



艾凯咨询
ICAN Consulting

2013-2017年中国餐饮业市场研究及投资价值咨询报告

一、调研说明

《2013-2017年中国餐饮业市场研究及投资价值咨询报告》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/22212/>

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

据中国烹饪协会数据显示，2012年1-7月我国餐饮业收入平均增幅为13.1%，比商务部预计“十二五”期间16%的增长率下降了2.9%，下降幅度为18.1%。数据显示，企业的经营利润已严重下降，关乎民生的餐饮业增速已降到了9年来的最低水平。一方面，经营中的各项成本与费用增加；另一方面，社会消费信心不足，市场疲软。餐饮业存在的“四高一低”问题严重，即各种税费、原材料价格、人工费用、房租越来越高，企业利润越来越低。其中餐饮业银行卡刷卡手续费率较高一直备受诟病。目前百货、超市等零售业的银行卡刷卡手续费率仅为0.5%，而餐饮业一般为2%，有的地区甚至高于3%，这无疑大大增加了经营成本。

在此背景下，发改委下发银行卡刷卡手续费下调的征求意见稿，平均降幅24%，目前零售业的刷卡手续费率在0.8%-1，超市是0.5%，餐饮业为2%，特别餐饮业畸高的刷卡费率一直都受到争议，国内餐饮龙头企业全聚德今年上半年净利润为8983万元，金融手续费支出为628万元，同比增长20.31，预计刷卡费下调政策导向将有助于降低餐饮业的成本支出。

另外，国务院办公厅正式印发《国内贸易发展“十二五”规划》，其中餐饮住宿业获得关注：第一，2015年批发零售住宿餐饮业增加值超过7万亿元，年均实际增长11%左右。第二，鼓励发展大众化餐饮。发展特色餐饮、民族餐饮、早餐、快餐和送餐服务。优化大众化餐饮布局，支持大型餐饮企业建设主副食加工配送中心，发展标准化餐饮网点。培育一批品牌化、连锁化经营的大众化餐饮企业。弘扬中华饮食文化，逐步形成业态互补、高中低档协调发展、中外餐饮融合促进的发展格局。

艾凯咨询集团发布的《2013-2017年中国餐饮业市场研究及投资价值咨询报告》共十四章。首先介绍了餐饮行业的概念以及全球发展概况，接着分析了中国餐饮行业发展环境，然后对中国餐饮行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国餐饮行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国餐饮行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录

第一章 餐饮业概述

第一节 餐饮业的定义及分类

一、餐饮业的定义

二、餐饮业的分类

第二节 餐饮业的特点

一、餐饮业的特性

1、餐饮业生命周期

2、餐饮业要素密集性

3、餐饮业经营风险

二、餐饮业的基本特征

三、现代餐饮业的特点

四、餐饮管理的特点和任务

第三节 餐饮业市场细分及作用

一、餐饮业的市場细分

二、餐饮业的經濟地位

三、餐饮业的社会意义

四、餐饮业的成本核算

第四节 餐饮消费者分析

一、餐饮消费者种类分析

二、餐饮消费者心理效应解析

三、餐饮消费者快餐消费习惯及态度研究

四、餐饮业的消费方式和现代化趋向

第五节 餐饮连锁业简述

一、餐饮业连锁经营的本质

二、餐饮业连锁经营集中体现的四个原则

三、餐饮业连锁经营三类形式及特点

1、直营连锁（Regular Chain简称RC）

2、特许连锁（Franchise Chain简称FC）

3、自由连锁（Voluntary Chain简称VC）

第二章 全球餐饮行业发展分析

第一节 国际餐饮业发展概况

一、国际餐饮业发展历程

二、国际餐饮业市场竞争格局

三、国际餐饮业先进经营模式

第二节 2010-2012年全球餐饮市场分析

一、2010-2012年全球餐饮市场回顾

二、2010-2012年全球餐饮需求分析

三、2010-2012年跨国餐饮企业在华投资分析

第三节 部分国家地区餐饮行业发展状况

一、2010-2012年美国餐饮行业发展分析

二、2010-2012年欧洲餐饮行业发展分析

三、2010-2012年日本餐饮行业发展分析

四、2010-2012年韩国餐饮行业发展分析

第四节 中餐业在国际市场的发展

一、中餐业进入国际市场的方式

二、中餐业进入国际市场的模式选择

1、契约进入模式

2、投资进入模式

3、网络进入模式

三、中餐业在国际市场的发展

1、美国中餐业发展分析

2、欧洲中餐业发展分析

3、亚洲中餐业发展分析

第三章 餐饮行业发展环境分析

第一节 行业政治法律环境分析

一、行业政策环境分析

二、行业主要政策动向

1、刷卡费率有望结构性调整

2、餐饮业受限制三公消费影响进入调整期

3、中国餐饮业需建立安全机制

三、行业发展规划解析

第二节 行业经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2013年中国宏观经济发展预测分析

第三节 行业社会环境分析

一、行业社会环境分析

- 1、行业发展与社会经济的协调
- 2、行业面临的食品安全问题
- 3、行业发展的地区不平衡问题

二、行业文化环境分析

- 1、中国传统饮食文化
- 2、国内各地区饮食文化
- 3、西式餐饮文化在中国的发展

第四节 行业技术环境分析

- 一、餐饮业技术现状及趋势
- 二、餐饮信息技术潜力无限
- 三、即将革新餐饮业的五项前沿科技

第四章 中国餐饮行业发展分析

第一节 我国餐饮行业发展现状

- 一、中国餐饮行业发展历程
- 二、中国餐饮行业发展现状
- 三、餐饮行业消费市场现状
- 四、餐饮市场消费层次分析

第二节 我国餐饮行业发展状况

- 一、2010-2012年中国餐饮业发展回顾
- 二、2010-2012年餐饮业发展情况分析
- 三、2010-2012年中国餐饮业发展规模
- 四、2010-2012年中国餐饮业发展特点

第三节 中国餐饮行业信息化分析

一、餐饮信息化基本情况

- 1、餐饮信息化简介
- 2、信息化管理系统特质
- 3、餐饮企业信息化误区

二、餐饮信息化必要性分析

三、餐饮信息化在餐饮连锁经营的作用

- 1、"大厨文化"走向"流程文化"
- 2、"粗放经营"走向"精细化经营"
- 3、促进统一管理

四、餐饮企业信息化典型案例分析

五、餐饮企业信息化策略建议

第四节 存在问题及对策

一、中国餐饮业发展面临的问题

- 1、国内餐饮业市道低迷
- 2、餐饮业增速降至9年最低水平
- 3、餐饮业预警：利润严重下滑
- 4、餐饮业步入十年低谷，月倒闭率高达15%
- 5、餐饮业电商盈利模式单一遇瓶颈
- 6、餐饮业上市面临的难题

二、2012年餐饮业增速减缓原因分析

三、中国餐饮业发展对策与建议

第五章 中国餐饮业行业数据分析

第一节 2010-2012年中国餐饮行业总体数据分析

- 一、2010年中国餐饮行业全部企业数据分析
- 二、2011年中国餐饮行业全部企业数据分析
- 三、2012年中国餐饮行业全部企业数据分析

第二节 2010-2012年中国餐饮行业不同规模企业数据分析

- 一、2010年中国餐饮行业不同规模企业数据分析
- 二、2011年中国餐饮行业不同规模企业数据分析
- 三、2012年中国餐饮行业不同规模企业数据分析

第三节 2010-2012年中国餐饮行业不同所有制企业数据分析

- 一、2010年中国餐饮行业不同所有制企业数据分析
- 二、2011年中国餐饮行业不同所有制企业数据分析
- 三、2012年中国餐饮行业不同所有制企业数据分析

第六章 中国餐饮市场运营状况分析

第一节 2010年中国餐饮市场回顾

- 一、2010年中国餐饮业发展状况
- 二、2010年中国餐饮行业发展特点
- 三、2010年中国餐饮业增长情况

第二节 2011年中国餐饮市场分析

- 一、2011年中国餐饮业市场基本状况
- 二、2011年我国餐饮市场掀起涨价潮
- 三、2011年日本餐饮企业纷纷进驻中国

第三节 2012年我国餐饮行业发展分析

- 一、2012年中国餐饮业规模状况
- 二、2012年中国餐饮业增长走势
- 三、2012年中国餐饮业发展特点

第四节 2010-2012年中国餐饮百强企业发展情况

- 一、餐饮百强企业营业规模分析
- 二、餐饮百强企业经营业态分析
- 三、餐饮百强企业性质结构分析
- 四、餐饮百强企业地区分布分析
- 五、餐饮百强企业综合业绩分析
- 六、餐饮百强企业发展情况分析
 - 1、餐饮百强企业净利润率下降
 - 2、餐饮百强企业成本压力加剧

第七章 中国餐饮消费市场调查分析

第一节 餐饮行业产品目标客户群体调查

- 一、不同收入水平消费者偏好调查
- 二、不同年龄的消费者偏好调查
- 三、不同地区的消费者偏好调查

第二节 餐饮市场消费需求分析

- 一、餐饮市场的消费需求变化
- 二、餐饮行业的需求情况分析
- 三、2012年餐饮品牌市场消费需求分析

第三节 餐饮消费市场状况分析

- 一、餐饮行业消费特点
- 二、餐饮消费者分析
- 三、餐饮消费结构分析
- 四、餐饮消费的市场变化
- 五、餐饮市场的消费方向

第四节 2010-2012年我国住宿餐饮消费发展分析

- 一、2010年我国住宿餐饮消费发展情况
- 二、2011年我国住宿餐饮消费发展情况
- 三、2012年我国住宿餐饮消费发展情况

第八章 餐饮业细分市场分析

第一节 餐饮业不同业态市场分析

- 一、餐馆酒楼
- 二、快餐送餐
- 三、火锅
- 四、西餐
- 五、宾馆餐饮
- 六、休闲餐饮
- 七、综合餐饮

第二节 西餐业市场分析

- 一、国外各类西餐的特色
- 二、中国西餐发展历程
- 三、中国西餐市场现状
- 四、酒店西餐业圣诞经济现状及发展分析
- 五、西餐的未来市场经营分析

第三节 快餐业市场分析

- 一、快餐业市场发展的现状
- 二、2010-2012年西式快餐在中国的市场情况
- 三、我国快餐连锁业发展走势

第四节 中式快餐市场分析

- 一、中式快餐的概述

- 二、中式快餐的环境分析
- 三、中式快餐的优劣势分析
- 四、2010-2012年中式快餐发展情况
- 五、制约中式快餐发展的瓶颈
- 六、中式快餐发展策略分析
- 第五节 中国餐饮行业不同菜系市场分析
 - 一、中国餐饮菜系介绍
 - 二、川菜消费市场分析
 - 三、粤菜消费市场分析
 - 四、鲁菜消费市场分析
 - 五、苏菜消费市场分析
 - 六、湘菜消费市场分析
 - 七、闽菜消费市场分析
 - 八、浙菜消费市场分析
 - 九、皖菜消费市场分析

第九章 2010-2012年餐饮企业连锁经营分析

第一节 餐饮连锁运作分析

- 一、餐饮连锁特许商的标准
- 二、餐饮业连锁经营的选址模式剖析
- 三、餐饮业连锁经营经济指标分析

第二节 2010-2012年中国餐饮连锁业发展状况分析

- 一、2010年连锁餐饮企业经营形势回顾
- 二、2011年我国餐饮业连锁经营状况分析
- 三、2012年餐饮连锁企业加快门店扩张步伐

第三节 餐饮连锁经营的商圈及相关理论

- 一、商圈的一般性原则与特点
- 二、国外餐饮巨头商圈策略借鉴
- 三、商圈状况分类与特征
- 四、商圈内连锁餐饮企业竞争策略

第四节 餐饮企业跨区域连锁经营分析

- 一、餐厅的定位

二、跨区域扩张策略

三、管理升级措施

第五节 餐饮连锁市场品牌及营销策略

一、品牌化拓展已成连锁餐饮业的战略选择

二、打造连锁餐饮店品牌发展对策

三、连锁餐饮产品营销策略

四、餐饮连锁企业的"统一性"战略

五、餐饮连锁酒店抢占旅游市场应重视营销策略的创新

第六节 餐饮连锁的对策及战略

一、餐饮连锁经营的策略

二、餐饮连锁经营模式研析

三、中国餐饮连锁业发展战略

第七节 餐饮连锁的趋势与经验借鉴

一、连锁经营将成为餐饮业主攻方向

二、美国特许连锁经营的成功经验及启示

三、中国连锁经营发展的四大趋势

四、中央厨房生产模式将成现代连锁餐饮业发展主流

第十章 2010-2012年酒店、饭店餐饮业经营分析

第一节 酒店、饭店餐饮业营销分析

一、酒店餐饮业概述

二、酒店餐饮市场分析

三、盘活酒店餐饮的要素

四、用现代营销观念武装酒店餐饮业

第二节 酒店餐饮业个性化服务的体现形式分析

一、准备有特色的餐厅及餐位

二、提供个性化的菜单

三、风格独特的儿童自助餐

第三节 星级酒店餐饮经营分析

一、星级酒店经营餐饮的SWOT分析

二、星级酒店餐饮经营的重点

三、星级酒店餐饮业可持续发展应积极调整经营策略

第四节 酒店、饭店餐饮业的经营策略

- 一、酒店餐饮营销策略分析
- 二、星级饭店餐饮的经营策略
- 三、宾馆、饭店餐饮的经营对策

第十一章 中国餐饮行业区域市场分析

- 第一节 华北地区餐饮市场分析
- 第二节 华东地区餐饮市场分析
- 第三节 华南地区餐饮市场分析
- 第四节 华中地区餐饮市场分析
- 第五节 东北地区餐饮市场分析
- 第六节 西南地区餐饮市场

第十二章 餐饮业营销策略分析

第一节 2010-2012年餐饮经营热点市场

- 一、婚宴市场
- 二、寿宴市场
- 三、商务用餐

第二节 2010-2012年餐饮特许经营分析

- 一、中国餐饮业特许经营概述
- 二、我国餐饮业特许经营发展概况
- 三、餐饮业特许经营标准化问题分析
- 四、餐饮特许经营要防止走偏
- 五、餐饮特许经营管理的SPA疗法

第三节 餐饮业营销分析

- 一、未来餐饮营销的发展趋势
- 二、不同规模的餐饮企业选择的连锁方式
- 三、中国餐饮的特色营销方式
- 四、节假日餐饮营销战略
- 五、餐饮业微博营销分析

第四节 餐饮企业经营策略

- 一、餐饮经营策略概述

二、餐饮企业的经营对策

三、餐饮经营致胜的秘诀

四、餐饮企业做大的经营技巧

第五节 餐饮团购营销策略分析

一、餐饮团购概述

二、餐饮团购机会分析

三、餐饮团购目标群体定位

四、团购网站助推餐饮业增值

五、团购结合移动互联网势不可挡

六、餐饮业根据消费者"团购"习惯创新营销模式

第十二章 餐饮行业竞争格局分析

第一节 国际餐饮行业竞争状况分析

一、2010-2012年世界餐饮行业竞争状况分析

1、全球餐饮竞争力排名分析

2、全球餐饮业出现新的竞争格局

二、2010-2012年中国餐饮行业国际竞争布局

1、中国餐饮产业国际竞争力现状

2、中国餐饮业国际竞争力的优势

3、中国餐饮行业国际竞争力的战略

第二节 2010-2012年中国餐饮业行业总体竞争状况分析

一、国内餐饮行业竞争分析

1、餐饮行业竞争分析

2、餐饮行业五力模型分析

3、餐饮行业SWOT模型分析

二、国内餐饮行业竞争格局分析

三、国内餐饮企业品牌竞争现状

四、餐饮企业核心竞争力分析

五、国内餐饮产业集中度分析

1、餐饮市场集中度分析

2、餐饮企业集中度分析

3、餐饮区域集中度分析

第三节 2010-2012年中国餐饮行业并购重组分析

- 一、中国餐饮产业竞争力分析
- 二、2011-2012年中国餐饮行业企业并购重组情况
- 三、“十二五”期间餐饮业将加快兼并重组

第四节 中国餐饮企业应对竞争的策略

- 一、中国餐饮企业竞争策略的多角度分析
- 二、中国餐饮业竞争策略的改变
- 三、中国餐饮行业提升竞争力战略

第五节 餐饮业未来竞争的定位

- 一、控制餐饮业供应链下游
- 二、以用户为方向创造价值
- 三、政府创造稳定的政策环境

第十三章 餐饮重点企业发展分析

第一节 快餐送餐行业分析

- 一、肯德基
- 二、麦当劳
- 三、真功夫
- 四、丽华快餐
- 五、德克士
- 六、必胜客
- 七、味千拉面
- 八、永和大王

第二节 餐馆酒楼行业分析

- 一、全聚德
- 二、海港饮食集团
- 三、杏花楼
- 四、菜根香
- 五、顺峰饮食
- 六、毛家饭店
- 七、向阳渔港
- 八、陶然居

第三节 火锅行业分析

- 一、小肥羊
- 二、德庄
- 三、秦妈
- 四、奇火锅
- 五、小天鹅
- 六、小尾羊
- 七、谭鱼头
- 八、刘一手

第四节 其他业态分析

- 一、锦江酒店
- 二、上海梅龙镇
- 三、广州酒家企业集团
- 四、北京聚德华天控股
- 五、重庆市菜香源餐饮文化
- 六、星巴克
- 七、上岛咖啡
- 八、绿茵阁

第十四章 餐饮行业发展趋势预测

第一节 2012-2016年中国餐饮市场趋势分析

- 一、2010-2012年我国餐饮市场趋势总结
- 二、2012-2016年我国餐饮发展趋势分析
- 三、2012-2016年餐饮产品价格趋势分析

第二节 2012-2016年行业发展前景分析

- 一、2012年餐饮市场消费预测
 - 1、"十二五"餐饮消费量预测
 - 2、关键餐饮品种需求预测
- 二、2012年餐饮行业发展趋势展望
- 三、"十二五"期间将优化餐饮区域布局
- 四、全球餐饮行业面临的趋势

第三节 2012-2016年中国餐饮业总体趋势预测

- 一、中国餐饮业未来发展趋势预测
- 二、餐饮业或迎IPO潮
- 三、农餐对接成我国餐饮业发展趋势
- 四、2012-2016年中国餐饮业发展走向
 - 1、多元化发展
 - 2、绿色餐饮业
 - 3、特色餐饮
 - 4、数字化发展

第四节 2012-2016年中国餐饮行业供需预测

- 一、2012-2016年中国餐饮行业供给预测
- 二、2012-2016年中国餐饮行业需求预测
- 三、2012-2016年中国餐饮行业规模预测

第五节 2012-2016年餐饮行业规划建议

- 一、餐饮行业"十一五"规划总结
- 二、餐饮行业"十二五"规划预测
- 三、2012-2016年餐饮行业规划建议

通过《2013-2017年中国餐饮业市场研究及投资价值咨询报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/22212/>

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。