       | 1月25日 | 年初一至初七期间，减半各品牌商户租金                                                     |
| 宏发商业       | 1月25日 | 大年初一至初七期间，减半所有商户的租金                                                    |
| 新碧园商业      | 1月27日 | 旗下盛泽凤凰荟、启东 ONE 街，大年初一至十五连续 15 天，减半各品牌商户租金                              |
| 大洋集团       | 1月31日 | 大洋集团华南区域门店，包括大洋东街店、大洋晶典店、大洋正大店、东街口地下商业街、大洋泉州店，大年初四至初九暂停营业，期间 6 天厂商租金全免 |