

2018-2023年中国餐饮产业市场现状规划调查及投资前景规划预测报告

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《2018-2023年中国餐饮产业市场现状规划调查及投资前景规划预测报告》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/304423304423.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，指在一定场所，对事物进行现场烹饪、调制并出售给顾客主要供现场消费的服务活动。根据国家统计局制定的《国民经济行业分类与代码》（GB/T4754-2002），餐饮行业代码为I67。

按业态分，餐饮业可分为正餐、快餐、饮料和冷饮服务业、其他餐饮服务业几大类。餐饮行业分类 资料来源：公开资料整理 餐饮行业竞争惨烈，倒下一批，新一批又接踵而来。2017市餐饮场形势依然严峻，餐厅要想突围，就得擦亮双眼，武装自己，只有在保证大方向不出错的情况下，餐厅的经营才会顺风顺水。行业发展趋势为：

一、新一轮单品开店潮

单品打天下将成为一个特色。就像许多日本、韩国菜馆会专注做好寿司、拉面或石锅拌饭，部分“小而美”中餐馆也会专注做好单品，并作为主打。这种单品店运作简单、无需大店面和豪装修、人力成本低、经营难度小，但回报周期短，尤其在如今铺租、人工不断飙升的餐饮市场，不失为一种小投入、大回报的投资手段。

二、“健康餐饮”餐厅备受青睐

随着中国消费者生活水平和健康意识的不断提升，预示着不止要吃的美味还要吃的健康，低油、少盐、低(无)糖等用餐需求越来越广泛。尼尔森研究成果表明，约有70%的中国受访消费者(含食品)有特定的饮食需求，82%的受访者愿意花更多钱购买不含有不良成分的食物，这些比例都高于全球平均水平。

三、快时尚餐饮成主流

如今，随着商城越来越多，80、90成为主要的消费人群。快时尚餐饮以其优质平价、爆销单品、高速流转、时尚就餐环境的优点迅速捕获这一人群，也造就了一批网红餐厅。

四、“O2O理性回归”，餐饮+互联网逐渐成标配

餐饮行业发展的同时，面临着食品原材料成本上升、劳动力成本提升、管理人才匮乏、成本控制难等多方面问题，行业竞争愈演愈烈，全国各地传出的信息除了显示餐企营收增幅放缓、成本高起、利润下滑外，更是出现了较高的倒闭潮。

五、餐厅智能化程度越来越高

目前已经出现高度智能化服务的餐厅，从点餐、买单、取餐全部实现了自动化。国内也出现多家以机器人送菜出名的餐厅，随着互联网技术、智能技术的广泛应用，很多餐厅开始用高科技武装餐厅，从线上推广、点餐、下单、送菜实现了自动化，最终完成手机支付。

观研天下（Insight&Info Consulting Ltd）发行的报告书《2018-2023年中国餐饮产业市场现状规划调查及投资前景规划预测报告》主要研究餐饮行业市场经济特性（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）、工艺技术发展状况、进出口分析、渠道分

析、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、重点企业分析（经营特色、财务分析、竞争力分析）、商业投资风险分析、市场定位及机会分析、以及相关的策略和建议。

公司多年来已为上万家企事业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者提供了专业的行业分析报告。我们的客户涵盖了中石油天然气集团公司、德勤会计师事务所、华特迪士尼公司、华为技术有限公司等上百家世界行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。我们的行业分析报告内容可以应用于多种项目规划制订与专业报告引用，如项目投资计划、地区与企业发展战略、项目融资计划、地区产业规划、商业计划书、招商计划书、招股说明书等等。

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 2015-2017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 行业发展态势

2.1.4 行业发展特征

2.1.5 行业发展因素

2.2 2015-2017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 推动餐饮业转型发展

2.2.6 餐饮服务场所两证整合

2.2.7 刷卡手续费定价机制完善

2.2.8 服务业营改增政策试点

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

2.3.5 重复征税现象严重

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 餐饮业政策发展策略

2.4.5 餐饮企业主要营销手段

2.4.6 餐饮业的个性化服务策略

2.4.7 餐饮业品牌塑造策略

2.4.8 餐饮企业成本核算要点

第三章 2015-2017年中国餐饮行业运行分析

3.1 2015-2017年中国餐饮行业经营分析

3.1.1 行业收入规模

3.1.2 行业成本分析

3.1.3 重点企业运行

3.1.4 区域发展分析

3.1.5 行业发展趋势

3.2 2015-2017年春节中国餐饮市场分析

3.2.1 2015年春节餐饮市场运营

3.2.2 2016年春节餐饮市场运营

3.2.3 2017年春节餐饮市场运营

3.3 2015-2017年餐饮行业转型动态分析

3.3.1 特色餐饮成为新增长点

3.3.2 餐饮产业不断标准化

3.3.3 互联网+餐饮发展模式

3.3.4 互联网+餐饮发展趋势

3.4 消费者餐饮消费需求调研分析

3.4.1 消费者选择餐厅原因

3.4.2 消费者获取信息渠道

3.4.3 消费者消费支付方式

3.4.4 早餐、宵夜消费情况

3.4.5 需求调研反馈建议

第四章 2015-2017年中餐市场发展分析

4.1 中餐国际市场发展分析

4.1.1 海外中餐业发展概况

4.1.2 海外中餐发展态势

4.1.3 美国

4.1.4 加拿大

4.1.5 英国

4.1.6 意大利

4.1.7 俄罗斯

4.1.8 印度尼西亚

4.2 2015-2017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 消费者反馈动态

4.2.4 中餐移动市场状况

4.3 中餐业营市场销分析

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 中餐馆淡季营销策略

4.3.4 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 行业面临的机会与威胁

4.5.2 中餐海外发展问题及建议

4.5.3 中餐连锁企业运营障碍及对策

4.5.4 发展中餐重视中西文化差别

4.5.5 儿童中餐市场发展策略

第五章 2015-2017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 2015-2017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 消费者反馈分析

5.2.6 西餐互联网移动化发展

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 2015-2017年快餐市场发展分析

6.1 2015-2017年国外快餐业发展分析

6.1.1 美国

- 6.1.2 加拿大
- 6.1.3 智利
- 6.1.4 日本
- 6.2 2015-2017年中国快餐业发展现状
 - 6.2.1 快餐行业经营情况
 - 6.2.2 快餐行业特征现状
 - 6.2.3 快餐企业发展形势
 - 6.2.4 连锁快餐发展分析
 - 6.2.5 中国快餐业发展经验
- 6.3 中西式快餐市场营销定位与市场战略
 - 6.3.1 市场竞争态势
 - 6.3.2 市场定位
 - 6.3.3 营销定位策略
 - 6.3.4 营销组合策略
- 6.4 2015-2017年中国快餐业竞争分析
 - 6.4.1 快餐市场主体分析
 - 6.4.2 快餐行业竞争态势
 - 6.4.3 快餐业务竞争转向
 - 6.4.4 快餐企业竞争动态
- 6.5 中国快餐业存在的问题分析
 - 6.5.1 行业发展面临的问题
 - 6.5.2 行业运营存在的问题
 - 6.5.3 连锁加盟对行业的不利影响
- 6.6 中国快餐业的发展策略
 - 6.6.1 注重市场细分化和个性化
 - 6.6.2 行业的规模化标准化发展
 - 6.6.3 连锁经营推进要谨防冒进
 - 6.6.4 专业人才队伍要逐步扩大
 - 6.6.5 中西快餐优势互补
 - 6.6.6 加强行业组织作用
 - 6.6.7 行业转型升级措施
- 6.7 快餐业未来发展展望分析
 - 6.7.1 行业发展态势
 - 6.7.2 行业发展趋向
 - 6.7.3 行业发展方向

第七章 2015-2017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 2015-2017年中式快餐业市场竞争分析

7.2.1 中西竞争分析

7.2.2 行业连锁竞争

7.2.3 行业竞争优势

7.2.4 市场竞争要素

7.2.5 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 连锁经营策略

7.3.3 市场促销策略

7.3.4 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 市场定位不准确

7.4.3 操作标准化挑战

7.4.4 经营连锁化挑战

7.4.5 品牌塑造不到位

7.4.6 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 2015-2017年北京市餐饮业发展分析

8.1 2015年北京餐饮业发展分析

8.1.1 企业等级评定

8.1.2 行业运营状况

8.1.3 行业转型发展

8.1.4 行业投保率低

8.1.5 行业工资水平

8.2 2016年北京餐饮业发展分析

8.2.1 市场运营现状分析

8.2.2 治理无证餐饮单位

8.2.3 地方特色餐饮兴起

8.2.4 率先实行营改增

8.2.5 北京连锁加盟展运作

8.3 2017年北京餐饮业发展分析

8.3.1 行业运行规模

8.3.2 阳光餐饮工程

8.3.3 行业发展动态

8.4 北京餐饮业发展SWOT分析

8.4.1 优势分析（S）

8.4.2 劣势分析（W）

8.4.3 机遇分析（O）

8.4.4 威胁分析（T）

8.5 北京餐饮市场面临的问题与对策

8.5.1 运行总体问题

8.5.2 市场发展问题

8.5.3 强制收费问题

8.5.4 准入门坎较低

8.5.5 发展对策建议

8.6 北京餐饮业发展前景及趋势

8.6.1 发展前景看好

8.6.2 促进发展因素

8.6.3 未来发展趋势

8.6.4 绿色发展趋势

第九章 2015-2017年上海市餐饮业发展分析

9.1 2015-2017年上海餐饮业市场分析

9.1.1 市场运行现状

9.1.2 餐饮市场整顿状况

9.1.3 网络餐饮服务新规

9.1.4 行业管理新办法

9.2 2015-2017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 创建绿色餐厅

9.4.5 户外餐饮时尚

第十章 2015-2017年广州市餐饮业发展分析

10.1 2015-2017年广东省餐饮业整体状况

10.1.1 总体发展现状

10.1.2 重点企业运行

10.1.3 行业业态分析

10.1.4 区域分布情况

10.2 2015-2017年广州餐饮业发展现状

10.2.1 行业发展政策

10.2.2 行业管理规定

10.2.3 行业发展分析

10.2.4 行业业态分布

10.3 2015-2017年广州餐饮市场分析

10.3.1 市场发展特点

10.3.2 市场发展动力

10.3.3 区域分布现状

10.3.4 网点分布情况

10.3.5 市场运行现状

10.3.6 特色餐饮经济

10.4 广州餐饮业发展面临的问题及对策建议

10.4.1 行业存在的问题

10.4.2 企业面临的问题

10.4.3 行业发展对策建议

10.5 广州餐饮业发展前景和趋势分析

10.5.1 市场发展走向

10.5.2 行业发展前景

第十一章 2015-2017年其它城市餐饮业发展分析

11.1 2015-2017年深圳市餐饮业发展分析

11.1.1 行业发展现状

11.1.2 行业区域分布

11.1.3 市场发展特征

11.1.4 市场菜系分析

11.1.5 面临的问题及对策

11.1.6 市场发展趋势

11.2 2015-2017年东莞市餐饮业发展分析

11.2.1 行业发展综述

11.2.2 行业经营状况

11.2.3 存在的问题

11.2.4 发展对策建议

11.3 2015-2017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 2015-2017年成都市餐饮业发展分析

11.4.1 行业发展概况

11.4.2 市场分布格局

11.4.3 餐饮市场特色

11.4.4 新兴营销方式

11.4.5 行业发展方向

11.5 2015-2017年重庆市餐饮业发展分析

11.5.1 行业发展概况

11.5.2 假日餐饮经济

11.5.3 行业促进政策

11.5.4 行业转型发展

11.5.5 行业发展趋势

11.6 2015-2017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 2015-2017年中国餐饮行业电子商务发展分析

12.1 2015-2017年中国餐饮行业电子商务发展态势

12.1.1 餐饮O2O发展现状

12.1.2 免费化餐饮O2O平台

12.1.3 上下游产业链整合

12.2 2015-2017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机遇和挑战

12.2.4 电子商务在餐饮业中的运用策略

12.3 2015-2017年中国餐饮行业O2O发展分析

12.3.1 发展态势

12.3.2 市场规模

12.3.3 用户规模

12.3.4 用户分析

12.3.5 案例分析

12.3.6 市场动态

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 2015-2017年国外餐饮连锁重点企业分析

13.1 百胜餐饮集团 (Yum!Brands,Inc.)

13.1.1 企业发展概况

13.1.2 2015年企业经营状况分析

13.1.3 2016年企业经营状况分析

13.1.4 2017年企业经营状况分析

13.2 麦当劳公司 (McDonald's Corporation)

13.2.1 企业发展概况

13.2.2 麦当劳经营理念

- 13.2.3 麦当劳服务流程
- 13.2.4 2015年企业经营状况分析
- 13.2.5 2016年企业经营状况分析
- 13.2.6 2017年企业经营状况分析
- 13.3 棒约翰国际公司 (PAPA JOHN'S)
- 13.3.1 企业发展概况
- 13.3.2 企业差异化竞争策略
- 13.3.3 针对竞争对手的策略
- 13.3.4 2015财年企业经营状况分析
- 13.3.5 2016财年企业经营状况分析
- 13.3.6 2017财年企业经营状况分析
- 13.4 星巴克公司 (Starbucks Corporation)
- 13.4.1 企业发展概况
- 13.4.2 星巴克经营策略
- 13.4.3 2015年企业经营状况分析
- 13.4.4 2016年企业经营状况分析
- 13.4.5 2017年企业经营状况分析
- 13.4.6 企业未来发展计划
- 第十四章 2015-2017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 2015年企业经营状况分析
- 14.1.3 2016年企业经营状况分析
- 14.1.4 2017年企业经营状况分析
- 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 西安饮食股份有限公司
- 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 中国全聚德（集团）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 上海永和大王餐饮有限公司

14.5.1 企业发展概况

14.5.2 企业发展优势

14.5.3 涉足外卖市场

14.5.4 全品快餐转型

14.6 广州市真功夫餐饮管理有限公司

14.6.1 企业发展概况

14.6.2 企业创新过程与成果

14.6.3 企业发展存在的问题

14.6.4 真功夫运营策略借鉴

14.6.5 企业发展创新战略

14.6.6 企业远期发展目标

14.7 深圳面点王饮食连锁有限公司

14.7.1 企业发展概况

14.7.2 企业发展成就

14.7.3 企业营销策略

14.7.4 企业成功经验

第十五章 2015-2017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 升级改造竞争

15.2.3 饮食文化差异

15.2.4 行业差距分析

15.3 2015-2017年国内餐饮业竞争现状分析

15.3.1 总体竞争态势

15.3.2 市场竞争状况

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 2015-2017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 2015-2017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 2015-2017年中国餐饮连锁业发展分析

17.2.1 餐饮连锁企业经营概况

17.2.2 餐饮连锁企业特征现状

17.2.3 餐饮连锁企业发展问题分析

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 2015-2017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 2015-2017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 2015-2017年餐饮业投资现状分析

19.2.1 行业投资规模

19.2.2 市场投融资规模

19.2.3 餐饮软件投融资情况

19.2.4 行业投融资趋势

19.2.5 行业投资机遇

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 产品的选择经营

19.4.4 餐饮投资关键

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 中国餐饮业的发展前景及趋势

20.1 中国餐饮业发展前景展望

20.1.1 行业发展前景展望

20.1.2 餐饮电商前景展望

20.2 中国餐饮行业发展趋势分析

20.2.1 餐饮业质量安全提升

20.2.2 餐饮平台化水平提高

20.2.3 餐饮智能化蓬勃发展

20.2.4 标准体系进一步完善

20.3 2018-2022年中国餐饮业市场规模预测分析

20.3.1 中国餐饮业发展因素分析

20.3.2 中国餐饮业收入预测

20.3.3 中国餐饮百强企业营业收入预测

图表详见正文（LPJP）

特别说明：观研天下所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/canyin/304423304423.html>