

2019年中国餐饮行业分析报告- 市场深度调研与未来前景研究

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《2019年中国餐饮行业分析报告-市场深度调研与未来前景研究》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/canyin/407440407440.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

2018年是中国餐饮业高速发展的一年。新茶饮在资本的助力下迅速扩张，并踏出国门面向海外市场。新零售瑞幸咖啡疯狂扩张，仅一年就开店2000余家。与此同时，餐饮及相关企业在资本市场也被看好。近日，有媒体盘点出年度餐饮业十大新闻事件。

2018年餐饮业10大事件

排名

事件

具体内容

1

海底捞上市

2018年9月26日，海底捞正式在港交所敲钟上市，继颐海国际以及优鼎优之后，海底捞本体也成为海底捞品牌矩阵中的第三个上市公司。敲钟后海底捞股东代表苟轶群称，海底捞将借力资本市场，海底捞将重点布局二三线城市

2

瑞幸咖啡强势崛起

2018年，瑞幸咖啡席卷中国咖啡市场，并先后完成两次2亿美元级别的融资，成为中国国内成长最快独角兽。该品牌2018年1月1日启动试营业。瑞幸咖啡通过“烧钱”促销、大幅补贴的方式快速扩张，截止到2018年底，瑞幸咖啡在全国22座城市完成2073家门店布局，消费客户达到1254万，销售杯量达8968万杯。

3

阿里收购饿了么

2018年4月2日，阿里以95亿美元全现金收购饿了么，饿了么创始人张旭豪调任饿了么董事长和阿里新零售战略特别助理，阿里集团元老级人物王磊接棒饿了么CEO。去年10月12日，阿里宣布成立本地生活服务公司，新公司整合饿了么和口碑两个服务板。

4

百度外卖退出市场

2018年10月15日，饿了么宣布百度外卖正式更名“饿了么星选”，由饿了么副总裁王景峰担任CEO。此次更名意味着，曾经外卖三巨头之一的百度外卖正式提前退出历史舞台，而饿了么星选或将成为阿里巴巴狙击美团高端用户资源的主力军。

5

星巴克开做外卖

2018年9月19日，星巴克对外宣布，星巴克官方线上订餐服务——专星送正式开始试运行。至2018年底，星巴克专星送推广至全国30个城市超过2000家门店，覆盖率超过50%，12月12日，星巴克在其两年一次的投资者日上，宣布与饿了么合作的“专星送”业务已提前完成年

度目标。

6

美团点评港股上市

2018年9月20日，生活服务平台美团点评在香港交易所正式上市。据美团点评2018年三季度财报（7-9月）中显示，三季度美团餐饮外卖总交易金额为800亿元，收入为112亿元。美团点评餐饮外卖收入约为饿了么的2倍。与收入相对的是，三季度美团点评经调整净亏损为24.6亿元，同比增长158%。

7

滴滴上线外卖业务

2018年4月9日，滴滴外卖正式在无锡全城范围内上线，并公布无锡上线以来首份成绩单：上线首日订单33.4万单，在9天内滴滴外卖已成为无锡市场份额第一的外卖平台。据了解，滴滴外卖4月1日上线后，因首单补贴等优惠措施吸引了大量外卖用户点单。随后，滴滴外卖相继进入南京、泰州、成都、郑州等城市，但在即将进军第六城济南前，外卖计划却被突然叫停。

8

多企业布局智慧餐厅

2018年10月底，海底捞智慧餐厅正式投入运营，餐厅在等位、点餐、配菜、传菜等步骤融入了智能理念，推出千人千味配锅机，每个消费者可以私人订制专属口味锅底。随后不久，首家京东X未来餐厅在天津正式开业，餐厅在点餐、烹制、结算、送餐整个过程都做了智能化创新，吸引了众多业内人士及消费者的眼球。

9

阳澄湖大闸蟹贴牌内幕被揭开

2018年9月阳澄湖开湖季，北京商报记者至江苏省高淳市调查发现，由于阳澄湖蟹名气大，当地多数蟹农选择将固城湖蟹贴成阳澄湖的标签进行售卖，记者了解到，固城湖蟹与阳澄湖蟹的饲养成本基本一致，但是由于早期没有及时宣传，贴牌阳澄湖成为多数蟹农主要的销售手段。

10

网红餐厅开启突击打假

近两年，市面上接连出现了多个网红餐饮品牌，这些品牌大多出现在烘焙、甜品以及茶饮等产品较容易被模仿复制的业态领域，也正因如此，网红餐饮品牌被仿冒、被抢注商标等情况屡见不鲜，去年鹿角巷、鲍师傅等品牌先后经历了仿冒者抢注商标并开始大肆加盟的情况，对这些正牌造成了极大伤害。2018年，鲍师傅、喜茶、鹿角巷等网红品牌先后发声开始打假，但打假并非易事，商标先行的重要性也越发凸显。

表格来源：观研天下整理

随着经济的快速发展和互联网的变革，我国餐饮市场竞争也在发生着不断地变化，目前我国餐饮行业也进入一个高质量发展的新阶段。据数据显示：2018年1-11月，全国餐饮收入达到38294亿元，同比增长9.5%，预计全年将超过4万亿元。

2013-2018年我国餐饮业收入情况

数据来源：国家统计局

而总体来看，我国餐饮行业发展前景可观。随着行业快速发展，未来餐饮行业将呈现以下发展趋势：

一、注重于体验，偏好中低端消费

随着消费升级，80/90后餐饮消费趋势更多注重于体验，偏好中低端消费，他们选择餐饮门店上不再拘泥于价格与口味，而是加入了环境、服务等综合性因素，更加注重体验式消费，乐于分享并愿意帮助喜欢的店面进行口碑传播。

二、连锁经营依旧是特色餐饮主要发展方向

连锁经营不仅是企业提高效率、降低成本的经营方式，更重要的是能够帮助企业突破发展中的管理瓶颈。连锁经营具有成本优势、价格优势、服务优势、品牌优势，有着极强的竞争能力，也应该是我国餐饮业经营模式的主要发展方向。

三、品牌力成制胜要害

餐饮市场的竞争 后必将是终结于品牌之间的竞争，谁的品牌力更强，谁就能具有更广阔的市场，品牌力成为餐饮企业逐鹿市场的要害，品牌力也是吸引消费者 为关键的要素。

四、餐饮行业逐渐实现“互联网+”

互联网和移动通讯不仅会对餐饮行业产生巨大的冲击，而且还会改变餐饮企业的经营规则和行业格局，主要集中在以下几个方面：

1.改变餐饮企业的坐商的模式，将实现一对一永续跟踪服务的最佳通道，不再是“一张卡，等上门”的被动式沟通与服务；

2.实现线上直接沟通，线下就餐，商家将会影响消费者的决定;这将会对餐饮行业的选址有一定要要求，只要有停车位，即使不是闹市也会客人不断。

3.网络营销模式对餐饮行业同样适用，互联网助推餐厅发展，口碑营销、病毒营销、事件营销、活动营销、O2O的体验式营销与餐饮相结合，餐饮营销的趋势，也将成为餐饮扩大客源、扩大市场、扩大影响力的重要手段之一。（XY）

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2019年中国餐饮行业分析报告-市场深度调研与未来前景研究》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。

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家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年中国餐饮行业发展概述

第一节 餐饮行业发展情况概述

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

第二节 中国餐饮行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、餐饮行业产业链条分析
- 三、中国餐饮行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国餐饮行业生命周期分析

- 一、餐饮行业生命周期理论概述
- 二、餐饮行业所属的生命周期分析

第四节 餐饮行业经济指标分析

- 一、餐饮行业的赢利性分析
- 二、餐饮行业的经济周期分析

三、餐饮行业附加值的提升空间分析

第五节 中国餐饮行业进入壁垒分析

一、餐饮行业资金壁垒分析

二、餐饮行业技术壁垒分析

三、餐饮行业人才壁垒分析

四、餐饮行业品牌壁垒分析

五、餐饮行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球餐饮行业市场发展现状分析

第一节 全球餐饮行业发展历程回顾

第二节 全球餐饮行业市场区域分布情况

第三节 亚洲餐饮行业地区市场分析

一、亚洲餐饮行业市场现状分析

二、亚洲餐饮行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲餐饮行业市场前景分析

第四节 北美餐饮行业地区市场分析

一、北美餐饮行业市场现状分析

二、北美餐饮行业市场规模与市场需求分析

三、北美餐饮行业市场前景分析

第五节 欧盟餐饮行业地区市场分析

一、欧盟餐饮行业市场现状分析

二、欧盟餐饮行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟餐饮行业市场前景分析

第六节 2019-2025年世界餐饮行业分布走势预测

第七节 2019-2025年全球餐饮行业市场规模预测

第三章 中国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 中国餐饮行业运行情况

第一节 中国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 中国餐饮行业市场规模分析

第三节 中国餐饮行业供应情况分析

第四节 中国餐饮行业需求情况分析

第五节 中国餐饮行业供需平衡分析

第六节 中国餐饮行业发展趋势分析

第五章 中国餐饮所属行业运行数据监测

第一节 中国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年中国餐饮市场格局分析

第一节 中国餐饮行业竞争现状分析

一、中国餐饮行业竞争情况分析

二、中国餐饮行业主要品牌分析

第二节 中国餐饮行业集中度分析

一、中国餐饮行业市场集中度分析

二、中国餐饮行业企业集中度分析

第三节 中国餐饮行业存在的问题

第四节 中国餐饮行业解决问题的策略分析

第五节 中国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年中国餐饮行业需求特点与动态分析

第一节 中国餐饮行业消费市场动态情况

第二节 中国餐饮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 餐饮行业成本分析

第四节 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 中国餐饮行业价格现状分析

第六节 中国餐饮行业平均价格走势预测

一、中国餐饮行业价格影响因素

二、中国餐饮行业平均价格走势预测

三、中国餐饮行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国餐饮行业区域市场现状分析

第一节 中国餐饮行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地餐饮市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区餐饮市场规模分析

四、华东地区餐饮市场规模预测

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、华中地区餐饮市场规模分析

四、华中地区餐饮市场规模预测

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、华南地区餐饮市场规模分析

第九章 2016-2018年中国餐饮行业竞争情况

第一节 中国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 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

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、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2019-2025年中国餐饮行业发展前景分析与预测

第一节 中国餐饮行业未来发展前景分析

一、餐饮行业国内投资环境分析

二、中国餐饮行业市场机会分析

三、中国餐饮行业投资增速预测

第二节 中国餐饮行业未来发展趋势预测

第三节 中国餐饮行业市场发展预测

一、中国餐饮行业市场规模预测

二、中国餐饮行业市场规模增速预测

三、中国餐饮行业产值规模预测

四、中国餐饮行业产值增速预测

五、中国餐饮行业供需情况预测

第四节 中国餐饮行业盈利走势预测

一、中国餐饮行业毛利润同比增速预测

二、中国餐饮行业利润总额同比增速预测

第十二章 2019-2025年中国餐饮行业投资风险与营销分析

第一节 餐饮行业投资风险分析

一、餐饮行业政策风险分析

二、餐饮行业技术风险分析

三、餐饮行业竞争风险

四、餐饮行业其他风险分析

第二节 餐饮行业企业经营发展分析及建议

一、餐饮行业经营模式

二、餐饮行业销售模式

三、餐饮行业创新方向

第三节 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 2019-2025年中国餐饮行业发展策略及投资建议

第一节 中国餐饮行业品牌战略分析

一、餐饮企业品牌的重要性

二、餐饮企业实施品牌战略的意义

三、餐饮企业品牌的现状分析

四、餐饮企业的品牌战略

五、餐饮品牌战略管理的策略

第二节 中国餐饮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 2019-2025年中国餐饮行业发展策略及投资建议

第一节 中国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 中国餐饮行业定价策略分析

第三节 中国餐饮行业营销渠道策略

一、餐饮行业渠道选择策略

二、餐饮行业营销策略

第四节 中国餐饮行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国餐饮行业重点投资区域分析

二、中国餐饮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/canyin/407440407440.html>