

中国

餐饮管理行业发展现状分析

报告（2024-2031年）

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《中国 餐饮管理行业发展现状分析与投资前景研究报告（2024-2030）》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：<https://www.chinabaogao.com/baogao/202410/731810.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sales@chinabaogao.com

联系人：客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

## 二、报告目录及图表目录

餐饮管理是指对餐饮业的管理。常见的餐饮业可细分为正餐服务、快餐服务、饮料及冷饮服务、餐饮配送及外卖服务和其他餐饮业。

### 一、行业发展现状

#### 1、市场规模

近年来，我国餐饮行业受到疫情的冲击，市场规模出现了波动增长态势。然而，随着疫情防控平稳转段，“旅游+特色美食”“假日经济”“夜经济”不断为餐饮行业注入活力，促使餐饮行业快速复苏，市场规模实现持续增长。2023年我国餐饮管理行业市场规模达到4.35万亿元。

数据来源：观研天下数据中心整理

#### 2、供应规模

门店遍布全国大街小巷的餐饮店铺，是国人最爱的日常刚需品类之一，除了老乡鸡、永和大王、真功夫、乡村、大米先生、老娘舅、南城香等，国内的餐饮管理品牌不断增长。近年来我国餐饮管理行业受需求市场带动行业的市场空间不断增长，我国餐饮管理行业门店数量不断增长。

据不完全统计，截止2023年，全国范围内以餐饮管理类型出现的企业的数量超过176万家，随着生产技术的不断提高，以及消费者对口味要求的不断提升，商家对产品本身的品类、新鲜程度不断进行完善，因此得到了更多消费者的青睐，门店数量也节节攀升。

资料来源：观研天下数据中心整理

#### 3、需求规模

近年随着我国人均消费水平的增长、餐饮消费结构的调整以及生活节奏加快，城乡居民对食品的消费也从生存型消费加速向健康型、享受型消费转变，从“吃饱、吃好”向“吃得安全，吃得健康”转变，使得人们对餐饮需求也愈发的多元化，推动餐饮消费总量持续增长，目前我国餐饮管理的发展随着餐饮产业的发展也有了长足的进步。

资料来源：观研天下数据中心整理

目前我国总人口规模已经突破14亿，达到141178万人，与2010年相比增长5.38%。其中，居住在城镇的人口为90199万人，十多年间常住人口城镇化率提高了14.21个百分点。总量世界第一的超大规模人口市场和加速推进的城镇化进程，已成为我国餐饮消费恢复增长的坚实基础。

政府工作报告提出，要坚持扩大内需这个战略基点，充分挖掘国内市场潜力。“十四五”规划纲要也进一步明确，要顺应居民消费升级趋势，把扩大消费同改善人民生活品质结合起来，促进消费向绿色、健康、安全方向发展，稳步提升居民消费水平。

自2020年以来，活跃在一线城市的餐饮品牌迅速下沉，在三四线城市“攻城略地”。此外，在新冠肺炎疫情中，由于二三四五线城市较一线城市受到的影响较小，这就让区域品牌拥有了“抢跑”的先机，在2023年持续爆发出增长力。

如今，我国2800多个县（市、区）、4万多个乡镇的纵深市场，已经成为餐饮业内循环的广阔腹地。伴随着一系列政策的出台以及诸多利好的持续释放，三四线城市的餐饮新消费需求将得到有力提升。基作为14亿人的“入口”生意，餐饮业仍然活力十足且增长空间巨大。

## 二、行业细分市场

### 1、正餐

近年来，随着餐饮行业产业化、规模化程度的不断加深，餐饮行业逐步呈现连锁化、加盟化的全产业链管理模式，在全产业链的管理模式下，其餐饮管理的市场规模不断扩大，2023年达到了10044.76亿元。

数据来源：观研天下数据中心整理

### 2、快餐

在餐饮市场的众多品类中，快餐因其符合国人饮食习惯、出品质量稳定、食用便利、价格合理等特点，成为中国餐饮消费者的刚性需求，也是中国餐饮管理行业发展的重要引擎。

数据来源：观研天下数据中心整理

## 三、行业竞争格局

改革开放以来，随着国民经济、社会发展水平的持续快速发展，我国餐饮管理业发展经历了起步阶段、数量型发展阶段、规模化发展阶段和品牌建设阶段，初步形成了经营业态多样化、经营模式连锁化、品牌建设特色化、市场需求大众化、餐饮管理消费信息化的发展新格局。

依据2023年上市营业总收入情况，我国餐饮管理行业企业可分为三大梯队。第一梯队为百胜中国，营业总收入超500亿元；第二梯队以海底捞、九毛九、呷哺呷哺等企业为主，总营收在20-500亿元；第三梯队以同庆楼、广州酒家、全聚德、西安饮食等企业为主，总营收在20亿元以下。

资料来源：观研天下数据中心整理

## 四、未来发展趋势预测

近年来，伴随着经济总量的增加、居民购买力的增强及“互联网+”的普及，我国餐饮业取得了长足的发展，餐饮管理行业将在以人为本、服务民生的基础上越来越多的呈现出如下趋势：

（一）连锁化率进一步提升，中央厨房将成为餐饮业趋势

连锁经营具有成本优势、价格优势、品牌优势。根据国家统计局数据，我国餐饮连锁行业门

店数量由2010年15333个增加至2022年47631个。随着上游食材供应链管理水平的提升、餐饮企业自身经营管理的提升，以及消费者对食品和服务品质需求的提升，我国餐饮行业将加快连锁化经营趋势，未来餐饮行业的连锁化率将进一步提升。餐饮业企业借助连锁化经营，可以由单店竞争、传统加工，向经营模式集团化、连锁化、加工模式产业化的新型餐饮产业发展，进一步凸显竞争优势。

中央厨房是餐饮连锁做大做强的基础，在以简餐为主体的大众化餐饮发展的背景下，中央厨房将伴随着餐饮连锁化的发展而发展。中央厨房主要功能是将原料制作加工成半成品或成品，通过冷链物流配送至连锁门店，减少门店的加工处理的时间和程序。中央厨房模式具有标准化、提升效率等优势，在有效降低了物料、人工成本的同时，也保证了食品安全和口味稳定。

### （二）信息化水平进一步提升，数字化转型加快

随着互联网技术的进步和消费的不断升级，餐饮行业持续在业态、产品、服务上创新，成为受互联网渗透较早且影响较深的行业之一。从团购O2O、外卖O2O到餐饮的半成品、准成品、食材采购、系统管理，线上线下营销、交易以及预订、点菜、排队、支付、点评等方面，互联网技术促进了餐饮行业的信息化发展。与此同时，餐饮企业也开始运用互联网、大数据、云计算等技术提高自身经营管理水平。

2020年发生的新冠肺炎疫情对餐饮行业的影响较大，餐饮商家的线下门店业务缩水严重，但线上外卖业务逆势上扬。后疫情时代，面对新的市场环境和新的消费需求，餐饮企业将加快数字化转型步伐，数字化转型是一种新趋势，它将餐饮行业的线上、线下进行结合，将系统数据以及运营一体化，从而在激烈的市场竞争中保持优势。

### （三）外出就餐的频率越来越高

随着现代社会生活节奏加快、居民收入水平不断提升、消费能力不断增强，外出就餐的频率越来越高，推动了我国餐饮市场快速发展。我国餐饮市场应当与时俱进，针对不同消费阶层、不同消费群体的消费习惯，提供多元化、多层次的餐饮消费服务，满足不同层次消费者的餐饮需求，通过多样化的解决方案挖掘市场潜力。尤其对于经济发达地区，餐饮市场消费升级更快，当地餐饮企业需不断创新，以满足餐饮市场的发展变化。

### （四）品牌与文化竞争成为餐饮企业的核心竞争力

中国餐饮业在经历了模仿、同质竞争阶段后，开始走向文化创新、菜品创新，寻求差异化路线。餐饮企业更加注重特色、服务、环境、营养、生态的需求，品牌店、特色店和名牌餐饮企业的增长势头日益明显，企业品牌竞争和文化影响力更加突出，行业发展和企业竞争进入全面提升阶段。在餐饮企业同质化竞争日趋激烈、消费者图新求变的当下，品牌与文化成为餐饮企业的核心竞争力。企业要在市场占据一定地位，须加强产品创新力度，深化文化品牌内涵，进一步突出个性化特色经营。

### （五）政府及企业更加重视食品安全问题

食品安全关系群众身体健康，是企业持续发展的关键。为适应新形势下食品安全发展的需要

，新修订的《中华人民共和国食品安全法》建立了统一的监管体制、食品安全全程追溯制度、完善问题产品召回制度，并且加大惩罚力度，被称为“史上最严”的食品安全法，从制度上更好的解决食品安全问题，使得政府对食品安全的监管又上了一个新的台阶。随着政府对餐饮业食品卫生的监管力度不断加强，企业日益重视食品安全，餐饮行业总体食品安全水平将普遍得到提升。（WWTQ）

注：上述信息仅供参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。

更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国 **餐饮管理** 行业发展现状分析与投资前景研究报告（2023-2030）》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，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。

行业报告是业内企业、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。

## 【目录大纲】

第一章 2019-2023年中国	餐饮管理行业发展概述
第一节	餐饮管理行业发展情况概述
一、	餐饮管理行业相关定义
二、	餐饮管理特点分析
三、	餐饮管理行业基本情况介绍
四、	餐饮管理行业经营模式
1、生产模式	
2、采购模式	
3、销售/服务模式	
五、	餐饮管理行业需求主体分析
第二节 中国	餐饮管理行业生命周期分析
一、	餐饮管理行业生命周期理论概述
二、	餐饮管理行业所属的生命周期分析
第三节	餐饮管理行业经济指标分析

一、	餐饮管理行业的赢利性分析
二、	餐饮管理行业的经济周期分析
三、	餐饮管理行业附加值的提升空间分析
第二章 2019-2023年全球	餐饮管理行业市场发展现状分析
第一节 全球	餐饮管理行业发展历程回顾
第二节 全球	餐饮管理行业市场规模与区域分布情况
第三节 亚洲	餐饮管理行业地区市场分析
一、亚洲	餐饮管理行业市场现状分析
二、亚洲	餐饮管理行业市场规模与市场需求分析
三、亚洲	餐饮管理行业市场前景分析
第四节 北美	餐饮管理行业地区市场分析
一、北美	餐饮管理行业市场现状分析
二、北美	餐饮管理行业市场规模与市场需求分析
三、北美	餐饮管理行业市场前景分析
第五节 欧洲	餐饮管理行业地区市场分析
一、欧洲	餐饮管理行业市场现状分析
二、欧洲	餐饮管理行业市场规模与市场需求分析
三、欧洲	餐饮管理行业市场前景分析
第六节 2024-2031年世界	餐饮管理行业分布走势预测
第七节 2024-2031年全球	餐饮管理行业市场规模预测
第三章 中国	餐饮管理行业产业发展环境分析
第一节 我国宏观经济环境分析	
第二节 我国宏观经济环境对	餐饮管理行业的影响分析
第三节 中国	餐饮管理行业政策环境分析
一、行业监管体制现状	
二、行业主要政策法规	
三、主要行业标准	
第四节 政策环境对	餐饮管理行业的影响分析
第五节 中国	餐饮管理行业产业社会环境分析
第四章 中国	餐饮管理行业运行情况
第一节 中国	餐饮管理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	餐饮管理行业市场规模分析

一、影响中国	餐饮管理行业市场规模的因素
二、中国	餐饮管理行业市场规模
三、中国	餐饮管理行业市场规模解析
第三节 中国	餐饮管理行业供应情况分析
一、中国	餐饮管理行业供应规模
二、中国	餐饮管理行业供应特点
第四节 中国	餐饮管理行业需求情况分析
一、中国	餐饮管理行业需求规模
二、中国	餐饮管理行业需求特点
第五节 中国	餐饮管理行业供需平衡分析
第五章 中国	餐饮管理行业产业链和细分市场分析
第一节 中国	餐饮管理行业产业链综述
一、产业链模型原理介绍	
二、产业链运行机制	
三、	餐饮管理行业产业链图解
第二节 中国	餐饮管理行业产业链环节分析
一、上游产业发展现状	
二、上游产业对	餐饮管理行业的影响分析
三、下游产业发展现状	
四、下游产业对	餐饮管理行业的影响分析
第三节 我国	餐饮管理行业细分市场分析
一、细分市场一	
二、细分市场二	
第六章 2019-2023年中国	餐饮管理行业市场竞争分析
第一节 中国	餐饮管理行业竞争现状分析
一、中国	餐饮管理行业竞争格局分析
二、中国	餐饮管理行业主要品牌分析
第二节 中国	餐饮管理行业集中度分析
一、中国	餐饮管理行业市场集中度影响因素分析
二、中国	餐饮管理行业市场集中度分析
第三节 中国	餐饮管理行业竞争特征分析
一、企业区域分布特征	
二、企业规模分布特征	
三、企业所有制分布特征	
第七章 2019-2023年中国	餐饮管理行业模型分析

第一节 中国	餐饮管理行业竞争结构分析（波特五力模型）
一、波特五力模型原理	
二、供应商议价能力	
三、购买者议价能力	
四、新进入者威胁	
五、替代品威胁	
六、同业竞争程度	
七、波特五力模型分析结论	
第二节 中国	餐饮管理行业SWOT分析
一、SOWT模型概述	
二、行业优势分析	
三、行业劣势	
四、行业机会	
五、行业威胁	
六、中国	餐饮管理行业SWOT分析结论
第三节 中国	餐饮管理行业竞争环境分析（PEST）
一、PEST模型概述	
二、政策因素	
三、经济因素	
四、社会因素	
五、技术因素	
六、PEST模型分析结论	
第八章 2019-2023年中国	餐饮管理行业需求特点与动态分析
第一节 中国	餐饮管理行业市场动态情况
第二节 中国	餐饮管理行业消费市场特点分析
一、需求偏好	
二、价格偏好	
三、品牌偏好	
四、其他偏好	
第三节	餐饮管理行业成本结构分析
第四节	餐饮管理行业价格影响因素分析
一、供需因素	
二、成本因素	
三、其他因素	
第五节 中国	餐饮管理行业价格现状分析

第六节 中国	餐饮管理行业平均价格走势预测
一、中国	餐饮管理行业平均价格趋势分析
二、中国	餐饮管理行业平均价格变动的影响因素
第九章 中国	餐饮管理行业所属行业运行数据监测
第一节 中国	餐饮管理行业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	餐饮管理行业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	餐饮管理行业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	
第十章 2019-2023年中国	餐饮管理行业区域市场现状分析
第一节 中国	餐饮管理行业区域市场规模分析
一、影响	餐饮管理行业区域市场分布的因素
二、中国	餐饮管理行业区域市场分布
第二节 中国华东地区	餐饮管理行业市场分析
一、华东地区概述	
二、华东地区经济环境分析	
三、华东地区	餐饮管理行业市场分析
（1）华东地区	餐饮管理行业市场规模
（2）华东地区	餐饮管理行业市场现状
（3）华东地区	餐饮管理行业市场规模预测
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	餐饮管理行业市场分析
（1）华中地区	餐饮管理行业市场规模
（2）华中地区	餐饮管理行业市场现状

(3) 华中地区	餐饮管理行业市场规模预测
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	餐饮管理行业市场分析
(1) 华南地区	餐饮管理行业市场规模
(2) 华南地区	餐饮管理行业市场现状
(3) 华南地区	餐饮管理行业市场规模预测
第五节 华北地区	餐饮管理行业市场分析
一、华北地区概述	
二、华北地区经济环境分析	
三、华北地区	餐饮管理行业市场分析
(1) 华北地区	餐饮管理行业市场规模
(2) 华北地区	餐饮管理行业市场现状
(3) 华北地区	餐饮管理行业市场规模预测
第六节 东北地区市场分析	
一、东北地区概述	
二、东北地区经济环境分析	
三、东北地区	餐饮管理行业市场分析
(1) 东北地区	餐饮管理行业市场规模
(2) 东北地区	餐饮管理行业市场现状
(3) 东北地区	餐饮管理行业市场规模预测
第七节 西南地区市场分析	
一、西南地区概述	
二、西南地区经济环境分析	
三、西南地区	餐饮管理行业市场分析
(1) 西南地区	餐饮管理行业市场规模
(2) 西南地区	餐饮管理行业市场现状
(3) 西南地区	餐饮管理行业市场规模预测
第八节 西北地区市场分析	
一、西北地区概述	
二、西北地区经济环境分析	
三、西北地区	餐饮管理行业市场分析
(1) 西北地区	餐饮管理行业市场规模
(2) 西北地区	餐饮管理行业市场现状

### (3) 西北地区

### 餐饮管理行业市场规模预测

#### 第十一章

#### 餐饮管理行业企业分析（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、公司优势分析

##### 第二节 企业

###### 一、企业概况

###### 二、主营产品

###### 三、运营情况

###### 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

###### 四、公司优势分析

##### 第四节 企业

###### 一、企业概况

###### 二、主营产品

###### 三、运营情况

###### 四、公司优势分析

##### 第五节 企业

###### 一、企业概况

###### 二、主营产品

###### 三、运营情况

###### 四、公司优势分析

##### 第六节 企业

###### 一、企业概况

###### 二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第七节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第八节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第九节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十二章 2024-2031年中国

餐饮管理行业发展前景分析与预测

第一节 中国

餐饮管理行业未来发展前景分析

一、

餐饮管理行业国内投资环境分析

二、中国

餐饮管理行业市场机会分析

三、中国

餐饮管理行业投资增速预测

第二节 中国

餐饮管理行业未来发展趋势预测

第三节 中国

餐饮管理行业规模发展预测

一、中国

餐饮管理行业市场规模预测

二、中国

餐饮管理行业市场规模增速预测

三、中国

餐饮管理行业产值规模预测

四、中国

餐饮管理行业产值增速预测

五、中国

餐饮管理行业供需情况预测

第四节 中国

餐饮管理行业盈利走势预测

第十三章 2024-2031年中国	餐饮管理行业进入壁垒与投资风险分析
第一节 中国	餐饮管理行业进入壁垒分析
一、	餐饮管理行业资金壁垒分析
二、	餐饮管理行业技术壁垒分析
三、	餐饮管理行业人才壁垒分析
四、	餐饮管理行业品牌壁垒分析
五、	餐饮管理行业其他壁垒分析
第二节	餐饮管理行业风险分析
一、	餐饮管理行业宏观环境风险
二、	餐饮管理行业技术风险
三、	餐饮管理行业竞争风险
四、	餐饮管理行业其他风险
第三节 中国	餐饮管理行业存在的问题
第四节 中国	餐饮管理行业解决问题的策略分析
第十四章 2024-2031年中国	餐饮管理行业研究结论及投资建议
第一节 观研天下中国	餐饮管理行业研究综述
一、行业投资价值	
二、行业风险评估	
第二节 中国	餐饮管理行业进入策略分析
一、行业目标客户群体	
二、细分市场选择	
三、区域市场的选择	
第三节	餐饮管理行业营销策略分析
一、	餐饮管理行业产品策略
二、	餐饮管理行业定价策略
三、	餐饮管理行业渠道策略
四、	餐饮管理行业促销策略
第四节 观研天下分析师投资建议	
图表详见报告正文 . . . . .	

详细请访问：<https://www.chinabaogao.com/baogao/202410/731810.html>