

2018年中国高端酒店餐饮行业分析报告- 市场深度调研与发展前景研究

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年中国高端酒店餐饮行业分析报告-市场深度调研与发展前景研究》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/jiudian/340030340030.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

改革开放以来我国酒店得到飞速发展，但随着经济放缓及“八项规定、六条禁令”的全面贯彻落实，中国高端酒店行业出现了整体严重亏损。在高端酒店亏损的同时社会大众餐饮营业状况一片大好。据国家统计局统计数据，2014年1-9月份餐饮收入19934亿元，同比增长9.7%；2015年全年实现餐饮收入32310亿元，同比增长11.7%。

图表：高端酒店餐饮

图表来源：公开资料整理

一、餐饮多层次经营的概念

在高档公费餐饮消费被遏制同时，一方面餐饮有着庞大的大众消费市场，另一方面企业商务及个人高档消费还在。作为高档酒店餐饮类型是多元化的，如西餐厅、中餐厅、宴会等，而实际不同类型的餐饮经营状况存在着较大的差异，如宴会厅是经营效益最好的部门，中餐厅是经营效益较差的，特别是中餐厅的零点餐厅基本处于闲置状态。在这种背景下依据航空业收益管理的经验，高端酒店餐饮应从单一高档向“高档包厢、中高档宴会、中低档零点”的多层次经营转型，方能化解困境。由此餐饮多层次经营是指根据酒店消费市场供求关系，以及消费者行为规律，对酒店内不同的餐饮区进行精确化定价和分销的活动。是对酒店餐饮产品和服务、市场、价格和营销渠道等的细分，并采用多种价格以满足每个细分市场，促进最大限度的销售量，使生产经营成本费用降到最低，从而达到收入、利润和市场占有率最大化。

二、餐饮多层次化的可行性分析

（一）市场开发的可行性分析

2014前公款高档餐饮消费在高端酒店餐饮中占主导地位，市场供需基本平衡。但随八项规定的全面落实，高档餐饮消费市场大面积萎缩，供需出现了严重失衡。因此高端酒店的高档餐饮产品须随市场的减少而减少，对于“富余”的餐饮产品可通过降低价格层次去吸引具有较大市场的中档餐饮消费者。作为高档酒店拥有顶尖的环境设施，有饮食住宿休闲等配套设施，是身份象征，因此对各层次的消费者都具有非常强的消费欲望，多层次利于消费市场开发。

（二）盈利能力的可行性分析

高档餐饮的萎缩，大众餐饮的兴旺，使许多高端餐饮纷纷转型大众餐饮，其实这是不可取的，一是有损酒店的品牌形象，二是高成本低售价的结果只会亏损。高端酒店包厢空间大，装饰设计豪华，所以必须保持高档消费；零点餐厅结构上属大通间，可以加大餐位密度及运用低价提高翻台率降低成本来支撑低价策略，利润额有保障同时也提高了酒店的人气；宴会厅因为婚宴市场对婚宴有大规模和高规格的旺盛需求，所以宴会厅一般是利润最好的部门。包厢高档化，宴会中高档化，零点大众化的多层次化经营不仅维护了酒店的档次，带来了餐饮的财气和人气，同时较好的人气也会给酒店带来客房、娱乐健身、购物等多重消费，使

酒店盈利实现最大化的效果。

三、高端酒店餐饮多层次经营的优劣分析

（一）优势分析

山高端酒店环境宽敞，装修设施豪华，是身份的象征，符合所有人的消费欲望。高端酒店餐饮具有多样性的特征，不同的餐饮类型具有位置的距离性和相对独立性，这为多层次的分类经营提供了条件和保障。高端酒店是集餐饮、住宿、休闲、娱乐于一体的综合体，大多拥有大型的停车场，综合实力强，便利，利于组合营销。还餐饮设施设备先进，安全卫生管理严格，厨师队伍的技术、素质能力较高，餐饮生产能力和质量有保障。

（二）劣势分析

山长期以来高端酒店给普通百姓的印象就是消费昂贵遥不可及，会严重影响大众餐饮的市场开发。社会高档餐饮与大众餐饮竞争激烈，现今高档社会餐饮在硬件和软件上已与高端酒店不差上下，大众餐饮环境简约、优雅，使得高档酒店餐饮环境优势已越来越不明显。高端酒店餐饮对高档餐饮产品的设计生产具有优势，但大众化餐饮产品的设计经验不足。还大众餐饮的火爆，高端酒店的冷落使得大众餐饮的薪酬制度明显优于高端酒店，因此高端酒店的服务质量下滑现象。

四、高端酒店多层次经营的策略

（一）餐饮多层次结构比闸的设计策略

高端酒店餐饮高、中、低的多层次经营策略符合当今餐饮消费层次结构，但结构比闸必须符合市场的需求。消费市场结构向来是呈金子塔形的，高端酒店消费对象则处于金字塔尖及中部部分，另外依据高端酒店重要的婚宴市场的档次及规模的实际情况，高端酒店餐饮消费结构应为腰鼓形，即包厢，零点小规模，大型宴会大规模，使每个层次的功能发挥到极致。可能有人会认为包厢规模小是因为塔尖缘故，但大众消费市场非常的大，可以大规模，但大众餐饮的主要目的是提高酒店人气和声誉，并充分利用各种资源，规模过大后会有损酒店高档的形象和环境，影响高、中档产品的销售。可见多层次经营结构比闸的设计不仅仅是市场问题还有经营策略。

（二）菜点设计策略

菜点设计包括菜点的原材料、风味形式、价格、菜点结构与数量等。不同层次的餐饮菜点有着明显的差异，如高档餐饮菜 占外形美观、清淡、原料高档；大众餐饮菜点则外形清爽悦目、肥厚人味、原料大众。菜点结构与数量会影响客人的选择性，数量过多则会加大采购，生产、储存的成本，产品质量也会受到影响。因此高端酒店菜点设计的风味形式应与经营层次相匹配。菜品结构设计应考虑原料的多样性，综合利用性及原料的共用性。菜品数量应该少而精，并通过周期性的更换菜单满足老顾客多样性的饮食需求。

（三）原料的调配策略

原材料成本是菜点的主要成本，因此餐饮多层次性经营应该注重原料在不同餐厅间的调配性。高档餐饮讲究原料高档、部位精的特点，大众餐饮取料宽泛，原料的调配机制可以充

分发挥原料的利用率，全面降低各层次餐饮的成本，使利润达到最大化，因此一般的高端酒店都设有中心厨房，负责原料的初加工和调配，作为高端酒店的多层次经营策略应该重视原料的调配使用，有中心厨房的应重视管理，没有中心厨房的可以利用现有的餐厅厨房承担这一任务。

（四）营销策略

普通消费者对高端酒店的错误认识是多层次经营的障碍，因此化解普通消费者的错误认识是高端酒店营销的一个重要任务。

通过营销使消费者认识到：高端酒店虽是高档酒店消费的场所，但也能享受到的低价高品质的餐饮产品。同时也让普通消费者成为高档消费的潜在客户。例如普通消费者去高档商场一方面可以买很便宜的打折商品，另一方面也可能看到喜欢的高档商品而超能力购买。围绕营销任务酒店可以借助新型电子商务平台、就餐打折卡、全员营销等多方面进行组合营销，让消费者了解酒店的经验情况并吸引他们来体验。

（五）品牌策略

多层次经营本质是通过压缩高档包厢规模，保持宴会厅规模和档次，开发部分大众餐饮，实现盈利和培育高档市场的可持续发展。可持续的发展离不开品牌建设，因此一要注重创新菜点 特色菜点的开发工作，加强菜点的质量管理；二要一视同仁的重视每个餐厅的服务质量，要完善奖罚制度，加强培训、指导、监督及考核工作；三要注重餐饮消费者的信息化管理，清楚老顾客以往用餐内容和喜好，精确化的为老顾客做好菜点的推荐工作。

高端酒店经营的下滑和亏损，是消费市场回归的一种结果。“八项规定”、“六条禁令”只是高端酒店进入困境的导火线，而非根本原因是高端酒店升级发展过程中的转折痛点，因此企业只要以积极的心态及时正确的调整经营方案，高端酒店定会迎来下一个辉煌的明天。

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年中国高端酒店餐饮行业分析报告-市场深度调研与发展前景研究》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年中国高端酒店餐饮行业发展概述

第一节 高端酒店餐饮行业发展情况概述

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

第二节 中国高端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、高端酒店餐饮行业产业链条分析
- 三、中国高端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 中国高端酒店餐饮行业生命周期分析

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

第四节 高端酒店餐饮行业经济指标分析

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

第五节 国中高端酒店餐饮行业进入壁垒分析

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

第二章 2016-2018年全球高端酒店餐饮行业市场发展现状分析

第一节 全球高端酒店餐饮行业发展历程回顾

第二节 全球高端酒店餐饮行业市场区域分布情况

第三节 亚洲高端酒店餐饮行业地区市场分析

一、亚洲高端酒店餐饮行业市场现状分析

二、亚洲高端酒店餐饮行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲高端酒店餐饮行业市场前景分析

第四节 北美高端酒店餐饮行业地区市场分析

一、北美高端酒店餐饮行业市场现状分析

二、北美高端酒店餐饮行业市场规模与市场需求分析

三、北美高端酒店餐饮行业市场前景分析

第五节 欧盟高端酒店餐饮行业地区市场分析

一、欧盟高端酒店餐饮行业市场现状分析

二、欧盟高端酒店餐饮行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟高端酒店餐饮行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界高端酒店餐饮行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球高端酒店餐饮行业市场规模预测

第三章 中国高端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、全社会消费品高端酒店餐饮总额

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 中国高端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 中国高端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 中国高端酒店餐饮行业运行情况

第一节 中国高端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 中国高端酒店餐饮行业市场规模分析

第三节 中国高端酒店餐饮行业供应情况分析

第四节 中国高端酒店餐饮行业需求情况分析

第五节 中国高端酒店餐饮行业供需平衡分析

第六节 中国高端酒店餐饮行业发展趋势分析

第五章 中国高端酒店餐饮所属行业运行数据监测

第一节 中国高端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 中国高端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 中国高端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年中国高端酒店餐饮市场格局分析

第一节 中国高端酒店餐饮行业竞争现状分析

一、中国高端酒店餐饮行业竞争情况分析

二、中国高端酒店餐饮行业主要品牌分析

第二节 中国高端酒店餐饮行业集中度分析

一、中国高端酒店餐饮行业市场集中度分析

二、中国高端酒店餐饮行业企业集中度分析

第三节 中国高端酒店餐饮行业存在的问题

第四节 中国高端酒店餐饮行业解决问题的策略分析

第五节 中国高端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年中国高端酒店餐饮行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国高端酒店餐饮行业消费特点

第二节 中国高端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 高端酒店餐饮行业成本分析

第四节 高端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 中国高端酒店餐饮行业价格现状分析

第六节 中国高端酒店餐饮行业平均价格走势预测

一、中国高端酒店餐饮行业价格影响因素

二、中国高端酒店餐饮行业平均价格走势预测

三、中国高端酒店餐饮行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国高端酒店餐饮行业区域市场现状分析

第一节 中国高端酒店餐饮行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地高端酒店餐饮市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区高端酒店餐饮市场规模分析

四、华东地区高端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、华中地区高端酒店餐饮市场规模分析

四、华中地区高端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、华南地区高端酒店餐饮市场规模分析

第九章 2016-2018年中国高端酒店餐饮行业竞争情况

第一节 中国高端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 中国高端酒店餐饮行业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 中国高端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 高端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年中国高端酒店餐饮行业发展前景分析与预测

第一节 中国高端酒店餐饮行业未来发展前景分析

一、高端酒店餐饮行业国内投资环境分析

二、中国高端酒店餐饮行业市场机会分析

三、中国高端酒店餐饮行业投资增速预测

第二节 中国高端酒店餐饮行业未来发展趋势预测

第三节 中国高端酒店餐饮行业市场发展预测

一、中国高端酒店餐饮行业市场规模预测

二、中国高端酒店餐饮行业市场规模增速预测

三、中国高端酒店餐饮行业产值规模预测

四、中国高端酒店餐饮行业产值增速预测

五、中国高端酒店餐饮行业供需情况预测

第四节 中国高端酒店餐饮行业盈利走势预测

一、中国高端酒店餐饮行业毛利润同比增速预测

二、中国高端酒店餐饮行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国高端酒店餐饮行业投资风险与营销分析

第一节 高端酒店餐饮行业投资风险分析

一、高端酒店餐饮行业政策风险分析

二、高端酒店餐饮行业技术风险分析

三、高端酒店餐饮行业竞争风险

四、高端酒店餐饮行业其他风险分析

第二节 高端酒店餐饮行业企业经营发展分析及建议

一、高端酒店餐饮行业经营模式

二、高端酒店餐饮行业销售模式

三、高端酒店餐饮行业创新方向

第三节 高端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年中国高端酒店餐饮行业发展策略及投资建议

第一节 中国高端酒店餐饮行业品牌战略分析

一、高端酒店餐饮企业品牌的重要性

二、高端酒店餐饮企业实施品牌战略的意义

三、高端酒店餐饮企业品牌的现状分析

四、高端酒店餐饮企业的品牌战略

五、高端酒店餐饮品牌战略管理的策略

第二节 中国高端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 中国高端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年中国高端酒店餐饮行业发展策略及投资建议

第一节 中国高端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 中国高端酒店餐饮行业定价策略分析

第三节中国高端酒店餐饮行业营销渠道策略

一、高端酒店餐饮行业渠道选择策略

二、高端酒店餐饮行业营销策略

第四节中国高端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、中国高端酒店餐饮行业重点投资区域分析

二、中国高端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/jiudian/340030340030.html>