

2018年中国餐饮业市场分析报告- 行业运营态势与发展前景预测

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年中国餐饮业市场分析报告-行业运营态势与发展前景预测》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/352701352701.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

近年来，我国餐饮行业整体向上发展。但餐饮业发展的同时，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。在传统餐饮业不景气的情况下，在线餐饮呈现出蓬勃发展态势。中国在线餐饮行业市场是在产业链各方的推动下发展起来的，一方面是线上用户无论是数量还是对互联网的熟悉程度都达到了新高度；另外一方面，线下的餐饮商户经历了点评类网站和团购类网站的教育后，它们对利用互联网进行推广，使销售意识和能力得到大幅的提升。

餐饮行业的差异化服务向来是餐饮行业从业者竞争力的重要衡量标准之一。一方面，餐饮业态趋向多元化，各种业态百花齐放，百家争鸣，不再惧怕众口难调。据中国烹饪协会调查显示，中国餐饮市场内，中式正餐仍占据强势主导地位，市场份额最高，占到一半以上，与此同时休闲简餐发展迅速，比重已占到16%。西餐、日本料理、韩国料理等国际美食市场需求也越来越大。

全国餐饮各业态比重资料来源：公开资料整理

消费者对于时间价值的重视程度也正在不断增加，许多人都认为，时间是一种奢侈品。作为最直接手段，消费者通常会选择通过“花钱”的方式来节约时间。他们不仅仅只是要求方便快捷，还非常乐于将自己的生活中的某个方面“外包”出去，通过购买其他人服务的方式来节约时间。这一倾向在生活节奏快、时间稀缺的一二线城市体现更加明显。

在线餐饮外卖市场随着互联网加速发展及支付方式的普及，现已经基本全面渗透到人们的日常生活中。目前，在线餐饮外卖市场竞争已进入下半场，企业间的竞争已不单纯局限于配送实力和商家资源的竞争，企业信用也发展成平台竞争重点。此外，在线餐饮外卖平台发展需要注重对用户存量的挖掘，而外卖平台对用户关怀的重要性在对存量用户挖掘的过程中日益凸显。在行业服务同质化现象明显的情况下，能否为用户提供食品安全保证，为用户保障外卖食品冷暖温度，为用户提供关怀性服务将成为平台追求和竞争的另一个重点。

观研天下发布的《2018年中国餐饮业市场分析报告-行业运营态势与发展前景预测》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。（LP）

第1章：国际餐饮业发展状况分析

1.1 国际餐饮业发展概况

1.1.1 国际餐饮业发展特征

1.1.2 国际餐饮业市场规模

1.1.3 国际餐饮业先进经营模式

1.2 中餐业在国际市场的发展

1.2.1 中餐业进入国际市场的方式介绍

1.2.2 中餐业进入国际市场的模式选择

1.2.3 中餐业在国际市场的发展

1.3 国际餐饮业发展趋势分析

第2章：中国餐饮行业发展状况分析

2.1 中国餐饮行业发展状况分析

2.1.1 中国餐饮行业发展历程

2.1.2 中国餐饮业发展状况分析

2.1.3 中国餐饮业行业竞争状况分析

2.1.4 跨国餐饮企业在华投资状况分析

2.2 中国餐饮百强企业发展情况

2.2.1 餐饮百强企业营业规模分析

2.2.2 餐饮百强企业经营业态分析

2.2.3 餐饮百强企业性质结构分析

2.2.4 餐饮百强企业地区分布分析

2.2.5 餐饮百强企业门店数量分析

2.2.6 餐饮百强企业综合业绩分析

2.3 节假日中国餐饮市场发展分析

2.3.1 春节餐饮市场分析

2.3.2 “五一”节餐饮市场分析

2.3.3 中秋节餐饮市场分析

2.3.4 国庆节餐饮市场分析

2.4 中国餐饮O2O市场发展分析

2.4.1 我国餐饮O2O概述

2.4.2 我国餐饮O2O用户规模

2.4.3 我国餐饮O2O应用市场规模

2.4.4 我国餐饮O2O发展趋势

2.4.5 中国餐饮O2O模式应用标杆企业案例分析

2.4.6 我国餐饮O2O商业模式分析

2.4.7 我国餐饮O2O投资机会

第3章：中国餐饮行业细分市场发展分析

3.1 中国餐饮业经营业态格局

3.2 中国正餐市场发展分析

3.2.1 中国正餐市场发展概况

3.2.2 中国正餐市场发展特征

3.2.3 中国正餐市场品牌格局

3.2.4 中国正餐市场消费需求

3.2.5 中国正餐市场发展趋势

3.2.6 中国正餐市场发展前景

3.3 中国快餐市场发展分析

3.3.1 中国快餐市场发展概况

3.3.2 中国快餐市场发展特征

3.3.3 中国快餐市场竞争格局

3.3.4 西式快餐市场发展分析

3.3.5 中式快餐市场发展分析

3.3.6 快餐市场发展趋势及前景

3.4 火锅市场发展分析

3.4.1 火锅市场发展现状

3.4.2 火锅企业主要经营模式

3.4.3 火锅市场竞争格局

3.4.4 火锅企业物流配送现状

3.4.5 火锅市场亟待解决问题与对策

3.4.6 解决行业薄弱环节的对策建议

3.4.7 火锅市场发展趋势及前景分析

3.5 休闲餐饮市场发展分析

3.5.1 休闲餐饮的概念界定

3.5.2 中国休闲餐饮市场发展现状

3.5.3 中国休闲餐饮市场竞争格局

3.5.4 中国休闲餐饮市场发展前景

3.6 团餐市场发展分析

3.6.1 团餐的概念界定

3.6.2 中国团餐发展阶段

3.6.3 中国团餐市场结构

3.6.4 中国团餐市场品牌格局

3.6.5 中国团餐市场发展现状

3.6.6 中国团餐市场亟待解决问题

3.6.7 中国团餐市场发展前景

第4章：中国餐饮行业重点区域市场分析

4.1 中国餐饮行业区域发展总况

4.1.1 各省市餐饮收入排行

4.1.2 “丝绸之路”主要省市餐饮收入排行

4.1.3 “海上丝绸之路”主要省市餐饮收入排行

4.1.4 “京津冀”主要省市餐饮收入排行

4.1.5 “长江经济带”主要省市餐饮收入排行

4.2 北部地区餐饮市场分析

4.2.1 北京餐饮市场发展分析

4.2.2 天津餐饮市场发展分析

4.3 东部地区餐饮市场分析

4.3.1 上海餐饮市场发展分析

4.3.2 青岛餐饮市场发展分析

4.3.3 苏州餐饮市场发展分析

4.3.4 杭州餐饮市场发展分析

4.3.5 南京餐饮市场发展分析

4.3.6 福州餐饮市场发展分析

4.4 西部地区餐饮市场分析

4.4.1 重庆餐饮市场发展分析

4.4.2 西安餐饮市场发展分析

4.4.3 成都餐饮市场发展分析

4.5 中部地区餐饮市场分析

4.5.1 武汉餐饮市场发展分析

4.5.2 长沙餐饮市场发展分析

第5章：中国餐饮行业互联网转型升级分析

5.1 餐饮行业采购互联网化分析

5.1.1 餐饮行业采购互联网化发展概述

5.1.2 餐饮行业采购互联网化发展路径

5.1.3 餐饮行业采购互联网化成本分析

5.1.4 餐饮食材互联网采购平台典型案例

5.1.5 餐饮行业采购互联网化发展前景与趋势预测

5.2 餐饮行业管理与营销互联网化分析

5.2.1 餐饮管理与营销互联网化发展概述

5.2.2 餐饮管理与营销互联网化发展路径

5.2.3 餐饮管理与营销互联网化成本分析

5.2.4 餐饮管理软件平台竞争格局分析

5.2.5 餐饮管理营销软件平台典型案例

5.2.6 餐饮管理与营销互联网化发展前景与趋势预测

5.3 餐饮行业外卖O2O市场发展分析

5.3.1 外卖O2O市场订单市场规模分析

5.3.2 外卖O2O市场在线订餐用户规模分析

5.3.3 外卖O2O市场竞争格局分析

5.3.4 外卖O2O运营模式分析

5.3.5 餐饮企业加入外卖O2O平台运营成本分析

5.3.6 外卖O2O平台典型案例分析

(1) 美团外卖

(2) 百度外卖

(3) 饿了么

5.3.7 外卖O2O市场发展前景与趋势预测

第6章：国内外知名餐饮企业经营情况分析

6.1 西式快餐企业经营情况分析

6.1.1 百胜餐饮集团经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

- (2) 企业经营规模分析
- (3) 企业经营模式分析
- (4) 企业营销策略分析
- (5) 企业市场网络分析
- (6) 企业经营状况优劣势分析
- (7) 企业投资兼并与重组分析
- (8) 企业最新发展动向分析

6.1.2 麦当劳公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营规模分析
- (3) 企业经营模式分析
- (4) 企业营销策略分析
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业投资兼并与重组分析
- (7) 企业最新发展动向分析

6.1.3 德克士经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营规模分析
- (3) 企业经营模式分析
- (4) 企业营销策略分析
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向分析

6.1.4 棒！约翰公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营规模分析
- (3) 企业经营模式分析
- (4) 企业营销策略分析
- (5) 企业经营状况优劣势分析

6.2 中国特色酒楼经营情况分析

6.2.1 中国全聚德（集团）股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析

- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业经营模式分析
- (8) 企业营销策略分析
- (9) 企业经营状况优劣势分析
- (10) 企业最新发展动向分析

6.2.2 西安饮食股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业经营模式分析
- (8) 企业营销策略分析
- (9) 企业经营状况优劣势分析
- (10) 企业投资兼并与重组分析
- (11) 企业最新发展动向分析

6.2.3 湖南韶山毛家饭店发展有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营规模分析
- (3) 企业经营模式分析
- (4) 企业营销策略分析
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向分析

6.2.4 重庆陶然居饮食文化（集团）股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营规模分析
- (3) 企业经营模式分析
- (4) 企业营销策略分析
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业投资兼并与重组分析
- (7) 企业最新发展动向分析

6.2.5 俏江南股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营模式分析

(3) 企业营销策略分析

(4) 企业经营状况优劣势分析

(5) 企业投资兼并与重组分析

(6) 企业最新发展动向分析

6.2.6 苏州李公堤小南国餐饮有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

(6) 企业发展能力分析

(7) 企业经营模式分析

(8) 企业营销策略分析

(9) 企业经营状况优劣势分析

(10) 企业投资兼并与重组分析

(11) 企业最新发展动向分析

6.3 中式及日式快餐企业经营情况分析

6.3.1 味千(中国)控股有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

(6) 企业发展能力分析

(7) 企业经营模式分析

(8) 企业营销策略分析

(9) 企业经营状况优劣势分析

(10) 企业最新发展动向分析

6.3.2 上海乡村基(中国)餐饮管理有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营规模分析

(3) 企业经营情况分析

(4) 企业经营模式分析

(5) 企业经营状况优劣势分析

(6) 企业最新发展动向分析

6.3.3 马兰拉面快餐连锁有限责任公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营规模分析
- (3) 企业经营模式分析
- (4) 企业营销策略分析
- (5) 企业经营状况优劣势分析

6.3.4 永和食品（中国）股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营规模分析
- (3) 企业经营模式分析
- (4) 企业营销策略分析
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向分析

6.3.5 大娘水饺餐饮集团股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营规模分析
- (3) 企业经营模式分析
- (4) 企业营销策略分析
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向分析

6.4 火锅企业经营情况分析

6.4.1 内蒙古小肥羊餐饮连锁有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营规模分析
- (3) 企业经营模式分析
- (4) 企业营销策略分析
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业投资兼并与重组分析
- (7) 企业最新发展动向分析

6.4.2 内蒙古小尾羊餐饮连锁股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营规模分析
- (3) 企业经营模式分析
- (4) 企业营销策略分析
- (5) 企业经营状况优劣势分析

(6) 企业最新发展动向分析

6.4.3 四川海底捞餐饮股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营规模分析

(3) 企业经营模式分析

(4) 企业营销策略分析

(5) 企业经营状况优劣势分析

(6) 企业最新发展动向分析

6.4.4 深圳市华神饮食连锁有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营规模分析

(3) 企业经营模式分析

(4) 企业资质分析

(5) 企业经营状况优劣势分析

6.4.5 重庆奇火哥快乐餐饮有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营规模分析

(3) 企业经营模式分析

(4) 企业营销策略分析

(5) 企业经营状况优劣势分析

6.5 休闲餐饮企业经营情况分析

6.5.1 上海仙踪林餐饮管理有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营规模分析

(3) 企业经营模式分析

(4) 企业营销策略分析

(5) 企业经营状况优劣势分析

6.5.2 上海上岛餐饮连锁经营管理有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营规模分析

(3) 企业经营模式分析

(4) 企业营销策略分析

(5) 企业经营状况优劣势分析

6.5.3 上海一茶一坐餐饮有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营规模分析

(3) 企业经营模式分析

(4) 企业营销策略分析

(5) 企业经营状况优劣势分析

6.5.4 浙江两岸食品连锁有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营规模分析

(3) 企业经营模式分析

(4) 企业营销策略分析

(5) 企业经营状况优劣势分析

第7章：中国餐饮行业发展趋势与投资预测

7.1 中国餐饮行业发展趋势

7.1.1 中国餐饮行业发展趋势分析

7.1.2 中国餐饮行业发展前景预测

7.2 餐饮行业资本市场运作分析

7.2.1 餐饮业资本市场主要运作模式分析

(1) 上市融资

(2) 风险资本的引入

7.2.2 资本运作模式比较

(1) 企业上市融资利弊分析

(2) 企业引入风险资本的利弊分析

7.2.3 餐饮业资本市场运作模式成功案例分析

7.2.4 餐饮业A股上市情况分析

(1) 餐饮企业上市动向

(2) A股上市失败案例

(3) 餐企A股上市困境原因分析

7.3 中国餐饮行业投资机会与建议

7.3.1 餐饮行业投资现状分析

7.3.2 餐饮行业投资机会分析

7.3.3 餐饮行业主要投资建议

(1) 餐饮行业产品投资建议

(2) 餐饮行业投资区域建议

(3) 餐饮行业运营管理建议

7.3.4 餐饮企业发展方向分析

(1) 潜心专业，转型升级

(2) 多样发展，专注业态

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/canyin/352701352701.html>