



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2012年中国餐饮行业市场 分析与投资前景咨询报告

一、调研说明

《2009-2012年中国餐饮行业市场分析与投资前景咨询报告》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/35605.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 2008-2009年世界餐饮业发展形势

第一节 2008-2009年世界餐饮业发展概况

一、世界餐饮业发展规模

二、各国餐饮业发展特色

三、世界餐饮业巨头在中国新动向

第二节 2008-2009年世界主要国家餐饮业发展情况

一、美国餐饮业法制法规十分健全

二、日本快餐业发展特色

三、英国经济衰退重创餐饮业

第三节 2009-2012年世界餐饮业发展趋势预测

第二章 2008-2009年中国餐饮业发展环境

第一节 2008-2009年中国餐饮业发展政治环境

一、最新中国餐饮产业政策

二、商务部七项措施推进中国餐饮业发展

第二节 2008-2009年中国餐饮业发展经济环境

一、中国GDP增长状况

二、中国城镇居民家庭人均可支配收入与恩格尔系数

三、中国CPI

第三节 2008-2009年中国餐饮业发展社会环境

第四节 2008-2009年中国餐饮业发展技术环境

第三章 2008-2009年中国餐饮业发展现状

第一节 2008-2009年中国餐饮业的发展概况

一、中国餐饮业多种所有制存在

二、餐饮业总体规模逐年壮大

三、现阶段餐饮市场的概况

四、餐饮市场与需求的平衡

第二节 2008-2009年中国餐饮消费者

一、餐饮消费者类型

二、餐饮消费者心理效应解析

第三节 2008-2009年中国餐饮业中电子商务的应用

- 一、餐饮业适合电子商务发展的特性
- 二、国内餐饮业的电子商务存在方式
- 三、电子商务给餐饮业带来的机遇和挑战
- 四、电子商务在餐饮业中的运用策略

第四节 2008-2009年中国餐饮业发展中的问题

- 一、中国当代餐饮业的问题
- 二、国内制约餐饮业发展的问题
- 三、餐饮行业发展的四大弊病
- 四、酒店餐饮业人才问题

第五节 2008-2009年促进中国餐饮业健康发展的对策

- 一、餐饮业发展需要三大平台
- 二、商务部促进餐饮业发展的对策
- 三、中国餐饮业的个性化服务策略
- 四、国内餐饮业品牌打造的策略

第四章 2008-2009年中国中餐业市场发展状况

第一节 2008-2009年中国中餐业发展概况

- 一、中餐业市场回暖
- 二、中国中餐消费市场的特点
- 三、中餐业谨慎扩张的反思

第二节 2008-2009年中国中餐业的营销

- 一、中餐业营销困境
- 二、中餐业的服务特征及营销
- 三、中餐企业现代营销策略

第三节 2008-2009年中国中餐业的竞争状况

- 一、海外的中餐馆的竞争及发展
- 二、美国中餐市场竞争激烈
- 三、中餐的霸主地位面临危机
- 四、中餐竞争趋势

第四节 2008-2009年中国中餐连锁模式发展形势

- 一、连锁中餐以标准化抢万亿市场

二、中餐连锁竞争力

三、发展中餐连锁应重视中西文化差别

四、中餐连锁企业运营障碍及对策

第五节 2008-2009年中国中餐发展的对策及趋势

一、"中餐"抢占美国市场的对策

二、中餐业的发展及潮流预测

三、儿童中餐市场内含商机

第五章 2008-2009年中国西餐业市场运行态势浅析

第一节 中国西餐的历史及分布

一、西餐在中国的历史

二、西餐市场在中国的分布及特征

第二节 2008-2009年中国西餐业的发展概况

一、中国西餐业发展状况

二、中国西餐业态种类及特点

三、中国西餐业现阶段的市场特点

四、中国西餐业发展迅猛

第三节 2008-2009年中国西餐业的问题

一、西餐业管理和技术人员匮乏

二、"中式西餐"的发展困局探析

三、京城西餐业人才短缺的原因

第四节 2008-2009年中国西餐业发展的对策

一、"中式西餐"的发展出路解析

二、中西结合保持特色

三、西餐的本土化与大众化

第五节 2009-2012年中国西餐业的发展前景

一、"中式西餐"未来发展展望

二、未来西餐经营的走势

三、西餐市场的发展趋势

第六章 2008-2009年中国快餐业市场发展形势

第一节 2008-2009年中国快餐业概况

- 一、中国快餐发展概述
- 二、快餐在中国广受欢迎
- 三、中国快餐业快速增长
- 四、中国快餐业发展的经验与体会

第二节 2008-2009年中国西式快餐市场营销定位与市场战略

- 一、市场竞争态势
- 二、市场定位
- 三、行销定位策略
- 四、行销组合策略

第三节 2008-2009年中国快餐业竞争状况

- 一、快餐业竞争格局显现
- 二、汉堡王进军中国市场
- 三、三大洋快餐争相吸引投资者加盟

第四节 2008-2009年中国快餐业面临的问题及发展对策

- 一、快餐业发展中存在的主要问题
- 二、中国快餐业发展的障碍及其突破
- 三、连锁加盟对快餐业的不利影响
- 四、中国快餐业发展的不足及对策

第五节 2009-2012年中国快餐业的未来发展趋势

- 一、快餐行业发展的趋势变化
- 二、中国快餐业发展的趋势
- 三、快餐业的信息化发展趋势

第七章 2008-2009年中国中式快餐市场运行局势探究

第一节 2008-2009年中国中式快餐市场概况

- 一、中式快餐成市场主角
- 二、中国中式快餐进入品牌时代
- 三、中式快餐发展空间广阔

第二节 2008-2009年中国中式快餐业竞争形势

- 一、中式快餐赶超洋快餐
- 二、中式快餐的竞争策略
- 三、中式快餐与国外快餐的模式对比

第三节 2008-2009年中国中式快餐面临的挑战

- 一、中式快餐不敌洋快餐
- 二、中式快餐的软肋
- 三、中式快餐难形成规模
- 四、中式快餐业管理落后
- 五、国外中式快餐业的危机及发展

第四节 2009-2012年中国中式快餐趋势与投资

- 一、中式快餐发展前景看好
- 二、中式快餐的发展策略详析
- 三、中式快餐的成功之路

第八章 2008-2009年中国餐饮业竞争态势

第一节 2008-2009年中国餐饮业竞争概述

- 一、餐饮业竞争的特点
- 二、餐饮业竞争的原因
- 三、餐饮业竞争抗衡因素的变化

第二节 2008-2009年中国中西餐饮业的对比竞争

- 一、中西快餐的竞争局势
- 二、中西餐饮业的总体差异
- 三、中西餐饮业的差距

第三节 2008-2009年中国餐饮业竞争态势

- 一、中国餐饮业竞争加剧
- 二、国内餐饮市场竞争态势的四大变化
- 三、主题餐厅直面竞争
- 四、北京餐饮面临品牌竞争时代

第四节 2008-2009年中国饭店餐饮对餐饮业的竞争影响

- 一、饭店餐饮的优势
- 二、饭店餐饮的劣势
- 三、在竞争中求发展

第五节 2008-2009年中国餐饮企业应对竞争的策略

- 一、餐饮企业面对竞争的八个手段
- 二、餐饮竞争措施的实施

三、中国餐饮业构建核心竞争力

四、餐饮业的卫生竞争战略

第九章 2008-2009年中国重点城市餐饮业发展状况简析

第一节 2008-2009年北京餐饮业发展概况

一、北京西单商圈上演餐饮业争霸战

二、奥运对北京餐饮业的影响

三、北京餐饮业的营销状况

四、北京"成都小吃"现象经济

五、北京餐饮业态呈现科学化发展趋势

第二节 2008-2009年上海餐饮业发展形势浅析

一、上海餐饮业的"景观经济"

二、上海餐饮地域品牌特色

三、上海网络餐饮业发展

四、上海市长宁区餐饮业污染问题

五、上海户外餐饮成时尚

第三节 2008-2009年广州餐饮业发展态势探究

一、广州餐饮业蓬勃发展

二、广州餐饮业问题

三、广州餐饮业发展迅猛的原因

四、量贩经营模式在广州餐饮业兴起

第四节 2008-2009年深圳餐饮业发展状况

一、深圳餐饮业的八大菜系简述

二、超市成为深圳快餐市场新的生力军

三、深圳掀起餐饮投资热

四、深圳餐饮行业的问题及对策解析

第十章 2008-2009年中国餐饮行业重点企业发展状况

第一节 西安饮食服务（集团）股份有限公司

一、企业基本概况

二、2008-2009年企业经营与财务状况

三、2008-2009年企业竞争优势

四、企业未来发展战略与规划

第二节 上海锦江国际酒店发展股份有限公司

一、企业基本概况

二、2008-2009年企业经营与财务状况

三、2008-2009年企业竞争优势

四、企业未来发展战略与规划

第三节 湖南华天大酒店股份有限公司

一、企业基本概况

二、2008-2009年企业经营与财务状况

三、2008-2009年企业竞争优势

四、企业未来发展战略与规划

第四节 中国（全聚德）股份有限公司

一、企业基本概况

二、2008-2009年企业经营与财务状况

三、2008-2009年企业竞争优势

四、企业未来发展战略与规划

第五节 内蒙古小肥羊餐饮连锁公司

一、企业基本概况

二、2008-2009年企业经营与财务状况

三、2008-2009年企业竞争优势

四、企业未来发展战略与规划

第十一章 2008-2009年中国餐饮企业经营状况

第一节 2008-2009年中国餐饮特许经营

一、中国餐饮业特许经营概述

二、国内餐饮业特许经营标准化问题的

三、餐饮特许经营要防止走偏

四、餐饮特许经营管理的SPA疗法

第二节 2008-2009年中国餐饮经营热点市场

一、婚宴市场

二、寿宴市场

三、商务用餐

第三节 2008-2009年中国餐饮业营销发展

一、不同规模的餐饮企业选择的连锁方式

二、中国餐饮的特色营销方式

三、节假日餐饮营销战略

第四节 2008年中国餐饮企业经营策略

一、餐饮经营策略概述

二、餐饮企业的经营对策

三、餐饮经营致胜的五个秘诀

四、餐饮企业做大的经营技巧

第十二章 2008-2009年中国餐饮企业连锁经营

第一节 中国餐饮连锁运作

一、餐饮连锁经营的起源与形式

二、餐饮连锁特许商的标准

三、餐饮业连锁经营的选址特点

第二节 2008-2009年中国餐饮连锁发展概况

一、外资餐饮连锁门店在中国的数量增长快

二、连锁经营成为餐饮业主导模式

三、中式餐饮的连锁经营现状

第三节 2008-2009年中国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获得竞争优势的途径

第四节 2008-2009年中国餐饮连锁的问题及对策

一、中式餐饮连锁业的症结

二、餐饮连锁经营的策略

三、餐饮连锁经营模式研析

四、餐饮业连锁经营应注重品牌战略

第五节 2008-2009年中国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

第十三章 2009-2012年中国餐饮业发展前景预测

第一节 2009-2012年中国餐饮业总体发展趋势

一、中国餐饮业发展趋势

二、餐饮市场发展趋势展望

三、中国餐饮业发展的五大方向

第二节 2009-2012年中国餐饮业未来发展走向

一、多元化发展

二、绿色餐饮业

三、特色餐饮

四、数字化发展

第十四章 2009-2012年中国餐饮业投资前景

第一节 2009-2012年中国餐饮业投资特性

一、餐饮业的成长性与赢利性

二、餐饮业行业周期性

三、餐饮业资源要素密集性

第二节 2009-2012年中国餐饮业投资机会

第三节 2009-2012年中国餐饮业投资风险

一、金融风险

二、政策风险

三、竞争风险

四、其他风险

第四节 权威专家建议

图表目录部分

图表 2003-2008年中国GDP总量及增长趋势图

图表 2008年中国国内生产总值及增幅情况

图表 2008年前后宏观经济景气指数预警信号图

图表 2003-2008年中国农村人均纯收入增长趋势图

图表 2008年中国各类别商品及原材料价格图

图表 2003-2008年中国社会消费品零售总额变化情况

图表 2008年居民消费价格比上年涨跌幅度（单位：%）

图表 2003-2007年中国研究与试验发展（R&D）经费支出增长趋势图

图表 2007年全国连锁餐饮机构销售额增长状况调查

图表 2007年全国连锁餐饮机构原材料成本增长状况调查

图表 2007年全国连锁餐饮机构毛利率变动状况调查

图表 中餐业服务营销策略图

图表 中国餐饮业岗位人员构成情况分布图

图表 中国餐饮业人员学历构成情况分布图

图表 中国餐饮业人员工龄构成情况分布图

图表 中国餐饮业人员流失情况比率图

图表 餐饮业企业战略管理的结构体系图

图表 餐饮业波特竞争物理模型图

图表 2008年上半年江苏省各地区餐饮业毛利率增长情况图

图表 2005-2008年西安饮食服务（集团）股份有限公司收入及盈利状况

图表 2005-2008年西安饮食服务（集团）股份有限公司盈利能力图

图表 2005-2008年西安饮食服务（集团）股份有限公司资产状况

图表 2005-2008年西安饮食服务（集团）股份有限公司资产增长趋势图

图表 2005-2008年西安饮食服务（集团）股份有限公司成本费用变化

图表 2005-2008年上海锦江国际酒店（集团）股份有限公司收入及盈利状况

图表 2005-2008年上海锦江国际酒店（集团）股份有限公司盈利能力图

图表 2005-2008年上海锦江国际酒店（集团）股份有限公司资产负债状况

图表 2005-2008年上海锦江国际酒店（集团）股份有限公司资产增长趋势图

图表 2005-2008年上海锦江国际酒店（集团）股份有限公司费用变化

图表 2005-2008年湖南华天大酒店股份有限公司收入及盈利状况

图表 2005-2008年湖南华天大酒店股份有限公司盈利能力图

图表 2005-2008年湖南华天大酒店股份有限公司资产负债状况

图表 2005-2008年湖南华天大酒店股份有限公司资产增长趋势图

图表 2005-2008年湖南华天大酒店股份有限公司费用变化

图表 2004-2008年中国全聚德股份有限公司主营业务收入图

图表 2004-2008年中国全聚德股份有限公司净利润图

图表 2004-2008年中国全聚德股份有限公司净利润增长趋势图
图表 2008年中国全聚德股份有限公司营业收入及利润对比表
图表 2008年中国全聚德股份有限公司营业收入比例分布结构图
图表 2008年中国全聚德股份有限公司营业收入地区分布结构图
图表 2004-2008年中国全聚德股份有限公司总资产及增长趋势图
图表 2004-2008年中国全聚德股份有限公司负债合计及增长趋势图
图表 2004-2007年中国全聚德股份有限公司资金周转率对比表
图表 2004-2007年中国全聚德股份有限公司资产周转率增长趋势图
图表 2004-2007年中国全聚德股份有限公司存货周转率及应收账款周转率增长趋势图
图表 2004-2007年中国全聚德股份有限公司各种比率对比表
图表 2004-2007年中国全聚德股份有限公司资产负债率增长趋势图
图表 2004-2007年中国全聚德股份有限公司流动比率、速动比率增长趋势图
图表 2008年中国全聚德股份有限公司成本费用分布情况图
图表 2005-2007年小肥羊营业收入数据
图表 2008年小肥羊资产负债表统计
图表 2008年我国小肥羊综合损益表数据
图表 2008年中国餐饮业营业额与2007年同期比较情况图
略.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/35605.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。