



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2009年中国餐饮市场研究预测报告 (白金版)

# 一、调研说明

《2009年中国餐饮市场研究预测报告(白金版)》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/46193.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

**市场现状** 2007年，住宿与餐饮业新设立外商投资企业数量比去年同期有所减少，实际使用外资增长速度有所减缓。全年新设立外商企业数938家，同比下降11.5%；合同外资金额35.9亿美元，同比增长23.9%；实际使用外资金额10.4亿美元，同比增长25.8%，较上年增幅有所回落。

2007年我国餐饮消费持续快速增长，在国民经济各行业中继续保持领先地位，全国住宿与餐饮业零售额全年累计实现12352亿元，同比增长19.4%，比上年同期增幅高出3个百分点。我国餐饮业在的高速发展下，未来几年还将.....

**市场竞争** 餐饮企业日益激烈的竞争，以及经营形式的多样化、经营主体的多元化、用工择业的自主化，使得餐饮业进城务工人员始终处于较快的流动状态之中，一般流动率为30%至40%，且多在餐饮行业内流动。拥有一定专业技能和管理、服务经验的人员，因总体上供不应求而往往另谋高就。小型餐饮店由于投资少、价格低，用工便宜，因而市场竞争十分激烈，淘汰率很高，每周都有新开张的和新倒闭的企业。由此也引发了相当数量的劳动纠纷和劳动争议。随着奥运的到来和世博会的临近，我国餐饮业的竞争将.....

**市场趋势** 随着国民收入的增长和人民生活水平的提高，随着旅游业的发展，我国餐饮业出现了空前繁荣的局面，在面临着更加激烈的市场竞争的同时，餐饮市场发展趋势业发生了变化，为了适应人们的消费和满足人们生活的需求，餐饮市场业趋向于餐饮与休闲文化相结合；环保、绿色、营养、健康型餐饮消费升温；追求特色，服务提升.....

声明：

此报告为本司原创，请购买者予以甄别！谨慎选择！凡所见报告目录均为已完成研究成果。收受款后即时发送报告，所有报告均带防伪标志与底纹！如有报告内容与目录不符者均不是本公司产品，或以正在更新或修改为由推延交付时间者均为假冒！

【 目录 】

## 上 卷

### 《2009年中国餐饮市场研究预测报告》(白金版)

本报告上卷为您对2007-2008年餐饮市场及细分市场进行了详尽的表观描述,并对中国餐饮行业运行各项指标进行了详细分析,让您对2007-2008年中国餐饮市场现状及行业运行有详尽的了解……,详细内容请您阅读《2009年中国餐饮市场研究预测报告》(白金版)1章——8章……

#### 第一部分 行业现状 1

##### 第一章 全球化中的中国餐饮市场 2

###### 第一节 世界主要国家餐饮市场 2

###### 一、美国餐饮业 2

###### 二、日本餐饮业 12

###### 三、印度餐饮业 15

###### 四、德国餐饮业 18

###### 五、英国餐饮业 19

###### 六、俄罗斯餐饮业 20

###### 七、印尼餐饮业 24

###### 第二节 我国餐饮市场在全球餐饮市场中的地位 26

###### 一、中国餐饮地位分析 26

###### 二、中国已经成为世界第五大收购国 28

###### 第三节 全球餐饮业投资方向 28

###### 一、全球十大饭店集团全部进入中国市场 28

###### 二、全球最大餐饮供应商看好中国 29

#### 第二章 中国餐饮业发展与现状 31

##### 第一节 2007中国餐饮业发展分析 31

###### 一、我国餐饮市场现状 31

###### 二、2007年餐饮市场分析 36

###### 三、餐饮业领先地区 37

##### 第二节 2007年餐饮市场 38

###### 一、2007年全国住宿与餐饮业零售额 38

二、“十一黄金周”对餐饮业的拉动	39
三、中国餐饮企业亟待解决的问题	40
第三节 餐饮连锁经营及其发展	40
一、我国餐饮连锁业现状	40
二、餐饮连锁经营分析	46
三、中式餐饮连锁发展格局	51
四、餐饮连锁发展动向	54
第四节 餐饮行业面临的机遇和挑战	55
一、面临的机遇	55
二、面临的挑战	56

### 第三章 各类餐饮业态的发展 58

#### 第一节 快餐业 58

一、中国快餐业经营现状	58
二、中国快餐业发展形式	61
三、制约中国快餐业发展的因素	62
四、中西快餐业营养大战	64
五、中国快餐业发展迅速	65

#### 第二节 酒（饭）店餐饮业 66

一、中国酒店餐饮业特点及形势	66
二、2007年中国饭店业餐饮	68
三、酒店餐饮人才现状堪忧	74
四、酒店餐饮业经营可持续发展	80
五、酒店餐饮业大众化经营分析	83
六、饭店餐饮业营销分析	85

#### 第三节 其他新型餐饮业态 88

一、主题餐馆	88
二、外卖餐饮	92
三、流动餐厅	92
四、休闲餐饮	93
五、超市餐饮	95
六、航空餐饮	96

## 第二部分 市场消费 99

### 第四章 消费者分析 100

#### 第一节 餐饮消费者类型分析 100

##### 一、便利型消费者人均年消费1500元 100

##### 二、求廉型消费者 101

##### 三、享受型消费者 101

##### 四、求新型消费者 101

##### 五、健康型消费者 101

##### 六、信誉型消费者 102

#### 第二节 餐饮消费者心理定势分析 102

#### 第三节 城镇居民的食品消费结构 105

##### 一、城镇居民食品消费结构分析 105

##### 二、2007年城镇居民的食品消费 107

#### 第四节 不同餐饮业态的消费特征 111

#### 第五节 快餐的消费特点分析 114

##### 一、快餐目标市场分析 114

##### 二、快餐店消费心理特点 115

##### 三、快餐消费频率分析 121

#### 第六节 中国现代餐饮消费特点 122

### 第五章 餐饮市场调查 124

#### 第一节 写字楼餐饮市场调查 124

#### 第二节 奥美亚太区饮食消费调查 125

### 第三部分 市场竞争 127

### 第六章 重点区域市场分析 128

#### 第一节 北京餐饮市场 128

##### 一、北京餐饮业的特点 128

##### 二、餐饮文化品牌竞争 129

##### 三、2007年北京餐饮业现状 132

##### 四、北京餐饮业发展与趋势 134

五、北京未来奥运餐饮规划	137
六、北京餐饮业具有的优势	137
七、北京餐饮企业卫生分析	140
八、奥运给北京带来的机遇	140
第二节 上海餐饮市场	142
一、2007年上海餐饮业分析	142
二、上海洋中式快餐市场之争	146
三、上海餐饮业发展趋势预测	146
第三节 广州餐饮市场	148
一、广州市餐饮业发展回顾	148
二、2007年广州餐饮业分析	150
三、广州餐饮业发展特点	150
四、广州饮食业发展分析	151
第四节 重庆餐饮市场	152
一、近几年重庆餐饮业发展现状	152
二、2007年重庆市餐饮业发展状况	152
三、重庆市餐饮业新动向	153
四、重庆餐饮业发展	155
第五节 深圳餐饮市场	158
一、近年深圳餐饮市场动态	158
二、2007年深圳餐饮业市场现状	160
三、深圳餐饮消费特征分析	161
四、西式餐饮在深圳市场的地位分析	163
五、中式餐饮市场群雄并起	163
第六节 成都餐饮市场	165
一、2007年成都餐饮业分析	165
二、成都餐饮发展现状	166
三、成都餐饮业特色	170
四、成都餐饮发展趋势	171
第七章 中国餐饮市场竞争分析	173
第一节 中国餐饮市场竞争格局	173

一、餐饮企业组织形式	173
二、餐饮企业规模化竞争	173
三、地区性餐饮资源竞争	174
四、特色餐快餐竞争	174
五、餐饮企业竞争策略	175
第二节 中国餐饮市场竞争态势与对策	177
一、中国餐饮市场竞争态势四大变化	177
二、应对餐饮竞争举措	179
第三节 饭店餐饮市场经营竞争	184
一、开发风味特色餐厅	184
二、设置不同档次的餐	185
三、注重培育餐饮品牌	185
四、会议、婚宴和重要接待	185
五、扩大经营范围	186
六、特色和品牌菜	186
七、减少能源消耗	186
八、不断开发新产品	187
九、委托经营之路	187
十、观念的转换	187

## 第八章 主要餐饮企业分析 189

### 第一节 百胜全球餐饮集团 189

一、企业介绍	189
二、2007年企业经营状况报告	189
三、企业重点经营动向分析	190
四、发展策略	190
五、连锁经营之道	191

### 第二节 上海锦江国际酒店发展股份有限公司 193

一、企业介绍	193
二、2007年企业经营状况分析	194
三、2007年度企业经营态势	197

### 第三节 沈阳小土豆餐饮有限公司 199



一、近期企业经营态势	199
二、企业重点经营动向分析	201
第四节 北京全聚德集团有限责任公司	202
一、公司简介	202
二、2007年企业经营状况	202
三、企业重点经营动向分析	205
四、发展策略及实施效果	207
第五节 德克士食品开发有限公司	211
一、近年来企业经营状况回顾	211
二、企业重点经营动向分析	212
三、发展策略及实施效果	213
第六节 重点关注的其他餐饮企业	216
一、内蒙古小肥羊餐饮连锁有限公司	216
二、西安饮食服务集团	219
（一）公司简介	219
（二）2007年公司经营状况	219
三、麦当劳与肯德基的中国之争	221

## 下 卷

### 《2009年中国餐饮市场研究预测报告》(白金版)

本报告下卷为您对2007-2008年餐饮市场营销、行业投资、发展预测、未来趋势等进行了深度解构分析，让您对2009中国餐饮市场有更好的了解与把握，助您把握商机，占尽先机！详细内容请您阅读《2009年中国餐饮市场研究预测报告》(白金版) 9章——14章……

## 第四部分 市场营销 224

### 第九章 餐饮企业战略规划及策略准备 225

#### 第一节 策略准备 225

##### 一、餐饮发展瓶颈及连锁路径的选择 225

##### 二、市场评估 228

##### 三、建立企业机制 228

#### 第二节 餐饮企业战略规划 229

一、建立和维护品牌特色 229

二、餐饮竞争核心 231

三、保持餐饮业成长动力 232

第三节 餐饮企业发展策略 236

一、中小餐饮企业战略分析 236

二、餐饮业的发展策略 240

第十章 餐饮营销 246

第一节 餐饮产品营销 246

一、产品设计是多元组合要素 246

二、营造自身的个性和特色 246

三、系统论证产品创新方案 247

四、产品设计和营销体系是创新思想 248

第二节 餐饮营销手段及技巧 249

第三节 餐饮品牌营销现状分析 251

一、过分迷信评选活动 252

二、缺乏品牌营销意识 252

三、品牌资产管理滞后 252

四、忽略品牌建设整体 253

五、缺乏文化内涵支持 253

六、品牌推广力度不够 253

七、个性化品牌才是王牌 254

八、品牌延伸误入陷阱 256

九、商标注册意识淡薄 256

第四节 餐饮业营销的十个发展方向 256

一、走优质高效的快餐化道路 257

二、更加强调营销环境的情调、氛围 258

三、生态农业、绿色食品、保健环境 259

四、重视个性化、特色化、形象化的服务 260

五、重视情感生活和社交活动的需求 260

六、新奇性和娱乐性 261

七、重视顾客对信息的需求 261

八、重视人们对文化知识的追求	262
九、重视营销要素中的文化品味	262
十、迎合都市时尚及其生活方式	263

#### 第五节 餐饮营销手段 264

一、广告营销	264
二、宣传营销	265
三、公关营销	266
四、菜单营销	266

#### 第六节 餐饮营销成功要素 266

一、资深员工	266
二、信息收集	267
三、营销意识	267
四、个性服务	267
五、客室档案	267

#### 第五部分 行业投资 268

### 第十一章 2008年餐饮业投资分析 269

#### 第一节 2008年国民经济发展 269

#### 第二节 2008年蔬菜市场形势分析 274

一、价格变化情况	274
二、我国蔬菜出口情况分析	275

#### 第三节 餐饮业投资特点分析 277

#### 第四节 中国餐饮投资分析 278

### 第十二章 餐饮业风险因素分析 281

#### 第一节 餐饮业主要的经营风险因素 281

一、信息风险	281
二、财务风险	282
三、疫情风险	283
四、有形风险	283
五、无形风险	284
六、时间风险	284

## 七、空间风险 284

### 第二节 餐饮业保险 285

#### 一、我国餐饮业保险概况 285

#### 二、餐饮业保险的兴起 289

#### 三、餐饮业保险“盲区”分析 290

#### 四、华安保险“逆势”分析 293

#### 五、餐饮保险的意义 293

## 第六部分 行业趋势 295

### 第十三章 2009餐饮业的发展动态与趋势 296

#### 第一节 新型餐饮业态研究 296

##### 一、中外餐饮消费特点变化比较 296

##### 二、国内新型餐饮业特点比较分析 297

#### 第二节 中餐业发展潜力分析 299

##### 一、中国餐饮业产业优势分析 299

##### 二、餐饮行业的市场进入机会 300

##### 三、中国餐饮行业的不足与面临的威胁 302

#### 第三节 我国餐饮市场的发展趋势 304

### 第十四章 餐饮业发展预测 310

#### 第一节 2008-2009年关键影响因素预测 310

##### 一、宏观经济预期 310

##### 二、粮油价格预期 313

##### 三、旅游行业预期 314

#### 第二节 餐饮业发展预测 315

##### 一、我国餐饮业前景 315

##### 二、2008年餐饮业预测 316

##### 三、2008-2010年中国餐饮市场热点及特点 321

#### 第三节 2010年中国餐饮零售额预测 323

#### 第四节 餐饮消费趋势分析 323

##### 一、餐饮业发展趋势 323

##### 二、未来饮食消费趋势预测 340

## 表目录

表1 美国前100强独立餐馆餐位数最多的前三位	2
表2 美国前100强独立餐馆用餐标准最高的前三位	2
表3 美国前100强独立餐馆用餐标准最低的前三位	3
表4 2010年美国餐饮业销售额预测	11
表5 2007年日本各类型餐饮与上年比情况	12
表6 日本餐饮市场特点	13
表7 2008年一季度亚洲地区(除日本外)企业收购规模	28
表8 2008年以来中国海外收购规模	28
表9 2007年我国服务业实现增加值	31
表10 在欧洲中餐馆分布情况	32
表11 2007年中国风险投资的投资总额	33
表12 2007年中国风险投资机构管理的风险资本总量	33
表13 我国餐饮前五名省市	38
表14 2007年我国住宿与餐饮业零售额	38
表15 2007年12月我国住宿与餐饮业零售额	39
表16 2007年我国新设立外商企业数	39
表17 我国餐饮零售连锁经营业态类型	44
表18 餐饮消费者分类	100
表19 2007年中国国内生产总值	107
表20 2007年中国居民日常生活消费价格同上年比	108
表21 2007年我国粮食继续增产总产量	110
表22 2007年我国油料产量	110
表23 2007年我国第一产业增加值	110
表24 上海写字楼的公司员工人数分布情况	114
表25 上海一般写字楼订饭情况	115
表26 最近三个月是否去过西式快餐店的比例	120
表27 最近一次在西式快餐店的花费	121
表28 2007年北京餐饮业零售额	132
表29 北京餐饮业面临四大问题	133
表30 北京奥运特色餐厅数据分析	133

表31 北京市餐饮企业卫生分级情况	140
表32 2007年上海市餐饮销售总额	142
表33 2007年上海市餐饮业实现零售额	144
表34 上海餐饮业十大特色餐饮商圈	147
表35 2007年广州市餐饮行业营业额	150
表36 重庆限额以上餐饮业网点数	152
表37 2007年11月重庆市社会零售额	153
表38 2007年上半年重庆住宿餐饮业实现零售额	153
表39 2007年深圳市经济运行情况	160
表40 2007年深圳市消费品零售总额	160
表41 2007年深圳市批发与零售业零售额	160
表42 2007年深圳市住宿餐饮业零售额	161
表43 2007年成都住宿餐饮业零售额	166
表44 2007年中国百胜营业额	190
表45 2007年锦江公司营业收入及增长	194
表46 2007年锦江公司营业利润及增长	194
表47 2007年锦江公司净利润及增长	194
表48 2007年锦江公司每股收益及增长	194
表49 截至2007年底锦江之星旅馆情况	195
表50 2007年锦江公司获利能力分析	197
表51 2007年锦江公司经营能力分析	197
表52 2007年锦江公司偿债能力分析	197
表53 2007年锦江公司资本结构分析	198
表54 2007年锦江公司发展能力分析	198
表55 2007年锦江公司现金流量分析	198
表56 2007年全聚德集团营业收入及增长	202
表57 2007年全聚德集团利润总额及增长	202
表58 2007年全聚德集团净利润及增长	203
表59 2007年全聚德集团归属于母公司净利润及增长	203
表60 2007年全聚德集团获利能力分析	203
表61 2007年全聚德集团经营能力分析	203
表62 2007年全聚德集团偿债能力分析	204

表63	2007年全聚德集团资本结构分析	204
表64	2007年全聚德集团发展能力分析	204
表65	2007年全聚德集团现金流量分析	205
表66	全聚德三大产业发展战略流程图	208
表67	2007年西安饮食获利能力分析	219
表68	2007年西安饮食经营能力分析	220
表69	2007年西安饮食偿债能力分析	220
表70	2007年西安饮食资本结构分析	220
表71	2007年西安饮食发展能力分析	221
表72	2007年西安饮食现金流量分析	221
表73	2008年第一季度国内生产总值	269
表74	2008年第一季度国内第一产业增加值	269
表75	2008年第一季度国内第二产业增加值	269
表76	2008年第一季度国内第三产业增加值	269
表77	2008年第一季度我国猪牛羊禽肉产量	270
表78	2008年第一季度我国猪肉产量	270
表79	2008年第一季度我国各类型企业增加值	271
表80	2008年第一季度我国轻重工业增加值	271
表81	2008年第一季度全社会固定资产投资	272
表82	2008年第一季度城镇固定资产投资	272
表83	2008年第一季度农村固定资产投资	272
表84	2008年第一季度社会消费品零售总额	272
表85	2008年第一季度城市消费品零售额	273
表86	2008年第一季度县及县以下消费品零售额	273
表87	2008年第一季度住宿和餐饮业零售额	273
表88	“十五”期间我国餐饮情况	278
表89	中国现有餐饮各类型企业市场占有率	291
表90	2008-2009年主要宏观经济指标预测表	312
表91	未来10年我国旅游业年均增长率	314
表92	2020年我国旅游业总收入	315
表93	2010年餐饮业零售额预测	318
表94	2008年北京入境旅游者预测	320

## 图目录

- 图1 中日每人年均餐饮消费额比较 14
- 图2 目前全球航空配餐业市场规模情况 29
- 图3 西式快餐在中国快餐市场所占有的比例 58
- 图4 目前酒店餐饮的从业人员的学历比较 75
- 图5 目前酒店餐饮主管以上人员的来源身份比较 76
- 图6 目前酒店餐饮厨房主管以上人员来源身份比较 76
- 图7 目前酒店餐饮酒店餐饮从业人员流失率情况 77
- 图8 中国、日本及欧洲平均每人年就餐情况 96
- 图9 消费者对西式快餐店的喜好 115
- 图10 不同年龄群体对西式快餐的喜好程度 116
- 图11 西式快餐的消费频次 117
- 图12 消费者选择西式快餐的原因 118
- 图13 消费者每次在西式快餐店消费金额 118
- 图14 西式快餐的消费类型 119
- 图15 消费者每月光顾快餐店次数情况 122
- 图16 普通白领工作午餐所愿意支付的费用调查 124
- 图17 写字楼周边商业消费情况 125
- 图18 2010年上海世界博览会半年内将有人数情况 144
- 图19 2005-2008年我国蔬菜批发价格指数 275
- 图20 2008年1-2月我国蔬菜出口分品种 276
- 图21 2008年1-2月我国蔬菜出口主要省份出口情况 276
- 图22 2008年1-2月]我国蔬菜出口分国别情况 277
- 图23 中国现有餐饮各类型企业市场占有比图 291
- 图24 “奥运区域”的餐饮菜谱中西餐比率分布 320

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/46193.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](http://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。