

2025

中国饭店业职业人才培养报告



2025 中国饭店业职业人才培养报告

2025 National Hospitality Industry Talent Development Report

指导单位

中国财贸轻纺烟草工会

全国商业职业教育教学指导委员会

人社部康养生活服务类教学指导委员会

发布单位

中国饭店协会

中国饭店协会专家工作委员会

2026年3月

编 委 会

2025中国饭店业职业人才培养报告

总 编

陈新华

主 编

韩 明

副 主 编

宋小溪 张 翔

报告撰写

董一鸣

项目外联

刘 艳 杨晨驰 杨浩天

报告支持单位

全国饭店行业产教融合共同体

全国现代住宿业产教融合共同体

全国旅游饭店行业产教融合共同体

反馈意见或建议，请致电 010-88365877 或发送邮件至 chari-aidm@163.com

目 录

前 言	1
调研基本情况	2
第一章 人才培养情况调查	3
一、院校教学情况	4
（一）专业课与课堂教学整体满意度持续提升	4
（二）专业课程建设稳中有进，产教融合与数字化资源亟待深化	4
（三）课堂教学：教学实施规范高效，学生主动性与实训条件待加强	5
（四）教学内容诉求：重实践、强数字、追前沿、拓视野	6
二、职业指导情况	7
（一）职业规划着眼当下	7
（二）“兴趣主导”职业规划中的作用凸显	7
（三）市场信息是职业规划设计中的核心诉求	8
三、专业实习情况	9
（一）实习资讯网络成熟，未来可侧重精准化推送	9
（二）资源聚焦服务区域发展，本地资源成为主流	10
（三）实习经历对专业学习和就业具有校准作用	10
四、企业培养情况	12
（一）首选培训方式：内部师资为核心，线上线下协同补充	12
（二）常见激励措施：以结果导向性方式为主	13
（三）晋升节奏较快，平均两年左右	13
第二章 人才供需情况调查	14
一、人才供应情况	15
（一）学生毕业去向：先就业再发展，创业意愿回升	15
（二）院校生求职偏好	16

目 录

二、人才需求情况	19
（一）人才综合实力需求	19
（二）现阶段行业招聘需求分析	21
（三）现阶段企业招聘渠道	24
第三章 行业人才发展挑战	25
一、人才发展面临系统性挑战	26
二、行业人员流失率高居不下	27
三、新入职毕业生面临的“三座大山”	28
四、本专业就业意愿不足半数	28
五、缺乏协同机制和标准成为校企合作面临的突出问题	29
六、人才供需结构性矛盾突出	30
七、院校培养质量稳步提升，但产教融合深度不足	30
第四章 行业人才发展趋势	31
一、“投资于人”理念构建现代化人才生态	32
二、行业人才发展迈向系统化、标准化与高质量融合的新阶段	33
三、AI技术在业内普及进程加快，推动教学体系全面变革	34
四、下沉市场人才稀缺现象将进一步加剧	35
第五章 行业人才培养建议	36
一、深化产教融合，建立行校企“三组长”组织机制	37
二、强化数字技能培养，适配行业智能转型	37
三、优化职业指导体系，贯通短期规划与长期发展	38
四、注重软技能系统化培养，补齐综合素养短板	38
五、提升行业岗位吸引力，构建有竞争力的成长生态	38
六、精准对接下沉市场人才需求，优化区域人才布局	39
附录	40



前言

《中国饭店业职业人才培养报告》是中国饭店协会聚焦行业人力资源发展打造的年度核心研究成果，凭借扎实的调研数据与专业分析，持续获得行业企业、院校及相关主管部门的广泛认可，已成为洞察饭店业人才发展态势的重要参考。

2025 年的政府工作报告首次提出“投资于人”的发展理念，《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十五个五年规划的建议》更将人才作为中国式现代化的核心支撑，强调要加快建设国家战略人才力量，完善人才培养、使用、激励机制，推动人力资本积累与产业发展深度融合。饭店业作为吸纳就业、服务民生的重要支柱产业，其人才队伍的质量直接关系行业高质量发展成色，也与“十五五”规划中“促进高质量充分就业”“推进基本公共服务均等化”等目标高度契合。

本报告立足行业发展实际，以全国相关专业院校学生与住宿、餐饮企业人力资源管理者双边调研数据为基础，通过人才培养情况、人才供需格局、发展现实挑战、未来趋势预判及针对性发展建议五个章节，系统剖析行业人力资源领域的痛点难点，精准把握人才结构与产业需求的适配逻辑，为行业破解人才供需矛盾、优化人才培养模式、培育饭店业工匠人才提供实践指引。

衷心感谢所有参与调研、提供支持的院校与企业，是行业同仁的携手助力让报告更具实践价值。期待本报告能够为行业高质量发展注入人才动力，为推动饭店业人才队伍专业化、规范化、现代化发展贡献力量，在服务国家发展大局中彰显行业担当。

陈新平

中国饭店协会 会长

关于本报告

本报告名称中的“2025”指数据对应的年份。报告主要针对 2025 年住宿餐饮行业人才培养和需求情况做出调查分析。

调研时间及对象

本次调研由中国饭店协会开展，调研时间为 2025 年 9—10 月，以向全国范围内的住宿餐饮企业、职业院校和应用型本科院校发放电子问卷的方式开展调研。

样本信息概况

本次调研面向全国住宿餐饮企业人力资源事务负责人以及中职、高职和应用型本科院校相关专业学生展开，超过 110 位人资管理者和 1.5 万名在校生参与了本年度调研。调研单位覆盖内地 30 个省区市。调研结果可一定程度上反映当前住宿餐饮行业人才培养的特点和现状。

第一章 人才培养情况调查



一、院校教学情况

（一）专业课与课堂教学整体满意度持续提升

调研将院校教学分为“专业课”与“课堂教学”两个维度：

专业课方面，对专业课表示“满意”的受访学生占比为 71.17%，较上年提升 0.61 个百分点；感觉“一般”的学生占比为 24.4%，较上年持平；表示“不满意”或“特别不满意”的学生占 4.43%，较上年下降 0.34 个百分点。

课堂教学方面，74.15% 的受访学生对于课堂日常教学表示“满意”，较上年提升约 1 个百分点；这其中，表示“比较满意”的受访学生占比为 25.52%；表示“非常满意”的学生占比为 48.63%。

总体来看，无论是专业课还是课堂教学，满意度均呈现出稳健的复苏与向好态势，其中专业课满意度达近 5 年新高，课堂教学满意度接近往年最高点，这反映出职业院校的教学质量改革与提升工作取得了积极成效。然而数据的波动揭示了教学质量的稳定性和抗风险能力有待加强：波动背后虽有特殊背景，但也反映出教学体系在面对外部突发情况时可能存在脆弱性。如何构建更具韧性、更能适应变化的教学质量保障体系，确保满意度稳定在较高水平、避免大起大落，是未来需要深入思考的课题。

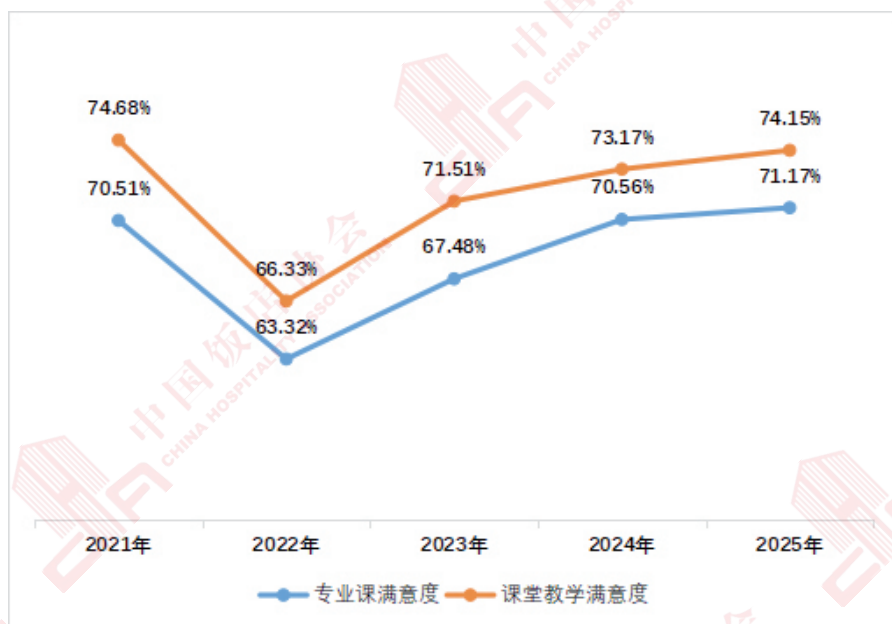


图 1-1 专业课与课堂教学整体满意度变化走向（2021—2025 年）

（二）专业课程建设稳中有进，产教融合与数字化资源亟待深化

本次调研针对“专业课”设计了 14 个感受评价指标，并设计五个度量选项（非常不同意、

不同意、一般、同意、非常同意)来统计受访学生的感受,并根据赋值法计算综合评价得分(满分为 5 分), 将专业课各个评价指标按照得分进行排序。各指标得分结果如下表所示:

表 1-1 专业课情况指标评价得分 (2025 年)

序号	项目	综合评价得分
1	专业课种类多种多样	4.478
2	专业课有明确和清晰的课纲 (课程安排)	4.125
3	专业课兼顾实操训练	4.105
4	专业课内容实用	4.101
5	专业课内容对未来职业发展有重要作用	4.098
6	专业课课堂气氛活跃	4.095
7	专业课的考核方式多元化	4.094
8	专业课确实提升了我的整体能力和水平	4.093
9	专业课内容充实丰富	4.088
10	专业课内容新颖	4.071
11	专业课能够激发我对本专业学习的热情	4.067
12	专业课教材生动有趣	4.050
13	线上教学资源丰富	4.035
14	专业课经常邀请行业大咖作为客座讲师	3.855

数据显示,得分排名前三的优势指标分别为“专业课种类多种多样”、“专业课有明确和清晰的课纲 (课程安排)”和“专业课兼顾实操训练”。排名靠后的末位指标是“线上教学资源丰富”和“专业课经常邀请行业大咖作为客座讲师”,且后一项得分明显低于其他所有指标。

总体来看,2025 年专业课建设呈现出基础扎实、实践导向、结构优化的良好态势。学生普遍认可课程的多样性、教学规范性及实操训练的融入,认为课程内容实用且有助于职业发展。然而调研也揭示出,尽管教学实施层面表现亮眼,但产教深度融合仍显不足,尤其是“邀请行业专家授课”的频率与质量亟待提升;线上教学资源的丰富度仍有较大提升空间。

(三) 课堂教学：教学实施规范高效，学生主动性与实训条件待加强

本次调研针对课堂教学情况,设计了 7 个感受评价,并设计 5 个度量选项(非常不同意、不同意、一般、同意、非常同意)来统计受访学生的感受,并根据赋值法计算综合评价得分(满分为 5 分), 将课堂教学各个评价指标按照得分进行排序。各指标得分结果如下表所示:

表 1-2 课堂教学情况评价指标及得分（2025 年）

序号	项目	综合评价得分
1	教师在教学中经常运用多媒体资源（如图片、视频等）	4.195
2	教师拥有丰富的行业从业经验 / 经历	4.192
3	教师对学习问题能够及时清晰地解答	4.174
4	教师对我的作业和其他学习成果进行公正评价	4.166
5	教师能够对行业的新动态进行介绍或讲解	4.155
6	教师能够调动我的学习积极性	4.132
7	教学实验室的硬件设备完善	4.098

结果表明，目前课堂教学呈现出教师主导、经验丰富、方式多样的鲜明特征。学生普遍认可教师在行业背景、多媒体应用、问题解答等方面的突出表现，教学过程规范且富有信息量。但在激发学生主动学习兴趣方面的效能仍有提升空间，教学实验硬件设施的完善程度未能完全匹配实践教学的需求。

（四）教学内容诉求：重实践、强数字、追前沿、拓视野

调研针对受访学生询问了希望在专业课中增加的内容。结果显示，学生最强烈的诉求集中在实操能力、数字技能和行业前沿三大方向，体现了从理论向实战、科技、趋势的转型。“实践技能操作”成为最受期待的内容；“数字化系统运营”与“行业内新兴业态相关知识”分列第二、第三位。同时，对“国际化服务”“AI 工具应用”的关注，反映出学生对未来职业发展的前瞻性思考。

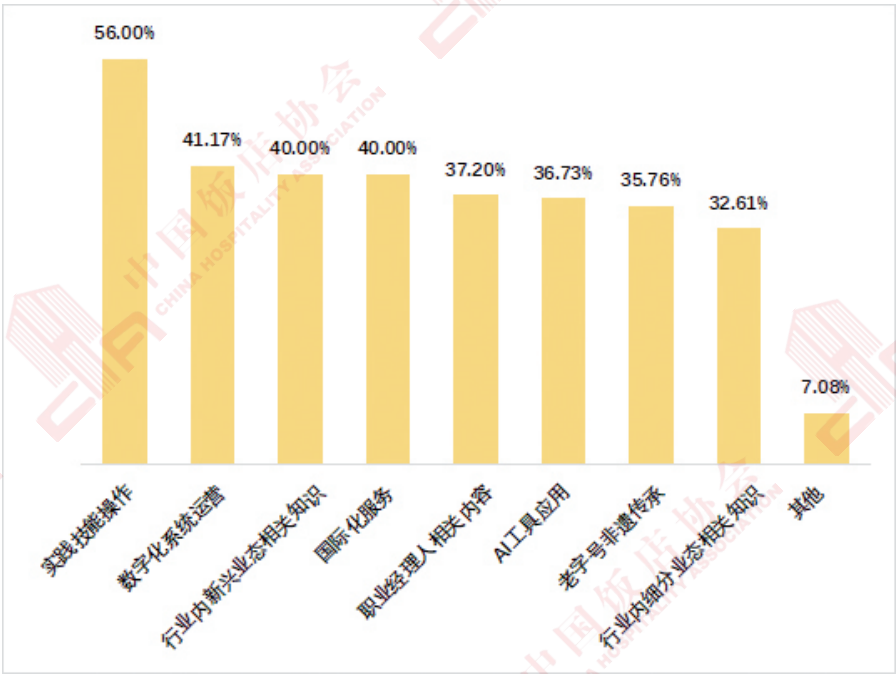


图 1-2 教学内容增加诉求（2025 年）

二、职业指导情况

（一）职业规划着眼当下

数据显示，截至填写问卷这一刻，有 83.77% 的受访学生表示开展了个人职业规划。其中，做短期目标规划（2 年及以内）的人数最多，占比达 52.87%；其次是做中期目标规划（3—5 年），占比为 16.92%；做长期目标规划（6—10 年）和整体规划的人数较少，占比分别为 4.05% 和 9.93%。

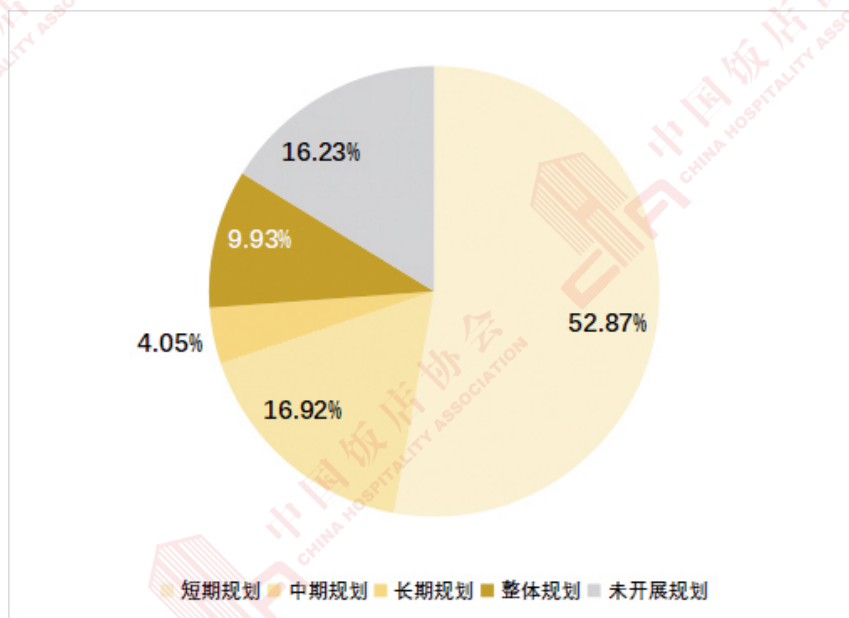


图 1-3 受访学生开展职业规划情况（2025 年）

总体来看，当前饭店业在校学生的职业规划呈现出“高普及、重当下、务实化”的鲜明特征。尽管超过八成学生已开展职业规划，但规划周期高度集中于 2 年以内的短期目标，对 3—5 年中期发展及更长远的职业路径思考明显不足。这一现象既反映了学生面对就业压力的现实应对策略，也暴露出院校在职业指导中对行业发展趋势解读、职业成长通道构建等方面的引导可能存在缺位，也能够从侧面反映饭店业基层岗位流动性高、晋升路径模糊，导致学生难以构建长期职业画像的问题。

（二）“兴趣主导”职业规划中的作用凸显

调研设置了 7 个开展职业规划时需要考虑的因素（其中一个为开放式选项），并请受访学生按照个人意愿进行优先排序，并计算各因素的“综合关注度得分”：若某一因素被越多的人靠前排序，则该因素的综合关注度得分越高，反之则越低。

结果表明，学生在职业规划中的考量因素呈现出“兴趣主导、自主独立”的特征。“兴趣爱好”以 4.89 分成为最具影响力的因素，反映出新一代人才对职业幸福感的高度追求；

“专业未来发展前景”与“个人优势与短板”构成理性评估的两大支柱，表明学生具备初步的职业匹配意识。“家庭或父母期望”的影响分数近年来持续走低，凸显当代青年学生群体职业选择的独立性。

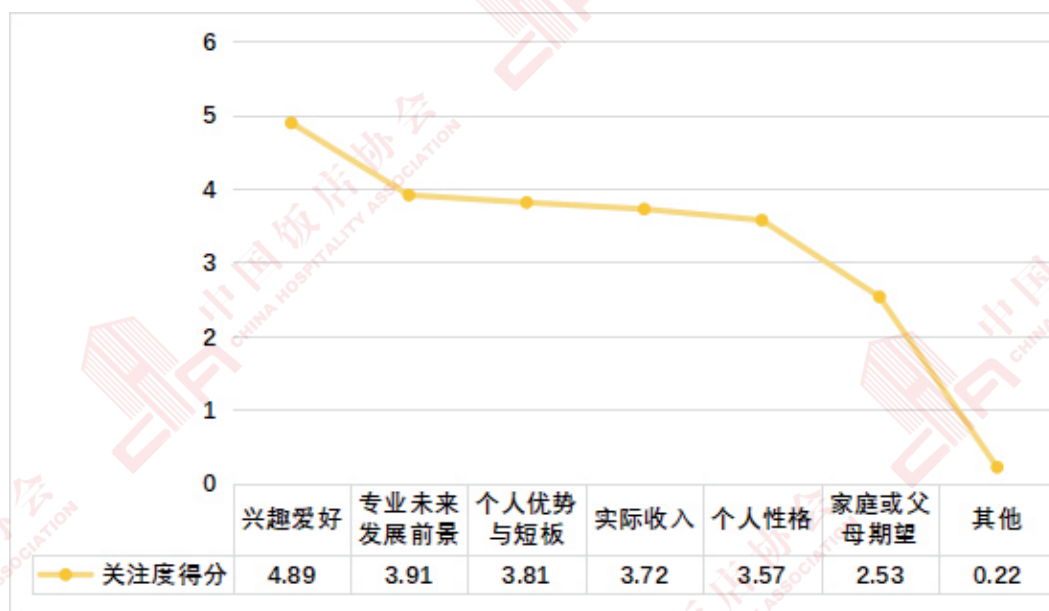


图 1-4 受访学生职业规划考虑因素与关注度得分（2025 年）

（三）市场信息是职业规划设计中的核心诉求

调研设置了 7 个开展职业规划时需要考虑的因素（其中一个为开放式选项），并请受访学生按照个人意愿进行优先排序，并计算各因素的“综合关注度得分”：若某一因素被越多的人靠前排序，则该因素的综合关注度得分越高，反之则越低。

同去年的调查情况相似，总体来看，“兴趣爱好”的综合关注得分位居榜首，且相比于其他因素得分“遥遥领先”；其次是“个人优势与短板”，综合得分 3.64；“专业未来发展前景”排名第三，综合得分 3.61。被视为传统优势因素的“实际收入”未进入前三，得分为 3.25。和上一年调研数据相比，受访学生对于兴趣爱好的关注度进一步提升。

在职业规划诉求方面，“提供当前就业市场需求情况”位列受访学生需求榜首，反映出学生对人才供需情况的迫切需求；其次是“介绍本专业概况和发展方向”和“开设更多职业规划指导课”，表明学生希望获得系统性的职业认知与能力训练。学生对职业指导的需求加速从“被动接收”向“主动参与”转变，信息获取成为职业规划设计中的核心支柱。

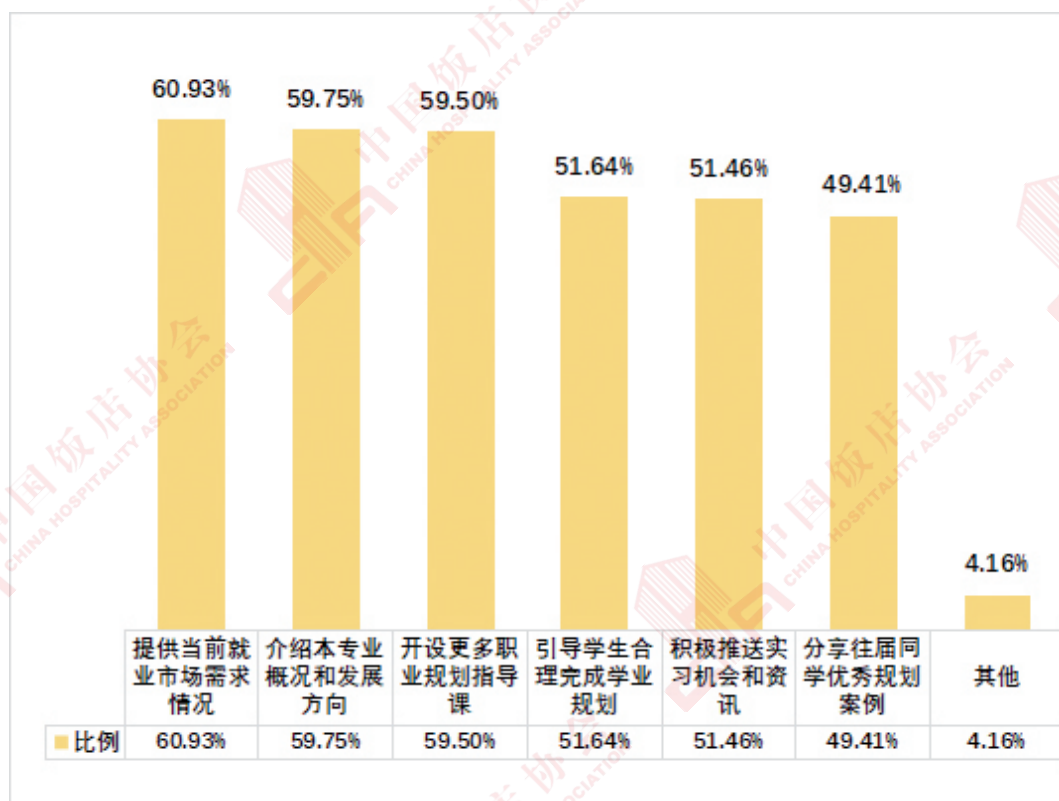


图 1-5 受访学生开展职业规划时的诉求选择（2025 年）

三、专业实习情况

调研主要通过三个维度调查实习情况：

- （1）学校提供实习资讯的频率，反映学生接触资源的机会与渠道；
- （2）工作信息和资源种类，反映学生接触资源的深度与广度；
- （3）实习经历对学生的影响，检验实习对学习和就业方面产生的作用。

（一）实习资讯网络成熟，未来可侧重精准化推送

多数受访学生表示，其所在学校可以做到“实时提供”或“经常提供”实习资讯，这部分受访者占比为 64.4%；反馈“偶尔提供”的受访者占比 26.82%；反馈“基本不提供”和“很少提供”的受访者占比为 8.78%。

从整体数据上看，多数院校已建立常态化实习信息发布机制，在服务学生就业准备方面取得一定成效。但值得注意的是，尽管 64.4% 的学生表示“经常提供”，但前文调研显示，51.46% 的受访学生仍强烈希望“积极推送实习机会”，表明学校提供的实习岗位资讯可能存在数量不足、质量不高、地域集中、类型单一等问题，或是信息推送“一刀切”，缺乏个性化匹配。

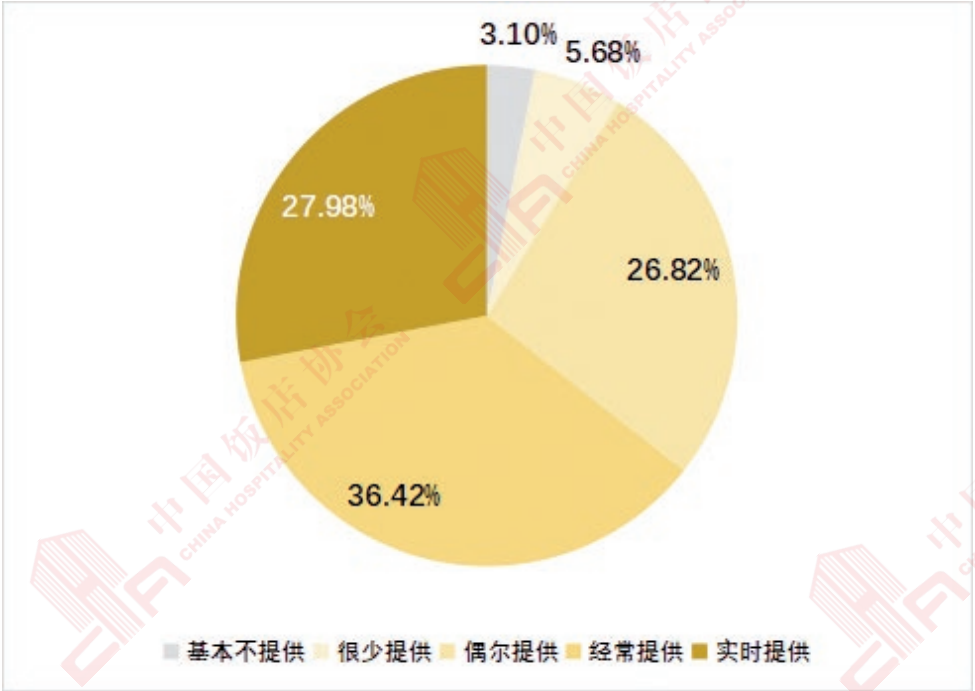


图 1-6 受访学生所在院校提供实习资讯的频率（2025 年）

（二）资源聚焦服务区域发展，本地资源成为主流

调研中，有 35.15% 的受访学生表示其学校主要提供本地型就业资源，占四类常见资源（本地型、区域型、全国型、国际型）中的绝对比重。分不同院校来看，2025 年中职、高职和应用型本科院校均以提供本地型资源为主，反映出在乡村振兴、职教服务区域经济发展大背景下，本地化就业趋势进一步加强。

表 1-3 各类型院校主要提供的工作信息资源类型（2025 年）

院校 / 资源类型	本地型资源	区域型资源	全国型资源	国际型资源
中职院校	41.35%	32.31%	20.61%	5.62%
高职院校	34.49%	26.80%	31.90%	6.82%
应用型本科院校	34.27%	30.01%	31.14%	4.57%

（三）实习经历对专业学习和就业具有校准作用

1. 实习经历强化学生对专业的理解

数据显示，参加过实习的受访学生中，有 94.65% 表示对所学专业有不同程度的了解¹；表示对所学专业不了解²的人数占比为 5.35%。而在未参加实习的学生中，表示对所学

1 含“非常了解”、“比较了解”和“一般了解”。

2 含“不太了解”和“非常不了解”。

专业有不同程度了解的人数占比为 89.73%，表示不了解的人数占比为 10.27%。

从细项来看，已参加实习的受访学生选择“非常了解”和“比较了解”专业情况的比重，相较未参加实习的受访学生分别高出了约 16 个百分点和 3 个百分点。相比于未参加实习的学生，具有实际工作经历的学生更了解行业岗位情况。实习对于学生了解所学专业具有一定的帮助作用。

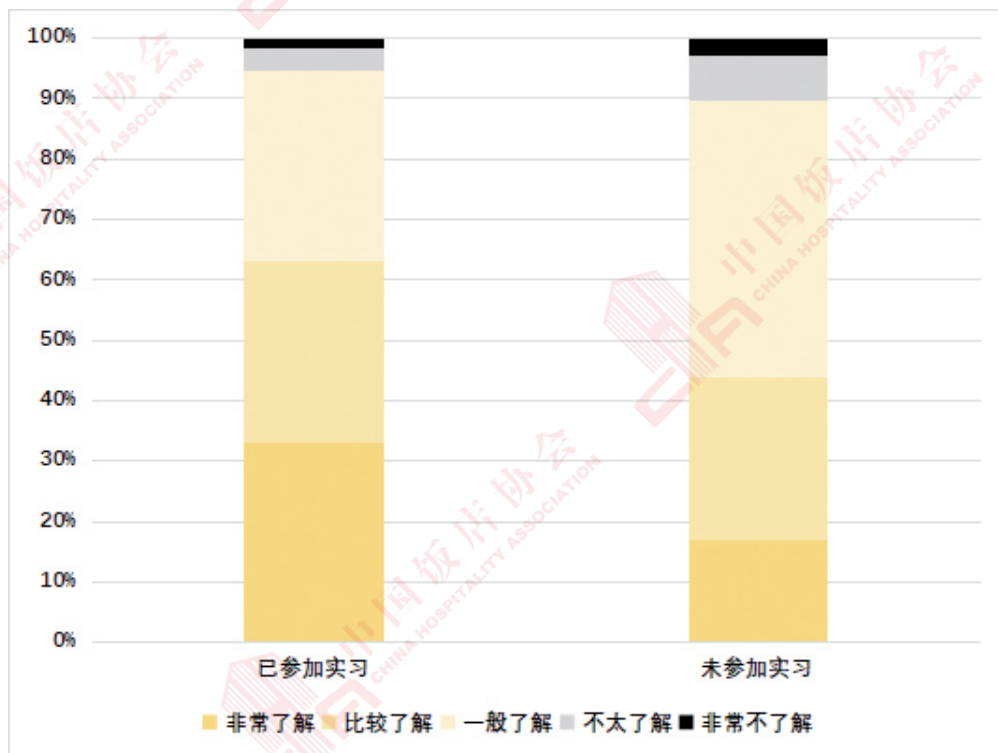


图 1-7 已参加 & 未参加实习学生对专业的了解程度差异（2025 年）

2. 实习对职业选择具有“筛选校准”作用，但也暴露出产教认知断层

数据显示，在已参加实习的受访学生中，明确表示“计划在本专业就业”的占比为 50.22%，表示“不确定”的为 37.43%，明确表示“放弃”的为 12.34%。而在未参加实习的受访学生中，明确表示“计划在本专业就业”的占比为 41.04%，表示“不确定”为 48.72%，明确表示“放弃”的为 10.25%。而在针对“放弃在本专业中就业学生”的进一步调研中，表示“实际实习经历和感受低于预期”的受访者占比为 24.21%。

整体来看，实习经历下的真实工作场景可以帮助学生验证兴趣、厘清方向，减少了盲目性和观望心态，对于提升本专业就业意愿具有一定积极的作用。但已参加实习的学生“放弃本专业就业”的比重高于未参加实习学生的情况，也从侧面反映出教学与产业实践存在认知断层，部分学生在进入真实工作环境后，发现行业存在工作强度大、薪资偏低、晋升路径模糊、管理方式保守等问题，与课堂所学或理想化想象产生落差，从而选择退出。

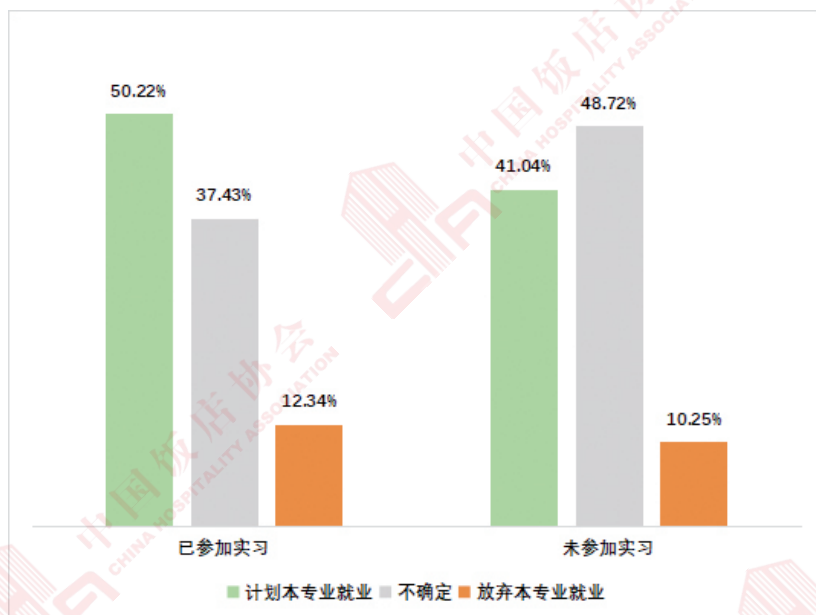


图 1-8 已参加 & 未参加实习学生对本专业就业意向的差异（2025 年）

四、企业培养情况

校园并不是人才培养的唯一主体，企业在人才培养方面同样扮演着重要角色，而培训在企业人才培养过程中起到了至关重要的作用。

（一）首选培训方式：内部师资为核心，线上线下协同补充

数据显示，在几种较为常见的企业培训方式中，绝大多数受访企业开展以内部人员主导的现场培训，凸显了企业对一线实战经验的高度依赖；其次是网络线上培训和邀请外部人员主导的现场培训。从结构上看，企业正积极构建“内生驱动 + 外脑支持”的能力提升体系。

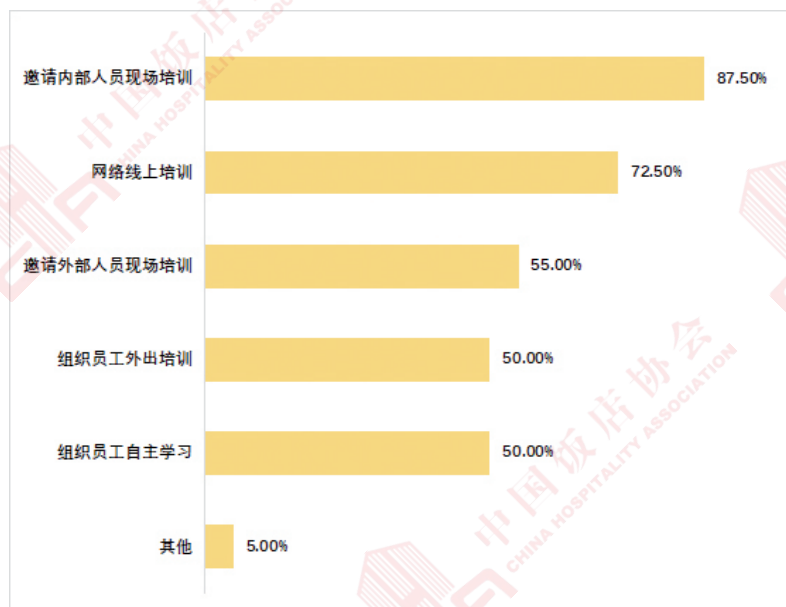


图 1-9 已受访企业内部培训方式选择（2025 年）

（二）常见激励措施：以结果导向性方式为主

数据显示,对于表现优秀的员工,大多数受访企业会选择结果导向的奖励作为激励方式,如职位或薪资晋升(82.5%)、物质奖励(75%)和赠予荣誉称号及证书(75%)。这些激励方式具有较强的直接刺激和驱动作用。

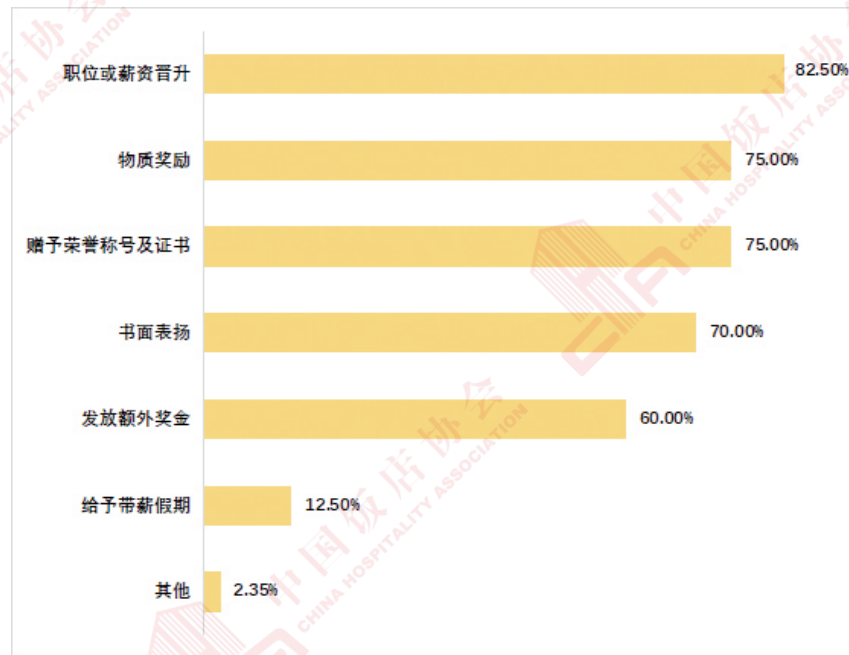


图 1-10 受访企业人才激励措施选择（2025 年）

（三）晋升节奏较快，平均两年左右

调研数据显示,受访企业员工晋升到下一级的平均时间约为2年,其中住宿企业(1.8年)略快于餐饮企业(1.9年)，“2年左右”成为最普遍的晋升周期。这一节奏既反映了行业岗位层级清晰、流动性高的组织特征，也为年轻从业者提供了相对明确的职业发展预期。

表 1-4 受访企业员工晋升时间情况

行业	晋升时间平均数（年）	晋升时间众数（年）
总体	1.9	2.0
餐饮	2.0	3.0
住宿	1.8	2.0

结合前文学生端调研对于职业规划的情况来看,受访学生多聚焦于两年及以内的职业规划,而目前行业内的晋升节奏普遍为两年左右,与前者高度契合。但这种契合能否转化为实际、长期的留人效果,还要取决于入职初期的体验管理。

第二章 人才供需情况调查



一、人才供应情况

（一）学生毕业去向：先就业再发展，创业意愿回升

调研结果显示，现阶段相关专业毕业生的去向选择呈现出“就业意愿增强、创业热情回升、升学理性回调”的特点。有 53.96% 的受访学生表示在毕业后选择直接进入工作岗位，所占比重较 2024 年继续提升；21.68% 的学生表示会继续学习深造，比重较 2024 年有所下降。其余选择自主创业、自由职业等。其中，选择自主创业的受访学生为 9.37%，比重较 2024 年有所提升。在当前的背景下，学生认识到早入行、多积累、快成长，比延迟就业更有价值。近年来平台经济的发展、创业政策的支持和社会价值观的转变，让自主创业不再被视为失败后的退路，而是年轻一代主动选择的新职业路径。

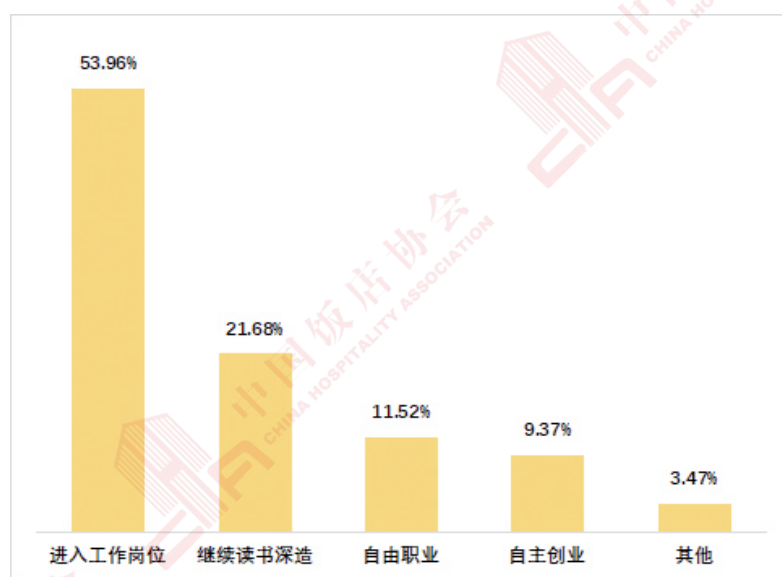


图 2-1 受访学生毕业后去向 (2025 年)

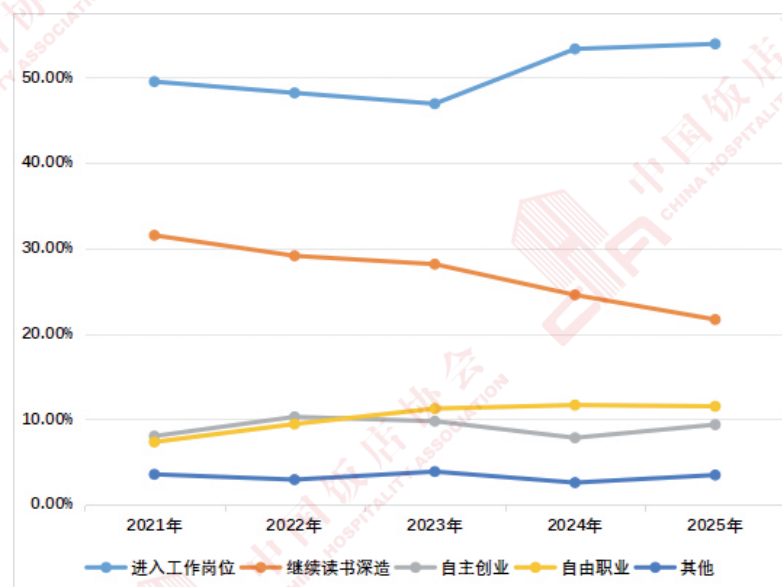


图 2-2 受访学生毕业后去向变化趋势图 (2021—2025 年)

（二）院校生求职偏好

1. 薪资、地点与单位意向

①首份工作薪资期望集中于 3k—5k 区间。数据显示，近半数受访学生对于第一份正式工作的薪资期望区间落在 3000—5000 元。和往年调查情况相比，受访学生的薪资期望结构未发生明显改变，能够反映出学生对于本行业首份工作的薪资情况已经形成较为成熟的预期。

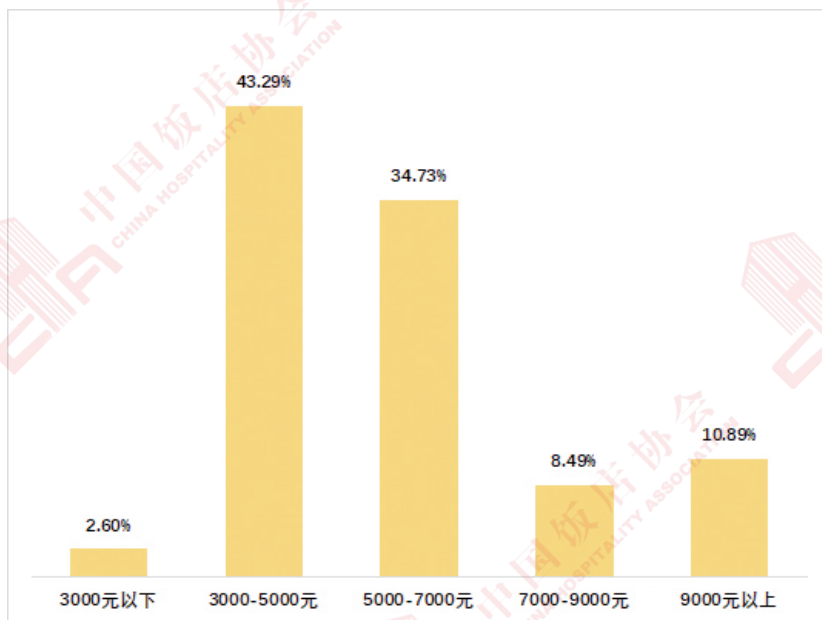


图 2-3 受访学生首份工作薪资期望（2025 年）

②人才流动两级分化，下沉市场缺乏吸引力。数据显示，有 37.46% 的受访学生选择回到家乡就业；另有 38.91% 的学生选择到家乡以外一线城市闯荡，人才流动仍然呈现两极化特征。同时，选择在家乡外下沉市场就业的比重明显偏低，反映出下沉市场对于吸引异地人才的吸引力十分有限，人才流动情况不佳。

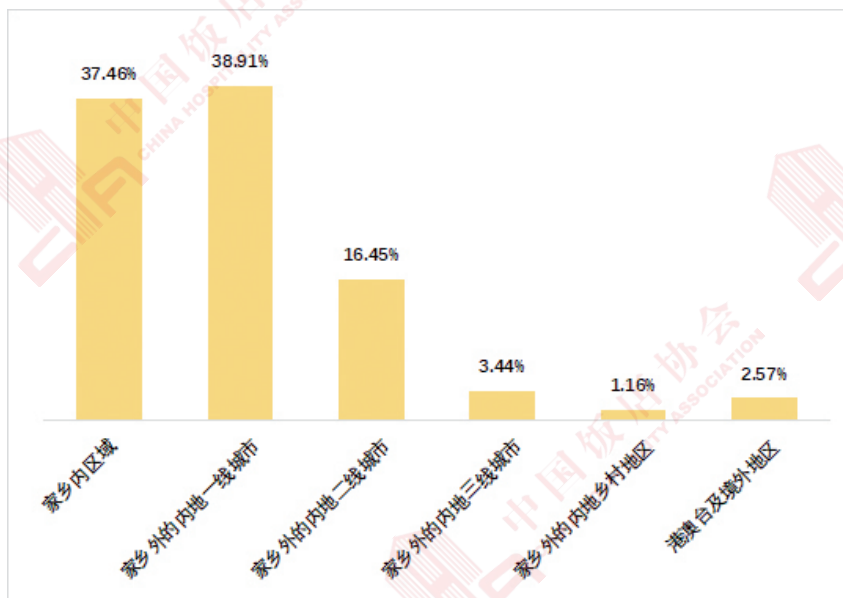


图 2-4 受访学生期望的工作地点（2025 年）

③高稳定性企业具有更强吸引力。数据显示，在谈及优先考虑的企业类型时，国有企业/国有控股企业占据压倒性优势，综合关注度得分为 4.29，远超内资民营企业（2.20 分）、合资企业（2.00 分）与外资企业（1.77 分）。选择意向悬殊的背后反映出，在当前的发展背景下受访学生对于稳定性的需求更加强烈。

表 2-1 求职意向企业类型关注度得分（2025 年）

指标	国有或国有控股	民营	合资	外资	其他
关注度得分（2025）	4.29	2.20	2.00	1.77	0.22
关注度得分（2024）	4.33	2.47	2.23	2.05	0.29
关注度得分（2023）	4.21	2.28	2.10	1.70	0.25
关注度得分（2022）	4.19	2.23	2.13	1.72	0.26
关注度得分（2021）	4.19	2.22	2.04	1.80	0.28

2. 求职偏好：显性与隐性因素理论

报告将通过“工作显性和隐性因素理论”分析学生在选择企业时的想法与偏好。

工作显性因素（Workplace Tangible Factors），指那些外显的、可以通过实际物质、实质资源或物理方式反映出的工作要素。这类要素通常可以在短时间被人所了解，且不需要去深入发掘、感知与评判。一般来说，企业在招聘或宣传过程中积极展示的，通常都是显性因素。显性因素是工作者在寻找新工作或衡量现有工作时考虑的基础性要素，当工作者的多数或关键显性因素需求被满足后，其选择这份工作/这家公司的可能性会大大提升。换言之，显性因素是吸引工作者进入职场的门槛。

工作隐性因素（Workplace Intangible Factors），指那些内含的、不能轻易通过实际物质、实质资源或物理方式反映出的工作要素。这类要素通常需要经过实际工作与长期感知才能被发现。隐性因素代表了工作者对于工作的更高层级追求。一般来说，如果一份工作或公司可以尽可能多的符合工作者的隐性因素，那么其人员留存几率会大大提升。但需要注意的是，工作者只有在基本的显性因素先被满足的前提下，才会去考虑隐性因素。换言之，隐性因素是吸引一个人留在职场的要件。

①显性因素调查

本次调研列出了 11 项显性因素（其中 1 个为开放式选项），并请受访学生遵照个人意愿，选择 6 个优先考虑的因素。调研结果显示，关注度较高的显性因素分别是“基础薪资待遇（86.88%）”“补贴、红利等额外福利（81.86%）”“工作强度和压力（79.55%）”和“上升通道与空间（76.69%）”。同时，关注“企业在行业内的实力和资质”的受访学生比重较 2024 年有所上升。

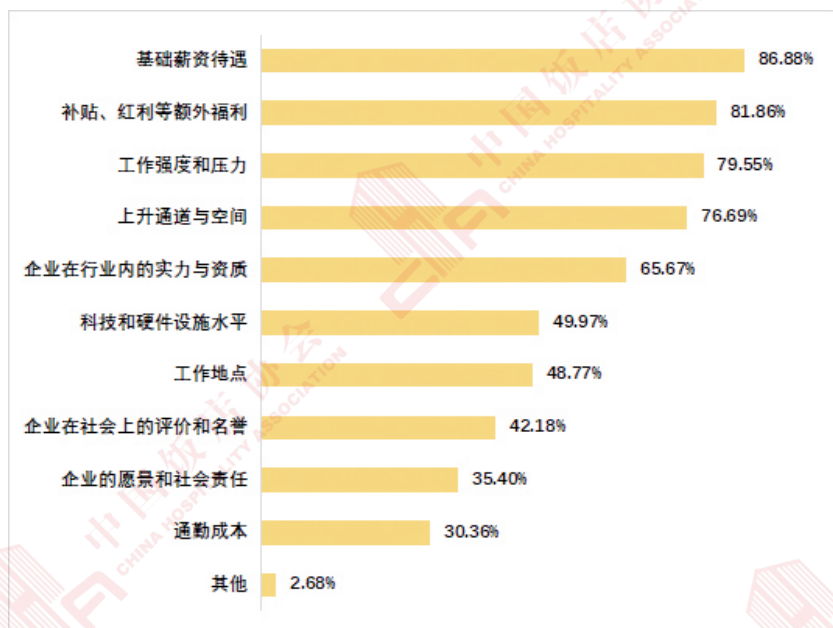


图 2-5 学生对工作显性因素的考虑偏好（2025 年）

②隐性因素调查

本次调研列出了优化后的 8 项隐性因素（其中 1 个为开放式选项），并请受访学生选择 3 个优先考虑的因素。调研结果显示，关注度较高的隐形因素分别是：“工作和职位的稳定性（76.25%）”“个人自由发挥空间（53.07%）”和“人际团队关系（49.1%）”。“领导方式与理念”的关注度也比较高，占比接近四成。

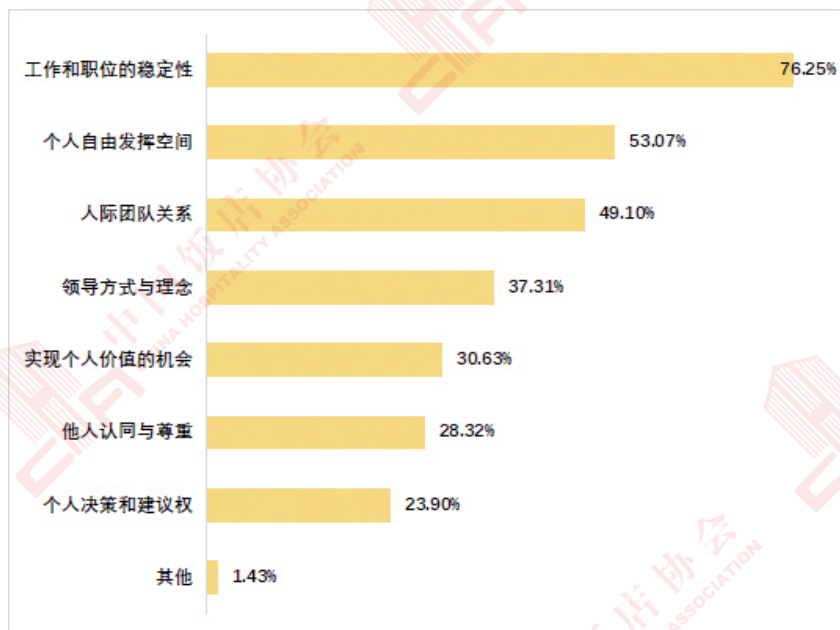


图 2-6 学生对工作隐性因素的考虑偏好（2025 年）

③学生求职需求“四大维度”

综合显性与隐性因素需求的调研结果，报告将当前相关专业学生在求职中的需求归纳

为四个维度——经济保障、劳动体验、发展预期和组织信任：

表 2-2 学生求职需求四大维度

维度	显性因素	隐性因素
经济保障	基础薪资待遇	工作和职位的稳定性
	补贴、红利等额外福利	
劳动体验	工作强度和压力	人际团队关系
发展预期	上升通道与空间	个人自由发挥空间
组织信任	企业在行业内的实力和资质	领导方式与理念

在四个维度中，显性因素是“招人”的前提，决定了学生是否愿意“进来”。只有当显性因素基本满足时，学生获得“工作安全感”的前提下，才会考虑进一步评估企业的隐性因素。而隐性因素是“留人”的关键，决定了学生是否愿意“留下”并驱动自我成长和提升。若企业只注重显性条件（如高薪），忽视隐性建设，则容易陷入“招得进、留不住”的困境。

二、人才需求情况

（一）人才综合实力需求

1. “知识、能力与素养”维度说明

现代教育界目前普遍将知识、能力和素质这三方面作为培养人才的基本要素。在应用型人才培养的大框架下，三个方面的细分内容如下：

知识包含：①专业基础知识；②专业发展知识；③综合知识与④工作知识。

能力包含：①公共能力（如沟通交流能力）、②专业能力（运用专业知识的能力）与③发展能力（指在专业能力基础上通过强化学习与实践而形成的一种能够胜任职业岗位要求并能帮助进行职业转换、迁移的能力）。

素质包含：①基础通用素质（指学生以后从事任何职业都必须具备的基本素质，如文字写作水平）、②专业智能素质（指学生运用专业知识和专业能力在从事专门职业的活动过程中将知识与能力逐渐内化而成的一种带有专业特征的素质）、③专业情意素质（指从事专门职业活动的一种心理倾向性特征，如专业使命感、责任感）以及④综合素质（如思政、身心素质）。

以先前专家学者的论述为基础，调研组以“知识、能力和素养”三大维度作为调查应届毕业生求职者综合实力需求的基本出发点，并在不同的维度下设置需求项目评价题目，请调研企业按照其对项目的需求重视程度进行打分，其中 1 分为最低，代表“非常重要”；

10 分为最高，代表“非常重要”，最终计算各项目平均分作为其综合得分。

2. 知识维度需求：重基础、强服务

在知识维度中，“职业礼仪知识”以 8.48 分的高分位居榜首，凸显其在服务行业中的不可替代性；“专业理论知识”和“客户关系管理知识”紧随其后，说明企业不仅重视基础知识，也期待员工具备主动服务与关系维护的能力；而“消费者行为心理学知识”和“AI 应用知识”的得分持续上升，反映出行业正迈向精细化服务与智能化运营的新阶段。相比之下，“市场营销”与“财务管理”知识对企业当前招聘需求影响较小。

表 2-3 “知识”维度项目排名与得分（2025 年）

排名	知识项目	综合得分
1	职业礼仪知识	8.48
2	专业理论知识	7.83
3	客户关系管理知识	7.75
4	消费者行为心理学知识	7.40
5	AI 应用知识	7.25
6	市场营销知识	7.18
7	财务管理知识	6.75

从得分结构上，企业对应届生的知识需求可以分为三层：第一层是以职业礼仪、专业理论为代表的基础型知识，属于学生在上岗前必须掌握的内容；第二层则是包含客户关系管理、消费者行为心理和 AI 应用的进阶型知识，这部分知识的多寡将决定服务质量和创立潜力，关系到学生未来的业务水平和晋升空间；而第三层则是以市场营销、财务管理为代表的支持型知识，选择这两项的企业占比较低，说明企业对这两类知识的需求更多集中在中高层岗位，而非应届毕业生。

3. 能力维度需求：重沟通、强适应、善学习、能实操

在“能力”维度下，“沟通表达能力”以 8.90 分的高分位居榜首，凸显其在服务行业中的不可替代性；“环境适应能力”和“学习能力”紧随其后，说明企业不仅重视员工当前表现，更看重其未来发展潜力；而“专业实操能力”作为理论落地的关键环节，同样受到高度重视。相比之下，“学历水平”与“毕业院校”排在末位，反映出饭店企业对于人才能力的需求是“能力导向”而非“学历导向”。

表 2-4 “能力”维度项目排名与得分（2025 年）

排名	能力项目	综合得分
1	沟通表达能力	8.90

排名	能力项目	综合得分
2	环境适应能力	8.65
3	学习能力	8.53
4	专业实操能力	8.38
5	逻辑思维能力	8.00
6	创新开发能力	7.85
7	文字能力	7.73
8	统筹规划能力	7.65
9	AI 应用能力	7.50
10	外语能力	7.45
11	学历水平	7.13
12	毕业院校	7.03

4. 素养维度需求：重合作、强责任

在“素养”维度下，“团队合作意识”与“责任感与使命感”以9.20分的高分并列榜首；“身心健康”与“思想道德”紧随其后，说明企业不仅关注员工的外在表现，更重视其内在状态与行为准则；而“服务意识”作为优质服务的内在驱动力，同样受到高度认可。相比之下，“职业认同感”虽排末位，但得分仍高达 8.88，反映出企业对员工长期发展的期待。

表 2-5 “素养” 维度项目排名与得分（2025 年）

排名	素养项目	综合得分
1	团队合作意识	9.20
2	责任感与使命感	9.20
3	身心健康	9.18
4	思想道德	9.10
5	服务意识	9.08
6	职业认同感	8.88

（二）现阶段行业招聘需求分析

1. 招聘面临结构性难题

调研设置了 6 个现阶段住宿餐饮企业中常见的岗位类型（其中 1 个为开放式选项），

并请调研企业根据自身情况选择招聘难度较大的岗位。调研结果显示，“接待服务”岗位以 70% 的占比成为最难招聘的岗位，折射出该岗位在高强度劳动与低社会认同之间的矛盾问题；后厨、营销、清洁等岗位亦普遍存在招聘压力，说明企业对一线人力的依赖仍未改变；值得注意的是，“AI 数字化运营”岗位虽仅占 20%，但已显现为新兴难点，预示着行业数字化转型对复合型人才的需求正在加速释放。

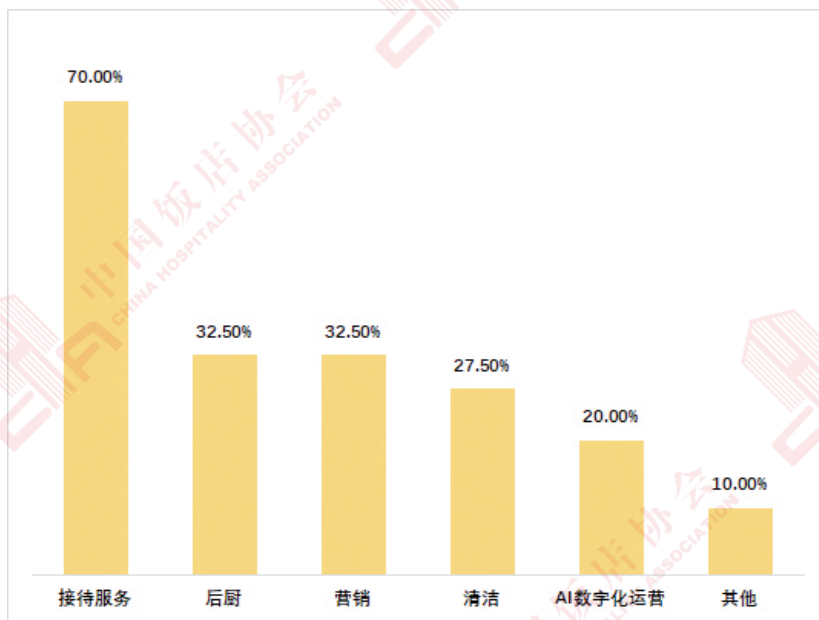


图 2-7 受访企业反馈招聘“老大难”岗位（2025 年）

2. 企业招聘规模收缩明显

调研数据显示，2025 年住宿餐饮企业在招聘行动上呈现出明显的收缩态势：52.5% 的受访企业缩小招聘规模，7.5% 完全暂停招聘，仅 5% 选择扩大招聘。尽管行业整体复苏，但企业仍处于“谨慎用人”阶段，更注重通过效率提升与结构优化来应对经营压力，而非简单增加人力投入。

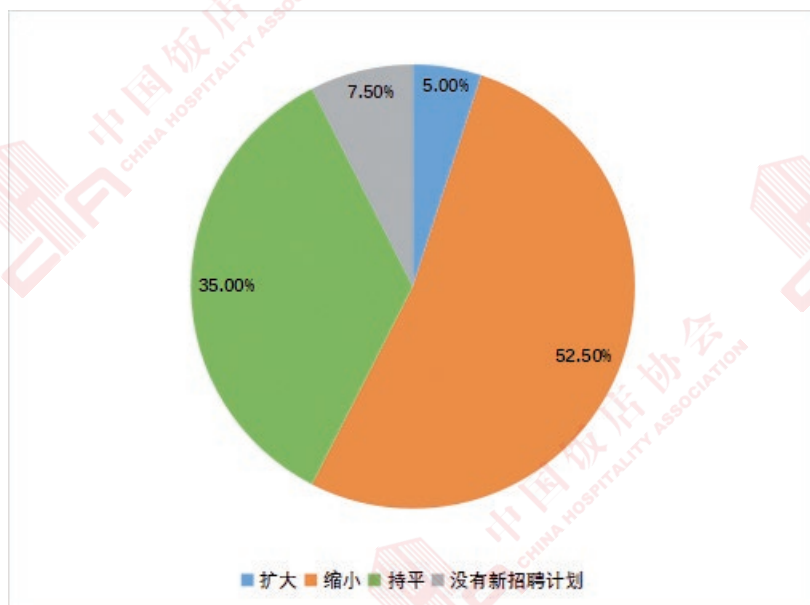


图 2-8 受访企业招聘规模变动情况（与 2024 年相比）

报告针对基层服务人员和应届毕业生人员的需求规模开展调研。数据显示，调研企业在未来一年内对基层服务人员与相关专业毕业生的需求均呈现出小规模、分散化、谨慎扩张的特征。其中，45% 的受访企业在基层人员招聘方面预期不超过 50 人，50% 的受访企业在应届毕业生招聘方面预期不超过 30 人，反映出企业正从大规模扩张转向精细化用人阶段。

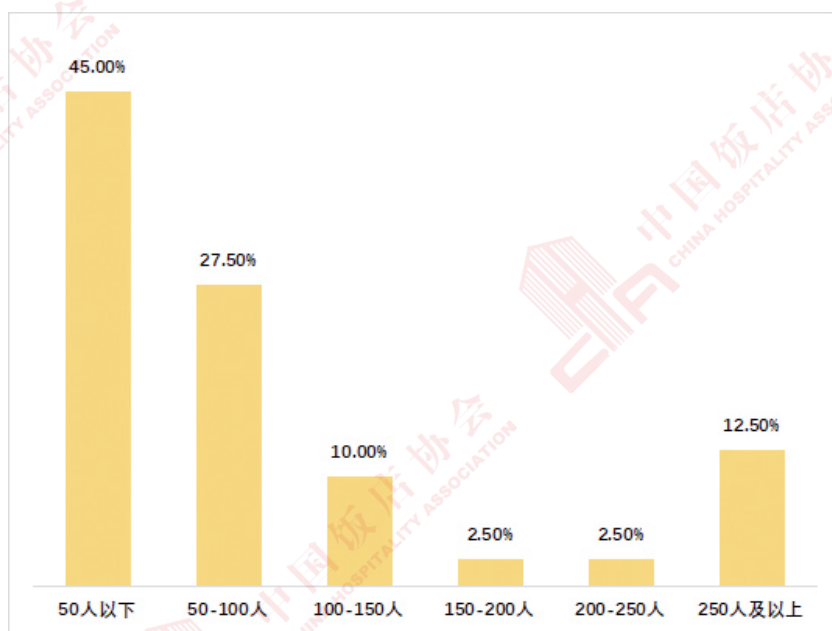


图 2-9 调研企业对基层服务人员的需求数量（未来 1 年内）

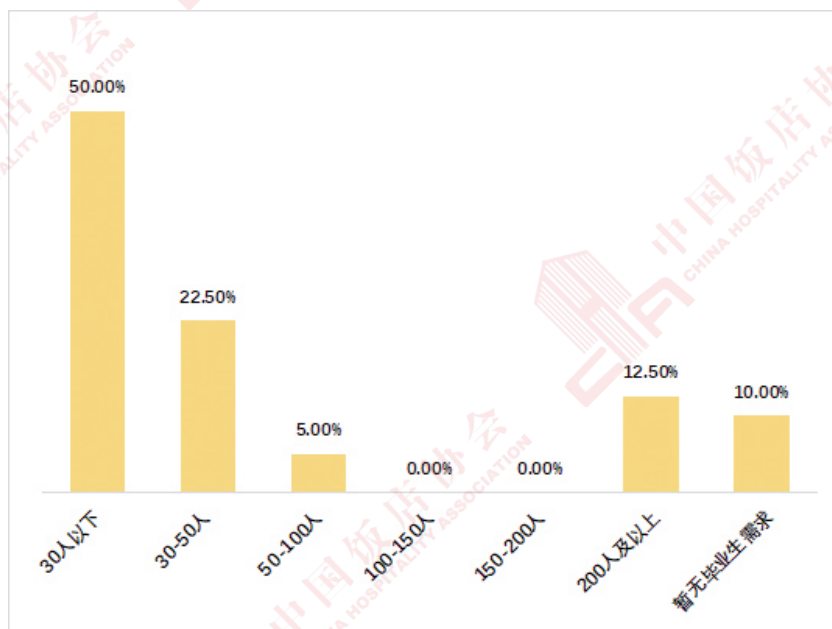


图 2-10 调研企业对相关专业毕业生的需求数量（未来 1 年内）

（三）现阶段企业招聘渠道

本次调研设置了 9 个当前常见的招聘方式，并请受访企业综合人员最终的招募和留存情况进行优先级排序，并以此计算效用得分：若某一项目被越多的人靠前排序，则该项目的得分越高，反之则越低。

数据显示，“院校人员直接推荐”以 6.08 分位居榜首，成为最高效、最可靠的招聘途径；“校招聘会现场招聘”和“网络求职平台发布岗位”分别位列第二、第三。而“社招会”“人力公司推荐”“店外张贴海报”等传统方式得分普遍偏低，说明其实际效果有限。企业已从“广撒网式招聘”转向精准化、高质量招聘，更加重视人才来源的可靠性与匹配度。



图 2-11 不同招聘途径的效用评价得分（2025 年）

和 2024 年的调研情况相比，2025 年的招聘渠道选择情况发生了比较明显的变化：院校人员推荐超越网络平台招聘跃居第一位，网络平台招聘退居第三位，而社招会由原先的第二位降至第五位。招聘渠道选择的变化折射出行业人才发展模式的转变。企业寻求高质量、高匹配度的人才来源，院校推荐因具备教师背书、学生情况清晰等优势成为更优选择；校企合作机制实质性深化，越来越多的企业和院校合作开展订单班、实训基地、双师课堂等，通过内部定向培养和输送的方式提升人才供需匹配度。此外，近年来网络招聘平台缺乏有效监管、信息注水虚构情况较为普遍，导致企业筛选成本高、面试转化率低，使得企业更愿意选择熟悉可靠的渠道。

第三章 行业人才发展挑战

一、人才发展面临系统性挑战

近年来饭店行业人才招聘困难问题凸显。针对这一情况，调研对导致招聘困难的相关原因开展调查。结果显示，“愿意从事服务行业的人员减少”以 72.5% 的占比成为最突出的难题，反映出青年群体对服务业的整体兴趣下滑；“大环境不确定性”与“传统观念偏见”并列第二，说明外部环境与社会文化双重制约正加剧人才流失风险；而“经营成本上升”与“薪资待遇有限”则揭示出企业“想招但招不起”的现实困境。当前招聘难已不再是简单的“缺人”问题，而是由社会认知、经济结构、职业发展等多重因素交织而成的系统性挑战。

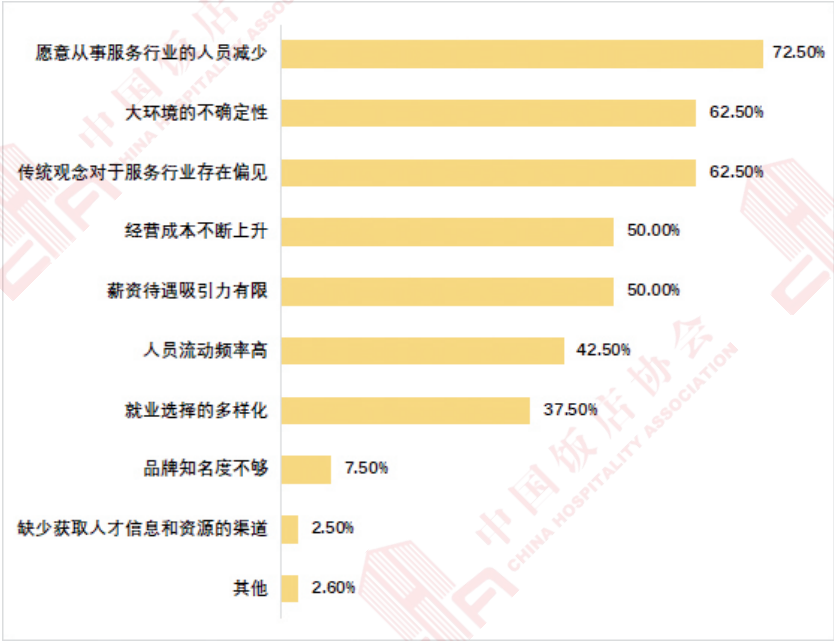


图 3-1 企业人事招聘困难因素（2025 年）

二、行业人员流失率高居不下

调研数据显示，受访企业的年平均员工流失率为 20.92%。分企业类型来看，受访餐饮企业的年均员工流失率为 22.58%，受访住宿企业的年均员工流失率为 20.18%。且和往年调研情况相比，2025 年人员流失率呈现上升趋势。

表 3-1 受访企业员工流失率情况（2025 年）

行业	流失率
总体	20.92%
餐饮	22.58%
住宿	20.18%

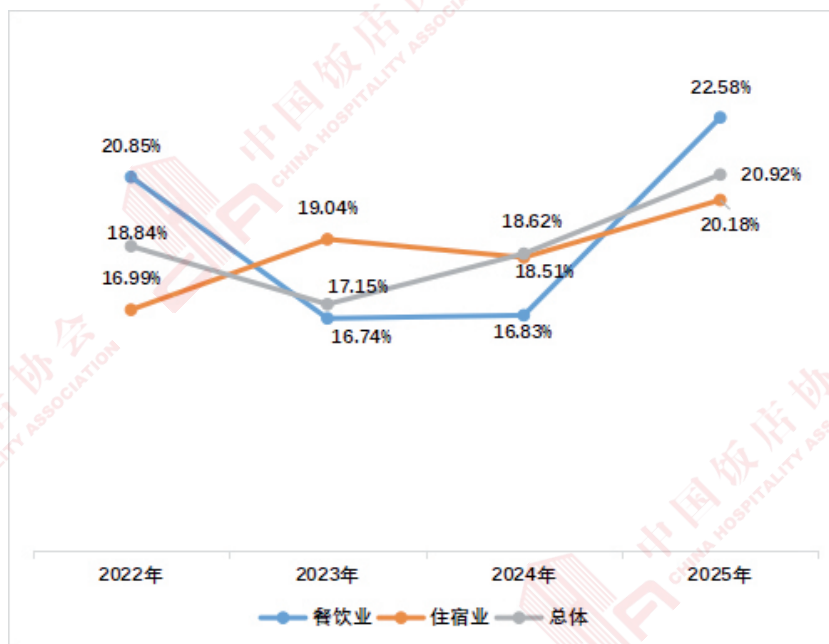


图 3-2 调研企业行业人员流失率变化走向（2022—2025 年）

调研针对流失原因做出了进一步调查。结果表明，影响饭店企业员工稳定性的主要因素集中于“薪资吸引力不足、岗位劳动强度大、职业发展空间有限”三大方面。其中，“薪资不具较强吸引力”以 72.5% 的占比成为最突出的离职原因，反映出当前薪酬水平未能有效匹配岗位价值；“岗位劳动强度大”占 67.5%，说明高强度、高情绪劳动成为员工身心负担的重要来源；而“职业发展空间有限”占 42.5%，表明青年员工对长期成长的期待尚未得到满足。由此可以看出，现阶段的员工流失并非是由单一问题造成的，而是由经济回报、劳动体验与职业前景三方面的焦虑共同造成的结果。

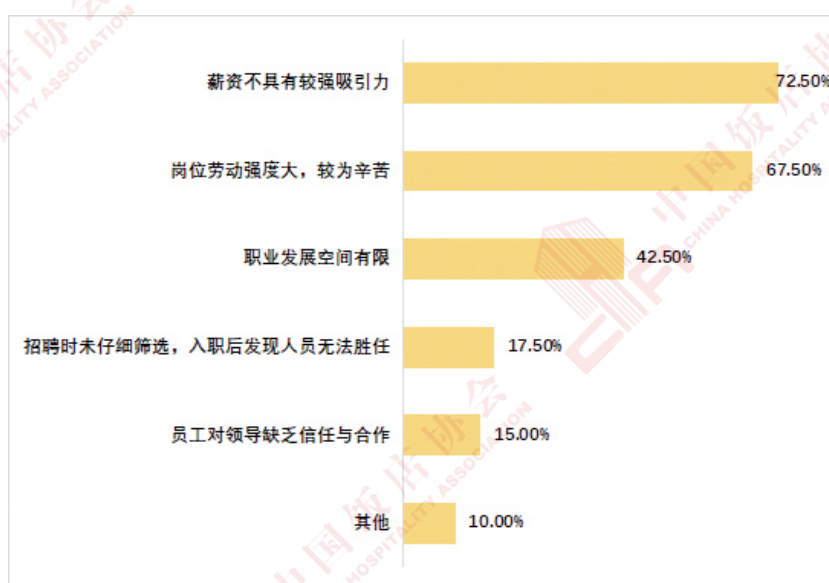


图 3-3 受访企业员工流失原因（2025 年）

三、新入职毕业生面临的“三座大山”

为了进一步了解企业对于新入职毕业生的想法，为今后的行业人才培养转型升级提供理论依据，本次调研设置了9个常见于新入职毕业生中的工作能力问题，并请受访企业根据自身情况进行评判。数据显示，调研企业对新入职毕业生的主要能力问题集中在“实操能力不足”、“缺乏职业认同感”和“不愿意从事基层工作”三大方面，均超过60%。其中“实操能力不足”与“缺乏职业认同感”并列首位，反映出当前毕业生虽具备一定理论基础，但在动手能力和职业价值观上仍存在明显短板。“不愿意从事基层工作”占比高达62.5%，说明学生就业期望与企业岗位结构存在显著错位。此外，“团队合作意识薄弱”“人际关系处理能力欠佳”等问题也较为突出，表明软技能培养亟待加强。“所学知识与工作脱节”因素仅占比15%，侧面反映出近年来高职院校积极推进产教融合与校企合作，课程设置逐步贴近企业需求，教学与实践之间的差距正在缩小，但仍未完全贴合。

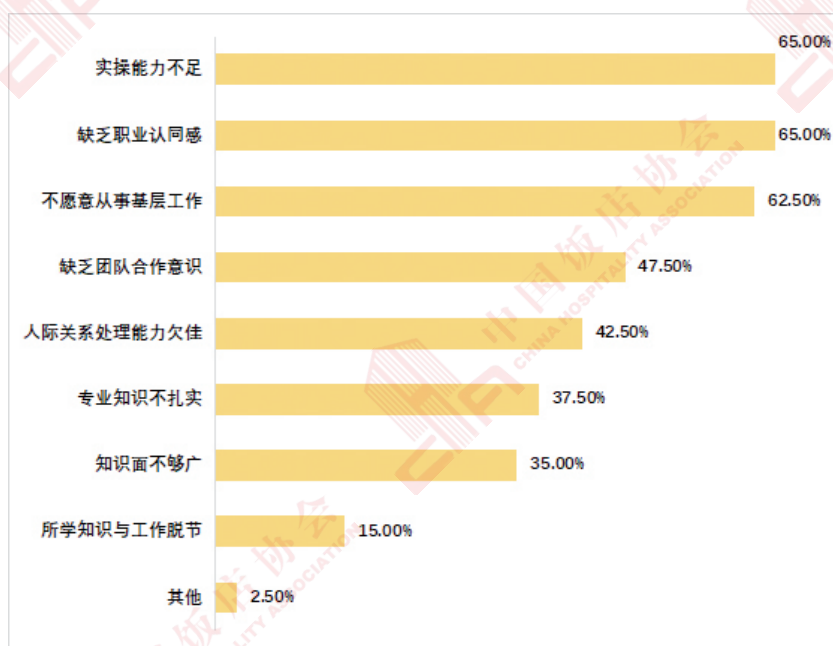


图 3-4 新入职毕业生能力问题

四、本专业就业意愿不足半数

数据显示，有44.43%的受访学生表示会在毕业后于本专业领域内就业，表示不会的占比为11.02%，表示不确定的为44.55%。和2024年调研情况相比，本专业就业意愿略有回升，但仍然不足半数。

调研对明确表示“不会在所专业的受访学生”做了进一步调查。分析表明，受访学生放弃本专业就业的最主要原因是“专业整体收入有限”（54%），其次是“专业发展前景有限”（49.76%）和“专业社会地位欠缺”（39.78%）。岗位价值和回报的失衡是导致学生拒绝在本专业就业的最主要原因，专业与职业选择之间存在显著张力。

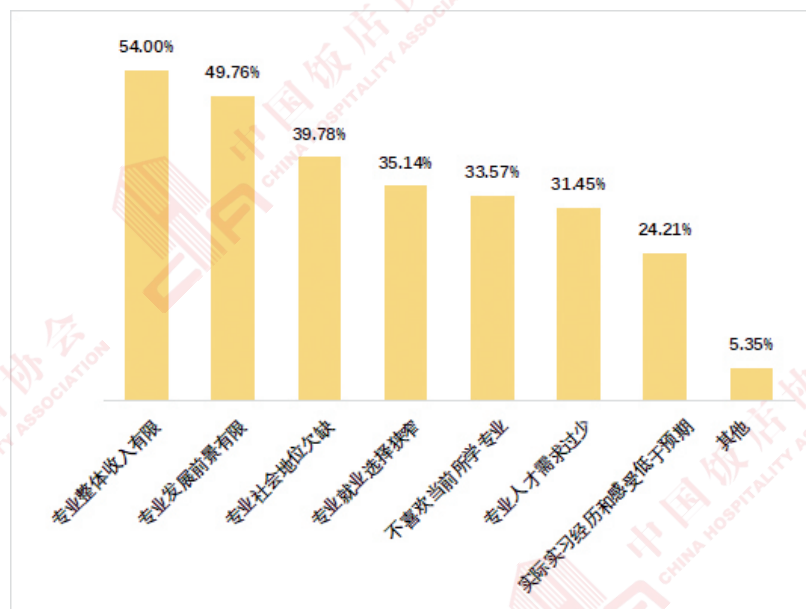


图 3-5 受访学生放弃本专业就业的具体原因

五、缺乏协同机制和标准成为校企合作面临的突出问题

数据显示，受访企业认为校企实习合作项目中最为突出的问题是“项目实习生工作能力有限”，占比高达 55%，反映出当前职业教育在实践教学环节仍存在明显短板；其次，“缺乏与院校交流沟通的平台（37.5%）”和“项目成效不明显（32.5%）”也较为普遍，说明合作机制不健全、信息不对称、成果难以量化；此外，“双方在人才培养标准与模式上存在分歧（30%）”反映出当下院校教育逻辑与企业经营逻辑之间的差异和矛盾。

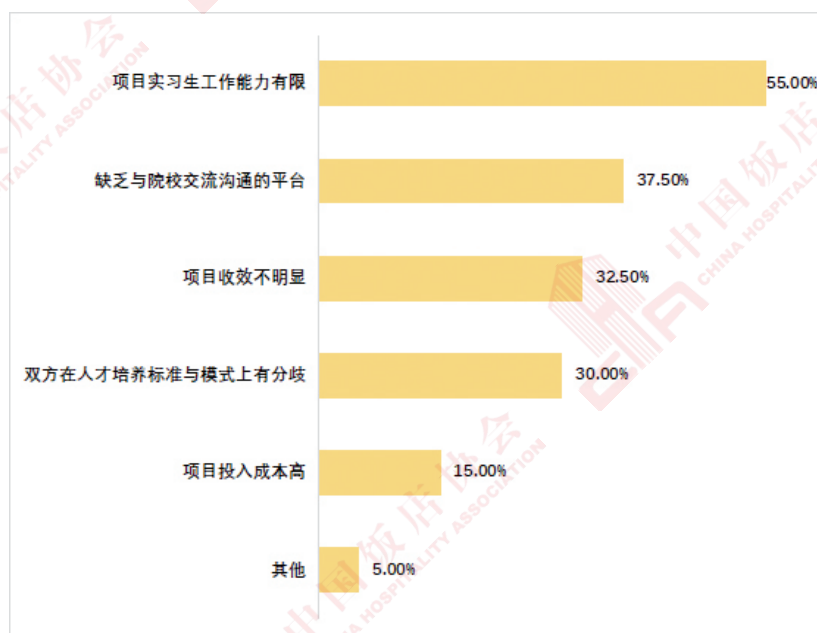


图 3-6 实习合作项目中经常出现的问题

六、人才供需结构性矛盾突出

数据显示，53.96% 的受访学生计划在毕业后直接就业，升学意愿有所回落，“先就业再发展”特征明显。但企业需求侧却有不断收缩的情况。52.5% 受访企业表示其招聘规模较上一年继续收缩；多数受访企业表示未来 1 年内其基层服务人员或相关专业毕业生需求量保持在最低限度。人才供给意愿未减，但受成本压力与市场不确定性影响，行业吸纳就业能力持续减弱，人才供需结构性矛盾进一步凸显。

七、院校培养质量稳步提升，但产教融合深度不足

调研数据显示，院校教学满意度持续改善，2025 年专业课满意度和课堂教学满意度继续提升。课程设计注重多样性、课纲清晰性和实操训练，但线上教学资源 and 行业专家参与方面较为薄弱。学生诉求高度聚焦实践与数字化技能，56% 的学生希望增加“实践技能操作”，而在 AI 技术和数智化发展的背景下，学生对“数字化系统运营”的需求也较为迫切。从企业端来看，65% 的受访企业认为新入职毕业生“实操能力不足”，55% 则指出“工作能力有限”。教育体系未能有效弥合理论与实践的鸿沟，毕业生虽有知识但缺技能，形成“学用分离”的困境。

第四章 行业人才发展趋势



一、“投资于人”理念构建现代化人才生态

在国家“投资于人”战略深入实施背景下，住宿餐饮业人才发展将从传统人力消耗模式转向以人的全面发展为核心的高质量路径。“投资于物”与“投资于人”紧密结合，通过教育、健康、技能提升等长期人力资本投入，激发人的创造性与生产力。一方面，强化职业教育与产业需求精准对接，推动教育链、人才链与产业链、创新链有机衔接，培育具备数字素养、服务意识和创新能力的复合型人才；另一方面，更加注重提升从业者福祉与职业尊严，通过完善社会保障、拓宽晋升通道、优化收入分配，增强岗位吸引力与稳定性。更高的人力资本水平也将释放更强消费潜能，实现供给创造需求、需求牵引供给的动态平衡。

2025 年的政府工作报告首次提出“投资于人”。投资于人本质上是贯彻以人民为中心的发展思想，把资源更多投向人的全面发展，主要包括教育投资、健康投资、社会保障与福利投资、就业创业支持投资等方面。投资于物和投资于人紧密结合、实现互促共进，能够扩大整体投资效益。一方面，需要提升投资于人的效率，构建精准化人力资本投资体系，聚焦教育、健康、技能、民生等领域，加大普惠性人力资本投入，打造高素质人力资源，推动人口高质量发展。在这一过程中，需深化户籍、社保、职称等制度改革，破除制约人力资源流动的制度壁垒，完善知识产权激励、股权分红等机制，使人力资本价值在分配体系中充分显现、投资于人的效益不断提升。另一方面，需要以系统思维统筹投资布局，推动重大科技基础设施、产业创新平台等投资与高层次人才引育、科研团队建设等投入协同落地，推动教育链、人才链与产业链、创新链有机衔接。

——《把握“投资于人”的丰富意蕴》，人民日报 2025 年 11 月 18 日 05 版

二、行业人才发展迈向系统化、标准化与高质量融合的新阶段

2025 年，商务部等九部门《关于促进住宿业高质量发展的指导意见》明确提出，将住宿业人才培养纳入国家“技能照亮前程”和职业技能提升行动，推动形成一体化项目化培养机制，并支持企业开展自主评价，强化技能认证与职业发展的衔接。同时通过优化高职院校专业课程、深化产教融合、将职业标准嵌入人才培养全过程，着力培育兼具实操能力与管理素养的高层次技术技能人才。未来，行业有望构建起覆盖“培训—评价—就业—晋升”全链条的人才支撑体系，技能价值得到制度性认可，一线从业者社会地位持续提升，校企协同育人示范项目加速落地，推动人才供给从“数量满足”向“质量适配”根本转变，为行业高质量发展注入可持续的人力资本动能。

商务部等九部门《关于促进住宿业高质量发展的指导意见》中明确支持人才发展的政策内容：

加强技能培训。各地有关部门要摸清住宿业用工需求，根据岗位数量结构及劳动者培训意愿，将符合条件的住宿业人才培养纳入“技能照亮前程”培训行动和大规模职业技能提升培训行动范围。支持各地根据实际情况将紧缺的住宿业相关职业（工种）纳入本地急需紧缺职业、培训需求指导目录，组织开展“岗位需求+技能培训+技能评价+就业服务”项目化培训，引导劳动者参训就业。支持行业协会开展技能比赛、技能展示，对关键技术岗位开展岗位能力评价。引导有条件的连锁企业和大型企业建立职工培训中心，对职工开展职业技能等级自主评价并颁发职业技能等级证书。

强化人才培育。优化高职院校相关专业课程设置，加强产教融合，将职业标准融入人才培养，培育行业需要的高层次管理人才和技能人才，打造一批校企合作示范项目。加强对住宿业高技能人才爱岗敬业精神和劳动技能宣传，在相关荣誉评定上向一线人员倾斜，提升从业人员社会地位。

三、AI 技术在业内普及进程加快，推动教学体系全面变革

2025 年，以 DeepSeek 为代表的国产 AI 大模型迈入民间市场，由此开启了“AI 应用元年”。AI 技术在发掘生活更多可能性的同时，也为企业降本增效提供了新的路径。AI 技术在行业内的普及和应用进程持续加快，也在深度重塑住宿餐饮业人才培养体系。企业除了要求员工掌握传统服务技能，更期待其能理解并应用 AI 工具提升运营效率与客户体验。这一趋势要求教学体系必须进行内容革新：课程需融入 AI 基础认知、数据分析、人机协作等模块，将“AI+ 服务”场景嵌入专业教学，使学生具备技术应用与判断能力。与此同时，AI 本身正成为教学变革的强大赋能者：通过虚拟仿真、智能实训平台、个性化学习路径推荐等手段，AI 可实现沉浸式、高仿真的岗位训练，解决传统实训资源不足、场景单一等问题；同时支持“以学定教”的差异化教学模式，提升人才培养的精准度与实效性。未来，教学体系将从“教技术”转向“用技术教”，构建起技术素养与职业能力深度融合的人才培养新生态，为行业高质量发展提供兼具数字思维与服务精神的新生力量。

在住宿行业，首旅集团已成功开发“数字店长”工具并应用于一线门店。该工具依托经营大数据，可对当前的运营表现进行诊断评估，并对未来运营提供预测和指导；在餐饮行业，炒菜机器人、数据中台等智能化辅助工具广泛应用，在降低人力成本、实现精细化管理和精准营销方面收效明显。AI 技术在行业内的不断渗透，催生出更多具备相关专业背景和知识的人员需求。面对 AI 技术的不断演化和突破，基本的 AI 素养和应用知识或将不再是求职人员的附加值，而是必备项。

四、下沉市场人才稀缺现象将进一步加剧

调研数据显示，受访学生在毕业后倾向于选择回乡就业或前往一线城市闯荡，人才两极化流动趋势明显，选择在家乡外下沉市场（二线以下城市）就业的受访者仅为少数，下沉市场在人才吸引力方面不具备明显优势。然而近年来随着一线成熟市场愈发饱和，企业大举布局下沉市场，相关人才需求，尤其是对青年人才的需求势必会进一步扩大，而供需双方的“背向而行”必将加剧下沉市场的人才稀缺程度。

○万豪集团 2024 年内有 30%—40% 的新开业酒店集中在三四线城市。

○华住集团相关负责人表示，希望未来 5 到 8 年能布局到所有县城，实现“县县有华住”。

○2024 年，星巴克在县域市场新开店 166 家，累计已覆盖 1000 个县级市场。

○蜜雪冰城子品牌“幸运咖”主打“每县一店”，截至 2024 年门店数已突破 4000 家。

与企业“拼命向下钻”相反的是，学生却更乐意“使劲往上跑”。报告调研数据显示，受访学生在毕业后更愿意在回乡就业或是前往一线城市就业，且一线城市就业意愿高于回乡就业意愿 1.4 个百分点。选择在家乡外二线城市、三线城市和乡村地区就业的学生，合计占比仅有两成。在当前住宿餐饮业岗位待遇普遍偏低、劳动强度偏大等因素，本就难以吸引人才，加上就业选择的多样化，下沉市场在吸收外来优秀人才方面面临更加严峻的挑战。

第五章 行业人才培养建议



2026年2月，教育部发布《关于深化职业教育教学关键要素改革的意见》（以下简称《意见》），旨在通过深化专业、课程、教材、教师及实习实训等教学关键要素的联动改革，推动职业教育人才培养由单一知识传授向综合能力提升转变，为饭店行业培育高质量人才提供了清晰的路径指引。结合《意见》中的有关要求、报告关键结论及行业发展趋势，对行业人才培养方面的建议总结如下：

一、深化产教融合，建立行校企“三组长”组织机制

《意见》提出要健全政府、行业、企业、学校合作机制，并明确建立“三组长”牵头的组织机制。针对产教脱节导致校企合作收效不佳、毕业生实操能力不足的问题，需建立“行企校”深度协同机制，积极落实“三组长”制，由住宿餐饮头部企业负责人、职业院校校长及行业协会负责人共同牵头，推动多方共同制定人才培养方案，将行业标准和岗位需求嵌入课程体系，重构课程内容，重点强化实操训练。搭建“企业课堂+校内实训基地”双向平台，邀请行业大咖担任兼职教师，定期开展案例教学和技能指导。推行“订单式培养”、“学徒制班”等模式，实现人才培养与岗位需求的无缝对接。建立校企沟通常态化机制，鼓励企业将内部培训体系（如服务标准、管理流程）转化为教学资源，实现校企在人才培养标准上的深度统一，解决标准分歧问题，提升毕业生岗位适配度。为监测产教融合实际效果，行业协会应积极发挥平台优势，开展“产教融合发展指数”等类似研究项目，构建一套科学、量化的评价指标体系。通过定期发布指数报告，客观评估校企合作的深度与成效，诊断合作过程中的痛点与堵点，为优化合作模式、提升育人质量提供数据支撑和决策依据，推动产教融合从形式合作向实质共赢转变。

二、强化数字技能培养，适配行业智能转型

《意见》中明确，在科学设计课程组合方面要紧跟产业升级和技术迭代动向，及时将最新标准、技术和工艺等融入专业课程，并加强人工智能等方面通识课程设置与建设。针对住宿餐饮业的智能化转型趋势，需将数字素养培育纳入人才培养核心。在教学设计上，增设数字化系统运营、AI工具应用、数据分析等课程模块；编写适配行业的数字化教材，将智能服务、虚拟运营等场景融入教学过程。建设智慧实训平台，引入酒店营运博弈沙盘、AI服务仿真系统等数字化教学工具，开展沉浸式训练，提升学生人机协作能力。企业可开展分层分类的数字技能培训，针对基层员工侧重基础操作应用，针对管理岗强化数据分析与决策能力培养。

三、优化职业指导体系，贯通短期规划与长期发展

学生职业规划呈现“高普及、重当下”的特点，多聚焦于两年内，这与行业平均2年的晋升周期相契合，但长远视野不足。针对这一情况，院校亟需构建贯穿学业全过程的、动态化的职业发展支持体系。低年级阶段，重点在于通过行业大咖讲座、企业参访等形式，帮助学生建立对行业的全景式认知，破除理想与现实的落差。高年级阶段，则应提供精细化的就业辅导，包括简历优化、面试模拟、薪酬谈判等实用技能培训。同时引导学生将短期目标与中期（3-5年）、长期（6-10年）的职业发展路径相连接，清晰展示从基层岗位到管理岗的成长通道，增强留任意愿和发展信心，修正就业预期，提升专业认同感和职业忠诚度。同时，产教融合共同体应积极落实《意见》中的要求，围绕本区域、行业产业发展趋势，研究发布技能人才需求预测与专业设置指导报告；行业协会可发挥平台作用和资源优势，定期发布本行业人才领域报告，分析行业人才供需关系现状，为学生就业规划提供科学指导。

四、注重软技能系统化培养，补齐综合素养短板

《意见》中指出，要深入挖掘体现行业特色与职业特点的思政元素，建设课程思政元素资源库与教学案例库；对于教师能力要求方面，提出专业理论、实践能力、教学能力、教研能力”等细分维度。目前，“沟通表达能力”、“团队合作意识”和“责任感”是企业人才核心素养方面的关注重点，因此软技能应纳入“课程思政”建设范畴，将沟通表达、团队合作、责任感等职业素养作为思政元素融入专业课程。院校可推行“项目式学习”，通过组织团队合作完成服务或研究项目。同时将职业素养考核纳入学分体系，对学生在实习、项目中的责任感、主动性等进行量化评价；对照《意见》要求的教师能力清单，对教师进行专项培训，提升其组织项目式学习、开展软技能量化评价的能力，确保软技能培养贯穿教学全过程。企业也应在内训中强化服务文化、团队建设，在员工入职培训中增设软技能专项训练，结合服务场景开展案例教学和角色扮演，提升员工应对复杂情况的能力，并通过“荣誉称号”等精神激励，营造重视软技能的组织氛围。

五、提升行业岗位吸引力，构建有竞争力的成长生态

面对行业人员流失率高、岗位吸引力不足的问题，需从薪酬福利、职业发展、工作环境三方面综合施策。企业需进一步优化薪酬体系，稳步提升基础薪资待遇，完善由物质奖励和非物质奖励相结合的激励制度，增强直接刺激和经济吸引力。优化晋升通道设计，探索“管理序列”与“技术序列”双通道发展路径，明确基层岗位到管理岗的晋升路径和考核标准，将平均晋升周期透明化，契合学生职业规划特点和需求。改善工作环境，探索践行“人与AI”协同工作机制，合理控制劳动强度，推行人性化管理，保障员工身心健康。加强企业文化建设，重视团队合作氛围营造，适当授权并赋予员工更多决策参与权，全面

提升员工参与感。院校与企业联合开展行业正面宣传，通过技能大赛、优秀从业者表彰等活动，提升行业职业与岗位的社会认可度。

六、精准对接下沉市场人才需求，优化区域人才布局

《意见》要求鼓励和支持地方因地制宜设置区域特色专业，并推动建立省级部门间会商机制，定期发布重点紧缺专业、改造升级专业、限制撤销专业“三张清单”，同时提出各省域现代职业教育体系建设省份要根据区域重点产业发展规划编制专业设置规划。针对下沉市场人才稀缺、吸引力不足的问题，需建立差异化人才培养与供给机制。院校可根据区域经济发展状况和产业需求，调整专业设置和教学内容；利用省级发布的“三张清单”，精准定位下沉市场的紧缺人才类型，与地方企业共建实训基地，享受政策在专业设置和资金支持上的倾斜，实现人才的本土化培养与留存。企业与地方院校深化合作，共建实训基地和人才培养基地，定向输送专业人才。优化下沉市场岗位配置和薪酬结构，给予返乡就业学生专项补贴、晋升倾斜等政策支持，提升岗位吸引力。通过宣传成功扎根县域市场的青年榜样案例，改变学生对下沉市场的刻板印象，引导其认识到在竞争相对缓和、生活成本更低的市场中，反而可能获得更快的成长速度和更广阔的发展空间。

附录

I. 中国饭店协会简介



中国饭店协会（China Hospitality Association，缩写CHA，简称中国饭协）成立于1994年1月，是由从事住宿业和餐饮业经营的企业事业单位、社会组织、院校、有关产业链供应链机构和经营管理人员自愿结成的全国性、行业性社会团体，是非营利性社会组织。本会的登记管理机关是民政部，党建领导机关是中央社会工作部，主要行业管理部门是商务部。

中国饭店协会以贯彻落实习近平总书记重要讲话精神和党中央、国务院决策部署，服务国家、服务行业、服务社会、服务群众为己任，搭建政府与行业企业之间的桥梁和纽带，以推动行业高质量发展、服务乡村振兴、促进消费、节粮减损、绿色发展为目标，助力住宿餐饮企业实现数字化、绿色化、品牌化、产业化、标准化的高质量发展。协会构建的四大服务体系是：

服务国家

代言行业、建言献策。充分发挥协会的桥梁纽带作用，积极向政府定期反映行业情况。定期参加有关政府部门的调研座谈，编写上报各类形势分析报告和政策建议，为国家制定稳增长、稳就业、促消费有关政策，以及相关法律法规制修订提供依据。

制定标准，规范引领。协会是全国饮食服务业标准化技术委员会（TC214）秘书处所在单位，积极参与制定国家标准、行业标准、团体标准与行业自律规则。受政府委托组织实施《饭店业职业经理人执业资格条件》《绿色饭店》《绿色餐饮经营与管理》国家标准和数十个行业标准，发布多项团体标准；协会积极开展“绿色饭店”“绿色餐饮”评审，协会每年权威发布《中国餐饮业年度报告》《中国住宿业绿色发展报告》《中国饭店业职业人才培养报告》等数十份行业研究成果，为相关部门决策提供数据指引。

服务社会

助力乡村振兴。协会贯彻落实党中央实施乡村振兴、扎实推动共同富裕的重大战略部署，中国美食节、中国饭店文化节、中国国际饭店业大会、中国火锅产业大会、中国团餐产业发展大会、中国烹饪工匠节、中国外卖节、中国米粉节、中国绿色消费季等品牌活动，集中展示地标美食、特色食材等产品，召开乡村振兴特色食材对接会，并鼓励会员企业线上线下采购贫困地区产品。制定《地标美食质量技术规范》团体标准，按区域发布地标美食，推荐地标名菜、地标名点、地标名小吃、地标名宴、地标火锅和地标特色食品等。2020年

协会荣获全国扶贫职业技能大赛突出贡献单位。

助力绿色发展。协会在行业内全力宣贯《绿色饭店》《绿色餐饮经营与管理》国家标准，积极贯彻习近平总书记关于坚决制止餐饮浪费的重要指示精神。培训绿色饭店评审员、绿色管家、绿色使者，绿色饭店品牌影响力逐步增强。发布《中国住宿业绿色发展白皮书》，使节约、放心、环保、健康的绿色理念深入行业。绿色领跑者指标测评工程审计与能源优化、酒店数字化运营、放心厨房建设等绿色工具从坪效、能效、人效现场管理运行赋能提升，成为行业绿色发展风向标。中国绿色消费季、饭店业碳达峰行动、减塑行动、垃圾分类与减量、小份菜行动等为创建绿色可持续发展的社会环境贡献力量。

服务群众

反对浪费，倡导节约健康。协会积极响应党中央、国务院关于节粮减损、注重食品安全的号召，倡导分餐制、小份菜，倡导外卖封签、食安溯源，发布倡议，号召行业企业积极践行社会责任，为群众日益增长的对美好生活的需求贡献力量。

服务民生，帮扶就业。协会作为教育部全国商业职业教育教学指导委员会副主任委员单位、人社部康养生活服务类技工教育和职业培训教学指导委员会酒店与旅游分委员会主任委员单位，全力服务全社会人才培养。协会教育中心依照有关行业标准、团体标准组织各类管理及技能培训。全国饭店业服务技能大赛、中国青年名厨大赛等比赛活动，为全社会培养技术人才。

服务行业

培育品牌。帮助优秀会员企业境内外上市、中华老字号等工作，已成为协会日常的工作。通过协会的推荐，已有近百家企业获得中华老字号，一些企业在境内外成功上市。

搭建平台。协会主办的中国美食节、中国饭店文化节、国际饭店业大会，已成为我国饭店业规模大、档次高、影响力广、群众参与性强的行业盛会。中国饭店协会绿色饭店专业委员会、老字号与非遗专业委员会、团餐专业委员会、火锅专业委员会、名厨专业委员会等是行业颇具影响力的交流平台。

技能提升。拥有强大的学术资源及专家队伍，与国内外一些著名饭店管理院校、知名国际饭店管理集团建立了长期的合作关系。饭店职业经理人、客房、餐饮、财务、工程、星厨、人力资源、市场营销等培训是全国饭店业质量最高的培训活动。协会积极开展专业的技术评估、组织开展全国饭店职业经理人等级评价，为饭店业转变发展方式，奠定人力资源基础。协会与人力资源和社会保障部、全国总工会共同举办全国饭店业职业技能竞赛，获奖选手及企业有资格申请“全国五一劳动奖章”、“全国技术能手”等荣誉称号。

发布资讯。拥有广泛的行业信息资源，按月出版《中国饭店业》会员刊物、及时更新协会官方网站（www.chinahotel.org.cn）和官方微信，方便会员单位及时掌握国内外饭店与餐饮业的最新动态。宣传企业经典案例、反映行业诉求、了解国内外热点问题，推动饭店与餐饮企业信息技术应用和特色文化建设。

国际交流。协会作为国际饭店与餐馆协会亚太区执行董事单位，积极组织开展行业国

际交流活动，建立与国外同行的联系，组织会员和企业赴欧美进行专业学习考察、参观访问。组织饭店和餐饮企业参加国际会展活动，帮助企业扩大国内、国际的交流合作，引进先进的管理经验和技術，开拓国内、国际市场。

II. 中国饭店协会专家工作委员会简介

中国饭店协会专家工作委员会（Committee of Experts of China Hospitality Association），简称“中国饭协专家委”，由长期从事住宿餐饮行业，在宏观经济、行业研究、食品安全、标准制定、人才培养、食品工业、文化旅游、大健康、技能竞赛等方面有经验、有建树并一直热衷于推动本行业高质量发展的专家组成。

中国饭协专家委的工作重点是充分发挥我国住宿餐饮行业专家、学者的智囊作用，通过举办研讨会、论坛等活动，为专家们提供一个交流思想、分享研究成果的平台，促进跨业态、跨领域合作。同时，发挥其专业性、权威性和前瞻性，通过专家团队的集体智慧，为政府、行业、企业提供信息建议；研究行业新趋势，发布行业数据、信息、报告、年度大事等研究成果，引领行业高质量发展。

III. 中国饭店协会云服务平台



中国饭店协会云服务平台（简称“云服务平台”）是协会打造的一站式线上综合服务平台。云服务平台集会员服务、供需服务、品牌服务、培训服务与数据服务为一体，整合调动协会内外部资源优势，优化办事流程，让会员单位在一个平台内即可办理多项业务需求，提升服务效率与服务体验；同时，云服务平台配有微信小程序移动端口，支持用户随时随地登录云服务平台，真正实现服务事项随时办、多件事项同时办。

云服务平台提供免费公开的数据信息服务，涵盖行业报告、行业标准、行业政策及行业数据四大类内容，致力于打造业内综合、权威、专业的专属知识库。

中国饭店协会云服务平台网址

ogsa.chinahotel.org.cn

移动设备扫描下方二维码，进入微信小程序页面



微信扫一扫，使用小程序



中国饭店协会

CHINA HOSPITALITY ASSOCIATION

如果对此报告有任何意见或建议，请随时联系：

地址：北京市西城区车公庄大街9号五栋大楼A2座601 邮编100044

电话：010-88365877

网址：www.chinahotel.org.cn

邮箱：



扫码关注中国饭店协会公众号，了解更多信息

更多免费行业报告

并购家

www.ipopo.cn