



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2008年中国餐饮市场市场分析及 发展趋势研究报告

## 一、调研说明

《2008年中国餐饮市场市场分析及发展趋势研究报告》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/46183.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

2007年全国餐饮企业营业零售额累计达12352亿元,同比增长19.4%，其中快餐业和火锅业发展最快。与改革开放初期相比，2007年中国餐饮营业额是1978年的225倍，年平均增长率高达20.53%。2008年一季度，全国住宿与餐饮市场延续2007年四季度的走势，继续保持20%以上的高增长，零售额达到3687.3亿元，同比增长23.6%。预计2008年餐饮市场继续保持快速增长的势头不会改变，全年将突破14700亿元，增长19%，全国人均餐饮消费支出将达到1100元。

从餐饮企业竞争与发展格局来看，2008年我国餐饮企业竞争将更加激烈，并伴有更多企业上市。2007年度餐饮百强企业的零售总额达998.38亿元。2007年餐饮百强门店总数达到14418家，其中直营店5715家，占39.64%；加盟店8438家，占58.52%；承包经营265家，占1.84%。与上年相比，餐饮百强直营店总数增加了2个百分点，零售额同比增长32.54%；加盟店总数下降2.4个百分点。小肥羊2006年旗下共96家直营店、625家加盟店，2007直营店数量上升到101家，加盟店减至257家。2007年中国餐饮业的突出特点是资本活跃，百年老字号全聚德的成功上市，另外还有超过40家的企业正在积极争取上市，其中，重庆的4家火锅企业已进入上市辅导期，有2家已获得风险投资。预计2008年我国将有更多的餐饮企业上市。

从长远来看，随着对外开放的扩大和经济持续稳定快速增长，城乡居民收入增加，生活水平不断提高，我国的餐饮业发展非常迅速，近几年餐饮业的增长率都比其它行业高出十个百分点以上，可以说我国正迎来一个餐饮业大发展的时期，市场潜力巨大，前景非常广阔。另外在改革开放的大环境下，餐饮市场已日趋成熟，并逐步成长起一批有规模、有实力，而且具有持续发展的现代化餐饮公司。伴随着2008年北京奥运会和2010年上海世博会的举办，我国经济必然会迎来一个飞速发展的阶段。毫无疑问，顺势而为，餐饮业又将会登上一个新的台阶。强强联合、连锁经营、多元化发展是中国餐饮业大势所趋。

本报告依据国家统计局、国家商务部、中国消费者协会、中国烹饪协会、中国旅游饭店业协会、中国各省市餐饮协会等单位提供的大量资料，对我国餐饮市场的发展现状、细分市场、区域市场、竞争格局、优势企业、发展趋势等进行了深入分析。在对我国餐饮整体走势预测的基础上，本报告还运用定性、定量分析方法对我国餐饮行业整体的格局、现状、未来走势做出了极具参考价值的判断。

## 【 目 录 】

### 第一章 中国餐饮业发展环境分析

#### 第一节 餐饮业经济环境分析

一、2007年我国经济总体运行状分析

二、2008年我国经济发展预测分析

#### 第二节 餐饮业政策环境分析

一、最新中国餐饮产业政策

二、食品包装规范将出台

三、商务部支持政策倾向民生餐饮

四、“节约型社会”与餐饮业

#### 第三节 餐饮业文化环境

一、中国传统饮食文化

二、中国饮食文化在世界的传播

三、历代餐具看中国饮食文化

四、东北饮食文化

五、豫菜与中原饮食文化

六、山东饮食文化

七、岭南饮食文化

### 第二章 餐饮业相关行业分析

#### 第一节 旅游业发展分析

一、2007年全球旅游收入分析

二、2007年全国旅游业运行分析

三、2008年国内旅游步入调整期

四、2008年旅游业上市公司业绩分析

五、奥运经济对旅游酒店行业的促进

六、2010年中国游客数量预测

#### 第二节 中国酒店业发展分析

一、2007年酒店业发展分析

二、2007年中国经济型酒店排名

### 三、2008年中国酒店前景分析

#### 第三节 酒店餐饮市场发展分析

##### 一、用现代营销观念武装酒店餐饮

##### 二、酒店餐饮市场分析

##### 三、酒店餐饮营销策略

### 第三章 2005-2008年中国餐饮业运行状况分析

#### 第一节 2005-2006年我国餐饮业综合数据分析

##### 一、2005-2006年我国限额以上连锁餐饮企业数量及从业人员

##### 二、2005-2006年我国限额以上连锁餐饮企业资产规模分析

##### 三、2005-2006年我国限额以上连锁餐饮企业经营分析

#### 第二节 2006年我国餐饮业总体运行分析

#### 第三节 2007年餐饮市场分析

##### 一、2007年“五一”全国餐饮市场调查分析

##### 二、2007年“十一”全国餐饮市场情况分析

##### 三、2007年中国餐饮行业消费者关注点分析

##### 四、2007年全国住宿与餐饮业零售额分析

##### 五、2007年餐饮企业利润增长情况分析

##### 六、2007年1-11月餐饮业市场分析

#### 第四节 2007年度餐饮百强经营情况分析

##### 一、餐饮百强的零售额增速高于行业平均值

##### 二、领军企业的发展趋于稳定

##### 三、企业扩张从重视量的增长转为注重质的提高

##### 四、走国际化道路正在成为本土企业的普遍追求

##### 五、成本上升，挤压企业利润空间

#### 第五节 2008年餐饮业的“黄金时代”发展分析

##### 一、2008年旅游休闲餐饮将会逐步升温

##### 二、2008年连锁经营经过淘汰会有更大的发展

##### 三、高档消费将会趋于理性，家常菜将持续流行

##### 四、2008年老百姓将与快餐走的更近

##### 五、奥运会带给中国餐饮业200亿元增量市场

##### 六、2008年餐饮业消费水平继续提升

## 七、2008年中国人均餐饮消费分析

### 第六节 我国餐饮业面临的问题分析

一、企业规模小，现代化水平低

二、市场秩序有待整顿

三、饮食卫生状况急需改善

四、行业标准体系不完善

### 第七节 特色化的经营餐厅的对策

一、特色化经营首先应提供个性化服务

二、研究宾客需求结构不断进行特色创新

三、突出人文色彩进行餐厅经营文化创新

四、增高员工整体素质保证特色化经营的顺利实现

## 第四章 中餐业市场分析

### 第一节 中国中餐业发展分析

一、中餐消费市场的特征

二、2008年中餐首入奥运食谱

三、2008年“标准化”成为中餐品牌扩张利器

四、肯德基进军中餐

五、中餐市场呈多元化发展

六、中餐连锁经营问题分析

### 第二节 中餐业的营销分析

一、中餐业的服务特征及营销分析

二、中餐业营销困境

三、中餐企业现代营销策略

### 第三节 中餐业的竞争分析

一、海外的中餐馆核心竞争力分析

二、洋快餐与中餐激烈竞争奥运餐饮

三、中餐面临挑战和机遇

四、中餐竞争趋势分析

### 第四节 中餐连锁

一、中餐连锁发展分析

二、中餐企业的连锁生存分析

### 三、中餐连锁企业上市分析

### 四、发展中餐连锁应重视中西文化差别

### 五、中餐连锁企业运营障碍及对策分析

### 第五节 食品风波后的海外中餐业分析

### 第六节 中餐发展的趋势预测

#### 一、中餐业的发展及潮流预测

#### 二、儿童中餐市场内含商机

## 第五章 西餐业市场分析

### 第一节 我国西餐业的基本情况与分析

#### 一、近年中国西餐业发展状况

#### 二、西餐市场的形成和分布特点

#### 三、我国西餐业现阶段的发展特点

### 第二节 中国西餐业的问题分析

#### 一、西餐业管理和技术人员匮乏

#### 二、“中式西餐”的发展困局分析

#### 三、京城西餐业人才短缺的原因分析

### 第三节 西餐业的发展前景分析

#### 一、西餐市场的发展趋势

#### 二、西餐经营的未来方向

### 第四节 西餐业发展的对策

#### 一、“中式西餐”的发展出路分析

#### 二、中西结合保持特色

#### 三、西餐的本土化与大众化

## 第六章 快餐业市场分析

### 第一节 国外快餐业概述

#### 一、美国

#### 二、乌克兰

#### 三、越南

#### 四、菲律宾

### 第二节 我国快餐行业发展现状分析

一、行业发展的现状特点分析

二、发展中存在的主要问题

三、取得的经验与体会

四、我国快餐业发展的趋势及对策

### 第三节 西式快餐市场营销定位与市场战略

一、市场竞争态势分析

二、市场定位

三、行销定位策略

四、行销组合策略

### 第四节 快餐业竞争分析

一、快餐食品出现区位化竞争格局

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

## 第七章 中式快餐市场分析

### 第一节 中式快餐市场概况

一、现代快餐企业概念

二、环境分析

三、中国快餐大市场

四、优劣势分析

五、可行性分析

### 第二节 2007-2008年中式快餐发展分析

一、2007年中式快餐谋求上市

二、2008年中式快餐采购基地首圈八家供应商

三、2008年中式快餐在徘徊中前行

四、三大中式快餐引领规模化经营分析

### 第三节 中式快餐标准化分析

一、标准化制约中式快餐发展

二、中式快餐标准化须创新

### 第四节 中式快餐的SWOT分析

一、优势

二、劣势



三、威胁

四、机遇

## 第五节 中式快餐业竞争分析

一、品牌连锁化：中式快餐抗洋新路径

二、中式快餐赶超洋快餐

三、中式快餐的竞争策略

## 第六节 中式快餐发展趋势分析

一、中式快餐业三大发展方向

二、未来中式快餐将成主流

三、中式快餐发展空间大

## 第七节 中式快餐中营销策略分析

一、产品开发策略

二、连锁经营策略

三、促销策略

## 第八章 其他餐饮业态

### 第一节 主题餐饮

### 第二节 外卖餐饮

### 第三节 流动饭店

### 第四节 休闲餐饮

### 第五节 超市餐饮

## 第九章 中国餐饮企业连锁经营分析

### 第一节 餐饮连锁发展概况

一、连锁经营成为餐饮业主导模式

二、中式餐饮的连锁经营现状分析

三、中国餐饮业连锁扩张分析

四、餐饮业连锁经营的瓶颈分析

### 第二节 餐饮连锁企业的信息化管理分析

一、连锁化经营的挑战

二、以信息化平台为依托

三、建设信息化平台的建议

### 第三节 连锁餐饮店产品营销分析

- 一、定位：产品定位要准确
- 二、特色：产品要拥有独家秘诀
- 三、推出代表性产品
- 四、连环：产品开发系列化
- 五、创新：不断开发新产品
- 六、服务：良好的服务定位
- 七、投资非洲服装业机会分析

### 第四节 餐饮企业连锁经营成功性分析

- 一、商圈的一般性原则
- 二、餐饮业商圈的特殊性
- 三、对国外餐饮巨头商圈策略的有益借鉴
- 四、餐饮连锁企业扩张过程中商圈状况分类与特征分析
- 五、商圈内连锁餐饮企业如何获得单店的相对竞争优势

### 第五节 肯德基供应物流模式对我国连锁餐饮企业的启示

- 一、快速消费品的供应链要求
- 二、肯德基的供应物流分析
- 三、肯德基供应物流模式的评价
- 四、对国内连锁餐饮企业的启示

### 第六节 餐饮连锁的问题及对策

- 一、餐饮业连锁经营发展现状
- 二、中式餐饮业出现的主要问题
- 三、中式餐饮特许经营发展的对策和建议

### 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、餐饮连锁业凸显第四方物流
- 三、美国特许连锁经营的成功经验及启示

## 第十章 重点城市餐饮市场分析

### 第一节 2005-2008年北京餐饮市场分析

- 一、2005-2006年北京餐饮市场规模
- 二、2007年北京餐饮发展特点

三、2007年北京市餐饮行业消费者满意度分析

四、2007年北京餐饮业集体筹划资本运作

五、2007年北京餐饮零售额低于沪穗

六、2008年北京餐饮行业开始推行电子监管

七、2008年北京首个餐饮业自律标准

八、北京餐饮终端操作分析

九、北京奥运餐饮市场分析

十、北京“成都小吃”现象的经济分析

## 第二节 2005-2008年上海餐饮市场分析

一、2005-2006年上海餐饮业市场规模

二、2007年上海快餐市场竞争分析

三、2007年上海餐饮业盈利分析

四、2007年国际餐饮巨头SSP进驻上海

五、2007年上海、杭州餐饮行业比较分析

六、2008年上海推行实务管理

七、上海餐饮业发展的特点

八、上海餐饮业发展趋势和对策

## 第三节 2007-2008年广州餐饮市场分析

一、2007年广州人均年餐饮消费分析

二、2007年广州餐饮业年度大事件

三、2007年广州酝酿首个餐饮消毒标准

四、2007年广州餐饮全面涨价

五、2008年广州餐饮业面临困境

六、广州餐饮业量贩经营分析

## 第四节 2005-2008年重庆餐饮市场分析

一、2005-2006年重庆餐饮业市场规模

二、2007年国际资本市场看好重庆餐饮

三、2007年重庆市餐饮业特点分析

四、2008年重庆餐饮向复合化方向发展

五、2008年重庆餐饮发展分析

六、2008年重庆餐饮老字号发展分析

七、重庆连锁餐饮发展分析

## 第五节 2007-2008年成都餐饮市场分析

- 一、2007年四川省餐饮业运行情况
- 二、2007年成都住宿和餐饮业零售额分析
- 三、2007年成都餐饮老字号发展分析
- 四、2007年成都建立餐饮消费安全追溯体系
- 五、2008年成都餐饮四大新风向
- 六、成都大众化餐饮工作分析
- 七、成都餐饮连锁潜力分析
- 八、成都餐饮业的竞争态势

## 第六节 2005-2008年天津餐饮市场分析

- 一、2005-2006年天津餐饮业市场规模
- 二、2007年天津黄金周餐饮市场特点分析
- 三、天津餐饮业实行采购索证和进货验收制
- 四、2008年天津餐饮消费特点分析

## 第七节 2006-2008年深圳餐饮市场分析

- 一、2006年深圳餐饮市场分析
- 二、2007年深圳餐饮价格分析
- 三、2008年深圳餐饮企业成本或将提高
- 四、深圳餐饮市场热点分析

## 第八节 2007-2008年武汉餐饮市场分析

- 一、2007年武汉24小时餐饮市场分析
- 二、武汉大众化餐饮工作分析
- 三、2008年武汉餐饮店加速“大吃小”
- 四、2008年武汉餐饮用工荒现象分析
- 五、2008年武汉餐饮行业涨价冲击分析

## 第十一章 餐饮业消费者分析

### 第一节 餐饮市场定位的目标市场

- 一、从地域角度寻找目标市场
- 二、从年龄段寻找目标市场
- 三、从收入和家庭因素寻找目标市场
- 四、从消费性质和消费行为寻找目标市场

## 第二节 中国现代餐饮消费特点分析

### 第三节 餐饮消费者类型分析

一、便利型消费者

二、求廉型消费者

三、享受型消费者

四、求新型消费者

五、健康型消费者

六、信誉型消费者

### 第四节 中餐消费市场的发展分析

一、市场竞争更激烈

二、发展条件更优越

三、经营特色不断突出

四、营销观念不断加强

五、现代化步伐不断加快

六、科技含量增加

七、市场空间不断延伸

### 第五节 不同类型餐饮消费趋势分析

一、“上班一族”消费趋势分析

二、“家庭”消费趋势分析

三、“老板”消费趋势分析

四、“情侣”消费趋势分析

## 第十二章 餐饮业营销策略分析

### 第一节 2007年餐饮营销变化分析

一、消费者消费习惯向多元化转变

二、网络口碑营销被众多商家喜欢

三、网络搜索成为商家推广重要手段

四、优惠券成为吸引目标消费者新尝试

### 第二节 餐饮产品营销分析

一、产品设计是多元组合要素

二、营造自身的个性和特色

三、系统论证产品创新方案

#### 四、产品设计和营销体系有机结合

### 第三节 餐饮小企业奥运营销分析

#### 一、奥运商机来临的准备

（一）装修店面：舒适的就餐环境是基础

（二）人员培训：完善的服务是关键

（三）创新菜品：传统与创新是保障

（四）市场宣传：前期的推广很重要

#### 二、聚集效应，寻找奥运期间的赢利点

（一）提供“有效吸引”的优质服务

（二）注重细节，做好菜单和店标上的文章

（三）抓住游客心理，将美食与娱乐融合

（四）做好厨后工作，应对市场原料采购流程

#### 三、后奥运时代：如何用“运后影响”

### 第四节 餐饮企业试水网络营销分析

#### 一、餐饮行业：网络涉水不深

#### 二、2.0时代：网上“尝”美食

#### 三、大小餐馆：互联网上同台竞技

### 第五节 餐饮企业创新营销战略分析

#### 一、顾客对食物的不同喜好

#### 二、顾客对餐饮企业的不同角色要求

#### 三、顾客对餐饮企业的不同特点要求

### 第六节 餐饮业营销策略分析

#### 一、店面形象是吸引客户的第一步

#### 二、服务形象是温暖客户的第二步

#### 三、细节关怀是感动客户的第三步

#### 四、时间效率是拉拢客户的第四步

#### 五、特色推荐是方便客户的第五步

#### 六、标准规范是舒适客户的第六步

#### 七、烹肴味道是赢得客户的第七步

## 第十三章 餐饮企业经营管理分析

### 第一节 餐饮特许经营分析

- 一、中国餐饮业特许经营概述
- 二、2007年百强餐饮整体回收加盟权
- 三、现阶段特许经营餐饮业的现状
- 四、国内餐饮业特许经营标准化问题的分析
- 五、我国特许经营餐饮业存在的问题
- 六、我国特许经营餐饮业的经营策略

## 第二节 餐饮行业的店名特点研究

- 一、分析方法
- 二、对中餐馆名称的结构分析
- 三、对中餐馆名称中行业标识词的分析
- 四、对中餐馆名称中区别性名称的分析
- 五、对于连锁餐饮店名称的分析

## 第三节 餐饮企业基层员工激励

- 一、餐饮企业基层员工特征
- 二、餐饮企业基层员工特点
- 三、餐饮企业基层员工重点激励因素
- 四、对餐饮企业基层员工激励机制建议

## 第四节 餐饮业现代管理应对成本压力分析

- 一、餐饮企业客座率下降
- 二、加强连锁配送控制成本
- 三、品牌企业管理开始转型

## 第五节 餐饮经营创新与策划分析

- 一、突出文化主体
- 二、拓展经营项目
- 三、适应目标顾客
- 四、引领餐饮潮流

## 第六节 星级饭店的餐饮经营策略

- 一、星级饭店的餐饮经营策略
- 二、星级饭店的餐饮经营坚持四个原则

# 第十四章 餐饮业竞争格局分析

## 第一节 国内餐饮业竞争态势

- 一、洋快餐引领中国餐饮竞争格局
- 二、国内餐饮市场竞争态势的四大变化
- 三、品牌餐饮让竞争得心应手
- 四、北京餐饮面临品牌竞争时代

## 第二节 酒店、饭店餐饮业竞争对策分析

- 一、饭店餐饮面对市场竞争经营的策略
- 二、饭店营销竞争新策略分析
- 三、酒店餐饮经营的竞争对策

## 第三节 连锁餐饮企业的核心竞争力分析

- 一、精心打造连锁餐饮企业的品牌分众力
- 二、连锁餐饮企业用心打造门店的吸引力
- 三、连锁餐饮企业倾力打造菜谱的静销力
- 四、连锁餐饮企业全力打造服务员的推销力
- 五、连锁餐饮企业群力打造美食的口碑力

## 第四节 饭店餐饮面对市场竞争经营分析

- 一、开发风味特色餐厅
- 二、设置不同档次的餐厅
- 三、注重培育餐饮品牌
- 四、做好会议、婚宴和重要接待
- 五、扩大经营范围
- 六、特色和品牌菜
- 七、减少能源消耗
- 八、不断开发新产品
- 九、走委托经营之路
- 十、进行观念的转换

## 第五节 餐饮业的竞争战略选择分析

- 一、卫生战略
- 二、特色战略
- 三、顾客价值战略

## 第六节 酒店餐饮面对社会餐饮的挑战

- 一、酒店餐饮现状
- 二、酒店与社会餐饮的优劣势对比



### 三、创新是酒店战胜社会餐饮的“法宝”

#### 第七节 酒店餐饮经营竞争策略分析

##### 一、经营者必须要有竞争意识

##### 二、抓住顾客求新的消费心态

### 第十五章 餐饮业领先企业分析

#### 第一节 百胜全球餐饮集团

##### 一、企业概况

##### 二、2007-2008年经营业绩分析

##### 三、比萨品牌在华战略布局分析

##### 四、2008年百胜发布食品安全白皮书

##### 五、麦当劳、肯德基营销策略比较分析

##### 六、必胜客全球战略

##### 七、在华发展动态

#### 第二节 麦当劳

##### 一、企业概况

##### 二、2007-2008年经营业绩分析

##### 三、2008年麦当劳加速在华扩张

##### 四、2009年在华发展预测

##### 五、麦当劳特许经营分析

##### 六、麦当劳得来速经营模式分析

#### 第三节 上海锦江国际酒店发展股份有限公司

##### 一、企业概况

##### 二、2007-2008年财务分析

#### 第四节 北京全聚德集团有限责任公司

##### 一、企业概况

##### 二、2007-2008年财务分析

##### 三、2008年新奥运营销分析

##### 四、全国布局分析

#### 第五节 德克士食品开发有限公司

##### 一、企业概况

##### 二、发展现状分析

### 三、品牌分析

#### 第六节 内蒙古小肥羊餐饮连锁有限公司

##### 一、企业概况

##### 二、2007年小肥羊调整发展战略

##### 三、2008年香港上市

##### 四、2008年加速扩张

#### 第七节 真功夫餐饮管理有限公司

##### 一、企业概况

##### 二、2007年真功夫高速扩张分析

##### 三、2008年真功夫首设全国客服热线

##### 四、上市分析

##### 五、“真功夫”的品牌分析

#### 第八节 成都谭鱼头投资股份有限公司

##### 一、企业概况

##### 二、香港投资经营状况

##### 三、火锅经营之道

#### 第九节 重庆小天鹅投资控股（集团）有限公司

##### 一、企业概况

##### 二、经营发展分析

#### 第十节 西安饮食股份有限公司

##### 一、企业概况

##### 二、2007-2008年财务分析

### 第十六章 餐饮业投资分析

#### 第一节 餐饮业投资环境分析

##### 一、连锁餐饮成风投新宠

##### 二、餐饮企业应强化“风险辨别意识”

##### 三、投资餐饮业的八大要素

#### 第二节 投资餐饮业商铺选择分析

##### 一、规避政策风险

##### 二、硬件要“过硬”

##### 三、六大地段选址秘诀

### 第三节 餐饮业投资热点分析

- 一、餐饮业热点细述
- 二、粥店成餐饮业投资新宠
- 三、中国餐饮企业十大营利模式

### 第四节 餐饮业投资建议

- 一、投资餐饮业需做足竞争的准备
- 二、餐饮投资八个锦囊
- 三、餐饮需抓好的四个关键
- 四、甄别餐饮投资的建议

### 第五节 不同类型餐饮业投资建议

- 一、小区餐饮店
- 二、休闲餐饮店
- 三、加盟店餐饮
- 四、特色小餐饮店

## 第十七章 餐饮行业发展趋势及预测分析

### 第一节 餐饮业发展趋势

- 一、竞争局面激烈仍将维持
- 二、大众化经营的市场空间不断延伸
- 三、创新经营、品牌营销的力度加强
- 四、传统餐饮向现代餐饮的转化加快
- 五、管理与人才的作用更加突出
- 六、连锁经营加速发展
- 七、特色经营更加突出

### 第二节 餐饮经营变革发展趋势

- 一、消费时段产生变化
- 二、跨地域经营是未来热点
- 三、产品功能日趋多样
- 四、经营形式灵活化

### 第三节 休闲快餐产业发展趋势

- 一、时尚带动消费需求
- 二、未来发展前景看好

#### 第四节 餐饮业的“数字化”发展趋势

##### 一、餐饮信息化管理的优点

##### 二、餐饮信息化管理的趋势

#### 第五节 2008-2010年中国餐饮业发展预测

#### 部分图表目录

图表 2008年北京112家签约酒店情况

图表 1994-2007年度餐饮业零售额“跨千亿元台阶”情况

图表 2003-2007年国内生产总值及其增长速度

图表 2003-2007年居民消费价格涨跌幅度

图表 2007年居民消费价格比上年涨跌幅度

图表 2007年1-11月全国住宿和餐饮业零售额对比情况表

图表 2007年1-11月全国住宿和餐饮业零售额对比情况图

图表 2007年1-11月全国住宿和餐饮业限额上、下企业经营对比情况

图表 2007年度各类餐饮百强门店所占比例

图表 2007年餐饮百强原材料与人工费用成本情况

图表 2005-2007年锦江股份成长性分析

图表 2005-2007年锦江股份现金流量分析

图表 2005-2007年锦江股份盈利能力分析

图表 2005-2007年锦江股份偿债能力分析

图表 2008年第一季度锦江股份主营收入情况

图表 2008年第一季度锦江股份净利润和基本每股收益情况

图表 2005-2007年全聚德成长性分析

图表 2005-2007年全聚德现金流量分析

图表 2005-2007年全聚德经营能力分析

图表 2005-2007年全聚德盈利能力分析

图表 2005-2007年全聚德偿债能力分析

图表 2008年第一季度全聚德主营收入情况

图表 2008年第一季度全聚德净利润和基本每股收益情况

图表 2000-2010年德克士开店数情况

图表 2005-2007年小肥羊盈利情况

图表 2005-2007年西安饮食成长性分析

图表 2005-2007年西安饮食现金流量分析

图表 2005-2007年西安饮食经营能力分析

图表 2005-2007年西安饮食盈利能力分析

图表 2005-2007年西安饮食偿债能力分析

图表 2008年第一季度西安饮食主营收入情况

图表 2008年第一季度西安饮食净利润和基本每股收益情况

图表 2006年限额以上连锁餐饮业集团（企业）数(按登记注册类型和业态分)

图表 2006年限额以上连锁餐饮企业(集团)数(按行业和业态分)

图表 2006年限额以上连锁餐饮企业(集团)数(按行业与登记注册类型分)

图表 2005-2006年限额以上连锁餐饮业基本情况

图表 2005-2006年限额以上连锁餐饮业情况（按登记注册类型分）

图表 2005-2006年限额以上连锁餐饮业情况（续25,按登记注册类型分）

图表 2005-2006年限额以上连锁餐饮业情况（按业态分）

图表 2005-2006年限额以上连锁餐饮业情况(按行业分)

图表 2005-2006年限额以上连锁餐饮业情况 续表28(按行业分)

图表 2005-2006年限额以上连锁餐饮业情况 续表29(按行业分)

图表 2005-2006年限额以上连锁餐饮业门店数（按地区与业态分）

图表 2005-2006年限额以上连锁餐饮业收入情况（按登记注册类型分）

图表 2005-2006年限额以上连锁餐饮业营业收入（按地区与业态分）

图表 2005-2006年限额以上连锁餐饮业餐费收入（按地区与业态分）

图表 2006年餐饮业企业景气指数

图表 2006年餐饮业月度零售额对比情况

图表 2006年各季度餐饮业零售额比重

图表 2006年东中西部地区餐饮业发展情况比较

图表 2000-2006年东中西部地区餐饮业增长率比较

图表 2006年主要省市餐饮业三项指标前十名排序

图表 2006年主要城市餐饮业三项指标前十名排序

图表 2004-2006年餐饮业结构变化情况

图表 2005-2006年北京限额以上连锁餐饮企业门店分布

图表 2005-2006年上海限额以上连锁餐饮企业门店分布

图表 2005-2006年重庆限额以上连锁餐饮企业门店分布

图表 2005-2006年天津限额以上连锁餐饮企业门店分布

图表 2005年限额以上连锁餐饮业集团（企业）数(按登记注册类型和业态分)

图表 2005年各地区限额以上连锁餐饮业集团（企业）数（按业态分）

图表 2001年-2005年乌克兰餐饮业网点数量情况表

图表 2005年乌克兰快餐业市场基本情况表

图表 上海消费者热门菜系及人均消费

图表 杭州消费者热门菜系及人均消费

图表 乌克兰快餐类型

图表 北京市海淀区中餐馆价位分布图

图表 海淀区中餐馆名称的结构统计

图表 中餐馆三个档次使用行业标识词的情况（一）

图表 北京市海淀区中餐馆三个档次使用行业标识词的情况（二）

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/46183.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](http://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。