



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008年中国餐饮市场调查及投资 分析及市场发展趋势研究报告报 告

一、调研说明

《2008年中国餐饮市场调查及投资分析及市场发展趋势研究报告报告》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/70486.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

第一部分 餐饮行业研究概述1

第一章 餐饮业发展环境分析1

第一节 中国餐饮业宏观经济环境分析1

一、2007年我国经济总体运行状况分析1

二、2008年我国经济发展走势预测3

第二节 餐饮业在国民经济中所处地位6

第三节 我国餐饮行业特点及投资特性分析7

一、餐饮业概念及国内餐饮业分类7

二、我国餐饮业特点11

三、行业周期性分析11

四、行业集中性分析11

五、行业要素密集性分析12

六、经营风险分析12

七、壁垒状况分析13

第二章 餐饮行业总体发展趋势14

第一节 餐饮市场规模分析14

一、餐饮市场规模分布分析14

二、2003-2007年中国餐饮业发展势态15

三、2006-2008年中国餐饮市场规模预测16

第二节 餐饮企业运营状况17

一、1999-2007年餐饮业企业数量及从业人员17

二、1999-2007年中国限额以上餐饮企业资产规模分析17

三、1999-2007年中国限额以上餐饮企业经营分析18

第二部分 中国餐饮业现状分析19

第三章 区域发展状况19

第一节 区域发展格局19

一、2007年中国餐饮业区域发展总体状况19

二、按市场容量分类比较19

三、2007年各地区餐饮业增长速度比较分析20

第二节 2007年中国餐饮业城市排名21

第四章 主要城市餐饮业发展状况22

第一节 北京22

- 一、北京餐饮业发展概况22
- 二、1999-2007北京餐饮市场规模23
- 三、北京餐饮企业发展情况23
- 四、2007年北京餐饮业新特点及发展趋势24

第二节 上海30

- 一、上海餐饮业发展概况30
- 二、1999-2007上海餐饮市场规模31
- 三、上海餐饮企业发展情况31
- 四、上海限额以上餐饮企业分析34
- 五、2006年上海餐饮业35
- 六、上海餐饮业发展的特点37

第三节 广州38

- 一、广州餐饮业概况38
- 二、2007年广州餐饮业市场规模39
- 三、广州餐饮企业发展情况39
- 四、广州限额以上餐饮企业分析41
- 五、广州市餐饮业消费群体状况44

第四节 成都45

- 一、成都餐饮业发展概况45
- 二、2007年成都餐饮市场规模49
- 三、成都限额以上餐饮企业分析51
- 四、2007年成都餐饮业的发展特点52

第五节 天津54

- 一、天津餐饮业发展概况54
- 二、1999-2007天津餐饮市场规模55
- 三、天津限额以上餐饮企业分析56
- 四、2007年天津餐饮业56
- 五、天津餐饮市场的特点58

第六节 重庆59

- 一、重庆餐饮业发展概况59
- 二、重庆餐饮市场规模60
- 三、2007年重庆餐饮业61
- 四、重庆餐饮业的连锁经营分析62

第七节 武汉66

- 一、武汉餐饮业发展概况66
- 二、武汉餐饮企业发展情况66
- 三、武汉限额以上餐饮企业分析70
- 四、武汉餐饮业业态比较70
- 六、武汉餐饮业的特点73

第八节 西安75

- 一、西安餐饮业发展概况75
- 二、西安餐饮企业发展情况75
- 三、西安限额以上餐饮企业分析76
- 四、西安餐饮业的特点77

第五章 中国餐饮业消费者研究80

第一节 餐饮消费群体分析80

- 一、中国城镇居民消费水平变化分析80
- 二、中国城镇居民历年在外用餐支出比较84
- 三、旅游餐饮业消费群体研究85

第二节 餐饮消费结构分析87

- 一、城镇居民的餐饮消费结构87
- 二、不同餐饮业态的消费特征88
- 三、旅游餐饮的消费结构90
- 四、不同地区餐饮消费支出结构90

第三节 餐饮消费趋势分析91

- 一、餐饮消费质量变化趋势91
- 二、不同收入水平的家庭在外用餐支出分析91
- 三、私人餐饮消费的特点分析92
- 四、大众化消费的需求特征92

第四节 快餐的消费习惯分析92

二、快餐目标市场分析93

三、影响快餐消费的因素分析94

四、快餐消费者消费调查94

第六章 餐饮业产业相关性分析98

第一节 餐饮业的宏观环境分析98

一、2001-2007年宏观经济环境分析98

二、中国传统饮食文化分析106

三、西方餐饮文化108

第二节 相关产业分析109

一、2007旅游业分析109

二、1978-2007年旅客运输业111

三、宾馆酒店业现状分析114

第三部分 中国餐饮业行业竞争状况117

第七章 中国餐饮业竞争格局117

第一节 不同经济类型的餐饮企业竞争力分析117

一、不同经济类型的企业数量比例分析117

二、不同类型企业资产规模分析118

三、不同类型餐饮企业经营状况比较119

第二节 不同规模的餐饮业企业竞争力分析121

一、限额以上和限额以下餐饮企业比较分析121

二、规模企业之间的比较分析125

第三节 不同业态的竞争力分析126

一、业态竞争概况126

二、正餐与快餐的比较分析128

第四节 不同渠道的竞争力分析129

一、不同渠道的企业数量比较129

二、正餐业内的渠道竞争130

三、快餐业内的渠道竞争131

第八章 中国餐饮业领先企业分析133

第一节 百胜全球餐饮集团133

- 一、百胜企业概况133
- 二、百胜集团的重要管理策略134
- 三、肯德基在中国的发展137
- 四、肯德基的供应商战略139
- 五、肯德基的特许经营141
- 六、必胜客全球战略144
- 七、IT运营外包打造餐饮业全新竞争力148

第二节 麦当劳150

- 一、麦当劳概况150
- 二、麦当劳的特许经营与管理151
- 三、麦当劳的经营实质152
- 四、麦当劳中国的成长156

第三节 马兰拉面158

- 一、马兰拉面企业概况158
- 二、马兰拉面的物流系统159

第四节 北京全聚德160

- 一、全聚德概况160
- 二、全聚德的服务战略161
- 三、全聚德的经营战略164
- 四、全聚德的创新策略165
- 五、全聚德的文化战略166

第五节 皇城老妈168

- 一、皇城老妈企业概况168
- 二、皇城老妈的企业文化169
- 三、皇城老妈的品牌建设170

第六节 东来顺173

- 一、企业概况173
- 二、连锁模式定位与现状174
- 三、东来顺的管理研究177

第七节 德克士180

- 一、德克士企业概况180
- 二、德克士选址战略181
- 三、德克士连锁战略182
- 四、德克士与麦当劳、肯德基的竞争策略183
- 第八节 沈阳市小土豆餐饮有限公司186
 - 一、公司简介186
 - 二、“小土豆”的经营之道187
 - 三、“小土豆”的目标是创中国现代的金字招牌188

第九章 中国类餐饮业态分析189

第一节 正餐业189

- 一、正餐业规模情况189
- 二、正餐业主要经济指标分析189

第二节 快餐业190

- 一、中国快餐业的经营现状190
- 二、西式快餐在中国的现状193
- 三、中国快餐业发展的因素分析195

第三节 饭店餐饮业197

- 一、中国饭店餐饮业的规模分析197
- 二、中国饭店餐饮的地区分布199
- 三、国内饭店餐饮业经营动态研究199

第四节 其它餐饮业207

- 一、家庭取代餐207
- 二、主题餐馆210
- 三、外卖餐饮214
- 四、流动餐厅215
- 五、休闲餐饮216

第十章 中国餐饮企业连锁经营分析218

第一节 2003-2007年连锁餐饮企业总体经营情况218

- 一、连锁经营规模分析218
- 二、连锁餐饮企业利润率分析218

三、连锁餐饮企业资产负债率分析219

第二节 2003-2007年连锁餐饮企业的业态分析220

一、不同业态的餐饮企业规模比较220

二、不同业态连锁餐饮企业营业收入比较221

三、不同业态连锁餐饮企业利润总额比较221

第三节 2003-2007年直营连锁与加盟连锁的比较分析222

一、直营与加盟的规模比较222

二、直营与加盟的营业收入总额比较223

第四节 限额以上连锁餐饮企业地区分布状况224

第四部分 中国餐饮市场预测与投资分析及市场发展趋势研究报告226

第十一章 中国餐饮业发展预测226

第一节 中国餐饮市场容量趋势预测226

一、餐饮市场规模预测226

二、中国餐饮市场热点及特点226

三、2007-2008年中国餐饮市场规模预测228

第二节 国内外餐饮业的发展趋势229

一、国外餐饮业的发展趋势229

二、中式餐饮的全球发展趋势230

三、中国国内餐饮业发展趋势233

四、中国餐饮业经营管理的趋势233

五、中国餐饮业市场营销趋势235

第十二章 中国餐饮业投资分析及市场发展趋势研究报告与建议242

第一节 行业投资特点242

一、行业进出壁垒242

二、行业SWOT分析242

第二节 投资机会分析245

一、行业的生命周期适于投资245

二、细分市场发展给餐饮投资的机会245

第三节 投资风险分析246

第四节 餐饮业投资、经营管理建议247

- 一、餐饮细分市场的选择247
- 二、餐饮业品牌经营的专题论述254

附录347

附录一 2007年中国餐饮企业前100强一览表347

附录二 2007年度中国特色酒楼排名352

附录三 2007年度中国火锅企业排名353

附录四 2007年度中国快餐企业排名354

附录五 中华人民共和国食品卫生法355

图表目录

2006-2008年中国餐饮市场规模预测16

1999-2007年餐饮业企业数量及从业人员17

1999-2007年中国限额以上餐饮企业资产规模分析17

1999-2007年中国限额以上餐饮企业经营分析18

各地区餐饮业增长速度比较分析20

餐饮零售额城市排名21

1999-2007年北京市餐饮业营业收入23

1999-2007年上海市餐饮业营业收入31

2002-2007年上海市限额以上餐饮业主要财务指标34

2007年广州餐饮企业概况39

广州餐饮业概况—内资企业（按登记注册类型分）39

广州餐饮业概况—港、澳、台商投资企业（按登记注册类型分）40

广州餐饮业概况—外商投资企业（按登记注册类型分）41

广州限额以上餐饮企业基本情况—内资企业41

广州限额以上餐饮企业基本情况—港、澳、台商投资企业42

广州限额以上餐饮企业基本情况—外商投资企业43

广州限额以上餐饮企业基本情况—按行业分43

广州限额以上餐饮企业财务状况43

广州餐饮业消费群体构成状况44

四川限额以上连锁餐饮企业基本情况51

1999-2007年天津市餐饮业营业收入55

天津限额以上餐饮业财务状况56

重庆限额以上餐饮业财务状况—内资企业（万元）60

重庆限额以上餐饮业财务状况—港澳台商投资企业61

重庆限额以上餐饮业财务状况—按餐饮行业中类分组61

重庆限额以上连锁零售业和餐饮业经营情况（一）62

重庆限额以上连锁零售业和餐饮业经营情况（二）—百货店63

重庆限额以上连锁零售业和餐饮业经营情况（三）—超级市场63

重庆限额以上连锁零售业和餐饮业经营情况（一）64

重庆限额以上连锁零售业和餐饮业经营情况（二）—百货店64

重庆限额以上连锁零售业和餐饮业经营情况（三）—超级市场65

2007年武汉市餐饮业类型情况67

2007年武汉市餐饮业法人企业构成比例67

2007年武汉私营企业男性女性学历比较68

2007年武汉市餐饮业实现营业收入情况69

武汉市限额以上连锁餐饮业经营情况（一）70

年武汉市限额以上连锁餐饮业经营情况（二）70

陕西限额以上连锁餐饮企业基本情况76

社会消费品零售总额81

社会消费品零售额分布83

旅游餐饮业消费者一年内是否旅游比例85

旅游餐饮业消费者一年内出游的地区85

旅游餐饮业消费者旅游消费情况90

不同收入水平家庭在外用餐支出情况91

快餐消费基本状况95

不同年龄段消费者快餐消费情况95

不同性别消费者的消费情况96

被访问者选择快餐店的主要理由97

2007年以来城镇固定资产投资增长情况103

2007年餐饮行业不同经济类型企业数量117

我国餐饮业不同类型企业资产规模分析118

我国餐饮业不同类型企业经营状况分析119

限额以上住宿和餐饮业企业经营状况121

限额以下住宿和餐饮业企业经营状况123
我国餐饮行业星级酒店房间规模比较125
餐饮行业不同渠道企业数量129
肯德基品牌协同情况135
肯德基的企业文化136
肯德基家庭化的目标市场136
肯德基烹鸡专家的定位136
肯德基顾客为中心的营销137
肯德基人力资源培训类型140
肯德基也拥有"CHAMPS"的经营方针141
肯德基独特的特许加盟模式143
麦当劳与肯德基经营业绩对比157
2003-2007年正餐业规模情况189
2003-2007年正餐业主要经济指标189
中国饭店餐饮的地区分布199
2003-2007年连锁餐饮企业经营规模分析218
2003-2007年连锁餐饮企业利润率分析218
2003-2007年连锁餐饮企业资产负债率219
2003-2007年不同业态的餐饮企业规模比较220
2003-2007年不同业态连锁餐饮企业营业收入比较221
2003-2007年不同业态连锁餐饮企业利润总额比较221
2003-2007年连锁餐饮企业直营与加盟的规模比较222
2003-2007年连锁餐饮企业直营与加盟的营业收入总额比较223
限额以上连锁餐饮企业地区分布状况224
2006-2008年中国餐饮市场规模预测228
市场区隔分析248
新的市场空间分析249
餐饮业八大细分市场类型250
基对应的二维矩阵251
组合细分变量252
餐饮业细分矩阵举例(1) 252
餐饮业细分矩阵举例(2) 253

对不同市场细分类型的评估253

2007年度中国餐饮百强企业名单347

2007年度中国特色酒楼20强352

2007年度中国火锅企业20强353

2007年度中国快餐企业10强354

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/70486.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。