

广州市餐饮高质量发展规划

(2024-2035 年)

广州市商务局

2024 年 3 月

前 言

2023年4月，习近平总书记与法国总统马克龙在广州举行非正式会晤时指出：“广州正在积极推进粤港澳大湾区建设，继续在高质量发展方面发挥领头羊和火车头作用。”这一新目标新定位为广州不断开创改革发展新局面注入强大动力、提供根本遵循。2024新年伊始，广州市委提出“大干十二年、再造新广州，到2035年经济总量翻一番”。广州正以二次创业、勇立潮头的奋进姿态，坚定扛起经济大市挑大梁的责任担当。

“民以食为天”，餐饮被称为永远的朝阳行业。于城市而言，餐饮是文化底蕴的显示器，是关联产业的助推剂，是城市流量的吸铁石，是城乡就业的蓄水池。广州推动高质量发展，餐饮作为重要组成部分，也亟待转型升级，塑造新动能新优势。

作为千年商都和改革开放的前沿地，广州的千年粤味，随千年商都之美名，镌刻于世界发展史中。广州自古就是我国的“南大门”，中原文化与海洋文明在这里交融，造就了海纳百川、兼容并蓄的城市特质。广州是万国美食博览馆，漫步广州街头，可以吃遍四海东西南北中，尝遍人间酸甜苦辣咸。如屈大均《广东新语》所言：“天下所有食货，粤东尽有之；粤东所有之食货，天下未必尽也。”食材汇聚、名家荟萃，各种菜系、各类技法在这里碰撞交流，激发出无穷想象力与创造力，这便是“食在广州”的魅力所在。

近现代以来，广州美食越过岭南，东征上海，南传港澳，出

走海外……早在清朝末年，“食在广州”便响誉海内外。广州于**2007**年成为总部设在法国里昂的世界美食城市联盟（**Délice**）创始成员，**2010**年成为全国第一个荣获“中华美食之都”“国际美食之都”双料称号城市，**2015**年成为全国首个餐饮消费额突破千亿元城市。广州餐饮基础雄厚、特色突出、优势明显，正成为新时代广州培育建设国际消费中心城市，汇聚人流物流资金流的特色名片。

为深入贯彻落实习近平总书记对广东、广州系列重要讲话和重要指示批示精神，结合广东省和广州市工作部署，对照广州加快培育国际消费中心城市实施方案，擦亮“食在广州”金字招牌，推进餐饮高质量发展，特开展编制《广州市餐饮高质量发展规划》，明确广州市餐饮高质量发展目标、发展策略、空间布局和各区发展重点。规划范围为广州市行政区划范围，面积为**7434.4**平方公里。规划基期年为**2024**年，远景展望至**2035**年。

目 录

前 言.....	3
第一章 发展现状.....	7
一、发展概况.....	7
（一）规模全国领先.....	7
（二）结构多元包容.....	7
（三）市场活力十足.....	9
（四）布局丰富完备.....	9
二、发展优势.....	10
（一）国际消费中心城市发展优势.....	10
（二）“食在广州”品牌带动优势.....	10
（三）粤菜大本营资源集聚优势.....	11
（四）关联产业纵深发展优势.....	12
（五）规模庞大的城市流量优势.....	12
三、短板与不足.....	13
（一）品牌显示度不足.....	13
（二）高端供给相对不足.....	14
（三）美食地标集聚不足.....	14
（四）高端人才培养不足.....	14
（五）“食在广州”品牌宣传不足.....	15
第二章 发展目标与方向.....	15
一、规划原则.....	15
二、规划依据.....	16
三、目标定位.....	17
（一）发展定位.....	17
（二）发展目标.....	18
四、发展趋势与方向.....	18
（一）餐饮行业发展趋势.....	18
（二）广州餐饮发展方向.....	20
第三章 高质量发展行动.....	21
一、“强文”行动.....	21
（一）擦亮“食在广州”品牌.....	21
（二）弘扬粤菜文化.....	22

(三) 推广饮茶文化.....	22
二、“强链”行动.....	23
(一) 推进餐饮产业“链长制”.....	23
(二) 推动全产业链联动贯通.....	23
(三) 强化科技金融赋能.....	24
(四) 提升预制菜流通能级.....	24
三、“强企”行动.....	24
(一) 培育壮大市场主体.....	24
(二) 推进餐饮品牌建设.....	25
(三) 支持餐饮数字化建设.....	26
(四) 鼓励提升国际化水平.....	26
(五) 加快培育高级管理人才.....	26
(六) 创新培育餐饮消费新模式.....	27
四、“强技”行动.....	27
(一) 锐意创新技艺.....	27
(二) 强化厨师培训.....	28
(三) 开展技能竞赛.....	28
五、“引流”行动.....	28
(一) 推动发展“餐饮+电商”.....	28
(二) 推动发展“餐饮+会展”.....	29
(三) 推动发展“餐饮+枢纽”.....	29
(四) 推动发展“餐饮+文旅”.....	29
(五) 推动开展“餐饮+招商”.....	30
六、“共建世界美食之都”行动.....	30
(一) 促进行业合作.....	30
(二) 加强人才培养.....	31
(三) 共创良好环境.....	32
第四章 高质量空间布局.....	32
一、空间格局.....	32
(一) 品质化提升餐饮核心区（中心城区）.....	32
(二) 差异化打造餐饮特色区（外围城区）.....	33
二、餐饮集聚区体系.....	34
(一) 建设 5 个世界级商圈餐饮集聚区.....	34
(二) 打造 3 个中西特色美食集聚区.....	34
(三) 打造 N 个满足大众需求的特色餐饮集聚区.....	35

三、分区发展指引.....	36
(一) 越秀区.....	36
(二) 海珠区.....	37
(三) 荔湾区.....	37
(四) 天河区.....	37
(五) 白云区.....	38
(六) 黄埔区.....	38
(七) 番禺区.....	38
(八) 花都区.....	39
(九) 南沙区.....	39
(十) 从化区.....	39
(十一) 增城区.....	40
第五章 实施保障.....	40
一、加强组织领导.....	40
二、强化规划引领.....	40
三、建立“监督-评估”机制.....	41
四、加大政策支持.....	41
五、发挥社团作用.....	42
六、鼓励街坊参与.....	42
七、突出安全保障.....	42

第一章 发展现状

一、发展概况

（一）规模全国领先

消费规模大。按照第三次全国经济普查口径统计数据，广州餐饮社会零售总额于**2015**年成为全国首个突破千亿元（**1003**亿元）城市，到疫情前**2019**年达**1270**亿元。**2020**年至**2022**年疫情期间，广州餐饮行业受影响较大，但总体表现较强发展韧性。自**2023**年开始，餐饮行业呈疫后快速复苏态势，**2023**年全市餐饮社零总额超疫情前水平。

门店总量多。根据商事登记数据，**2023**年底全市餐饮门店总数达**24**万家。疫情期间，虽然因大环境影响有门店关停，但三年中均呈现新增高于关停趋势，其中**2022**年关停门店**2.5**万家，新增**3.8**万家，显示出即便在疫情期间，餐饮商家坚定看好广州市场。**2023**年全市限额以上餐饮企业**2126**家，较**2022**年净增**267**家，较**2019**年净增**809**家。

外卖发展快。近年来，在信息化技术、疫情等因素共同影响下，餐饮外卖呈快速增长态势，外卖占餐饮整体消费比例不断增大。截至**2023**年底，广州餐饮外卖门店总数超**7**万家，门店规模居全国第三位。**2023**年，广州市限额以上餐饮企业通过线上消费金额同比增长**23.7%**。

（二）结构多元包容

粤菜为先。广州是粤菜大本营，**2023**年底有粤式正餐¹类门店**4.8**万家，占广州餐饮门店总数超**20%**，门店数全国第一，广州酒家、陶陶居、南海渔村、炳胜、黄埔华苑、半岛酒家、泮溪酒家、南园、北园、点都德等粤菜（点心）企业蜚声海内外。同时，粤菜以选料广博、菜肴新颖、口味鲜美而闻名于世。据资料记载，**1956**年广州举行“名菜美点展览会”，展出菜肴**5774**种，点心**815**种，小吃**200**余种。

海纳百川。广州荟萃全国各大菜系和各地美食，据大数据分析，**2023**年底粤菜外的其他地方特色菜类正餐（不含小吃、快餐）门店**3.5**万家，占全市餐饮门店总数**14.6%**，其中湘菜（占地方特色菜比例**40.9%**，下同）、川菜（占**30.2%**）、东北菜（占**5.4%**）、西北菜（占**4.5%**）、江浙菜（占**3.1%**）门店数量位居前五。除此以外，各类小吃快餐、茶饮、火锅等门店超**12**万家，其中粥粉面类快餐、各类小吃店超**7**万家，茶饮烘焙类门店**3.9**万家，各式火锅近**9000**家。

国际多元。**2023**年底广州有**2.1**万家国际美食²类门店，占全市总门店数比重**8.8%**，包括日、韩、泰、意、越、法、新、印、东南亚、拉美、南洋、中东等各国菜系。其中日本菜（占比国际美食**32.4%**，下同）、西餐（占比**29.8%**）和韩国料理（占比**12.2%**）门店排名前三。食客只要轻挪脚步，云山珠水花城间，品尽世界美味。

¹ 粤式正餐：包含粤式正餐、粤式火锅、茶餐厅，不含粤式粥粉面店、小吃店。

² 国际美食：包含日韩料理、西餐、东南亚菜等国外美食。

（三）市场活力十足

消费客流庞大。2023 年全市月均餐饮消费客流 3934 万人次，其中常驻客流³占 52%，流动客流⁴占 19.5%，旅游客流⁵占 28.5%。

价格丰俭由人。总体来看，广州餐饮具备“便”“靓”“正”的传统特色，经济实惠、价格亲民，保障了餐饮业蓬勃发展。以粤菜为例，近 90%正餐门店人均消费 150 元以下，在广州可用最优惠的价格，享受最正宗的舌尖味道。近年来适应国际消费中心城市发展需求，以米其林、黑珍珠餐厅为代表，人均消费超千元的精致餐饮、高端餐饮也蓬勃发展，为高端消费人士提供更丰富选择。

内容推陈出新。在激烈竞争推动下，广州餐饮企业不断适应发展新形势，在菜品研发、技艺提升、服务升级方面持续做文章，带动餐饮整体水平不断提升。同时，商家将“氛围感”的营造作为品牌突围重要方向，打造特色化差异化场景，包括岭南风、潮流风、精致风等方兴未艾，以适应新一代消费者对场景和社交的需求。“餐饮+珠江夜游”“餐饮+旅游巴士”“餐饮+工业场景”等跨界融合也不断上演，为消费者提供各具特色的消费体验。

（四）布局丰富完备

遍地皆美食。广州每万人拥有餐厅近 100 家，网点密度居全国之首，餐饮一刻钟便民生活圈实现全城覆盖。广州大街小巷、美食集聚区、商业综合体，餐饮食肆随处可见，一年四季，一日

³ 常驻客流：在一年统计时间周期内，在广州市停留时长大于 6 个月的人口

⁴ 流动客流：常驻城市非广州，在广州市停留时间在 1 个月以上，6 个月以下的人口

⁵ 旅游客流：常驻城市非广州，离开常驻城市在广州市停留时间超过 6 小时，最长不超过 1 个月的人口

24 小时，从早茶到深夜食堂再到早茶，餐饮不打烊，赋予千年商都浓浓烟火气。

区域差异发展。越秀、荔湾汇集众多老字号、传统粤菜，北京路商圈、上下九商圈等是粤菜总部（总店）集中地。天河、海珠以国际美食、网红美食见长，天河路商圈、珠江新城商圈、江南西商圈、琶洲商圈成为国际品牌、潮流品牌展示地。番禺、白云、花都除本地美食外，顺应高铁、机场引流优势，成为外地菜系进入广州的试水区。黄埔、南沙两个国家级开发区团餐发达，并为产城融合引入更多社会餐饮。增城、从化大力发展乡村特色餐饮，承接中心城市市民周末及节假日消费需求。

二、发展优势

（一）国际消费中心城市发展优势

2021 年 7 月，广州入选全国首批 5 个培育建设国际消费中心城市之一，相应的工作方案、发展规划、重点项目、保障措施等相继落地。广州锚定“国际”重要方向、“消费”核心功能、“中心”关键定位，构建“产业型”“流量型”“服务型”消费体系，优化消费空间品质和布局，提升中心辐射能级和消费国际化水平。在这个过程中，餐饮既是重要推手，也从中获得巨大发展机遇。随着国际消费中心城市深入推进，餐饮发展所需的关联产业、基础建设、空间布局、消费流量、金融支撑、人才保障、政策扶持等将进一步优化，为餐饮商家深耕发展提供充分的沃土。

（二）“食在广州”品牌带动优势

广州商脉历经 2200 余年传承不断，自唐宋以后，广州经济得到强劲开发，尤其是清代以来，一口通商的外贸优势更使得广

州富甲天下，广州餐饮业得到空前发展。进入民国以来，广州餐饮随粤人大规模“走出去”，粤菜馆精致典雅的布置、食不厌精的菜品、周到细致的服务，得到各地高度肯定，赢得“食在广州”好评，成为招待贵客宾朋的不二选择，其烹饪技艺、经营理念等也被其他地方菜系广泛学习借鉴。随着时代变迁，粤菜在全世界开枝散叶，“食在广州”成为品牌深入人心，并逐步赋予新的时代内涵。如今，“食在广州”不仅仅代表餐厅所在地民众对粤菜的评价，更蕴含着来广州可吃遍世界，每年吸引数以亿计的，来自国内外的消费者到广州品尝美食，成为展示中国文化、广东魅力、广州风味的金字招牌和特色窗口。

（三）粤菜大本营资源集聚优势

广州汇集广府、潮汕和客家菜，以及其他广东地方特色风味菜，粤菜文化经久不衰，早茶文化更独具特色。在广州，粤菜师傅们充分利用岭南丰富的海陆食材，在烹饪技术上“北菜南用、中菜西做”，兼容开放而能集大成，使得粤菜在中国众多菜系中脱颖而出并欣欣向荣。加之广州街坊受千年商都文化熏陶，对食物的口味与追求总是持开放态度，无论天南地北的食材还是五湖四海的烹料，总能以汇聚天下的气概容纳之，并有极高的美食品鉴能力，促进了粤菜不断守正创新，形成一大批特色品牌。截至**2023**年底，广州有餐饮连锁品牌超**1200**个，在广东百强餐饮企业中，集团总部设在广州的**44**家，其中粤菜企业**20**家。同时，广州有**15**个粤菜老字号品牌，其中中华老字号**5**个，省老字号**3**个，市老字号**7**个。截至**2023**年底，广州有餐饮从业人员超**60**万人，

粤菜类培训院校**14**所，培训认定“粤菜师傅”超**10**万人，进一步巩固了粤菜大本营地位。**2023**年第五届粤港澳大湾区“粤菜师傅”技能大赛，广州代表队广府菜系一等奖数量和获奖总数均位居全省第一。

（四）关联产业纵深发展优势

广州拥有全国**41**个工业门类中的**35**个，是整个华南地区生产制造业最主要产业链总部基地和供应链中心，加之周边城市如佛山烹饪设备、中山灯饰照明、潮州陶瓷卫浴等特色产业，可为广州餐饮从门店硬装到软装提供一站式服务。广州地处岭南，从陆地到海洋，山珍、野味、河鲜、海味等食材，供给十分丰富。全市有**551**家各类型专业市场，商户超**80**万户，其中有全国乃至国际影响力的市场**300**多个，黄沙水产市场、芳村茶叶市场、江南果菜市场等为细分领域“领军市场”，依托强大的产业配套和批发市场，可为餐饮业提供全面支撑。广州是南方高校最密集的城市、华南科教中心，全市拥有**80**多所高等院校，为餐饮提供源源不断的创业和管理型人才。广州酒店业发达，超**3000**家各类型酒店拥有超**40**万人/晚的接待能力。此外，全市消费载体众多，商服类建筑面积超**6500**万平方米，商业综合体不断升级，**2023**年，全市新开业建筑面积**5**万平方米以上的大型商业综合体**18**个，新增商业面积达**130**万平方米，为餐饮高质量发展提供有力空间支持。

（五）规模庞大的城市流量优势

作为超大城市，广州每天实时人口约**2400**万，是支撑餐饮

消费的厚实基础。作为我国首批**24**个历史文化名称之一，广州是岭南文化中心地、近现代革命策源地，旅游景点众多，文娱体活动丰富。**2023**年，全市共接待游客**2.3**亿人次，实现文旅消费总额达**3309.5**亿元。广州素有“中国通往世界的南大门”之称，与世界**200**多个国家和地区保持经贸往来，是集公路、铁路、航空、水运等国家级枢纽为一体的国际性综合交通枢纽城市，**2023**年广州铁路到发旅客**1.3**亿人次，广州南站旅客发送量位居全国第一；广州地铁日均客运量为**857**万人次，客流强度国内第一；白云机场**2023**年旅客吞吐量达**6317**万人次，居全国第一。此外，广州还是我国三大会展中心城市之一，**2023**年全市重点场馆累计举办展览**373**场，合计展览面积**1089.5**万平方米，均居全国第二。“中国第一展”广交会，以及规模居行业世界第一的广州国际照明展览会、中国广州国际家具博览会、中国（广州）国际建筑装饰博览会、广州国际美容美发美妆博览会等展会，连同其他众多行业展会，为广州餐饮带来大量消费人流。

三、短板与不足

（一）品牌显示度不足

广州拥有众多的本土粤菜品牌，在市民街坊中拥有广泛的基础，但对外显示度不够。一是部分企业经营比较保守，更愿意扎根广州发展，“走出去”动力和魄力不足。除广州酒家、九毛九两家上市公司外，餐饮企业在上市、投融资方面有待提升。二是受限于粤菜对食材和厨师技艺要求较高，难以标准化运作，在扩大规模、连锁化经营方面做得不够。三是部分餐饮企业按品牌分拆

独立结算，在行业评比中没有体现规模优势。四是部分企业不擅长与电商平台、新媒体合作，也对品牌推广造成影响。

（二）高端供给相对不足

受城市消费氛围影响，广州市民往往追求餐饮“便”“靓”“正”，大众餐饮发展成熟，选择丰富。近年来，对接国际消费中心城市发展需求，广州高端餐饮和精致餐饮取得长足发展，但对比东京、巴黎、上海等城市，承载高端商务接待的餐饮消费供给不够。以行业关注的米其林和黑珍珠等评价指标来看，广州在获评高等级的餐厅数量方面存在差距。

（三）美食地标集聚不足

从消费者特别是外地商务旅游人士角度看，广州餐饮遍布全城、“遍地珍珠”，但与休闲、娱乐、文旅等功能结合不足，“串珠成链”不够，有辨识度、有知名度、有记忆点的美食集聚区不够。广州现有的美食集聚区重商业氛围轻文化气息，规划建设中缺乏对岭南文化、广府文化的挖掘和展示，同质化现象突出，在形成吸引年轻消费者的网红效应方面做得不够。

（四）高端人才培养不足

广州目前还没有院校设立烹饪专业本科及以上学科，餐饮高端人才培养不足。星级粤菜师傅偏少，受就业导向影响，年轻人往往不愿意从事厨师行业，人才断层问题突出。广州老一代餐饮人相对低调保守，“餐二代”队伍需要培养壮大，餐饮品牌策划、运营管理、资本运作、文化推广等方面，人才体系建设方面有待提升。

（五）“食在广州”品牌宣传不足

多年来，广州通过连续国际美食节、行业交流、扶持行业发展等措施，并鼓励企业用好自媒体、新媒体、电商平台等加大宣传。但总体来看，对“食在广州”品牌的城市外宣方面做得不够，在国家级媒体、境外高端载体、新媒体、城市交通枢纽窗口等宣传统筹不足，挖掘“食在广州”时代内涵，提升城市美誉度和吸引力方面有所弱化。

第二章 发展目标与方向

一、规划原则

坚持政府引导、市场运作。发挥政府统筹作用，加强顶层规划设计，优化政策制度供给，完善餐饮发展环境。鼓励市场资源投入餐饮产业，充分发挥市场在资源配置中的决定性作用，激发餐饮市场主体积极性创造性。

坚持科学布局、突出重点。围绕培育建设国际消费中心城市规划和“5+2+4+22”重点商圈格局，推动建设中西特色美食集聚区。沿珠江前航道打造一江两岸美食长廊，构建沿江餐饮消费地标。抓住粤港澳大湾区发展机遇，协同香港、澳门、佛山（顺德），共建世界美食之都。

坚持岭南特色、多元包容。注重传承岭南文化和延续海丝文化，推动餐饮与文商旅融合，培育餐饮新场景。深入实施“粤菜师傅”工程，推动粤菜守正创新。大力引进中外特色菜系企业，提供一视同仁服务，不断丰富餐饮消费供给。

坚持智慧引领、品质提升。鼓励餐饮企业使用和研发各类数

字产品，用好互联网技术平台，形成精细管理和运营机制，打造智慧餐饮。大力推进供给侧结构性改革，加大发展餐饮上下游产业链，以系统体系增强餐饮企业竞争力。

坚持绿色健康、安全发展。顺应消费者对营养健康的新需求，支持餐饮企业创新绿色健康发展理念，开发新菜品，推出新服务，优化消费新体验。坚决制止餐饮浪费，在全社会形成“节约光荣，浪费可耻”的理念。抓好餐饮行业食品安全和生产安全。

二、规划依据

- 1) 《粤港澳大湾区发展规划纲要》
- 2) 《关于促进餐饮业高质量发展的指导意见》
- 3) 《广东省国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要》
- 4) 《广州市国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要》
- 5) 《广州市加快培育建设国际消费中心城市实施方案》
- 6) 《广州市餐饮业网点空间布局专项规划》（2016-2035 年）
- 7) 《粤港澳大湾区文化和旅游发展规划》
- 8) 广州市各行政区国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要
- 9) 《广州市重点商业功能区发展规划》

三、目标定位

(一) 发展定位

以国际消费中心城市培育建设为着力点，传承千年商都优势，植根岭南文化，依托产业支撑，统筹好消费需求侧和供给侧，营造以粤菜为核心，中外餐饮融合发展，满足不同层次消费需求的餐饮服务体系，不断擦亮“食在广州”金字招牌，建设中外驰名的“世界美食之都”，不断满足人民群众对美好生活的需要。

——**国际消费中心城市特色名片**。将推进餐饮发展融入培育建设国际消费中心城市格局，在规划布局、品质提升、产业联动、制度供给等方面一体考虑，提升餐饮对城市人流物流资金流的带动功能、对城市知名度美誉度的提升功能，打造实现老城市新活力的示范，“四个出新出彩”的典范。

——**世界粤菜文化体验中心**。充分发挥粤菜大本营的优势地位，弘扬粤菜文化、早茶文化、广式点心（小吃）文化，重塑千年商都魅力，演绎现代精致生活。强化粤菜地理标志，打造粤菜食材集散中心，制定推广粤菜餐厅服务标准，评定“食在广州”星级餐厅，推动建设粤菜博物馆，组织粤菜行业交流等，巩固提升广州在世界粤菜体系话语权。

——**全球美食消费重要目的地**。瞄准世界美食标杆城市，推动优化提升餐饮消费载体、消费场景、消费品质、消费体验，打造满足高中低不同消费层次、世界代表菜系进一步汇聚，具有最传统、最新潮、最国际、最丰富选择的美食圣地；致力于国际交流互鉴，引进国际评价体系，提升广州美食传播度，使广州成为

全球美食品鉴的重要节点城市。

（二）发展目标

近期目标：五年左右打造业态丰富、层次各异、亚洲一流的世界知名美食城市。

远期目标：至**2035**年，打造与纽约、东京、巴黎等世界标杆餐饮城市齐名的，传统广府粤菜与时尚国际餐饮荟萃、特色美食出众与餐饮文化彰显、引领全球美食风尚的卓越世界美食之都。

广州餐饮高质量发展目标一览表

发展维度	发展指标	2023 年	2035 年
经济规模	餐饮业营业额（亿元）	997.86	2200
	年销售额 1 亿元以上餐饮企业数量（家）	43	80
市场主体	限额以上企业数量（家）	2126	3700
	国际类美食门店（家）	21000	30000
	全国百强餐饮企业数量（家）	8	15
	上市餐饮企业数量(家)	2	6
	钻级酒家数量（家）	92	160
	精致餐厅数量（个）	473	650
餐饮人才	设有餐饮相关专业的院校数量（所）	14	20
	星级“粤菜师傅”数量（人）	282	400

注：精致餐厅是指获评米其林、黑珍珠、美食林、金梧桐等行业榜单的餐厅。

四、发展趋势与方向

（一）餐饮行业发展趋势

业态融合化。餐饮与文旅展等业态融合已成为新消费时尚，

旅游区、重要商圈往往是美食集聚区，知名美食街区也是游客推崇的旅游区和购物区。各业态间相互汇聚人气、集聚品牌、促进引流作用日趋明显，业态融合大势所趋。

赛道精细化。餐饮消费需求正在日趋多元化、个性化和特色化，餐饮产品呈矩阵化和餐厅主题细分化也随之而来，如粤菜细分出牛肉火锅、茶点、卤鹅等品类，以及健康饮食餐厅、素食餐厅、低卡路里餐厅等。

经营全时化。新一代消费者就餐时间更趋模糊，餐饮全时段经营成为主流，纵向提升了餐厅接待能力，传统“一日三餐”已转型为“一日五餐”“一日多餐”，加之外卖行情高涨，全时段餐饮成为潮流。

运营数字化。消费环境的不确定性及消费者习惯偏好的改变，餐饮企业数字化转型加速，精细化运营时代开启。数字化运营、数字化决策、数字化供应链、数字化扩张及数字化营销，越来越多的餐饮企业走上技术驱动的道路。

企业连锁化。餐饮企业连锁化加速，供应链发展、资本加持使得餐饮企业逐步向连锁化转型，规模持续扩张，标准化运营并逐步下沉市场，借助低投资、低租金、低经营杠杆扩张规模，从而激活城市消费潜力。

技艺精进化。餐饮本质是满足消费者口腹之欲，烹饪技艺推陈出新推动餐饮不断发展，烹饪技术日益精进。如分子料理技术，用物理、化学、生物学等现代科学理论打破和重建烹饪，做出颠覆传统厨艺与食物外貌的餐饮产品。

空间集聚化。为满足餐饮消费者实现快速享用需求，餐饮网点要求能便捷通达，餐饮网点围绕重要商圈、旅游景点、住宅区、交通轴线以及滨水沿岸布局，呈组团集聚分布特征，形成餐饮集聚区。同时社区餐饮更便民，以新、小、精、特的门店在社区集聚。

餐饮零售化。餐饮标准化制作需求增长，餐饮零售化价值放大，预制菜加快发展。众多企业推出预制菜等零售产品，开辟堂食之外的就餐场景，创造了新增收空间。中餐、快餐、茶饮品牌纷纷加入零售赛道，餐企发展迎来新的增长曲线。

（二）广州餐饮发展方向

大众餐饮。着力推动餐饮业转变发展方式，优化发展结构，创新发展模式，提升服务质量，形成方便快捷、卫生安全、经济实惠、营养健康的大众化餐饮服务体系。鼓励餐饮进社区，提升城市烟火气，满足大众对餐饮服务需求。

精致餐饮。融入岭南文化，提高供给水平，提升城市高端接待能力，发挥城市引流作用。推动理念创新、模式创新、工艺创新和品牌发展，打造精致化、特色化的“广州服务”，增强广州餐饮气质，提升“千年商都”品味。

团体餐饮。培育打造现代化农业龙头企业，持续优化团膳供应链和管理运营水平，加强食品安全管理，全方位提高出品质量，让广大学校、机关和企事业食堂享受“食在广州”美味和幸福。

文化餐饮。发挥饮食作为重要文化载体功能，不断传承、守正、创新、解构、融合、突破，跨界引进不同文化元素，做到令

人既熟悉又耳目一新。推动餐饮企业走出国门，传播广州美食文化，提升国家文化软实力。

数字餐饮。充分利用广州强大的人才资源，用好互联网和物联网技术，实现前端供应、餐厅运营、消费画像、流量管理、宣传推广等全流程数字化。鼓励设立智慧餐饮创新创意园，开发智慧餐盘、机器人餐厅、智能烹饪、全息投影餐厅、无人机送餐等新技术，引领餐饮技术革命。

绿色餐饮。开展“绿色餐厅”评比，引导餐饮企业低碳管理和运营，市民低碳消费。推动制止餐饮浪费，引导企业在食材采购、食材仓储、菜品加工、餐厨垃圾处理、顾客服务、限塑等环节得到质的提升，使“绿色、节约、健康、营养”膳食理念深入人心。

第三章 高质量发展行动

一、“强文”行动

（一）擦亮“食在广州”品牌

深入挖掘“食在广州”两千多年悠久深厚的饮食文化底蕴，系统梳理广州美食与南越文化、海丝文化、千年商都文化等一脉相承的文化内核，紧密结合“敢为天下先”和开放包容的城市特质，讲好“食在广州”故事。创新培育高水平、高质量美食类活动，支持行业协会、市场主体举办各类餐饮展会赛事，展示广州餐饮文化魅力。大力提振市场信心，积极主动服务和融入新发展格局，把“食在广州”的城市品牌具体化、形象化，打造群众识别度高、

代表广州食品质量的广州品牌，推动餐饮服务和食品加工行业高质量发展。加强对广州名店名厨名菜名点的宣传推广，结合新媒体打造宣传矩阵，提升“食在广州”品牌海内外知名度和影响力。

（二）弘扬粤菜文化

持续推进“粤菜师傅”工程，整理挖掘广州粤菜品牌资源，系统梳理本地粤菜菜谱，建立本地粤菜特色菜品名录。加强对粤菜商标、公共品牌、地理标志等的宣传、保护，培育粤菜名店、名品、美食街（城）。推动制定粤菜基础通用类标准和粤菜餐饮服务类标准，鼓励行业协会、企业制定粤菜菜品、营养等团体标准、企业标准。加强培育粤菜相关非物质文化遗产代表性项目，支持符合条件的粤菜传统制作技艺、民俗等粤菜文化遗产申报列入各级非物质文化遗产代表性项目名录，鼓励粤菜相关非物质文化遗产代表性项目的生产性保护。加强粤菜文化宣传，支持创作影视、出版物等粤菜文化产品，运用广播、电视、报刊、互联网等媒体宣传粤菜文化。推动建设“粤菜博物馆”，打造粤菜传承载体；支持粤菜企业建设“博物馆餐厅”，为食客提供集美食、文化、社交、娱乐于一体的新型粤菜消费空间和场景，提升消费体验。推动粤菜文化进校园，开展“食育素养”教育，帮助学生夯实品位美食、感受幸福的能力。

（三）推广饮茶文化

梳理提炼问位点茶、斟茶礼节、行“叩茶礼”、揭盖续水、点心单盖印等以饮早茶为核心的广府饮茶习俗，推动广府饮茶习俗进入国家级非物质文化遗产名录。推动饮茶礼仪、流程、器具、

环境传承创新，形成兼具传统习俗和现代风尚的饮茶新风尚，不断丰富“一盅两件”的时代内涵。加强挖掘以广式点心为代表的特色小吃，推动建立广式点心制作工艺数据库；对具有独特历史意义的濒危广式点心实施抢救性记录，支持申报列入各级非物质文化遗产代表性项目名录，落实保护与传承措施；支持广式点心等小吃企业结合市场需求，改善食材、改良制作、改进设计，提高产品品质和市场竞争力。打造“饮茶+游船”“饮茶+旅游巴士”等模式，丰富饮茶消费场景。以“饮茶文化”为主题举办专业论坛、技艺竞赛等行业交流活动，推动“广式饮茶”走出去，不断扩大饮茶文化影响力。

二、“强链”行动

（一）推进餐饮产业“链长制”

以餐饮产业“强链”为导向，持续深入实施“链长制”，实施育强引优计划，区分不同垂类，培育“1+N”（1个链主企业+N个重点企业）企业体系，推动产业要素集聚。支持链主企业有效整合餐饮产业链优势资源，发展数字系统、中央厨房、设计研发、食品安全等产业服务平台体系，带动餐饮产业链优化升级。探索构建“链主企业+服务平台+产业基金+链上企业”产业生态体系，发挥金融与平台服务功能，带动广州餐饮产业链高质量发展。

（二）推动全产业链联动贯通

推动产业上游（供应链）、中游（餐饮服务）、下游（餐饮消费）融合发展，贯通从农业资源到餐桌的餐饮产业链条。加强全产业链条招商，吸引海内外食材供应链管理及配套服务企业落户

广州。支持龙头餐饮企业链接上游供应端，深度参与食材原料种养殖和餐饮设备研发，提高产业集聚度、安全度和竞争力。鼓励餐饮企业向下游延伸，加强与旅游、健康产业、音乐、赛事互动融合，打造“美食+旅游”“美食+康养”“美食+音乐”“美食+赛事”等复合消费新场景。

（三）强化科技金融赋能

依托广州国家现代农业产业科技创新中心等科创平台，研发食材新品种、烹饪新设备等，推动科技强链。推动新消费产业基金和其他引导基金组建餐饮产业链子基金，鼓励金融机构创新推出餐饮行业金融产品，健全银企对接机制，为餐饮经营主体融资提供便利；精准提升对链主企业和重点链上企业的金融支持，扩大商标等知识产权质押融资惠及面。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。

（四）提升预制菜流通能级

健全预制菜冷链物流渠道，补齐上游“最初一公里”和下游“最后一公里”短板。引导相关机构建立预制菜技术联合开发平台，不断提升预制菜品质。培育一批跨区域预制菜仓储冷链物流企业，建设“冷藏设备-冷链企业-冷链区域中心”闭环冷链物流体系。依托南沙国际冷链分拨中心、石湖智慧供应链物流总部等物流园区载体，探索整合预制菜采购、仓储、流通、销售、配送等环节资源。

三、“强企”行动

（一）培育壮大市场主体

做强龙头企业，着力打造全国和全省百强餐饮企业集团。支持本土成长速度快、发展潜力大的优质餐饮企业对接资本市场，加快融资上市。鼓励有条件的餐饮企业进行跨行业、跨地区的兼并重组，实现产业链整合、有序扩张，促进企业向规模化、连锁化、集团化方向发展。鼓励中小餐饮企业专攻市场细分领域，寻求特色化、差异化发展路线。支持广州餐饮企业“走出去”跨区域发展，积极拓展国内外市场。鼓励小微市场主体“个转企”与“小升规”，加强政策支持兑现。持续优化餐饮发展环境，解决餐饮行业存在共性的难点、痛点和堵点问题，对重点企业进行“一企一策”服务，对发展潜力大、成长性好的餐饮企业给予奖励。

（二）推进餐饮品牌建设

引导企业培育著名商标和品牌，支持参加中华老字号、国家钻级酒家、米其林、黑珍珠、餐饮“百强”等行业评选。鼓励餐饮龙头企业申报广州市总部企业，享受相关优惠扶持政策。梳理认定一批餐饮老字号，推动在企业架构、产品研发、经营策略等进行改革创新，实现“老店焕新”。组织开展广州餐饮“名店”“名厨”“名菜”“名点”评比活动，持续加强宣传推广。组织餐饮企业参加国内外餐饮博览会、产业发展大会等，鼓励参加全国性烹饪技能竞赛，不断增强广州餐饮美誉度和影响力。联合驻外机构和异地广州、广东商会，营销推广广州餐饮品牌和广州美食。实施广式点心拓展战略，支持以点都德为代表的一批广式点心企业拓展国内外市场，建立核心品类标准体系，推动统一形象标识。加大餐饮领域知识产权保护力度，依法查处侵犯知识产权违法行为。

依法打击餐饮领域恶意“索赔”、敲诈勒索等行为。

（三）支持餐饮数字化建设

推动传统餐饮企业实施数字化转型升级，运用数字化技术提升门店预约、点餐、支付、评价等全流程服务环节。支持餐饮企业加快数字化布局，加强与数字化服务平台企业合作，定制化开发数字化系统，加强门店选址、产品研发、供应链选择、门店运营等经营管理流程数字化分析，提升管理效率。鼓励餐饮企业加强数字化营销，拓展外卖、小程序等新业务板块，借助餐饮平台、社交电商、“粉丝”经济、直播带货等开展数字化营销，实现餐饮服务线上线下融合创新发展。

（四）鼓励提升国际化水平

吸引国内外知名餐饮品牌落户广州，与本地企业“一视同仁”享受政府服务和餐饮扶持政策，提升餐饮国际化、多元化发展水平。支持本土餐饮企业出海拓展，对餐饮企业品牌塑造、标准化建设、食品安全保障、通关、融资、投资风险评估等提供支持。发挥世界美食城市联盟作用，加强与国际美食城市联系，搭建高水平交流平台。多渠道满足境外来穗人员的餐饮消费支付需求，按照“大额刷卡、小额扫码、现金兜底”解决方案，推动餐饮重点商户开通外卡受理，丰富移动支付产品供给，创新研发数字人民币解决方案，疏通餐饮消费支付“最后一公里”。

（五）加快培育高级管理人才

强化人才支撑效用，积极引进国内外餐饮专业经营管理人才，优化高层次餐饮人才服务机制，落实人才落户、子女就学、

医疗保险、出入境等生活配套政策。鼓励广州餐饮企业与高校开展深入合作，培育本土餐饮领军人才，培养储备职业经理人、新媒体营销等人才梯队。

（六）创新培育餐饮消费新模式

针对居家、门店、办公室、便利店、大排档、野外露营等多元餐饮消费场景，推出多样化餐饮产品，拓宽餐饮多样消费新体验，满足食客多元餐饮消费需求。挖掘广州夜间餐饮消费市场潜力，支持打造特色化“深夜食堂”，营造“宵夜+夜娱”“宵夜+夜购”等夜间烟火消费新场景。把握餐饮零售化趋势，研发推出高品质预制菜，提供送餐上门、美食定制等增值服务，通过“餐饮+零售”双轮驱动，打造企业第二增长曲线。鼓励企业联合行业协会、平台公司和专业院校，共同打造集美食文化展示、品牌孵化、食材推广、美食直播、论坛研学交流等多功能一体的餐创空间和美食品牌孵化基地。

四、“强技”行动

（一）锐意创新技艺

发挥广州作为世界美食城市联盟（**Delice**）成员作用，支持行业商协会组织本地名店、名厨参与联盟游学。发挥国际友好城市平台，开展城市间餐饮文化交流互动。用好博古斯中国学会，帮助本地年轻厨师团队走向国际烹饪舞台。坚持传承创新，吸取南北烹饪灵感，糅合东西饮食元素，鼓励厨房革命，运用新食材、新技艺、新理念，探索开发不同菜系、不同国别的融合菜式，为广州美食注入新活力。鼓励创新餐酒、餐茶、餐汤搭配，不断丰

富消费组合、消费体验。

（二）强化厨师培训

鼓励高校开设餐饮本科专业，对标世界厨艺大赛、国内外教学标准设置专业课程，支持名厨任教。鼓励餐饮企业成立研发中心、工作室，打造开放的厨师培训平台，共享培训资源。充分利用社会培训资源，从办学条件较好、培训质量较高的职业院校、技工院校、培训机构和餐饮企业中确定一批厨师培训基地，承担培训任务和职业教育。开设“粤菜师傅”订单班，对接市场用工需求开展脱贫人员定向就业。持续开展星级“粤菜师傅”认定，发挥“粤菜师傅”名厨在传承弘扬粤菜文化、推进粤菜创新发展等方面更好发挥示范引领作用。支持餐饮企业、培训院校、粤菜大师工作室派员前往法国蓝带厨艺学院、迪拜国际厨艺中心、西班牙巴斯克烹饪中心等顶级烹饪学校培训深造。

（三）开展技能竞赛

支持博古斯世界烹饪大赛中国区选拔赛、亚太区选拔赛落户广州。推动烹饪、咖啡、调酒、披萨、烘焙、新茶饮等全国性大赛、大师赛在广州举行，定期举办“粤菜师傅”技能大赛。对厨艺精湛、业绩突出、行业影响较大的优秀技能人才，积极推荐申报“中华技能大奖”“全国技术能手”“南粤技术能手奖”等奖项，并按技能人才给予落户支持。

五、“引流”行动

（一）推动发展“餐饮+电商”

推动广州饮食文化与数字化技术融合，充分发挥广州 MCN

机构规模优势，通过短视频、探店直播等方式多维展示本地饮食文化内涵，讲述广州美食故事，扩大信息触达范围。注重利用电商互联网平台，创新提供运营、推广、促销、导流、分享一体化营销服务，提升消费者用餐体验和消费便利，做大城市公域流量、发展品牌私域流量。通过社交化电商平台，提供“社交币式”的餐饮信息，吸引各地食客前来享受广州“舌尖盛宴”。

（二）推动发展“餐饮+会展”

依托广州“会展之都”优势，积极承办高等级多行业峰会、展览，支持举办酒店餐饮业博览会、中国餐饮品牌节、广州国际酒店用品展览会等餐饮行业展会，以会展促进餐饮，以餐饮服务会展。优化提升琶洲会展中心、空港会展中心、白云国际会议中心等会展场馆的内部及周边美食网点空间布局，充分发挥餐饮的商务载体功能。构建餐展对接服务平台，推动全市品牌餐饮供给与重点展会采购商消费需求精准匹配，提高会展流量向餐饮消费客流的转化率。

（三）推动发展“餐饮+枢纽”

优化以交通枢纽为中心，沿交通线呈放射状的餐饮业圈层结构格局。发挥白云机场、广州南站、南沙邮轮母港、地铁等交通枢纽的流量优势，打造功能复合的枢纽型餐饮消费场景，提升餐饮消费供给标准，优化“交通+餐饮”消费链路。强化交通枢纽的广州餐饮文化标识，成为外地旅游、商务人士品味“食在广州”首站。

（四）推动发展“餐饮+文旅”

推动在北京路、上下九、永庆坊、花城广场、马场、沙湾古镇、南沙湿地、百万葵园和南沙十九涌等景区规划建设美食集聚区，精心打造美食旅游路线，推动美食体验与历史文化、文化创意、自然生态、滨海休闲等文化旅游项目融合发展。整合珠江沿岸文化旅游及餐饮资源，推动水岸融合联动发展，做强“珠水百年·水上茶居”品牌。支持品牌餐饮与地方特产、文旅经典跨界联名，推出餐饮文创产品。推动大中型旅游景区内部及周边、小型景点周边合理设置美食网点，支持五钻以上国家级酒家与景区、景点合作打造特色餐厅，设计与环境文化相契合的场景和主题，为游客提供沉浸式餐饮服务，推动美食与景点相互引流，打造满足游客边逛边吃一站式综合体验场景。

（五）推动开展“餐饮+招商”

邀请外地餐饮品牌来穗参与国际美食节、精品美食荟及其他餐饮行业活动，了解广州餐饮市场、降低市场测试成本，吸引外地餐饮品牌在广州开设首店、旗舰店。组织餐饮行业协会、重点企业、厨师到国内外城市开展行业交流，宣传推广广州餐饮发展环境。用好国家外交、国际论坛、投资年会、国际展会等高端平台，以餐饮为桥梁和特色名片，展示广州宜居环境，吸引国内外企业投资广州。

六、“共建世界美食之都”行动

（一）促进行业合作

共铸“湾区美食”品牌。推动大湾区餐饮行业合作，加强餐饮与旅游、互联网、食品工业等行业结合，实现大湾区餐饮产业化

发展。推动湾区饮食文化产业与设计创意产业融合，将餐饮纳为大湾区文化创意产业重要组成，以美食文化为核心，创新广州旅游餐饮产品。引入“数字美食”创新机制，推动湾区饮食文化与现代科技的改良创新，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。

建立湾区联动机制。邀请米其林指南、黑珍珠、美食林、最佳餐厅（**Best 50**）、福布斯“福厨”等国内外权威机构发布大湾区美食餐厅、主厨榜单，支持餐饮行业及社会各界组织开展大湾区美食活动，传承湾区美食故事，挖掘民间美食与技艺，做好湾区美食文化挖掘、保护和传承，增强湾区饮食文化情感认同。探索在广州、香港、澳门等地轮流举办湾区主题美食节，粤港澳三地联合举办烹饪大赛、名菜名小吃评选、行业发展论坛、餐饮主题展会等活动，形成美食界大湾区合作圈。

连通湾区推荐标准。探索构建连通粤港澳大湾区的“粤菜师傅”工程标准体系。发挥行业协会纽带作用，探讨香港“优质旅游服务计划”、澳门“星级旅游服务认可计划”走进广州，结合国家钻级酒家标准，在大湾区范围内认定一批推荐餐厅，并在本城市及大湾区范围内，给予宣传、旅游、促销等资源倾斜。

（二）加强人才培养

打造湾区餐饮创新创业平台。积极引入香港、澳门管理人才和创业人才，引导广州餐饮行业推行专业人才制度，加强食品职业经理人培养，促进企业经营管理专业化、规范化。建立大湾区餐饮行业专家以及人才档案库，为餐饮企业人才在广州以及其他

大湾区城市就业创业提供智力和技术支持。

加强湾区餐饮人才培养合作。依托广州中职及高等院校资源，发挥香港、澳门在国际影响、资本运作、信息广告等方面优势，大力推进大湾区产学合作、校企合作，建立香港、澳门餐饮品牌与广州餐饮品牌的定向交流共建、定向培训及购买广州人力服务，促进广州餐饮业提升对外交流和现代化管理水平。

（三）共创良好环境

倡导湾区餐饮绿色发展，推动湾区食品包装安全标示创新。以创意设计为指导，完善“健康选择标识”的视觉化设计，推动绿色知识普及化。发展康养粤菜，研究粤菜食品营养成分，宣传粤菜营养特点，形成文明健康、绿色营养的湾区饮食文化。

第四章 高质量空间布局

一、空间格局

围绕“彰显广州味、荟萃世界韵”，落实国土空间规划、珠江沿岸高质量发展建设规划、国际消费中心城市发展规划等要求，系统谋划广州“**餐饮核心区-餐饮特色区**”的空间格局，持续擦亮“食在广州”金字招牌。

（一）品质化提升餐饮核心区（中心城区）

餐饮核心区主要集中在中心城区，依托广州餐饮深厚底蕴、滨江景观、历史文化、旅游景点等资源，打造餐饮消费最为集中、广州味道最为彰显、国际风味最为荟萃、空间品质最具魅力的世界级餐饮消费核心承载区，成为精致餐饮品牌集聚地、餐饮创新策源地、世界级美食目的地。

“一带”，即**珠江沿岸餐饮高质量发展带**。通过空间整合、景观整治、交通组织、业态优化等措施，沿珠江前航道打造西-中-东三个“十公里”滨江国际美食长廊。引入高端餐饮品牌，荟萃全球顶级美食，依托滨江历史文化资源和生态景观资源，打响“世界美食在广州”品牌，构建全球游客心驰神往、世界食客慕名而来的中外餐饮交相辉映的世界级滨江餐饮消费目高地。

“两片”，西为**传统特色餐饮集聚片区**，东为**现代时尚餐饮集聚片区**。西部传统特色餐饮集聚片区主要包括荔湾和越秀城区，依托深厚的历史文化沉淀资源，重点发展历史文化餐饮、西关特色餐饮、岭南特色餐饮，品味“最广州”。东部为现代时尚餐饮集聚片区，主要包括环市东、珠江新城、天河路、广州塔、琶洲西等区域，重点发展精品中餐、高端国际餐饮等现代时尚餐饮，寻味“最国际”。

（二）差异化打造餐饮特色区（外围城区）

餐饮特色区主要是中心城区以外的外围城区，依托良好的自然资源、景观条件，差异化打造各区特色餐饮主题，发展海（河）鲜、农家菜、传统家常菜等，引入特色风味餐饮。

东部客家特色美食区。主要指外围城区东部区域，结合当地客家文化民俗特色，依托当地绿色生态食材，充分挖掘乡村美食资源，突出发展客家餐饮、特色风味小吃、乡村传统家常美食特色，推动餐饮、旅游、购物、娱乐、休闲、生态等多元融合发展。

北部岭南乡土特色美食区。主要指外围城区北部区域，发挥生态环境优势，充分挖掘乡土美食资源，突出岭南乡土美食特色，

打造集餐饮、购物、娱乐、休闲、生态等多功能为一体的餐饮特色文化。

南部海（河）鲜特色美食区。主要指外围城区南部区域，凭借滨海滨河优势，充分挖掘海（河）鲜水产美食资源，突出海（河）鲜美食特色，突出高端化、国际化，推动餐饮、购物、旅游、休闲等多业态融合发展。

二、餐饮集聚区体系

衔接《广州市建设国际消费中心城市发展规划（2022-2035年）》，构建“5+3+N”餐饮集聚区总体布局体系，推进餐饮空间集聚化发展、特色化发展、品质化发展，着力解决中心城区地标不突出、外围城区特色不明显的短板，优化餐饮空间结构和布局，推动餐饮高质量发展。

（一）建设5个世界级商圈餐饮集聚区

围绕国际消费中心城市五个世界级商圈（天河路—珠江新城、长隆—万博、金融城—黄埔湾、白鹅潭、广州塔—琶洲商圈）培育建设，品质化提升餐饮发展水平，持续引进国际知名餐饮品牌、高端特色主题餐厅，主打精致餐饮、休闲餐饮、时尚餐饮等，发展品质化、特色化的各国风味餐饮，树立全球餐饮消费时尚标杆。

（二）打造3个中西特色美食集聚区

立足历史底蕴、区域特色和产业优势，集中资源在北京路惠福美食街片区、广州塔-珠江琶醍片区，以及珠江新城东南核心区域打造中西特色美食集聚区。北京路惠福美食街片区依托千年商

街，突出粤菜特色，成为广州触摸历史、品位生活的典范；广州塔-珠江琶醍片区发挥城央和滨水优势，突出国际、现代、年轻特色，形成水、陆、空（广州塔）立体美食集聚；珠江新城东南核心片区发挥外国使领馆汇集的优势，优先发展国际菜系和高端餐饮。从“政府经营环境、企业经营市场”的角度，做好区域策划、项目建设、品牌提升。适时拓展中西特色美食集聚区范围，重点打造上下九-永庆坊餐饮集聚区，发展西关风情特色餐饮。

（三）打造 N 个满足大众需求的特色餐饮集聚区

一批特色菜系餐饮集聚区。结合广州外籍人口分布情况，打造天河南日式美食集聚区、小北非洲美食集聚区、琶洲混合外籍美食集聚区、远景路韩国餐饮集聚区等。结合国内户籍人口分布情况，打造海珠区国际轻纺城区域湖北菜集聚区、小北-淘金区域新疆菜集聚区、天河棠下河南菜集聚区、邮轮母港港澳餐饮集聚区等。

一批特色主题餐饮集聚区。融合魅力茶文化，发挥芳村全国最大茶叶市场优势，打造古韵十足的茶饮文化体验区；创新食补药文化，在荔湾国际医药港、番禺“药王谷”等发展养生美食；传播独特花文化，挖掘越秀老广以花入汤的食花习俗，从化、增城等花卉基地的花卉食补餐饮，丰富广州特色餐饮内涵。

一批文旅展型餐饮集聚区。依托琶洲会展、增城客家风情、番禺汉溪长隆、南沙滨海旅游观光、从化和花都乡土风情、火炉山、白云山、大夫山、华南植物园等文化和美食元素，推动举办广府美食文化节等活动，提升餐饮品牌知名度，服务外地游客和

本地周末出游人群，大力发展休闲餐饮、农庄乡土美食、沿海海鲜美食等特色餐饮。

一批枢纽型餐饮集聚区。依托水陆空交通枢纽和轨道交通枢纽，重点建设广州北站-白云机场、广州南站、南沙湾（南沙邮轮母港）、广州东部枢纽、广州站、广州东站等枢纽型餐饮集聚区，发挥集聚辐射国际国内作用，积极引入知名品牌连锁餐饮，主打轻餐、快餐、休闲餐和正餐等，设置一定规模的手信店，如广州的茶点、糕点和腊味等，对粤菜进行推广和宣传。

一批夜间餐饮集聚区。各区结合本区特色，以羊城夜市先行区为重点，融合娱乐、休闲、旅游等功能，规划建设夜间消费集聚区，打造一批有品位、有特色的夜间消费集聚区和网红打卡地，如沙面、琶醍、太古仓、天德广场、花城广场等，组织夜间消费活动，提升夜间消费吸引力和丰富度。

三、分区发展指引

（一）越秀区

保护北京路、长堤、新河浦等历史文化街区风貌，通过微改造进一步提升餐饮发展环境。北京路-海珠广场商圈以粤菜为重点，兼顾西餐、东南亚菜、国内地方菜系，建设中西特色美食集聚区；培育沿江路夜间餐饮消费集聚区，规范提质沿江中路酒吧、夜宵集聚地，打造老广州风情酒吧、美食街。依托二沙岛广东美术馆、星海音乐厅、广东华侨博物馆等资源，发展轻餐饮、露天酒吧等休闲化、特色化餐饮。依托花市、庙会、美食节等节事，增加非物质文化遗产展示、慢食大会、厨艺大赛、名店评选等活

动。

（二）海珠区

优化区内餐饮业布局，依托广州塔-珠江琶醍积极培育中西特色美食集聚区。吸引知名餐饮品牌进驻琶洲会展商务区、中轴线南端行政办公区、珠江后航道滨水休闲区、黄埔古港旅游文化观光区等区域，推动餐饮与商务、文化和旅游融合。结合海珠湿地及周边乡村资源，发展特色乡土美食。

（三）荔湾区

以白鹅潭商圈建设为契机，跨江联动聚龙湾太古里、太古仓、沙面，重点发展精致餐饮、风味中餐、茶馆等餐饮类型，积极引入咖啡厅、酒吧等休闲餐饮和夜间餐饮业态，推动餐文商旅融合。依托上下九-永庆坊商圈，发挥老字号众多的特点，集中打造西关和岭南特色餐饮等传统粤菜区域，同时挖掘特色 **IP**，注入“广州故事”，增加节庆活动，发展正餐、休闲餐饮、快餐等业态类型，打造美食、文化展示窗口和餐文旅商融合发展的美食地标。

（四）天河区

积极引进国际化品牌，壮大钻级酒家、米其林、黑珍珠等餐厅规模，提升餐饮品质，发展精致餐饮。围绕珠江新城东南片区中西美食集聚区建设，推动发展一批国际、创意菜系品牌，打造特色美食品鉴高地。依托火炉山、凤凰山和龙眼洞森林公园生态旅游，发展生态景观式公园餐饮。依托夜市场、夜演艺、夜展览，以夜间餐饮带动夜间经济增长。举办美食文化节活动，借助音乐会、大剧场、博物展览及体育赛事，积极拓展海外美食消费市场，

将美食推向世界。

（五）白云区

依托白云新城商圈建设，整合万达广场、5号停机坪等购物中心美食广场，提升远景路韩国风情街空间品质，促进餐商旅融合发展。结合白云区多元外来人口，发展休闲餐饮、创新餐饮、体验餐饮及粤菜、川菜、湘菜、日本料理、韩国菜、东南亚菜、西餐等多样菜系。完善白云湖、空港、白云北等功能区餐饮配套，科创园区、工业区完善员工食堂、中央厨房团餐配送等餐饮配套。

（六）黄埔区

对黄埔军校、深井古村等历史文化街区进行微改造，提升餐饮营商环境，促进餐文旅商融合。注入高端餐饮，带动传统餐饮升级。中新知识城、黄埔湾、科学城、长岭居等区域完善配套餐饮服务，促进商业区、居住区的餐饮业同步发展。积极引入国际品牌餐饮，注重引进团餐企业，树立品牌、扩容提质，大力建设黄埔区餐饮产业集群。

（七）番禺区

建设高品质餐饮消费集聚区，以长隆-万博商圈建设为契机，联动长隆5A级旅游资源，整合万达广场、番禺天河城、四海城等大型商业综合体，引入高端餐饮品牌，提升餐饮品质与气质，发展食、住、游、购、乐等多元业态。依托番禺广场、亚运城、市桥北片、祈福、沙湾古镇等餐饮消费集聚区，培育各具特色的餐饮企业，促进餐饮业扩大规模。依托区位优势，持续完善广州南站、广州大学城餐饮等区域餐饮，为科研人员、大学生、居民

提供快捷化、特色化餐饮服务。积极申报参评星级农家乐，吸引游客体验乡土美食和河鲜等特色餐饮。

（八）花都区

优化曙光路、喜立登美食街街区环境，提升空间品质、丰富餐饮业态，吸引老字号餐饮入驻。白云机场航站楼内完善餐饮配套，提供快餐、早茶、手信等特色服务。广州北站周边谋划打造精致餐饮与大众餐饮、各国菜系多层次与多口味结合的餐饮集聚区。差异化打造南部休闲型、北部大众夜宵型、西部农事体验型、东部山区休养型的餐饮特色区，打造以“农家乐”为代表的岭南乡土餐饮集聚区，推动餐饮、民宿、采摘、购物、农事体验融合发展。

（九）南沙区

以南部综合体建设为契机，突出滨海优势，积极引入高端餐饮品牌，注入岭南文化风情，大力发展精致餐饮，打造广州滨海餐饮地标。依托南沙湾，做强粤菜特色，积极引入港澳餐饮，以餐饮为媒，强化粤港澳大湾区共同精神家园纽带。以真功夫、瑞幸等企业总部（或区域总部）入驻为契机，提升餐饮企业总部能级，培育餐饮龙头企业。注重服务大产业、大项目，完善餐饮配套，满足员工休闲聚餐的需求。

（十）从化区

优化从化温泉美食街，彰显岭南乡土和自然生态特色，丰富消费体验。针对温泉美食街、温泉旅游、山区自然生态旅游等餐旅资源开展美食、旅游活动宣传，开设广州国际美食节从化分会

场，吸引国内外游客。持续整治农家乐，促进餐饮规范化发展，将农家乐环境污染降至最低。

（十一）增城区

依托增城中轴线、增江两岸等特色区域，打造大众餐饮集聚区和文化特色餐饮集聚区。依托东部中心建设契机，谋划打造餐饮集聚区，在商业综合体、购物中心及沿街完善餐饮配套服务。重点针对客家美食、“万家旅舍”等特色开展旅游宣传、美食活动，可开设广州国际美食节农家乐分会场。

第五章 实施保障

一、加强组织领导

按照“全市统筹、部门协同、上下联动、形成合力”的原则，在市、区培育建设国际消费中心城市工作领导小组架构下，建立健全促进餐饮业高质量发展工作机制，研究解决重点难点问题，督导任务指标落实。理顺部门之间、市区两级任务分工，明确工作职责，切实抓出工作实效。建立“食在广州”专家咨询机制，为“食在广州”推进提供参考和决策咨询。依法依规推动餐饮业数据公开共享，加强大数据监测分析。鼓励行业协会、第三方机构开展餐饮业分析。

二、强化规划引领

以广州市国土空间规划为依据，将规划餐饮集聚区纳入国土空间规划管理平台，实现餐饮与商业、居住、交通、文化、旅游等功能联动发展。各区在市的规划基础上，细化制定本区餐饮行业发展规划，明确发展目标、发展载体和发展路径；结合《广州

国际消费中心城市空间体系规划（2021-2035年）》和培育羊城夜市先行区布局，编制各区餐饮空间布局规划，以及重大餐饮项目实施计划，明确餐饮集聚区提升思路、任务和工作，加快推进各区重大餐饮项目落地。

三、建立“监督-评估”机制

强化追踪与评估规划实施效果，积极开展规划实施评估工作，建立常态评估机制。建立餐饮发展评估技术体系，围绕餐饮高质量发展的主要目标指标，明确体检评估主要指标、调查方式、工作组织机制等内容，提出评估方案，编制年度发展报告，以此调整优化行动计划，修正下年度工作重点。

四、加大政策支持

市、区相关部门每年在部门预算中安排资金支持餐饮企业转型升级、奖励经济贡献、鼓励行业交流和宣传推广等。引导社会资本设立餐饮领域股权基金、创业基金、产业基金，投向关键领域、薄弱环节和应用示范项目；鼓励金融机构对餐饮上市企业、产业链龙头企业、获得省级以上荣誉企业、行业领军企业等提供重点贷款授信额度支持。完善交通、停车、环卫、消防等服务配套，创造经营负担更小、便利性更高的营商环境。推动厨余垃圾源头减量和资源化利用，持续减少餐饮领域一次性塑料制品和包装物使用。推行餐厨垃圾资源无害化处理，大力发展环保型绿色餐饮消费。全面推行连锁餐饮企业食品经营许可证“告知承诺制”，允许批量申请、变更、延续食品经营许可证，减少非必要现场核查环节，降低企业行政成本。及时查处强制消费、强制“扫码点餐”

等违规行为，督促餐饮经营主体依法依规做好个人信息保护，保留人工服务和传统支付方式，不得拒收现金，丰富国内外消费者支付渠道。

五、发挥社团作用

充分发挥餐饮行业协会等中介组织作用，支持行业协会在加强行业自律、维护企业利益、沟通行业信息、加强业务交流、推广先进技术以及人员培训等工作。发动相关行业组织协助有关部门推进餐饮业品牌建设、标准化与等级评定等工作，配合搞好职业教育培训和职业技能资格认定，组织开展行业竞赛和美食节庆等活动，促进行业健康有序发展。鼓励行业组织对接金融机构、餐饮平台企业推出餐饮促销活动，为餐饮企业提供金融产品和流量赋能。

六、鼓励街坊参与

充分调动广州市民街坊对美食的热情，积极开展餐饮名店、名菜、名店、名厨等评选，发动市民街坊通过媒体、公众号、电商平台等渠道自发宣传，全方位展示“食在广州”魅力。通过网络问卷、专家咨询、市民论坛等活动，广泛收集市民街坊对餐饮发展意见，推动更多公众为餐饮高质量发展建言献策。鼓励市民街坊积极参与国际美食节及其他行业活动，提升参与感、获得感和幸福感。

七、突出安全保障

坚持厉行节约、反对浪费的方针，坚决制止餐饮浪费。积极推广“互联网+明厨亮灶”等模式，大力推广餐饮环节菜品配料和

制作方法自主明示制度，推广餐饮外卖封签制度，开展餐饮环节食品添加剂减量使用、非必要不添加、自觉抵制非法添加非食用物质承诺。落实餐饮业安全生产相关政策文件，进一步完善安全防控制度、指南和应急体系，明确投入使用、营业前消防安全检查流程等事项，并向社会公告。全面推进餐饮食品安全、消防安全、建筑安全、公共卫生安全等管理，支持餐饮企业“瓶改管”、“气改电”，完善无障碍设施建设，提升应急保障质量和水平。规范行业秩序，鼓励餐饮企业守法诚信经营，加强餐饮业价格管理，努力营造公平市场环境。

公开方式：主动公开