

2018年中国酒店餐饮行业分析报告- 市场深度调研与发展前景预测

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国酒店餐饮行业分析报告-市场深度调研与发展前景预测》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/canyin/340039340039.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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。

二、报告目录及图表目录

众所周知，随着经济发展水平的提高，我国酒店餐饮服务行业整体发展水平也进一步提升，特别是硬件设施的建设方面，已经开始达到国家先进水平。但是必须明确认识到，我国酒店餐饮服务行业服务水平与国际相比仍然存在一定的差距，国际竞争力不足，因此应该高度重视酒店餐饮服务模式的改革创新，全面突出酒店餐饮服务工作的整体发展水平，争取能够提供让客户满意的餐饮服务，为酒店创造更大的经济效益，确保酒店良好社会形象的树立，为酒店在新时期的持续稳定发展夯实基础。

图表：酒店餐饮

图表来源：公开资料整理

一、酒店餐饮服务标准化模式

（一）服务标准化

对服务标准化进行分析，其主要是将一定的服务模式作为标准，按照相应的程序，借助合理的产品和服务满足客户的常规化需求，增强客户对服务的认可度，保证服务工作的全面落实。具体到酒店餐饮业，标准化服务模式就是酒店在发展过程中按照一定的操作规范要求，在组织开展服务工作的过程中将客户的需求作为服务的核心，并提供相应产品和服务，进而结合实际发展情况形成常规化的工作流程，突出酒店餐饮服务的规范性和有序性。在酒店餐饮业的发展过程中引入标准化服务模式，在一定历史时期内对酒店的发展和整体服务水平的提升产生了相应的影响，极大加快了我国酒店餐饮业的发展进程。但是需要注意的是，随着时代的进步，标准化服务模式的弊端也开始出现，因此新时期在发展酒店餐饮服务工作的过程中应该注意对服务模式进行改革创新。

（二）服务标准化的优劣

现阶段，在我国酒店餐饮业发展水平不断提高的社会背景下，很多酒店餐饮企业已经开始使用标准化服务模式，酒店行业的整体服务质量得到了有效的提升，然而在实际应用标准化服务模式的过程中，发现也遇到了一定的问题。首先，酒店餐饮服务标准化模式具有相应的应用优势。在酒店餐饮服务方面应用标准化模式后，酒店餐饮企业对服务的规范和程序化相对较为重视，各个服务环节实现了有机的整合和统一，服务的系统性和不同服务部门之间的联系更为明显，能够形成有机服务整体，突出整体服务形象和服务效率，对酒店良好社会形象的树立产生着相应的积极影响。同时，服务的标准化能够保证酒店餐饮业各项服务工作之间的有机协调，有助于进一步促进服务水平的提高，在一定时间内能够为酒店餐饮服务业的发展提供相应的支持和辅助。其次，从酒店餐饮业服务标准化服务模式的劣势角度进行分析，标准化服务模式的构建过于重视服务的程序化和公式化，缺少变通，在长时间发展过程中极易形成机械化服务和管理，对所有顾客实施统一概化服务，严重忽视了顾客服务的差异化发展。特别是新时期背景下随着社会大众生活水平的提高，酒店餐饮服务工作的客户开始提出个性化追求，希望能够享受个性化服务，直接造成传统的标准化服务模式已经难

以适应时代发展的要求，对酒店服务标准化模式进行改革创新势在必行。

二、酒店餐饮服务个性化模式

（一）服务个性化模式

个性化服务主要是为顾客提供能够体现出个人特点的差异化服务，确保所提供的服务可以满足顾客的需求，让顾客在享受服务的同时形成相应的自豪感，进而提高顾客对服务工作的认同和肯定。在酒店餐饮业中，个性化服务模式就是在常规化服务的基础上提供酒店服务能力范围内的、超出顾客预见的服务，并且这种服务包含精神和物质两个层面，确保所提供的服务能够满足顾客的多元化需求。结合酒店餐饮业服务工作的基本发展情况，所提供的个性化服务应该包含消费档次、菜品、饮食禁忌、服务用语等方面的多元化服务，如进店后对座位的选择、入座后客人是否需要茶水或者需要什么茶水，点餐过程是否需要服务员提供帮助、客人对上菜速度是否有什么要求等等，只有保证能够结合顾客的个性化需求提供个性化服务，才能提高顾客对酒店餐饮服务的认同感，确保酒店餐饮服务整体水平的进一步增强，为酒店餐饮服务工作的优化开展提供相应的支持和保障。

（二）服务个性化的影响

在酒店餐饮业引入个性化服务模式后，酒店整体服务工作将发生一定的变化，对酒店餐饮业服务工作的优化开展和服务品牌的树立产生着至关重要的影响，全面推进个性化服务工作，能够进一步彰显酒店餐饮服务的影响力。一方面，酒店餐饮服务业引入个性化服务模式能够产生一定的积极影响，如保证顾客的特殊需求可以在酒店能力范围内得到满足，促进顾客满意度的增加和酒店良好社会形象的树立，进而赢得回头客，创造更大的经济社会效益。个性化服务模式的构建，也能够突出酒店餐饮业的竞争优势，吸引更多的受众群体到酒店中接受餐饮服务，保证酒店的整体发展水平。此外，酒店为顾客提供个性化服务，能够及时把握新顾客的需求倾向，预见性提供服务，进而进一步增加酒店餐饮服务对顾客的粘度，突出酒店餐饮服务工作的实际效果。另一方面，酒店引入个性化服务的过程中，也会产生一定的消极影响，特别是由于我国酒店餐饮服务发展水平相对较低，个性化服务的实施初期会在一定程度上增加酒店的生产成本和交易成本，影响酒店总成本，进而降低酒店整体收益。所以酒店餐饮业发展服务工作的过程中，应该重点把握个性化服务和标准化服务之间的关系，进而积极探索有效从标准化服务向个性化服务过渡的措施，争取保证酒店餐饮服务的整体发展水平，全面推动酒店在新时期的市场竞争中获得一定的竞争优势。

三、酒店餐饮服务模式从标准化到个性化服务的转变

从上文分析能够看出，在酒店餐饮服务工作的发展过程中，传统的标准化服务已经难以满足酒店行业的发展需求，新时期只有向个性化服务过渡，才能够突出酒店餐饮服务的优势，为企业良好社会形象的树立和品牌优势的提高提供相应的支持。

下面就结合具体情况对酒店餐饮服务模式的转变进行研究，力求为酒店餐饮服务企业的发展提供相应的借鉴。服务转变。在具体对标准化服务和个性化服务进行分析的过程中，应该明确认识到标准化服务是提供个性化服务的前提条件，借助个性化服务酒店餐饮业能够为

顾客提供高质量的服务，满足顾客在服务方面更高、更全面的要求，突出服务工作的灵活性，切实增强酒店餐饮服务工作的整体水平。基于此，在把握酒店餐饮服务模式标准化和个性化关系的基础上，在酒店餐饮服务业的发展过程中，应该积极探索标准化服务和个性化服务的有机结合，在提升行业整体服务水平的基础上为客户提供多元化的个性服务，增强顾客对餐饮服务的认同感。

（一）酒店餐饮个性化服务模式的构建

在酒店餐饮业整体发展水平不断提高的背景下，顾客对个性化服务的追求愈加明显，酒店餐饮服务业为了获得更好的发展，开始尝试从传统的标准化服务向着个性化服务的转变，力求保证酒店餐饮业提供的服务能够满足顾客的猎奇需求，为客户猎奇个性化心理的释放提供相应的支持和保障。而对个性化服务模式进行细化的分析和解读，能够明显看出个性化服务的针对性和灵活性相对较为明显，酒店餐饮服务业全面加强个性化服务的构建，可以进一步拉近和顾客的距离，促进酒店餐饮企业市场竞争力的全面提高。所以必须积极从多元化服务、个性化服务角度进行分析，为顾客提供个性化服务档案，保证对顾客进行全面的分析和了解，在构建个性化餐饮服务模式的基础上突出服务的针对性和有效性，为酒店餐饮服务水平的提高夯实基础。

（二）酒店餐饮个性化服务模式的实践应用

现阶段，酒店餐饮服务业发展过程中为了创造更大的经济效益，就应该积极探索在标准化管理模式中突出个性化服务细节衬托，逐步从标准化服务向个性化服务过渡，突出服务的有序性和灵活性。在酒店餐饮企业对餐饮服务进行创新的过程中，将坚守标准化服务和探索个性化特色服务进行有机结合，能够在提高整体服务正发挥出个性化服务优势，增强酒店餐饮服务企业的市场竞争力。

如在某城市酒店中，标准化餐饮设置为来酒店住房的客户每天早晨可以凭借早餐卷领取早餐，但是在服务工作中也兼顾酒店顾客的特殊情况，如果客户需要长期在酒店中居住，就可以与酒店签订长期协议，不必每次使用早餐卷领取早餐，而是可以自主选择早餐。这样酒店既能够满足标准化服务质量，也可以按照顾客需求提供个性化服务，酒店整体服务水平得到了显著的提高。

综上所述，在酒店餐饮服务工作的过程中，积极探索构建和应用个性化服务模式已经是必然发展趋势，成为现代酒店餐饮企业发展过程中的重要选择。因此将酒店餐饮服务模式的改革和创新作为研究对象，对个性化服务模式的构建和实践应用进行细化分析，具有一定的现实指导意义，能够辅助酒店餐饮服务工作的过程中，为我国酒店餐饮服务水平的提升提供相应的支持和保障。

资料来源：公开资料，观研天下整理，转载请注明出处

观研天下发布的《2018年中国酒店餐饮行业分析报告-市场深度调研与发展前景预测》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心

心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2016-2018年中国酒店餐饮行业发展概述

第一节 酒店餐饮行业发展情况概述

- 一、酒店餐饮行业相关定义
- 二、酒店餐饮行业基本情况介绍
- 三、酒店餐饮行业发展特点分析

第二节 中国酒店餐饮行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、酒店餐饮行业产业链条分析
- 三、中国酒店餐饮行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国酒店餐饮行业生命周期分析

- 一、酒店餐饮行业生命周期理论概述
- 二、酒店餐饮行业所属的生命周期分析

第四节 酒店餐饮行业经济指标分析

- 一、酒店餐饮行业的赢利性分析
- 二、酒店餐饮行业的经济周期分析
- 三、酒店餐饮行业附加值的提升空间分析

第五节 国中酒店餐饮行业进入壁垒分析

一、酒店餐饮行业资金壁垒分析

二、酒店餐饮行业技术壁垒分析

三、酒店餐饮行业人才壁垒分析

四、酒店餐饮行业品牌壁垒分析

五、酒店餐饮行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球酒店餐饮行业市场发展现状分析

第一节 全球酒店餐饮行业发展历程回顾

第二节 全球酒店餐饮行业市场区域分布情况

第三节 亚洲酒店餐饮行业地区市场分析

一、亚洲酒店餐饮行业市场现状分析

二、亚洲酒店餐饮行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲酒店餐饮行业市场前景分析

第四节 北美酒店餐饮行业地区市场分析

一、北美酒店餐饮行业市场现状分析

二、北美酒店餐饮行业市场规模与市场需求分析

三、北美酒店餐饮行业市场前景分析

第五节 欧盟酒店餐饮行业地区市场分析

一、欧盟酒店餐饮行业市场现状分析

二、欧盟酒店餐饮行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟酒店餐饮行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界酒店餐饮行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球酒店餐饮行业市场规模预测

第三章 中国酒店餐饮产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品酒店餐饮总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国酒店餐饮行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国酒店餐饮产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国酒店餐饮行业运行情况

第一节 中国酒店餐饮行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国酒店餐饮行业市场规模分析

第三节 中国酒店餐饮行业供应情况分析

第四节 中国酒店餐饮行业需求情况分析

第五节 中国酒店餐饮行业供需平衡分析

第六节 中国酒店餐饮行业发展趋势分析

第五章 中国酒店餐饮所属行业运行数据监测

第一节 中国酒店餐饮所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国酒店餐饮所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国酒店餐饮所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2016-2018年中国酒店餐饮市场格局分析

第一节 中国酒店餐饮行业竞争现状分析

一、中国酒店餐饮行业竞争情况分析

二、中国酒店餐饮行业主要品牌分析

第二节 中国酒店餐饮行业集中度分析

一、中国酒店餐饮行业市场集中度分析

二、中国酒店餐饮行业企业集中度分析

第三节 中国酒店餐饮行业存在的问题

第四节 中国酒店餐饮行业解决问题的策略分析

第五节 中国酒店餐饮行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2016-2018年中国酒店餐饮行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国酒店餐饮行业消费特点

第二节 中国酒店餐饮行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 酒店餐饮行业成本分析

第四节 酒店餐饮行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国酒店餐饮行业价格现状分析

第六节 中国酒店餐饮行业平均价格走势预测

一、中国酒店餐饮行业价格影响因素

二、中国酒店餐饮行业平均价格走势预测

三、中国酒店餐饮行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国酒店餐饮行业区域市场现状分析

第一节 中国酒店餐饮行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区酒店餐饮市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区酒店餐饮市场规模分析

四、华东地区酒店餐饮市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区酒店餐饮市场规模分析
- 四、华中地区酒店餐饮市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区酒店餐饮市场规模分析

第九章 2016-2018年中国酒店餐饮行业竞争情况

第一节 中国酒店餐饮行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 中国酒店餐饮行业SWOT分析

- 一、行业优势分析
- 二、行业劣势分析
- 三、行业机会分析
- 四、行业威胁分析

第三节 中国酒店餐饮行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 酒店餐饮行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析
 - 3、企业偿债能力分析
 - 4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第十一章 2018-2024年中国酒店餐饮行业发展前景分析与预测

第一节 中国酒店餐饮行业未来发展前景分析

- 一、酒店餐饮行业国内投资环境分析
- 二、中国酒店餐饮行业市场机会分析
- 三、中国酒店餐饮行业投资增速预测

第二节 中国酒店餐饮行业未来发展趋势预测

第三节 中国酒店餐饮行业市场发展预测

- 一、中国酒店餐饮行业市场规模预测
- 二、中国酒店餐饮行业市场规模增速预测
- 三、中国酒店餐饮行业产值规模预测
- 四、中国酒店餐饮行业产值增速预测
- 五、中国酒店餐饮行业供需情况预测

第四节 中国酒店餐饮行业盈利走势预测

- 一、中国酒店餐饮行业毛利润同比增速预测
- 二、中国酒店餐饮行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国酒店餐饮行业投资风险与营销分析

第一节 酒店餐饮行业投资风险分析

- 一、酒店餐饮行业政策风险分析
- 二、酒店餐饮行业技术风险分析
- 三、酒店餐饮行业竞争风险
- 四、酒店餐饮行业其他风险分析

第二节 酒店餐饮行业企业经营发展分析及建议

- 一、酒店餐饮行业经营模式
- 二、酒店餐饮行业销售模式
- 三、酒店餐饮行业创新方向

第三节 酒店餐饮行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章2018-2024年中国酒店餐饮行业发展策略及投资建议

第一节 中国酒店餐饮行业品牌战略分析

- 一、酒店餐饮企业品牌的重要性
- 二、酒店餐饮企业实施品牌战略的意义
- 三、酒店餐饮企业品牌的现状分析
- 四、酒店餐饮企业的品牌战略
- 五、酒店餐饮品牌战略管理的策略

第二节中国酒店餐饮行业市场的关键客户战略实施

- 一、实施关键客户战略的必要性
- 二、合理确立关键客户
- 三、对关键客户的营销策略
- 四、强化关键客户的管理
- 五、实施关键客户战略要重点解决的问题

第三节 中国酒店餐饮行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章 2018-2024年中国酒店餐饮行业发展策略及投资建议

第一节中国酒店餐饮行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国酒店餐饮行业定价策略分析

第三节中国酒店餐饮行业营销渠道策略

- 一、酒店餐饮行业渠道选择策略
- 二、酒店餐饮行业营销策略

第四节中国酒店餐饮行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国酒店餐饮行业重点投资区域分析

二、中国酒店餐饮行业重点投资产品分析

图表详见正文（GYJPZQ）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/canyin/340039340039.html>