



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2006年中国餐饮市场分析及 发展趋势研究报告

## 一、调研说明

《2006年中国餐饮市场市场分析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/46278.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](mailto: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

### 引言

2005年我国餐饮业持续快速增长，增长质量不断提高，餐饮连锁发展势头强劲，餐饮企业发展的协调性不断增强，餐饮消费继续成为拉动消费需求快速增长的重要力量。全年餐饮业零售额实现8886.8亿元，同比增长17.7%，比上年净增1336亿元，高出社会消费品零售总额增幅4.8个百分点，占社会消费品零售总额的比重达到13.2%，对社会消费品零售总额的增长贡献率和拉动率分别为17.4%和2.3%。全年实现营业税金488.8亿元，同比增长17.8%。

分区域看，东部地区餐饮业零售额最大，中部地区增长贡献率最强，西部地区餐饮业零售额占本区域社会消费品零售总额比重最高。

2006年是“十一五”开局之年，总体看，消费品市场发展面临较为有利的环境和条件。一是国家继续实施稳健的宏观经济政策，人民币汇率保持基本稳定，国民经济将保持平稳较快发展，经济发展的内在需求仍然较强，为消费品市场的稳定增长奠定了良好基础；二是国家进一步重视扩大消费的作用，经济工作的重点将突出进一步扩大城乡居民消费；三是居民收入水平将随着经济增长而稳步提高，特别是全面推进社会主义新农村建设，农民收入有望保持快速增长，消费能力继续提高。

2006年我国餐饮业发展将更加规模化、产业化、现代化，餐饮经济市场活力不断增强。根据餐饮业发展规模分析，预计2006年我国人均餐饮消费支出将增长17.6%，达到800元；餐饮业市场运行将继续以17%左右的速度高速增长；预计全年将越过9000亿元台阶而突破1万亿元大关。

本研究报告依据国家统计局、国家经贸委、中国消费者协会、中国旅游饭店业协会、全国商业信息中心、国民经济景气监测中心、全国及海外1100多种相关报纸杂志的基础信息以及各省市相关统计单位等公布和提供的大量资料，对我国餐饮业的供给与需求状况、各子行业的发展状况、竞争格局、消费变化等进行了分析，并对几种新型餐饮业态、餐饮业的发展趋势与策略、国内外著名餐饮企业的经营管理、重点城市的餐饮业现状与趋势等方面进行了深入探讨。是宾馆酒店、餐饮企业、经营餐饮的相关企业和单位及计划投资于餐饮经营的企业和个人等准确了解目前中国餐饮市场发展动态，把握餐饮行业消费现状与趋势，制定市场策

略的必备的精品!

## 第一章 2005-2006年我国餐饮业发展环境分析

### 第一节 2005-2006年中国宏观经济环境分析

一、2005年我国经济总体运行状分析

二、2006年1季度我国经济发展分析

### 第二节 我国餐饮行业特点及投资特性分析

一、餐饮业概念及国内餐饮业分类

二、我国餐饮业特点

三、行业周期性分析

四、行业集中性分析

五、行业要素密集性分析

六、经营风险分析

七、壁垒状况分析

## 第二章 我国餐饮业的发展现状分析

### 第一节 我国餐饮业发展现状分析

一、我国餐饮业整体发展状况分析

二、我国餐饮业发展特点分析

三、中国餐饮业存在的问题与调整方向

(一) 我国餐饮业目前存在的问题

(二) 我国餐饮业调整的方向

### 第二节 我国餐饮业经营现状分析

一、国内餐饮业经营现状

二、中式餐饮国际化经营现状分析

### 第三节 我国连锁餐饮经营发展状况分析

一、连锁经营是餐饮业发展的主导模式

(一) 餐饮业发展面临的困难

(二) 2005-2006年我国餐饮连锁经营状况

(三) 连锁经营抗风险能力强

#### (四) 不同餐饮连锁路径的选择

### 二、本土餐饮业连锁化经营道路分析

#### (一) 跨国连锁快餐集团在中国取得巨大成功

#### (二) 中国本土连锁餐饮事业发展迅速

#### (三) 餐饮特许连锁需要注意的问题

### 第三章 2005-2006年餐饮市场运行状况分析

#### 第一节 2005年餐饮市场情况及特点分析

##### 一、2005年社会消费品零售增长情况

##### 二、2005年餐饮市场运行状况

##### 三、2005年餐饮市场主要特点

###### (一) 人均餐饮消费水平快速增长

###### (二) 餐饮业贡献率大幅提高

###### (三) 连锁经营成为餐饮业发展的主导模式

#### 第二节 2006年第一季度餐饮业运行分析

##### 一、第一季度我国社会消费品零售总体状况

##### 二、第一季度餐饮业发展状况

##### 三、经济快速增长是餐饮业快速发展的动因

#### 第三节 2006年餐饮市场发展预测

##### 一、有利的环境和条件

##### 二、2006年餐饮业发展预测

### 第四章 2005-2006年我国重点城市餐饮市场分析

#### 第一节 2005-2006年北京市餐饮业市场分析

##### 一、北京餐饮业的特点

##### 二、北京餐饮业的发展趋势

##### 三、2006年第一季度北京餐饮业发展状况

#### 第二节 2005-2006年上海市餐饮业市场分析

##### 一、2005-2006年上海餐饮业的整体状况分析

##### 二、上海餐饮市场的特点分析

##### 三、上海餐饮业的发展趋势

#### 第三节 2005-2006年重庆餐饮业市场分析

- 一、重庆餐饮的发展现状分析
- 二、制约重庆餐饮发展的症结分析
- 三、重庆餐饮的未来发展趋势分析
- 第四节 2005-2006年广州餐饮业市场分析
  - 一、2005-2006年广州餐饮业现状分析
  - 二、广州与上海餐饮业的比较
  - 三、广州餐饮业的未来发展
- 第五节 2005-2006年西安餐饮业市场分析
  - 一、2005-2006年西安餐饮市场现状分析
  - 二、西安餐饮市场新格局
- 第六节 2005-2006年深圳餐饮业市场分析
  - 一、2005-2006年深圳餐饮市场现状
  - 二、深圳餐饮消费群体变化明显
  - 三、深圳流行西式餐饮
  - 四、深圳餐饮业需要突破
- 第七节 其他重点餐饮区域市场分析
  - 一、2005年四川省餐饮市场情况
  - 二、2005年黑龙江省餐饮市场运行情况
  - 三、2005年辽宁省餐饮市场运行情况

## 第五章 我国餐饮业消费现状分析

### 第一节 中国餐饮消费群体特点变化分析

- 一、城镇居民收入大幅增长，生活水平显著提高
- 二、旅游群体成为餐饮消费的生力军

### 第二节 餐饮消费结构分析

- 一、旅游者的餐饮消费
- 二、城镇居民的消费结构
- 三、不同餐饮业态的消费特征

### 第三节 快餐的消费习惯与消费态度

- 一、我国快餐市场节节增长
- 二、快餐目标市场分析
- 三、影响快餐消费的重要因素

四、快餐店常客的消费心理

五、快餐消费时间调查

第四节 消费趋势分析

一、消费水平不断上升

二、私人消费日趋活跃，追求目标物美价廉

三、大众化消费的需求特征

第六章 2005-2006年中国重点餐饮业态发展分析

第一节 快餐业

一、快餐行业发展的现状特点分析

二、发展中存在的主要问题分析

三、我国快餐业发展的趋势及对策

四、中式快餐业发展需突破的瓶颈

第二节 传统酒（饭）店餐饮业

一、中国传统饭店业的餐饮形势分析

二、中国传统饭店餐饮业的特点分析

三、酒店餐饮业发展研究

第三节 取代餐

一、国际发达国家取代餐发展状分析

二、中国家庭取代餐发展前景分析

第七章 2005-2006年我国餐饮市场格局分析

第一节 由餐饮百强看我国餐饮业竞争格局变化

一、百强企业发展迅速，行业集中度进一步加强

二、民营企业实力增强，国有企业仅占一成多

三、火锅与特色酒楼两种业态发展稳定、比例增幅较大

四、企业经营差距较大，利润率走低、附加值小

五、连锁步伐加快，区域半径逐步扩大

第二节 中西餐饮业的对比分析

一、中西餐饮业的总体差异

二、中式快餐发展前景看好

第三节 中国餐饮市场竞争态势与对策

一、我国餐饮市场竞争态势

二、餐饮竞争应对策略分析

第四节 WTO对我国餐饮业发展格局的影响分析

一、WTO对我国餐饮业的影响

二、WTO后国内餐饮业的发展趋势

(一) 以品质经营为基础，不断加强餐饮品牌建设

(二) 以品牌为纽带，着力组建餐饮连锁店，走规模化道路

(三) 建立现代餐饮企业管理制度

第八章 主要餐饮企业分析

第一节 国际餐饮企业集团

一、环球百胜餐饮集团

二、快餐巨头--麦当劳

第二节 主要中式餐饮企业

一、沈阳小土豆餐饮有限公司

二、北京全聚德集团

三、德克士餐饮连锁集团

四、上海锦江国际酒店发展股份有限公司

五、西安饮食服务集团

第九章 中国餐饮业SWOT分析

一、中国餐饮业优势分析

二、餐饮行业的市场进入机会

三、中国餐饮行业的不足与面临的威胁

第十章 中国餐饮业的发展趋势及对策

第一节 中国餐饮业的发展趋势分析

一、餐饮业前景看好，市场规模将继续扩大

二、环保观念深入人心，绿色餐饮将成时尚

三、连锁经营将成为主攻方向

四、便利与快捷日趋流行

五、跨国，跨地域经营是未来的热点

六、餐饮产品功能日趋多样，传统餐饮形式受到挑战

七、餐饮业的文化特征将日趋明显

八、经营方式灵活化与内容创新化

第二节 突破是餐饮业发展的关键所在

一、突破餐饮业发展的观念误区

二、突破餐饮业发展中的经营误区

三、餐饮业的发展还受到宏观经济环境的制约

第三节 提升我国餐饮业市场竞争力

第四节 餐饮营销未来发展趋势

部分图表目录

图表：2005-2006年餐饮业企业景气指数变化情况

图表：2006年第一季度社会消费品零售情况

图表：2006年第一季度住宿、餐饮业新设外资企业情况

图表：2006年第一季度餐饮业零售情况

图表：2006年第一季度经济增长情况

图表：2006年北京市第一季度社会消费品零售情况

图表：2005年全国各城市餐饮业发展排序

图表：2006年第一季度上海社会消费品零售情况

图表：2006年第一季度广州居民收入情况

图表：2005年社会消费品零售额增长情况

图表：2005年全年社会消费品零售增长情况分析表

图表：2005年季度餐饮业零售额表

图表：2005年1-12月份餐饮业零售情况表

图表：1979-2005年餐饮业与社会消费品零售总额的增长速度比较

图表：2005年各月餐饮业零售与增长速度

图表：2005年全国三大区域餐饮业发展情况比较

图表：2001-2005年全国三大区域餐饮业零售额

图表：2005年全国各省市餐饮业发展排序

图表：2005年全国各城市餐饮业发展排序

图表：1991-2005年我国人均餐饮消费变化情况

图表：1976-2005年餐饮业增长贡献率和拉动率变化情况

图表：2006年全国餐饮业零售额预测

图表：2005-2010年中国餐饮业需求总量预测

图表：2005年中国餐饮百强企业营业额在不同业态分布情况

图表：2005年餐饮百强企业主要业态指标对比

图表：2005年连锁餐饮主要指标情况

图表：2005年餐饮业主要特许品牌基本情况

图表：2005年度中国特色酒楼20强

图表：2005年度中国火锅企业20强

图表：2005年度中国快餐企业10强

图表：2004-2006年上海餐饮业零售额增长图

图表：2004-2005年上海居民收入情况表

图表：2004-2005年上海市社会消费品零售额

图表：2004-2005年重庆餐饮发展情况表

图表：2004-2005年餐饮业规模变化表

图表：2004-2005年武汉餐饮发展情况表

图表：2004-2005年深圳市饮食业零售额

图表：2004-2005年深圳市居民收入情况

图表：2004-2005广州市餐饮业零售额

图表：2004-2005年北京市餐饮业发展基本情况

图表：2004-2005年城乡居民生活改善情况

图表：1996-2005年中国入境游客人数增长表

图表：2005年国内旅游基本情况

图表：2005年各地区接待入境旅游者情况

图表：2005年国际旅游（外汇）收入构成

图表：1996-2005年我国城镇恩格尔系数变化表

图表：全国城镇居民家庭基本情况变化

图表：城镇居民家庭在外用餐支出变化

图表：不同收入水平的城镇居民在外用餐支出表

图表：城市居民经常就餐的西式品牌比例

图表：不同城市经常吃快餐的时间比较

图表：不同年龄的人最常吃快餐的时间

图表：2004、05年锦江酒店参股连锁餐饮企业经营比较

图表：2004、05年锦江酒店主要业务收入及毛利率变化比较

图表：2004、05年锦江酒店期间费用变化比较

图表：2006-2008年锦江酒店业务预测

图表：2004-2006年西安饮食服务(集团)股份有限公司每股指标分析表

图表：2004-2006年西安饮食服务(集团)股份有限公司获利能力分析表

图表：2004-2006年西安饮食服务(集团)股份有限公司经营能力分析表

图表：2004-2006年西安饮食服务(集团)股份有限公司资本结构分析表  
图表：2004-2006年西安饮食服务(集团)股份有限公司发展能力分析表

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/46278.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。