

广州酒家集团股份有限公司

“十四五”战略规划纲要

重要内容提示：本纲要是基于公司未来发展需要制定的战略规划文件。纲要涉及公司未来发展等前瞻性陈述，均不构成公司对投资者的实质承诺。在宏观环境和行业形势发生变化的情况下，公司可能根据实际情况对本规划做出适度调整。请投资者注意投资风险。

一、指导思想

坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻党的十九大和十九届二中、三中、四中、五中全会精神，深入贯彻落实国家、广东省及广州市“十四五”相关规划与目标，坚决贯彻落实中央及省委省政府、市委市政府关于国有企业改革发展的决策部署，以高质量发展为前提，以跨越式发展为目标，以满足人民对美好生活向往的需求为己任，不断加强企业的竞争力、创新力、控制力、影响力、抗风险力。

二、总体方针

做大市场、做强品牌、做活机制。通过“做大市场”进一步提升广州酒家的市场份额与营收体量，进而依托市场份额扩张持续“做强品牌”，拉升广州酒家的行业位势与影响力。同时，通过“做活机制”全力激发上下员工活力、充分与合作伙伴实现优势互补，为实现“做大市场”与“做强品牌”提供必要的机制保障与支撑。

三、战略思路

（一）一个定位：粤式饮食文化领导者

以粤式文化为底蕴，以餐饮服务与食品消费为核心，以科技创新与数字化变革为动力，以满足人民日益增长的美好生活需要为根本目的，推动粤港澳饮食文化融合发展与创新推广，打造粤式饮食文化全产业链生态，助力塑造与推广大湾区文化名片。

（二）两大主业：餐饮服务、食品消费

坚持走“餐饮强品牌”之路，打造深入人心的粤式餐饮龙头品牌。加快推进正餐业务精细化、连锁化发展，打造领先粤菜连锁品牌；深度推进粤式文化与餐饮服务创新融合，打造粤式饮食文化品牌；持续推动品牌影响力向团餐、东南亚菜系等新业态领域延伸，打造新业态领域特色品牌。

加快走“食品创规模”之路，打造高覆盖率的粤式食品龙头品牌。推动食品营销向市场全国化方向发展，在深耕华南区域市场上，大力拓展华东区域市场，持续扩大粤式特色食品市场份额；推动产品规划向品类矩阵化发展，通过以爆品带动品类、以品类带动品牌，持续提升单品与品类效益与规模。

（三）两大配套：食材供应链、人才供应链

食材供应链：围绕餐饮及食品产业打造标准化食材深加工中央厨房，实现生产的标准化、规模化、集约化和信息化，为企业餐饮及食品业务发展提供有力支撑。

人才供应链：围绕餐饮、食品产业需求，打造从招生、教学到就业的“一站式”全链条培训模式，为公司高质量发展提供人才支持。

四、重点任务

（一）餐饮强品牌，提升品牌美誉度、辐射力与文化内涵

（二）食品创规模，打好“城市、单品、品类”三大战役

（三）食材强产业，探索粤菜产业食材供应链服务新模式

（四）教育拓空间，打造餐饮食品行业特色职业学院

五、保障措施

（一）党建引领

深入贯彻新时代党的建设总要求，坚持党的全面领导，坚持从严治党，持续深化“大学习、深调研、真落实”，不断增强党的创造力、凝聚力、战斗力，推动党员干部增强“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”，为实现企业高质量发展提供根本保证。

（二）改革推动

以国有企业改革精神为指导，着力破解体制机制瓶颈，在建立健全长效机制上下功夫；通过系统筹划、有序推进、全面发力、多点突破，抓落实、提成效，深化国企改革向纵深推进。

（三）创新驱动

坚持以创新驱动高质量发展，把“创新是发展第一动力”落实到行动上，以市场为导向、以产业为依托，突出科技创新引领、积极布局数字化转型，以科技创新和数字化变革催生新的发展动能。

（四）产融互动

建立“资源、资产、资本”三态转化的投资运营循环体系，推动实体产业与资本运营的良性互动，加强营销制造端口与投资并购互动协同。

（五）品牌拉动

充分发挥广州酒家品牌资产丰厚的优势，建立品牌矩阵，提升品牌辨识度、美誉度、普及度、知名度，以品牌拉动渠道建设，打造文化品牌、体验品牌与数字品牌。

（六）人才强企

把“人才是第一资源”落到实处，基于企业短期需求与长期需求，围绕“改革、转型、创新”主线，集聚领军人才、盘活人力资本，形成“干部能上能下、员工能进能出、收入能增能减”的人才队伍管理体系，强力支撑广州酒家发展战略。