



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008-2010年中国餐饮市场发展 预测报告

一、调研说明

《2008-2010年中国餐饮市场发展预测报告》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/70487.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 行业定义与分类1

第一章 行业定义及分类1

第一节 餐饮业的发展简述1

- 一、餐饮超市大量涌现1
- 二、地理位置日趋重要2
- 三、快餐业将迅速发展3
- 四、经营方式日趋多样4
- 五、科技含量越来越高5
- 六、高、中、低档餐饮企业全面发展5

第二节 餐饮业的分类7

- 一、旅游饭店7
- 二、餐厅7
- 三、自助餐和快餐业8
- 四、冷饮业10
- 五、摊贩10

第三节 行业特性分析12

- 一、餐饮业基本特征12
- 二、餐饮业行业生命周期分析12
- 三、餐饮业行业集中度分析13
- 四、餐饮业市场多样性分析13
- 五、餐饮业经营风险性13
- 六、餐饮业行业壁垒状况14

第二章 中国餐饮业发展环境分析15

第一节 经济环境15

- 一、经济增长与餐饮业的关系15
- 二、2007年经济增长情况15

第二节 政策环境19

- 一、最新中国餐饮产业政策19
- 二、“节约型社会”与餐饮业25

第三节 文化环境31

- 一、中国文化背景对餐饮业的影响力31
- 二、中华饮食文化对周边的影响33
- 三、中西餐饮文化对比36
- 四、西式及其他餐饮文化在中国的发展37

第二部分 行业发展现状分析38

第三章 餐饮业现状分析及发展趋势38

第一节 中国餐饮业现状分析38

- 一、我国餐饮业发展的主要特征38
- 二、科学化是餐饮业的主流40
- 三、不断优化企业的经营和管理41
- 四、食业的格局会发生变化42
- 五、中国餐饮业发展遇到"四大掣肘"43
- 六、中国餐饮市场将呈多元化发展44
- 七、中国餐饮业实现跨越尚待时日46

第二节 餐饮市场运行情况分析49

- 一、2006年餐饮市场运行情况分析49
- 二、2007年餐饮市场运行情况分析55
- 三、2008年1-2月餐饮市场运行情况59

第三节 餐饮业市场规模分析与预测60

第四节 餐饮企业运营状况61

- 一、全国餐饮百强企业经营情况分析61
- 二、我国国有零售餐饮行业市场份额63
- 三、中国餐饮百强企业外商投资表现突出64
- 四、2005年12月份百家重点餐饮企业营业额增长情况65

第五节 餐饮业发展趋势66

- 一、餐饮行业发展趋势简述66
- 二、中国餐饮发展之十大现象68
- 三、餐饮业发展趋势71
- 四、连锁化渐成餐饮业发展趋势73

第四章 主要城市餐饮业发展状况75

第一节 广州75

一、广州餐饮业概况75

二、广州餐饮业市场问题76

三、广州餐饮企业发展情况77

四、广州市餐饮业未来发展趋势的变化79

第二节 上海82

一、上海餐饮业发展概况82

二、上海快餐餐饮发展情况82

三、上海餐饮业十大商圈83

第三节 北京85

一、北京餐饮业概况和主要特点85

二、北京餐饮业具有的优势87

三、北京餐饮业发展趋势89

四、北京08奥运餐饮市场规模将达200亿92

第四节 成都94

一、成都餐饮业发展概况94

二、成都餐饮业的特色及发展96

第五节 天津101

一、天津餐饮业现状101

二、天津餐饮业的特点101

三、天津市餐饮业近年发展迅速的主要原因103

四、天津正餐类大型餐馆业分析103

五、天津市快餐业分析104

六、天津餐饮业未来发展前景105

第六节 重庆106

第七节 武汉107

第八节 西安109

第九节 深圳110

第五章 中国餐饮业消费者研究111

第一节 餐饮消费群体分析111

一、中国城镇居民消费水平变化分析	111
二、2007年全国人均餐饮消费分析	115
第二节 快餐的消费习惯分析	117
一、中国快餐市场现状	117
二、影响快餐消费的因素分析	118
三、中国餐饮业中西快餐发起了营养大战	119
第六章 餐饮业相关市场分析及发展趋势研究报告	121
第一节 旅游业	121
一、2007年我国全年旅游业各项统计情况	121
二、2007年中国旅游业发展情况	122
三、中国旅游市场佳境	123
四、“十一五”我国要大力发展旅游业	124
第二节 旅游饭店业	126
第三节 旅客运输业	128
一、中国客运运输发展及现状	128
二、2008年我国交通运输形势展望	138
第三部分 竞争格局分析	146
第七章 中国餐饮业竞争格局	146
第一节 中国餐饮业竞争态势发展变化	146
第二节 提高中国餐饮企业竞争应对八大举措	148
第八章 中国餐饮业领先企业分析	157
第一节 百胜全球餐饮集团	157
一、百胜企业概况	157
二、百胜集团的重要管理策略	158
三、肯德基在中国的发展	161
四、肯德基的供应商战略	163
五、肯德基的特许经营	166
六、必胜客全球战略	169
七、IT运营外包打造餐饮业全新竞争力	173

第二节 麦当劳	175
一、麦当劳概况	175
二、麦当劳的特许经营与管理	176
三、麦当劳的经营实质	177
四、麦当劳中国的成长	181
第三节 德克士	183
一、德克士企业概况	183
二、德克士选址战略	184
三、德克士连锁战略	185
四、德克士连锁战略	186
五、德克士欲突围洋快餐	187
第四节 北京全聚德	189
一、全聚德概况	189
二、全聚德的服务战略	190
三、全聚德的经营战略	193
四、全聚德的创新策略	194
五、聚德的文化战略	195
第五节 西安饮食服务(集团)	197
一、公司概况	197
二、财务分析	197
第六节 皇城老妈	200
第七节 东来顺	201
一、企业概况	201
二、连锁模式定位与现状	202
第八节 小肥羊	205
一、公司概况	205
二、发展情况	206
第九节 广州酒家	208
第十节 上海美林阁餐饮经营管理有限公司	210
第十一节 沈阳市小土豆餐饮有限公司	211
一、公司简介	211
二、“小土豆”的经营之道	212

三、"小土豆"的目标是创中国现代的金字招牌212

第九章 中国餐饮业态分析214

第一节 快餐业214

一、餐饮市场的新宠214

二、本土企业战略机遇期214

三、中式快餐亟待"标准化"220

第二节 快餐餐饮业营销分析222

一、市场竞争态势分析222

二、市场定位222

三、行销定位策略223

四、行销组合策略224

第十章 中国餐饮企业连锁经营分析235

第一节 中式餐饮业的连锁经营分析235

一、连锁经营发展分析235

二、餐饮业的营销经营技巧236

第二节 餐饮业连锁经营的选址模式分析239

一、餐厅连锁经营选址中应考虑的因素239

二、连锁餐厅选址的原则242

三、连锁餐厅选址的模式和方法243

第三节 餐饮企业连锁经营成功性分析245

一、商圈的一般性原则245

二、餐饮业商圈的特殊性245

三、对国外餐饮巨头商圈策略的有益借鉴246

四、餐饮连锁企业扩张过程中商圈状况分类与特征分析247

五、商圈内连锁餐饮企业如何获得单店的相对竞争优势248

第四部分 行业发展战略与预测249

第十一章 餐饮行业发展预测249

第一节 餐饮业市场发展趋势展望249

一、全球餐饮业未来发展趋势249

二、2008年中国餐饮业发展特点预测252

三、2008年餐饮业走向预测254

四、家庭消费走大众化餐馆254

五、餐饮发展连锁化趋势258

六、中餐消费市场的发展趋势260

七、餐饮管理自动化263

第二节 国内餐饮业的发展趋势265

一、下半年餐饮需求预测265

二、我国餐饮业未来发展因素265

三、我国餐饮业近年发展特点预测267

四、中国快餐业的发展预测268

五、餐饮市场趋势271

第三节 新餐饮时代的战略选择273

第十二章 餐饮业投资与发展战略分析276

第一节 行业投资分析及市场发展趋势研究报告276

一、投资餐饮业可行性分析276

二、2008年餐饮业投资机会分析277

第二节 中式快餐的SWOT分析279

一、优势(Strength)279

二、劣势(Weakness)280

三、机遇(Opportunity)280

四、威胁(Threat)281

第三节 餐饮业经营管理与投资要素282

一、成功餐饮业经营管理五要素282

二、投资餐饮业的八大要素284

第四节 餐饮业可持续发展策略286

一、中式快餐业可持续发展思路286

二、酒店餐饮如何可持续发展288

附录294

附录一 肯德基在中国--世界著名企业经营案例294

附录二 全国餐饮业职业道德规范315

附录三 中国餐饮百强企业名单317

图表目录

自助式服务的种类和特色8

2008年餐饮业零售分季度完成情况49

2008年各月餐饮业零售额50

2008年三大区域餐饮业增长贡献率比较51

2008年餐饮行业零售额地区分布51

2008年餐饮业零售额增长率前五位地区51

2008年餐饮业零售额城市分布52

2008年餐饮业占社会消费品零售总额比重城市分布52

历年餐饮市场增长波动54

餐饮零售额跨千亿元台阶情况54

2007年全国三大区域餐饮业发展情况比较55

2007年全国各省市餐饮业发展排序56

2007年全国各城市餐饮业发展排序58

2008年1-2月全国住宿和餐饮业零售额合计59

社会消费品零售总额112

社会消费品零售额分布114

2007年中国旅游业发展情况122

2007年前三季度公路旅客周转量及同比增速128

2007年前三季度公路客运量及同比增速129

2007年前三季度水路客运量及同期增速129

2007年前三季度水路旅客周转量及同期比130

2008年02月公路旅客运输量130

2008年02月公路旅客周转量132

2008年02月水路旅客运输量134

2008年02月水路旅客周转量136

肯德基品牌协同情况159

肯德基的企业文化160

肯德基家庭化的目标市场160

肯德基烹鸡专家"的定位160
肯德基顾客为中心的营销161
肯德基人力资源培训类型164
肯德基也拥有"CHAMPS"的经营方针165
肯德基独特的特许加盟模式168
麦当劳与肯德基经营业绩对比182
西安饮食服务（集团）股份有限公司2007年半年主要财务数据和指标198
西安饮食服务（集团）股份有限公司2007年半年财务指标198
西安饮食服务（集团）股份有限公司2007年半年主营业务分行业情况199
2007年度中国餐饮百强企业名单317

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/70487.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。