

2016-2022年中国餐饮市场 分析与投资前景研究报告

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

《2016-2022年中国餐饮市场分析与投资前景研究报告》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/canyin1510/N51984K7PL.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2015-10-14

【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

报告说明:

博思数据发布的《2016-2022年中国餐饮市场分析与投资前景研究报告》共八章。报告介绍了餐饮行业相关概述、中国餐饮产业运行环境、分析了中国餐饮行业的现状、中国餐饮行业竞争格局、对中国餐饮行业做了重点企业经营状况分析及中国餐饮产业发展前景与投资预测。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。

餐饮的概念主要有两种：一是饮食，比如经营餐饮，提供餐饮。二是指提供餐饮的行业或者机构，满足食客的饮食需求，从而获取相应的服务收入。由于在不同的地区、不同的文化下，不同的人群饮食习惯、口味的不同，因此，世界各地的餐饮表现出多样化的特点。

餐饮市场将进入品牌消费时代，中国餐饮业将以百分之十六的增速继续对扩大消费、促进就业发挥积极作用。

对于餐饮企业而言，品牌力的重要性不言而喻。餐饮市场的竞争最后必将是品牌之间的竞争，谁的品牌力更强，谁就能拥有更广阔的市场，品牌力成为餐饮企业逐鹿市场的关键。

报告目录:

第一章 中国餐饮行业发展综述

第一节 餐饮行业定义及特征

一、餐饮行业定义

二、餐饮行业分类

三、餐饮行业基本特征

1、永续经营

2、适应性强

3、抗风险性

4、低成本营销

5、集市效应

6、市场稳定

7、收益保障

8、升值空间大

第二节 餐饮行业发展环境分析

一、行业政策环境分析

- (1) 行业管理体制分析
- (2) 行业主要法律法规

二、行业经济环境分析

- (1) 国际宏观经济形势分析
- (2) 国内宏观经济形势分析

三、行业社会环境分析

- (1) 中国传统饮食文化
- (2) 西式餐饮文化在中国的发展

四、行业消费环境分析

- (1) 居民可支配收入
- (2) 消费结构分析
- (3) 消费行为分析

第三节 餐饮行业关联行业发展分析

一、关联行业对餐饮业发展影响分析

- (1) 旅游业对餐饮业发展影响分析
 - 1) 旅游业对餐饮业的影响
 - 2) 国内旅游业发展现状
 - 3) 入境旅游市场发展现状
 - 4) 旅游业发展前景预测
 - (2) 酒店业对餐饮业发展影响分析
 - (3) 会展业对餐饮业发展影响分析
 - (4) 商业地产对餐饮业发展影响分析
- ### 二、上游行业对餐饮业发展影响分析
- (1) 调味品行业对餐饮业发展影响分析
 - (2) 畜牧业、种植业对餐饮业发展影响分析

第二章 国际餐饮业发展状况分析

第一节 国际餐饮业发展概况

- 一、国际餐饮业发展特征
- 二、国际餐饮业市场规模
- 三、国际餐饮业先进经营模式

四、主要国家餐饮业发展现状

- (1) 美国餐饮业发展现状
- (2) 加拿大餐饮业发展现状
- (3) 墨西哥餐饮业发展现状
- (4) 印度餐饮业发展现状
- (5) 法国餐饮业发展现状
- (6) 意大利餐饮业发展现状
- (7) 英国餐饮业发展现状
- (8) 德国餐饮业发展现状
- (9) 俄罗斯餐饮业发展现状
- (10) 日本餐饮业发展现状

第二节 中餐业在国际市场的发展

一、中餐业进入国际市场的方式介绍

二、中餐业进入国际市场的模式选择

- (1) 契约进入模式
- (2) 投资进入模式

三、中餐业在国际市场的发展

- (1) 美国中餐业发展分析
- (2) 欧洲中餐业发展分析

第三节 国际餐饮业发展趋势分析

第三章 中国餐饮行业发展状况分析

第一节 中国餐饮行业发展状况分析

一、中国餐饮行业发展历程

二、中国餐饮业发展状况分析

- (1) 中国餐饮业发展规模
- (2) 中国餐饮业发展特点
- (3) 中国餐饮业面临的问题
- (4) 中国餐饮业发展建议

三、中国餐饮业行业竞争状况分析

四、跨国餐饮企业在华投资状况分析

- (1) 跨国餐饮企业在华投资布局

(2) 跨国餐饮企业在华竞争策略

1. 产品策略
2. 定价策略
3. 渠道策略
4. 促销策略

第二节 中国餐饮百强企业发展情况

- 一、餐饮百强企业营业规模分析
- 二、餐饮百强企业经营业态分析
- 三、餐饮百强企业性质结构分析
- 四、餐饮百强企业地区分布分析
- 五、餐饮百强企业门店数量分析

第三节 2015年节假日中国餐饮市场发展分析

一、2015年春节餐饮市场分析

- (1) 全国餐饮市场：“马”力全开，后劲不足
- (2) 大众化餐饮：“马”到功成，红红火火
- (3) 家庭聚餐、同学朋友聚会：一“马”当先唱主角
- (4) 高端餐饮：积极转型抓商机，力争“马”上破冰
- (5) 乡村特色餐饮：“私人定制”受追捧
- (6) 经济实用的半成品年夜饭礼盒：“马”年新宠
- (7) O2O、微信等智能餐饮服务体验：万“马”奔腾闹春节

二、2015年“五一”节餐饮市场分析

- 1、五一“小长假”带动餐饮市场消费新高潮
- 2、五一“小长假”开启婚庆黄金档

三、2015年中秋节餐饮市场分析

- (1) 大众餐饮需求旺盛多地收入增速10%
- (2) 打折力度大网上订餐受热捧
- (3) 特色餐饮极具吸引力月饼回归市场定位

四、2015年国庆节餐饮市场分析

- (1) 促销活动形式新颖
- (2) 大众餐饮消费火爆
- (3) 婚庆市场红红火火

第四节 2015年中国餐饮O2O分析

- 一、我国餐饮O2O概述
- 二、我国餐饮O2O用户规模
- 三、我国餐饮O2O应用市场规模
- 三、我国餐饮O2O发展趋势
- 四、中国餐饮O2O模式应用标杆企业案例分析
 - (1) 餐饮点评企业——大众点评
 - (2) 咖啡巨头——星巴克
 - (3) 火锅传奇——海底捞
 - (4) 快餐连锁巨头——麦当劳
 - (5) 高端餐饮转型企业——小南国
 - (6) 重物流外卖服务商——到家美食会

第四章 中国餐饮行业细分市场分析

第一节 中国餐饮业经营业态格局

第二节 中国正餐市场发展分析

一、中国正餐市场发展概况

二、中国正餐市场发展特征

1、高档餐饮遭遇寒冬

2、大众化市场表现强劲

3、电子商务交易逐步推广

三、中国正餐市场发展前景

第三节 中国快餐市场发展分析

一、中国快餐市场发展概况

二、中国快餐市场发展特征

三、中国快餐市场竞争格局

四、西式快餐市场发展分析

五、中式快餐市场发展分析

1、中式快餐业的发展现状

2、中式快餐业连锁发展存在的问题

3、中式快餐业连锁发展模式对策

六、快餐市场发展趋势及前景

第四节 火锅市场发展分析

一、火锅市场发展现状

（一）餐饮市场唯一呈正增长的业态

（二）火锅业态发展强劲

二、火锅企业主要经营模式

1、加盟经营是火锅业态的首选方式

2、经营扩张步伐放缓

3、海外市场逐渐开拓，门店数量递增

4、自助火锅大行其道

5、新生力量异军突起

三、火锅市场亟待解决问题与对策

1、“一窝蜂”盲目发展的隐忧

2、同质化的隐忧

3、食品安全的隐忧

4、经营能力的隐忧

四、火锅市场发展趋势及前景分析

（一）赢利模式的创新成为赢得竞争的关键

1、市场细分

2、小企业时代来临

3、顾客为王的思维

（二）突破利润的瓶径

1、标准化

2、专卖化

3、精细化

4、智能化

5、专业化

（三）食品安全仍是重中之重

1、消费安全将有章可循

2、中央厨房模式保食品安全促餐企发展

3、全产业链发展引领行业新格局

第五节 休闲餐饮市场发展分析

一、休闲餐饮的概念界定

二、中国休闲餐饮市场发展现状

三、中国休闲餐饮市场发展前景

第五章 中国餐饮行业不同菜系市场分析

第一节 中国餐饮菜系介绍

第二节 鲁菜市场发展分析

一、鲁菜市场发展概况

二、鲁菜经营品牌企业

1、东方海天大酒店

2、金海湾大酒店

3、天天渔港

三、鲁菜消费群体分析

四、鲁菜市场发展趋势

第三节 川菜市场发展分析

一、川菜市场发展概况

二、川菜经营品牌企业

三、川菜消费群体分析

四、川菜市场发展趋势

第四节 粤菜市场发展分析

一、粤菜市场发展概况

二、粤菜经营品牌企业

三、粤菜消费群体分析

四、粤菜市场发展趋势

第五节 苏菜市场发展分析

一、苏菜市场发展概况

二、苏菜经营品牌企业

三、苏菜消费群体分析

四、苏菜市场发展趋势

第六节 湘菜市场发展分析

一、湘菜市场发展概况

二、湘菜经营品牌企业

三、湘菜消费群体分析

四、湘菜市场发展趋势

第七节 闽菜市场发展分析

一、闽菜市场发展概况

二、闽菜经营品牌企业

三、闽菜消费群体分析

四、闽菜市场发展趋势

第八节 浙菜市场发展分析

一、浙菜市场发展概况

二、浙菜经营品牌企业

三、浙菜消费群体分析

四、浙菜市场发展趋势

第六章 中国餐饮行业重点区域市场分析

第一节 北部地区餐饮市场分析

一、北京餐饮市场发展分析

(1) 北京餐饮业相关政策规划

(2) 北京餐饮市场消费特征

(3) 北京餐饮市场规模分析

二、天津餐饮市场发展分析

(1) 天津餐饮业相关政策规划

(2) 天津餐饮市场消费特征

(3) 天津餐饮业市场规模

三、大连餐饮市场发展分析

(1) 大连餐饮业相关政策规划

(2) 大连餐饮市场消费特征

(3) 大连餐饮业市场规模

第二节 华东地区餐饮市场分析

一、上海餐饮市场发展分析

(1) 上海餐饮业相关政策规划

(2) 上海餐饮市场消费特征

(3) 上海餐饮市场规模

二、青岛餐饮市场发展分析

(1) 青岛餐饮业相关政策规划

(2) 青岛餐饮市场消费特征

(3) 青岛餐饮业市场规模

三、苏州餐饮市场发展分析

(1) 苏州餐饮业相关政策规划

(2) 苏州餐饮市场消费特征

(3) 苏州餐饮业市场规模

四、杭州餐饮市场发展分析

(1) 杭州餐饮业相关政策规划

(2) 杭州餐饮市场消费特征

(3) 杭州餐饮业市场规模

五、南京餐饮市场发展分析

(1) 南京餐饮业相关政策规划

(2) 南京餐饮市场消费特征

(3) 南京餐饮业市场规模

六、福州餐饮市场发展分析

(1) 福州餐饮业相关政策规划

(2) 福州餐饮市场消费特征

(3) 福州餐饮业市场规模

第三节 华南地区餐饮市场分析

一、广州餐饮市场发展分析

(1) 广州餐饮业相关政策规划

(2) 广州餐饮市场消费特征

(3) 广州餐饮业市场规模

二、深圳餐饮市场发展分析

(1) 深圳餐饮业相关政策规划

(2) 深圳餐饮市场消费特征

(3) 深圳餐饮业市场规模

第四节 西部地区餐饮市场分析

一、重庆餐饮市场发展分析

(1) 重庆餐饮业相关政策规划

(2) 重庆餐饮市场消费特征分析

(3) 重庆餐饮业市场规模

二、西安餐饮市场发展分析

(1) 西安餐饮业相关政策规划

(2) 西安餐饮市场消费特征

(3) 西安餐饮业市场规模

三、成都餐饮市场发展分析

(1) 成都餐饮业相关政策规划

(2) 成都餐饮市场消费特征分析

(3) 成都餐饮业市场规模分析

第五节 中部地区餐饮市场分析

一、武汉餐饮市场发展分析

(1) 武汉餐饮业相关政策规划

(2) 武汉餐饮市场消费特征

(3) 武汉餐饮业市场规模

二、长沙餐饮市场发展分析

(1) 长沙餐饮业相关政策规划

(2) 长沙餐饮市场消费特征

(3) 长沙餐饮业市场规模

第七章 国内外知名餐饮企业经营情况分析

第一节 西式餐饮企业经营情况分析

一、百胜餐饮集团经营情况分析

二、麦当劳公司经营情况分析

三、德克士经营情况分析

四、棒！约翰公司经营情况分析

第二节 中国特色酒楼经营情况分析

一、中国全聚德（集团）股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

(6) 企业发展能力分析

二、西安饮食股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析

三、上海杏花楼（集团）股份有限公司经营情况分析

四、湖南韶山毛家饭店发展有限公司经营情况分析

五、重庆陶然居饮食文化（集团）有限公司经营情况分析

六、俏江南股份有限公司经营情况分析

七、狗不理集团股份有限公司经营情况分析

八、小南国餐饮控股有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析

第三节 中式及日式快餐企业经营情况分析

一、味千（中国）控股有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析

二、乡村基（中国）餐饮管理有限公司经营情况分析

三、马兰拉面快餐连锁有限责任公司经营情况分析

四、河北千喜鹤饮食股份有限公司经营情况分析

五、永和食品（中国）有限公司经营情况分析

六、大娘水饺餐饮集团股份有限公司经营情况分析

七、丽华快餐集团有限公司经营情况分析

八、深圳面点王饮食连锁有限公司经营情况分析

九、深圳市嘉旺餐饮连锁有限公司经营情况分析

十、北京吉野家快餐有限公司经营情况分析

第四节 火锅企业经营情况分析

一、内蒙古小肥羊餐饮连锁有限公司经营情况分析

二、内蒙古小尾羊餐饮连锁股份有限公司经营情况分析

三、重庆市德庄实业（集团）有限公司经营情况分析

四、重庆秦妈餐饮管理有限公司经营情况分析

五、重庆奇火哥快乐餐饮有限公司经营情况分析

第五节 休闲餐饮企业经营情况分析

一、上海仙踪林餐饮有限公司经营情况分析

二、上海上岛餐饮连锁经营管理有限公司经营情况分析

三、上海一茶一坐餐饮有限公司经营情况分析

四、浙江两岸食品连锁有限公司经营情况分析

第八章 中国餐饮行业发展趋势与投资预测

第一节 中国餐饮行业发展趋势

一、中国餐饮行业发展趋势分析

1、餐饮O2O依然强劲

2、餐厅智能化进一步发展

3、绿色健康食材受欢迎

4.专注小单品，可获大回报

5.菜品返璞归真最好卖

6.快餐经营连锁化

7.餐饮混搭风兴起

8.品牌效应加大，更多资本介入

二、中国餐饮行业发展前景预测

第二节 餐饮行业投资特性分析

一、餐饮行业进入壁垒分析

二、餐饮行业盈利模式分析

三、餐饮行业盈利因素分析

四、餐饮行业投资风险分析

第三节 餐饮行业资本市场运作分析

一、餐饮业资本市场主要运作模式分析

(1) 上市融资

(2) 风险资本的引入

二、资本运作模式比较

(1) 企业上市融资利弊分析

(2) 企业引入风险资本的利弊分析

三、餐饮业资本市场运作模式成功案例分析

四、餐饮业A股上市情况分析

第四节 中国餐饮行业投资机会与建议

一、餐饮行业投资现状分析

二、餐饮行业投资机会分析

三、餐饮行业主要投资建议

1.借助资本市场提速企业管理水准和竞争力

2.餐饮形式更加多样化

3.向规模化、标准化态势发展

4.借助信息化技术提升人员效率，降低运营成本

5.避免重复投资

图表目录：

图表 1 餐饮业部分政策列表

图表 2 2008-2015年我国季度GDP增长率走势分析图 单位：%

图表 3 2010-2015年我国分产业季度GDP增长率走势分析图 单位：%

图表 4 2011-2015年我国社会消费品零售总额走势分析图 单位：亿元，%

图表 5 2009-2015年我国社会消费品零售总额构成走势分析图 单位：%

图表 6 2011-2015年全球餐饮业市场规模及增速变化

图表 7 全国餐饮收入及增速状况

图表 8 全国社会消费品零售总额及餐饮收入增幅状况

图表 9 2015年全国餐饮收入月度增长状况

图表 10 2011-2015年我国餐饮行业O2O用户规模统计

图表 11 2011-2015年我国餐饮行业O2O应用市场规模统计

图表 12 麦当劳全球推进移动支付部分事件一览

图表 13 小南国餐饮集团发展历程

图表 14 小南国餐饮集团中餐品牌信息

图表 15 到家美食会基本信息

图表 16 2011-2015年北京餐饮业市场规模变化

图表 17 2011-2015年天津餐饮业市场规模变化

图表 18 2011-2015年大连餐饮业市场规模变化

图表 19 2011-2015年上海餐饮业市场规模变化

图表 20 2011-2015年青岛餐饮业市场规模变化

图表 21 2011-2015年苏州餐饮业市场规模变化

图表 22 2011-2015年杭州餐饮业市场规模变化

图表 23 2011-2015年南京餐饮业市场规模变化

图表 24 2011-2015年福州餐饮业市场规模变化

图表 25 2011-2015年广州餐饮业市场规模变化

图表 26 2011-2015年深圳餐饮业市场规模变化

图表 27 2011-2015年重庆餐饮业市场规模变化

图表 28 2011-2015年西安餐饮业市场规模变化

图表 29 2011-2015年成都餐饮业市场规模变化

图表 30 2011-2015年武汉餐饮业市场规模变化

图表 31 2011-2015年长沙餐饮业市场规模变化

图表 32 全聚德（集团）股份有限公司主要财务数据 单位：万元

图表 33 全聚德（集团）股份有限公司盈利能力分析

图表 34 全聚德（集团）股份有限公司运营能力分析

图表 35 全聚德（集团）股份有限公司偿债能力分析

图表 36 全聚德（集团）股份有限公司发展能力分析

图表 37 西安饮食股份有限公司主要财务数据 单位：万元

图表 38 西安饮食股份有限公司盈利能力分析

图表 39 西安饮食股份有限公司运营能力分析

图表 40 西安饮食股份有限公司偿债能力分析

图表 41 西安饮食股份有限公司发展能力分析

图表 42 小南国集团主要财务数据 单位：万元

图表 43 小南国集团盈利能力分析

图表 44 小南国集团运营能力分析

图表 45 小南国集团偿债能力分析

图表 46 小南国集团发展能力分析

图表 47 味千（中国）控股有限公司主要财务数据 单位：万元

图表 48 味千（中国）控股有限公司盈利能力分析

图表 49 味千（中国）控股有限公司运营能力分析

图表 50 味千（中国）控股有限公司偿债能力分析

图表 51 味千（中国）控股有限公司发展能力分析

略……

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 国家统计局及市场调研数据，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/canyin1510/N51984K7PL.html>