



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008年中国餐饮市场研究及发展趋势报告

一、调研说明

《2008年中国餐饮市场研究及发展趋势报告》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/70488.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年我国宏观经济运行情况1

二、我国宏观经济发展运行趋势3

第二节 餐饮业在国民经济中所处地位6

第三节 行业政策环境7

一、最新中国餐饮产业政策7

二、“节约型社会”与餐饮业13

第四节 行业文化环境18

一、中国文化背景对餐饮业的影响力18

二、中华饮食文化对周边的影响20

三、中西餐饮文化对比23

四、西式及其他餐饮文化在中国的发展24

第五节 我国餐饮行业特点及投资特性分析25

一、餐饮业概念及国内餐饮业分类25

二、我国餐饮业特点29

三、行业周期性分析29

四、行业集中性分析29

五、行业要素密集性分析30

六、经营风险分析30

七、壁垒状况分析31

第二章 餐饮行业总体发展趋势32

第一节 餐饮市场规模分析32

一、2007年餐饮市场规模分析32

二、2007年中国餐饮业发展势态34

三、2007年中国餐饮市场热点及特点34

四、2008-2009年中国餐饮市场规模预测36

第二节 餐饮企业运营状况37

一、2000-2007年餐饮业企业数量及从业人员37

二、2000-2007年中国限额以上餐饮企业资产规模分析38

三、2000-2007年中国限额以上餐饮企业经营分析39

四、2007年餐饮市场运行情况39

第三节 我国餐饮业的竞争与前景40

一、中国餐饮业多种所有制并存40

二、2008年中国餐饮产业的展望40

第三章 主要城市餐饮业发展状况42

第一节 北京42

一、北京餐饮业发展概况42

二、2000-2007北京餐饮市场规模43

三、北京餐饮企业发展情况44

四、2007年北京餐饮业新特点及发展趋势44

五、奥运拉动北京餐饮业市场49

六、进入北京餐饮市场的策略50

第二节 上海54

一、上海餐饮业发展概况54

二、2000-2007上海餐饮市场规模55

三、上海餐饮企业发展情况56

四、上海限额以上餐饮企业分析59

五、2007年上海餐饮业60

六、上海餐饮业发展的特点62

第三节 广州63

一、广州餐饮业概况63

二、2000-2007广州餐饮业市场规模63

三、广州餐饮企业发展情况64

四、广州限额以上餐饮企业分析66

五、广州市餐饮业消费群体状况69

第四节 成都70

一、成都餐饮业发展概况70

二、2000-2007成都餐饮市场规模74

三、成都限额以上餐饮企业分析75

四、2007年成都餐饮业的发展特点75

第五节 天津77

一、天津餐饮业发展概况77

二、2000-2007天津餐饮市场规模78

三、天津限额以上餐饮企业分析79

四、2007年天津餐饮业79

五、天津餐饮市场的特点81

第六节 重庆82

一、重庆餐饮业发展概况82

二、2000-2007重庆餐饮市场规模83

三、重庆餐饮业84

四、重庆餐饮业的连锁经营分析86

第七节 武汉89

一、武汉餐饮业发展概况89

二、2000-2007武汉餐饮市场规模89

三、武汉餐饮企业发展情况90

四、武汉限额以上餐饮企业分析93

五、武汉餐饮业业态比较94

六、武汉餐饮业的特点97

第八节 西安98

一、西安餐饮业发展概况98

二、西安餐饮企业发展情况98

三、西安限额以上餐饮企业分析99

四、2007年西安餐饮业99

五、西安餐饮业的特点100

第四章 我国西餐行业概况103

第一节 中国西餐行业发展历程103

第二节 中餐与西餐的主要差别105

一、中餐与西餐在菜肴烹制方面的差别105

二、中餐与西餐在餐饮形式上的差别106

第三节 中西餐饮业的对比分析107

一、中西餐饮业的总体差异107

二、中式快餐发展前景看好108

三、美式快餐营销策略111

第四节 我国西餐行业特点分析112

第五章 我国西餐业市场发展分析114

第一节 我国西餐市场现状分析114

一、2007年我国西餐市场基本情况114

二、我国西餐市场特点分析114

三、我国西餐市场快速形成的主要原因116

四、我国西餐市场分布结构116

五、我国西餐市场产品结构117

第二节 西餐业问题分析118

一、西餐业管理和技术人员缺乏118

二、京城西餐业人才短缺的原因分析120

第三节 西餐发展的对策及趋势123

一、中西结合保持特色123

二、西餐的本土化与大众化125

三、中国西餐发展多样化128

四、西餐市场的发展趋势128

第六章 我国西式快餐行业发展概况130

第一节 中国快餐业的经营现状130

一、中国快餐业发展概述130

二、快餐行业发展的特点132

三、中国快餐业快速增长134

四、快餐业发展中存在的主要问题135

五、我国快餐业取得的经验与体会137

第二节 西式快餐在中国的现状140

第三节 中国快餐业发展的因素分析145

第四节 我国快餐行业竞争分析146

一、汉堡王进军中国市场146

二、三大洋快餐争相吸引加盟者147

三、三全,思念抢滩中式快餐148

第七章 中国连锁餐饮市场运行分析150

第一节 2004-2007年连锁餐饮企业总体经营情况150

一、连锁经营规模分析150

二、连锁餐饮企业利润率分析150

三、连锁餐饮企业资产负债率分析151

第二节 2004-2007年连锁餐饮企业的业态分析151

一、不同业态的餐饮企业规模比较151

二、不同业态连锁餐饮企业营业收入比较152

三、不同业态连锁餐饮企业利润总额比较152

第三节 2004-2007年直营连锁与加盟连锁的比较分析153

一、直营与加盟的规模比较153

二、直营与加盟的营业收入总额比较153

第四节 2007年限额以上连锁餐饮企业地区分布状况154

第八章 中国餐饮企业连锁经营分析156

第一节 餐饮业的连锁经营分析156

一、连锁经营发展分析156

二、餐饮业的营销经营技巧157

第二节 餐饮业连锁经营的选址模式分析160

一、餐厅连锁经营选址中应考虑的因素160

二、连锁餐厅选址的原则163

三、连锁餐厅选址的模式和方法163

第三节 餐饮企业连锁经营成功性分析166

一、商圈的一般性原则166

二、餐饮业商圈的特殊性166

三、对国外餐饮巨头商圈策略的有益借鉴167

四、餐饮连锁企业扩张过程中商圈状况分类与特征分析168

五、商圈内连锁餐饮企业如何获得单店的相对竞争优势169

第四节 餐饮连锁的问题及对策170

- 一、中式餐饮连锁业的症结170
- 二、中式餐饮连锁经营中的问题与对策170
- 三、中式餐饮连锁经营中的对策172
- 四、餐饮业连锁经营应注重品牌战略174
- 第五节 餐饮连锁的趋势与经验借鉴178
 - 一、连锁经营将成为餐饮业主攻方向178
 - 二、餐饮连锁业凸显第四方物流178
 - 三、美国特许连锁经营的成功经验及启示180

第九章 我国西式快餐市场营销定位与市场战略185

- 第一节 市场竞争态势分析185
- 第二节 市场定位185
- 第三节 行销定位策略186
- 第四节 行销组合策略188

第十章 我国西餐市场竞争分析198

- 第一节 我国西餐行业业态分析198
- 第二节 我国餐饮业竞争态势分析200
- 第三节 我国中西式快餐产品竞争优势比较201
 - 一、带馅与不带馅产品的优势比较202
 - 二、烹制方式的优势比较203

第十一章 我国西式餐饮企业集团分析206

- 第一节 百胜全球餐饮集团206
 - 一、百胜企业概况206
 - 二、百胜集团的重要管理策略207
 - 三、肯德基在中国的发展210
 - 四、肯德基的供应商战略212
 - 五、肯德基的特许经营215
 - 六、必胜客全球战略217
 - 七、IT运营外包打造餐饮业全新竞争力222
- 第二节 麦当劳223

- 一、麦当劳概况223
- 二、麦当劳的特许经营与管理224
- 三、麦当劳的经营实质225
- 四、麦当劳中国的成长229
- 第三节 德克士餐饮连锁集团231
- 第四节 星巴克233
- 第五节 好伦哥237

第十二章 我国西餐行业发展趋势分析238

- 第一节 我国餐饮业未来发展趋势238
 - 一、餐饮业行业发展趋势展望238
 - 二、我国餐饮业市场发展态势239
 - 三、中国餐饮市场容量趋势预测240
- 第二节 我国西餐行业发展趋势241
 - 一、中国西餐业将实现新的飞跃241
 - 二、西餐行业未来走势242
 - 三、我国西餐市场发展趋势243
- 第三节 我国西式快餐本土化趋势分析246

第十三章 我国西餐行业投资分析及市场发展趋势研究报告与发展建议247

- 第一节 行业投资特点247
 - 一、行业进出壁垒247
 - 二、行业SWOT分析247
- 第二节 投资机会分析250
 - 一、行业的生命周期适于投资250
 - 二、细分市场发展给餐饮投资的机会250
- 第三节 投资风险分析251
- 第四节 行业经营管理建议252
 - 一、餐饮细分市场的选择252
 - 二、成功餐饮业经营管理五要素259
 - 三、投资餐饮业的八大要素261

图表目录

- 1995-2007年餐饮市场规模分析34
- 2008-2009年中国餐饮市场规模预测36
- 2000-2007年餐饮业企业数量及从业人员37
- 2000-2007年中国限额以上餐饮企业资产规模分析38
- 2000-2007年中国限额以上餐饮企业经营分析39
- 2000-2007年北京市餐饮业营业收入43
- 2000-2007年上海市餐饮业营业收入56
- 2002-2007年上海市限额以上餐饮业主要财务指标59
- 2007年广州餐饮企业概况64
- 2007年广州餐饮业概况—内资企业（按登记注册类型分）65
- 2007年广州餐饮业概况—港、澳、台商投资企业（按登记注册类型分）66
- 2007年广州餐饮业概况—外商投资企业（按登记注册类型分）66
- 2007年广州限额以上餐饮企业基本情况—内资企业67
- 2007年广州限额以上餐饮企业基本情况—港、澳、台商投资企业68
- 2007年广州限额以上餐饮企业基本情况—外商投资企业68
- 2007年广州限额以上餐饮企业基本情况—按行业分68
- 2007年广州限额以上餐饮企业财务状况69
- 广州餐饮业消费群体构成状况69
- 2007年四川限额以上连锁餐饮企业基本情况75
- 2000-2007年天津市餐饮业营业收入（亿元）78
- 2007年天津限额以上餐饮业财务状况79
- 2007年重庆限额以上餐饮业财务状况—内资企业（万元）83
- 2007年重庆限额以上餐饮业财务状况—港澳台商投资企业83
- 2007年重庆限额以上餐饮业财务状况—按餐饮行业中类分组84
- 2007年重庆限额以上连锁零售业和餐饮业经营情况（一）86
- 2007年重庆限额以上连锁零售业和餐饮业经营情况（二）—百货店86
- 2007年重庆限额以上连锁零售业和餐饮业经营情况（三）—超级市场87
- 2007年重庆限额以上连锁零售业和餐饮业经营情况（一）87
- 2007年重庆限额以上连锁零售业和餐饮业经营情况（二）—百货店88
- 2007年重庆限额以上连锁零售业和餐饮业经营情况（三）—超级市场88
- 2007年武汉市餐饮业类型情况90

2007年武汉市餐饮业法人企业构成比例91

武汉私营企业男性女性学历比较92

2007年武汉市餐饮业实现营业收入情况92

2007年武汉市限额以上连锁餐饮业经营情况（一）93

2007年武汉市限额以上连锁餐饮业经营情况（二）94

2007年陕西限额以上连锁餐饮企业基本情况99

主要连锁比萨/速食/咖啡店数（单位：家）104

消费者对西式快餐店的喜好141

不同年龄群体对西式快餐的喜好程度141

消费者选择西式快餐的原因142

西式快餐的消费频次142

消费者每次在西式快餐店消费金额143

最近一次在西式快餐店的花费143

西式快餐的消费类型144

2004-2007年连锁餐饮企业经营规模分析150

2004-2007年连锁餐饮企业利润率分析150

2004-2007年连锁餐饮企业资产负债率151

2004-2007年不同业态的餐饮企业规模比较151

2004-2007年不同业态连锁餐饮企业营业收入比较152

2004-2007年不同业态连锁餐饮企业利润总额比较152

2004-2007年连锁餐饮企业直营与加盟的规模比较153

2004-2007年连锁餐饮企业直营与加盟的营业收入总额比较153

2007年限额以上连锁餐饮企业地区分布状况154

不同类型餐馆的目标市场特征186

消费者最喜欢的快餐食品204

快餐与休闲餐饮的消费特征205

肯德基品牌协同情况208

肯德基的企业文化209

肯德基家庭化的目标市场209

肯德基"烹鸡专家"的定位209

肯德基顾客为中心的营销210

肯德基人力资源培训类型214

肯德基也拥有"CHAMPS"的经营方针214
肯德基独特的特许加盟模式217
麦当劳与肯德基经营业绩对比230
德克士餐饮连锁集团发展状况及预测232
2008-2009年中国餐饮市场规模预测240
市场区隔分析253
新的市场空间分析254
餐饮业八大细分市场类型255

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/70488.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。