



艾凯咨询
ICAN Consulting

2017-2022年中国餐饮市场分析 及投资策略研究报告

一、调研说明

《2017-2022年中国餐饮市场分析及投资策略研究报告》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/282752.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

餐饮业主要分为旅游饭店、餐厅（中餐、西餐）、自助餐和饭盒业、冷饮业和摊贩五大类。具体又分为三种类型：便利型大众餐饮市场、高档型餐饮市场、气氛型餐饮市场。便利型大众餐饮市场都是大众消费；高档型餐饮市场二级、三级城市非常多，尤其在三级城市里；气氛型餐饮市场是夹在高档和低档之间的档次，主要是一些主题餐厅、气氛餐厅。

中国餐饮行业分类图

餐饮行业分类	常见种类	具体内容
正餐	宾馆、饭店、酒店内独立（或相对独立）的酒楼、餐厅；各种以正餐为主的酒楼、饭店、饭馆及其他用餐场所；各种以涮、烤为主的餐饮服务；车站、机场、码头内设的独立的餐饮服务；火车、轮船上独立的餐饮服务。	
快餐	各种西式快餐服务；中式快餐服务；自助式餐饮服务。	
饮料及冷饮服务	各类茶馆；各类酒吧、酒馆；各种咖啡厅（屋、馆）；冰激凌店、冷饮店；以提供牛奶及饮料为主的乳品店；其他形式的饮料服务。	
其他餐饮服务	风味特色小吃（清真小吃、四川小吃等）餐饮服务；提供单一类品种的餐饮服务（面条、粉丝、汤圆、包子、饺子等）餐饮服务；提供现场就餐服务的糕点制作售卖服务；仅提供早点的饮食服务；摆摊餐饮服务；流动车餐饮服务；餐饮配送服务（为公司、学校、机关等送餐）；其他未列明的餐饮服务。	

中国餐饮行业的产业链主要包括农产品、牧业产品及农副产品的原材料供应商、代理厂商、中央厨房、分销渠道、餐饮终端等环节。中国餐饮行业产业链

产业链中参与者各司其职，产业链主要参与者的职责如下：

（一）代工厂商。主要负责整合农业、牧业、农副产品资源，为餐饮行业提供原材料产品。不过，目前，中国餐饮行业上游原料产品的供应商尚未成熟，不能有力的支撑餐饮行业的顺利发展。此外，由于农业、牧业、农副产品资源相对分散且整体技术水平低下，如果监管不到位，将影响餐饮行业的整体发展。

（二）中央厨房。主要负责上下游成本的控制，对于信息化控制的中央厨房，一方面，可以分析消费者的需求，另一方面，可以通过系统内各种餐厅的需求，设计上游供货商的产能及配给，尽量节省成本。

（三）餐饮终端。主要负责将餐饮产品递送给个人/家庭消费者，也就是我们一般讲的餐厅、食堂等实体就餐地点等。餐饮终端的地点选择尤为重要，此外，由于餐饮终端直接面向消费者，对于消费者需求的把握较为精准，对于引导产业链前端参与者的市场化导向较为重要。随着消费需求的不断升级，餐饮终端的多元化发展将成为一种趋势。

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 2015年全球餐饮业发展分析	1
第一节 全球经济和人口环境分析	1
一、2015年世界经济发展概况	1
二、2015年世界人口总数和分布	7
第二节 全球主要国家餐饮业发展分析	17
一、美国餐饮业	17
二、日本餐饮业	19
三、英国餐饮业	20
四、韩国餐饮业	22
五、印尼餐饮业	22
第三节 国内外餐饮特许经营对比分析	24
一、国内外餐饮特许经营的相似点	24
二、国内外餐饮特许经营的差异处	25
第二章 2015年中国餐饮业发展环境分析	27
第一节 2015年中国宏观经济环境分析	27
一、2015年中国GDP增长情况分析	27
二、2015年中国工业经济发展形势分析	28
三、2015年中国全社会固定资产投资分析	29
四、2015年中国社会消费品零售总额分析	30
五、2015年中国城乡居民收入与消费分析	31
六、2015年中国对外贸易发展形势分析	33
第二节 中国餐饮业政策环境分析	34
一、中国餐饮行业管理体制	34
二、中国餐饮业政策的实施情况	35

三、餐饮业响应扩大内需十项行动	36
四、国家开展餐饮食品安全整顿	38
五、餐饮食品安全相关政策综述	39
六、中国餐饮行业发展规划分析	40
第三节 中国餐饮业相关产业环境分析	44
一、中央厨房的相关概述	44
二、中央厨房产业链及OEM	46
三、中央厨房细分领域发展现状	47
四、团餐业中央厨房未来竞争态势	48
第四节 中国饮食文化环境分析	49
一、中国传统饮食文化	49
二、中国饮食文化与历史	49
三、历代餐具看中国饮食文化	57
四、中国各地区饮食文化分析	58
第五节 中国旅游业发展环境分析	60
一、中国旅游业发展的现状	60
二、2015年中国旅游总收入分析	73
三、2015年国内旅游市场规模分析	73
四、2015年旅游经济运行情况分析	82
五、“十三五”中国旅游经济发展机遇	83

第三章 2015年中国餐饮行业发展分析 87

第一节 中国餐饮行业相关概述 87

- 一、餐饮业定义 87
- 二、餐饮业分类 87
- 三、餐饮业产业链 88

第二节 中国餐饮行业发展运行情况 89

一、2015年中国餐饮市场特点 89

2014年全国餐饮收入达到27860亿元，其中大众餐饮收入22288亿元，在总体收入的占比达到80%。而与上年相比，高端餐饮营业额下降6%，人均消费较上年下降20%，平均毛利率下降8%；大众餐饮营业额增长12%，人均消费增长15.2%，平均毛利率增长0.3%。此外，火锅、快餐增长最快，2014年营业额分别增长16.5%、11%。

作为"十二五"收官之年，2015年面对错综复杂的国内国际形势，国民经济下行压力不断加大，改革与发展齐头并进，经济总体保持平稳。在此背景下，中国餐饮行业继续在市场结构和商业模式上探索改革创新，餐饮市场实现趋稳回暖，全年实现餐饮收入32310亿元，同比增长11.7%，正式宣告进入3万亿的历史新时期。

2015年餐饮收入占到社会消费品零售总额的10.7%，比重也继续回升，且餐饮收入增速于五年后再次恢复至高于社会消费品零售总额增幅（10.7%）的水平。但是年底餐饮市场已经显露出增长乏力的疲态，最终跌落至年初的发展水平而结束全年，行业景气也仍需进一步提振。

受经济形势和政策影响，各地餐饮市场也都遭到不同程度的冲击，云南、新疆、浙江、重庆等多地政府都出台促进餐饮业发展的扶持政策。从目前已公布数据的省市来看，各地餐饮市场回暖情况喜忧参半。2015年近一半省市餐饮市场增长速度高于全国平均水平，但是，也有安徽省、海南省、甘肃省、江西省、山西省等地餐饮发展增速放缓，有的甚至低于上年同期5、6个百分点，市场恢复前景堪忧。

2015年主要省市餐饮市场发展状况				地区	餐饮收入 (亿元)	同比增速	增速比上年同期 变动百分点	统计口径
				北京市	846.8	3.3%	4.1	
				上海市	1008.0	7.3%	1.6	含住宿
				重庆市	894.1	13.4%	0	
				天津市	748.8	12.1%	0.7	含住宿
				宁夏	119.3	19.1%	0.2	
				陕西省	673.3	15.7%	7.1	
				青海省	-	15.2%	3.0	
				河南省	2059.8	13.7%	0.6	
				山东省	2840.1	13.1%	1.7	
				贵州省	300.3	12.8%	4.6	
				四川省	1956.0	12.3%	2.2	
				安徽省	749.4	12.1%	-1.1	
				海南省	227.1	12.0%	-0.7	
				吉林省	755.2	11.4%	0.3	
				云南省	744.1	10.9%	1.0	
				甘肃省	460.0	10.9%	-5.2	
				广东省	3267.5	10.7%	2.1	含住宿
				江苏省	2420.1	10.5%	0.7	
				江西省	693.5	10.3%	-6.9	
				福建省	1109.5	10.0%	1.7	
				浙江省	1988.0	9.8%	0.2	
				山西省	538.7	5.0%	-4.2	
				湖北省	782.3	13.9%	1.9	1-11月
				湖南省	1107.4	17.6%	0	1-9月
				黑龙江省	-	9.1%	0.8	1-9月
				新疆	36.0	8.4%	-	限上
				广西	-	7.2%	6.8	限上
				辽宁省	271.2	3.0%	-	1-11月限上

资料来源：国家统计局

二、中国餐饮市场增长的原因 91

三、餐饮企业的成本控制分析 93

四、中国餐饮市场存在的问题 93

五、中国餐饮行业机遇和挑战 95

第三节 中国连锁餐饮行业发展运行情况 102

一、中国连锁餐饮发展背景与起源 102

二、中国连锁餐饮发展历程和阶段 102

三、连锁餐饮迅速发展的优势分析 103

四、中国连锁餐饮发展现状及特点	104
五、中国连锁餐饮存在的问题分析	107
六、中国连锁餐饮发展对策与措施	109
七、中国发展餐饮连锁的对策建议	110
八、中国连锁餐饮发展方向及重点	111

第四章 2011-2015年中国餐饮行业相关数据分析 113

第一节 2015年中国餐饮行业经济指标统计 113

一、2015年中国餐饮业总体规模分析	113
二、2015年中国餐饮业资产负债统计	114
三、2015年中国餐饮业经营效益统计	114
四、2015年中国餐饮业市场结构统计	115

第二节 2014年中国连锁餐饮行业经济指标统计 118

一、2014年中国连锁餐饮业市场规模统计	118
二、2014年中国连锁餐饮业营业收入统计	118
三、2014年中国连锁餐饮业市场结构统计	119
四、2014年中国各地连锁餐饮业基本情况	119

第三节 2015年中国餐饮行业相关产品产量分析 120

一、2015年年中国大米产量统计	120
二、2015年中国小麦粉产量统计	123
三、2015年中国食用植物油产量统计	125
四、2015年中国鲜冷藏肉产量统计	127
五、2015年中国味精产量统计	130
六、2015年中国酱油产量统计	132
七、2014年中国饮料酒产量统计	135

第五章 2011-2015年中国餐饮业态发展分析 138

第一节 中国快餐业市场发展分析 138

一、国内快餐业发展阶段	138
二、国内快餐业运营状况	143
三、快餐业企业运营特点	144
四、快餐业发展制约因素	147

五、国内快餐业发展问题	150
六、中国快餐业发展对策	150
七、未来快餐业发展战略	151
八、未来快餐业发展趋势	153
九、未来快餐业发展展望	153
第二节 中国中式快餐市场发展分析	155
一、国内中式快餐发展概述	155
二、中式快餐发展态势分析	157
三、中式快餐的优劣势分析	158
四、中式快餐的可行性分析	162
五、中式快餐的标准化模式	163
六、中式快餐营销策略分析	164
七、中式快餐发展问题分析	166
八、中式快餐业的发展对策	167
九、中式快餐发展前景展望	170
第三节 中国酒（饭）店餐饮业分析	171
一、酒店餐饮业特点及形势	171
二、酒店餐饮经营五要素	172
三、饭店业餐饮发展状况	173
四、酒店餐饮业人才情况	174
五、国内酒店成本控制策略	175
六、酒店餐饮业可持续发展	178
七、酒店餐饮业大众化经营	178
八、酒店餐饮业营销分析	180
九、酒店餐饮业发展趋势	183
第四节 中国西餐业市场发展分析	185
一、国外各类西餐特色	185
二、国内西餐市场现状	186
三、国内西餐产业链分析	187
四、西餐市场发展趋势	189
五、西餐市场经营趋势	190
第五节 中国其他新型餐饮业态分析	192

一、主题餐馆	192
二、外卖餐饮	193
三、流动餐厅	195
四、休闲餐饮	195
五、商场餐饮	196
六、航空餐饮	196
七、火锅餐饮	200
八、团购餐饮	201

第六章 2015年中国餐饮业消费者研究分析 206

第一节 餐饮消费者类型分析 206

一、便利型消费者	206
二、求廉型消费者	206
三、享受型消费者	206
四、求新型消费者	207
五、健康型消费者	207
六、信誉型消费者	207

第二节 餐饮消费者心理定势分析 208

第三节 城镇居民的消费结构 210

一、居民消费结构的变化特点	210
二、中国居民消费结构变动度分析	218

第四节 餐饮业消费者行为分析 219

第五节 快餐消费市场分析 226

一、快餐目标市场分析	226
二、体验经济时代的快餐消费需求分析	228
三、麦当劳开展体验消费营销的启示	229
四、快餐行业大众快餐成消费潮流	231

第六节 中国现代餐饮消费趋势 232

第七章 2015年中国餐饮市场调查分析 234

第一节 受访者基本情况 234

第二节 消费者餐饮消费的基本情况调查 236

一、最近一次就餐的场所调查	236
二、消费者餐饮消费频率调查	237
三、消费者餐厅选择的关注因素调查	238
第三节 消费者餐饮消费满意度情况调查	239
一、餐饮消费整体满意程度调查	239
二、食品安全状况调查	240
三、餐饮消费满意度指标的评价对比调查	241
第四节 消费者的消费维权意识及餐饮企业的危机处理能力调查	242
一、餐饮消费中的投诉与维权调查	242
二、餐饮企业公关及危机处理调查	245
第八章 2015年中国各地区餐饮业发展情况	248
第一节 山东省	248
一、山东省餐饮业发展概况	248
二、鲁菜经营发展情况分析	251
三、鲁菜餐饮品牌企业发展概况	252
四、山东省鲁菜产业现存问题与对策	252
五、山东省鲁菜产业发展前景展望	254
第二节 江苏省	255
一、江苏省餐饮产业发展现状	255
二、南京市餐饮行业发展分析	258
三、苏州市餐饮行业发展分析	258
四、江苏省餐饮企业主要问题	259
五、江苏餐饮企业发展政策建议	261
第三节 上海市	270
一、上海市餐饮产业发展概况	270
二、餐饮业对上海经济的贡献度	272
三、上海市餐饮产业业态分析	273
四、上海市餐饮市场格局分析	274
五、上海市餐饮网点分析	275
第四节 广东省	276
一、2015年广东省经济发展情况	276

二、广东省餐饮业发展现状分析	277
三、广东省餐饮产业服务密度分析	278
四、2014年广东省餐饮业业态发展概况	279
五、广东省餐饮业发展新政策与经验	285
六、十三五广东餐饮业发展政策建议	285
第五节 重庆市	286
一、2015年重庆市经济发展情况	286
二、重庆市餐饮行业发展历程	289
三、重庆市餐饮行业发展现状	290
四、重庆市餐饮行业发展特色	291
第六节 云南省	292
一、2015年云南省经济发展情况	292
二、云南省餐饮业发展现状分析	298
三、云南省餐饮业SWOT分析	299
四、云南餐饮业发展主要问题	301
五、云南发展餐饮业发展对策建议	302
六、云南餐饮业发展面临的机遇	303
第九章 2012-2015年中国餐饮市场竞争分析	304
第一节 中国餐饮市场竞争概况	304
一、餐饮企业组织形式	304
二、餐饮行业竞争要素	304
三、餐饮市场竞争状况	306
第二节 中国餐饮市场竞争格局	307
一、餐饮市场竞争态势	307
二、餐饮市场竞争格局	308
三、餐饮业市场集中度	308
四、餐饮业区域集中度	311
第三节 国内餐饮市场竞争策略	312
一、餐饮行业竞争趋势	312
二、餐饮市场竞争策略	314
三、应对餐饮竞争举措	315

四、提升餐饮核心竞争力 316

第十章 2015年中国主要餐饮企业分析 319

第一节 百胜餐饮集团 319

一、企业基本情况 319

二、企业经营状况分析 319

三、百胜餐饮转战中国市场 324

四、百胜餐饮集团收购小肥羊 325

第二节 麦当劳 326

一、企业基本情况 326

二、企业经营状况分析 327

三、麦当劳加速本土化 332

四、麦当劳在华业务迅速扩张 332

第三节 棒约翰 333

一、企业基本情况 333

二、2015年企业经营状况分析 333

三、外卖将成为棒·约翰业务增长点 334

四、棒·约翰公司在华发展情况分析 334

五、美国棒·约翰公司的成功秘诀 335

第四节 中国全聚德（集团）股份有限公司 336

一、企业基本情况 336

二、企业经营情况分析 337

三、企业经济指标分析 337

四、企业盈利能力分析 338

五、企业偿债能力分析 339

六、企业运营能力分析 340

七、企业成本费用分析 341

第五节 湘鄂情股份有限公司 341

一、企业基本情况 341

二、企业经营情况分析 342

三、企业经济指标分析 342

四、企业盈利能力分析 343

五、企业偿债能力分析	344
六、企业运营能力分析	345
七、企业成本费用分析	345
第六节 西安饮食股份有限公司	346
一、企业基本情况	346
二、企业经营情况分析	346
三、企业经济指标分析	349
四、企业盈利能力分析	349
五、企业偿债能力分析	350
六、企业运营能力分析	351
七、企业成本费用分析	352
第七节 上海锦江国际酒店发展股份有限公司	352
一、企业基本情况	352
二、企业经营情况分析	353
三、企业经济指标分析	354
四、企业盈利能力分析	355
五、企业偿债能力分析	356
六、企业运营能力分析	357
七、企业成本费用分析	357
第八节 华天酒店集团股份有限公司	358
一、企业基本情况	358
二、企业经营情况分析	359
三、企业经济指标分析	360
四、企业盈利能力分析	360
五、企业偿债能力分析	361
六、企业运营能力分析	362
七、企业成本费用分析	363
第九节 小肥羊集团有限公司	363
一、企业基本情况	363
二、企业经营情况分析	365
三、企业经济指标分析	365
四、企业盈利能力分析	366

五、企业偿债能力分析	366
六、企业运营能力分析	366
第十节 味千（中国）控股有限公司	367
一、企业基本情况	367
二、企业经营情况分析	368
三、企业经济指标分析	368
四、企业盈利能力分析	369
五、企业偿债能力分析	370
六、企业运营能力分析	371
第十一节 广州市真功夫餐饮管理有限公司	372
一、企业基本情况	372
二、企业经营发展历程	373
三、企业经营发展计划	375
第十二节 内蒙古小尾羊餐饮连锁公司	376
一、企业基本情况	376
二、企业品牌经营分析	377
三、企业经营发展战略	378
第十三节 重庆德庄实业（集团）有限公司	378
一、企业基本情况	378
二、企业经营发展历程	379
三、企业产业分布情况	381
第十四节 顶新国际集团德克士食品	384
一、企业基本情况	384
二、企业经营发展历程	384
三、企业营销发展战略	386
第十五节 重庆小天鹅投资控股（集团）有限公司	388
一、企业基本情况	388
二、企业经营发展历程	388
三、企业经营发展策略	389
第十六节 狗不理集团股份有限公司	390
一、企业基本情况	390
二、企业经营发展历程	391

三、企业经营发展态势	393
第十七节 俏江南股份有限公司	394
一、企业基本情况	394
二、企业经营发展历程	394
三、企业经营发展态势	394
第十八节 沈阳小土豆餐饮有限公司	395
一、企业基本情况	395
二、企业经营发展历程	395
三、企业经营发展策略	396
第十九节 四川海底捞餐饮股份有限公司	396
一、企业基本情况	396
二、企业经营发展历程	397
三、企业经营发展展望	398
第二十节 合兴餐饮集团	398
一、企业基本情况	398
二、企业旗下品牌分析	402
三、企业经营发展策略	402
第二十一节 上海杏花楼（集团）股份有限公司	403
一、企业基本情况	403
二、企业经营发展历程	403
三、企业经营发展优势	404
四、企业经营发展战略	404
第二十二节 大娘水饺餐饮集团股份有限公司	405
一、企业基本情况	405
二、企业经营发展历程	405
三、企业创新标准方针	405
第二十三节 永和大王	406
一、企业基本情况	406
二、企业收购调整分析	407
三、企业经营发展战略	407
第二十四节 马兰拉面快餐连锁有限公司	408
一、企业基本情况	408

二、企业经营情况分析	408
三、企业经营品牌战略	409
第二十五节 深圳市嘉旺餐饮连锁有限公司	409
一、企业基本情况	409
二、企业经营发展历程	410
三、企业产品质量体系	410
第二十六节 深圳面点王饮食连锁有限公司	410
一、企业基本情况	410
二、企业食物产品特色	412
三、企业经营创新模式	412
第二十七节 千喜鹤集团	412
一、企业基本情况	412
二、企业经营发展历程	413
三、企业经营发展优势	414
第十一章 2017-2022年中国餐饮业战略规划	415
第一节 餐饮业战略思考	415
一、餐饮业的战略规划问题	415
二、餐饮业的发展战略思考	415
三、餐饮业核心竞争力分析	421
四、中小餐饮企业战略分析	422
第二节 餐饮企业战略规划	422
一、品牌发展战略规划	422
二、顾客价值战略规划	423
三、创新营销战略规划	424
四、特色选择战略规划	424
第三节 餐饮企业发展策略	425
一、餐饮连锁路径选择	425
二、餐饮企业发展策略	426
三、餐饮业的发展战略	429
四、餐饮业的国际发展	430

第十二章 2017-2022年中国餐饮业营销分析 432

第一节 中国餐饮业营销概述 432

一、餐饮营销观念阶段演变 432

二、餐饮行业品牌营销现状 435

三、餐饮市场营销发展方向 437

四、餐饮业的营销发展趋势 438

第二节 中国餐饮业营销策略分析 439

一、餐饮业营销手段与技巧 439

二、餐饮市场营销成功要素 440

三、餐饮业整合营销的应用 442

四、餐饮管理中新营销策略 444

五、特色餐饮业的营销技巧 444

第三节 餐饮业细分营销策略分析 446

一、餐饮业产品创新营销 446

二、餐饮业服务营销策略 447

三、餐饮业文化营销策略 450

四、餐饮业口碑营销策略 455

五、餐饮业网络营销分析 458

第四节 餐饮企业营销战略规划 460

一、企业营销战略的内容 460

二、企业营销战略的类型 463

三、制定营销战略的过程 466

四、营销战略的具体实施 468

五、餐饮市场的攻击战略 470

第十三章 2017-2022年中国餐饮业的发展动态与趋势 473

第一节 新型餐饮业态研究 473

一、中国餐饮消费变化分析 473

二、中外餐饮消费特点比较 474

三、中国餐饮业态发展历程 475

四、国内新型餐饮业特点分析 475

第二节 中餐业发展潜力分析 476

一、中国餐饮业产业优势分析	476
二、中国餐饮业的市场发展机遇	477
三、中国餐饮业不足与面临的威胁	478
第三节 未来中国餐饮市场发展趋势	479
第十四章 2017-2022年中国餐饮业发展预测	481
第一节 2017-2022年中国餐饮业营业收入趋势预测	481
第二节 2017-2022年中国连锁餐饮业发展趋势预测	481
第三节 2017-2022年中国餐饮企业营销趋势预测	482
第四节 2017-2022年中国餐饮业市场需求变化预测	484
第五节 2017-2022年中国餐饮业企业发展趋势预测	486
第十五章 中国餐饮业投资风险因素及机会分析	489
第一节 餐饮业主要的经营风险因素	489
一、宏观经济风险	489
二、安全风险	489
三、管理风险	489
四、市场竞争风险	490
第二节 餐饮业保险	490
一、餐饮业保险概述	490
二、餐饮业保险的兴起	493
三、餐饮业保险盲区分析	494
四、华安保险逆势分析	494
五、餐饮保险的意义	497
第三节 中国餐饮业投资机会及建议	498
一、中国餐饮市场融资动态	498
二、进入高档餐饮业主要障碍	499
三、快餐业的投资潜力分析	499
四、中国餐饮业的市场进入机会	501
五、餐饮业的投资竞争及其影响	501
六、中国餐饮业市场投资建议	502
（一）投资餐饮业做足竞争的准备	502

- (二) 餐饮投资需抓好的四个关键 503
- (三) 休闲快餐投资前景看好 504
- (四) 中国连锁餐饮选址建议 505

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/282752.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。