



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国主题餐厅市场 需求及投资前景分析报告

一、调研说明

《2016-2022年中国主题餐厅市场需求及投资前景分析报告》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/272646.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

主题餐厅是透过一系列围绕一个或多个历史或其它的主题为吸引标志，向顾客提供饮食所需的基本场所。它的最大特点是赋予一般餐厅某种主题，围绕既定的主题来营造餐厅的经营气氛：餐厅内所有的产品、服务、色彩、造型以及活动都为主题服务，使主题成为顾客容易识别餐厅的特征和产生消费行为的刺激物。主题餐厅是通过一个或多个主题为吸引标志的饮食场所，希望人们身临其中的时候，经过观察和联想，进入期望的主题情境，譬如"亲临"世界的另一端、重温某段历史、了解一种陌生的文化等。在主题文化的开放上，借助特色的建筑设计和内部装饰来强化主题是非常必要的，例如上海老站餐厅就通过老式家居布置和火车的改装，营造了老上海怀旧和名人专列两个主题；而巴厘岛印尼餐厅则是通过民俗文化的展示和当地物体的陈列，来表现巴厘岛的主题的；又比如橄榄树餐厅是大量应用特别的装饰材料，以突出地中海风情主题的。可以看出，作为主题餐厅，应该运用各种手段来凸显所表现的主题，建筑设计与内部装饰这方面是其中的重要组成部分，因为客人就是通过对餐厅的环境装饰这方面来认识其倡导的主题文化的，而进入主题餐厅所得到的特别享受，更多的来自于餐厅的美妙环境。因此挖掘主题文化的底蕴，主要就是做好主题餐厅环境设计，这样才会带来完美的效果。

提及主题餐厅，人们习惯上将其与特色餐厅等同起来。事实上，两者是相区别的概念。首先，主题餐厅一定是一个特色餐厅。主题餐厅的必备特质是特色，即主题餐厅生存和发展的资本是「个性化」的特色。但是，特色餐厅不一定是主题餐厅。在现实餐饮市场上，存在着许多特色餐厅，但是，从严格意义上讲，不能称为是主题餐厅。因为主题餐厅除了要有特色鲜明的各类特色菜之外，还非常注重主题文化的深度开发，注重相应环境的营造，藉助于环境突出其主题特色。

较之于特色餐厅，主题餐厅更强调从菜式到环境的全范围的特色化和鲜明化。主题的关键在于如何充分调动各种「因素」来深化特色，营造出一种无所不在的特色氛围。特色餐厅充其量只能称为「准主题餐厅」。大凡在菜式上有新意的餐厅就可称之为特色餐厅，对于特色餐厅而言，关键在于菜式上的突破。而对于主题餐厅而言，追求的则是从菜式、环境、服务、文化等方面的整体创新巧特色。

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。

报告目录：

第一部分 行业发展现状

第一章 主题餐厅行业概述

第一节 餐饮业的介绍

- 一、餐饮业的定义
- 二、餐饮业的分类
- 三、餐饮消费的六种类型
- 四、餐饮业的经济地位和作用

第二节 主题餐厅业的概述

- 一、主题餐厅的定义
- 二、主题餐厅简单分类
- 三、主题餐厅业的特点
- 四、主题餐厅的经营形式

第三节 主题餐厅的其他概念

- 一、主题餐厅起源
- 二、我国主题餐厅发展历程
- 三、现代主题餐厅企业概述
- 四、主题餐厅的作用与地位
- 五、主题餐厅产业化的内涵
- 六、主题餐厅业的发展规律
- 七、主题餐厅的健康问题
- 八、主题餐厅的概念

第二章 2012-2015年国际主题餐厅行业发展现状分析

第一节 2012-2015年国际主题餐厅行业概况

- 一、国际主题餐厅行业发展历程
- 二、国际主题餐厅行业发展面临的问题
- 三、国际主题餐厅行业技术发展现状及趋势

第二节 2012-2015年西式主题餐厅的发展状况

- 一、西式主题餐厅开进机场分析
- 二、西式主题餐厅全天候餐厅成为新宠
- 三、肯德基与麦当劳的启迪

第三节 2012-2015年西式主题餐厅的发展策略

- 一、西式主题餐厅的制胜之道
- 二、西式主题餐厅本土化发展
- 三、美式主题餐厅的中国市场战略

第四节 2015年主要国家主题餐厅行业发展借鉴

- 一、美国
- 二、英国
- 三、日本

第三章2012-2015年中国主题餐厅行业发展现状分析

第一节 2012-2015年中国主题餐厅行业整体发展概况

- 一、2012-2015年餐饮业利润情况
- 二、餐饮业经营陷入困境
- 三、餐饮业服务水平和餐饮卫生质量
- 四、方便快捷的要求

第二节 我国主题餐厅业市场发展的状况

- 一、我国主题餐厅业起步和发展速度
- 二、我国主题餐厅业经营主体
- 三、我国主题餐厅业经营方式分析
- 四、我国主题餐厅业服务领域分析

第三节 2012-2015年我国主题餐厅业市场发展分析

- 一、2008年奥运会对主题餐厅业市场发展的影响
- 二、2012-2015年主题餐厅市场价格情况
- 三、2012-2015年主题餐厅价格分析
- 四、2012-2015年主题餐厅业成本问题分析
- 五、2012-2015年休闲主题餐厅产业发展潜力分析

第四节 中国主题餐厅业市场形势分析

- 一、到2015年中国主题餐厅业的市场发展态势
- 二、主题餐厅品牌以集群形式发展态势
- 三、联合采购中的保密问题
- 四、主题餐厅的休闲化发展趋势

第五节 2012-2015年中国主题餐厅行业市场消费者调查分析

- 一、消费者对西式主题餐厅的偏好程度分析

- 二、消费者对西式主题餐厅就餐形式的选择
- 三、消费者到西式主题餐厅店消费的周期
- 四、消费者中去西式主题餐厅店消费的金额
- 五、写字楼里的公司员工人数分布情况
- 六、写字楼里的公司员工更换订餐公司的频繁程度
- 七、消费者对午饭的满意情况和抱怨因素
- 八、消费者对不同价格的午饭接受情况
- 九、消费者最喜欢的主题餐厅食品
- 十、消费者选择主题餐厅的决定因素

第四章 我国主题餐厅市场发展分析

第一节 主题餐厅市标准化分析

- 一、主题餐厅产业化、标准化情况
- 二、主题餐厅标准化问题及其影响
- 三、主题餐厅市场标准化发展策略

第二节 主题餐厅市场发展状况

- 一、2012-2015年主题餐厅市场发展情况
- 二、主题餐厅发展的有利因素
- 三、主题餐厅发展制约因素
- 四、主题餐厅的全球化发展

第三节 主题餐厅发展前景和机遇

- 一、主题餐厅长期发展前景分析
- 二、2016-2022年主题餐厅市场发展前景
- 三、主题餐厅发展的新机遇

第四节 2012-2015年中国地区特色快餐食品的发展形式

- 一、云南的过桥米线
- 二、新疆的烤羊肉串
- 三、北京的烤鸭
- 四、河南的烩面
- 五、福建的沙县小吃
- 六、陕西的凉皮肉夹馍
- 七、兰州的牛肉拉面

第五章2015年中国主题餐厅细分市场发展现状分析

第一节 西式主题餐厅

- 一、西式主题餐厅的经营特点
- 二、西式主题餐厅在中国市场的目标消费群体
- 三、西式主题餐厅在中国市场的主要业态现状
- 四、2015年中国西式主题餐厅市场规模分析
- 五、2015年中国西式主题餐厅市场的竞争分析
- 六、西式主题餐厅在中国主题餐厅市场竞争力SWOT分析

第二节 中式主题餐厅

- 一、中式主题餐厅的经营特点
- 二、中式主题餐厅在中国市场的目标消费群体
- 三、中式主题餐厅在中国市场的主要业态现状
- 四、2015年中国中式主题餐厅市场规模分析
- 五、2015年中国中式主题餐厅市场的竞争分析
- 六、中式主题餐厅在中国主题餐厅市场竞争力SWOT分析

第三节 日式主题餐厅

- 一、日式主题餐厅的经营特点
- 二、日式主题餐厅在中国市场的目标消费群体
- 三、日式主题餐厅在中国市场的主要业态现状
- 四、2015年中国日式主题餐厅市场规模分析
- 五、2015年中国日式主题餐厅市场的竞争分析
- 六、日式主题餐厅在中国主题餐厅市场竞争力SWOT分析

第四节 韩式主题餐厅

- 一、韩式主题餐厅的经营特点
- 二、韩式主题餐厅在中国市场的目标消费群体
- 三、韩式主题餐厅在中国市场的主要业态现状
- 四、2015年中国韩式主题餐厅市场规模分析
- 五、2015年中国韩式主题餐厅市场的竞争分析
- 六、韩式主题餐厅在中国主题餐厅市场竞争力SWOT分析

第五节 伊斯兰式主题餐厅

- 一、伊斯兰式主题餐厅的经营特点

- 二、伊斯兰式主题餐厅在中国市场的目标消费群体
- 三、伊斯兰式主题餐厅在中国市场的主要业态现状
- 四、2015年中国伊斯兰式主题餐厅市场规模分析
- 五、2015年中国伊斯兰式主题餐厅市场的竞争分析
- 六、伊斯兰式主题餐厅在中国主题餐厅市场竞争力SWOT分析

第六节 城市网络主题餐厅

- 一、城市网络主题餐厅的经营特点
- 二、城市网络主题餐厅在中国市场的目标消费群体
- 三、城市网络主题餐厅在中国市场的主要业态现状
- 四、2015年中国城市网络主题餐厅市场规模分析
- 五、2015年中国城市网络主题餐厅市场的竞争分析
- 六、城市网络主题餐厅在中国主题餐厅市场竞争力SWOT分析

第六章 我国主题餐厅行业区域市场分析

第一节 北京市

- 一、主题餐厅行业现状
- 二、主题餐厅市场格局
- 三、主题餐厅消费者分析
- 四、主题餐厅行业发展趋势

第二节 上海市

- 一、主题餐厅行业现状
- 二、主题餐厅市场格局
- 三、主题餐厅消费者分析
- 四、主题餐厅行业发展趋势

第三节 广州市

- 一、主题餐厅行业现状
- 二、主题餐厅市场格局
- 三、主题餐厅消费者分析
- 四、主题餐厅行业发展趋势

第四节 深圳市

- 一、主题餐厅行业现状
- 二、主题餐厅市场格局

三、主题餐厅消费者分析

四、主题餐厅行业发展趋势

第五节 成都市

一、主题餐厅行业现状

二、主题餐厅市场格局

三、主题餐厅消费者分析

四、主题餐厅行业发展趋势

第七章 2012-2015年主题餐厅业的经营管理

第一节 主题餐厅业经营管理概况

一、主题餐厅经营自身模式建立的探索

二、主题餐厅业的员工管理方案探析

三、主题餐厅经营的关键准备

第二节 主题餐厅业的选址模式剖析

一、主题餐厅选址中应当考虑的因素

二、主题餐厅选址应遵循的基本原则

三、主题餐厅选址的模式及方法运用

四、西式主题餐厅加盟店的选址

第三节 主题餐厅经营的商圈分析

一、商圈的一般性原则

二、餐饮业商圈的特殊性

三、肯德基商圈策略的借鉴

四、主题餐厅企业扩张过程中商圈情况分析

五、商圈内主题餐厅企业单店取得相对竞争优势策略

第四节 主题餐厅业顾客关系管理研究

一、顾客关系管理概念

二、顾客消费行为特征及影响就餐的因素

三、顾客需求信息的管理

四、顾客关系管理的对策建议

第五节 主题餐厅企业外卖服务模式案例分析

一、麦当劳麦乐送业务供应链流程解析

二、嘉和一品外卖业务供应链流程解析

三、主题餐厅企业外卖服务面临的难点及挑战

第八章 2012-2015年主题餐厅信息化分析

第一节 主题餐厅业的信息化

- 一、主题餐厅企业实施信息化的原则
- 二、主题餐厅企业信息化平台的选择
- 三、信息化对主题餐厅企业的利益回报
- 四、发展主题餐厅信息化的软件与技术
- 五、影响主题餐厅企业信息系统建设因素
- 六、主题餐厅信息化管理的三大趋势

第二节 2012-2015年主题餐厅信息化分析

- 一、主题餐厅信息化的模式
 - 二、主题餐厅传统方式制约信息化发展
 - 三、主题餐厅企业的信息化管理
 - 四、主题餐厅信息化解决方案
 - 五、主题餐厅信息化建议
- ### 第三节 主题餐厅企业信息技术的运用分析
- 一、主题餐厅业信息化技术应用概述
 - 二、信息网络技术对主题餐厅业的必要性
 - 三、先进信息技术运用促进现代化主题餐厅业发展
 - 四、信息技术应用于主题餐厅业的策略

第四节 主题餐厅信息化集团管理

- 一、集团管理系统的组成
- 二、集团连锁信息化的目标
- 三、远程查询子系统
- 四、连锁管理子系统
- 五、集团管理方案的实施

第二部分 行业竞争格局

第九章 主题餐厅行业竞争分析

第一节 主题餐厅业竞争分析

- 一、中国主题餐厅业竞争格局

- 二、2015年主题餐厅企业竞争优势分析
- 三、主题餐厅行业中西式竞争现状
- 四、2015年外企早餐市场竞争动态
- 五、2015年中外企业奥运主题餐厅市场竞争分析

第二节 2015年主题餐厅竞争分析

- 一、2015年主题餐厅市场竞争情况分析
- 二、2015年主题餐厅市场竞争形势分析

第三节 2012-2015年中国主题餐厅行业竞争分析及预测

- 一、2012-2015年集中度分析及预测
- 二、2012-2015年SWOT分析及预测
- 三、2012-2015年进入退出状况分析及预测
- 四、2012-2015年生命周期分析及预测

第十章 主题餐厅企业竞争策略分析

第一节 主题餐厅市场竞争策略分析

- 一、2016年主题餐厅市场增长潜力分析
- 二、2016年主题餐厅主要潜力品种分析
- 三、现有主题餐厅竞争策略分析
- 四、主题餐厅潜力品种竞争策略选择
- 五、典型企业品种竞争策略分析

第二节 主题餐厅企业竞争策略分析

- 一、欧债危机对主题餐厅行业竞争格局的影响
- 二、欧债危机后主题餐厅行业竞争格局的变化
- 三、2016-2022年我国主题餐厅市场竞争趋势
- 四、2016-2022年主题餐厅行业竞争格局展望
- 五、2016-2022年主题餐厅行业竞争策略分析
- 六、2016-2022年主题餐厅企业竞争策略分析

第十一章 主题餐厅重点企业竞争分析

第一节 蒙古往事

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析

三、2012-2015年经营状况

四、2016-2022年发展战略

第二节 解剖餐厅

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2012-2015年经营状况

四、2016-2022年发展战略

第三节 女仆餐厅

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2012-2015年经营状况

四、2016-2022年发展战略

第四节 漆黑餐厅

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2012-2015年经营状况

四、2016-2022年发展战略

第五节 地狱餐厅

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2012-2015年经营状况

四、2016-2022年发展战略

第六节 吸血鬼餐厅

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2012-2015年经营状况

四、2016-2022年发展战略

第七节 机器人餐厅

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2012-2015年经营状况

四、2016-2022年发展战略

第八节 救世主餐厅

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2012-2015年经营状况

四、2016-2022年发展战略

第九节 古典文化主题餐厅纹枰咖啡厅

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2012-2015年经营状况

四、2016-2022年发展战略

第十节 现代厕所类餐厅

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2012-2015年经营状况

四、2016-2022年发展战略

第十一节 希特勒十字架餐厅

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2012-2015年经营状况

四、2016-2022年发展战略

第十二节 星语西餐厅

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2012-2015年经营状况

四、2016-2022年发展战略

第十三节 手谈茶吧

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2012-2015年经营状况

四、2016-2022年发展战略

第十四节 天空之城

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2012-2015年经营状况

四、2016-2022年发展战略

第十五节 野味第一村

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2012-2015年经营状况

四、2016-2022年发展战略

第三部分 行业前景预测

第十二章 主题餐厅业发展趋势分析

第一节 我国主题餐厅业的发展预测

一、2016年主题餐厅业的发展走势

二、2016年主题餐厅业消费发展预测

三、2016年主题餐厅业的市场发展预测

四、2016年主题餐厅业的机遇发展预测

五、2016-2022年中国主题餐厅业发展预测

第二节 我国主题餐厅行业发展趋势分析

一、我国主题餐厅业发展的趋势及对策

二、2015年中国主题餐厅行业发展趋势

三、2015年我国主题餐厅行业市场规模预测

四、2016-2022年主题餐厅食品行业发展趋势

第三节 2016-2022年主题餐厅市场发展趋势分析

一、主题餐厅国内主题餐厅市场竞争趋势

二、主题餐厅标准化发展趋势

三、主题餐厅产业化进程趋势

四、主题餐厅市场发展趋势

五、主题餐厅企业联合发展趋势

第十三章 主题餐厅行业发展预测

第一节 2016-2022年主题餐厅市场趋势分析

一、2012-2015年主题餐厅市场趋势总结

- 二、2016-2022年主题餐厅发展趋势分析
- 三、2016-2022年主题餐厅市场发展空间
- 四、2016-2022年主题餐厅产业政策趋向
- 五、2016-2022年主题餐厅价格走势分析
- 第二节 2016-2022年主题餐厅市场预测
- 一、2016-2022年主题餐厅市场结构预测
- 二、2016-2022年主题餐厅市场需求前景
- 三、2016-2022年主题餐厅市场价格预测
- 四、2016-2022年主题餐厅行业集中度预测

第四部分 投资战略研究

第十四章 主题餐厅行业投资现状分析

第一节 2015年主题餐厅行业投资情况分析

- 一、2015年总体投资及结构
- 二、2015年投资规模情况
- 三、2015年投资增速情况
- 四、2015年分行业投资分析
- 五、2015年分地区投资分析
- 六、2015年外商投资情况

第二节 2015年5-10月主题餐厅行业投资情况分析

- 一、2015年5-10月总体投资及结构
- 二、2015年5-10月投资规模情况
- 三、2015年5-10月投资增速情况
- 四、2015年5-10月分行业投资分析
- 五、2015年5-10月分地区投资分析
- 六、2015年5-10月外商投资情况

第十五章 主题餐厅行业投资环境分析

第一节 经济发展环境分析

- 一、2012-2015年我国宏观经济运行情况
- 二、2016-2022年我国宏观经济形势分析
- 三、2016-2022年投资趋势及其影响预测

第二节 政策法规环境分析

一、2015年主题餐厅行业政策环境

二、2015年国内宏观政策对其影响

三、2015年行业产业政策对其影响

第三节 社会发展环境分析

一、国内社会环境发展现状

二、2015年社会环境发展分析

三、2016-2022年社会环境对行业的影响分析

第十六章 主题餐厅行业投资机会与风险

第一节 主题餐厅行业投资效益分析

一、2012-2015年主题餐厅行业投资状况分析

二、2016-2022年主题餐厅行业投资效益分析

三、2016-2022年主题餐厅行业投资趋势预测

四、2016-2022年主题餐厅行业的投资方向

五、2016-2022年主题餐厅行业投资的建议

六、新进入者应注意的障碍因素分析

第二节 影响主题餐厅行业发展的主要因素

一、2016-2022年影响主题餐厅行业运行的有利因素分析

二、2016-2022年影响主题餐厅行业运行的稳定因素分析

三、2016-2022年影响主题餐厅行业运行的不利因素分析

四、2016-2022年我国主题餐厅行业发展面临的挑战分析

五、2016-2022年我国主题餐厅行业发展面临的机遇分析

第三节 主题餐厅行业投资风险及控制策略分析

一、2016-2022年主题餐厅行业市场风险及控制策略

二、2016-2022年主题餐厅行业政策风险及控制策略

三、2016-2022年主题餐厅行业经营风险及控制策略

四、2016-2022年主题餐厅同业竞争风险及控制策略

五、2016-2022年主题餐厅行业其他风险及控制策略

第十七章 主题餐厅行业投资战略研究

第一节 主题餐厅行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、业务组合战略
- 三、区域战略规划
- 四、产业战略规划
- 五、营销品牌战略
- 六、竞争战略规划

第二节 主题餐厅品牌的战略思考

- 一、企业品牌的重要性
- 二、主题餐厅实施品牌战略的意义
- 三、主题餐厅企业品牌的现状分析
- 四、主题餐厅企业的品牌战略
- 五、主题餐厅品牌战略管理的策略

第三节 主题餐厅行业投资战略研究

- 一、2015年主题餐厅行业投资战略
- 二、2015年主题餐厅行业投资战略
- 三、2016-2022年主题餐厅行业投资战略
- 四、2016-2022年细分行业投资战略

第十八章 主题餐厅业发展策略分析

第一节 主题餐厅行业发展策略

- 一、市场定位和本质特征的坚持策略
- 二、标准化、工厂化、规模化和科学化目标的树立策略
- 三、开拓创新策略
- 四、连锁扩张策略分析
- 五、特许连锁同直营连锁共同发展策略分析
- 六、规模效益策略分析
- 七、人才策略分析

第二节 主题餐厅行业中小企业发展战略

- 一、企业的战略规划
- 二、市场竞争策略
- 三、战略实施程度

第三节 主题餐厅发展策略

- 一、产品开发策略
- 二、连锁经营策略
- 三、促销策略
- 四、主题餐厅企业发展壮大策略

图表目录:

图表：主题餐厅业的细分行业分类

图表：主题餐厅业细分行业和业态的发展

图表：主题餐厅业态类型

图表：主题餐厅业成本结构表

图表：2012-2015年主题餐厅业增长贡献率和拉动率变化情况

图表：全国主题餐厅业零售额中居民餐饮消费比例

图表：每平方米单位面积主题餐厅营业额

图表：不同城市的人最喜欢的主题餐厅种类

图表：不同城市比较经常吃主题餐厅的时间

图表：不同城市的市民在选择主题餐厅时的较多考虑的因素的比例

图表：2015年肯德基价格走势

图表：2015年肯德基市场占有率

图表：2015年蒙古往事食品价格走势

图表：2015年蒙古往事食品占有市场份额

图表：2015年解剖餐厅食品价格走势

图表：2015年解剖餐厅食品占有市场份额

图表：2015年漆黑餐厅食品价格走势

图表：2015年漆黑餐厅食品占有市场份额

图表：2015年地狱餐厅食品价格走势

图表：2015年地狱餐厅食品占有市场份额

图表：2015年吸血鬼餐厅食品价格走势

图表：2015年吸血鬼餐厅食品占有市场份额

图表：2015年机器人餐厅食品价格走势

图表：2015年机器人餐厅食品占有市场份额

图表：消费者对西式主题餐厅的偏好程度分析

图表：消费者对西式主题餐厅就餐形式的选择

图表：消费者到西式主题餐厅店消费的周期

图表：消费者中去西式主题餐厅店消费的金额

图表：北京写字楼里的公司员工人数分布情况

图表：北京写字楼里的公司员工更换订餐公司的频繁程度

图表：消费者对午饭的满意情况和抱怨因素

图表：消费者对不同价格的午饭接受情况

图表：消费者最喜欢的主题餐厅食品

图表：消费者选择主题餐厅的决定因素

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/272646.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提供专业投资咨询报告、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。