

2016-2022年中国餐饮业市场发展深度调研及十三五未来趋势研究报告

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《2016-2022年中国餐饮业市场发展深度调研及十三五未来趋势研究报告》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/243372243372.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

餐饮业作为我国第三产业中的一个传统服务性行业，始终保持着旺盛的增长势头，取得了突飞猛进的发展，展现出繁荣兴旺的新局面。与此同时，我国餐饮业发展的质量和内涵也发生了重大变化。

2014年全国餐饮收入27860亿元，同比增长9.7%，比上年加快0.7个百分点，终止了连续3年增速下滑的势头。限额以上单位餐饮收入8208亿元，同比增长2.2%，增速由负转正，比上年大幅增长4个百分点。

2015年1-8月，全国餐饮收入20349亿元，同比增长11.7%，比2014年同期加快1.9个百分点，增幅达2015年最大。限额以上单位餐饮收入5400亿元，同比增长6.9%，比2014年同期加快4.5个百分点。

2014年9月22日，国家商务部与国家发展改革委共同颁布了《餐饮业经营管理办法（试行）》。《办法》明确了餐饮经营的概念，规范了企业的经营行为。为餐饮行业经营管理提供了更明确的规章制度。

伴随着政府拉动消费的政策影响、城乡居民收入较快增长和消费观念更新等因素，未来餐饮业依然是引人注目的消费热点，预计“十三五”期间，中国餐饮消费水平将继续保持高速增长。

《2016-2022年中国餐饮业市场发展深度调研及十三五未来趋势研究报告》由观研天下（Insight&Info Consulting Ltd）领衔撰写，在周密严谨的市场调研基础上，主要依据国家统计数据，海关总署，问卷调查，行业协会，国家信息中心，商务部等权威统计资料。

报告主要研行业市场经济特性（产能、产量、供需），投资分析（市场现状、市场结构、市场特点等以及区域市场分析）、竞争分析（行业集中度、竞争格局、竞争对手、竞争因素等）、产业链分析、替代品和互补品分析、行业的主导驱动因素、政策环境。为战略投资或行业规划者提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

【报告大纲】

第一章 餐饮业概述

1.1 餐饮业的定义及分类

1.1.1 餐饮业的定义

1.1.2 餐饮业的分类

1.2 餐饮业的特点

1.2.1 餐饮业的特性

1.2.2 餐饮业的基本特征

1.2.3 现代餐饮业的特点

1.2.4 餐饮管理的特点和任务

1.3 餐饮业市场细分及作用

1.3.1 餐饮业的市場细分

1.3.2 餐饮业的經濟地位和作用

1.4 餐饮消费者分析

1.4.1 餐饮消费者种类分析

1.4.2 餐饮消费者心理效应解析

1.4.3 餐饮消费者快餐消费习惯及态度研究

第二章 2013-2015年中国餐饮业发展综述

2.1 中国餐饮业总体概述

2.1.1 行业发展历程

2.1.2 行业的重要作用

2.1.3 行业发展现状

2.1.4 行业发展特征

2.1.5 行业发展因素

2.2 2013-2015年中国餐饮业政策环境分析

2.2.1 行业经营管理办法

2.2.2 《火锅店分等定级规定》实施

2.2.3 餐饮业反对浪费指导意见

2.2.4 鼓励大众化餐饮发展

2.2.5 开展行业试点工作

2.2.6 餐饮行业税收调整

2.2.7 刷卡手续费调整

2.3 中国餐饮业发展中的问题分析

2.3.1 行业存在的主要问题

2.3.2 行业经营面临的困境

2.3.3 行业持续健康发展的挑战

2.3.4 集团供应总体水平较低

2.4 促进中国餐饮业健康发展的对策及建议

2.4.1 中国餐饮业的发展策略

2.4.2 中国餐饮业的发展建议

2.4.3 平衡市场需求的措施

2.4.4 餐饮企业主要营销手段

2.4.5 餐饮业的个性化服务策略

2.4.6 餐饮业品牌塑造策略

2.4.7 餐饮企业成本核算要点

第三章 2013-2015年中国餐饮行业运行分析

3.1 2013-2015年中国餐饮行业经营分析

3.1.1 行业收入规模

3.1.2 规上企业收入

3.1.3 行业利润水平

3.1.4 重点企业运行

3.1.5 区域发展分析

3.1.6 行业景气程度

3.2 2013-2015年春节中国餐饮市场分析

3.2.1 2013年春节餐饮消费特点

3.2.2 2014年春节餐饮行业运营

3.2.3 2015年春节餐饮市场特征

3.3 2013-2015年餐饮行业转型动态分析

3.3.1 跨行业多元经营

3.3.2 多品牌开发运营

3.3.3 特色餐饮大举扩张

3.3.4 休闲餐厅势头不减

3.4 消费者餐饮消费需求调研分析

3.4.1 消费者选择因素

3.4.2 餐饮消费体验服务

3.4.3 消费信息传播渠道

3.4.4 餐饮消费信息化应用程度

3.4.5 外卖服务消费需求

第四章 2013-2015年中餐市场发展分析

4.1 中餐国际市场发展分析

4.1.1 美国

4.1.2 加拿大

4.1.3 英国

4.1.4 意大利

4.1.5 俄罗斯

4.1.6 印度尼西亚

4.2 2013-2015年中国中餐业发展动态

4.2.1 中餐发展业态分析

4.2.2 中餐消费市场特点

4.2.3 中餐“数字化厨房”

4.2.4 中餐移动市场状况

4.3 2013-2015年中餐业营销分析

4.3.1 中餐业服务特征及营销策略

4.3.2 中餐业营销困境

4.3.3 中餐企业现代营销策略

4.4 中餐业的竞争分析

4.4.1 中餐业面临的竞争形势

4.4.2 中餐连锁竞争力分析

4.4.3 海外中餐馆竞争态势

4.5 中餐业发展问题、策略及机遇

4.5.1 缺乏品牌保护意识

4.5.2 行业面临的机会与威胁

4.5.3 海外发展面临的困境及建议

4.5.4 中餐连锁企业运营障碍及对策

4.5.5 发展中餐重视中西文化差别

4.5.6 儿童中餐市场发展策略

第五章 2013-2015年西餐市场发展分析

5.1 国内西餐的历史及分布

5.1.1 西餐在中国的历史

5.1.2 西餐市场在中国的分布

5.1.3 西餐市场在中国的特征

5.2 2013-2015年中国西餐业发展现状

5.2.1 中国西餐业发展阶段

5.2.2 中国西餐业运行分析

5.2.3 国内西餐业态分析

5.2.4 西餐市场特征现状

5.2.5 中餐企业进军西餐业

5.3 部分城市西餐业的发展

5.3.1 北京西餐业

5.3.2 上海西餐业

5.3.3 天津西餐业

5.3.4 广州西餐业

5.3.5 泉州西餐业

5.4 中国西餐业的问题及对策

5.4.1 西餐业发展存在的问题

5.4.2 中国西餐业的发展建议

5.4.3 “中式西餐”的发展困局

5.4.4 “中式西餐”的发展出路

5.4.5 中西结合保持特色

5.5 西餐业的发展前景

5.5.1 “中式西餐”未来发展展望

5.5.2 未来西餐经营走势

5.5.3 西餐市场发展趋势

5.5.4 本土化与大众化结合趋势

第六章 2013-2015年快餐市场发展分析

6.1 2013-2015年国外快餐业发展分析

6.1.1 美国

6.1.2 加拿大

6.1.3 法国

6.1.4 智利

6.1.5 日本

6.2 2013-2015年中国快餐业发展现状

6.2.1 快餐行业经营情况

6.2.2 快餐行业发展规模

6.2.3 快餐行业特征现状

6.2.4 快餐行业发展热点

6.2.5 快餐连锁品牌格局

6.2.6 中国快餐业发展的经验

6.3 中国快餐市场消费者行为分析

6.3.1 快餐渠道偏好

6.3.2 快餐时段偏好

6.3.3 快餐人均消费

6.3.4 快餐点单偏好

6.4 中西式快餐市场营销定位与市场战略

6.4.1 市场竞争态势

6.4.2 市场定位

6.4.3 营销定位策略

6.4.4 营销组合策略

6.5 2013-2015年中国快餐业竞争分析

6.5.1 快餐市场主体分析

6.5.2 快餐行业竞争态势

6.5.3 快餐行业企业动态

6.5.4 行业人才竞争局势

6.6 中国快餐业存在的问题分析

6.6.1 行业发展面临的问题

6.6.2 连锁加盟对行业的不利影响

6.6.3 中国快餐行业发展的不足

6.7 中国快餐业的发展策略

6.7.1 注重市场细分化和个性化

6.7.2 应提倡“小、专、多”的路子

6.7.3 连锁经营推进要谨防冒进

6.7.4 专业人才队伍要逐步扩大

6.7.5 中西快餐优势互补

6.7.6 加强行业组织作用

6.8 快餐业未来发展展望分析

6.8.1 我国快餐业的发展趋势分析

6.8.2 快餐业的信息化发展趋势

6.8.3 快餐业发展的四大趋向

6.8.4 中国快餐业发展的方向

第七章 2013-2015年中式快餐市场发展分析

7.1 中国中式快餐的SWOT分析

7.1.1 优势

7.1.2 劣势

7.1.3 机遇

7.1.4 威胁

7.2 2013-2015年中式快餐业市场竞争分析

7.2.1 中西竞争分析

7.2.2 传统企业竞争

7.2.3 儿童市场竞争

7.2.4 市场竞争策略

7.3 中式快餐企业营销策略分析

7.3.1 产品开发策略

7.3.2 产品定价策略

7.3.3 连锁经营策略

7.3.4 市场促销策略

7.3.5 服务管理策略

7.4 中式快餐面临的问题和挑战

7.4.1 行业存在的问题

7.4.2 操作标准化挑战

7.4.3 经营连锁化挑战

7.4.4 培训经常化挑战

7.5 中式快餐市场投资及前景趋势预测

7.5.1 发展前景看好

7.5.2 投资经营要点

7.5.3 未来发展趋势

第八章 2013-2015年北京市餐饮业发展分析

8.1 2013年北京餐饮业发展分析

8.1.1 行业新政推行

8.1.2 行业收入规模

8.1.3 市场发展特点

8.2 2014年北京餐饮业发展分析

8.2.1 行业收入规模

8.2.2 市场现状分析

8.2.3 朝阳区市场分析

8.3 2015年北京餐饮业发展分析

8.3.1 企业等级评定

8.3.2 行业收入规模

8.3.3 行业工资水平

8.4 北京餐饮市场面临的问题与对策

8.4.1 市场发展问题

8.4.2 强制收费问题

8.4.3 准入门坎较低

8.4.4 发展对策建议

8.5 北京餐饮业发展前景及趋势

8.5.1 发展前景看好

8.5.2 促进发展因素

8.5.3 未来发展趋势

8.5.4 绿色发展趋势

第九章 2013-2015年上海市餐饮业发展分析

9.1 2013-2015年上海餐饮业市场分析

9.1.1 行业经济指标

9.1.2 市场运行现状

9.1.3 行业管理新办法

9.1.4 春节假日市场

9.2 2013-2015年上海餐饮业消费者主体分析

9.2.1 游客

9.2.2 商务客人

9.2.3 白领休闲社交

9.2.4 家庭消费

9.2.5 上班族

9.3 上海餐饮业的发展面临的问题及对策分析

9.3.1 高级服务人才缺乏

9.3.2 面临高租金威胁

9.3.3 发展对策与建议

9.4 上海餐饮业投资分析及发展趋势预测

9.4.1 投资现状分析

9.4.2 投资前景看好

9.4.3 发展趋势分析

9.4.4 户外餐饮时尚

第十章 2013-2015年广州市餐饮业发展分析

10.1 2013-2015年广州餐饮业发展现状

10.1.1 行业运行情况

10.1.2 行业发展政策

10.1.3 行业发展态势

10.1.4 高端餐饮转型

10.2 2013-2015年广州餐饮市场分析

10.2.1 区域分布现状

10.2.2 市场发展特点

10.2.3 市场发展动力

10.2.4 特色餐饮经济

10.3 广州餐饮业发展面临的问题及对策建议

10.3.1 行业存在的问题

10.3.2 企业面临的问题

10.3.3 行业发展对策建议

10.4 广州餐饮业发展前景和趋势分析

10.4.1 市场发展走向

10.4.2 行业发展前景

10.4.3 量贩经营模式兴起

第十一章 2013-2015年其它城市餐饮业发展分析

11.1 2013-2015年深圳市餐饮业发展分析

11.1.1 行业发展现状

11.1.2 市场发展特征

11.1.3 市场菜系介绍

11.1.4 面临的问题及对策

11.1.5 市场发展潜力

11.2 2013-2015年东莞市餐饮业发展分析

11.2.1 产业发展特点

11.2.2 服务许可指引

11.2.3 存在的问题

11.2.4 发展对策建议

11.3 2013-2015年武汉市餐饮业发展分析

11.3.1 中部崛起契机

11.3.2 行业运行情况

11.3.3 假日餐饮经济

11.3.4 特色餐饮发展

11.4 2013-2015年成都市餐饮业发展分析

11.4.1 行业运行情况

11.4.2 行业发展特征

11.4.3 打造美食之都

11.4.4 市场分布格局

11.4.5 餐饮市场特色

11.5 2013-2015年重庆市餐饮业发展分析

11.5.1 发展现状分析

11.5.2 假日餐饮经济

11.5.3 行业促进政策

11.5.4 行业抱团发展

11.5.5 行业发展趋势

11.6 2013-2015年西安市餐饮业发展分析

11.6.1 行业运行情况

11.6.2 假日餐饮经济

11.6.3 面临问题分析

11.6.4 行业机遇分析

11.6.5 行业发展趋势

第十二章 2013-2015年中国餐饮行业电子商务发展分析

12.1 2013-2015年中国餐饮行业电子商务发展态势

12.1.1 O2O领域投资情况

12.1.2 餐饮团购发展规模

12.1.3 互联网外卖市场格局

12.1.4 免费化餐饮O2O平台

12.1.5 上下游产业链整合

12.2 2013-2015年餐饮业中电子商务的应用分析

12.2.1 餐饮业适合电子商务发展的特性

12.2.2 国内餐饮业的电子商务存在方式

12.2.3 电子商务给餐饮业带来的机遇和挑战

12.2.4 电子商务在餐饮业中的运用策略

12.3 2013-2015年中国餐饮行业O2O发展分析

12.3.1 发展态势

12.3.2 用户规模

12.3.3 市场规模

12.3.4 创新案例盘点

12.4 线上餐饮行业发展趋势

12.4.1 互联网餐饮悄然兴起

12.4.2 互联网餐饮的技术趋势

12.4.3 餐饮安全的发展趋势

12.4.4 开发模式的发展趋势

第十三章 2013-2015年国外餐饮连锁重点企业分析

13.1 百胜全球餐饮公司 (Yum. Brands Inc.)

13.1.1 企业发展概况

13.1.2 2013财年百胜经营状况

13.1.3 2014财年百胜经营状况

13.1.4 2015财年百胜经营状况

13.1.5 本土化经营策略

13.1.6 企业经营显困境

13.2 麦当劳公司 (McDonalds Corporation)

13.2.1 企业发展概况

13.2.2 2013年麦当劳经营状况

13.2.3 2014年麦当劳经营状况

13.2.4 2015年麦当劳经营状况

13.2.5 麦当劳经营理念

13.2.6 麦当劳服务流程

13.3 棒约翰国际公司 (PAPA JOHN'S)

13.3.1 企业发展概况

13.3.2 2013财年棒约翰经营状况

13.3.3 2014财年棒约翰经营状况

13.3.4 2015财年棒约翰经营状况

13.3.5 企业差异化竞争策略

13.3.6 针对竞争对手的策略

13.4 星巴克公司 (Starbucks Corporation)

13.4.1 企业发展概况

13.4.2 2014财年星巴克经营状况

13.4.3 2015财年星巴克经营状况

13.4.4 星巴克经营策略

13.4.5 企业未来发展计划

第十四章 2013-2015年国内餐饮连锁重点企业分析

14.1 味千 (中国) 控股有限公司

14.1.1 企业发展概况

14.1.2 2013年味千 (中国) 经营状况

14.1.3 2014年味千 (中国) 经营状况

14.1.4 2015年味千 (中国) 经营状况

14.2 上海锦江国际酒店发展股份有限公司

14.2.1 企业发展概况

14.2.2 经营效益分析

14.2.3 业务经营分析

14.2.4 财务状况分析

14.2.5 未来前景展望

14.3 华天酒店集团股份有限公司

14.3.1 企业发展概况

14.3.2 经营效益分析

14.3.3 业务经营分析

14.3.4 财务状况分析

14.3.5 未来前景展望

14.4 西安饮食股份有限公司

14.4.1 企业发展概况

14.4.2 经营效益分析

14.4.3 业务经营分析

14.4.4 财务状况分析

14.4.5 未来前景展望

14.5 中国全聚德（集团）股份有限公司

14.5.1 企业发展概况

14.5.2 经营效益分析

14.5.3 业务经营分析

14.5.4 财务状况分析

14.5.5 未来前景展望

14.6 上海永和大王餐饮有限公司

14.6.1 企业发展概况

14.6.2 企业发展优势

14.6.3 涉足外卖市场

14.7 广州市真功夫餐饮管理有限公司

14.7.1 企业发展概况

14.7.2 企业创新过程与成果

14.7.3 企业发展存在的问题

14.7.4 真功夫运营策略借鉴

14.8 深圳面点王饮食连锁有限公司

14.8.1 企业发展概况

14.8.2 企业发展成就

14.8.3 企业营销策略

14.8.4 企业成功经验

第十五章 2013-2015年中国餐饮业竞争分析

15.1 餐饮业竞争概述

15.1.1 行业竞争特点

15.1.2 行业竞争原因

15.1.3 竞争抗衡因素

15.1.4 主要竞争手段

15.2 中西餐饮业的对比竞争分析

15.2.1 中西竞争局势

- 15.2.2 饮食文化差异
- 15.2.3 行业差距分析
- 15.3 2013-2015年国内餐饮业竞争现状分析
 - 15.3.1 总体竞争态势
 - 15.3.2 市场竞争格局
 - 15.3.3 主题餐厅竞争
 - 15.3.4 O2O领域竞争
- 15.4 酒店、饭店餐饮业竞争策略分析
 - 15.4.1 市场经营策略
 - 15.4.2 营销竞争策略
 - 15.4.3 内部管理策略
- 15.5 饭店餐饮市场竞争力分析
 - 15.5.1 饭店餐饮的优势
 - 15.5.2 饭店餐饮的劣势
 - 15.5.3 在竞争中求发展
- 15.6 餐饮企业应对竞争的战略措施分析
 - 15.6.1 构建核心竞争力
 - 15.6.2 卫生竞争战略
 - 15.6.3 顾客价值战略
 - 15.6.4 特色竞争战略
- 第十六章 2013-2015年餐饮企业经营分析
 - 16.1 餐饮特许经营分析
 - 16.1.1 餐饮业特许经营概述
 - 16.1.2 餐饮业特许经营发展概况
 - 16.1.3 餐饮业特许经营标准化问题
 - 16.1.4 餐饮特许经营应注意的问题
 - 16.1.5 餐饮特许经营管理SPA疗法
 - 16.2 餐饮经营热点市场
 - 16.2.1 婚宴市场
 - 16.2.2 寿宴市场
 - 16.2.3 商务用餐
 - 16.2.4 社区餐饮
 - 16.3 餐饮业营销分析
 - 16.3.1 餐饮企业连锁方式选择
 - 16.3.2 餐饮行业特色营销方式

16.3.3 餐饮行业营销创新策略

16.3.4 假日餐饮行业营销战略

16.3.5 未来餐饮营销发展趋势

16.4 餐饮企业经营策略

16.4.1 餐饮经营策略概述

16.4.2 餐饮企业经营对策

16.4.3 高端餐饮经营策略

16.4.4 主题餐饮经营策略

16.4.5 社区餐饮经营策略

第十七章 2012-2014年餐饮企业连锁经营分析

17.1 餐饮连锁运作分析

17.1.1 餐饮连锁经营的起源与形式

17.1.2 餐饮连锁特许商的标准

17.1.3 餐饮业连锁经营的选址模式

17.1.4 餐饮业连锁经营经济指标

17.2 中国餐饮连锁业发展状况分析

17.2.1 连锁餐饮企业经营形势回顾

17.2.2 连锁餐饮企业经营情况

17.2.3 餐饮连锁企业特征现状

17.3 餐饮连锁经营的商圈及相关理论

17.3.1 商圈的一般性原则与特点

17.3.2 商圈状况分类与特征

17.3.3 国外餐饮巨头商圈策略

17.3.4 商圈内企业竞争策略

17.4 餐饮企业跨区域连锁经营分析

17.4.1 餐厅的定位

17.4.2 跨区域扩张策略

17.4.3 管理升级措施

17.5 餐饮连锁市场品牌及营销策略

17.5.1 品牌化拓展策略

17.5.2 餐饮品牌发展对策

17.5.3 企业产品营销策略

17.5.4 企业“统一性”战略

17.5.5 抢占旅游市场营销策略

17.6 餐饮连锁的对策及战略

17.6.1 餐饮连锁经营的策略

17.6.2 餐饮连锁经营模式研析

17.6.3 中国餐饮连锁业发展战略

17.7 餐饮连锁的趋势与经验借鉴

17.7.1 连锁经营是餐饮业发展的方向

17.7.2 美国特许连锁经营的成功经验

17.7.3 中国连锁经营未来发展趋势

第十八章 2013-2015年酒店、饭店餐饮业经营分析

18.1 酒店、饭店餐饮业营销分析

18.1.1 酒店餐饮业概述

18.1.2 酒店餐饮市场分析

18.1.3 盘活酒店餐饮的要素

18.1.4 建立现代营销观念

18.2 酒店餐饮业个性化服务的体现形式分析

18.2.1 准备有特色的餐厅风格

18.2.2 提供个性化的菜单

18.2.3 风格独特儿童自助餐

18.3 星级酒店餐饮经营分析

18.3.1 星级酒店经营餐饮SWOT分析

18.3.2 星级酒店餐饮经营重点

18.3.3 星级酒店餐饮业转型策略

18.3.4 星级酒店餐饮区域策略

18.4 酒店、饭店餐饮业的经营策略

18.4.1 酒店餐饮营销策略

18.4.2 饭店餐饮经营对策

18.4.3 酒店餐饮经营趋势

第十九章 2013-2015年餐饮业投资分析

19.1 餐饮行业投资特性

19.1.1 成长性与赢利性

19.1.2 行业周期性

19.1.3 资源要素密集性

19.1.4 行业投资优势

19.2 2013-2015年餐饮业投资现状分析

19.2.1 行业投资机遇

19.2.2 餐饮行业投资规模

19.2.3 行业资本投资情况

19.2.4 餐饮O2O投融资情况

19.3 餐饮业行业投资壁垒分析

19.3.1 技术与市场壁垒

19.3.2 结构性壁垒

19.3.3 制度性壁垒

19.3.4 文化性壁垒

19.4 餐饮业投资策略

19.4.1 做足充分准备

19.4.2 餐饮投资技巧

19.4.3 餐饮产品的选择经营

19.4.4 餐饮需抓好的四个关键

19.4.5 甄别餐饮投资的建议

19.5 不同类型餐饮业投资建议

19.5.1 小区餐饮店

19.5.2 休闲餐饮店

19.5.3 加盟店餐饮

19.5.4 特色小餐饮店

第二十章 观研网对中国餐饮业的发展前景及趋势

20.1 中国餐饮业前景趋势展望

20.1.1 行业发展前景展望

20.1.2 餐饮市场发展趋势

20.1.3 餐饮行业发展预测

20.2 观研网对2016-2022年中国餐饮业市场规模预测分析

20.2.1 观研网对2016-2022年中国餐饮业发展影响因素分析

20.2.2 观研网对2016-2022年中国餐饮业收入预测

20.2.3 观研网对2016-2022年中国餐饮百强企业营业收入预测

20.3 餐饮业未来发展走向分析

20.3.1 品牌多元化

20.3.2 产品大众化

20.3.3 发展信息化

20.3.4 强化客户体验

20.3.5 建设中央厨房

附录

附录一：中华人民共和国食品安全法

附录二：餐饮企业经营规范

附录三：《餐饮业经营管理办法（试行）》

附录四：餐饮服务许可管理办法

附录五：餐饮服务食品安全监督管理办法

附录六：餐饮业和集体用餐配送单位卫生规范

图表目录

图表1 不同城市的人最喜欢的快餐种类

图表2 不同城市比较经常吃快餐的时间

图表3 不同年龄的人最常吃快餐的时间

图表4 不同城市的市民在选择快餐时较多考虑的因素的比例

图表5 2002-2014年全国餐饮行业收入及增速

图表6 2014年全国餐饮行业收入与社会消费零售总额对比

图表7 2013-2014年全国餐饮收入季度增长状况

图表8 2012-2014年限额以上餐饮企业收入

图表9 2014年主要省市餐饮市场发展状况

图表10 2014年各季度住宿和餐饮业用工需求变动情况

图表11 2014-2015年各季度住宿和餐饮业用工需求变化

图表12 2009-2014年春节黄金周全国零售及餐饮企业销售额及增速

图表13 2009-2014年春节零售餐饮增速与同期1-2月餐饮收入增速对比

图表14 2014年春节黄金周全国各地餐饮市场数据

图表15 2014年重点特色餐饮品牌门店拓展情况

图表16 消费者选择餐厅时关注的因素

图表17 消费者就餐时饮食风味偏好

图表18 消费者外出就餐的原因

图表19 消费者可接受的排队时间

图表20 消费者可接受的上菜速度

图表21 消费者获取餐厅信息的途径

图表22 消费者预定餐厅的行为选择

图表23 消费者餐饮消费的支付方式

图表24 消费者优先选择的外卖送餐方式

图表25 2014年我国西餐行业营收情况

图表26 2014年西餐业营业额变动情况

图表27 2014年我国西餐业盈利能力

图表28 2014年我国西餐业市场增长情况

图表29 2014年我国西餐业产业化程度

- 图表30 2014年我国西餐业成本支出比例
- 图表31 2014年美国汉堡品牌排名
- 图表32 2014年美国鸡肉快餐品牌排名
- 图表33 2014年美国三明治及潜水艇三明治品牌排名
- 图表34 2014年快餐行业营收情况
- 图表35 2014年我国快餐行业市场增长状况
- 图表36 2014年快餐行业产业化程度
- 图表37 快餐行业营业额变动
- 图表38 快餐行业盈利能力
- 图表39 2008-2018年餐饮市场与快餐市场零售额对比
- 图表40 消费者快餐渠道选择
- 图表41 消费者选择快餐时间段
- 图表42 消费者在快餐上的人均花费
- 图表43 快餐菜式点单率Top5
- 图表44 2014年北京市社会消费情况
- 图表45 2014年大型住宿和餐饮业企业主要经济指标
- 图表46 成都大型餐饮店主要集中区域
- 图表47 2011-2015年团购市场销售规模
- 图表48 2015年团购市场各品类销售份额
- 图表49 2014年中国互联网餐饮外卖市场份额
- 图表50 2014年中国互联网餐饮外卖细分市场份额
- 图表51 2010-2016年我国餐饮行业O2O在线商务用户规模
- 图表52 2010-2016年我国餐饮行业O2O市场规模
- 图表53 2011-2013财年百胜餐饮综合收益表
- 图表54 2011-2013财年百胜餐饮收入分地区资料
- 图表55 2012-2014财年百胜餐饮综合收益表
- 图表56 2012-2014财年百胜餐饮分部资料
- 图表57 2014-2015财年百胜综合收益表（未经审核）
- 图表58 1984-2014年百胜中国区销售额占比
- 图表59 2004-2014年百胜集团及中国区餐饮利润率
- 图表60 2011-2013年麦当劳综合收益表
- 图表61 2011-2013年麦当劳收入分地区资料
- 图表62 2012-2014年麦当劳综合收益表
- 图表63 2012-2014年麦当劳收入分地区资料
- 图表64 2014-2015年麦当劳综合收益表（未经审核）

图表65 2011-2013财年棒约翰综合收益表

图表66 2011-2013财年棒约翰分部资料

图表67 2012-2014财年棒约翰综合收益表

图表68 2012-2014财年棒约翰分部资料

图表69 2014-2015财年棒约翰综合收益表（未经审核）

图表70 2012-2014财年星巴克综合收益表

图表71 2012-2014财年星巴克收入分产品资料

图表72 2012-2014财年星巴克收入分地区资料

图表73 2014-2015财年星巴克综合收益表（未经审核）

图表74 2012-2013年味千（中国）综合收益表

图表75 2013年味千（中国）业务分部资料

图表76 2013-2014年味千（中国）合并综合收益表

图表77 2013-2014年味千（中国）销售收入分行业情况

图表78 2014-2015年味千（中国）合并综合收益表

图表79 2014-2015年味千（中国）销售收入分行业情况

图表80 2013-2015年上海锦江国际酒店发展股份有限公司总资产和净资产

图表81 2013-2014年上海锦江国际酒店发展股份有限公司营业收入和净利润

图表82 2015年上海锦江国际酒店发展股份有限公司营业收入和净利润

图表83 2013-2014年上海锦江国际酒店发展股份有限公司现金流量

图表84 2015年上海锦江国际酒店发展股份有限公司现金流量

图表85 2014年上海锦江国际酒店发展股份有限公司主营业务收入分行业

图表86 2014年上海锦江国际酒店发展股份有限公司主营业务收入分区域

图表87 2013-2014年上海锦江国际酒店发展股份有限公司成长能力

图表88 2015年上海锦江国际酒店发展股份有限公司成长能力

图表89 2013-2014年上海锦江国际酒店发展股份有限公司短期偿债能力

图表90 2015年上海锦江国际酒店发展股份有限公司短期偿债能力

图表91 2013-2014年上海锦江国际酒店发展股份有限公司长期偿债能力

图表92 2015年上海锦江国际酒店发展股份有限公司长期偿债能力

图表93 2013-2014年上海锦江国际酒店发展股份有限公司运营能力

图表94 2015年上海锦江国际酒店发展股份有限公司运营能力

图表95 2013-2014年上海锦江国际酒店发展股份有限公司盈利能力

图表96 2015年上海锦江国际酒店发展股份有限公司盈利能力

图表97 2013-2015年华天酒店集团股份有限公司总资产和净资产

图表98 2013-2014年华天酒店集团股份有限公司营业收入和净利润

图表99 2015年华天酒店集团股份有限公司营业收入和净利润

图表100 2013-2014年华天酒店集团股份有限公司现金流量

图表101 2015年华天酒店集团股份有限公司现金流量

图表102 2014年华天酒店集团股份有限公司主营业务收入分行业、产品、地区

图表103 2013-2014年华天酒店集团股份有限公司成长能力

图表104 2015年华天酒店集团股份有限公司成长能力

图表105 2013-2014年华天酒店集团股份有限公司短期偿债能力

图表106 2015年华天酒店集团股份有限公司短期偿债能力

图表107 2013-2014年华天酒店集团股份有限公司长期偿债能力

图表108 2015年华天酒店集团股份有限公司长期偿债能力

图表109 2013-2014年华天酒店集团股份有限公司运营能力

图表110 2015年华天酒店集团股份有限公司运营能力

图表111 2013-2014年华天酒店集团股份有限公司盈利能力

图表112 2015年华天酒店集团股份有限公司盈利能力

图表113 2013-2015年西安饮食股份有限公司总资产和净资产

图表114 2013-2014年西安饮食股份有限公司营业收入和净利润

图表115 2015年西安饮食股份有限公司营业收入和净利润

图表116 2013-2014年西安饮食股份有限公司现金流量

图表117 2015年西安饮食股份有限公司现金流量

图表118 2014年西安饮食股份有限公司主营业务收入分行业、产品、地区

图表119 2013-2014年西安饮食股份有限公司成长能力

图表120 2015年西安饮食股份有限公司成长能力

图表121 2013-2014年西安饮食股份有限公司短期偿债能力

图表122 2015年西安饮食股份有限公司短期偿债能力

图表123 2013-2014年西安饮食股份有限公司长期偿债能力

图表124 2015年西安饮食股份有限公司长期偿债能力

图表125 2013-2014年西安饮食股份有限公司运营能力

图表126 2015年西安饮食股份有限公司运营能力

图表127 2013-2014年西安饮食股份有限公司盈利能力

图表128 2015年西安饮食股份有限公司盈利能力

图表129 2013-2015年中国全聚德（集团）股份有限公司总资产和净资产

图表130 2013-2014年中国全聚德（集团）股份有限公司营业收入和净利润

图表131 2015年中国全聚德（集团）股份有限公司营业收入和净利润

图表132 2013-2014年中国全聚德（集团）股份有限公司现金流量

图表133 2015年中国全聚德（集团）股份有限公司现金流量

图表134 2014年中国全聚德（集团）股份有限公司主营业务收入分行业、地区

图表135 2013-2014年中国全聚德（集团）股份有限公司成长能力

图表136 2015年中国全聚德（集团）股份有限公司成长能力

图表137 2013-2014年中国全聚德（集团）股份有限公司短期偿债能力

图表138 2015年中国全聚德（集团）股份有限公司短期偿债能力

图表139 2013-2014年中国全聚德（集团）股份有限公司长期偿债能力

图表140 2015年中国全聚德（集团）股份有限公司长期偿债能力

图表141 2013-2014年中国全聚德（集团）股份有限公司运营能力

图表142 2015年中国全聚德（集团）股份有限公司运营能力

图表143 2013-2014年中国全聚德（集团）股份有限公司盈利能力

图表144 2015年中国全聚德（集团）股份有限公司盈利能力

图表145 SPA信息的采集

图表146 2014年连锁餐饮企业门店数按行业类别分类构成

图表147 2014年连锁餐饮企业营业收入按行业类别分类构成

图表148 2015年获得融资的餐饮O2O项目

图表149 部分餐饮品牌扩张计划

图表150 观研网对2016-2022年中国餐饮业收入预测

图表151 观研网对2016-2022年中国餐饮百强企业收入预测

图表详见正文•••••(GY XFT)

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/canyin/243372243372.html>