vinetur

В октябре число заведений общепита в Китае сократилось до 7,475 млн

Средние расходы на одного посетителя снизились на 2,1%, до 32,52 юаня, усилив давление на большинство ключевых сегментов отрасли

понедельник, 9 ноября 2026 г.



В октябре в Китае насчитывалось 7,475 млн заведений общепита — на 3,3% меньше, чем годом ранее. Средние расходы на одного посетителя снизились на 2,1%, до 32,52 юаня, говорится в опубликованных в понедельник, 9 ноября, данных Hongcan и Исследовательского института Hongcan. Эти показатели

свидетельствуют, что отрасль по-прежнему испытывает давление: число заведений сокращается, а потребители тратят осторожнее.

Согласно отчету, рынок в целом продолжил сжиматься, однако спад затронул разные сегменты неодинаково. В трех из восьми отслеживаемых Hongcan сегментов число заведений выросло в годовом выражении, в пяти — сократилось.

Среди растущих категорий быстрее всего расширялся сегмент ресторанов китайской кухни с полным обслуживанием. По данным Hongcan, в октябре число таких заведений увеличилось на 4,4%, до 1,389 млн. Сегмент напитков, приготовляемых на заказ, также вырос: количество заведений увеличилось на 3,5%. Число барбекю-заведений повысилось на 1,5%.

В крупнейшем по числу заведений сегменте — закусочных и быстрого питания — продолжился спад. По данным Hongcan, в октябре в этой категории насчитывалось 3,335 млн заведений, на 4,9% меньше, чем годом ранее. Среди отслеживаемых сегментов сильнее всего сократилось число пекарен и кондитерских, а также ресторанов западной кухни. Количество пекарен и кондитерских снизилось на 12,8%, а ресторанов западной кухни — на 12,1%. Таким образом, за год обе категории потеряли более одного из десяти заведений. Число ресторанов хот-пот сократилось на 2,0%, а заведений азиатской кухни — на 0,7%.

Данные о расходах показывают, что давление затронуло значительную часть рынка. По информации Hongcan, в октябре средние расходы на одного посетителя во всей ресторанной отрасли составили 32,52 юаня, продолжив снижение. В шести из восьми отслеживаемых сегментов средний чек оказался ниже, чем годом ранее.

Средние расходы на одного посетителя в ресторанах китайской кухни с полным обслуживанием составили 50,12 юаня, снизившись на 2,7%. В сегменте напитков, приготовляемых на заказ, показатель уменьшился на 2,5%, до 17,88 юаня. В закусочных и заведениях быстрого питания он снизился на 2,4%, до 21,95 юаня, а в пекарнях и кондитерских — на 2,3%, до 33,04 юаня. Средний чек в ресторанах хот-пот упал на 1,0%, до 57,90 юаня, а в заведениях барбекю — на 0,1%, до 57,38

юаня.

Средние расходы на одного посетителя выросли только в двух сегментах. В ресторанах западной кухни показатель увеличился на 4,5%, до 82,55 юаня — это самый высокий средний чек среди категорий, представленных в отчете. В заведениях азиатской кухни он вырос на 1,6%, до 76,32 юаня.

В совокупности эти данные показывают, что давление на ресторанный рынок Китая затрагивает разные направления бизнеса. Сокращение числа заведений указывает на уменьшение предложения, а снижение расходов на одного посетителя — на сохраняющуюся осторожность потребителей в отношении необязательных трат. В таких условиях операторам рынка гостеприимства сложнее компенсировать издержки только за счет расширения сети или изменения цен.

В отчете изменения не связываются с какой-либо одной причиной, однако говорится, что октябрьские показатели должны стать сигналом для операторов ресторанного бизнеса на заключительном этапе года. Исследовательское подразделение Hongcan отмечает, что в условиях сжимающегося рынка решить операционные проблемы только за счет открытия новых заведений или снижения цен может не получиться. Вместо этого ресторанным компаниям следует уделять больше внимания удержанию клиентов, увеличению числа повторных посещений, контролю затрат и защите маржи.

Октябрьские показатели также демонстрируют, насколько по-разному замедление рынка отражается на его сегментах. Число ресторанов китайской кухни с полным обслуживанием продолжало расти, хотя расходы посетителей снижались: значит, расширение сети не защитило операторов от ослабления спроса. Закусочные и заведения быстрого питания, ключевой сегмент массового рынка, одновременно теряли точки и фиксировали снижение расходов. Пекарни и кондитерские, а также рестораны западной кухни столкнулись с самым резким сокращением числа заведений. При этом ресторанам западной кухни удалось повысить средний чек — это показывает, что динамика цен и расширения сети в разных частях рынка различается.

Hongcan опубликовала данные в рамках общего обзора результатов ресторанной отрасли за октябрь. Показатели свидетельствуют, что рынок общественного питания Китая продолжает адаптироваться после года, когда рост стал более избирательным: некоторые категории по-прежнему расширяются, тогда как значительная часть отрасли сталкивается с сокращением числа заведений, снижением расходов на одного посетителя или обоими явлениями одновременно.