

2019年中国中央厨房市场分析报告- 产业供需现状与投资商机研究

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《2019年中国中央厨房市场分析报告-产业供需现状与投资商机研究》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/jiajujiancai/374938374938.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

中央厨房负责集中完成食品的成品、半成品制作，并配送到餐饮门店。因此，在广义上，我国的中央厨房包括了大量的“小作坊”，整体上看自动化程度很低，基本为手工或者半自动，面积也差异很大，面积最小的在200平方米以下，最大的超过10000平方米，也已不乏数万平米的大型中央厨房。中央厨房所制作的食品种类繁多，这也导致自动化设施主要集中在清洗、搅拌、切剁等粗加工环节，而更关键的烹调、分装环节更依赖人工，这是未来中央厨房必须突破的方向。

根据成品化程度，将中央厨房的产品分为以下类别：

(1) 生制半成品：经挑选、清洗、分割、切配等初加工、不经热加工处理的非即食半成品。如半成品净菜、发酵面团、半成品肉馅、调理肉制品及水产品、蛋制品等。

(2) 热加工半成品：原料经初步热加工处理后，仍需进一步加工制作的阶段性成品。例如经热加工的调理肉制品、速冻米面制品等。

(3) 成品：在餐饮门店无须经过清洗消毒或煮熟处理，直接或简单加热后即可食用的食品。如熟食、糕点、面包、冰激凌、豆浆、甜品、调味酱汁、即食果蔬等。

中央厨房分类 资料来源：公开资料整理

中央厨房的优点包括：集中采购、统一加工、易于质检、统一标准、综合信息处理，因此具备质量、成本和扩张迭代上的优势。

我国中央厨房目前尚处于成长期。2004年国内首个以中央厨房经营模式为核心的餐饮企业——福记食品在港交所上市，经历多年发展直到2011年国务院中宣办提出“中央厨房”加工的概念，才逐渐从餐饮和食品行业分离出来单独作为一种新兴业态。据中国连锁经营协会数据，2016年我国限额以上连锁餐饮企业数912家，中央厨房普及率达到70%，即拥有央厨的限额以上餐饮连锁品牌为765家。根据速途研究院数据，2016年国内中央厨房累计投资额已经达到4.2万亿元。中央厨房设备市场规模快速增大，2016年达到100亿元，而针对中央厨房提供技术、咨询、培训等配套的第三方专业服务市场也在2016年达到70亿规模。行业正处于快速发展的成长期，上下游产业链正逐步完善。

我国餐饮企业中央厨房数量 资料来源：中国连锁经营协会，中国报告网整理

目前中央厨房的应用正从快餐业进入正餐业、零售业，应用领域覆盖面逐渐增大，产能社会化需求激增和行业产能过剩之间矛盾显著。解决这个问题，一方面从企业行为角度，如蜀海、绿成等专门提供央厨服务的第三方中央厨房企业正在兴起，企业能通过收购兼并有效整合市场上闲置的产能资源；另一方面，近期如河南、武汉等各地政府也正大力建设中央厨房产业园，由政府牵头建设并配套生鲜、养殖基地和物流配送中心，吸引各餐饮和食品企业入驻，产业集群效应也将进一步缓解中央厨房建设成本过高、产能过剩的问题。加之食品工业化技术进一步发展，未来产能利用率将逐步提升。

我国中央厨房参与者分类

资料来源：公开资料整理（YM）

观研天下发布的《2019年中国中央厨房市场分析报告-产业供需现状与投资商机研究》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年中国中央厨房行业发展概述

第一节 中央厨房行业发展情况概述

- 一、中央厨房行业相关定义
- 二、中央厨房行业基本情况介绍
- 三、中央厨房行业发展特点分析

第二节 中国中央厨房行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、中央厨房行业产业链条分析
- 三、中国中央厨房行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国中央厨房行业生命周期分析

- 一、中央厨房行业生命周期理论概述

二、中央厨房行业所属的生命周期分析

第四节 中央厨房行业经济指标分析

- 一、中央厨房行业的赢利性分析
- 二、中央厨房行业的经济周期分析
- 三、中央厨房行业附加值的提升空间分析

第五节 中国中央厨房行业进入壁垒分析

- 一、中央厨房行业资金壁垒分析
- 二、中央厨房行业技术壁垒分析
- 三、中央厨房行业人才壁垒分析
- 四、中央厨房行业品牌壁垒分析
- 五、中央厨房行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球中央厨房行业市场发展现状分析

第一节 全球中央厨房行业发展历程回顾

第二节 全球中央厨房行业市场区域分布情况

第三节 亚洲中央厨房行业地区市场分析

- 一、亚洲中央厨房行业市场现状分析
- 二、亚洲中央厨房行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲中央厨房行业市场前景分析

第四节 北美中央厨房行业地区市场分析

- 一、北美中央厨房行业市场现状分析
- 二、北美中央厨房行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美中央厨房行业市场前景分析

第五节 欧盟中央厨房行业地区市场分析

- 一、欧盟中央厨房行业市场现状分析
- 二、欧盟中央厨房行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟中央厨房行业市场前景分析

第六节 2019-2025年世界中央厨房行业分布走势预测

第七节 2019-2025年全球中央厨房行业市场规模预测

第三章 中国中央厨房产业发展环境分析

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、全社会消费品中央厨房总额
- 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

第二节中国中央厨房行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节中国中央厨房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 中国中央厨房行业运行情况

第一节 中国中央厨房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 中国中央厨房行业市场规模分析

第三节 中国中央厨房行业供应情况分析

第四节 中国中央厨房行业需求情况分析

第五节 中国中央厨房行业供需平衡分析

第六节 中国中央厨房行业发展趋势分析

第五章 中国中央厨房所属行业运行数据监测

第一节 中国中央厨房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 中国中央厨房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 中国中央厨房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年中国中央厨房市场格局分析

第一节 中国中央厨房行业竞争现状分析

一、中国中央厨房行业竞争情况分析

二、中国中央厨房行业主要品牌分析

第二节 中国中央厨房行业集中度分析

一、中国中央厨房行业市场集中度分析

二、中国中央厨房行业企业集中度分析

第三节 中国中央厨房行业存在的问题

第四节 中国中央厨房行业解决问题的策略分析

第五节 中国中央厨房行业竞争力分析

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年中国中央厨房行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国中央厨房行业消费特点

第二节 中国中央厨房行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 中央厨房行业成本分析

第四节 中央厨房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 中国中央厨房行业价格现状分析

第六节 中国中央厨房行业平均价格走势预测

一、中国中央厨房行业价格影响因素

二、中国中央厨房行业平均价格走势预测

三、中国中央厨房行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国中央厨房行业区域市场现状分析

第一节 中国中央厨房行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地中央厨房市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区中央厨房市场规模分析
- 四、华东地区中央厨房市场规模预测

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、华中地区中央厨房市场规模分析
- 四、华中地区中央厨房市场规模预测

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、华南地区中央厨房市场规模分析

第九章 2016-2018年中国中央厨房行业竞争情况

第一节 中国中央厨房行业竞争结构分析（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 中国中央厨房行业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 中国中央厨房行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 中央厨房行业企业分析（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 2019-2025年中国中央厨房行业发展前景分析与预测

第一节 中国中央厨房行业未来发展前景分析

一、中央厨房行业国内投资环境分析

二、中国中央厨房行业市场机会分析

三、中国中央厨房行业投资增速预测

第二节 中国中央厨房行业未来发展趋势预测

第三节 中国中央厨房行业市场发展预测

一、中国中央厨房行业市场规模预测

二、中国中央厨房行业市场规模增速预测

三、中国中央厨房行业产值规模预测

四、中国中央厨房行业产值增速预测

五、中国中央厨房行业供需情况预测

第四节 中国中央厨房行业盈利走势预测

一、中国中央厨房行业毛利润同比增速预测

二、中国中央厨房行业利润总额同比增速预测

第十二章 2019-2025年中国中央厨房行业投资风险与营销分析

第一节 中央厨房行业投资风险分析

一、中央厨房行业政策风险分析

二、中央厨房行业技术风险分析

三、中央厨房行业竞争风险分析

四、中央厨房行业其他风险分析

第二节 中央厨房行业企业经营发展分析及建议

一、中央厨房行业经营模式

二、中央厨房行业销售模式

三、中央厨房行业创新方向

第三节 中央厨房行业应对策略

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 2019-2025年中国中央厨房行业发展策略及投资建议

第一节 中国中央厨房行业品牌战略分析

一、中央厨房企业品牌的重要性

二、中央厨房企业实施品牌战略的意义

三、中央厨房企业品牌的现状分析

四、中央厨房企业的品牌战略

五、中央厨房品牌战略管理的策略

第二节 中国中央厨房行业市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国中央厨房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 2019-2025年中国中央厨房行业发展策略及投资建议

第一节 中国中央厨房行业产品策略分析

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 中国中央厨房行业定价策略分析

第三节中国中央厨房行业营销渠道策略

一、中央厨房行业渠道选择策略

二、中央厨房行业营销策略

第四节中国中央厨房行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国中央厨房行业重点投资区域分析

二、中国中央厨房行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiajujiancai/374938374938.html>