vinetur

# अक्टूबर में चीन में रेस्तरां की संख्या घटकर 7.475 million हुई

प्रति ग्राहक औसत खर्च 2.1% घटकर 32.52 युआन रहा, जिससे उद्योग के अधिकांश प्रमुख क्षेत्रों पर दबाव बढ़ा

सोमवार, 9 नवंबर 2026



Hongcan और Hongcan Research Institute की ओर से सोमवार, 9 नवंबर को प्रकाशित बाजार आंकड़ों के अनुसार, अक्टूबर में चीन के रेस्तरां उद्योग में 7.475 million आउटलेट थे, जो एक साल पहले की तुलना में 3.3% कम हैं। वहीं, प्रति ग्राहक औसत खर्च 2.1% गिरकर 32.52 युआन रहा। आंकड़े बताते हैं कि उद्योग पर दबाव बना रहा, क्योंकि कारोबारियों को आउटलेट की घटती संख्या और उपभोक्ताओं के अधिक सतर्क खर्च—दोनों का सामना करना पड़ा।

रिपोर्ट के मुताबिक, कुल बाजार में संकुचन जारी रहा, हालांकि उद्योग के सभी क्षेत्रों में गिरावट एक जैसी नहीं थी। Hongcan द्वारा निगरानी किए गए आठ क्षेत्रों में से तीन में आउटलेट की संख्या सालाना आधार पर बढ़ी, जबकि पांच में गिरावट दर्ज की गई।

वृद्धि दर्ज करने वाले क्षेत्रों में चीनी पूर्ण-सेवा रेस्तरां सबसे तेजी से बढ़े। Hongcan के अनुसार, अक्टूबर में इस क्षेत्र के आउटलेट की संख्या 4.4% बढ़कर 1.389 million हो गई। ऑर्डर पर तैयार पेय पदार्थों के क्षेत्र में भी विस्तार हुआ और आउटलेट की संख्या 3.5% बढ़ी, जबकि बारबेक्यू आउटलेट में 1.5% की वृद्धि हुई।

आउटलेट की संख्या के लिहाज से सबसे बड़ा क्षेत्र—स्नैक्स और फास्ट फूड—संकुचित होता रहा। Hongcan के अनुसार, अक्टूबर में इस श्रेणी में 3.335 million आउटलेट थे, जो एक साल पहले से 4.9% कम हैं। निगरानी किए गए क्षेत्रों में बेकरी और डेज़र्ट की दुकानों तथा पश्चिमी रेस्तरां में सबसे तेज गिरावट दर्ज की गई। बेकरी और डेज़र्ट आउटलेट 12.8% घटे, जबकि पश्चिमी रेस्तरां की संख्या 12.1% कम हुई। इसका मतलब है कि साल भर में दोनों श्रेणियों ने अपने हर 10 में से एक से अधिक आउटलेट खो दिए। हॉट पॉट रेस्तरां 2.0% घटे, जबकि एशियाई व्यंजनों के आउटलेट में 0.7% की मामूली गिरावट आई।

खर्च के आंकड़े भी बाजार के बड़े हिस्से में इसी तरह के दबाव की ओर इशारा करते हैं। Hongcan के मुताबिक, अक्टूबर में पूरे रेस्तरां क्षेत्र में प्रति ग्राहक औसत खर्च 32.52 युआन रहा और इसमें गिरावट का रुझान जारी रहा। निगरानी किए गए आठ क्षेत्रों में से छह में औसत बिल एक साल पहले से कम था।

चीनी पूर्ण-सेवा रेस्तरां में प्रति व्यक्ति औसत खर्च 50.12 युआन रहा, जो 2.7% कम है। ऑर्डर पर तैयार पेय पदार्थों के क्षेत्र में औसत खर्च 2.5% घटकर 17.88 युआन रहा। स्नैक्स और फास्ट फूड में यह 2.4% गिरकर 21.95 युआन, जबकि बेकरी और डेज़र्ट की दुकानों में 2.3% घटकर 33.04 युआन रहा। हॉट पॉट में खर्च 1.0% घटकर 57.90 युआन और बारबेक्यू में 0.1% कम होकर 57.38 युआन रहा।

केवल दो क्षेत्रों में प्रति ग्राहक औसत खर्च बढ़ा। पश्चिमी रेस्तरां में यह 4.5% बढ़कर 82.55 युआन रहा, जो रिपोर्ट की श्रेणियों में सबसे अधिक औसत बिल था। एशियाई व्यंजनों के क्षेत्र में यह 1.6% बढ़कर 76.32 युआन हो गया।

दोनों तरह के आंकड़ों को साथ देखने पर पता चलता है कि चीन के रेस्तरां बाजार पर दबाव कारोबार के किसी एक हिस्से तक सीमित नहीं है। आउटलेट की घटती संख्या आपूर्ति में कटौती का संकेत देती है, जबकि प्रति ग्राहक कम खर्च से पता चलता है कि उपभोक्ता गैर-जरूरी खरीदारी को लेकर सतर्क बने हुए हैं। आतिथ्य क्षेत्र के कारोबारियों के लिए इस स्थिति में केवल विस्तार या कीमतों में बदलाव के जरिए लागत की भरपाई करना मुश्किल हो सकता है।

रिपोर्ट ने इन बदलावों के लिए किसी एक कारण को जिम्मेदार नहीं ठहराया, लेकिन कहा कि अक्टूबर के आंकड़े वर्ष के अंतिम चरण में प्रवेश कर रहे रेस्तरां कारोबारियों के लिए चेतावनी होने चाहिए। Hongcan की अनुसंधान इकाई ने कहा कि सिकुड़ते बाजार में केवल नए आउटलेट खोलने या कीमतें घटाने से परिचालन संबंधी समस्याएं हल नहीं हो सकतीं। इसके बजाय, रेस्तरां कंपनियों को ग्राहकों को बनाए रखने, उनकी दोबारा यात्राएं बढ़ाने, लागत नियंत्रित करने और मुनाफे के मार्जिन को सुरक्षित रखने पर अधिक ध्यान देना चाहिए।

अक्टूबर के आंकड़े यह भी दिखाते हैं कि मंदी का असर अलग-अलग क्षेत्रों पर एक समान नहीं पड़ रहा है। चीनी पूर्ण-सेवा रेस्तरां में आउटलेट की संख्या बढ़ती रही, जबकि प्रति ग्राहक खर्च घटा। इससे संकेत मिलता है कि आउटलेट की वृद्धि कारोबारियों को मांग में नरमी से बचा नहीं पाई है। बड़े पैमाने के बाजार का अहम हिस्सा, स्नैक्स और फास्ट फूड, एक साथ आउटलेट और खर्च—दोनों गंवा रहा है। बेकरी और डेज़र्ट की दुकानों तथा पश्चिमी रेस्तरां में आउटलेट की संख्या सबसे तेज घटी, लेकिन पश्चिमी रेस्तरां औसत बिल बढ़ाने में कामयाब रहे। इससे संकेत मिलता है कि बाजार के अलग-अलग क्षेत्रों में कीमत तय करने की क्षमता और आउटलेट की वृद्धि की दिशा अलग-अलग है।

Hongcan ने अक्टूबर में रेस्तरां उद्योग के प्रदर्शन का व्यापक आकलन पेश करते हुए ये आंकड़े प्रकाशित किए। इनके मुताबिक, चीन का खाद्य-सेवा बाजार अभी भी समायोजन के दौर से गुजर रहा है। बीते वर्ष में वृद्धि कुछ चुनिंदा क्षेत्रों तक सीमित होती गई है : कुछ श्रेणियों का विस्तार जारी है, जबकि उद्योग के बड़े हिस्से को आउटलेट की घटती संख्या, प्रति ग्राहक कम खर्च या दोनों का सामना करना पड़ रहा है।