

2018-2023年中国餐饮行业发展现状分析与未来发展前景预测报告

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《2018-2023年中国餐饮行业发展现状分析与未来发展前景预测报告》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/297737297737.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

商业地产对餐饮企业的发展助力明显，体现在几个方面：环境高端的Shopping Mall利于餐饮品牌打造；集聚客流，配合购物和娱乐更容易吸引消费能力强的年轻群体；免租、装修补贴等优惠；管理相对简单；减少前期广告投入。

过去商业综合体中购物、餐饮、娱乐比例通常为7:2:1，目前已变为5:3:2，有的mall中餐饮占比已经达到40%-50%。Shopping mall原本浓重的购物色彩的褪去衬出了休闲餐饮的兴盛。线上购物的便捷性渐渐降低，抹平了不同区域、不同城市以及不同的Shopping Mall之间能够提供的购物体验差异；经济不断发展带来渐渐丰富的物质生活，消费者对于具象物质的需求在下降，但与此同时具备社交属性的聚会等休闲场景渐渐成为一种刚需。餐饮+娱乐最能配合、满足年轻一代的休闲聚会一站式需求。

以上海为例，在过去将近10年期间，上海的购物中心餐饮业的增速一直保持着领先，远高于购物中心整体业态和上海整体餐饮业增速。

图：上海购物中心餐饮业增速

通过美团和大众点评的数据来看，20-35岁人群的消费能力已经不容小觑。在2016年的餐饮业数据中，20-35岁的消费群体占据总消费用户数的74%，消费金额占比高达71%。

图：各年龄段餐饮消费情况

社科院发布的《社会蓝皮书：2017年中国社会形势分析与预测》显示，北上广三地新社会阶层在2016年的平均收入达到16.64万元，是三地的社会平均收入的2.2倍；三地新社会阶层的平均家庭总支出13.14万元，是三地社会平均家庭支出的1.71倍。从饮食支出的角度看，新社会阶层的饮食支出为3.5万元，是社会平均水平的1.37倍。对于这些以年龄在30岁左右的中产群体，消费升级是主要需求。

在消费理念上，作为成长于广告环境的这一人群具备了一定的广告辨识能力，需要更加吸引研究的营销方案；年轻群体对于性价比、调性、氛围更加重视，传统的大菜也随之渐渐精简为小、精的菜式；年轻群体更注重健康需求，线上数据显示重油、盐、辣的口味偏好降低，根据尼尔森发布的《全球健康饮食报告》，有44%的中国消费者认为自己体重超标，49%的人正在努力控制体重。菜品的健康化成为时尚，助推了消费升级。

图：餐饮的年轻消费者群体特征

目标客群主要为年轻中产群体的商业综合体助推了休闲餐饮兴起，但随着商业地产密

度上升，商圈老化加速，同质化严重，且好的商圈成熟期的租金水平较高，强势的商业地产也给餐饮企业的经营带来了一定负累。目前，各大城市商圈关店率较高，最高的成都有68%的关店率，北京、上海、杭州等地都超过了40%。

图：各城市商圈关店情况

资料来源：中国报告网整理

中国报告网发布的报告书内容严谨、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。

【报告目录】

第一章餐饮业概述

第一节餐饮业的定义及分类

一、餐饮业的定义

二、餐饮业的分类

第二节餐饮业的特点

一、餐饮业的特性

1、餐饮业生命周期

2、餐饮业要素密集性

3、餐饮业经营风险

二、餐饮业的基本特征

三、现代餐饮业的特点

四、餐饮管理的特点和任务

第三节餐饮业市场细分及作用

一、餐饮业的市場细分

二、餐饮业的經濟地位

三、餐饮业的社会意义

四、餐饮业的成本核算

第四节餐饮消费者分析

一、餐饮消费者种类分析

二、餐饮消费者心理效应解析

三、餐饮消费者快餐消费习惯及态度研究

四、餐饮业的消费方式和现代化趋向

第五节餐饮连锁业简述

一、餐饮业连锁经营的本质

二、餐饮业连锁经营集中体现的四个原则

三、餐饮业连锁经营三类形式及特点

1、直营连锁（RegularChain简称RC）

2、特许连锁（FranchiseChain简称FC）

3、自由连锁（VoluntaryChain简称VC）

第二章全球餐饮行业发展分析

第一节全球餐饮业发展概况

一、全球餐饮业发展历程

二、全球餐饮业市场竞争格局

三、全球餐饮业先进经营模式

第二节2015-2017年全球餐饮市场分析

一、2015-2017年全球餐饮市场回顾

二、2015-2017年全球餐饮需求分析

三、2015-2017年跨国餐饮企业在华投资分析

第三节部分国家地区餐饮行业发展状况

一、2015-2017年美国餐饮行业发展分析

二、2015-2017年欧洲餐饮行业发展分析

三、2015-2017年日本餐饮行业发展分析

四、2015-2017年韩国餐饮行业发展分析

第四节中餐业在全球市场的发展

一、中餐业进入全球市场的方式

二、中餐业进入全球市场的模式选择

1、契约进入模式

2、投资进入模式

3、网络进入模式

三、中餐业在全球市场的发展

- 1、美国中餐业发展分析
- 2、欧洲中餐业发展分析
- 3、亚洲中餐业发展分析

第三章餐饮行业发展环境分析

第一节行业政治法律环境分析

一、行业政策环境分析

二、行业主要政策动向

- 1、刷卡费率有望结构性调整
- 2、餐饮业受限制三公消费影响进入调整期
- 3、中国餐饮业需建立安全机制

三、行业发展规划解析

第二节2017年国内宏观经济环境分析（按月度更新）

一、国民经济增长

二、中国居民消费价格指数

三、工业生产运行情况

四、中国房地产业情况

五、中国制造业采购经理指数

第三节行业社会环境分析

一、行业社会环境分析

- 1、行业发展与社会经济的协调
- 2、行业面临的食品安全问题
- 3、行业发展的地区不平衡问题

二、行业文化环境分析

- 1、中国传统饮食文化
- 2、国内各地区饮食文化
- 3、西式餐饮文化在中国的发展

第四节行业技术环境分析

- 一、餐饮业技术现状及趋势
- 二、餐饮信息技术潜力无限
- 三、即将革新餐饮业的五项前沿科技

第四章中国餐饮行业发展分析

第一节我国餐饮行业发展现状

一、中国餐饮行业发展历程

二、中国餐饮行业发展现状

三、餐饮行业消费市场现状

四、餐饮市场消费层次分析

第二节我国餐饮行业发展状况

一、2015-2017年中国餐饮业发展回顾

二、2015-2017年餐饮业发展情况分析

三、2015-2017年中国餐饮业发展规模

四、2015-2017年中国餐饮业发展特点

第三节中国餐饮行业信息化分析

一、餐饮信息化基本情况

1、餐饮信息化简介

2、信息化管理系统特质

3、餐饮企业信息化误区

二、餐饮信息化必要性分析

三、餐饮信息化在餐饮连锁经营的作用

1、“大厨文化”走向“流程文化”

2、“粗放经营”走向“精细化经营”

3、促进统一管理

四、餐饮企业信息化典型案例分析

五、餐饮企业信息化策略建议

第四节存在问题及对策

一、中国餐饮业发展面临的问题

1、国内餐饮业市道低迷

2、餐饮业增速降至9年最低水平

3、餐饮业预警：利润严重下滑

4、餐饮业步入十年低谷，月倒闭率高达15%

5、餐饮业电商盈利模式单一遇瓶颈

6、餐饮业上市面临的难题

二、2017年餐饮业增速减缓原因分析

三、中国餐饮业发展对策与建议

第五章中国餐饮市场发展现状分析

第一节2017年中国餐饮市场回顾

第二节2017年中国餐饮市场分析

第三节2017年我国餐饮行业发展分析

- 一、2017年中国餐饮业规模状况
- 二、2017年中国餐饮业增长走势
- 三、2017年中国餐饮业发展特点

第四节2015-2017年中国餐饮百强企业发展情况

- 一、餐饮百强企业营业规模分析
- 二、餐饮百强企业经营业态分析
- 三、餐饮百强企业性质结构分析
- 四、餐饮百强企业地区分布分析
- 五、餐饮百强企业综合业绩分析
- 六、餐饮百强企业发展情况分析

第六章中国餐饮消费市场运营状况分析

第一节餐饮行业产品目标客户群体调查

- 一、不同收入水平消费者偏好调查
- 二、不同年龄的消费者偏好调查
- 三、不同地区的消费者偏好调查

第二节餐饮市场消费需求分析

- 一、餐饮市场的消费需求变化
- 二、餐饮行业的需求情况分析
- 三、2017年餐饮品牌市场消费需求分析

第三节餐饮消费市场状况分析

- 一、餐饮行业消费特点
- 二、餐饮消费者分析
- 三、餐饮消费结构分析
- 四、餐饮消费的市场变化
- 五、餐饮市场的消费方向

第四节2017年我国住宿餐饮消费发展分析

- 一、2017年我国住宿餐饮消费发展情况
- 二、2017年我国住宿餐饮消费发展情况
- 三、2017年我国住宿餐饮消费发展情况

第七章餐饮业细分市场分析

第一节餐饮业不同业态市场分析

- 一、餐馆酒楼

二、快餐送餐

三、火锅

四、西餐

五、宾馆餐饮

六、休闲餐饮

七、综合餐饮

第二节西餐业市场分析

一、国外各类西餐的特色

二、中国西餐发展历程

三、中国西餐市场现状

四、酒店西餐业圣诞经济现状及发展分析

五、西餐的未来市场经营分析

第三节快餐业市场分析

一、快餐业市场发展的现状

二、2015-2017年西式快餐在中国的市场情况

三、我国快餐连锁业发展走势

第四节中式快餐市场分析

一、中式快餐的概述

二、中式快餐的环境分析

三、中式快餐的优劣势分析

四、2015-2017年中式快餐发展情况

五、制约中式快餐发展的瓶颈

六、中式快餐投资策略分析

第五节中国餐饮行业不同菜系市场分析

一、中国餐饮菜系介绍

二、川菜消费市场分析

三、粤菜消费市场分析

四、鲁菜消费市场分析

五、苏菜消费市场分析

六、湘菜消费市场分析

七、闽菜消费市场分析

八、浙菜消费市场分析

九、皖菜消费市场分析

第八章2015-2017年餐饮企业连锁经营分析

第一节 餐饮连锁运作分析

- 一、餐饮连锁特许商的标准
- 二、餐饮业连锁经营的选址模式剖析
- 三、餐饮业连锁经营经济指标分析

第二节 2017年中国餐饮连锁业发展状况分析

- 一、2017年连锁餐饮企业经营形势回顾
- 二、2017年我国餐饮业连锁经营状况分析
- 三、2017年餐饮连锁企业加快门店扩张步伐

第三节 餐饮连锁经营的商圈及相关理论

- 一、商圈的一般性原则与特点
- 二、国外餐饮巨头商圈策略借鉴
- 三、商圈状况分类与特征
- 四、商圈内连锁餐饮企业竞争策略

第四节 餐饮企业跨区域连锁经营分析

- 一、餐厅的定位
- 二、跨区域扩张策略
- 三、管理升级措施

第五节 餐饮连锁市场品牌及营销策略

- 一、品牌化拓展已成连锁餐饮业的战略选择
- 二、打造连锁餐饮店品牌发展对策
- 三、连锁餐饮产品营销策略
- 四、餐饮连锁企业的“统一性”战略
- 五、餐饮连锁酒店抢占旅游市场应重视营销策略的创新

第六节 餐饮连锁的对策及战略

- 一、餐饮连锁经营的策略
- 二、餐饮连锁经营模式研析
- 三、中国餐饮连锁业发展战略

第七节 餐饮连锁的趋势与经验借鉴

- 一、连锁经营将成为餐饮业主攻方向
- 二、美国特许连锁经营的成功经验及启示
- 三、中国连锁经营发展的四大趋势
- 四、中央厨房生产模式将成现代连锁餐饮业发展主流

第九章 2015-2017年酒店、饭店餐饮业经营分析

第一节 酒店、饭店餐饮业营销分析

- 一、酒店餐饮业概述
- 二、酒店餐饮市场分析
- 三、盘活酒店餐饮的要素
- 四、用现代营销观念武装酒店餐饮业
- 第二节酒店餐饮业个性化服务的体现形式分析
 - 一、准备有特色的餐厅及餐位
 - 二、提供个性化的菜单
 - 三、风格独特的儿童自助餐
- 第三节星级酒店餐饮经营分析
 - 一、星级酒店经营餐饮的SWOT分析
 - 二、星级酒店餐饮经营的重点
 - 三、星级酒店餐饮业可持续发展应积极调整经营策略
- 第四节酒店、饭店餐饮业的经营策略
 - 一、酒店餐饮营销策略分析
 - 二、星级饭店餐饮的经营策略
 - 三、宾馆、饭店餐饮的经营对策

第十章中国餐饮行业区域市场分析

- 第一节华北地区餐饮市场分析
- 第二节华东地区餐饮市场分析
- 第三节华南地区餐饮市场分析
- 第四节华中地区餐饮市场分析
- 第五节东北地区餐饮市场分析
- 第六节西南地区餐饮市场

第十一章餐饮业营销策略分析

- 第一节2015-2017年餐饮经营热点市场
 - 一、婚宴市场
 - 二、寿宴市场
 - 三、商务用餐
- 第二节2015-2017年餐饮特许经营分析
 - 一、中国餐饮业特许经营概述
 - 二、我国餐饮业特许经营发展概况
 - 三、餐饮业特许经营标准化问题分析
 - 四、餐饮特许经营要防止走偏

五、餐饮特许经营管理的SPA疗法

第三节餐饮业营销分析

- 一、未来餐饮营销的发展趋势
- 二、不同规模的餐饮企业选择的连锁方式
- 三、中国餐饮的特色营销方式
- 四、节假日餐饮营销战略
- 五、餐饮业微博营销分析

第四节餐饮企业经营策略

- 一、餐饮经营策略概述
- 二、餐饮企业的经营对策
- 三、餐饮经营致胜的秘诀
- 四、餐饮企业做大的经营技巧

第五节餐饮团购营销策略分析

- 一、餐饮团购概述
- 二、餐饮团购机会分析
- 三、餐饮团购目标群体定位
- 四、团购网站助推餐饮业增值
- 五、团购结合移动互联网势不可挡
- 六、餐饮业根据消费者“团购”习惯创新营销模式

第十二章餐饮行业竞争格局分析

第一节全球餐饮行业竞争状况分析

- 一、2015-2017年全球餐饮行业竞争状况分析
 - 1、全球餐饮竞争力排名分析
 - 2、全球餐饮业出现新的竞争格局
- 二、2015-2017年中国餐饮行业全球竞争布局
 - 1、中国餐饮产业全球竞争力现状
 - 2、中国餐饮业全球竞争力的优势
 - 3、中国餐饮行业全球竞争力的战略

第二节2015-2017年中国餐饮业行业总体竞争状况分析

- 一、国内餐饮行业竞争分析
 - 1、餐饮行业竞争分析
 - 2、餐饮行业五力模型分析
 - 3、餐饮行业SWOT模型分析
- 二、国内餐饮行业竞争格局分析

三、国内餐饮企业品牌竞争现状

四、餐饮企业核心竞争力分析

五、国内餐饮产业集中度分析

1、餐饮市场集中度分析

2、餐饮企业集中度分析

3、餐饮区域集中度分析

第三节2015-2017年中国餐饮行业并购重组分析

一、中国餐饮产业竞争力分析

二、2017年中国餐饮行业企业并购重组情况

三、“十二五”期间餐饮业将加快兼并重组

第四节中国餐饮企业应对竞争的策略

一、中国餐饮企业竞争策略的多角度分析

二、中国餐饮业竞争策略的改变

三、中国餐饮行业提升竞争力战略

第五节餐饮业未来竞争的定位

一、控制餐饮业供应链下游

二、以用户为方向创造价值

三、政府创造稳定的政策环境

第十三章餐饮重点企业发展分析

第一节快餐送餐行业分析

一、肯德基

二、麦当劳

三、真功夫

四、丽华快餐

五、德克士

六、必胜客

七、味千拉面

八、永和大王

第二节餐馆酒楼行业分析

一、全聚德

二、海港饮食集团

三、杏花楼

四、菜根香

五、顺峰饮食

六、毛家饭店

七、向阳渔港

八、陶然居

第三节火锅行业分析

一、小肥羊

二、德庄

三、秦妈

四、奇火锅

五、小天鹅

六、小尾羊

七、谭鱼头

八、刘一手

第四节其他业态分析

一、锦江酒店

二、上海梅龙镇

三、广州酒家企业集团

四、北京聚德华天控股

五、重庆市菜香源餐饮文化

六、星巴克

七、上岛咖啡

八、绿茵阁

第十四章2018-2023年餐饮行业发展趋势预测

第一节2018-2023年中国餐饮市场趋势分析

一、2015-2017年我国餐饮市场趋势总结

二、2018-2023年我国餐饮发展趋势分析

三、2018-2023年餐饮产品价格趋势分析

第二节2018-2023年行业趋势预测分析

第三节2018-2023年中国餐饮业总体趋势预测

一、中国餐饮业投资预测预测

二、农餐对接成我国餐饮业发展趋势

三、2018-2023年中国餐饮业发展走向

1、多元化发展

2、绿色餐饮业

3、特色餐饮

4、数字化发展

图表目录：（部分）

图表：分地区投资相邻两月累计同比增速

图表：2015-2017年固定资产投资（不含农户）同比增速

图表：2015-2017年固定资产投资到位资金同比增速

图表：份固定资产投资（不含农户）主要数据

图表：2017年-2017年全国居民消费价格涨跌幅

图表：2017年-2017年鲜菜与鲜果价格变动情况

图表：2017年份居民消费价格分类别同比涨跌幅

图表：2017年份居民消费价格分类别环比涨跌幅

图表：2017年-2017年规模以上工业增加值同比增长速度

图表：2017年-2017年发电量日均产量及同比增速

图表：2017年-2017年钢材日均产量及同比增速

更多图表详见正文（GSLWK）

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，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/canyin/297737297737.html>