

# 2017-2022年中国餐饮行业 市场分析与投资前景研究报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

[www.bosidata.com](http://www.bosidata.com)

# 报告报价

《2017-2022年中国餐饮行业市场分析与投资前景研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/report/A250433KGT.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2017-08-07

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

# 说明、目录、图表目录

## 报告说明:

博思数据发布的《2017-2022年中国餐饮行业市场分析与投资前景研究报告》共十五章。报告介绍了餐饮行业相关概述、中国餐饮产业运行环境、分析了中国餐饮行业的现状、中国餐饮行业竞争格局、对中国餐饮行业做了重点企业经营状况分析及中国餐饮产业发展前景与投资预测。您若想对餐饮产业有个系统的了解或者想投资餐饮行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

## 第一章 2015年全球餐饮业发展分析 1

### 第一节 全球经济和人口环境分析 1

#### 一、2015年世界经济发展概况 1

#### 二、2014年世界人口总数和分布 7

### 第二节 全球主要国家餐饮业发展分析 17

#### 一、美国餐饮业 17

#### 二、日本餐饮业 19

#### 三、英国餐饮业 20

#### 四、韩国餐饮业 22

#### 五、印尼餐饮业 22

### 第三节 国内外餐饮特许经营对比分析 24

#### 一、国内外餐饮特许经营的相似点 24

#### 二、国内外餐饮特许经营的差异处 25

## 第二章 2015年中国餐饮业发展环境分析 27

### 第一节 2015年中国宏观经济环境分析 27

#### 一、2015年中国GDP增长情况分析 27

#### 二、2015年中国工业经济发展形势分析 28

#### 三、2015年中国全社会固定资产投资分析 29

#### 四、2015年中国社会消费品零售总额分析 30

#### 五、2015年中国城乡居民收入与消费分析 31

#### 六、2015年中国对外贸易发展形势分析 33

### 第二节 中国餐饮业政策环境分析 34

#### 一、中国餐饮行业管理体制 34

#### 二、中国餐饮业政策的实施情况 35

三、餐饮业响应扩大内需十项行动	36
四、国家开展餐饮食品安全整顿	38
五、餐饮食品安全相关政策综述	39
六、中国餐饮行业发展规划分析	40
第三节 中国餐饮业相关产业环境分析	44
一、中央厨房的相关概述	44
二、中央厨房产业链及OEM	46
三、中央厨房细分领域发展现状	47
四、团餐业中央厨房未来竞争态势	48
第四节 中国饮食文化环境分析	49
一、中国传统饮食文化	49
二、中国饮食文化与历史	49
三、历代餐具看中国饮食文化	57
四、中国各地区饮食文化分析	58
第五节 中国旅游业发展环境分析	60
一、中国旅游业发展的现状	60
二、2015年中国旅游总收入分析	73
三、2015年国内旅游市场规模分析	73
四、2015年旅游经济运行情况分析	82
五、“十三五”中国旅游经济发展机遇	83
第三章 2014年中国餐饮行业发展分析	87
第一节 中国餐饮行业相关概述	87
一、餐饮业定义	87
餐饮业，指在一定场所，对事物进行现场烹饪、调制并出售给顾客主要供现场消费的服务活动。	
餐饮业主要分为旅游饭店、餐厅（中餐、西餐）、自助餐和饭盒业、冷饮业和摊贩五大类。具体又分为三种类型：便利型大众餐饮市场、高档型餐饮市场、气氛型餐饮市场。便利型大众餐饮市场都是大众消费；高档型餐饮市场二级、三级城市非常多，尤其在三级城市里；气氛型餐饮市场是夹在高档和低档之间的档次，主要是一些主题餐厅、气氛餐厅。	
二、餐饮业分类	87
三、餐饮业产业链	88
第二节 中国餐饮行业发展运行情况	89

一、2014年中国餐饮市场特点	89
二、中国餐饮市场增长的原因	91
三、餐饮企业的成本控制分析	93
四、中国餐饮市场存在的问题	93
五、中国餐饮行业机遇和挑战	95
第三节 中国连锁餐饮行业发展运行情况	102
一、中国连锁餐饮发展背景与起源	102
二、中国连锁餐饮发展历程和阶段	102
三、连锁餐饮迅速发展的优势分析	103
四、中国连锁餐饮发展现状及特点	104
五、中国连锁餐饮存在的问题分析	107
六、中国连锁餐饮发展对策与措施	109
七、中国发展餐饮连锁的对策建议	110
八、中国连锁餐饮发展方向及重点	111
第四章 2011-2015年中国餐饮行业相关数据分析	113
第一节 2015年中国餐饮行业经济指标统计	113
一、2015年中国餐饮业总体规模分析	113
国家统计局公布的数据显示，2015年上半年餐饮收入达14996亿元，同比增长 11.5%。2015年1-11月我国餐饮总收入为2.92万亿元，高于上年同期1.7%。11月份，全国餐饮收入3034亿元，同比增长11.5%，高于上年同期1.7个百分点。目前，全国餐饮行业跨入保持稳定增长的新阶段，全年突破3万亿元基本无悬念。2006-2015年上半年我国餐饮业负债走势图	
资料来源：***	
二、2015年中国餐饮业资产负债统计	114
三、2015年中国餐饮业经营效益统计	114
四、2015年中国餐饮业市场结构统计	115
第二节 2014年中国连锁餐饮行业经济指标统计	118
一、2014年中国连锁餐饮业市场规模统计	118
二、2014年中国连锁餐饮业营业收入统计	118
三、2014年中国连锁餐饮业市场结构统计	119
四、2014年中国各地连锁餐饮业基本情况	119
第三节 2015年中国餐饮行业相关产品产量分析	120
一、2015年年中国大米产量统计	120

二、2015年中国小麦粉产量统计	123
三、2015年中国食用植物油产量统计	125
四、2015年中国鲜冷藏肉产量统计	127
五、2015年中国味精产量统计	130
六、2015年中国酱油产量统计	132
七、2014年中国饮料酒产量统计	135
第五章 2011-2014年中国餐饮业态发展分析	138
第一节 中国快餐业市场发展分析	138
一、国内快餐业发展阶段	138
二、国内快餐业运营状况	143
三、快餐业企业运营特点	144
四、快餐业发展制约因素	147
五、国内快餐业发展问题	150
六、中国快餐业发展对策	150
七、未来快餐业发展战略	151
八、未来快餐业发展趋势	153
九、未来快餐业发展展望	153
第二节 中国中式快餐市场发展分析	155
一、国内中式快餐发展概述	155
二、中式快餐发展态势分析	157
三、中式快餐的优劣势分析	158
四、中式快餐的可行性分析	162
五、中式快餐的标准化模式	163
六、中式快餐营销策略分析	164
七、中式快餐发展问题分析	166
八、中式快餐业的发展对策	167
九、中式快餐发展前景展望	170
第三节 中国酒（饭）店餐饮业分析	171
一、酒店餐饮业特点及形势	171
二、酒店餐饮经营五要素	172
三、饭店业餐饮发展状况	173
四、酒店餐饮业人才情况	174

五、国内酒店成本控制策略	175
六、酒店餐饮业可持续发展	178
七、酒店餐饮业大众化经营	178
八、酒店餐饮业营销分析	180
九、酒店餐饮业发展趋势	183
第四节 中国西餐业市场发展分析	185
一、国外各类西餐特色	185
二、国内西餐市场现状	186
三、国内西餐产业链分析	187
四、西餐市场发展趋势	189
五、西餐市场经营趋势	190
第五节 中国其他新型餐饮业态分析	192
一、主题餐馆	192
二、外卖餐饮	193
三、流动餐厅	195
四、休闲餐饮	195
五、商场餐饮	196
六、航空餐饮	196
七、火锅餐饮	200
八、团购餐饮	201
第六章 2015年中国餐饮业消费者研究分析	206
第一节 餐饮消费者类型分析	206
一、便利型消费者	206
二、求廉型消费者	206
三、享受型消费者	206
四、求新型消费者	207
五、健康型消费者	207
六、信誉型消费者	207
第二节 餐饮消费者心理定势分析	208
第三节 城镇居民的消费结构	210
一、居民消费结构的变化特点	210
二、中国居民消费结构变动度分析	218

第四节 餐饮业消费者行为分析	219
第五节 快餐消费市场分析	226
一、快餐目标市场分析	226
二、体验经济时代的快餐消费需求分析	228
三、麦当劳开展体验消费营销的启示	229
四、快餐行业大众快餐成消费潮流	231
第六节 中国现代餐饮消费趋势	232
第七章 2015年中国餐饮市场调查分析	234
第一节 受访者基本情况	234
第二节 消费者餐饮消费的基本情况调查	236
一、最近一次就餐的场所调查	236
二、消费者餐饮消费频率调查	237
三、消费者餐厅选择的关注因素调查	238
第三节 消费者餐饮消费满意度情况调查	239
一、餐饮消费整体满意程度调查	239
二、食品安全状况调查	240
三、餐饮消费满意度指标的评价对比调查	241
第四节 消费者的消费维权意识及餐饮企业的危机处理能力调查	242
一、餐饮消费中的投诉与维权调查	242
二、餐饮企业公关及危机处理调查	245
第八章 2015年中国各地区餐饮业发展情况	248
第一节 山东省	248
一、山东省餐饮业发展概况	248
二、鲁菜经营发展情况分析	251
三、鲁菜餐饮品牌企业发展概况	252
四、山东省鲁菜产业现存问题与对策	252
五、山东省鲁菜产业发展前景展望	254
第二节 江苏省	255
一、江苏省餐饮产业发展现状	255
二、南京市餐饮行业发展分析	258
三、苏州市餐饮行业发展分析	258
四、江苏省餐饮企业主要问题	259



五、江苏餐饮企业发展政策建议	261
第三节 上海市	270
一、上海市餐饮产业发展概况	270
二、餐饮业对上海经济的贡献度	272
三、上海市餐饮产业业态分析	273
四、上海市餐饮市场格局分析	274
五、上海市餐饮网点分析	275
第四节 广东省	276
一、2015年广东省经济发展情况	276
二、广东省餐饮业发展现状分析	277
三、广东省餐饮产业服务密度分析	278
四、2014年广东省餐饮业业态发展概况	279
五、广东省餐饮业发展新政策与经验	285
六、十三五广东餐饮业发展政策建议	285
第五节 重庆市	286
一、2015年重庆市经济发展情况	286
二、重庆市餐饮行业发展历程	289
三、重庆市餐饮行业发展现状	290
四、重庆市餐饮行业发展特色	291
第六节 云南省	292
一、2015年云南省经济发展情况	292
二、云南省餐饮业发展现状分析	298
三、云南省餐饮业SWOT分析	299
四、云南餐饮业发展主要问题	301
五、云南发展餐饮业发展对策建议	302
六、云南餐饮业发展面临的机遇	303
第九章 2012-2015年中国餐饮市场竞争分析	304
第一节 中国餐饮市场竞争概况	304
一、餐饮企业组织形式	304
二、餐饮行业竞争要素	304
三、餐饮市场竞争状况	306
第二节 中国餐饮市场竞争格局	307

一、餐饮市场竞争态势	307
二、餐饮市场竞争格局	308
三、餐饮业市场集中度	308
四、餐饮业区域集中度	311
第三节 国内餐饮市场竞争策略	312
一、餐饮行业竞争趋势	312
二、餐饮市场竞争策略	314
三、应对餐饮竞争举措	315
四、提升餐饮核心竞争力	316
第十章 2015年中国主要餐饮企业分析	319
第一节 百胜餐饮集团	319
一、企业基本情况	319
二、企业经营状况分析	319
三、百胜餐饮转战中国市场	324
四、百胜餐饮集团收购小肥羊	325
第二节 麦当劳	326
一、企业基本情况	326
二、企业经营状况分析	327
三、麦当劳加速本土化	332
四、麦当劳在华业务迅速扩张	332
第三节 棒约翰	333
一、企业基本情况	333
二、2015年企业经营状况分析	333
三、外卖将成为棒?约翰业务增长点	334
四、棒?约翰公司在华发展情况分析	334
五、美国棒?约翰公司的成功秘诀	335
第四节 中国全聚德（集团）股份有限公司	336
一、企业基本情况	336
二、企业经营情况分析	337
三、企业经济指标分析	337
四、企业盈利能力分析	338
五、企业偿债能力分析	339

六、企业运营能力分析	340
七、企业成本费用分析	341
第五节 湘鄂情股份有限公司	341
一、企业基本情况	341
二、企业经营情况分析	342
三、企业经济指标分析	342
四、企业盈利能力分析	343
五、企业偿债能力分析	344
六、企业运营能力分析	345
七、企业成本费用分析	345
第六节 西安饮食股份有限公司	346
一、企业基本情况	346
二、企业经营情况分析	346
三、企业经济指标分析	349
四、企业盈利能力分析	349
五、企业偿债能力分析	350
六、企业运营能力分析	351
七、企业成本费用分析	352
第七节 上海锦江国际酒店发展股份有限公司	352
一、企业基本情况	352
二、企业经营情况分析	353
三、企业经济指标分析	354
四、企业盈利能力分析	355
五、企业偿债能力分析	356
六、企业运营能力分析	357
七、企业成本费用分析	357
第八节 华天酒店集团股份有限公司	358
一、企业基本情况	358
二、企业经营情况分析	359
三、企业经济指标分析	360
四、企业盈利能力分析	360
五、企业偿债能力分析	361

六、企业运营能力分析	362
七、企业成本费用分析	363
第九节 小肥羊集团有限公司	363
一、企业基本情况	363
二、企业经营情况分析	365
三、企业经济指标分析	365
四、企业盈利能力分析	366
五、企业偿债能力分析	366
六、企业运营能力分析	366
第十节 味千（中国）控股有限公司	367
一、企业基本情况	367
二、企业经营情况分析	368
三、企业经济指标分析	368
四、企业盈利能力分析	369
五、企业偿债能力分析	370
六、企业运营能力分析	371
第十一节 广州市真功夫餐饮管理有限公司	372
一、企业基本情况	372
二、企业经营发展历程	373
三、企业经营发展计划	375
第十二节 内蒙古小尾羊餐饮连锁公司	376
一、企业基本情况	376
二、企业品牌经营分析	377
三、企业经营发展战略	378
第十三节 重庆德庄实业（集团）有限公司	378
一、企业基本情况	378
二、企业经营发展历程	379
三、企业产业分布情况	381
第十四节 顶新国际集团德克士食品	384
一、企业基本情况	384
二、企业经营发展历程	384
三、企业营销发展战略	386

## 第十五节 重庆小天鹅投资控股（集团）有限公司 388

### 一、企业基本情况 388

### 二、企业经营发展历程 388

### 三、企业经营发展策略 389

## 第十六节 狗不理集团股份有限公司 390

### 一、企业基本情况 390

### 二、企业经营发展历程 391

### 三、企业经营发展态势 393

## 第十七节 俏江南股份有限公司 394

### 一、企业基本情况 394

### 二、企业经营发展历程 394

### 三、企业经营发展态势 394

## 第十八节 沈阳小土豆餐饮有限公司 395

### 一、企业基本情况 395

### 二、企业经营发展历程 395

### 三、企业经营发展策略 396

## 第十九节 四川海底捞餐饮股份有限公司 396

### 一、企业基本情况 396

### 二、企业经营发展历程 397

### 三、企业经营发展展望 398

## 第二十节 合兴餐饮集团 398

### 一、企业基本情况 398

### 二、企业旗下品牌分析 402

### 三、企业经营发展策略 402

## 第二十一节 上海杏花楼（集团）股份有限公司 403

### 一、企业基本情况 403

### 二、企业经营发展历程 403

### 三、企业经营发展优势 404

### 四、企业经营发展战略 404

## 第二十二节 大娘水饺餐饮集团股份有限公司 405

### 一、企业基本情况 405

### 二、企业经营发展历程 405

三、企业创新标准方针	405
第二十三节 永和大王	406
一、企业基本情况	406
二、企业收购调整分析	407
三、企业经营发展战略	407
第二十四节 马兰拉面快餐连锁有限公司	408
一、企业基本情况	408
二、企业经营情况分析	408
三、企业经营品牌战略	409
第二十五节 深圳市嘉旺餐饮连锁有限公司	409
一、企业基本情况	409
二、企业经营发展历程	410
三、企业产品质量体系	410
第二十六节 深圳面点王饮食连锁有限公司	410
一、企业基本情况	410
二、企业食物产品特色	412
三、企业经营创新模式	412
第二十七节 千喜鹤集团	412
一、企业基本情况	412
二、企业经营发展历程	413
三、企业经营发展优势	414
第十一章 2016-2022年中国餐饮业战略规划	415
第一节 餐饮业战略思考	415
一、餐饮业的战略规划问题	415
二、餐饮业的发展战略思考	415
三、餐饮业核心竞争力分析	421
四、中小餐饮企业战略分析	422
第二节 餐饮企业战略规划	422
一、品牌发展战略规划	422
二、顾客价值战略规划	423
三、创新营销战略规划	424
四、特色选择战略规划	424

第三节 餐饮企业发展策略	425
一、餐饮连锁路径选择	425
二、餐饮企业发展策略	426
三、餐饮业的发展战略	429
四、餐饮业的国际发展	430
第十二章 2016-2022年中国餐饮业营销分析	432
第一节 中国餐饮业营销概述	432
一、餐饮营销观念阶段演变	432
二、餐饮行业品牌营销现状	435
三、餐饮市场营销发展方向	437
四、餐饮业的营销发展趋势	438
第二节 中国餐饮业营销策略分析	439
一、餐饮业营销手段与技巧	439
二、餐饮市场营销成功要素	440
三、餐饮业整合营销的应用	442
四、餐饮管理中新营销策略	444
五、特色餐饮业的营销技巧	444
第三节 餐饮业细分营销策略分析	446
一、餐饮业产品创新营销	446
二、餐饮业服务营销策略	447
三、餐饮业文化营销策略	450
四、餐饮业口碑营销策略	455
五、餐饮业网络营销分析	458
第四节 餐饮企业营销战略规划	460
一、企业营销战略的内容	460
二、企业营销战略的类型	463
三、制定营销战略的过程	466
四、营销战略的具体实施	468
五、餐饮市场的攻击战略	470
第十三章 2016-2022年中国餐饮业的发展动态与趋势	473
第一节 新型餐饮业态研究	473
一、中国餐饮消费变化分析	473

二、中外餐饮消费特点比较	474
三、中国餐饮业态发展历程	475
四、国内新型餐饮业特点分析	475
第二节 中餐业发展潜力分析	476
一、中国餐饮业产业优势分析	476
二、中国餐饮业的市场发展机遇	477
三、中国餐饮业不足与面临的威胁	478
第三节 未来中国餐饮市场发展趋势	479
第十四章 2016-2022年中国餐饮业发展预测	481
第一节 2016-2022年中国餐饮业营业收入趋势预测	481
第二节 2016-2022年中国连锁餐饮业发展趋势预测	481
第三节 2016-2022年中国餐饮企业营销趋势预测	482
第四节 2016-2022年中国餐饮业市场需求变化预测	484
第五节 2016-2022年中国餐饮业企业发展趋势预测	486
第十五章 中国餐饮业投资风险因素及机会分析	489
第一节 餐饮业主要的经营风险因素	489
一、宏观经济风险	489
二、安全风险	489
三、管理风险	489
四、市场竞争风险	490
第二节 餐饮业保险	490
一、餐饮业保险概述	490
二、餐饮业保险的兴起	493
三、餐饮业保险盲区分析	494
四、华安保险逆势分析	494
五、餐饮保险的意义	497
第三节 中国餐饮业投资机会及建议	498
一、中国餐饮市场融资动态	498
二、进入高档餐饮业主要障碍	499
三、快餐业的投资潜力分析	499
四、中国餐饮业的市场进入机会	501
五、餐饮业的投资竞争及其影响	501



六、中国餐饮业市场投资建议	502
（一）投资餐饮业做足竞争的准备	502
（二）餐饮投资需抓好的四个关键	503
（三）休闲快餐投资前景看好	504
（四）中国连锁餐饮选址建议	505

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/A250433KGT.html>