

2018-2023年中国餐饮产业市场发展现状调查与未来发展前景预测报告

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发展现状调查与未来发展前景预测报告》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/297738297738.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

2012年后，餐饮面临两个新变量的冲击，一是八项规定的出台和落实，二是移动互联网的兴起加速了互联网的渗透。2012年12月开始，中央八项规定、六项禁令、反对四风以及中纪委九不准等政策出台、落实，直接导致了以公务接待为主要市场的高端餐饮走向式微。2016年6月，商务部重点监测餐饮企业中，中式快餐的销售增速比中式正餐的增速高出6.3个百分点。2016年，大众餐饮消费已经成为了餐饮收入最主要的部分，占比在70%-80%之间。

高端餐饮在供需两端的缺口由兴起的大众餐饮填补，餐饮原本两级分化的哑铃型结构（环境奢华、价格高的高端餐饮+环境粗糙、价格低的刚需低端餐饮）逐渐转化为以大众餐饮为主的纺锤形结构。

80后、90后渐渐成为主力消费群体，更追求性价比和独特调性，更重视食材和饮食文化内核。因此，对高端餐饮的“包装”、“服务”等需求并不强烈。高端餐饮在业态、服务模式、品牌定位和新品牌扩张上均有所调整。受益于高端餐饮供给端的大幅调整（餐厅数量、品类、目标客群定位），同质化竞争减少，高端餐厅密度大幅降低，目前客流和利润率都有所回升，尤其在西餐、日料、海鲜等品类上更显著。而与此同时，在之前普遍表现为苍蝇馆子、监管困难、卫生服务条件差的低端餐饮，随着消费者更加注重健康和食品安全卫生、租金成本不断上扬、城市管理和卫生管理等监管体系的不断完善，被迫或主动停业或转型升级。

高端餐饮的“降维”（减少流程、包装、人工服务、营业面积、装修装潢）叠加低端餐饮的“赋值”（改良小吃口味，提高店面、服务形象），两头往中端挤占，最终形成纺锤结构。

图：纺锤形态的形成

大众餐饮兴起重要表现是进入门槛低、刚需特征明显的品类（如小吃、简快餐、面包甜点）进入者多，店铺密度高。不仅如此，具备一定社交属性的甜品店、烧烤店数量也较多，从供给端反映了休闲场景的需求较大。大众餐饮的另一个重要特征就是产品标准化、口味接受度和普及度高、目标市场年轻化，因此甜品、火锅、川菜、烧烤的店铺数量都较为可观。

图：大众餐饮的经营特征

图：2016年各品类店铺数量

综合来看，大众餐饮成为主流也解释了当前餐饮业最为显著的两大经营模式：一是以简快餐、外卖业务为核心的产品模式；二是主打环境和调性，以社交、休闲为核心的体验模式。前者解决了大众生理上的饮食刚需，后者则对应大众心理上的社交刚需

中国报告网发布的报告书内容严谨、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。

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。

【报告目录】

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 餐饮业的细分

1.3.2 餐饮业的经济地位和作用

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 行业发展现状

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 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 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 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 2015-2017年春节中国餐饮市场分析

3.2.1 2017年春节餐饮消费特点

3.2.2 2017年春节餐饮行业运营

3.2.3 2017年春节餐饮市场特征

3.3 2015-2017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 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 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 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 中餐“数字化厨房”

4.2.4 中餐移动市场状况

4.3 2015-2017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 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 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 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 法国

6.1.4 智利

6.1.5 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 2015-2017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 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 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 2015-2017年北京市餐饮业发展分析

8.1 2017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 2017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 2017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 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 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 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 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 2015-2017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 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 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 2015-2017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 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 2015-2017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 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 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 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 2015-2017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 2015-2017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.)

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

13.2 麦当劳公司 (McDonalds Corporation)

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

13.3 棒约翰国际公司 (PAPA JOHN'S)

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

13.4 星巴克公司 (Starbucks Corporation)

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

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 2017年味千 (中国) 经营状况

14.1.3 2017年味千 (中国) 经营状况

14.1.4 2017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 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 饮食文化差异
 - 15.2.3 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 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 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 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 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 对2018-2023年中国餐饮业市场规模预测分析
 - 20.2.1 对2018-2023年中国餐饮业发展影响因素分析
 - 20.2.2 对2018-2023年中国餐饮业收入预测
 - 20.2.3 对2018-2023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

更多图表详见正文（GSLWK）

特别说明：中国报告网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，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/canyin/297738297738.html>