



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009年中国餐饮业市场分析及发展前景预测报告

一、调研说明

《2009年中国餐饮业市场分析及发展前景预测报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/10369.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

第一章 2009年中国餐饮业发展环境分析

一、2009年中国经济发展环境分析

- (一) 2009年前三季度经济运行情况
- (二) 全球金融危机对中国产业格局影响
- (三) 中国应对金融危机的措施

二、2009年中国餐饮业发展政治环境分析

- (一) 最新中国餐饮产业政策分析
- (二) 商务部七项措施推进我国餐饮业发展

三、2009年中国餐饮业发展社会环境分析

第二章 2009年全球餐饮业发展形势分析

一、2009年全球餐饮业发展概况分析

- (一) 全球餐饮业发展规模分析
- (二) 各国餐饮业发展特色分析
- (三) 全球餐饮业巨头在中国新动向分析

二、2009年全球主要国家餐饮业发展情况分析

- (一) 美国餐饮业法制法规十分健全
- (二) 日本快餐业发展特色分析
- (三) 韩国料理连锁经营状况分析

三、2009-2012年全球餐饮业发展趋势预测分析

第三章 2009年中国餐饮业发展现状分析

一、2009年中国餐饮业的发展概况分析

- (一) 中国餐饮业的发展回顾
- (二) 中国餐饮业多种所有制存在
- (三) 餐饮业总体规模逐年壮大
- (四) 现阶段餐饮市场的概况
- (五) 餐饮市场与需求的平衡分析

二、2009年中国餐饮消费者分析

- (一) 餐饮消费者类型分析
- (二) 餐饮消费者心理效应分析

(三) 餐饮消费者快餐消费习惯及态度研究

三、2009年中国餐饮业中电子商务的应用分析

(一) 餐饮业适合电子商务发展的特性

(二) 国内餐饮业的电子商务存在方式

(三) 电子商务给餐饮业带来的机遇和挑战

(四) 电子商务在餐饮业中的运用策略分析

四、2009年中国餐饮业发展中的问题分析

(一) 中国当代餐饮业的问题

(二) 国内制约餐饮业发展的问题

(三) 中国集团饮食供应存在问题分析

(四) 餐饮行业发展的四大弊病

(五) 酒店餐饮业人才问题分析

五、2009年促进中国餐饮业健康发展的对策分析

(一) 餐饮业发展需要三大平台

(二) 商务部促进餐饮业发展的对策

(三) 餐饮业向规模经济发展对策分析

(四) 中国餐饮业的个性化服务策略

(五) 国内餐饮业品牌打造的策略

第四章 2009年中国中餐业市场发展状况分析

一、2009年中国中餐业发展概况分析

(一) 中餐业市场回暖

(二) 中餐业发展空间巨大

(三) 中国中餐消费市场的特点分析

(四) 中餐业谨慎扩张的反思

二、2009年中国中餐业的营销分析

(一) 中餐业的服务特征及营销分析

(二) 中餐业营销困境

(三) 中餐企业现代营销策略

三、2009年中国中餐业的竞争状况分析

(一) 海外的中餐馆的竞争及发展

(二) 美国中餐市场竞争激烈

(三) 中餐的霸主地位面临危机

(四) 民营中餐对抗洋快餐

(五) 中餐竞争趋势分析

四、2009年中国中餐连锁模式发展形势分析

(一) 连锁中餐以标准化抢万亿市场

(二) 中餐连锁竞争力分析

(三) 发展中餐连锁应重视中西文化差别

(四) 中餐连锁企业运营障碍及对策分析

五、2009年中国中餐发展的对策及趋势分析

(一) "中餐"抢占美国市场的对策

(二) 中餐业的发展及潮流预测

(三) 儿童中餐市场内含商机

第五章 2009年中国西餐业市场运行态势浅析

一、中国西餐的历史及分布分析

(一) 西餐在中国的历史

(二) 西餐市场在中国的分布及特征

二、2009年中国西餐业的发展概况分析

(一) 中国西餐业发展状况分析

(二) 中国西餐业态种类及特点分析

(三) 中国西餐业现阶段的市场特点分析

(四) 中国西餐业发展迅猛

三、2009年中国西餐业的问题分析

(一) 西餐业管理和技术人员匮乏

(二) "中式西餐"的发展困局探析

(三) 京城西餐业人才短缺的原因分析

四、2009年中国西餐业发展的对策分析

(一) "中式西餐"的发展出路分析

(二) 中西结合保持特色

(三) 西餐的本土化与大众化

五、2009-2012年中国西餐业的发展前景分析

(一) "中式西餐"未来发展展望

(二) 未来西餐经营的走势

(三) 西餐市场的发展趋势

第六章 2009年中国快餐业市场发展形势分析

一、2009年中国快餐业概况分析

(一) 中国快餐发展概述

(二) 快餐在中国广受欢迎

(三) 中国快餐业快速增长

(四) 中国快餐业发展的经验与体会

二、2009年中国西式快餐市场营销定位与市场战略分析

(一) 市场竞争态势分析

(二) 市场定位

(三) 行销定位策略

(四) 行销组合策略

三、2009年中国快餐业竞争状况分析

(一) 快餐业竞争格局显现

(二) 汉堡王进军中国市场

(三) 三大洋快餐争相吸引投资者加盟

四、2009年中国快餐业面临的问题及发展对策分析

(一) 快餐业发展中存在的主要问题

(二) 中国快餐业发展的障碍及其突破

(三) 连锁加盟对快餐业的不利影响

(四) 中国快餐业发展的不足及对策

五、2009-2012年中国快餐业的未来发展趋势分析

(一) 快餐行业发展的趋势变化

(二) 中国快餐业发展的趋势分析

(三) 快餐业的信息化发展趋势分析

第七章 2009年中国中式快餐市场运行局势探究

一、2009年中国中式快餐市场概况分析

(一) 中式快餐成市场主角

(二) 中国中式快餐进入品牌时代

(三) 马兰拉面成为中式快餐的大梁

(四) 中式快餐发展空间广阔

二、2009年中国中式快餐业竞争形势分析

(一) 食品巨头抢摊中式快餐市场

(二) 中式快餐赶超洋快餐

(三) 中式快餐的竞争策略

(四) 中式快餐与国外快餐的模式对比分析

三、2009年中国中式快餐面临的挑战分析

(一) 中式快餐不敌洋快餐

(二) 中式快餐存在的主要问题

(三) 中式快餐的软肋

(四) 中式快餐难形成规模

(五) 中式快餐业管理落后

(六) 国外中式快餐业的危机及发展

四、2009-2012年中国中式快餐趋势与投资分析

(一) 中式快餐发展前景看好

(二) 中式快餐的发展策略详析

(三) 中式快餐的成功之路

第八章 2009年中国餐饮业竞争态势分析

一、2009年中国餐饮业竞争概述

(一) 餐饮业竞争的特点

(二) 餐饮业竞争的原因

(三) 餐饮业竞争抗衡因素的变化

二、2009年中国中西餐饮业的对比竞争分析

(一) 中西快餐的竞争局势

(二) 中西餐饮业的总体差异

(三) 中西餐饮业的差距

三、2009年中国餐饮业竞争态势分析

(一) 中国餐饮业竞争加剧

(二) 国内餐饮市场竞争态势的四大变化

(三) 主题餐厅直面竞争

(四) 北京餐饮面临品牌竞争时代

四、2009年中国饭店餐饮对餐饮业的竞争影响分析

(一) 饭店餐饮的优势

(二) 饭店餐饮的劣势

(三) 在竞争中求发展

五、2009年中国餐饮企业应对竞争的策略分析

(一) 餐饮企业面对竞争的八个手段

(二) 餐饮竞争措施的实施

(三) 中国餐饮业构建核心竞争力分析

(四) 餐饮业的卫生竞争战略分析

第九章 2009年中国重点城市餐饮业发展状况简析

一、2009年北京餐饮业发展概况分析

(一) 北京西单商圈上演餐饮业争霸战

(二) 奥运对北京餐饮业的影响分析

(三) 北京餐饮业的营销状况分析

(四) 北京"成都小吃"现象经济分析

(五) 北京餐饮业态呈现科学化发展趋势

二、2009年上海餐饮业发展形势浅析

(一) 上海餐饮业的"景观经济"分析

(二) 上海餐饮地域品牌特色

(三) 上海网络餐饮业发展分析

(四) 上海市长宁区餐饮业污染问题分析

(五) 上海户外餐饮成时尚

三、2009年广州餐饮业发展态势探究

(一) 广州餐饮业蓬勃发展

(二) 广州餐饮业问题分析

(三) 广州餐饮业发展迅猛的原因分析

(四) 量贩经营模式在广州餐饮业兴起

四、2009年深圳餐饮业发展状况分析

(一) 深圳餐饮业的八大菜系简述

(二) 超市成为深圳快餐市场新的生力军

(三) 深圳掀起餐饮投资热

(四) 深圳餐饮行业的问题及对策分析

第十章 中国餐饮行业重点企业分析

一、西安饮食服务(集团)股份有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业经营状况分析

(三) 企业发展战略分析

二、上海锦江国际酒店发展股份有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业经营状况分析

(三) 企业发展战略分析

三、湖南华天大酒店股份有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业经营状况分析

(三) 企业发展战略分析

四、中国(全聚德)股份有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业经营状况分析

(三) 企业发展战略分析

五、内蒙古小肥羊餐饮连锁公司

(一) 企业概况

(二) 企业经营状况分析

(三) 企业发展战略分析

第十一章 2009年中国餐饮企业经营状况分析

一、2009年中国餐饮特许经营分析

(一) 中国餐饮业特许经营概述

(二) 国内餐饮业特许经营标准化问题的分析

(三) 餐饮特许经营要防止走偏

(四) 餐饮特许经营管理的SPA疗法

二、2009年中国餐饮经营热点市场分析

(一) 婚宴市场

(二) 寿宴市场

(三) 商务用餐

三、2009年中国餐饮业营销发展分析

(一) 不同规模的餐饮企业选择的连锁方式分析

(二) 中国餐饮的特色营销方式

(三) 节假日餐饮营销战略

四、2009年中国餐饮企业经营策略分析

(一) 餐饮经营策略概述

(二) 餐饮企业的经营对策

(三) 餐饮经营致胜的五个秘诀

(四) 餐饮企业做大的经营技巧分析

第十二章 2009年中国餐饮企业连锁经营分析

一、中国餐饮连锁运作分析

(一) 餐饮连锁经营的起源与形式

(二) 餐饮连锁特许商的标准

(三) 餐饮业连锁经营的选址特点

(四) 餐饮业连锁经营经济指标分析

二、2009年中国餐饮连锁发展概况

(一) 外资餐饮连锁门店在中国的数量增长快

(二) 中国连锁餐饮业发展回顾

(三) 连锁经营成为餐饮业主导模式

(四) 中式餐饮的连锁经营现状分析

三、2009年中国餐饮连锁经营的商圈及相关理论分析

(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分析

(四) 商圈内连锁餐饮企业获得竞争优势的途径

四、2009年中国餐饮连锁的问题及对策分析

(一) 中式餐饮连锁业的症结

(二) 餐饮连锁经营的策略分析

(三) 餐饮连锁经营模式研析

(四) 餐饮业连锁经营应注重品牌战略

五、2009年中国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

第十三章 2009-2012年中国餐饮业发展及投资前景分析

一、2009-2012年中国餐饮业总体发展趋势分析

(一) 中国餐饮业发展趋势分析

(二) 餐饮市场发展趋势展望

(三) 中国餐饮业发展的五大方向分析

二、2009-2012年中国餐饮业未来发展走向分析

(一) 多元化发展

(二) 绿色餐饮业

(三) 特色餐饮

(四) 数字化发展

三、2009-2012年中国餐饮业投资分析

(一) 中国餐饮业投资机会分析

(二) 中国餐饮业投资机会分析

(三) 中国餐饮业投资风险分析

图表目录 (部分) :

图表 : 2006-2009年三季度中国GDP增长情况

图表 : 2008年前三季度中国三大产业结构

图表 : 2003-2009年中国工业增加值增长率

图表 : 2005-2009年中国固定资产投资及消费品零售增长情况

图表 : 2007年9月-2009年9月中国CPI、PPI走势

图表 : 2008年1-9月中国外贸增长情况

图表 : 2008年1-9月份我国部分行业调整变化 (同比增长率%)

图表 : 2008年1-9月份我国周期性行业调整变化 (同比增长率%)

图表：2008年1-9月份耐用消费类产业出现负增长（同比增长率%）

图表：近期公布的刺激经济的政策一览表

图表：提高出口退税率的清单

图表：略……

更多图表见报告正文

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/10369.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景；

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴；

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;
良好声誉 广泛知名度、满意度, 众多新老客户。