ISSN：3078-8994
EISSN：3104-4492

“外卖冲击”下高校食堂影响研究——以上海立信会计金融学院为例

顾启坤 * 王宇飞 李泽民

上海立信会计金融学院会计学院，上海 201620

摘 要：外卖平台凭借便捷、品类与价格优势冲击高校传统食堂，食堂普遍面临客流减少、营收下降、成本居高的经营难题。本文以上海立信会计金融学院食堂为研究对象，采用文献研究、问卷调查及财务数据分析方法，结合 200 份学生消费调研数据与食堂财务指标，分析外卖冲击对食堂营业额、就餐人数、成本管控与盈利水平的影响。研究发现：外卖抢占食堂客源造成营收下滑，固定成本刚性使财务效益压力加大；回归分析表明外卖消费频率与金额均对学生食堂消费额产生显著负向影响。据此提出精细化成本管理、创新经营模式、搭建“食堂 + 外卖”融合模式等对策，可为同类院校食堂改善财务可持续性提供参考。

关键词：外卖冲击；高校食堂；财务效益；本量利分析；经营管理

DOI：10.64649/yh.shfzykjcx.issn3078-8994.202610031

0 引言

近年来，移动互联网与智能终端的普及推动外卖行业爆发式增长，深刻改变了大众餐饮消费习惯。据艾媒咨询《2023—2024 年中国在线外卖行业研究报告》，2019—2023 年中国在线外卖市场规模从 6500 亿元增长至超 1 万亿元，年复合增长率约为 10%。其中，高校学生作为外卖消费的主力军，凭借相对集中的居住模式与较强的网络消费习惯，订单占比逐年攀升，成为外卖平台的重要目标客群。本研究以上海立信会计金融学院食堂为研究对象，遵循 " 外卖消费行为—食堂经营情况—经济效益 " 的逻辑思路，通过 200 份问卷调查、典型窗口半结构化访谈及本量利分析等方法，量化外卖冲击的具体影响并从财务管理角度提出针对性对策，为同类高校食堂应对外卖冲击、提升财务效益提供科学参考。

1 文献综述与理论基础

1.1 外卖消费与高校食堂研究现状

在外卖消费行为方面，李大智和于茂林（2026）通过问卷调查发现大学生对外卖价格敏感度较高，但研究样本较为单一，难以全面反映群体特征 [1]；在食堂经营与财务效益方面，李林森（2026）采用案例分析指出食堂固定成本偏高是制约盈利的关键因素，且当前高校食堂财务评价维度相对单一，利润指标难以全面反映综合经营效益 [2]；针对外卖与堂食的关联，刘树英等（2025）证实数字时代外卖在一定程度上挤占堂食份额，产生双重影响，但深层因果机制尚不明确 [3]。

1.2 本量利分析与财务效益评价理论

本量利分析是研究成本、业务量与利润关系的管理会计工具。黎丁铭（2026）指出全成本管控需精确测算成本与收益平衡点 [4]；隋晶和隋孖玟（2026）强调财务核算须依托利润预测模型评估运营状况 [5]；闭木丹（2026）认为内部控制需借助量化模型监控变动成本消耗 [6]。基于此，本研究引入利润预测模型，如式（2-1）所示。

$$\pi = (P - V) \times Q - F \qquad (2-1)$$

式中，π 为月度利润，P 为平均客单价，V 为单位变动成本，Q 为月度就餐人次，F 为月度固定成本。设 P=15 元，V=9 元，F=20000 元 / 月，Q=3000 人次，代入得 $\pi = (15-9) \times 3000 - 20000 = -2000$ 元，从数值结果来看，当月账面呈现亏损。在本研究食堂的场景里，就餐规模下滑带来的冲击体现得比较直接，外卖渠道分流压缩了到店客流，就餐人次不足时，固定成本很难被摊薄，最终挤压了利润空间。

2“外卖冲击”下食堂经营与财务现状分析

2.1 学生外卖消费行为问卷调查分析

本研究发放并回收 200 份有效问卷，问卷 Cronbach's α 系数为 0.82，KMO 值为 0.76，从这两项指标来看，样本数据的信度与效度能够支撑后续分析，但该判断仅适用于本次收集到的学生样本。

问卷反馈的消费分布有明显分层特征。坚持一周完全不点外卖的学生只有 15%；每周下单 1 至 2 次的群体占 25%，这部分人群每周在外卖上大概花费 30 元；占比最高的是每周点 3–4 次外卖的学生，达到 40%，周消费均值 70 元；剩下 20% 的学生每周下单 5 次甚至更多，周均消费 120 元。按各组占比加权计算，样本的周外卖消费均值约 59.5 元，结合每月平均 4.33 周换算后，对应的月度消费大约为 258 元。这个结果说明，学生群体已经把一部分可支配的就餐预算投向外卖平台，食堂原本的客源和

ISSN：3078-8994
EISSN：3104-4492

消费份额因此受到挤压。

2.2 典型食堂窗口经营情况访谈分析

本研究选取校内两个典型食堂窗口开展半结构化访谈。数据显示，受访窗口当月营收为 45000 元。它的成本构成分为固定与变动两部分：固定成本 20000 元，占营收的 44.4%，涵盖摊位租金、设备折旧和相关管理费用；变动成本合计 27000 元，占营收 60%，其中食材支出 18000 元，人工成本 9000 元。测算后，该窗口当月利润亏损 2000 元，利润率为 − 4.4%，当月到店就餐人次只有 3000。在当前的成本水平下，这个客流规模不足以实现盈亏平衡。要注意的是，该观察只针对这两个受访窗口，不一定适用于校内全部食堂档口。从这个案例能够发现，高校食堂不少档口的成本很难灵活调整，当就餐人数下滑时，很难同步削减成本，经营压力会快速显现。

2.3 食堂本量利分析与盈亏平衡点测算

借助本量利模型，我们进一步测算该窗口的盈亏平衡规模。该窗口 P=15 元，V=9 元，单位边际贡献 6 元，边际贡献率 40%，F=20000 元 / 月。盈亏平衡点销量公式如式（3−1）所示。

$$Q_bep=F/(P-V) \quad (3-1)$$

代入得 Q_bep=20000/（15−9）≈ 3333 人次，也就是说，在当前定价与成本条件下，窗口每月至少要吸引 3333 人就餐才能实现收支平衡，对应的营业收入大约为 50000 元。但访谈收集到的实际客流只有 3000 人次，没能达到保本所需规模，由此形成每月 2000 元左右的亏损，这个计算结果和档口访谈获取的经营数据能够相互印证。上述各项核心测算指标整理在表 1 当中。

表1 本量利关键指标测算表

指标	数值	单位	计算依据
平均客单价 P	15	元 / 人次	访谈调研数据
单位变动成本 V	9	元 / 人次	访谈调研数据
单位边际贡献 (P−V)	6	元 / 人次	P−V 计算
边际贡献率	40.0	%	(P−V)/P
月度固定成本 F	20000	元	访谈调研数据
盈亏平衡点销量 Q_bep	3333	人次	式 (3-1) 计算
盈亏平衡点营业收入	50000	元	P×Q_bep
实际月就餐人次	3000	人次	访谈调研数据

3 外卖冲击对食堂财务效益的量化评价与对策

3.1 外卖行为与学生食堂消费的量化模型构建

为探究外卖消费行为对学生食堂消费的影响，本研究以学生月均食堂消费额 Y（元）为因变量，以每周外卖消费频率 X_1（次）、每月外卖消费金额 X_2（元）、外卖消费主要原因 X_3（1= 价格，2= 口味，3= 便捷，4= 其他）为自变量，构建多元线性回归模型，如式（4−1）所示，模型架构见图 1。

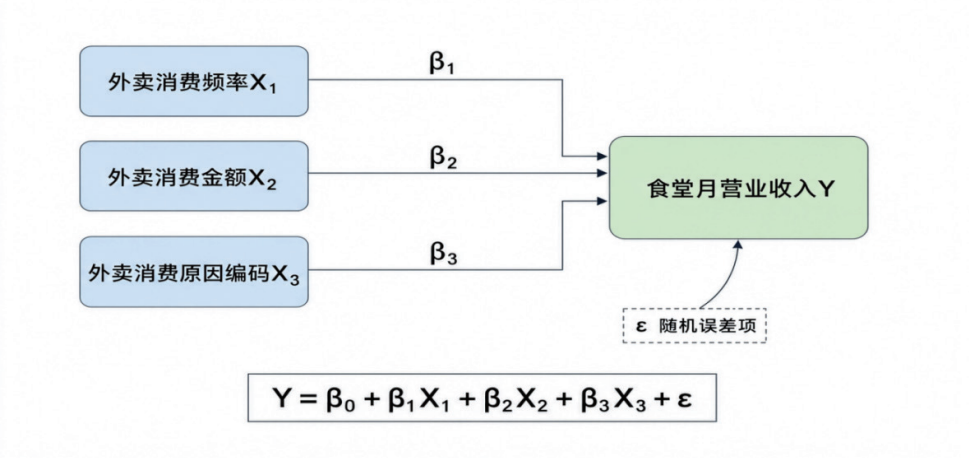


图1 外卖行为变量与学生食堂消费量化模型架构图

$$Y=\beta_0+\beta_1X_1+\beta_2X_2+\beta_3X_3+\varepsilon \quad (4-1)$$

模型 R^2=0.682，调整后 R^2=0.677，拟合效果较好。外卖频率（β_1=−42.3，p=0.002）与外卖金额（β_2=−0.38，p=0.015）系数均为负且显著，表明外卖消费越频繁、金额越高，学生食堂消费越低：每周外卖频率每增 1 次，月均食堂消费减少约 42.3 元；每月外卖消费每增 1 元，食堂消费减少约 0.38 元。消费原因变量（β_3=18.5，p=0.043）系数为正，说明因口味或便捷等非价格因素选择外卖的学生仍保留一定食堂消费需求。代入样本均值（X_1=3，X_2 ≈ 258，X_3=2），预测学生月均食堂消费约 393 元。

ISSN：3078-8994
EISSN：3104-4492

表2 回归模型系数汇总表

变量	回归系数	标准误	p 值	经济含义
常数项 β_0	580.5	35.2	0.000	基准食堂消费水平
外卖频率 X_1	−42.3	8.6	0.002	频率每增 1 次 / 周，月食堂消费减 42.3 元
外卖金额 X_2	−0.38	0.11	0.015	外卖每增 1 元 / 月，食堂消费减 0.38 元
消费原因 X_3	18.5	7.2	0.043	非价格因素外卖者保留更多食堂消费
模型 R^2	0.682	—	—	拟合优度
样本量 N	200	—	—	问卷有效样本

3.2 提升高校食堂财务效益的对策

可以尝试从定价方式上做出调整，采用弹性化的价格方案。食堂以往大多采用固定售价，这里可以搭配错峰折扣和套餐组合的方式灵活调整。客流偏少的时段，比如上午十点之前、下午两点之后，适当给出价格优惠；在用餐高峰时段，则主打性价比套餐，例如一荤两素 12 元的搭配。这类安排能够提升定价的灵活度，更容易吸引看重消费成本的学生回到食堂就餐。这一思路也和前面的实证结果能够对应上，回归分析已经说明，价格是学生选择外卖的重要考量，调整定价策略，对于挽回流失客源能够产生比较直接的作用。当然，折扣力度、套餐品类还需要结合窗口成本上限控制，避免优惠带来新的经营亏损。

在成本端，食堂窗口有必要推进精细化管控。食材方面，可以走集中采购渠道，和稳定靠谱的供应商签订长期合作协议，以此压低食材这一块的变动成本。人力上则可以重新规划排班节奏，搭配智能备餐设备分担一部分重复性工作，减少人工开支。

4 结论与展望

本文以上海立信会计金融学院食堂为案例，深入剖析了外卖冲击对高校食堂财务效益的影响机制与应对策略。研究发现：其一，2019—2023 年我国在线外卖市场规模年复合增长率约为 10%，受访学生周均外卖消费达 59.5 元，外卖已显著分流高校食堂的传统客源，导致食堂就餐人次与营业收入双重下滑；其二，通过本量利分析发现，典型食堂窗口固定成本占比高达 44.4%，盈亏平衡点为 3333 人次 / 月，而实际就餐人次仅 3000 人次，较高的固定成本刚性使食堂在面临外部冲击时财务效益承压明显；其三，回归分析证实，外卖消费频率与消费金额均对学生食堂消费额产生显著负向影响（$p<0.05$），每周外卖频率每增加 1 次，学生月均食堂消费减少约 42.3 元。基于上述结论，高校食堂应充分利用本量利分析等财务管理工具，科学制定弹性价格策略，强化食材采购与人力成本的精细化管控，丰富特色菜品结构并提升服务质量，积极探索"食堂 + 外卖"融合的线上线下一体化餐饮新模式，从而有效提升财务可持续性。本研究存在以下局限：问卷调查仅覆盖单一高校，样本代表性有限；典型窗口财务数据来自半结构化访谈，准确性依赖受访方配合。

参考文献：

[1] 李大智，于茂林．大学生外卖消费与高校食堂服务优化路径研究——基于某高校校园饮食消费行为的实证分析 [J]. 现代食品，2026(5): 220−222.

[2] 李林森．外卖冲击下高校食堂的竞争力提升路径与实践研究 [J]. 现代食品，2026(7): 51−53.

[3] 刘树英，牛悦，陈文涵，等．数字时代外卖对大学生堂食消费的双重影响与治理路径研究 [J]. 消费与品牌传播，2025(32): 18−21.

[4] 黎丁铭．全成本管控视角下高校食堂饮食中心降本增效对策 [J]. 纳税，2026, 20(19): 115−117.

[5] 隋晶，隋孖玟．高校食堂财务核算与管控的现状、问题与解决对策 [J]. 中国乡镇企业会计，2026(8): 211−213.

[6] 闭木丹．内部控制视角下高校食堂原材料采购管理研究 [J]. 中国物流与采购，2026(2): 121−122.

作者简介：顾启坤（2005.12—），男，汉族，江苏扬州人，本科在读，研究方向为会计学。
王宇飞（2006.03—），男，汉族，江苏泰州人，本科在读，研究方向为会计学。
李泽民（2005.12—），男，汉族，江西上饶人，本科在读，研究方向为会计学。

项目信息：上海市大学生创新创业训练计划项目“外卖冲击”下高校食堂财务效益影响研究——以上海立信会计金融学院为例（项目编号：X202611047005）。