



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国餐饮市场分析 及投资策略研究报告

一、调研说明

《2016-2022年中国餐饮市场分析及投资策略研究报告》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/276919.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

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。中国餐饮行业分类图

2014年全国餐饮收入达到27860亿元，其中大众餐饮收入22288亿元，在总体收入的占比达到80%。而与上年相比，高端餐饮营业额下降6%，人均消费较上年下降20%，平均毛利率下降8%；大众餐饮营业额增长12%，人均消费增长15.2%，平均毛利率增长0.3%。此外，火锅、快餐增长最快，2014年营业额分别增长16.5%、11%。2009-2014年中国餐饮行业市场规模走势图

报告揭示了餐饮行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国餐饮做了重点企业经营状况分析，并分析了中国餐饮行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

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、2014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	18
一、美国餐饮业	18
二、日本餐饮业	20
三、英国餐饮业	21

四、韩国餐饮业	23
五、印尼餐饮业	23
第三节 国内外餐饮特许经营对比分析	25
一、国内外餐饮特许经营的相似点	25
二、国内外餐饮特许经营的差异处	26
第二章 2015年中国餐饮业发展环境分析	29
第一节 2015年中国宏观经济环境分析	29
一、2015年中国GDP增长情况分析	29
二、2015年中国工业经济发展形势分析	31
三、2015年中国全社会固定资产投资分析	39
四、2015年中国社会消费品零售总额分析	46
五、2015年中国城乡居民收入与消费分析	49
六、2015年中国对外贸易发展形势分析	56
第二节 中国餐饮业政策环境分析	60
一、中国餐饮行业管理体制	60
二、中国餐饮业政策的实施情况	60
三、餐饮业响应扩大内需十项行动	61
四、国家开展餐饮食品安全整顿	62
五、餐饮食品安全相关政策综述	64
六、中国餐饮行业发展规划分析	64
第三节 中国餐饮业相关产业环境分析	69
一、中央厨房的相关概述	69
二、中央厨房产业链及OEM	70
三、中央厨房细分领域发展现状	71
四、团餐业中央厨房未来竞争态势	72
第四节 中国饮食文化环境分析	73
一、中国传统饮食文化	73
二、中国饮食文化与历史	74
三、历代餐具看中国饮食文化	81
四、中国各地区饮食文化分析	82
第五节 中国旅游业发展环境分析	85

- 一、中国旅游业发展的现状 85
- 二、2015年中国旅游总收入分析 86
- 三、2015年国内旅游市场规模分析 86
- 四、2015年旅游经济运行情况分析 91
- 五、“十三五”中国旅游经济发展机遇 92

第三章 2015年中国餐饮行业发展分析 96

第一节 中国餐饮行业相关概述 96

- 一、餐饮业定义 96
- 二、餐饮业分类 96
- 三、餐饮业产业链 97

第二节 中国餐饮行业发展运行情况 98

- 一、2015年中国餐饮市场特点 98
- 二、中国餐饮市场增长的原因 100
- 三、餐饮企业的成本控制分析 101
- 四、中国餐饮市场存在的问题 102
- 五、中国餐饮行业机遇和挑战 103

第三节 中国连锁餐饮行业发展运行情况 110

- 一、中国连锁餐饮发展背景与起源 110
- 二、中国连锁餐饮发展历程和阶段 111
- 三、连锁餐饮迅速发展的优势分析 112
- 四、中国连锁餐饮发展现状及特点 113
- 五、中国连锁餐饮存在的问题分析 116
- 六、中国连锁餐饮发展对策与措施 118
- 七、中国发展餐饮连锁的对策建议 119
- 八、中国连锁餐饮发展方向及重点 120

第四章 2011-2015年中国餐饮行业相关数据分析 121

第一节 2015年中国餐饮行业经济指标统计 121

- 一、2015年中国餐饮业总体规模分析 121
- 二、2015年中国餐饮业资产负债统计 122
- 三、2015年中国餐饮业经营效益统计 122

四、2015年中国餐饮业市场结构统计	123
第二节 2015年中国连锁餐饮行业经济指标统计	125
一、2015年中国连锁餐饮业市场规模统计	125
二、2015年中国连锁餐饮业营业收入统计	126
三、2015年中国连锁餐饮业市场结构统计	127
四、2015年中国各地连锁餐饮业基本情况	127
第三节 2015年中国餐饮行业相关产品产量分析	128
一、2015年年中国大米产量统计	128
二、2015年中国小麦粉产量统计	129
三、2015年中国食用植物油产量统计	129
四、2015年中国鲜冷藏肉产量统计	132
五、2015年中国味精产量统计	133
六、2015年中国酱油产量统计	134
七、2015年中国饮料酒产量统计	134

第五章 2011-2015年中国餐饮业态发展分析 136

第一节 中国快餐业市场发展分析 136

- 一、国内快餐业发展阶段 136
- 二、国内快餐业运营状况 141
- 三、快餐业企业运营特点 143

2014年，整个餐饮市场在波动中前行，预计全年有望保持稳定增长态势，限额以上餐饮维持正增长。但是，餐饮行业转型升级、结构调整还处在“摸石头过河”的实践阶段，再加上食品安全、营改增、标准工时、消费争议、餐饮环保排放等问题层出不穷，行业发展完全走出困境需要做好充分准备打持久战。根据规划，十二五期间我国餐饮业发展主要任务如下表所示：

我国餐饮业十二五发展主要任务	任务	具体内容
提高餐饮规范化水平	建立健全餐饮业标准体系，加大餐饮业行业标准的推广实施力度，全面提升行业标准化水平，有条件的地区要建立餐饮业标准化培训、推广、示范中心。按照行业发展特点，分别从规范企业主体行为、从业人员行为、行业服务行为等环节入手，制订或修订相关标准，加快形成餐饮行业的标准体系。对已经制订的标准，各地要加强宣传和贯彻落实工作。	优化餐饮业发展结构
积极实施餐饮产业聚集战略，在对传统菜系改良、创新的基础上，推动餐饮集聚化发展。结合各地餐饮消费特点，形成辣文化餐饮集聚区，北方菜餐饮集聚区，淮扬菜餐饮集聚区，粤菜餐饮集聚区和清真菜餐饮集聚区。结合城市发展需求，在中心城市建设一批美食街。在城		

市商务区，依托大型餐饮企业，建设集餐饮、娱乐、休闲于一体的餐饮服务实体。在居民社区，建设各具特色、老少皆宜的餐饮门店。

推动餐饮规模化发展 加强纵向与横向的餐饮协作，鼓励资本运作，推进餐饮业集约化生产，加快餐饮企业集团化、规模化步伐。大力推广现代管理模式，加快发展连锁经营、网络营销、集中采购、统一配送等现代流通方式；加快发展加盟连锁和特许连锁，积极引进世界知名的餐饮连锁公司，促进我国传统餐饮业的改造。大力发展特色餐饮、快餐送餐、餐饮食品等多种业态的连锁经营。培育一批跨区域、全国性的餐饮连锁示范企业，扶持餐饮企业做大做强。

实施早餐示范工程 在中心城市新建或改造主食加工配送中心，支持餐饮龙头企业按照《主食加工配送中心建设规范》要求，建设或改造部分主食加工配送中心，有效增强其加工配送及质量保障能力。进一步增强主食加工配送中心的研发、生产、检验和配送功能，丰富配送品种，扩大配送范围，在满足早餐配送的基础上，积极探索中式快餐和大众化餐饮的配送模式。依托主食加工配送中心按照《早餐经营规范》和《固定门店式餐饮网点建设规范》要求，新建、改造、提升现有的室内早餐店，建设标准化固定早餐门店，在经营早餐的基础上积极向中式快餐和大众化餐饮方向拓展。

大力发展节约型餐饮 贯彻落实《国务院办公厅关于进一步加强节约粮食反对浪费工作的通知（国办发【2010】7号）》要求，开展多种形式的社会倡议活动，大力推进餐饮企业节约化经营，引导消费者合理消费。切实做好节能工作，继续抓好减少使用一次性筷子等工作。在饭店、酒店等餐饮场所倡导绿色餐饮，实施绿色照明工程。建立健全餐饮操作规程和质量控制体系，提倡6S管理（整理、整顿、清扫、安全、清洁和素养）。

回收利用餐厨垃圾 加强餐厨废弃物收运管理，建立餐厨垃圾排放登记制度。配合有关部门制订和完善餐厨废弃物管理办法，督促餐饮企业做到餐厨垃圾分类收集放置，日产日清，严禁乱倒乱堆餐厨废弃物；严厉打击非法收运餐厨废弃物的行为；禁止将餐厨废弃物交给不具备资质的单位或个人处理；鼓励和支持企业探索适宜的处理技术及管理模式，推进餐厨废弃物资源化利用和无害化处理。

加强饮食安全工作 各地商务主管部门要贯彻落实《商务部关于加强餐饮食品安全工作的通知》（商服贸函【2011】731号）。建立健全餐饮企业信用体系，引导企业开展规范经营、诚信经营。严格餐饮企业采购环节管理，建立食品和原材料的采购追溯制度。规范餐饮市场秩序，重点加强卫生、质量等方面的规范化管理。建立健全企业、消费者、政府部门和新闻媒体四位一体的监督管理体系，促进餐饮业健康有序发展。实施农餐对接。为发挥餐饮业在提高农业生产的组织化程度中的作用，保证餐饮原材料的安全，鼓励大型餐饮企业建立农产品生产基地和采购基地，建立餐饮企业主要原材料固定的供货渠道，探索农业种植与餐饮的合作模式。与本地区食品安全监督管理部门加强合作，共同推进餐饮服务食品安全百千万示范工程，建设一批示范单位，树立一批先进典型，推广一批先进经验。

提升餐饮品牌化水平 保护和弘扬老字号餐饮品牌，积极引导老字号开拓创新。鼓励支持老字号餐饮企

业开拓特许经营业务，进一步提高企业知名度。继续做好全国酒家酒店等级评定工作，将等级评定与提升餐饮服务业素质、实施品牌战略相结合，促进国家级酒家酒店的品牌化发展。培育一批拥有知识产权和知名品牌、具有国际竞争力的大型餐饮企业集团，帮助餐饮企业加大品牌形象宣传，加强知识产权保护，推动品牌经营理念和连锁经营等现代流通方式在全行业普及。将企业品牌培育与餐饮菜系、菜品创新和技术进步紧密结合，发挥名店、名菜、名师的品牌叠加效应。积极推动中华餐饮文化“走出去”把中华餐饮文化的优良传统与世界先进的餐饮文化结合起来，吸收国外先进的经营理念、先进技术，建设有中国特色的现代化餐饮，提升中餐国际竞争力。重点引导有实力、品牌效应好的中国餐饮企业“走出去”，开拓国际餐饮市场。资料来源：艾凯咨询网整理

作为中国餐饮业的重要组成部分，近年来我国快餐产业取得了较好的发展成就，2014年我国快餐行业规模有望达到9850亿元，占我国餐饮市场总量的36.3%。2009-2014年中国快餐产业收入格局（亿元，%）

年份	快餐行业收入	中式快餐占比	中式快餐规模	西式快餐占比	西式快餐规模
2009年	4590	72.3%	3320	27.7%	1270
2010年	5500	74.5%	4100	25.5%	1400
2011年	6650	77.4%	5150	22.6%	1500
2012年	7850	78.6%	6173	21.4%	1677
2013年	9040	80.6%	7285	19.4%	1755
2014年	9850	80.9%	7970	19.1%	1880

资料来源：国家统计局

四、快餐业发展制约因素	146
五、国内快餐业发展问题	149
六、中国快餐业发展对策	149
七、未来快餐业发展战略	150
八、未来快餐业发展趋势	152
九、未来快餐业发展展望	152
第二节 中国中式快餐市场发展分析	154
一、国内中式快餐发展概述	154
二、中式快餐发展态势分析	156
三、中式快餐的优劣势分析	157
四、中式快餐的可行性分析	161
五、中式快餐的标准化模式	162
六、中式快餐营销策略分析	163
七、中式快餐发展问题分析	165
八、中式快餐业的发展对策	166
九、中式快餐发展前景展望	169

第三节 中国酒（饭）店餐饮业分析 170

一、酒店餐饮业特点及形势 170

二、酒店餐饮经营五要素 171

三、饭店业餐饮发展状况 172

四、酒店餐饮业人才情况 173

五、国内酒店成本控制策略 174

六、酒店餐饮业可持续发展 177

七、酒店餐饮业大众化经营 177

八、酒店餐饮业营销分析 179

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 184

一、国外各类西餐特色 184

二、国内西餐市场现状 186

三、国内西餐产业链分析 186

四、西餐市场发展趋势 188

五、西餐市场经营趋势 189

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 194

四、休闲餐饮 194

五、商场餐饮 195

六、航空餐饮 195

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	235
一、最近一次就餐的场所调查	235
二、消费者餐饮消费频率调查	236
三、消费者餐厅选择的关注因素调查	237
第三节 消费者餐饮消费满意度情况调查	238
一、餐饮消费整体满意程度调查	238
二、食品安全状况调查	238
三、餐饮消费满意度指标的评价对比调查	239
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	240
一、餐饮消费中的投诉与维权调查	240
二、餐饮企业公关及危机处理调查	244
第八章 2015年中国各地区餐饮业发展情况	246
第一节 山东省	246
一、山东省餐饮业发展概况	246
二、鲁菜经营发展情况分析	249

三、鲁菜餐饮品牌企业发展概况	251
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	253
第二节 江苏省	254
一、江苏省餐饮产业发展现状	254
二、南京市餐饮行业发展分析	263
三、苏州市餐饮行业发展分析	263
四、江苏省餐饮企业主要问题	264
五、江苏餐饮企业发展政策建议	267
第三节 上海市	276
一、上海市餐饮产业发展概况	276
二、餐饮业对上海经济的贡献度	278
三、上海市餐饮产业业态分析	278
四、上海市餐饮市场格局分析	279
五、上海市餐饮网点分析	281
第四节 广东省	281
一、2014年广东省经济发展情况	281
二、广东省餐饮业发展现状分析	284
三、广东省餐饮产业服务密度分析	284
四、2014年广东省餐饮业业态发展概况	285
五、广东省餐饮业发展新政策与经验	297
六、十三五广东餐饮业发展政策建议	298
第五节 重庆市	298
一、2014年重庆市经济发展情况	298
二、重庆市餐饮行业发展历程	302
三、重庆市餐饮行业发展现状	303
四、重庆市餐饮行业发展特色	303
第六节 云南省	304
一、2015年云南省经济发展情况	304
二、云南省餐饮业发展现状分析	306
三、云南省餐饮业SWOT分析	307
四、云南餐饮业发展主要问题	309

五、云南发展餐饮业发展对策建议 310

六、云南餐饮业发展面临的机遇 311

第九章 2011-2015年中国餐饮市场竞争分析 313

第一节 中国餐饮市场竞争概况 313

一、餐饮企业组织形式 313

二、餐饮行业竞争要素 313

三、餐饮市场竞争状况 315

第二节 中国餐饮市场竞争格局 316

一、餐饮市场竞争态势 316

二、餐饮市场竞争格局 316

三、餐饮业市场集中度 317

四、餐饮业区域集中度 320

第三节 国内餐饮市场竞争策略 321

一、餐饮行业竞争趋势 321

二、餐饮市场竞争策略 321

三、应对餐饮竞争举措 323

四、提升餐饮核心竞争力 324

第十章 2015年中国主要餐饮企业分析 326

第一节 百胜餐饮集团 326

一、企业基本情况 326

二、企业经营状况分析 326

三、百胜餐饮转战中国市场 331

四、百胜餐饮集团收购小肥羊 332

第二节 麦当劳 333

一、企业基本情况 333

二、企业经营状况分析 334

三、麦当劳加速本土化 339

四、麦当劳在华业务迅速扩张 339

第三节 棒约翰 340

一、企业基本情况 340

二、2015年企业经营状况分析	340
三、外卖将成为棒?约翰业务增长点	341
四、棒?约翰公司在华发展情况分析	341
五、美国棒?约翰公司的成功秘诀	342
第四节 中国全聚德（集团）股份有限公司	343
一、企业基本情况	343
二、企业经营情况分析	344
三、企业经济指标分析	345
四、企业盈利能力分析	345
五、企业偿债能力分析	346
六、企业运营能力分析	347
七、企业成本费用分析	348
第五节 湘鄂情股份有限公司	348
一、企业基本情况	348
二、企业经营情况分析	349
三、企业经济指标分析	350
四、企业盈利能力分析	350
五、企业偿债能力分析	351
六、企业运营能力分析	352
七、企业成本费用分析	353
第六节 西安饮食股份有限公司	353
一、企业基本情况	353
二、企业经营情况分析	354
三、企业经济指标分析	355
四、企业盈利能力分析	356
五、企业偿债能力分析	357
六、企业运营能力分析	358
七、企业成本费用分析	358
第七节 上海锦江国际酒店发展股份有限公司	359
一、企业基本情况	359
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	361
五、企业偿债能力分析	362
六、企业运营能力分析	363
七、企业成本费用分析	363
第八节 华天酒店集团股份有限公司	364
一、企业基本情况	364
二、企业经营情况分析	365
三、企业经济指标分析	366
四、企业盈利能力分析	366
五、企业偿债能力分析	367
六、企业运营能力分析	368
七、企业成本费用分析	369
第九节 小肥羊集团有限公司	369
一、企业基本情况	369
二、企业经营情况分析	370
三、企业经济指标分析	371
四、企业盈利能力分析	372
五、企业偿债能力分析	372
六、企业运营能力分析	372
第十节 味千（中国）控股有限公司	372
一、企业基本情况	372
二、企业经营情况分析	373
三、企业经济指标分析	374
四、企业盈利能力分析	375
五、企业偿债能力分析	376
六、企业运营能力分析	377
第十一节 广州市真功夫餐饮管理有限公司	378
一、企业基本情况	378
二、企业经营发展历程	379
三、企业经营发展计划	381
第十二节 内蒙古小尾羊餐饮连锁公司	382
一、企业基本情况	382

二、企业品牌经营分析	383
三、企业经营发展战略	384
第十三节 重庆德庄实业（集团）有限公司	384
一、企业基本情况	384
二、企业经营发展历程	385
三、企业产业分布情况	388
第十四节 顶新国际集团德克士食品	390
一、企业基本情况	390
二、企业经营发展历程	391
三、企业营销发展战略	393
第十五节 重庆小天鹅投资控股（集团）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
第十六节 狗不理集团股份有限公司	396
一、企业基本情况	396
二、企业经营发展历程	397
三、企业经营发展态势	398
第十七节 俏江南股份有限公司	399
一、企业基本情况	399
二、企业经营发展历程	399
三、企业经营发展态势	400
第十八节 沈阳小土豆餐饮有限公司	400
一、企业基本情况	400
二、企业经营发展历程	400
三、企业经营发展策略	401
第十九节 四川海底捞餐饮股份有限公司	401
一、企业基本情况	401
二、企业经营发展历程	403
三、企业经营发展展望	403
第二十节 合兴餐饮集团	404
一、企业基本情况	404

二、企业旗下品牌分析	408
三、企业经营发展策略	408
第二十一节 上海杏花楼（集团）股份有限公司	408
一、企业基本情况	408
二、企业经营发展历程	409
三、企业经营发展优势	409
四、企业经营发展战略	410
第二十二节 大娘水饺餐饮集团股份有限公司	410
一、企业基本情况	410
二、企业经营发展历程	411
三、企业创新标准方针	411
第二十三节 永和大王	412
一、企业基本情况	412
二、企业收购调整分析	412
三、企业经营发展战略	413
第二十四节 马兰拉面快餐连锁有限公司	414
一、企业基本情况	414
二、企业经营情况分析	414
三、企业经营品牌战略	414
第二十五节 深圳市嘉旺餐饮连锁有限公司	415
一、企业基本情况	415
二、企业经营发展历程	415
三、企业产品质量体系	416
第二十六节 深圳面点王饮食连锁有限公司	416
一、企业基本情况	416
二、企业食物产品特色	417
三、企业经营创新模式	418
第二十七节 千喜鹤集团	418
一、企业基本情况	418
二、企业经营发展历程	419
三、企业经营发展优势	420

第十一章 2011-2015年中国餐饮业战略规划 421

第一节 餐饮业战略思考 421

- 一、餐饮业的战略规划问题 421
- 二、餐饮业的发展战略思考 421
- 三、餐饮业核心竞争力分析 427
- 四、中小餐饮企业战略分析 428

第二节 餐饮企业战略规划 428

- 一、品牌发展战略规划 428
- 二、顾客价值战略规划 429
- 三、创新营销战略规划 430
- 四、特色选择战略规划 431

第三节 餐饮企业发展策略 431

- 一、餐饮连锁路径选择 431
- 二、餐饮企业发展策略 433
- 三、餐饮业的发展战略 435
- 四、餐饮业的国际发展 437

第十二章 2011-2015年中国餐饮业营销分析 439

第一节 中国餐饮业营销概述 439

- 一、餐饮营销观念阶段演变 439
- 二、餐饮行业品牌营销现状 442
- 三、餐饮市场营销发展方向 444
- 四、餐饮业的营销发展趋势 446

第二节 中国餐饮业营销策略分析 447

- 一、餐饮业营销手段与技巧 447
- 二、餐饮市场营销成功要素 448
- 三、餐饮业整合营销的应用 450
- 四、餐饮管理中新营销策略 452
- 五、特色餐饮业的营销技巧 452

第三节 餐饮业细分营销策略分析 454

- 一、餐饮业产品创新营销 454
- 二、餐饮业服务营销策略 455

三、餐饮业文化营销策略	458
四、餐饮业口碑营销策略	463
五、餐饮业网络营销分析	466
第四节 餐饮企业营销战略规划	468
一、企业营销战略的内容	468
二、企业营销战略的类型	472
三、制定营销战略的过程	475
四、营销战略的具体实施	477
五、餐饮市场的攻击战略	480
第十三章 2016-2022年中国餐饮业的发展动态与趋势	483
第一节 新型餐饮业态研究	483
一、中国餐饮消费变化分析	483
二、中外餐饮消费特点比较	484
三、中国餐饮业态发展历程	485
四、国内新型餐饮业特点分析	485
第二节 中餐业发展潜力分析	486
一、中国餐饮业产业优势分析	486
二、中国餐饮业的市场发展机遇	487
三、中国餐饮业不足与面临的威胁	489
第三节 未来中国餐饮市场发展趋势	490
第十四章 2016-2022年中国餐饮业发展预测	491
第一节 2016-2022年中国餐饮业营业收入趋势预测	491
第二节 2016-2022年中国连锁餐饮业发展趋势预测	491
第三节 2016-2022年中国餐饮企业营销趋势预测	492
第四节 2016-2022年中国餐饮业市场需求变化预测	494
第五节 2016-2022年中国餐饮业企业发展趋势预测	496
第十五章 中国餐饮业投资风险因素及机会分析	499
第一节 餐饮业主要的经营风险因素	499
一、宏观经济风险	499

二、安全风险	499
三、管理风险	499
四、市场竞争风险	500
第二节 餐饮业保险	500
一、餐饮业保险概述	500
二、餐饮业保险的兴起	503
三、餐饮业保险盲区分析	504
四、华安保险逆势分析	505
五、餐饮保险的意义	507
第三节 中国餐饮业投资机会及建议	508
一、中国餐饮市场融资动态	508
二、进入高档餐饮业主要障碍	509
三、快餐业的投资潜力分析	510
四、中国餐饮业的市场进入机会	511
五、餐饮业的投资竞争及其影响	511
六、中国餐饮业市场投资建议	513
（一）投资餐饮业做足竞争的准备	513
（二）餐饮投资需抓好的四个关键	513
（三）休闲快餐投资前景看好	515
（四）中国连锁餐饮选址建议	515

图表目录：

图表：2011-2015年美国餐饮业行业收入（亿美元）
图表：2013-2015年美国CPI消费物价指数
图表：美国餐厅各项开支及税前利润占销售比
图表：2011-2015年日本餐饮业市场规模（亿日元）
图表：2010-2015年欧洲地区餐饮业市场规模（亿美元）
图表：2010-2015年英国餐饮业市场营业额（亿英镑）
图表：中国餐饮行业分类图
图表：餐饮行业分类
图表：中国餐饮行业产业链
图表：2002-2015年中国餐饮行业销售收入情况

图表：2015年全国餐饮行业分省市销售收入

图表：2015年餐饮百强企业及餐饮收入增长速度

图表：2015年餐饮百强企业连锁门店结构

图表：2006-2015年我国餐饮业资产走势图

图表：2006-2015年我国餐饮业负债走势图

图表：2006-2015年我国餐饮业利润总额走势图

图表：2006-2015年我国餐饮业细分产业资产统计表（十亿元）

图表：2015年餐饮业资产结构

图表：2006-2015年我国餐饮业细分产业负债统计表（十亿元）

图表：2015年餐饮业负债结构

图表：2006-2015年我国餐饮业细分产业利润总额统计表（十亿元）

图表：2015年餐饮业利润结构

图表：2004-2015年中国餐饮行业百强企业营收总额及占餐饮行业比重分析

图表：2015年中国餐饮百强企业营收

图表：2004-2015年中国大米产量

图表：2004-2015年中国小麦粉产量统计情况

图表：我国食用油和小包装植物油市场销量

图表：2004-2015年中国精制植物油行业产量情况

图表：中国各省市精制食用植物油产量数据（2014年1-12月）

图表：中国各省市精制食用植物油产量集中度分析

图表：2010-2015年中国鲜冷藏肉产量（单位：万吨）

图表：2006-2015年我国味精产量统计表（万吨）

图表：2006-2015年我国酱油产量统计表（万吨）

图表：2006-2015年我国饮料酒产量统计表（万吨）

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/276919.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。