

2015-2020年中国餐饮市场 供需分析及投资前景调研报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2015-2020年中国餐饮市场供需分析及投资前景调研报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/qtzzh1503/Q87504F6ZF.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2015-03-31

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

说明、目录、图表目录

博思数据发布的《2015-2020年中国餐饮市场供需分析及投资前景调研报告》共十五章。首先介绍了中国餐饮行业市场发展环境、中国餐饮整体运行态势等，接着分析了中国餐饮行业市场运行的现状，然后介绍了中国餐饮市场竞争格局。随后，报告对中国餐饮做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国餐饮行业发展趋势与投资预测。您若想对餐饮产业有个系统的了解或者想投资餐饮行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

2009-2013年中国餐饮业收入统计 餐饮业 快餐行业占比（%） 快餐行业收入（亿元） 中式快餐占比（%） 中式规模（亿元） 中式快餐占比（%） 西式规模（亿元） 2009年
17998 25.5 4590 72.3 3320 27.7 1270 2010年 17648 31.2 5500 74.5 4100 25.5 1400
2011年 20635 32.2 6650 77.4 5150 22.6 1500 2012年 23448 33.5 7850 78.6 6173 21.4
1677 2013年 25392 35.6 9040 80.6 7285 19.4 1755

资料来源：博思数据中心整理

我国餐饮业的发展不仅表现在数量上增长迅速，其质量和内涵也发生了重大变化。行业的经营领域和市场空间不断拓宽，经营档次和企业管理水平不断提高，经营业态日趋丰富，投资主体和消费需求多元化特点更加突出，网点数量和人员队伍继续扩大；餐饮市场更加繁荣，消费的个性化和特色化的趋势明显，追求健康营养和连锁规模发展成为主题。集团化、品牌化、产业化和国际化的发展步伐加快，餐饮现代化的进程不断推进，社会地位和作用得到提升。通过社会化投入和市场化竞争，我国餐饮业已由规模小、网点少、设施简陋、对国民经济贡献率低的小行业，发展成为规模不断扩大、增长势头持续强劲、对社会经济和人民生活具有较强影响力的重要行业，在满足人民生活需求和服务于社会经济发展中起到重要作用，为国民经济发展做出了突出贡献。

报告目录：

第一部分 行业市场分析

第一章 2014年全球餐饮业发展分析 1

第一节 全球经济和人口环境分析 1

一、2014年世界经济发展概况 1

二、2014年世界人口总数和分布 3

第二节 全球主要国家餐饮业发展分析 4

一、美国餐饮业 4

二、日本餐饮业 7

三、英国餐饮业	9
四、韩国餐饮业	11
五、印尼餐饮业	12
第三节 国内外餐饮特许经营对比分析	13
第二章 2014年中国餐饮业发展环境分析	17
第一节 2014年中国宏观经济环境分析	17
一、2014年中国GDP增长情况分析	17
二、2014年中国工业经济发展形势分析	18
三、2014年中国全社会固定资产投资分析	20
四、2014年中国社会消费品零售总额分析	23
五、2014年中国城乡居民收入与消费分析	23
六、2014年中国对外贸易发展形势分析	25
第二节 中国餐饮业政策环境分析	25
一、中国餐饮行业管理体制	25
二、中国餐饮业政策的实施情况	28
三、餐饮业响应扩大内需十项行动	29
四、国家开展餐饮食品安全整顿	31
五、餐饮食品安全相关政策综述	35
六、中国餐饮行业发展规划分析	37
第三节 中国餐饮业相关产业环境分析	42
一、中央厨房的相关概述	42
二、中央厨房产业链及OEM	47
三、中央厨房细分领域发展现状	48
四、团餐业中央厨房未来竞争力分析	50
第四节 中国饮食文化环境分析	52
一、中国传统饮食文化	52
二、中国饮食文化与历史	54
三、历代餐具看中国饮食文化	56
四、中国各地区饮食文化分析	57
第五节 中国旅游业发展环境分析	61
一、中国旅游业发展的现状	61
二、2014年中国旅游总收入分析	64

三、2014年国内游市场规模分析	67
四、2014年旅游经济运行情况分析	67
五、“十二五”中国旅游经济发展机遇	69
第三章 2014年中国餐饮行业发展分析	72
第一节 中国餐饮行业相关概述	72
一、餐饮业定义	72
二、餐饮业分类	72
三、餐饮业产业链	73
第二节 中国餐饮行业发展运行情况	73
一、2014年中国餐饮市场特点	73
二、中国餐饮市场增长的原因	77
三、餐饮企业的成本控制分析	78
四、中国餐饮市场存在的问题	80
五、中国餐饮行业机遇和挑战	81
第三节 中国连锁餐饮行业发展运行情况	83
一、中国连锁餐饮发展背景与起源	83
二、中国连锁餐饮发展历程和阶段	84
三、连锁餐饮迅速发展的优势分析	85
四、中国连锁餐饮发展现状及特点	86
五、中国连锁餐饮存在的问题分析	88
六、中国连锁餐饮发展对策与措施	90
七、中国发展餐饮连锁的对策建议	91
八、中国连锁餐饮发展方向及重点	95
第四章 2012-2014年中国餐饮行业相关数据分析	100
第一节 2014年中国餐饮行业经济指标统计	100
一、2014年中国餐饮业总体规模分析	100
二、2014年中国餐饮业资产负债统计	101
三、2014年中国餐饮业经营效益统计	106
四、2014年各地餐饮业市场规模统计	106
第二节 2014年中国连锁餐饮行业经济指标统计	107
一、2014年中国连锁餐饮业市场规模统计	107
二、2014年中国连锁餐饮业营业收入统计	107

三、2014年中国连锁餐饮业市场结构统计	108
四、2014年中国各地连锁餐饮业基本情况	108
第三节 2014年中国餐饮行业相关产品产量分析	109
一、2014年年中国大米产量统计	109
二、2014年中国小麦粉产量统计	113
三、2014年中国食用植物油产量统计	117
四、2014年中国鲜冷藏冻肉产量统计	120
五、2014年中国味精产量统计	121
六、2014年中国酱油产量统计	123
七、2014年中国饮料酒产量统计	127
第五章 2012-2014年中国餐饮业态发展分析	131
第一节 中国快餐业市场发展分析	131
一、国内快餐业发展阶段	131
二、国内快餐业发展现状	136
三、快餐业企业运营特点	138
四、快餐业发展制约因素	141
五、国内快餐业发展问题	142
六、中国快餐业发展对策	143
七、未来快餐业发展战略	146
八、未来快餐业发展趋势	155
九、未来快餐业发展展望	157
第二节 中国中式快餐市场发展分析	159
一、国内中式快餐发展概述	159
二、中式快餐发展态势分析	160
三、中式快餐的优劣势分析	161
四、中式快餐的可行性分析	163
五、中式快餐的标准化模式	164
六、中式快餐营销策略分析	169
七、中式快餐发展问题分析	171
八、中式快餐业的发展对策	173
九、中式快餐趋势预测展望	175
第三节 中国酒（饭）店餐饮业分析	177

一、酒店餐饮业特点及形势	177
二、酒店餐饮经营五要素	181
三、酒曝餐饮业人才情况	187
四、国内酒店成本控制策略	190
五、酒店餐饮业可持续发展	193
六、酒店餐饮业大众化经营	201
七、酒店餐饮业营销分析	205
八、酒店餐饮业发展趋势	208
第四节 中国西餐业市场发展分析	209
一、国外各类西餐特色	209
二、国内西餐市场现状	211
三、国内西餐产业链分析	213
四、西餐市场发展趋势	214
五、西餐市场经营趋势	215
第五节 中国其他新型餐饮业态分析	217
一、主题餐馆	217
二、外卖餐饮	218
三、流动餐厅	223
四、休闲餐饮	224
五、商场餐饮	226
六、航空餐饮	232
七、火锅餐饮	233
八、团购餐饮	233
第六章 2014年中国餐饮业消费者研究分析	235
第一节 餐饮消费者类型分析	235
一、便利型消费者	235
二、求廉型消费者	235
三、享受型消费者	235
四、求新型消费者	236
五、健康型消费者	236
六、信誉型消费者	236
第二节 餐饮消费者心理定势分析	237

第三节 城镇居民的消费结构	237
第四节 餐饮业消费者行为分析	239
第五节 快餐消费市场分析	241
一、快餐目标市场分析	241
二、体验经济时代的快餐消费需求分析	243
三、麦当劳开展体验消费营销的启示	244
四、快餐行业大众快餐成消费潮流	246
第六节 中国现代餐饮消费趋势	247
第七章 2014年中国餐饮市场运营状况分析	250
第一节 受访者基本情况	250
第二节 消费者餐饮消费的基本情况调查	251
一、最近一次就餐的场所调查	251
二、消费者餐饮消费频率调查	252
三、消费者餐厅选择的关注因素调查	253
第三节 消费者餐饮消费满意度情况调查	254
一、餐饮消费整体满意程度调查	254
二、食品安全状况调查	255
三、餐饮消费满意度指标的评价对比调查	256
第四节 消费者的消费维权意识及餐饮企业的危机处理能力调查	257
一、餐饮消费中的投诉与维权调查	257
二、餐饮企业公关及危机处理调查	260
第二部分 行业竞争分析	
第八章 2014年中国各地区餐饮业发展情况	263
第一节 山东省	263
一、山东省餐饮业发展概况	263
二、鲁菜经营发展情况分析	263
三、鲁菜餐饮品牌企业发展概况	263
四、山东省鲁菜产业现存问题与对策	264
五、山东省鲁菜产业趋势预测展望	267
第二节 江苏省	270
一、江苏省餐饮产业发展现状	270
二、南京市餐饮行业发展分析	270

三、苏州市餐饮行业发展分析	272
四、江苏省餐饮企业主要问题	272
五、江苏餐饮企业发展政策建议	273
第三节 上海市	274
一、上海市餐饮产业发展概况	274
二、餐饮业对上海经济的贡献度	276
三、上海市餐饮产业业态分析	276
四、上海市餐饮市场格局分析	278
五、上海市餐饮网点分析	279
第四节 广东省	279
一、2014年广东省经济发展情况	279
二、广东省餐饮业发展现状分析	281
三、2014年广东省餐饮业业态发展概况	281
四、“十二五”广东餐饮业发展政策建议	281
第五节 重庆市	282
一、2014年重庆市经济发展情况	282
二、重庆市餐饮行业发展历程	285
三、重庆市餐饮行业发展现状	285
四、重庆市餐饮行业发展特色	286
第六节 云南省	287
一、2014年云南省经济发展情况	287
二、云南省餐饮业发展现状分析	287
三、云南餐饮业发展主要问题	289
四、云南发展餐饮业发展对策建议	289
五、云南餐饮业发展面临的机遇	292
第九章 2012-2014年中国餐饮市场竞争分析	294
第一节 中国餐饮市场竞争概况	294
一、餐饮企业组织形式	294
二、餐饮行业竞争要素	297
三、餐饮市场竞争状况	298
第二节 中国餐饮市场竞争格局	303
一、餐饮市场竞争格局	303

二、餐饮市场竞争格局	312
三、餐饮业市场集中度	313
第三节 国内餐饮市场竞争策略	316
一、餐饮行业竞争趋势	316
二、餐饮市场竞争策略	318
三、应对餐饮竞争举措	319
四、提升餐饮核心竞争力	321
第十章 2014年中国主要餐饮企业分析	323
第一节 百胜餐饮集团	323
一、企业基本情况	323
二、企业经营状况分析	324
三、百胜餐饮转战中国市场	326
第二节 麦当劳	327
一、企业基本情况	327
二、企业经营状况分析	328
三、麦当劳加速本土化	329
四、麦当劳在华业务迅速扩张	329
第三节 棒?约翰	332
一、企业基本情况	332
二、2014年企业经营状况分析	333
三、外卖将成为棒?约翰业务增长点	334
四、棒?约翰公司在华发展情况分析	334
五、美国棒?约翰公司的成功秘诀	335
第四节 中国全聚德（集团）股份有限公司	337
一、企业基本情况	337
二、企业经营情况分析	339
三、企业经济指标分析	340
四、企业盈利能力分析	341
五、企业偿债能力分析	341
六、企业运营能力分析	342
七、企业成本费用分析	342
第五节 北京湘鄂情股份有限公司	343

一、企业基本情况	343
二、企业经营情况分析	344
三、企业经济指标分析	345
四、企业盈利能力分析	346
五、企业偿债能力分析	346
六、企业运营能力分析	347
七、企业成本费用分析	347
第六节 西安饮食股份有限公司	347

一、企业基本情况	347
二、企业经营情况分析	348
三、企业经济指标分析	350
四、企业盈利能力分析	351
五、企业偿债能力分析	351
六、企业运营能力分析	352
七、企业成本费用分析	352

第七节 上海锦江国际酒店发展股份有限公司 352

一、企业基本情况	352
二、企业经营情况分析	353
三、企业经济指标分析	356
四、企业盈利能力分析	356
五、企业偿债能力分析	357
六、企业运营能力分析	357
七、企业成本费用分析	358

第八节 华天酒店集团股份有限公司 358

一、企业基本情况	358
二、企业经营情况分析	359
三、企业经济指标分析	364
四、企业盈利能力分析	365
五、企业偿债能力分析	365
六、企业运营能力分析	366
七、企业成本费用分析	366

第九节 小肥羊集团有限公司 368

一、企业基本情况	368
二、企业经营情况分析	368
三、企业经济指标分析	370
第十节 味千（中国）控股有限公司	370
一、企业基本情况	370
二、企业经营情况分析	371
三、企业经济指标分析	373
第十一节 广州市真功夫餐饮管理有限公司	373
一、企业基本情况	373
二、企业经营发展历程	374
三、企业经营发展计划	375
第十二节 内蒙古小尾羊餐饮连锁公司	376
一、企业基本情况	376
二、企业品牌经营分析	379
三、企业经营发展战略	380
第十三节 重庆德庄实业（集团）有限公司	381
一、企业基本情况	381
二、企业经营发展历程	382
三、企业产业分布情况	383
第十四节 顶新国际集团德克士食品	384
一、企业基本情况	384
二、企业经营发展历程	384
三、企业营销发展战略	387
第十五节 重庆小天鹅投资控股（集团）有限公司	389
第十六节 狗不理集团股份有限公司	390
一、企业基本情况	390
二、企业经营发展历程	392
三、企业经营发展态势	396
第十七节 俏江南股份有限公司	396
一、企业基本情况	396
二、企业经营发展历程	396
三、企业经营发展态势	400

第十八节 沈阳小土豆餐饮有限公司 400

一、企业基本情况 400

二、企业经营发展历程 400

三、企业经营投资策略 401

第十九节 四川海底捞餐饮股份有限公司 401

第二十节 合兴餐饮集团 402

一、企业基本情况 402

二、企业旗下品牌分析 402

三、企业经营投资策略 404

第二十一节 上海杏花楼（集团）股份有限公司 406

一、企业基本情况 406

二、企业经营发展历程 406

三、企业经营发展优势 408

四、企业经营发展战略 411

第二十二节 大娘水饺餐饮集团股份有限公司 412

一、企业基本情况 412

二、企业经营发展历程 413

三、企业创新标准方针 416

第二十三节 永和大王 419

一、企业基本情况 419

二、企业收购调整分析 419

三、企业经营发展战略 420

第二十四节 马兰拉面快餐连锁有限公司 422

一、企业基本情况 422

二、企业经营情况分析 423

三、企业经营品牌战略 423

第二十五节 深圳市嘉旺餐饮连锁有限公司 424

一、企业基本情况 424

二、企业经营发展历程 425

第二十六节 深圳面点王饮食连锁有限公司 426

第二十七节 千喜鹤集团 427

一、企业基本情况 427

二、企业经营发展历程 428

三、企业经营发展优势 432

第三部分 行业发展战略

第十一章 2012-2014年中国餐饮业战略规划 441

第一节 餐饮业战略思考 441

一、餐饮业的战略规划问题 441

二、餐饮业的发展战略思考 442

三、餐饮业核心竞争力分析 444

四、中小餐饮企业战略分析 444

第二节 餐饮企业战略规划 446

一、品牌发展战略规划 446

二、顾客价值战略规划 450

三、创新营销战略规划 451

四、特色选择战略规划 454

第三节 餐饮企业投资策略 456

一、餐饮连锁路径选择 456

二、餐饮企业投资策略 458

三、餐饮业的发展战略 461

四、餐饮业的国际发展 468

第十二章 2012-2014年中国餐饮业营销分析 475

第一节 中国餐饮业营销概述 475

一、餐饮营销观念阶段演变 475

二、餐饮行业品牌营销现状 478

三、餐饮市场营销发展方向 481

第二节 中国餐饮业营销策略分析 484

一、餐饮业营销手段与技巧 484

二、餐饮市场营销成功要素 487

三、餐饮业整合营销的应用 488

第三节 餐饮业细分营销策略分析 492

一、餐饮业产品创新营销 492

二、餐饮业服务营销策略 494

三、餐饮业文化营销策略 495

四、餐饮业口碑营销策略	496
五、餐饮业网络营销分析	501
第四节 餐饮企业营销战略规划	503
一、企业营销战略的内容	503
二、制定营销战略的过程	506
三、营销战略的具体实施	508
四、餐饮市场的攻击战略	509
第四部分 行业发展趋势与投资分析	
第十三章 2015-2020年中国餐饮业的发展动态与趋势	515
第一节 新型餐饮业态研究	515
一、中国餐饮消费变化分析	515
二、中外餐饮消费特点比较	516
三、中国餐饮业态发展历程	526
四、国内新型餐饮业特点分析	526
第二节 中餐业发展潜力分析	527
一、中国餐饮业产业优势分析	527
二、中国餐饮业的市场发展机遇	527
三、中国餐饮业不足与面临的威胁	528
第三节 未来中国餐饮市场发展趋势	529
第十四章 2015-2020年中国餐饮业发展预测	531
第一节 2015-2020年中国餐饮业营业收入趋势预测	531
第二节 2015-2020年中国连锁餐饮业发展趋势预测	532
第三节 2015-2020年中国餐饮企业营销趋势预测	534
第四节 2015-2020年中国餐饮业市场需求变化预测	540
第五节 2015-2020年中国餐饮业企业发展趋势预测	540
第十五章 中国餐饮业投资前景因素及机会分析	543
第一节 餐饮业主要的经营风险因素	543
一、宏观经济风险	543
二、安全风险	544
三、管理风险	545
四、市场竞争风险	545
第二节 餐饮业保险	546

- 一、餐饮业保险概述 546
- 二、餐饮业保险的兴起 549
- 三、餐饮业保险盲区分析 553
- 四、华安保险逆势分析 554
- 五、餐饮保险的意义 556
- 第三节中国餐饮业投资机会及建议 557
- 一、中国餐饮市场融资动态 557
- 二、进入高档餐饮业主要障碍 564
- 三、快餐业的投资潜力分析 565
- 四、中国餐饮业的市場进入机会 568
- 五、餐饮业的投资竞争及其影响 570
- 六、中国餐饮业市场投资建议 573

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2014年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2014年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2015年中国GDP增长预测

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场监测数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qtzzh1503/Q87504F6ZF.html>