

2018年中国大众餐饮行业分析报告- 市场深度分析与发展趋势预测

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年中国大众餐饮行业分析报告-市场深度分析与发展趋势预测》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/340059340059.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

正所谓“民以食为天”，饮食是人类赖以生存的基础，餐饮业一直是我国第三产业中的“支柱产业”之一，在社会发展以及经济发展中发挥着不可替代的重要作用。长期以来，餐饮业都保持迅猛的发展势头，是公认的最具吸引力的行业。大众化餐饮是餐饮行业中的一种非常重要业态形式，其服务对象是社会中的大众群体，以满足大众群体日常餐饮的基本需求为目的，具有早餐、快餐、团餐、地方小吃、特色正餐、外卖送餐、网络订餐等多种表现形式。2012年12月，中共中央出台了“八项规定”和“六项禁令”，这为我国大众化餐饮的发展奠定了良好的时代背景。伴随社会的进步，经济的发展，我国居民日常收入与生活水平的不断提高，消费观念的不断更新，越来越多的人选择外出就餐，使得大众餐饮的发展迸发出强大的发展潜力，占据行业发展的主流市场。

图表：大众餐饮

图表来源：公开资料整理

一、大众化餐饮背景下餐饮市场发展现状分析

近年来，我国餐饮市场的发展呈现出“在曲折中前进，在变化中谋生”的整体态势。

1、餐饮市场回归理性，两极市场发展态势迥异

中央“八项规定”出台后，三公消费受到严格限制，导致大量高端餐饮被迫走上向大众转型的道路。然而，受历史因素以及外部环境的影响，高端餐饮要想摆脱既有的框架结构，与大众市场形成完美结合，并非朝夕之力，再加上房租、人力成本等的持续走高，致使高端餐饮的转型之路遍布荆棘，困难重重。

与此同时，大众餐饮在发展旅途中却“一路高歌”，不但在持续旺盛的刚性需求的刺激下稳中求进，更以其自身方便快捷、经济实惠等大众化特点，受到越来越多消费者的认可和青睐，越发成为整个餐饮行业发展的“中流砥柱”。统计数据显示，2014年上半年上海点心小吃和团餐营收均有大幅上升。

2、创新实践、锐意进取——餐饮企业各显身手谋发展

面对严峻的发展形势，大大小小的餐饮企业都纷纷走上“创新驱动，寻求突破”的发展之路。比如，许多餐饮企业抓住大众消费心理，注重健康餐饮的理念，积极投身于早餐工程、便民餐饮，同时充分运用互联网技术，大力发展餐饮行业O2O；又如，许多餐饮行业在发展转型过程中，积极挖掘新市场，涉足食品加工行业，2014年上海杏花楼的食品加工销售份额占据总销售额的百分之六十。需要强调的是，新形势下各地区的商业综合体，如购物中心等，的结构布局正在发生变化，餐饮在整体的销售比例格局中的比重迅速上升，有的甚至高达40%-50%，继而商业综合体日益成为餐饮业选址的上等选择。

3、环境优化进行时，促进餐饮行业健康可持续发展

挤掉泡沫，回归理性的餐饮行业受到越来越多的投资者的青睐，吸引很多国际资本看好中国餐饮行业，除此以外，我国政府不断出台相关政策，优化餐饮行业的良性发展环境。

2014 年我国商务部出台《加快发展大众化餐饮的指导意见》，大力鼓励支持大众化餐饮的发展，力争五年内将大众化餐饮的市场份额由 80% 提升至 85% 以上，随后全国多个省市地区制定相应的实施政策与鼓励措施。同年 11 月 1 日，我国商务部和国家发改委联合发布的《餐饮业经营管理办法（试行）》正式实施，它是餐饮行业健康有序发展的强有力保障。

二、大众化餐饮背景下餐饮行业的发展对策

整体来看，目前我国餐饮行业的发展趋势是，创新发展模式，改进管理方式，升级产品与服务，强化餐饮企业信息化建设，建立健全人才培养机制，从而努力降低成本，提高效益，走创新型发展道路，最终实现行业的健康可持续发展。

1、创新发展模式，改进管理方式不断创新建设餐饮企业科学、有效的管理体制与经营模式，不断提高餐饮企业的行业竞争力，是大众化餐饮背景下餐饮企业发展的关键所在。重点做好企业管理机制、财务管理体系、市场营销战略以及企业文化体制等方面的加强、完善工作，促进并保证餐饮企业的持续、健康发展。

2、创新升级餐饮产品以及服务

加强产品创新以及产品组合多元优化，是餐饮行业持续健康发展的核心动力。不但能够满足消费者多样的购买需求，同时还能有效提升行业竞争力。营养、健康、安全——是 21 世纪餐饮产品发展的主要趋势，餐饮企业在设计开发新产品或进行产品重新组合的时候，要注意将“营养、健康、安全”与“多元化”结合起来，始终站在消费者的角度，为其提供方便快捷、细心周到的餐饮服务。

3、强化餐饮企业信息化建设

资源共享、消费便捷是电子商务的最大特征，将其合理引用到现代餐饮行业中，促使餐饮企业的原材料采购、产品加工、产品销售等各个环节形成标准统一的信息一体化，实施科学管理；同时，运用电子信息技术，建立完善详实的顾客资料档案，是现代市场经济中，餐饮企业扩大优势，提高效益的重要途径。

4、建立健全“学校、培训机构、企业”三位一体的人才培养体系

人力资源的品质高低，是决定餐饮企业在市场竞争中能否取得强力持久生命力的重中之重，是餐饮企业“永葆活力”的不二秘诀。为了培养高水平、高品质的餐饮行业专业化人才，必须不断建立健全“学校、培训机构、企业”三位一体的人才培养体系，促使每一位行业人员都具有强劲持久的行业发展能力，进而提升餐饮行业从业者整体的可持续发展能力，实现餐饮行业自身科学、有效、持久、健康的发展。

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年中国大众餐饮行业分析报告-市场深度分析与发展趋势预测》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年中国大众餐饮行业发展概述

第一节 大众餐饮行业发展情况概述

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

第二节 中国大众餐饮行业上下游产业链分析

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

第三节 中国大众餐饮行业生命周期分析

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

第四节 大众餐饮行业经济指标分析

- 一、大众餐饮行业的赢利性分析
- 二、大众餐饮行业的经济周期分析

三、大众餐饮行业附加值的提升空间分析

第五节 国中大众餐饮行业进入壁垒分析

- 一、大众餐饮行业资金壁垒分析
- 二、大众餐饮行业技术壁垒分析
- 三、大众餐饮行业人才壁垒分析
- 四、大众餐饮行业品牌壁垒分析
- 五、大众餐饮行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球大众餐饮行业市场发展现状分析

第一节 全球大众餐饮行业发展历程回顾

第二节 全球大众餐饮行业市场区域分布情况

第三节 亚洲大众餐饮行业地区市场分析

- 一、亚洲大众餐饮行业市场现状分析
- 二、亚洲大众餐饮行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲大众餐饮行业市场前景分析

第四节 北美大众餐饮行业地区市场分析

- 一、北美大众餐饮行业市场现状分析
- 二、北美大众餐饮行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美大众餐饮行业市场前景分析

第五节 欧盟大众餐饮行业地区市场分析

- 一、欧盟大众餐饮行业市场现状分析
- 二、欧盟大众餐饮行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟大众餐饮行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界大众餐饮行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球大众餐饮行业市场规模预测

第三章 中国大众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、全社会消费品大众餐饮总额
- 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 中国大众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 中国大众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 中国大众餐饮行业运行情况

第一节 中国大众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 中国大众餐饮行业市场规模分析

第三节 中国大众餐饮行业供应情况分析

第四节 中国大众餐饮行业需求情况分析

第五节 中国大众餐饮行业供需平衡分析

第六节 中国大众餐饮行业发展趋势分析

第五章 中国大众餐饮所属行业运行数据监测

第一节 中国大众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 中国大众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 中国大众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年中国大众餐饮市场格局分析

第一节 中国大众餐饮行业竞争现状分析

一、中国大众餐饮行业竞争情况分析

二、中国大众餐饮行业主要品牌分析

第二节 中国大众餐饮行业集中度分析

一、中国大众餐饮行业市场集中度分析

二、中国大众餐饮行业企业集中度分析

第三节 中国大众餐饮行业存在的问题

第四节 中国大众餐饮行业解决问题的策略分析

第五节 中国大众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年中国大众餐饮行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国大众餐饮行业消费特点

第二节 中国大众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 大众餐饮行业成本分析

第四节 大众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 中国大众餐饮行业价格现状分析

第六节 中国大众餐饮行业平均价格走势预测

一、中国大众餐饮行业价格影响因素

二、中国大众餐饮行业平均价格走势预测

三、中国大众餐饮行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国大众餐饮行业区域市场现状分析

第一节 中国大众餐饮行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区大众餐饮市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区大众餐饮市场规模分析

四、华东地区大众餐饮市场规模预测

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、华中地区大众餐饮市场规模分析

四、华中地区大众餐饮市场规模预测

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、华南地区大众餐饮市场规模分析

第九章 2016-2018年中国大众餐饮行业竞争情况

第一节 中国大众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 中国大众餐饮行业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 中国大众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 大众餐饮行业企业分析（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年中国大众餐饮行业发展前景分析与预测

第一节 中国大众餐饮行业未来发展前景分析

一、大众餐饮行业国内投资环境分析

二、中国大众餐饮行业市场机会分析

三、中国大众餐饮行业投资增速预测

第二节 中国大众餐饮行业未来发展趋势预测

第三节 中国大众餐饮行业市场发展预测

一、中国大众餐饮行业市场规模预测

二、中国大众餐饮行业市场规模增速预测

三、中国大众餐饮行业产值规模预测

四、中国大众餐饮行业产值增速预测

五、中国大众餐饮行业供需情况预测

第四节 中国大众餐饮行业盈利走势预测

一、中国大众餐饮行业毛利润同比增速预测

二、中国大众餐饮行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国大众餐饮行业投资风险与营销分析

第一节 大众餐饮行业投资风险分析

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

第二节 大众餐饮行业企业经营发展分析及建议

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

第三节 大众餐饮行业应对策略

- 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年中国大众餐饮行业发展策略及投资建议

第一节 中国大众餐饮行业品牌战略分析

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

第二节 中国大众餐饮行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国大众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年中国大众餐饮行业发展策略及投资建议

第一节 中国大众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 中国大众餐饮行业定价策略分析

第三节 中国大众餐饮行业营销渠道策略

一、大众餐饮行业渠道选择策略

二、大众餐饮行业营销策略

第四节 中国大众餐饮行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国大众餐饮行业重点投资区域分析

二、中国大众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/340059340059.html>