



艾凯咨询
ICAN Consulting

2007年中国餐饮业市场分析及发展趋势预测研究报告（2007年第二版）

一、调研说明

《2007年中国餐饮业市场分析及发展趋势预测报告（2007年第二版）》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/70502.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 行业发展现状分析

第一章 行业定义及分类1

第一节 餐饮行业概述1

一、餐饮业的定义1

二、餐饮业的分类2

三、餐饮业对国民经济的助推分析7

第二节 行业特性分析11

一、餐饮业基本特征分析11

二、餐饮业生命周期分析12

三、餐饮业要素密集性分析13

四、餐饮业经营风险分析13

五、餐饮业进入壁垒分析15

第二章 中国餐饮业发展环境分析19

第一节 经济环境分析19

一、宏观经济环境分析19

二、经济增长及居民收入水平分析21

三、社会经济交往活动分析21

四、居民消费观念分析22

五、餐饮业结构调整分析22

第二节 政策环境分析22

一、中国餐饮业主要政策22

二、中国餐饮业最新政策25

第三节 文化环境分析26

一、中国传统饮食文化26

二、中国饮食文化在世界的传播31

三、西方饮食文化在中国的传播34

第三章 餐饮业现状分析37

第一节 中国餐饮业现状分析37

一、中国餐饮业现状37

二、餐饮业持续增长的原因分析40

三、全国重点餐饮企业经营情况分析	42
第二节 2006年中国餐饮业发展状况	44
一、2006年餐饮百强企业发展分析	44
二、2006年餐饮市场发展分析	45
三、餐饮市场发展趋势展望	59
第三节 2007年中国餐饮业发展状况	61
一、2007年1-7月餐饮市场发展状况	61
二、2007年中国餐饮业存在的问题	64
三、2007年中国餐饮业面临的挑战	72
第四章 中国餐饮业态分析	75
第一节 中国快餐发展形势分析	75
一、中国快餐业发展现状	75
二、快餐业发展存在问题	78
三、快餐行业的竞争分析	79
四、快餐业应采取的措施	83
五、快餐业发展趋势分析	91
第二节 餐饮业特许经营情况分析	94
一、特许经营概述	94
二、我国餐饮业特许经营发展概况	95
三、2006年餐饮业特许经营呈现的特征	103
四、中式餐饮业特许经营面临的问题	104
五、解决中式餐饮业特许经营发展问题的对策	112
第三节 餐饮业营销分析	116
一、餐饮业消费者研究	116
二、餐饮业营销的主要方式	123
三、餐饮业个性化服务分析	128
四、餐饮业OEM分析	132
五、餐饮业的特色策略分析	134
六、餐饮业营销的发展趋势	137
第五章 餐饮企业经营管理分析	151
第一节 餐饮业的店名特点研究	151
一、店名的概述	151

- 二、店名研究的分析方法152
- 三、中餐馆名称的结构分析153
- 四、中餐馆名称中行业标识词的分析155
- 五、中餐馆名称中区别性名称的分析157
- 六、连锁餐饮店名称的分析160
- 第二节 餐饮企业基层员工激励研究161
 - 一、餐饮企业基层员工特征161
 - 二、餐饮企业基层员工特点162
 - 三、餐饮企业基层员工重点激励因素163
 - 四、对餐饮企业基层员工激励机制建议163
- 第三节 连锁餐饮企业薪酬体系变革分析165
 - 一、案例背景与问题诊断165
 - 二、基于顾客导向的薪酬体系设计166
 - 三、连锁餐饮企业薪酬变革的思考169
- 第四节 打造连锁餐饮企业核心竞争力分析171
 - 一、精心打造品牌的分众力171
 - 二、用心打造门店的吸引力174
 - 三、倾力打造菜谱的静销力175
 - 四、全力打造服务员推销力177
 - 五、群力打造美食的口碑力178
- 第六章 主要区域餐饮业发展分析181
 - 第一节 北京餐饮业发展状况181
 - 一、发展现状及特点181
 - 二、发展存在的问题184
 - 三、发展趋势与对策建议185
 - 四、北京餐饮发展趋势186
 - 五、2007年最新政策187
 - 第二节 四川餐饮业发展状况190
 - 一、2006年四川餐饮业发展状况190
 - 二、2007年上半年成都餐饮业发展状况191
 - 三、2007年上半年四川餐饮业发展状况193
 - 四、四川餐饮业发展规划195

第三节 青岛餐饮业发展状况196

一、青岛餐饮业发展概况196

二、2007年上半年发展状况197

三、品牌企业发展状况200

四、餐饮业发展的变数203

五、餐饮业发展机遇204

第四节 安徽餐饮业发展状况204

一、安徽省限额以上餐饮企业经营情况205

二、影响安徽省餐饮企业盈利能力的主要因素207

三、提高安徽省餐饮企业经济效益的几点建议207

第五节 南京餐饮业发展状况208

一、南京餐饮市场持续繁荣兴旺208

二、南京餐饮市场持续高速增长因素分析210

第六节 新疆餐饮业发展状况212

一、发展现状及特点212

二、存在的问题214

三、对策建议215

第七节 2007年其他地区餐饮业发展状况217

一、上海餐饮业发展状况217

二、吉林餐饮业发展状况221

三、湖北餐饮业发展状况221

四、石家庄餐饮业发展状况222

第二部分 相关市场分析及发展趋势研究报告

第七章 餐饮业相关市场分析及发展趋势研究报告225

第一节 旅游饭店业225

一、我国旅游酒店业发展概况225

二、我国旅游酒店业发展现状230

三、我国旅游酒店业发展趋势分析233

第二节 餐饮信息业237

一、我国餐饮业信息化现状237

二、我国餐饮业信息化发展前景242

第三部分 竞争格局分析

第八章 中国餐饮业竞争分析	245
第一节 中国餐饮市场竞争现状	245
一、2006-2007年中国餐饮业竞争状况	245
二、2007年中国餐饮业竞争的变化趋势	247
第二节 提高中国餐饮企业竞争力措施	250
一、餐饮企业最基本的竞争力分析	250
二、中国餐饮业竞争态势及对策分析	252
三、餐饮竞争中的战略定位	262
第九章 中国餐饮业领先企业分析	265
第一节 百胜全球餐饮集团	265
一、企业概况	265
二、2007年中国市场营销状况	266
三、2006-2007年二季度财务分析	269
第二节 麦当劳	270
一、企业概况	270
二、2007年经营状况	272
三、2006-2007年二季度财务分析	273
四、麦当劳品牌营销策略分析	274
第三节 内蒙古小肥羊餐饮连锁有限公司	277
一、企业概况	277
二、经营发展状况	279
三、2000-2007年加盟市场发展状况	281
四、上市进展	283
第四节 顶新国际集团投资“德克士”快餐事业	284
一、企业概况	284
二、2007年经营状况	285
三、发展战略	288
第五节 中国全聚德(集团)股份有限公司	291
一、企业概况	291
二、2007年经营状况	293
三、品牌管理	295
四、发展规划	300

第六节 西安饮食股份有限公司301

一、企业概况301

二、2006-2007年二季度财务分析303

三、竞争力分析308

第七节 上海锦江国际酒店发展股份有限公司309

一、企业概况309

二、2007年经营状况311

三、2006-2007年二季度财务分析314

四、发展战略320

五、盈利预测322

第八节 真功夫餐饮管理有限公司323

一、企业概况323

二、经营发展状况324

三、2007-2008年发展规划324

第九节 重庆小天鹅投资控股（集团）有限公司325

一、企业概况325

二、发展历程326

三、2007年经营状况327

第十节 成都谭鱼头投资股份有限公司328

一、企业概况328

二、2007年经营状况329

三、香港投资经营状况331

四、战略发展规划332

第十一节 其他餐饮企业内地市场发展状况333

一、大家乐集团333

二、永和大王335

第四部分 行业发展趋势与投资分析及市场发展趋势研究报告

第十章 餐饮行业发展趋势及投资分析及市场发展趋势研究报告337

第一节 餐饮行业发展前景337

一、餐饮业的发展前景337

二、餐饮业市场营销的发展前景338

第二节 餐饮业的发展趋势341

一、中餐业的融资并购趋势分析	341
二、餐饮业发展多元化趋势分析	354
三、2008-2010年中国餐饮业发展趋势	355
第三节 餐饮业发展预测	357
一、2007年我国餐饮业发展预测	357
二、2008年我国餐饮业发展预测	359
第四节 餐饮业投资分析及市场发展趋势研究报告	361
一、餐饮业国际化经营分析	361
二、中餐海外合资利弊分析	372
三、投资餐饮业的八大要素	373
四、小区餐饮店的投资策略	375
五、体育主题餐饮店的投资	376
六、清真食品市场投资分析及市场发展趋势研究报告	377
附录	
附录一 2006年年度中国十大餐饮品牌企业	380
附录二 2006年年度中国十大餐饮品牌企业（提名奖）	381
图表目录	
图表：餐饮业的细分行业分类	5
图表：餐饮业细分行业和业态的发展	6
图表：餐饮业态类型	7
图表：1976-2005年餐饮业增长贡献率和拉动率变化情况	8
图表：全国餐饮业零售额中居民餐饮消费比例	10
图表：餐饮业成本结构表	13
图表：中国八大菜系分布	29
图表：2006年住宿和餐饮业企业景气指数	46
图表：2006年餐饮业月度零售额对比	46
图表：2006年各季度餐饮业零售额比重	47
图表：2006年东中西部地区餐饮业发展情况比较	48
图表：2000-2006年东中西部地区餐饮业增长率比较	48
图表：2006年主要省市餐饮业三项指标前十名排序	49
图表：2006年主要城市餐饮业三项指标前十名排序	49
图表：2004-2006年餐饮业结构变化情况	50

图表：2006年限额以上按登记注册类型和业态分连锁餐饮业集团（企业）数52

图表：2006年限额以上按行业和业态分连锁餐饮业集团（企业）数53

图表：2006年限额以上按行业与登记注册类型分连锁餐饮业集团（企业）数53

图表：2006年限额以上连锁餐饮业基本情况55

图表：2006年限额以上连锁餐饮业按业态分基本情况（1）55

图表：2006年限额以上连锁餐饮业按业态分基本情况（2）57

图表：2006年限额以上按地区和业态分连锁餐饮业集团（企业）数58

图表：1994-2007年年度零售额“跨千亿元台阶”情况60

图表：2007年7月社会消费品零售总额61

图表：2007年住宿和餐饮业企业景气指数63

图表：2001-2004年快餐企业的发展状况77

图表：每平方米单位面积快餐营业额78

图表：餐饮业部分连锁企业连锁店数量和连锁店销售额增长情况96

图表：餐饮业部分企业特许经营配送额增长情况97

图表：部分连锁餐饮业培训增长情况98

图表：餐饮业部分企业多品牌经营情况98

图表：餐饮业各行业部分企业多品牌和将开展多品牌经营情况99

图表：部分连锁餐饮企业特许费收取方式99

图表：部分连锁餐饮业特许经营保证金收取情况（1）101

图表：部分连锁餐饮业特许经营保证金收取情况（2）101

图表：连锁餐饮企业特许经营单店投资额情况101

图表：连锁餐饮业各行业部分企业特许经营模式102

图表：2004年特许经营部分餐饮行业代表性企业发展情况表102

图表：餐饮业各行业关注的主要问题105

图表：餐饮业特许经营难点107

图表：中国最具购买力的消费者在外晚餐频率117

图表：中国最具购买力的消费者一年外出就餐的支出117

图表：中国最具购买力的消费者参加商务宴请的频率117

图表：中国最具购买力的消费者去咖啡厅茶馆的频次118

图表：快餐在儿童中的渗透率118

图表：1991-2005年我国人均餐饮消费变化情况122

图表：北京市海淀区中餐馆价位分布图152

图表：海淀区中餐馆名称的结构统计154

图表：三个档次使用行业标识词的情况（1）155

图表：三个档次使用行业标识词的情况（2）156

图表：基于顾客导向的薪酬体系框架167

图表：2006年北京限额以上餐饮企业所有制结构182

图表：2006年北京限额以上餐饮企业经营业态183

图表：2006年不同类型餐饮企业经营情况206

图表：安徽省各市餐饮企业法人及从业人员分布情况206

图表：新疆星级住宿业和限额以上餐饮业法人企业经营状况212

图表：新疆各种经济类型企业法人单位情况及比重213

图表：2005年上海城市居民家庭人均在外饮食支出（按收入水平分组）218

图表：1978-2005年上海餐饮业产业活动单位219

图表：1978-2005年上海餐饮业从业人员219

图表：2003-2005年限额以上餐饮业主要财务指标220

图表：1995-2005年星级酒店数量统计226

图表：全国星级酒店数量及分布图227

图表：历年德克士店数扩张与2010年预测285

图表：顶新国际集团投资架构285

图表：中国全聚德(集团)股份有限公司组织架构292

图表：中国全聚德(集团)股份有限公司员工构成（1）292

图表：中国全聚德(集团)股份有限公司员工构成（2）293

图表：中国全聚德(集团)股份有限公司员工构成（3）293

图表：西安饮食股份有限公司组织架构302

图表：2006-2007年二季度西安饮食股份有限公司主营构成303

图表：2006-2007年二季度西安饮食股份有限公司每股指标分析303

图表：2006-2007年二季度西安饮食股份有限公司获利能力分析303

图表：2006-2007年二季度西安饮食股份有限公司经营能力分析304

图表：2006-2007年二季度西安饮食股份有限公司发展能力分析304

图表：2006-2007年二季度西安饮食股份有限公司偿债能力分析304

图表：2006-2007年二季度西安饮食股份有限公司资本结构分析304

图表：2006-2007年二季度西安饮食股份有限公司现金流量分析305

图表：2006-2007年二季度西安饮食股份有限公司主营业务收入305

图表：2006-2007年二季度西安饮食股份有限公司主营业务利润305

图表：2006-2007年二季度西安饮食股份有限公司营业利润305

图表：2006-2007年二季度西安饮食股份有限公司利润总额305

图表：2006-2007年二季度西安饮食股份有限公司净利润306

图表：2006-2007年二季度西安饮食股份有限公司可供分配的利润306

图表：2006-2007年二季度西安饮食股份有限公司可供股东分配的利润306

图表：2006-2007年二季度西安饮食股份有限公司未分配利润306

图表：2006-2007年二季度西安饮食股份有限公司流动资产306

图表：2006-2007年二季度西安饮食股份有限公司长期投资306

图表：2006-2007年二季度西安饮食股份有限公司固定资产307

图表：2006-2007年二季度西安饮食股份有限公司无形资产307

图表：2006-2007年二季度西安饮食股份有限公司流动负债307

图表：2006-2007年二季度西安饮食股份有限公司长期负债307

图表：2006-2007年二季度西安饮食股份有限公司股东权益307

图表：2006-2007年二季度上海锦江国际酒店发展股份有限公司主营构成314

图表：2006-2007年二季度上海锦江国际酒店发展股份有限公司每股指标分析314

图表：2006-2007年二季度上海锦江国际酒店发展股份有限公司获利能力分析315

图表：2006-2007年二季度上海锦江国际酒店发展股份有限公司经营能力分析315

图表：2006-2007年二季度上海锦江国际酒店发展股份有限公司发展能力分析315

图表：2006-2007年二季度上海锦江国际酒店发展股份有限公司偿债能力分析316

图表：2006-2007年二季度上海锦江国际酒店发展股份有限公司资本结构分析316

图表：2006-2007年二季度上海锦江国际酒店发展股份有限公司现金流量分析316

图表：2006-2007年二季度上海锦江国际酒店发展股份有限公司主营业务收入316

图表：2006-2007年二季度上海锦江国际酒店发展股份有限公司主营业务利润317

图表：2006-2007年二季度上海锦江国际酒店发展股份有限公司营业利润317

图表：2006-2007年二季度上海锦江国际酒店发展股份有限公司利润总额317

图表：2006-2007年二季度上海锦江国际酒店发展股份有限公司净利润317

图表：2006-2007年二季度上海锦江国际酒店发展股份有限公司可供分配的利润318

图表：2006-2007年二季度上海锦江国际酒店发展股份有限公司可供股东分配的利润318

图表：2006-2007年二季度上海锦江国际酒店发展股份有限公司未分配利润318

图表：2006-2007年二季度上海锦江国际酒店发展股份有限公司流动资产318

图表：2006-2007年二季度上海锦江国际酒店发展股份有限公司长期投资318

图表：2006-2007年二季度上海锦江国际酒店发展股份有限公司固定资产319
图表：2006-2007年二季度上海锦江国际酒店发展股份有限公司无形资产319
图表：2006-2007年二季度上海锦江国际酒店发展股份有限公司流动负债319
图表：2006-2007年二季度上海锦江国际酒店发展股份有限公司长期负债319
图表：2006-2007年二季度上海锦江国际酒店发展股份有限公司股东权益319
图表：成都谭鱼头投资股份有限公司企业文化329
图表：香港餐饮企业数目343
图表：香港餐饮业年营业额344
图表：香港餐饮业牌照数目344
图表：香港税务制度的优势344
图表：香港注册要求345
图表：香港上市规定345
图表：香港餐饮经营相关法律规定346
图表：香港餐饮经营税前利润率346
图表：香港餐饮业经营员工职位平均工资347
图表：香港餐饮业收益情况347
图表：香港普通食肆牌照费（按面积）348
图表：香港普通食肆牌照费（按场所）348
图表：香港普通食肆牌照费（按区域）349
图表：餐饮业开店建设流程图375
图表：2006年年度中国十大餐饮品牌企业380
图表：2006年年度中国十大餐饮品牌企业（提名奖）381
B001

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/70502.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。