



艾凯咨询
ICAN Consulting

2012-2016年中国餐饮业深度调研及发展趋势研究报告

一、调研说明

《2012-2016年中国餐饮业深度调研及发展趋势研究报告》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/213725.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、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
- 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、餐饮业的市场细分
- 二、餐饮业的经济地位和作用

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

第二章、中国餐饮业现状分析

第一节、中国餐饮业的发展概况

- 一、中国餐饮业发展历程
- 二、我国餐饮业发展总体状况
- 三、我国餐饮业发展的主要特征
- 四、促进中国餐饮业发展的因素
- 五、我国餐饮业发展的现状与新态势分析

第二节、中国餐饮业的政策法规分析

- 一、2007年《餐饮企业经营规范》颁布实施
- 二、2009年我国餐饮服务许可证制度正式启用
- 三、2010年我国餐饮业两大新规出台
- 四、2010年我国餐饮行业其它相关新规
- 五、2011年我国餐饮行业相关政策

六、2011年底商务部发布"十二五"餐饮业指导意见

七、2012年1月餐饮业在港上市指引发布

八、我国餐饮业添加剂使用标准缺失

第三节、本土餐饮企业发展分析

一、投资增长是快速扩张最大的推动力

二、技术标准化既是推力也是阻力

三、招工难阻碍餐饮企业发展

四、本土餐饮企业的分化趋势分析

第四节、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

第五节、中国餐饮业发展中的问题分析

一、中国餐饮业存在的主要问题

二、中国餐饮业持续健康发展面临的新挑战

三、中国集团饮食供应总体水平较低

第六节、促进中国餐饮业健康发展的对策

一、中国餐饮业的发展策略

二、中国餐饮业的发展建议

三、平衡餐饮市场与消费需求的措施

四、餐饮企业的主要营销手段

五、中国餐饮业的个性化服务策略

六、国内餐饮业品牌打造的策略

七、餐饮企业成本核算的三大要点

第三章、2007-2011年中国餐饮市场运营状况分析

第一节、2007年中国餐饮市场分析

一、2007年中国住宿与餐饮业运行状况

二、2007年我国餐饮百强企业零售总额分析

三、2007年中国餐饮业发展特点

第二节、2008年中国餐饮市场分析

- 一、2008年中国餐饮市场持续增长
- 二、2008年中国餐饮市场发展特点
- 三、2008年中国餐饮百强企业经营发展状况

第三节、2009年中国餐饮市场分析

- 一、2009年1-12月餐饮业市场增长情况
- 二、2009年我国餐饮百强企业发展特点分析
- 三、2009年中国餐饮企业调查情况分析

第四节、2010年中国餐饮市场分析

- 一、2010年中国餐饮业基本发展状况
- 二、2010年我国餐饮行业发展特点
- 三、2010年中国餐饮百强企业经营发展分析

第五节、2011年中国餐饮市场分析

- 一、2011年餐饮业市场基本状况
- 二、2011年我国餐饮市场掀起涨价潮
- 三、2011年日本餐饮企业纷纷进驻中国

第四章、中餐业市场分析

第一节、中餐国际市场概况

- 一、美国
- 二、法国
- 三、德国
- 四、英国
- 五、意大利
- 六、印尼

第二节、中国中餐业概况

- 一、国内中餐业发展业态分析
- 二、中国中餐消费市场的特点
- 三、2010年世博会中餐业集体破解国际化瓶颈
- 四、2011年中餐业资本市场动态分析
- 五、我国中餐行业首家"数字化厨房"现身扬州

第三节、中餐业的营销分析

- 一、中餐业服务特征及营销策略

二、中餐业营销困境

三、中餐企业现代营销策略

第四节、中餐业的竞争分析

一、中餐业面临的竞争形势

二、中餐连锁竞争力分析

三、海外中餐馆的竞争及发展

四、2009年西班牙本土企业发力中餐市场

五、2011年百胜收购小肥羊拓展中餐业务

第五节、中餐业发展问题、策略及机遇

一、中餐业缺乏品牌保护意识致纷争不断

二、中餐行业面临的机会与威胁剖析

三、海外中餐业发展面临的困境及建议

四、发展中餐连锁应重视中西文化差别

五、中餐连锁企业运营障碍及对策

六、儿童中餐市场蕴含商机

第五章、西餐业市场分析

第一节、国内西餐的历史及分布

一、西餐在中国的历史

二、西餐市场在中国的分布

三、西餐市场在中国的特征

第二节、中国西餐业发展概况

一、中国西餐业发展阶段分析

二、中国西餐业发展概况

三、国内西餐业态分析

四、中国西餐业现阶段的市场特点

第三节、部分城市西餐业的发展

一、北京西餐业

二、上海西餐业

三、天津西餐业

四、广州西餐业

五、泉州西餐业

第四节、中国西餐业的问题及对策

- 一、西餐业发展存在的问题
- 二、中国西餐业的发展建议
- 三、“中式西餐”的发展困局探析
- 四、“中式西餐”的发展出路解析
- 五、中西结合保持特色

第五节、西餐业的发展前景

- 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
- 四、本土化与大众化结合将成西餐业的趋势

第六章、快餐业市场分析

第一节、国外快餐业概述

- 一、美国
- 二、俄罗斯
- 三、印度
- 四、法国

第二节、中国快餐业概况

- 一、中国快餐发展概述
- 二、中国快餐业发展的主要特点
- 三、快餐业逐步占据餐饮业主导地位
- 四、中国快餐业发展的经验

第三节、中国快餐业发展近况

- 一、2008年中国快餐业发展大事盘点
- 二、2009年中国快餐业发展概况
- 三、2010年快餐业着力在价格上下功夫
- 四、2011年快餐业成本压力骤升
- 五、2011年洋快餐遭遇质量问题

第四节、西式快餐市场营销定位与市场战略

- 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

第五节、快餐业竞争分析

一、快餐业竞争激烈

二、外来品牌抢滩江城中高端快餐市场

三、2010年中国快餐业集体发力年轻消费群

四、华南地区快餐市场竞争加剧

五、快餐业人才竞争更趋激烈

第六节、中国快餐业存在的问题

一、中国快餐业发展存在的主要问题

二、连锁加盟对快餐业的不利影响

三、中国快餐业发展的不足

第七节、中国快餐业的发展策略

一、注重市场细分化和个性化

二、应提倡"小、专、多"的路子

三、连锁经营推进要谨防冒进

四、专业人才队伍要逐步扩大

五、中西快餐优势互补

六、加强行业组织作用

第八节、快餐业的未来发展趋势

一、我国快餐业的发展趋势分析

二、快餐业的信息化发展趋势

三、快餐业发展的四大趋向

四、中国快餐业发展的方向

第七章、中式快餐市场分析

第一节、中式快餐市场概况

一、中式快餐逐渐回归主流地位

二、我国中式快餐业发展现状剖析

三、中式快餐积极拓展商超渠道

四、中式快餐发展空间广阔

第二节、中国中式快餐的SWOT分析

- 一、优势
- 二、劣势
- 三、机遇
- 四、威胁

第三节、中式快餐业竞争分析

- 一、中式快餐赶超洋快餐
- 二、2008年百胜拓展中式快餐市场
- 三、2010年中式快餐发力儿童餐饮市场
- 四、2010年洋快餐争抢中餐快餐市场
- 五、中式快餐的竞争策略
- 六、传统中式快餐企业的突围之路

第四节、中式快餐面临的挑战

- 一、中式快餐的软肋
- 二、中式快餐发展面临的三道坎

第五节、中式快餐企业的发展策略分析

- 一、产品开发策略
- 二、连锁经营策略
- 三、促销策略
- 四、环境策略

第六节、中式快餐趋势与投资

- 一、中式快餐发展前景看好
- 二、中式快餐的成功之路
- 三、中式快餐店的投资经营要点
- 四、未来中式快餐发展环境趋好

第八章、北京餐饮业

第一节、北京餐饮业发展概况

- 一、北京市餐饮业总体发展情况
- 二、2009年北京餐饮消费状况透析
- 三、2010年北京餐饮业发展特点解析
- 四、2010年节假日北京餐饮市场消费情况
- 五、2010年北京餐饮行业发展盘点

六、2010年北京餐饮业新出台的相关新规

第二节、2011年北京餐饮业发展现状

一、2011年北京元旦春节期间餐饮市场运营情况

二、2011年北京餐饮业收入超700亿元

三、2011年中秋北京餐饮业消费增长明显

四、2011年快餐企业加快北京火车站商圈布局

第三节、北京"成都小吃"现象经济分析

一、北京的"成都小吃"现象

二、成都小吃企业特征

三、成都小吃的运行机理

四、北京"成都小吃"的启示

第四节、北京餐饮市场面临的问题与对策

一、北京餐饮市场发展存在的问题

二、北京餐饮市场强制收费卷土重来

三、准入门槛低成北京餐饮业发展软肋

四、北京餐饮业的发展趋势与对策建议

第五节、北京餐饮业发展前景及趋势

一、北京餐饮业发展前景看好

二、北京餐饮业发展趋势

三、北京餐饮行业迈向绿色化发展

第九章、上海餐饮业

第一节、上海餐饮业发展概况

一、上海餐饮业的发展变化

二、2007年上海餐饮业发展状况

三、2008年上海餐饮市场总体发展状况

四、2009年上海餐饮业发展简况

第二节、2010-2012年上海餐饮市场发展状况

一、2010年上海餐饮业发展特点解析

二、2010年世博会上海餐饮业发展总结

三、2011年上半年上海餐饮业人均消费下降

四、2011年上海餐饮业食品添加剂相关细则发布

五、2012年春节黄金周上海餐饮业情况

六、上海餐饮业推行追溯系统保障食品安全

第三节、消费者对上海餐饮业发展的要求

一、游客

二、商务客人

三、白领休闲社交

四、家庭消费

五、上班族

第四节、上海餐饮业的发展对策

一、上海高级餐饮服务人才缺乏

二、上海餐饮店面临高租金威胁

三、上海餐饮业发展对策与建议

四、上海推进餐饮业发展的举措

第五节、上海餐饮业投资及发展趋势分析

一、风投看好上海餐饮业

二、上海中小餐饮业受风险投资关注

三、世博后上海酒店业高端餐饮市场形势展望

四、上海户外餐饮成时尚

第十章、广州餐饮业

第一节、广州餐饮业概况

一、广州餐饮业发展综述

二、广州餐饮市场发展特点分析

三、广州市场餐饮概念的变迁

四、广州餐饮业发展迅猛的原因

五、广州因地制宜发展特色餐饮业经济

六、广州餐饮区域现状

第二节、2008-2011年广州餐饮业发展状况

一、2008年广州餐饮市场发展规模

二、2008年广州餐饮市场消费分析

三、2009年广州餐饮业发展状况

四、2010年广州餐饮业发展状况

五、2011年1-8月广州餐饮市场运行简况

第三节、广州餐饮业存在的问题及对策

- 一、广州餐饮业发展存在的问题
- 二、广州本土餐饮企业亟待壮大
- 三、促进广州餐饮业健康发展的对策

第四节、广州餐饮业发展走势

- 一、广州餐饮市场的发展走向
- 二、广州商务餐饮市场空间广阔
- 三、广州餐饮业发展规划展望
- 四、量贩经营模式在广州餐饮业兴起

第十一章、其他城市餐饮业分析

第一节、深圳

- 一、深圳餐饮业概述
- 二、深圳餐饮业在经济发展中的地位
- 三、深圳餐饮业的八大菜系简述
- 四、深圳餐饮市场消费状况
- 五、2011年深圳餐饮新规及影响分析
- 六、深圳餐饮行业存在的问题及对策

第二节、东莞

- 一、东莞餐饮产业发展概况
- 二、东莞餐饮业调查分析
- 三、东莞财政支持餐饮企业发展
- 四、东莞餐饮产业发展中存在的问题
- 五、促进餐饮产业发展的对策建议

第三节、武汉

- 一、中部崛起给武汉餐饮业发展带来契机
- 二、武汉市餐饮业经营发展现状
- 三、2009年武汉连锁餐饮企业经营状况
- 四、武汉本土快餐企业竞争力分析
- 五、武汉特色餐饮发展势头正猛
- 六、武汉餐饮企业实施差异化竞争

七、武汉餐饮业发展的新动向

第四节、成都

- 一、2008年成都住宿和餐饮业运行状况
- 二、2009年成都餐饮业发展剖析
- 三、成都餐饮市场主要分布
- 四、成都西餐市场发展迅速
- 五、成都餐饮业的特色发展分析
- 六、成都餐饮行业发展规划展望

第五节、重庆

- 一、重庆餐饮发展状况分析
- 二、重庆餐饮业呈五大特点
- 三、2009年重庆餐饮业发展状况
- 四、2010年重庆餐饮业发展状况
- 五、重庆政府采取措施加快餐饮业发展
- 六、重庆餐饮业的发展趋向

第六节、西安

- 一、西安餐饮业发展概况
- 二、2010年西安餐饮业的现状与优势
- 三、西安休闲餐饮发展势头良好
- 四、西安酒店餐饮业的问题分析
- 五、西安餐饮业面临的新机遇
- 六、西安餐饮业未来发展规划展望

第十二章、国外餐饮连锁重点企业

第一节、百胜全球餐饮公司 (YUM! BRANDS INC.)

- 一、公司简介
- 二、2009财年百胜餐饮经营状况
- 三、2010财年百胜餐饮经营状况
- 四、2011财年前三季度百胜餐饮经营状况
- 五、百胜中国打造供应链新模式
- 六、百胜中国发力我国西部地区餐饮市场

第二节、麦当劳公司 (MCDONALDS CORPORATION)

- 一、公司简介
- 二、2009年麦当劳经营状况
- 三、2010年麦当劳经营状况
- 四、2011年麦当劳经营状况
- 五、麦当劳的经营理念
- 六、麦当劳高效服务的流程

第三节、棒约翰国际公司 (PAPA JOHN'S)

- 一、公司简介
- 二、2009财年棒约翰经营状况
- 三、2010财年棒约翰经营状况
- 四、2011财年前三季度棒约翰经营状况
- 五、棒约翰注重差异化竞争
- 六、棒约翰在中国市场的扩张
- 七、棒约翰针对必胜客的竞争策略

第四节、星巴克公司 (STARBUCKS CORPORATION)

- 一、公司简介
- 二、2009财年星巴克经营状况
- 三、2010财年星巴克经营状况
- 四、2011财年星巴克经营状况
- 五、星巴克的经营之道
- 六、星巴克经营模式的转变解析

第十三章、国内餐饮连锁重点企业

第一节、味千 (中国) 控股有限公司

- 一、公司简介
- 二、2009年1-12月味千经营状况分析
- 三、2010年1-12月味千经营状况分析
- 四、2011年1-6月味千经营状况分析

第二节、内蒙古小肥羊餐饮连锁有限公司

- 一、公司简介
- 二、2009年1-12月小肥羊经营状况分析
- 三、2010年1-12月小肥羊经营状况分析

- 四、2011年1-6月小肥羊经营状况分析
- 五、小肥羊的经营管理策略解析
- 六、2012年2月小肥羊正式并入百胜集团
- 第三节、上海锦江国际酒店发展股份有限公司
 - 一、公司简介
 - 二、2009年1-12月锦江股份经营状况分析
 - 三、2010年1-12月锦江股份经营状况分析
 - 四、2011年1-9月锦江股份经营状况分析
 - 五、锦江股份加速扩张
- 第四节、西安饮食股份有限公司
 - 一、公司简介
 - 二、2009年1-12月西安饮食经营状况分析
 - 三、2010年1-12月西安饮食经营状况分析
 - 四、2011年1-9月西安饮食经营状况分析
- 第五节、中国全聚德（集团）股份有限公司
 - 一、公司简介
 - 二、2009年1-12月全聚德经营状况分析
 - 三、2010年1-12月全聚德经营状况分析
 - 四、2011年1-9月全聚德经营状况分析
 - 五、全聚德扩张发展分析
- 第六节、上市公司财务比较分析
 - 一、盈利能力分析
 - 二、成长能力分析
 - 三、营运能力分析
 - 四、偿债能力分析
- 第七节、上海永和大王餐饮有限公司
 - 一、公司简介
 - 二、菲律宾餐饮连锁巨头全资收购永和大王
 - 三、永和大王发展现状及未来规划
- 第八节、广州市真功夫餐饮管理有限公司
 - 一、公司简介
 - 二、真功夫扩张进展及未来规划

三、真功夫的创新过程与成果

四、真功夫快速发展存在的问题

第九节、深圳面点王饮食连锁有限公司

一、公司简介

二、深圳面点王迅速发展的经营理念

三、面点王的营销策略解析

四、面点王快速发展的成功之道

第十四章、中国餐饮业竞争分析

第一节、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

四、餐饮业竞争的五个应对法则

第二节、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

第三节、国内餐饮业竞争态势

一、国内餐饮市场竞争态势的变化

二、2011年我国餐饮业外资收购动态

三、主题餐厅直面竞争

四、北京餐饮面临品牌竞争时代

第四节、酒店、饭店餐饮业竞争对策分析

一、饭店餐饮面对市场竞争经营的策略

二、饭店营销竞争新策略解析

三、酒店餐饮经营的竞争对策

四、酒店餐饮的市场竞争策略

第五节、饭店餐饮市场竞争力分析

一、饭店餐饮的优势

二、饭店餐饮的劣势

三、在竞争中求发展

第六节、餐饮企业应对竞争的策略措施

- 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
- 五、餐饮业竞争的顾客价值战略
- 六、餐饮业竞争的特色战略

第十五章、餐饮企业经营分析

第一节、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、国内餐饮业特许经营标准化问题的分析
- 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

第二节、餐饮经营热点市场

- 一、婚宴市场
- 二、寿宴市场
- 三、商务用餐

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

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

第十六章、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模式剖析
 - 四、餐饮业连锁经营经济指标分析
- 第二节、中国餐饮连锁业发展状况分析
- 一、2007年我国连锁餐饮业调查情况
 - 二、2008年中国餐饮连锁业成长十强出炉
 - 三、2009年我国餐饮业连锁经营状况分析
 - 四、2010年菜价上涨连锁餐饮企业经营形势及策略分析
 - 五、2012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

第十七章、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六个重点
- 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

第十八章、餐饮业投资分析

第一节、行业投资特性

- 一、餐饮业的成长性与赢利性
- 二、餐饮业行业周期性
- 三、餐饮业资源要素密集性
- 四、餐饮业投资的八个优势

第二节、餐饮业投资现状分析

- 一、我国餐饮业面临的机遇分析
- 二、我国餐饮连锁业受风险投资青睐
- 三、餐饮业的主要经营风险
- 四、餐饮连锁业投资风险加剧

第三节、餐饮业行业壁垒分析

- 一、技术与市场壁垒
- 二、结构性壁垒
- 三、制度性壁垒
- 四、文化性壁垒

第四节、餐饮业投资策略

- 一、投资餐饮业需做足竞争的准备
- 二、餐饮投资技巧
- 三、餐饮产品的选择经营
- 四、餐饮需抓好的四个关键
- 五、甄别餐饮投资的建议

第五节、不同类型餐饮业投资建议

- 一、小区餐饮店
- 二、休闲餐饮店
- 三、加盟店餐饮
- 四、特色小餐饮店

第十九章、餐饮业发展前景预测

第一节、餐饮业总体发展趋势

- 一、“十二五”我国餐饮业发展前景看好
- 二、2012-2016年中国餐饮连锁业市场规模预测分析
- 三、国内餐饮市场发展方向
- 四、今后我国餐饮业发展的新方向

第二节、餐饮业未来发展走向

- 一、多元化发展
- 二、绿色餐饮业
- 三、特色餐饮
- 四、数字化发展

第三节、2009-2013年全国餐饮业发展规划纲要

- 一、发展目标和主要任务
- 二、餐饮业发展格局
- 三、餐饮业发展重点

四、主要政策和措施

附录

附录一：中华人民共和国食品安全法

附录二：餐饮企业经营规范

附录三：餐饮服务许可管理办法

附录四：餐饮服务食品安全监督管理办法

附录五：餐饮业和集体用餐配送单位卫生规范

附录六：商务部关于“十二五”期间促进餐饮业科学发展的指导意见

附录七：推荐的各类餐饮业场所布局要求

图表目录：

图表1 不同城市的人最喜欢的快餐种类

图表2 不同城市比较经常吃快餐的时间

图表3 不同年龄的人最常吃快餐的时间

图表4 不同城市的市民在选择快餐时较多考虑的因素的比例

图表5 2007年全国住宿和餐饮业零售额及增长率

图表6 2007年1-12月全国住宿和餐饮业零售额对比情况

图表7 2008年我国餐饮业月度零售额对比情况

图表8 2008年我国餐饮业各季度零售额比重情况

图表9 2008年我国东中西部地区餐饮业发展情况比较

图表10 2008年我国各省市餐饮业发展情况比较

图表11 2009年餐饮业发展状况

图表12 2006-2010年中国住宿餐饮业发展状况

图表13 2006-2010年度百强餐饮业营业额情况

图表14 2006-2010年度餐饮百强企业入围门槛比较

图表15 2004-2010年度餐饮百强企业营业额占全社会住宿餐饮业营业额的比重

图表16 2010年餐饮百强企业按营业额划分

图表17 2010年餐饮百强企业中各经营业态基本情况表

图表18 2010年百强餐饮企业各业态直营占比

图表19 2010年度餐饮百强企业按区域划分

图表20 2010年不同餐饮业态经营增长能力比较

图表21 2010年百强餐饮企业各业态的业绩指标

- 图表22 中餐馆在美国数量的增加
- 图表23 全国西餐企业的构成
- 图表24 西餐企业各档次的人均消费
- 图表25 中、西快餐比例图
- 图表26 2005年与2008年餐饮百强快餐营业额比较图
- 图表27 2008年广州市场餐厅数量增长情况
- 图表28 广州餐厅价位分布
- 图表29 广州热门餐厅商区分布
- 图表30 2008年度广州热门搜索菜TOP10
- 图表31 2009年十大影响力城市住宿餐饮零售额占社会消费品零售额比例
- 图表32 成都大型餐饮店主要集中区域
- 图表33 2007-2009财年百胜综合损益表
- 图表34 2007-2009财年百胜不同部门收入情况
- 图表35 2007-2009财年百胜餐厅数量
- 图表36 2006-2010财年百胜餐饮主要财务指标
- 图表37 2006-2010财年百胜餐饮不同业务类型店面个数
- 图表38 2008-2010财年百胜餐饮不同地区事业部收入与利润情况
- 图表39 2010-2011财年前三季度百胜餐饮合并损益
- 图表40 2010-2011财年前三季度百胜餐饮不同地区收入及营业利润情况
- 图表41 2008-2009年麦当劳综合损益表（未审计）
- 图表42 2008-2009年麦当劳不同类型餐厅不同地区收入情况
- 图表43 2007-2009年麦当劳不同地区餐厅数量情况
- 图表44 2008-2010年麦当劳合并损益表
- 图表45 2008-2010年麦当劳不同类型店面总数
- 图表46 2008-2010年麦当劳不同地区收入和营业利润情况
- 图表47 2010-2011年麦当劳合并损益表
- 图表48 2009财年棒约翰合并损益表
- 图表49 2009财年棒约翰餐厅数量情况
- 图表50 2008-2010财年棒约翰合并损益表
- 图表51 2011财年前三季度棒约翰合并损益表
- 图表52 2007-2009财年星巴克合并损益表
- 图表53 2009财年星巴克不同部门不同类型收入情况

- 图表54 2008-2010财年星巴克合并损益表
- 图表55 2009-2011财年星巴克合并损益表
- 图表56 2009-2011财年星巴克不同地区收入情况
- 图表57 2009年1-12月味千综合全面收益表
- 图表58 2009年1-12月味千主营业务情况（分业务）
- 图表59 2009年1-12月味千主营业务分地区情况
- 图表60 2010年1-12月味千综合全面收益表
- 图表61 2010年1-12月味千主营业务分类资料
- 图表62 2010年1-12月味千主营业务分地区情况
- 图表63 2011年1-6月味千（中国）综合全面收益表
- 图表64 2011年1-6月味千（中国）分类资料
- 图表65 2011年1-6月味千（中国）分地区资料
- 图表66 2009年1-12月小肥羊综合收益表
- 图表67 2009年1-12月小肥羊主营业务分行业情况
- 图表68 2009年1-12月小肥羊主营业务分地区情况
- 图表69 2010年1-12月小肥羊综合全面收益表
- 图表70 2010年1-12月小肥羊主营业务分部资料
- 图表71 2010年1-12月小肥羊主营业务分地区情况
- 图表72 2011年1-6月小肥羊合并利润表
- 图表73 2011年1-6月小肥羊主营业务分部资料
- 图表74 2009年1-12月锦江股份主要财务数据
- 图表75 2009年1-12月锦江股份非经常性损益项目及金额
- 图表76 2007年-2009年锦江股份主要会计数据
- 图表77 2007年-2009年锦江股份主要财务指标
- 图表78 2009年1-12月锦江股份主营业务分行业情况
- 图表79 2009年1-12月锦江股份主营业务分地区情况
- 图表80 2010年1-12月锦江股份主要财务数据
- 图表81 2010年1-12月锦江股份非经常性损益项目及金额
- 图表82 2008年-2010年锦江股份主要会计数据
- 图表83 2008年-2010年锦江股份主要财务指标
- 图表84 2010年1-12月锦江股份主营业务分行业情况
- 图表85 2010年1-12月锦江股份主营业务分地区情况

- 图表86 2011年1-9月锦江股份主要会计数据及财务指标
- 图表87 2011年1-9月锦江股份非经常性损益项目及金额
- 图表88 2009年1-12月西安饮食非经常性损益项目及金额
- 图表89 2007年-2009年西安饮食主要会计数据和主要财务指标
- 图表90 2009年1-12月西安饮食主营业务分行业情况
- 图表91 2010年1-12月西安饮食非经常性损益项目及金额
- 图表92 2008年-2010年西安饮食主要会计数据
- 图表93 2010年1-12月西安饮食主营业务分行业情况
- 图表94 2011年1-9月西安饮食主要会计数据及财务指标
- 图表95 2011年1-9月西安饮食非经常性损益项目及金额
- 图表96 2009年1-12月全聚德主要财务数据
- 图表97 2007年-2009年全聚德主要会计数据
- 图表98 2007年-2009年全聚德主要财务指标
- 图表99 2009年1-12月全聚德主营业务分行业情况
- 图表100 2009年1-12月全聚德主营业务分地区情况
- 图表101 2010年1-12月全聚德主要财务数据
- 图表102 2008年-2010年全聚德主要会计数据
- 图表103 2008年-2010年全聚德主要财务指标
- 图表104 2010年1-12月全聚德主营业务分行业情况
- 图表105 2010年1-12月全聚德主营业务分地区情况
- 图表106 2011年1-9月全聚德主要会计数据及财务指标
- 图表107 2011年1-9月全聚德非经常性损益项目及金额
- 图表108 2011年前三季度餐饮行业上市公司盈利能力指标分析
- 图表109 2010年餐饮行业上市公司盈利能力指标分析
- 图表110 2009年餐饮行业上市公司盈利能力指标分析
- 图表111 2011年前三季度餐饮行业上市公司成长能力指标分析
- 图表112 2010年餐饮行业上市公司成长能力指标分析
- 图表113 2009年餐饮行业上市公司成长能力指标分析
- 图表114 2011年前三季度餐饮行业上市公司营运能力指标分析
- 图表115 2010年餐饮行业上市公司营运能力指标分析
- 图表116 2009年餐饮行业上市公司营运能力指标分析
- 图表117 2011年前三季度餐饮行业上市公司偿债能力指标分析

图表118 2010年餐饮行业上市公司偿债能力指标分析

图表119 2009年餐饮行业上市公司偿债能力指标分析

图表120 SPA信息的采集

图表121 2012-2016年中国餐饮业销售额预测

图表122 各类餐饮业场所布置要求

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/213725.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。