



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008-2010年中国餐饮行业调研 及投资咨询报告

一、调研说明

《2008-2010年中国餐饮行业调研及投资咨询报告》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/46187.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

2007年全国餐饮企业营业零售额累计达12352亿元,同比增长19.4%，其中快餐业和火锅业发展最快。与改革开放初期相比，2007年中国餐饮营业额是1978年的225倍，年平均增长率高达20.53%。2008年一季度，全国住宿与餐饮市场延续2007年四季度的走势，继续保持20%以上的高增长，零售额达到3687.3亿元，同比增长23.6%。预计2008年餐饮市场继续保持快速增长的势头不会改变，全年将突破14700亿元，增长19%，全国人均餐饮消费支出将达到1100元。

从餐饮企业竞争与发展格局来看，2008年我国餐饮企业竞争将更加激烈，并伴有更多企业上市。2007年度餐饮百强企业的零售总额达998.38亿元。2007年餐饮百强门店总数达到14418家，其中直营店5715家，占39.64%；加盟店8438家，占58.52%；承包经营265家，占1.84%。与上年相比，餐饮百强直营店总数增加了2个百分点，零售额同比增长32.54%；加盟店总数下降2.4个百分点。小肥羊2006年旗下共96家直营店、625家加盟店，2007直营店数量上升到101家，加盟店减至257家。2007年中国餐饮业的突出特点是资本活跃，百年老字号全聚德的成功上市，另外还有超过40家的企业正在积极争取上市，其中，重庆的4家火锅企业已进入上市辅导期，有2家已获得风险投资。预计2008年我国将有更多的餐饮企业上市。

从长远来看，随着对外开放的扩大和经济持续稳定快速增长，城乡居民收入增加，生活水平不断提高，我国的餐饮业发展非常迅速，近几年餐饮业的增长率都比其它行业高出十个百分点以上，可以说我国正迎来一个餐饮业大发展的时期，市场潜力巨大，前景非常广阔。另外在改革开放的大环境下，餐饮市场已日趋成熟，并逐步成长起一批有规模、有实力，而且具有持续发展的现代化餐饮公司。伴随着2008年北京奥运会和2010年上海世博会的举办，我国经济必然会迎来一个飞速发展的阶段。毫无疑问，顺势而为，餐饮业又将会登上一个新的台阶。强强联合、连锁经营、多元化发展是中国餐饮业大势所趋。

那么，在当前餐饮行业发展形势下，我国餐饮企业该如何分析当前行业发展形势、把握未来市场发展方向，根据行业趋势制定发展战略呢？另外，中国餐饮业的可持续发展在很大程度上取决于摆脱以往单打独斗、小而散的局面，那么餐饮企业该如何树立先进的经营理念和经营模式，积极整合资源，提高产业集中度，推进现代餐饮的标准化、产业化和国际化，实现品牌跨区域连锁化、规模化经营，构建高效运行机制和赢利模式呢？

本报告主要依据国家统计局、国家发改委、国家商务部、中国消费者协会、中国烹饪协会、中国旅游饭店业协会、中国各省市餐饮协会、全国商业信息中心、国民经济景气监测中心、中国行业调研网、国内外相关刊物的基础信息以及餐饮行业研究单位等公布和提供的大量资料，结合深入的市场调查资料，立足于世界餐饮行业整体发展大势，对中国餐饮行业的运行情况、主要细分市场、竞争格局等进行了分析及预测，并对未来餐饮行业发展的整体环境及发展趋势进行探讨和研判，最后在前面大量分析、预测的基础上，研究了餐饮行业今后的发展投资策略，为宾馆酒店、餐饮企业、经营餐饮的相关企业和单位以及计划投资于餐饮行业的企业和投资者等准确了解目前中国餐饮市场发展动态，在激烈的市场竞争中洞察先机，根据市场需求及时调整经营策略，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了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。

【 目录 】

第一部分 行业发展分析

第一章 行业定义及分类 1

第一节 餐饮行业概述 1

一、餐饮业的定义 1

二、餐饮行业概述 1

第二节 餐饮业的特点 2

一、中国餐饮市场的特点 2

二、现代餐饮业的特点分析 4

三、餐饮业的新特点分析 6

第三节 餐饮业市场细分及作用 7

一、餐饮业的市場细分 7

二、餐饮业的經濟地位和作用 14

第四节 行业投资特性分析 17

一、餐饮业基本特征 17

二、餐饮业行业生命周期分析 19

三、餐饮业行业集中度分析 19

四、餐饮业要素密集性分析 20

五、餐饮业经营风险性 20

六、餐饮业行业壁垒状况 21

第二章 中国餐饮业发展环境分析 24

第一节 经济环境分析 24

一、宏观经济环境分析 24

二、经济增长及居民收入水平分析 27

三、社会经济交往活动分析 29

四、居民消费观念分析 29

五、餐饮业结构调整分析 49

第二节 政策环境分析 50

一、中国餐饮业主要政策 50

二、中国餐饮业最新政策 60

第三节 文化环境 79

一、中国传统饮食文化 79

二、中国饮食文化在世界的传播 84

三、西方饮食文化在中国的传播 87

第三章 中国餐饮业现状分析 89

第一节 中国餐饮业的发展概况 89

一、中国餐饮业的发展回顾 89

二、近30年餐饮营业额年均增长情况 90

三、中国餐饮业多种所有制存在 91

四、餐饮业总体规模逐年壮大 91

五、现阶段餐饮市场的概况 92

六、餐饮市场与需求的平衡分析 94

七、我国餐饮业迎来快速发展黄金期 97

第二节 餐饮消费者分析 99

一、餐饮消费者种类分析 99

二、餐饮消费者心理效应解析 101

三、餐饮消费者快餐消费习惯及态度研究 103

第三节 餐饮业中电子商务的应用分析 105

一、餐饮业适合电子商务发展的特性	105
二、国内餐饮业的电子商务存在方式	105
三、电子商务给餐饮业带来的机遇和挑战	107
四、电子商务在餐饮业中的运用策略	110
第四节 中国餐饮业发展中的问题分析	112
一、中国当代餐饮业的问题	112
二、国内制约餐饮业发展的问题	112
三、中国集团饮食供应存在问题分析	113
四、餐饮行业发展的六大弊病	116
五、酒店餐饮业人才问题分析	123
第五节 促进中国餐饮业健康发展的对策	124
一、餐饮业发展需要三大平台	124
二、商务部促进餐饮业发展的对策	125
三、餐饮业向规模经济发展对策分析	126
四、中国餐饮业的个性化服务策略	129
五、国内餐饮业品牌打造的策略	133
第四章 2004-2007年中国餐饮市场运营状况分析	136
第一节 2004年餐饮市场情况分析	136
一、2004年中国餐饮市场总体运行情况分析	136
二、2004年中国餐饮市场发展特点	140
三、2004年餐饮市场发展的重要因素	142
第二节 2005年中国餐饮市场总体状况	142
一、2005年中国餐饮市场运行情况	142
二、2005年度我国餐饮业百强企业五大特点	147
三、2005年中国餐饮限额以上企业特点分析	149
第三节 2006年中国餐饮市场总体状况	150
一、2006年中国餐饮市场运行情况	150
二、2006年中国餐饮市场特点分析	156
三、2006年全国重点餐饮企业经营状况	157
四、2006年全国餐饮业经济运行数据	159
第四节 2007年餐饮市场发展分析	181

- 一、2007年全国餐饮消费继续快速增长 181
- 二、2007年餐饮企业利润增长情况分析 182
- 三、2007年百强餐企零售总额与上市企业分析 183
- 四、2007年中国餐饮行业关键词大盘点 184
- 五、2007年中国餐饮业重要事件 186
- 第五节 2008年餐饮市场发展分析 196
- 一、2008年一季度全国住宿和餐饮业零售额增长情况分析 196
- 二、2008年一季度中国餐饮业重要事件 198

第二部分 细分市场分析

第五章 中餐业市场分析 206

第一节 中餐国际市场概况 206

- 一、美国 206
- 二、英国 207
- 三、法国 209
- 四、意大利 210
- 五、荷兰 212
- 六、西班牙 213

第二节 中国中餐业概况 215

- 一、中国中餐消费市场的特点 215
- 二、中餐业发展空间巨大 217
- 三、2007年全聚德上市引发中餐资本市场热潮 218

第三节 中餐业的营销分析 220

- 一、中餐业的服务特征及营销分析 221
- 二、中餐业营销困境 223
- 三、中餐企业现代营销策略 224

第四节 中餐业的竞争分析 227

- 一、海外的中餐馆的竞争及发展 227
- 二、美国中餐市场竞争激烈 229
- 三、中餐的霸主地位面临危机 230
- 四、中餐竞争趋势分析 232

第五节 中餐连锁 233

一、连锁中餐以标准化抢万亿市场	233
二、中餐连锁竞争力分析	236
三、中餐连锁企业上市高潮即将到来	238
四、发展中餐连锁应重视中西文化差别	240
五、中餐连锁企业运营障碍及对策分析	244
第六节 中餐发展的对策及趋势	246
一、“中餐”抢占美国市场的对策	246
二、中餐业的发展及潮流预测	251
三、儿童中餐市场内含商机	255
第六章 西餐业市场分析	257
第一节 国内西餐的历史及分布	257
一、西餐在中国的历史	257
二、西餐市场在中国的分布及特征	259
第二节 中国西餐业的发展概况	262
一、近年中国西餐业发展状况	262
二、我国西餐业现阶段的发展特点	264
三、中国西餐业发展迅猛	265
第三节 中国西餐业的问题分析	266
一、西餐业管理和技术人员匮乏	266
二、“中式西餐”的发展困局探析	267
三、京城西餐业人才短缺的原因分析	275
第四节 西餐业发展的对策	278
一、“中式西餐”的发展出路解析	278
二、中西结合保持特色	280
三、西餐的本土化与大众化	282
第五节 西餐业的发展前景分析	285
一、西餐市场的发展趋势	285
二、未来西餐经营的走势	286
第七章 快餐业市场分析	289
第一节 国外快餐业概述	289

一、美国	289
二、乌克兰	291
三、越南	292
四、菲律宾	292
第二节 中国快餐业概况	293
一、行业发展的现状特点分析	293
二、发展中存在的主要问题	296
三、取得的经验与体会	297
四、我国快餐业发展的趋势及对策	300
第三节 西式快餐市场营销定位与市场战略	304
一、市场竞争态势分析	304
二、市场定位	304
三、行销定位策略	305
四、行销组合策略	306
第四节 快餐业竞争分析	315
一、快餐业竞争格局显现	315
二、汉堡王进军中国市场	317
三、三大洋快餐争相吸引投资者加盟	317
第五节 快餐业的未来发展趋势	319
一、快餐行业发展的趋势变化	319
二、中国快餐业发展的趋势分析	320
三、快餐业的信息化发展趋势分析	320
第八章 中式快餐市场分析	324
第一节 中式快餐市场概况	324
一、中式快餐成市场主角	324
二、中国中式快餐进入品牌时代	325
三、品牌消费时代中式快餐业的发展途径	327
四、2007年中式快餐行业发展情况分析	330
五、中式快餐发展空间广阔	331
第二节 对中国中式快餐的SWOT分析	332
一、优势	332

二、劣势	333
三、机遇	334
四、威胁	334
第三节 中式快餐业竞争分析	334
一、食品巨头抢摊中式快餐市场	334
二、中式快餐赶超洋快餐	337
三、中式快餐的竞争策略	339
第四节 中式快餐标准化分析	341
一、标准化制约中式快餐发展	341
二、中式快餐标准化须创新	342
第五节 中式快餐发展前景与策略	343
一、布局连锁化经营	344
二、推广标准化操作	345
三、找准定位主动出击	347

第三部分 区域市场分析

第九章 北京餐饮业 350

第一节 2006-2007年北京餐饮业发展情况分析	350
一、2006年北京餐饮业的发展状况及特点	350
二、2006年北京市餐饮业连锁企业营业额50强	355
三、2007年京城餐饮行业呈现四大特点	357
四、2007年北京提高餐饮业准入门槛	358
第二节 2008年北京餐饮业发展情况分析	359
一、2008年北京首个餐饮业自律标准	359
二、2008年北京零售餐饮业将实现“双语”无障碍奥运服务	361
三、2008年北京：餐饮业将推电子质量监管	361
第三节 北京“成都小吃”现象经济分析	362
一、北京的“成都小吃”现象	362
二、成都小吃企业特征	363
三、成都小吃的运行机理	363
四、北京“成都小吃”的启示	365

第十章 上海餐饮业	366
第一节 上海餐饮业发展概况	366
一、2007年上海市餐饮业增长情况分析	366
二、2007年上海市餐饮业盈利情况分析	367
第二节 上海网络餐饮业发展分析	368
一、上海网络餐饮业概述	368
二、网络餐饮业优劣势分析	369
三、大众点评网	369
四、饭馆114	370
五、其他网站	371
第三节 2008年上海餐饮形势和任务的分析意见	371
一、2008年上海餐饮形势	371
二、2008年上海餐饮行业协会任务	372
第十一章 广州餐饮业	375
第一节 广州餐饮业概况	375
一、广州餐饮业蓬勃发展	375
二、广州餐饮市场分析	376
三、2007年广州餐饮业年度大事件回顾	377
第二节 广州餐饮业问题分析	380
一、广州餐饮的隐忧	380
二、2007年至今广州餐饮业发展困境分析	381
第十二章 其他城市餐饮业分析	385
第一节 深圳	385
一、深圳餐饮业概述	385
二、深圳餐饮业的八大菜系简述	386
三、深圳中式快餐市场“三足鼎立”	395
四、深圳餐饮行业的问题及对策解析	396
第二节 武汉	400
一、2006年武汉市餐饮市场亮点频现	400
二、2007年武汉餐饮业获全国系列大奖	403

三、2008年武汉餐饮业启动“新劳动合同”	403
第三节 四川成都	404
一、2007年四川省餐饮业快速健康发展	404
二、2007年成都市餐饮业快速发展	406
三、2007年成都餐企省外开店情况	406
四、川菜小吃火锅三足鼎立	407
五、成都餐饮业的特色发展分析	407
第四节 重庆	411
一、2006年重庆市餐饮市场运行情况	411
二、2007年重庆市餐饮业呈现五大特点	415
三、美国最大风险投资机构青睐重庆餐饮业	415
第五节 西安	416
一、2007西安餐饮三大热点	416
二、西安全力整治小餐饮价格	418
三、西安清真餐饮业现状分析	418
第四部分 竞争格局分析	
第十三章 中国餐饮业竞争分析	424
第一节 餐饮业竞争概述	424
一、餐饮业竞争的特点	424
二、餐饮业竞争的原因	425
三、餐饮业竞争抗衡因素的变化	426
第二节 国内餐饮业竞争态势	427
一、中国餐饮业竞争加剧	427
二、国内餐饮市场竞争态势的四大变化	427
三、主题餐厅直面竞争	429
四、北京餐饮面临品牌竞争时代	430
第三节 酒店、饭店餐饮业竞争对策分析	431
一、饭店餐饮面对市场竞争经营的策略	431
二、饭店营销竞争新策略解析	434
三、酒店餐饮经营的竞争对策	436
第四节 酒店餐饮如何面对社会餐饮的挑战	438

一、酒店餐饮现状	438
二、酒店与社会餐饮的优劣势对比	438
三、创新是酒店战胜社会餐饮的“法宝”	441
第六节 餐饮企业应对竞争的策略分析	443
一、餐饮企业面对竞争手段	443
二、中国餐饮业构建核心竞争力分析	445
三、餐饮业的卫生竞争战略分析	446
第七节 提高中国餐饮企业竞争力措施	448
一、餐饮企业最基本的竞争力分析	448
二、中国餐饮业竞争态势及对策分析	449
三、餐饮竞争中的战略定位	458
四、我国餐饮业发展的战略	460
第十四章 中国餐饮业领先企业分析	466
第一节 百胜全球餐饮集团	466
一、企业概况	466
二、至2008年中国市场营销状况	466
三、2008年公司财务数据分析	467
第二节 麦当劳	468
一、企业概况	468
二、2007年经营状况	468
三、2007年公司财务数据分析	472
四、麦当劳品牌营销策略分析	473
第三节 内蒙古小肥羊餐饮连锁有限公司	474
一、企业概况	474
二、2000-2007年加盟市场发展状况	475
三、2007年小肥羊调整发展战略	478
四、2008年公司上市进展	479
五、小肥羊借奥运加速扩张	480
第四节 顶新国际集团投资“德克士”快餐事业	481
一、企业概况	481
二、公司经营发展状况	482

三、发展战略	488
第五节 中国全聚德(集团)股份有限公司	491
一、企业概况	491
二、2007年经营状况	493
三、2007年公司财务数据分析	494
四、2007-2008年公司发展动态分析	499
五、全聚德品牌营销战略解析	502
六、对公司未来发展的展望及战略	504
第六节 西安饮食股份有限公司	512
一、企业概况	512
二、2007年经营状况	513
三、2007-2008年公司财务数据分析	514
四、2007-2008年公司发展动态分析	519
五、对公司未来发展的展望及战略	519
第七节 上海锦江国际酒店发展股份有限公司	522
一、企业概况	522
二、2007年经营状况	522
三、2007-2008年公司财务数据分析	523
四、对公司未来发展的展望及战略	529
第八节 真功夫餐饮管理有限公司	534
一、企业概况	534
二、经营发展状况	535
三、2007-2008年发展规划	538
第九节 重庆小天鹅投资控股(集团)有限公司	539
一、企业概况	539
二、2007年经营状况	542
第十节 成都谭鱼头投资股份有限公司	543
一、企业概况	543
二、2007年经营状况	544
三、香港投资经营状况	545
四、战略发展规划	548
第十一节 其他餐饮企业内地市场发展状况	551

一、大家乐集团 551

二、永和大王 552

第五部分 经营管理策略

第十五章 餐饮企业经营分析 554

第一节 餐饮特许经营分析 554

一、中国餐饮业特许经营概述 554

二、2007年百强餐饮整体回收加盟权 554

三、国内餐饮业特许经营标准化问题的分析 555

四、餐饮特许经营要防止走偏 558

五、餐饮特许经营管理的SPA疗法 563

第二节 餐饮经营热点市场 567

一、婚宴市场 567

二、商务用餐 568

第三节 餐饮业营销发展分析 571

一、中国餐饮的特色营销方式 571

二、节假日餐饮营销战略 573

第四节 餐饮企业经营策略分析 575

一、餐饮经营策略概述 575

二、我国餐饮业中小企业经营的策略探讨 577

三、餐饮经营致胜的五个秘诀 579

四、餐饮企业做大的经营技巧分析 583

第十六章 餐饮企业经营管理分析 586

第一节 餐饮业的店名特点研究 586

一、店名的概述 586

二、店名研究的分析方法 586

三、中餐馆名称的结构分析 587

四、中餐馆名称中行业标识词的分析 589

五、中餐馆名称中区别性名称的分析 591

六、连锁餐饮店名称的分析 594

第二节 餐饮企业基层员工激励研究 596

一、餐饮企业基层员工特征	596
二、餐饮企业基层员工特点	596
三、餐饮企业基层员工重点激励因素	597
四、对餐饮企业基层员工激励机制建议	598
第三节 连锁餐饮企业薪酬体系变革分析	599
一、案例背景与问题诊断	599
二、基于顾客导向的薪酬体系设计	601
三、连锁餐饮企业薪酬变革的思考	604
第四节 打造连锁餐饮企业核心竞争力分析	605
一、精心打造品牌的分众力	606
二、用心打造门店的吸引力	610
三、倾力打造菜谱的静销力	611
四、全力打造服务员推销力	612
五、群力打造美食的口碑力	613
第十七章 餐饮企业连锁经营分析	616
第一节 餐饮连锁运作分析	616
一、餐饮连锁特许商的标准	616
二、餐饮业连锁经营的选址特点	618
三、餐饮业连锁经营经济指标分析	624
第二节 餐饮连锁发展概况	633
一、外资餐饮连锁门店在中国的数量增长快	633
二、中国连锁餐饮业发展回顾	634
三、连锁经营成为餐饮业主导模式	636
四、中式餐饮的连锁经营现状分析	636
第三节 餐饮连锁经营的商圈及相关理论	642
一、商圈的一般性原则与特点	642
二、国外餐饮巨头商圈策略借鉴	643
三、商圈状况分类与特征分析	644
四、商圈内连锁餐饮企业获得竞争优势的途径	645
第四节 餐饮连锁的问题及对策	646
一、中式餐饮连锁业的症结	646

- 二、餐饮连锁经营的策略分析 646
- 三、餐饮连锁经营模式研析 649
- 四、餐饮业连锁经营应注重品牌战略 658
- 第五节 餐饮连锁的趋势与经验借鉴 662
 - 一、连锁经营将成为餐饮业主攻方向 662
 - 二、美国特许连锁经营的成功经验及启示 662
 - 三、中国连锁经营发展的四大趋势 664

第十八章 酒店、饭店餐饮业经营分析 665

- 第一节 酒店、饭店餐饮业营销分析 665
 - 一、酒店餐饮业概述 665
 - 二、酒店餐饮市场分析 665
 - 三、盘活酒店餐饮的要素 666
 - 四、用现代营销观念武装酒店餐饮业 669
- 第二节 酒店餐饮业个性化服务的体现形式分析 671
 - 一、准备有特色的餐厅及餐位 672
 - 二、提供个性化的菜单 672
 - 三、风格独特的儿童自助餐 673
- 第三节 酒店、饭店餐饮业的经营策略 673
 - 一、酒店餐饮营销策略分析 673
 - 二、星级饭店餐饮的经营策略详析 678
 - 三、星级酒店餐饮经营的六个重点 680
 - 四、宾馆、饭店餐饮的经营对策 683

第六部分 行业趋势与投资分析

第十九章 餐饮行业发展趋势分析 686

- 第一节 餐饮行业发展前景 686
 - 一、餐饮业的发展前景 686
 - 二、餐饮业市场营销的发展前景 687
- 第二节 餐饮业的发展趋势 694
 - 一、中国餐饮业发展趋势分析 694
 - 二、餐饮市场发展趋势展望 694

三、中国餐饮业发展的五大方向	695
四、中餐业的融资并购趋势分析	696
五、餐饮业发展多元化趋势分析	697
六、2008年我国餐饮业发展预测	698
七、2008-2010年中国餐饮业发展趋势	698
第三节 餐饮业未来发展走向	700
一、多元化发展	700
二、绿色餐饮业	701
三、特色餐饮	702
四、数字化发展	702
第二十章 餐饮业投资分析	706
第一节 餐饮业投资环境分析	706
一、国内餐饮业商机巨大	706
二、餐饮连锁企业发展战略转向资本运作	708
三、2008年风险投资关注餐饮业	709
四、餐饮企业应强化“风险辨别意识”	710
五、投资餐饮业的八大要素	711
第二节 餐饮业投资热点分析	712
一、餐饮业热点细述	712
二、粥店成餐饮业投资新宠	713
三、中国餐饮企业十大营利模式	715
第三节 餐饮业行业壁垒分析	722
一、技术与市场壁垒	723
二、结构性壁垒	723
三、制度性壁垒	724
四、文化性壁垒	724
第四节 餐饮业投资建议	725
一、投资餐饮业需做足竞争的准备	725
二、餐饮投资八个锦囊	725
三、餐饮需抓好的四个关键	727
四、甄别餐饮投资的建议	728

五、凸现饮食文化打造餐饮企业标志 729

第五节 不同类型餐饮业投资建议 731

一、小区餐饮店 731

二、休闲餐饮店 732

三、加盟店餐饮 736

四、特色小餐饮店 737

正文图表目录

图表：现以六家酒店为例，分析新的市场区隔 8

图表：餐饮业八大细分市场类型 10

图表：对不同市场细分类型的评估 13

图表：餐饮业成本结构表 20

图表：2003-2007年国内生产总值及其增长速度 24

图表：2003-2007年居民消费价格涨跌幅度 25

图表：2007年居民消费价格比上年涨跌幅度 25

图表：2003-2007年年末国家外汇储备 26

图表：2003-2007年税收收入及其增长速度 26

图表：2003-2007年社会消费品零售总额及其增长速度 27

图表：2007年人口数及其构成 27

图表：2003-2007年全年农村居民人均纯收入及其增长速度 28

图表：2003-2007年城镇居民人均可支配收入及其增长速度 28

图表：2007年1月居民消费价格分类指数 30

图表：2007年2月居民消费价格分类指数 31

图表：2007年3月居民消费价格分类指数 31

图表：2007年4月居民消费价格分类指数 32

图表：2007年5月居民消费价格分类指数 32

图表：2007年6月居民消费价格分类指数 32

图表：2007年7月居民消费价格分类指数 33

图表：2007年8月居民消费价格分类指数 33

图表：2007年9月居民消费价格分类指数 34

图表：2007年10月居民消费价格分类指数 34

图表：2007年11月居民消费价格分类指数 35

图表：2007年12月居民消费价格分类指数	35
图表：2008年1月居民消费价格分类指数	36
图表：2008年2月居民消费价格分类指数	36
图表：2008年3月居民消费价格分类指数	37
图表：2007年1月各地区居民消费价格指数	37
图表：2007年2月1-2月各地区居民消费价格指数	38
图表：2007年3月1-3月各地区居民消费价格指数	39
图表：2007年4月1-4月各地区居民消费价格指数	40
图表：2007年5月1-5月各地区居民消费价格指数	41
图表：2007年6月1-6月各地区居民消费价格指数	42
图表：2007年7月1-7月各地区居民消费价格指数	42
图表：2007年8月及1-8月各地区居民消费价格指数	43
图表：2007年9月及1-9月各地区居民消费价格指数	44
图表：2007年10月及1-10月各地区居民消费价格指数	45
图表：2007年11月及1-11月各地区居民消费价格指数	46
图表：2007年12月及1-12月各地区居民消费价格指数	47
图表：2008年1月各地区居民消费价格指数	47
图表：2008年2月1-2月各地区居民消费价格指数	48
图表：2004年各季度餐饮业零售额比重	137
图表：2004年各月餐饮业零售额	137
图表：2004年三大区域餐饮业增长贡献率比较	138
图表：2004年全国各省餐饮业零售额情况	139
图表：2004年全国各城市餐饮市场情况	139
图表：历年餐饮市场增长波动率	141
图表：餐饮业零售额“跨千亿元台阶”情况	141
图表：2005年1-7月份餐饮业零售额	144
图表：2005年1-7月份餐饮业零售额趋势变化图	145
图表：2005年1-9月份餐饮业零售额	145
图表：2004年和2005年1-9月份餐饮业零售额变化趋势	146
图表：2005年1-11月份餐饮业零售额	147
图表：2005年1-11月份餐饮业零售额变化趋势	147
图表：2006年餐饮业月度零售额对比情况	150

图表：2006年各季度餐饮业零售额比重	151
图表：2006年东中西餐饮业发展情况比较	152
图表：2006年东中西餐饮业增长率比较	152
图表：2006年主要省市餐饮业三项指标前十名排序	153
图表：2006年主要城市餐饮业三项指标前十名排序	154
图表：2004-2006年餐饮业结构变化情况	154
图表：相关年度零售额“跨千亿元台阶”情况	156
图表：2006年按登记注册类型分限额以上批发和零售业、住宿和餐饮业基本情况	159
图表：2004-2006年限额以上批发和零售业、住宿和餐饮业法人企业数	163
图表：2004-2006年限额以上批发和零售业、住宿和餐饮业产业活动单位数	164
图表：2004-2006年限额以上批发和零售业、住宿和餐饮业年末从业人数	165
图表：2004-2006年星级住宿业经营情况	166
图表：2004-2006年限额以上餐饮业经营情况	167
图表：2004-2006年按登记注册类型和行业分限额以上餐饮业资产及负债	169
图表：2004-2006年限额以上餐饮业资产及负债	170
图表：2004-2006年按登记注册类型和行业分限额以上餐饮业主要财务指标	171
图表：2004-2006年限额以上餐饮业主要财务指标	172
图表：2004-2006年按业态分限额以上连锁餐饮企业基本情况	173
图表：2005-2006年按登记注册类型分限额以上连锁餐饮企业基本情况（1）	175
图表：2005-2006年按登记注册类型分限额以上连锁餐饮企业基本情况（2）	176
图表：2005-2006年按行业分限额以上连锁餐饮企业基本情况（1）	177
图表：2005-2006年按行业分限额以上连锁餐饮企业基本情况（2）	178
图表：2005-2006年分地区限额以上连锁餐饮企业基本情况（1）	178
图表：2005-2006年分地区限额以上连锁餐饮企业基本情况（2）	180
图表：2007年全国住宿和餐饮业零售额同比增长情况	182
图表：2007年1-12月全国住宿和餐饮业零售额对比情况	182
图表：2008年1-3月全国住宿和餐饮业零售额同比增长情况	197
图表：2008年1-3月全国住宿和餐饮业零售额对比情况	197
图表：2008年1-3月全国住宿和餐饮业限额上、下企业经营对比情况	198
图表：2006年北京限额以上餐饮企业所有制结构	351
图表：2006年北京限额以上餐饮企业经营业态	352
图表：2006年北京市餐饮业连锁企业营业额50强	355

图表：2007年1-4季度中国全聚德（集团）股份有限公司主营构成表	494
图表：2007年1-4季度中国全聚德（集团）股份有限公司流动资产表	494
图表：2007年1-4季度中国全聚德（集团）股份有限公司长期投资表	495
图表：2007年1-4季度中国全聚德（集团）股份有限公司固定资产表	495
图表：2007年1-4季度中国全聚德（集团）股份有限公司无形及其他资产表	495
图表：2007年1-4季度中国全聚德（集团）股份有限公司流动负债表	495
图表：2007年1-4季度中国全聚德（集团）股份有限公司长期负债表	496
图表：2007年1-4季度中国全聚德（集团）股份有限公司股东权益表	496
图表：2007年1-4季度中国全聚德（集团）股份有限公司主营业务收入表	496
图表：2007年1-4季度中国全聚德（集团）股份有限公司主营业务利润表	496
图表：2007年1-4季度中国全聚德（集团）股份有限公司营业利润表	497
图表：2007年1-4季度中国全聚德（集团）股份有限公司利润总额表	497
图表：2007年1-4季度中国全聚德（集团）股份有限公司净利润表	497
图表：2007年1-4季度中国全聚德（集团）股份有限公司每股指标表	497
图表：2007年1-4季度中国全聚德（集团）股份有限公司获利能力表	497
图表：2007年1-4季度中国全聚德（集团）股份有限公司经营能力表	498
图表：2007年1-4季度中国全聚德（集团）股份有限公司偿债能力表	498
图表：2007年1-4季度中国全聚德（集团）股份有限公司资本结构表	498
图表：2007年1-4季度中国全聚德（集团）股份有限公司发展能力表	499
图表：2007年1-4季度中国全聚德（集团）股份有限公司现金流量分析表	499
图表：2007年1-4季度西安饮食股份有限公司主营构成表	514
图表：2006-2008年1季度西安饮食股份有限公司流动资产表	514
图表：2006-2008年1季度西安饮食股份有限公司长期投资表	515
图表：2006-2008年1季度西安饮食股份有限公司固定资产表	515
图表：2006-2008年1季度西安饮食股份有限公司无形及其他资产表	515
图表：2006-2008年1季度西安饮食股份有限公司流动负债表	515
图表：2006-2008年1季度西安饮食股份有限公司长期负债表	516
图表：2006-2008年1季度西安饮食股份有限公司股东权益表	516
图表：2006-2008年1季度西安饮食股份有限公司主营业务收入表	516
图表：2006-2008年1季度西安饮食股份有限公司主营业务利润表	516
图表：2006-2008年1季度西安饮食股份有限公司营业利润表	517
图表：2006-2008年1季度西安饮食股份有限公司利润总额表	517

图表：2006-2008年1季度西安饮食股份有限公司净利润表	517
图表：2006-2008年1季度西安饮食股份有限公司每股指标表	517
图表：2006-2008年1季度西安饮食股份有限公司获利能力表	517
图表：2006-2008年1季度西安饮食股份有限公司经营能力表	518
图表：2006-2008年1季度西安饮食股份有限公司偿债能力表	518
图表：2006-2008年1季度西安饮食股份有限公司资本结构表	518
图表：2006-2008年1季度西安饮食股份有限公司发展能力表	518
图表：2006-2008年1季度西安饮食股份有限公司现金流量分析表	519
图表：2007-2008年1季度上海锦江国际酒店发展股份有限公司主营构成表	523
图表：2006-2008年1季度上海锦江国际酒店发展股份有限公司流动资产表	524
图表：2006-2008年1季度上海锦江国际酒店发展股份有限公司长期投资表	524
图表：2006-2008年1季度上海锦江国际酒店发展股份有限公司固定资产表	524
图表：2006-2008年1季度上海锦江国际酒店发展股份有限公司无形及其他资产表	524
图表：2006-2008年1季度上海锦江国际酒店发展股份有限公司流动负债表	525
图表：2006-2008年1季度上海锦江国际酒店发展股份有限公司长期负债表	525
图表：2006-2008年1季度上海锦江国际酒店发展股份有限公司股东权益表	525
图表：2006-2007年4季度上海锦江国际酒店发展股份有限公司主营业务收入表	526
图表：2006-2007年4季度上海锦江国际酒店发展股份有限公司主营业务利润表	526
图表：2006-2007年4季度上海锦江国际酒店发展股份有限公司营业利润表	526
图表：2006-2007年4季度上海锦江国际酒店发展股份有限公司利润总额表	526
图表：2006-2007年4季度上海锦江国际酒店发展股份有限公司净利润表	527
图表：2006-2008年1季度上海锦江国际酒店发展股份有限公司每股指标表	527
图表：2006-2008年1季度上海锦江国际酒店发展股份有限公司获利能力表	527
图表：2006-2008年1季度上海锦江国际酒店发展股份有限公司经营能力表	527
图表：2006-2008年1季度上海锦江国际酒店发展股份有限公司偿债能力表	528
图表：2006-2008年1季度上海锦江国际酒店发展股份有限公司资本结构表	528
图表：2006-2008年1季度上海锦江国际酒店发展股份有限公司发展能力表	528
图表：2006-2008年1季度上海锦江国际酒店发展股份有限公司现金流量分析表	528
图表：海淀区中餐馆名称的结构设计	588
图表：三个档次使用行业标识词的情况（一）	590
图表：三个档次使用行业标识词的情况（二）	591
图表：基于顾客导向的薪酬体系框架图	601

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/46187.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。