



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2005年中国餐饮市场分析及 发展趋势研究报告

## 一、调研说明

《2005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/46313.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

2004年，我国国民经济稳定快速增长，城乡居民收入水平明显提高，餐饮市场表现出旺盛的发展势头，餐饮消费成为拉动全年消费需求稳定增长的重要力量。全年餐饮业零售额实现7486亿元，比上年净增1330亿元，同比增长21.6%，连续14年实现两位数高速增长，其增长率比上年高出10个百分点。餐饮业增速比同期社会消费品零售总额增长率快出8.3个百分点，占社会消费品零售总额的13.9%，对社会消费品零售总额的增长贡献率为21%，拉动社会消费品零售总额增长2.79个百分点；全年营业税金实现411亿元，同比增长23.3%；全年利用外资力度加大，新设外资企业907家，同比增长29.02%，实际使用外资4.31亿美元，同比增长48.4%。

随着我国国民经济的稳定增长和城乡居民收入水平不断提高，在扩大消费需求的政策支持下，餐饮消费将成为服务消费市场中越来越重要的促进力量。未来两年里，餐饮市场在运行质量和规模扩张上，将进一步得到快速的提高和发展。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！

### 产业篇 第一章 2004-2005年我国餐饮业发展环境分析 第一节 2004-2005年中国餐饮业宏观经济环境分析 预测 一、2004年我国经济总体运行状况分析 二、2005年我国经济发展走势预测 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 （一）餐饮业规模保持高速增长 （二）投资主体与市场格局呈现多元化。 （三）经营服务领域不断拓宽，经营方式逐步创新。 （四）市场日趋活跃。 （五）营销举措丰富多彩，品牌意识明显增强。 （六）经济发展水平对餐饮业的发展影响巨大 三、我国餐饮业发展中的问题分析 （一）经营结构不合理，大众化市场仍需开拓。 （二）经营方式陈旧，特色与创新不足。 （三）科技含量不高，现代化水平低。 （四）市场秩序有待规范，行业管理薄弱。 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、连锁餐饮逐渐成为餐饮经营主流 二、中式连锁餐饮发展目前存在的问题分析及对策 （一）中式餐

饮连锁经营中存在的主要问题 1. 规模迅速扩大和集中管理之间的矛盾。 2. 工业化、标准化和手工工艺化之间的矛盾。 3. 产品组合的专一化和多元化之间的矛盾。 4. 技术传授和技术保密之间的矛盾。 5. 品牌内部锤炼和品牌外部宣传之间的矛盾。 6. 连锁业务拓展和专业人才匮乏之间的矛盾。 (二) 解决中式餐饮连锁经营中存在问题的对策 三、连锁餐饮经营的关键因素分析 四、餐饮连锁业凸显第四方物流 五、餐饮连锁经营发展策略分析 第三章 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 第四章 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、餐饮业未来发展趋势 二、推动中国餐饮业发展的市场与经济因素 三、我国餐饮业发展潜力预测 四、未来几年餐饮业发展特点 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 餐饮业未来营销策略分析 市场篇 第五章 2004年餐饮市场运行状况分析及2005年发展预测 第一节 2004年餐饮市场情况及特点分析 一、2004年餐饮市场情况分析 (一) 总体运行状况分析 (二) 分区域运行状况分析 二、2004年餐饮市场主要特点分析 (一) 居民可支配收入提高, 人均餐饮消费水平快速增长 (二) 商务活动促进餐饮消费成效显著, 黄金周拉动作用逐步减弱 (三) 餐饮行业管理体系初步建立 第二节 2005年餐饮市场趋势分析 一、餐饮市场运行稳定性增强, 经济增长质量将不断提高 二、餐饮市场潜力巨大, 市场规模将进一步扩张 第六章 我国重点城市餐饮业发展状况分析 第一节 北京市餐饮业发展状况分析 一、北京市餐饮市场的特点分析 二、北京餐饮市场存在的主要问题 三、北京餐饮业的竞争格局与发展趋势分析 第二节 上海市餐饮业发展状况分析 一、上海餐饮业的整体状况分析 二、上海餐饮市场的主要特点分析 三、上海中式快餐发展状况分析 四、上海餐饮业的发展趋势 第三节 重庆餐饮业发展现状分析 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 广州餐饮业发展现状分析 一、广州餐饮业发展现状分析 二、广州市餐饮业消费群体的变化 三、广州餐饮的市场发展空间 第五节 武汉餐饮业发展现状分析 一、武汉餐饮业发展特点分析 二、武汉餐饮业的发展格局 三、武汉餐饮掀起第二轮竞争 四、武汉餐饮业面临新的问题 五、武汉餐饮市场消费形态变化分析 第六节 西安餐饮业发展状况分析 一、西安餐饮市场现状分析 二、西安餐饮市场新格局 第七节 深圳餐饮业发展现状分析 一、移民城市带来餐饮业的丰富多彩 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 第八节 厦门餐饮业发展现状分析 一、厦门餐饮业发展现状及呈现出的特征分析 (一) 餐饮业结构呈现出全新的格局 (二) 餐饮需求市场新的变化 二、厦门餐饮业现存的问题分析 三、厦门餐饮业发展前景分析 第七章 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 第八章 中国各类餐饮业态发展分析 第一节 快餐业 一、中国快餐业的发展现状分析 二、中西快餐对比 三、中国快餐业存在的问题分析 四、中国快餐业的发展趋势及对策 第二节 传统酒（饭）店餐饮业亟待突破 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现状分析 二、中国家庭取代餐发展前景分析 第四节 其他新型餐饮业态发展状况分析 竞争篇 第九章 我国餐饮市场格局分析 第一节 我国餐饮业的总体竞争格局分析 一、餐饮企业多元化发展 二、中低档餐饮企业仍占有绝对优势 三、各区域发展不均衡 四、企业强弱分明 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 三、国内美式快餐发展分析 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 第十章 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、上海新亚（集团）有限公司 五、西安饮食服务集团，西部餐饮巨头 部分图表目录 图表 1996-2004年餐饮业零售总额及所占比例变化表 图表 2004年各季度餐饮业零售额比重图 图表 2004年1-4季度餐饮业零售额变化表 图表 2003-2004年各月餐饮业零售额对比 图表 2004年三大区域餐饮业增长贡献率比较 图表 2004年全国主要省份餐饮零售额情况表 图表 2004年全国主要城市餐饮市场情况表 图表 1978-2006年餐饮市场增长波动情况图 图表 1994-2006年我国餐饮零售额增长变化图 图表 2004年住宿和餐饮业企业景气指数表 图表 2004年住宿和餐饮业企业景气指数变化图 图表 2003年部分连锁餐饮企业基本情况 图表 2004年部分连锁餐饮企业基本情况 图表 2005-2010年中国餐饮业需求总量预测 图表 2003-2004年北京各月接待国内外游客及增减情况 图表 2002-2004年北京市社会消费品零售额 图表 上海餐饮业零售额增长图 图表 2002 - 2004年上海居民收入情况表 图表 2002 - 2004年上海市社会消费品零售额 图表 2002 - 2004年重庆餐饮发展情况表 图表 2003-2004年餐饮业规模变化表 图表 2002 - 2004年武汉餐饮发展情况表 图表 2002 - 2004年深圳市饮食业零售额 图表 2002 - 2004年深圳市居民收入情况 图表 1998 - 2004年城乡居民生活改善情况 图表 2004年人口主要构成情况 图表 1996年-2004年中国入境游客人数增长表 图表 2004年国内旅游基本情况 图表 2004年各

地区接待入境旅游者情况 图表 2004年国际旅游（外汇）收入构成 图表 1996 - 2004年我国城镇恩格尔系数变化表 图表 餐饮业成本结构表 图表 全国餐饮业发展情况表 图表 餐饮业职工平均工资水平 图表 近年北京市餐饮业发展基本情况 图表 北京餐饮业基本情况 图表 北京餐饮企业区域分布情况 图表 北京餐饮企业地理位置分布情况 图表 北京餐饮企业经济类型分布情况 图表 北京餐饮企业经营业态分布情况 图表 广州市餐饮业网点密度和销售水平变化表 图表 全国城镇居民家庭基本情况变化 图表 国内游客对餐饮的评价 图表 不同类型餐馆的目标市场特征 图表 快餐与休闲餐饮的消费特征比较 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 快餐常客的消费心理 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 日本HMR（中食）市场规模

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/46313.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。