

2017-2022年中国餐饮美食广场产业发展态势及发展定位分析报告

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《2017-2022年中国餐饮美食广场产业发展态势及发展定位分析报告》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/282792282792.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（catering）是通过即时加工制作、商业销售和服务性劳动于一体，向消费者专门提供各种酒水、食品，消费场所和设施的食品生产经营行业。欧美《标准行业分类法》的定义，餐饮业是餐饮服务机构。

据国家统计局发布的数据，2016年1至8月，全国餐饮收入实现15919亿元，同比增长8.9%，增速比2012年同期下降3.9个百分点。其中限额以上单位餐饮收入实现5107亿元，同比下降1.9%，尽管降幅正逐月收窄，但餐饮业依然处于近年来的历史最低点。

2016年，全国餐饮收入27860亿元，同比增长9.7%，较上年加快了0.7个百分点，终止了2011年以来连续三年增速下滑的颓势。而且，餐饮收入增幅与社会消费品零售总额增幅（12.0%）的差距也一改近三年来持续扩大的态势，由2016年的4.1个百分点收窄至2.3个百分点，餐饮收入拉动社会消费品零售总额增长1.12%。限额以上餐饮收入止跌回升，全年收入8208亿元，同比正增长2.2%，比上年大幅提升了4个百分点。

2016年餐饮业整体强势趋稳回暖，截至2016年12月31日，中国共有5074852家餐厅，2016年中国餐饮收入实现32310亿元，同比增长11.7%，这是中国餐饮收入第一次破3万亿元。2016年中国各省、直辖市、自治区餐饮收入排行中，前三位是广东、山东、江苏，餐饮收入分别为3238.83亿元、2840.1亿元和2420.1亿元。

在餐饮市场陷入困境时期，政府部门不断发出政策组合拳，调整产业结构，优化发展环境，降低银行卡刷卡手续费、营改增、两证合一等利好政策频出，支持鼓励发展大众化餐饮，促进餐饮业可持续健康发展。此外，大众创业万众创新、一带一路、京津冀、长三角、东三省、川渝滇桂（西南）等国家发展战略部署逐步深入落实，对区域间经济、文化等各方面都产生了重要作用和深远影响。

在良好政策环境的保障下，餐饮业发展呈现强势回稳迹象。2016年餐饮收入占到社会消费品零售总额的10.7%，比重也继续回升，且餐饮收入增速于五年后再次恢复至高于社会消费品零售总额增幅（10.7%）的水平。但是年底餐饮市场已经显露出增长乏力的疲态，最终跌落至年初的发展水平而结束全年，行业景气也仍需进一步提振。

2002-2016年中国全国餐饮收入及增速

2016年全国餐饮收入月度增长状况

餐饮业是我国较早放的行业。国际知名餐饮企业的不断涌进，对我国餐饮业的经营理念、服务质量标准、文化氛围、饮食结构、从业人员素质要求等产生了深刻影响。可以预见，未来我国餐饮行业竞争局面激烈仍将维持。

国内餐饮产业由于走出国门、跨国经营的企业还不多，中餐在海外发展的主要顾客群还是华人华侨，中餐也是当今世界华人经济的支柱行业之一。但由于中餐要求品种多，烹制工艺各异，季节变换对饮食产生不同要求，故中餐无法像麦当劳、肯德基那样标准化、工厂化，所以其“走出去”之路就显得步履艰难。

经历30余年的发展与市场竟争，我国餐饮业发展已经进入了投资主体多元化、经营业态多样化、经营模式连锁化和行业发展产业化的新阶段，行业的发展势头强劲。

餐饮作为服务业的重要组成部分，以其市场大、增长快、影响广、吸纳就业能力强的特点而广受重视，也是发达国家输出资本、品牌和文化的载体。各路金融资本和产业资本的介入，更是助长了这一趋势。

2016年限额以上单位餐饮收入及增长情况（单位：亿元）

中国报告网发布的《2017-2022年中国餐饮美食广场产业发展态势及发展定位分析报告》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。

第一部分产业环境透析

第一章 餐饮美食广场相关概述

第一节 餐饮美食广场基本概述

一、餐饮美食广场定义

二、餐饮美食广场不同称谓

三、餐饮美食广场分类

第二节 餐饮美食广场功能作用

一、餐饮服务功能及休闲娱乐功能

二、丰富物业的经营业态

三、提高物业的经营效果

四、新型功能利于吸引消费者

五、利于物业的吸引商户入驻

第三节 餐饮美食广场经营概述

一、餐饮美食广场开办流程

二、餐饮美食广场经营方式

第二章 餐饮美食广场市场环境及影响分析

第一节 餐饮美食广场政治法律环境

- 一、中国餐饮行业管理体制分析
- 二、餐饮企业连锁经营管理规范
- 三、中国餐饮行业重点政策解读
- 四、中央八项规定对餐饮业影响
- 五、2016年影响餐饮业的十大政策

六、商业街相关政策分析

- (一) 国内商业街相关政策标准
- (二) 商业街行业分类指导办法
- (三) 商业街管理技术规范

第二节行业经济环境分析

- 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、全社会消费品零售总额
- 五、城乡居民收入增长分析

第三节行业社会环境分析

- 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、中国城镇化率
- 六、中国城市发展规模情况分析

- (一) 中国城市数量规模分析
- (二) 城市土地面积统计情况
- (三) 城市人口统计情况分析

七、中国城市建设投资状况分析

第四节行业消费环境分析

- 一、居民消费价格变化分析
- 二、居民主要食品消费情况
- 三、居民人均餐饮消费支出

第二部分行业深度分析

第三章餐饮美食广场运行现状分析

第一节餐饮美食广场发展历程

- 一、餐饮美食广场发展历史
- 二、餐饮美食广场的导入期与发展期

第二节 餐饮美食广场市场发展现状

- 一、 餐饮美食广场品牌发展现状
- 二、 餐饮美食广场市场管理模式
- 三、 餐饮美食广场市场需求层次

第三节 餐饮美食广场市场供需分析

- 一、 餐饮美食广场供给情况
- 二、 餐饮美食广场需求情况

第四节 对餐饮美食广场市场的分析及思考

- 一、 餐饮美食广场市场特点
- 二、 餐饮美食广场市场分析
- 三、 餐饮美食广场市场变化的方向
- 四、 中国餐饮美食广场行业发展的新思路

第四章 餐饮美食广场消费市场分析

第一节 餐饮美食广场消费行为分析

- 一、 餐饮消费者心理分析
- 二、 消费者餐饮决策分析
- 三、 餐饮消费者行为分析

第二节 餐饮美食广场消费者主要类型分析

- 一、 便利型
- 二、 求廉型
- 三、 享受型
- 四、 求新型
- 五、 健康型
- 六、 信誉型

第三节 餐饮美食广场市场消费需求分析

- 一、 餐饮美食广场市场的消费需求变化
- 二、 餐饮美食广场市场的需求情况分析
- 三、 餐饮美食广场品牌市场消费需求分析

第四节 餐饮美食广场消费市场状况分析

- 一、 餐饮美食广场消费特点
- 二、 餐饮美食广场消费者分析
- 三、 餐饮美食广场消费市场变化
- 四、 餐饮美食广场市场消费方向

第五章 餐饮美食广场营销因素及策略分析

第一节 餐饮美食广场营销因素分析

一、地理位置因素

二、目标消费者因素

三、经营活动因素

第二节 餐饮美食广场营销策略分析

一、地段选择策略

二、经营管理策略

三、装修定位策略

四、招商结合策略

第三节 餐饮美食广场特色店铺的营销策略分析

第四节 餐饮营销策略分析

一、餐饮营销概述

二、中国餐饮营销的传统模式

三、中国餐饮营销的新兴模式-----网络营销

第三部分 市场全景调研

第六章 不同业态物业内的餐饮美食广场市场分析

第一节 百货公司内的餐饮美食广场市场分析

一、百货公司市场发展现状

（一）百货店运行分析

（二）百货店经营面积及销售额

（三）百货店竞争分析

（四）百货店发展趋势

二、百货公司内的餐饮美食广场市场分析

（一）百货公司内的餐饮美食广场经营分析

（二）百货公司建设餐饮美食广场动态

（三）百货公司内投资建设美食广场前景

（四）百货公司内的美食广场发展前景

（五）百货公司内的美食广场经营策略

第二节 购物中心内的餐饮美食广场市场分析

一、购物中心市场发展现状

（一）购物中心经营模式分析

（二）购物中心数量及经营规模

（三）购物中心业态构成分析

（四）购物中心发展趋势

二、购物中心内的餐饮美食广场市场分析

（一）购物中心内的餐饮美食广场经营分析

- (二) 购物中心内建设餐饮美食广场动态
- (三) 国外购物中心的餐饮美食广场分析
- (四) 国内外购物中心的餐饮美食广场比较分析
- (五) 购物中心内投资建设美食广场前景
- (六) 购物中心内的美食广场发展前景
- (七) 购物中心内的美食广场经营策略

第三节大卖场内的餐饮美食广场市场分析

一、大卖场市场发展现状

- (一) 大卖场市场发展现状
- (二) 大卖场发展空间分析
- (三) 大卖场发展趋势分析

二、大卖场内的餐饮美食广场市场分析

- (一) 大卖场内的餐饮美食广场经营分析
- (二) 大卖场建设餐饮美食广场动态
- (三) 大卖场内投资建设美食广场前景
- (四) 大卖场内的美食广场发展前景
- (五) 大卖场内的美食广场经营策略

第四节其他物业内的餐饮美食广场市场分析

一、写字楼的餐饮美食广场市场分析

二、机场的餐饮美食广场市场分析

三、专业市场内的餐饮美食广场市场分析

第七章不同类型档次的餐饮美食广场市场分析

第一节标准饮美食广场市场分析

- 一、标准饮美食广场发展概述
- 二、标准饮美食广场细分种类
 - (一) 高档美食广场发展分析
 - (二) 中高档美食广场和中档美食广场发展分析
 - (三) 低档大众美食广场发展分析
 - (四) 奢华美食广场发展分析

第二节准美食广场市场分析

- 一、准美食广场发展现状
- 二、准美食广场发展前景

第三节泛美食广场市场分析

- 一、泛美食广场发展现状
- 二、泛美食广场发展前景

第四部分竞争格局分析

第八章餐饮美食广场不同区域市场分析

第一节华北地区餐饮美食广场市场分析

一、华北地区餐饮美食广场发展环境

(一) 北京餐饮市场分析

(二) 天津餐饮市场分析

(三) 河北餐饮市场分析

(四) 山西餐饮市场分析

(五) 内蒙古餐饮市场分析

二、华北地区餐饮美食广场经营动态

三、华北地区餐饮美食广场发展前景

第二节东北地区餐饮美食广场市场分析

一、东北地区餐饮美食广场发展环境

(一) 黑龙江餐饮市场分析

(二) 吉林餐饮市场分析

(三) 辽宁餐饮市场分析

二、东北地区餐饮美食广场经营动态

三、东北地区餐饮美食广场发展前景

第三节华东地区餐饮美食广场市场分析

一、华东地区餐饮美食广场发展环境

(一) 上海餐饮市场分析

(二) 山东餐饮市场分析

(三) 江苏餐饮市场分析

(四) 浙江餐饮市场分析

(五) 安徽餐饮市场分析

(六) 江西餐饮市场分析

(七) 福建餐饮市场分析

二、华东地区餐饮美食广场经营动态

三、华东地区餐饮美食广场发展前景

第四节华中地区餐饮美食广场市场分析

一、华中地区餐饮美食广场发展环境

(一) 河南餐饮市场分析

(二) 湖南餐饮市场分析

(三) 湖北餐饮市场分析

二、华中地区餐饮美食广场经营动态

三、华中地区餐饮美食广场发展前景

第五节 华南地区餐饮美食广场市场分析

一、华南地区餐饮美食广场发展环境

(一) 广东餐饮市场分析

(二) 广西餐饮市场分析

(三) 海南餐饮市场分析

二、华南地区餐饮美食广场经营动态

三、华南地区餐饮美食广场发展前景

第九章 餐饮美食广场竞争形势及策略分析

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、餐饮美食广场竞争要素分析

二、餐饮市场竞争状况

三、餐饮美食广场竞争概况

第二节 中国餐饮美食广场竞争格局综述

一、餐饮美食广场企业间竞争格局分析

二、国内外餐饮美食广场竞争分析

三、中国餐饮美食广场竞争力分析

四、中国餐饮美食广场产品（服务）竞争力优势分析

五、中国餐饮美食广场市场动态分析

第三节 餐饮美食广场集中度分析

一、餐饮美食广场区域集中度分析

二、中国餐饮美食广场品牌集中度分析

第四节 2017-2022年餐饮美食广场市场竞争策略分析

一、餐饮美食广场提升竞争力的主要方向

二、影响餐饮美食广场核心竞争力的因素及提升途径

三、提高餐饮美食广场竞争力的策略

第十章 领先餐饮美食广场经营形势分析

第一节 大食代美食广场

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

第二节 亚惠美食广场

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

第三节新食尚文化美食广场

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

第四节美乐汇美食广场

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

第五节美食代美食广场

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

第六节武汉新加坡美食广场

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

第七节食加食美食广场

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

第八节食通天美食广场

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

第九节新食代美食广场

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

第十节食为天美食广场

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

第五部分发展前景展望

第十一章2017-2022年餐饮美食广场行业发展前景分析

第一节2017-2022年餐饮美食广场市场趋势分析

- 一、未来餐饮市场的发展趋势
- 二、2017-2022年餐饮美食广场发展趋势
- 三、餐饮美食广场市场需求变化趋势分析
- 第二节2017-2022年餐饮美食广场市场前景分析
 - 一、2017-2022年餐饮美食广场发展空间
 - 二、2017-2022年餐饮美食广场市场前景
- 第三节2017-2022年中国餐饮美食广场行业供需预测
 - 一、2017-2022年中国餐饮美食广场供给预测
 - 二、2017-2022年中国餐饮美食广场需求预测
 - 三、2017-2022年中国餐饮的市场规模预测
 - 四、2017-2022年中国餐饮美食广场的消费需求预测
- 第十二章2017-2022年餐饮美食广场行业投资价值分析
 - 第一节行业发展特征
 - 一、行业的周期性
 - 二、行业的区域性
 - 三、行业的上下游
 - 四、行业经营模式
 - 第二节行业投资形势分析
 - 一、餐饮美食广场开办情况
 - 二、国内特别重视美食广场购物中心和百货企业分析
 - 三、行业发展驱动因素
 - 四、行业投资吸引力
 - 第三节2017-2022年连锁餐饮投资环境分析
 - 一、“十三五”时期宏观经济形势预测
 - 二、扩大内需将为餐饮业带来新空间
 - 三、服务业发展为餐饮业带来新机遇
 - 四、经济全球化为餐饮业带来新生机
 - 第四节餐饮美食广场投资效益分析
 - 一、餐饮美食广场投资状况分析
 - 二、餐饮美食广场投资效益分析
 - 三、2017-2022年餐饮美食广场投资方向
 - 四、2017-2022年餐饮美食广场投资建议
- 第六部分发展战略研究
- 第十三章餐饮美食广场投资战略研究
 - 第一节2017-2022年餐饮美食广场投资风险分析

- 一、餐饮美食广场行业市场宏观经济风险预测
- 二、餐饮美食广场行业食品安全风险预测
- 三、餐饮美食广场行业经营风险预测
- 四、餐饮美食广场行业原料市场风险预测
- 五、餐饮美食广场行业人力资源风险预测
- 第二节2017-2022年餐饮美食广场投资机会分析
 - 一、餐饮市场的投资机会分析
 - 二、连锁餐饮市场投资潜力分析
 - 三、重点区域投资机会
 - 四、餐饮美食广场投资机遇
- 第三节2017-2022年餐饮美食广场投资关键因素
 - 一、地理位置选择
 - 二、机电设计分析
 - 三、内装设计要点
- 第四节2017-2022年餐饮美食广场投资战略研究
 - 一、明确物业业态定位及经营情况
 - 二、特色创新品牌战略
 - 三、明晰物业业态的餐饮招商细节及承诺
 - 四、处理好档口经营商的关系
 - 五、严把出口品味关
- 第十四章餐饮美食广场发展战略研究
 - 第一节餐饮美食广场食物口味策略
 - 一、食物口味协调策略
 - 二、经济实惠+不断推新策略
 - 三、独家品牌热门品牌引进策略
 - 四、摊位经营商的选择策略
 - 五、提升租户经营水平策略
 - 六、连锁品牌餐厅融入美食广场
 - 七、五星级饭店美食入驻高档美食广场
 - 八、最纯正地方小吃进美食广场
 - 第二节餐饮美食广场环境设计策略
 - 一、环境设计创新策略分析
 - 二、环境体验设计策略分析
 - 三、借鉴吧台模式设计策略
 - 第三节餐饮美食广场服务策略分析

一、逼真的食物模型

二、人性化服务策略分析

三、体验营销服务策略

第四节 餐饮美食广场发展策略研究

一、战略综合规划

二、竞争战略规划

三、品牌战略研究

四、市场创新策略

图表目录：

图表1 餐饮美食广场分类

图表2 15项国内贸易行业标准编号、名称及实施日期情况

图表3 2014-2016年中国国内生产总值及增长变化趋势图

图表4 2014-2016年国内生产总值构成及增长速度统计

图表5 2014-2016年规模以上工业增加值及增长速度趋势图

图表6 2014-2016年中国全社会固定资产投资增长趋势图

图表7 2014-2016年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图

图表8 2016年中国主要消费品零售额及增长速度统计

图表9 2014-2016年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图

图表10 2014-2016年中国农村居民人均纯收入及增长趋势图

图表11 2014-2016年中国人口总量增长趋势图

图表12 2016年中国人口数量及其构成情况统计

图表13 2014-2016年中国各级各类学校招生人数统计

图表14 2014-2016年中国城镇化率变化趋势图

图表15 2014-2016年中国行政区划统计

图表16 中国分地区行政区划统计

图表17 2014-2016年中国城市土地面积情况

图表18 2014-2016年中国城市人口统计

图表19 2014-2016年中国城市固定资产投资情况统计

图表20 2014-2016年中国居民消费价格月度变化趋势图

(GYZX)

图表详见正文

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，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/canyin/282792282792.html>