



艾凯咨询
ICAN Consulting

2007年中国餐饮业市场分析及发展趋势研究报告

一、调研说明

《2007年中国餐饮业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/46266.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

〔 描述 〕

内容简介

根据发改委报告，2007年中国经济增速预计将回落到10%以内。受收入快速增长等因素的支持，2007年消费增长将继续保持较高增长水平，餐饮业零售额将有较快增长。我国餐饮业已发展成为规模不断扩大、增长势头持续强劲，对社会经济和人民生活具有较强影响力的重要行业。预计到2010年我国餐饮业零售额将达到2万亿元。

餐饮业作为我国第三产业中一个传统服务性行业，经历了改革开放起步、数量型扩张、规模连锁发展和品牌提升战略4个阶段，取得突飞猛进的发展。目前，全国已有餐饮网点400万个。2005/2006年度中国餐饮百强企业资产总额约320亿元、利润总额约60亿元、从业人员约80万人，分别较去年同期增长40.38%、28.84%和33.33%，高于全社会餐饮业的平均增长水平。与此同时，超大规模企业开始涌现，有11家企业的营业额超过10亿元，有34家企业的营业额超过5亿元，其中前十强的营业额达到336.76亿元，同比增长18.4%，占百强营业额总量的近五成，达到49.34%，百强企业的整体规模稳步提升，表明行业集中度进一步加强。连锁餐饮业主要集中在东部地区和大城市，但是向西部地区和中型城市渗透速度加快。2005/2006年度东部地区限额以上连锁餐饮业门店数5589个，占限额以上连锁餐饮业门店的65.6%，比上年增长12.8%；中部和西部地区门店数分别为1211个和1714个，占14.2%和20.1%，增长5.6%和16.1%，西部地区超过了东部地区门店的增速3.3个百分点。

中国的餐饮业已连续15年保持两位数的增长，2006年全国餐饮业零售额将实现1万亿元的跨越，人均餐饮消费支出将增长17.6%，达到800元。中国居民的个人餐饮消费已成为拉动中国餐饮业的主要力量，居民个人消费占全国餐饮业零售额的比重在60%左右，公务和商务消费所占的比重则降至40%，快速发展的餐饮业已经成为中国拉动内需、扩大消费的重要力量。2006年我国住宿餐饮业外资金额同比增长36.4% 投资规模升级。预计随着国外资本、管理和品牌的大举进入，中国餐饮业市场的饱和度将越来越高，餐饮的多元化、细分化和个性化的趋势增强，餐饮企业在品牌特色化、运营产业化、业态多样化、连锁规模化和店面小型化等方面的特点将更加明显。中国餐饮投资市场经过10年高速发展，已经从简单招商上升到商机

行销，未来5年中国餐饮投资将在以下方面获得重大突破。随着我国人均GDP突破1000美元，并以年均增长7-8%的速度向人均GDP3000美元的全面小康社会的目标迈进，经济体制和增长方式不断改善，工业化、城市化和现代化进程日趋加快，社会经济稳定发展和人民生活水平继续提高，餐饮业的发展环境和条件更趋成熟，市场需求进一步增强，我国餐饮业发展前景更加广阔。

本研究咨询报告依据国家统计局、国家发改委、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、全国商业信息中心、国民经济景气监测中心、中国行业研究网、全国及海外多种相关报刊杂志基础信息以及各省市相关统计单位等公布和提供的大量资料，对我国餐饮业的供给与需求状况、各子行业的发展状况、竞争格局、消费变化等进行了分析，并对几种新型餐饮业态、餐饮业的发展趋势与策略、国内外著名餐饮企业的经营管理、重点城市的餐饮业现状与趋势等方面进行了深入探讨。本报告是宾馆酒店、餐饮企业、经营餐饮的相关企业和单位以及计划投资于餐饮行业的企业和投资者等准确了解目前中国餐饮市场发展动态，把握餐饮行业消费现状与趋势，制定市场策略的必备的重要决策参考资料。

【 目 录 】

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 餐饮业行业概述 1

一、餐饮业行业和业态分类 1

二、餐饮业特许经营 3

三、餐饮业的发展 3

第二节 行业特性分析 8

一、餐饮业基本特征 8

二、餐饮业行业生命周期分析 10

三、餐饮业行业集中度分析 10

四、餐饮业要素密集性分析 11

五、餐饮业经营风险性 11

六、餐饮业行业壁垒状况 12

第二章 中国餐饮业发展环境分析 15

第一节 经济环境 15

一、经济增长对餐饮业的刺激作用 15

二、经济增长对行业结构的影响 16

三、我国消费品市场发展分析 16

四、2007年我国经济发展预测 18

第二节 政策环境 20

一、最新中国餐饮产业政策 20

二、“节约型社会”与餐饮业 22

三、商务部七项措施推进我国餐饮业发展 26

第三节 文化环境 27

一、中国文化背景对餐饮业的影响力 27

二、中国餐饮文化的发展 31

三、中华饮食文化对周边的影响 32

四、西式及其他餐饮文化在中国的发展 35

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、2005年我国餐饮业数据分析 37

二、2006年我国餐饮业基本情况 56

三、我国连锁餐饮业持续全面发展 59

四、餐饮业投资规模升级 61

第二节 2005年度我国餐饮百强企业分析 62

一、百强企业经营情况分析 62

二、百强企业所有制性质分析 62

三、百强企业业态发展情况分析 63

四、百强企业营业额增长速度分析 63

五、百强企业连锁经营情况分析 64

第三节 餐饮市场运行情况分析 69

一、餐饮市场运行情况分析 69

二、餐饮市场主要特点分析 72

三、餐饮消费增长的原因分析	75
第四节 餐饮业发展存在的问题分析	76
一、“四大掣肘”拖慢国内餐饮业发展	76
二、我国餐饮业发展存在六大问题	76
三、我国餐饮业存在5大卫生安全问题	77
四、菜品雷同无特色是我国餐饮业通病	78
五、我国餐饮行业亟待建立行业标准体系	78
第五节 中国的中餐企业上市分析	79
第六节 第三方餐饮市场分析	83

第四章 中国餐饮业态分析 85

第一节 中国快餐发展形势分析 85

- 一、中国快餐业现状分析 85
- 二、行业发展的现状特点分析 89
- 三、发展中存在的主要问题 91
- 四、行业发展取得的经验与体会 92
- 五、我国快餐业发展的趋势及对策 96

第二节 餐饮业特许经营情况分析 99

- 一、餐饮业特许经营概况 99
- 二、连锁餐饮业各行业特许经营的特点 106
- 三、餐饮业特许经营模式分析 110
- 四、连锁餐饮企业经营网点的覆盖面分析 110
- 五、政策对餐饮业特许经营的影响分析 111
- 六、企业在特许经营遇到的难点问题 111
- 七、餐饮业特许经营企业最关注的问题 112
- 八、餐饮业特许经营存在的主要问题分析 113

第三节 快餐餐饮业营销分析 115

- 一、餐饮营销的未来趋势 115
- 二、快餐市场竞争态势分析 120
- 三、快餐市场定位 120
- 四、快餐行销定位策略 121
- 五、快餐行销组合策略 121

第五章 主要城市餐饮业发展状况	126
第一节 广州	126
一、2006年广州餐饮业概况	126
二、广州餐饮的市场格局	127
三、广州餐饮业量贩经营分析	129
四、广州餐饮业发展瓶颈分析	131
五、广州餐饮业的机会分析	132
第二节 上海	132
一、2005-2006年上海餐饮业概况	132
二、上海餐饮商圈分布情况	136
三、上海高端餐饮消费逐年上升	137
四、上海餐饮业用工成本增加	138
五、上海餐饮与上海世博会	140
六、上海餐饮业发展目标	142
第三节 北京	143
一、北京餐饮业概况和主要特点	143
二、北京餐饮业分布情况	146
三、北京餐饮业具有的优势	149
四、2008年北京餐饮市场规模	151
五、北京奥运餐饮市场分析	152
六、北京餐饮投资新热点	154
七、北京餐饮市场进入策略分析	154
八、北京餐饮市场广告模式分析	158
第四节 成都	164
一、2006年成都餐饮业遭遇成本竞争考验	164
二、成都餐饮业的特色及发展	165
三、成都中高档餐饮市场分析	169
第五节 天津	180
一、2005-2006年天津餐饮业发展概况	180
二、天津餐饮市场的特点	181
三、天津餐饮增长动因分析	182

四、天津餐饮竞争格局分析	183
第六节 重庆	185
一、2005-2006年重庆餐饮业概况	185
二、“十一五”重庆餐饮业发展目标	186
三、重庆餐饮业发展新举措	187
第七节 武汉	189
一、武汉餐饮业概况	189
二、武汉市餐饮业竞争格局	190
三、武汉餐饮连锁经营的发展	194
第八节 西安	196
一、陕西省餐饮行业的发展	196
二、2006年西安餐饮业发展概况	197
第九节 深圳	199
一、深圳餐饮业概况	199
二、深圳餐饮市场格局	201
三、深圳餐饮业市场新热点	202
第十节 杭州	202
一、杭州餐饮企业现状及发展特点	202
二、制约杭州餐饮市场快速增长的主要因素	205
三、杭州餐饮业发展战略分析	207
第十一节 香港	209
第二部分 消费者研究及相关行业分析	
第六章 中国餐饮业消费者研究	217
第一节 餐饮消费群体分析	217
一、餐饮消费群体分析	217
二、2005-2006年全国人均餐饮消费分析	220
三、餐饮市场与需求的平衡	221
四、餐饮业的客户资源管理	224
第二节 餐饮消费心理效应分析	239
一、餐饮消费前的心理效应	239
二、餐饮消费过程中的心理效应	241

第三节 影响快餐消费的因素分析 243

第七章 餐饮业相关行业分析 247

第一节 旅游业 247

- 一、2005-2006年我国旅游业运行态势 247
- 二、“奥运经济”对旅游酒店行业的促进 252
- 三、“十一五”旅游收入及预测 257

第二节 旅游饭店业 259

- 一、旅游饭店业的发展 259
- 二、旅游饭店业的现状 261

第三节 旅客运输业 264

第三部分 竞争格局分析

第八章 中国餐饮业竞争格局 267

第一节 中国餐饮业竞争态势对策分析 267

- 一、竞争的态势发展变化 267
- 二、餐饮行业竞争现状 268
- 三、市场竞争应对分析 271

第二节 提高中国餐饮企业竞争力措施 279

- 一、国内餐饮业亟待构筑核心竞争力 279
- 二、餐饮竞争应对八大举措 280

第九章 中国餐饮业领先企业分析 289

第一节 百胜全球餐饮集团 289

- 一、百胜集团概况 289
- 二、百胜集团的重要管理策略 290
- 三、肯德基在中国的发展 293
- 四、肯德基的市场转变分析 299
- 五、肯德基汽车餐厅的发展 302

第二节 小肥羊 303

- 一、公司概况 303
- 二、海外谋局 304

第三节 麦当劳	306
一、麦当劳概况	306
二、麦当劳的特许经营与管理	307
三、麦当劳的模式拓新	310
四、麦当劳提高服务效率的秘诀	316
第四节 德克士	321
一、德克士企业概况	321
二、德克士本土化的特许经营	322
三、德克士发展战略分析	324
第五节 北京全聚德	327
一、全聚德概况	327
二、全聚德发展历程	328
三、全聚德未来规划	330
四、全聚德的服务战略	331
五、全聚德的经营战略	332
六、全聚德的创新策略	333
七、聚德的文化战略	334
第六节 西安饮食服务（集团）	336
一、公司概况	336
二、企业竞争能力	337
三、2005-2006年财务分析	338
第七节 上海锦江国际酒店发展股份有限公司	341
一、集团简介	341
二、2005-2006年财务分析	343
三、集团餐饮业务分析	345
第八节 重庆德庄实业（集团）有限公司	347
第九节 重庆小天鹅投资控股（集团）有限公司	348
一、集团概况	348
二、品牌历程	349
第十节 真功夫餐饮管理有限公司	350
一、公司概况	350
二、真功夫的成功之道	350

三、“真功夫”谋赴港上市 361

第四部分 行业发展战略与预测

第十章 餐饮行业发展预测与战略选择 363

第一节 餐饮业市场发展趋势展望 363

一、全球餐饮业未来发展趋势 363

二、我国餐饮业发展总体趋势 364

三、餐饮服务两极化趋势 365

四、营养、方便、健康的消费趋势 366

五、餐饮自动化趋势 367

第二节 国内餐饮市场预测 367

一、2010年我国餐饮业市场规模预测 367

二、中国快餐业的发展预测 368

第十一章 餐饮业投资与发展战略分析 371

第一节 行业投资分析 371

一、投资餐饮业可行性分析 371

二、餐饮业成为投资热点 372

三、2007年餐饮业投资机会分析 375

第二节 中式快餐的SWOT分析 377

一、优势(Strength) 377

二、劣势(Weakness) 378

三、机遇(OPPortunity) 379

四、威胁(Threat) 382

第三节 新餐饮时代的战略选择 382

第四节 餐饮业可持续发展策略 387

一、中式快餐业可持续发展思路 387

二、酒店餐饮如何可持续发展 389

图表目录

图表：餐饮业的细分行业分类 1

图表：餐饮业细分行业和业态的发展 2

图表：餐饮业态类型	3
图表：餐饮业成本结构表	11
图表：中国八大菜系	30
图表：2005年各地区限额以上连锁餐饮业配送中心数（按业态分）	37
图表：2005年各地区限额以上连锁餐饮业营业收入（按业态分）（一）	38
图表：2005年各地区限额以上连锁餐饮业营业收入（按业态分）（二）	39
图表：2005年各地区限额以上连锁餐饮业门店数（按业态分）（一）	40
图表：2005年各地区限额以上连锁餐饮业门店数（按业态分）（二）	41
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）	43
图表：2005年限额以上连锁餐饮业情况（按业态分）（一）	44
图表：2005年限额以上连锁餐饮业情况（按业态分）（二）	46
图表：2005年限额以上连锁餐饮业情况（按登记注册类型分）（一）	47
图表：2005年限额以上连锁餐饮业情况（按登记注册类型分）（二）	50
图表：2005年限额以上连锁餐饮业情况（按登记注册类型分）（三）	52
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，业态分)	55
图表：2006年1-10月全国住宿和餐饮业零售总额	57
图表：2006年1-10月份全国住宿和餐饮业零售额同比增长	58
图表：2006中国十大餐饮品牌企业	58
图表：2005年百强企业营业额在不同业态的分布	63
图表：主要业态投资收益比较	64
图表：2005年度中国餐饮百强企业名单	65
图表：2005年度中国特色酒楼20强	67
图表：2005年度中国火锅企业20强	68
图表：2005年度中国快餐企业10强	68
图表：餐饮业与零售业增长速度	69
图表：2005年各月餐饮业零售额与增长速度	70
图表：2005年全国三大区域餐饮业发展情况比较	71
图表：“十五”时期全国是三大区域餐饮业零售额	71
图表：2005年全国各省市餐饮业发展排序	71
图表：2005年全国各城市餐饮业发展排序	72
图表：“八五”以来我国人均餐饮消费变化情况	73
图表：1976-2005年餐饮业增长贡献率和拉动率变化情况	74

图表：餐饮业零售额相关年度“跨千亿元台阶”情况	75
图表：快餐企业的发展现状	85
图表：每平方米单位面积快餐营业额	87
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	100
图表：餐饮业部分企业特许经营配送额增长情况	101
图表：部分连锁餐饮业培训增长情况	102
图表：餐饮业部分企业多品牌经营情况	102
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	102
图表：部分连锁餐饮企业特许费收取方式	103
图表：部分连锁餐饮业特许经营保证金收取情况	105
图表：连锁餐饮企业特许经营单店投资额情况	105
图表：连锁餐饮业各行业部分企业特许经营模式	110
图表：餐饮业特许经营难点	112
图表：餐饮业各行业关注的主要问题	113
图表：2004年特许经营部分餐饮行业代表性企业发展情况表	115
图表：2006年2月广东餐饮业零售总额	126
图表：2006年3-10月广东餐饮业零售总额	127
图表：广东省各时期批零贸易餐饮业增加值增长速度（%）	127
图表：广东1979-2005年批发零售贸易餐饮业增长情况	127
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）	133
图表：1978-2005年上海餐饮业产业活动单位	133
图表：1978-2005年上海餐饮业从业人员	134
图表：2003-2005年限额以上餐饮业主要财务指标	134
图表：2006年1-10月上海餐饮业总额	135
图表：2006年1-10月北京餐饮业零售额	145
图表：成都中高档餐饮业分布	170
图表：成都居民进行餐饮消费的频率	178
图表：成都居民平均每次进行餐饮消费的金额	178
图表：成都居民最常进行餐饮娱乐消费的场所	179
图表：2006年1-9月天津餐饮业零售额	181
图表：2005年1-12月重庆餐饮业零售额	186
图表：2006年1-8月重庆餐饮业零售额	186

图表：重庆限额以上住宿餐饮业经营情况	186
图表：西安十大著名品牌餐饮企业	198
图表：香港餐饮企业数目	209
图表：香港餐饮业年营业额	210
图表：香港餐饮业牌照数目	210
图表：香港税务制度的优势	210
图表：香港注册要求	211
图表：香港上市规定	212
图表：香港餐饮经营相关法律规定	213
图表：香港餐饮经营税前利润率	213
图表：香港餐饮业经营员工职位平均工资	214
图表：香港餐饮业收益情况	215
图表：香港普通食肆牌照费（按面积）	215
图表：香港普通食肆牌照费（按场所）	216
图表：香港普通食肆牌照费（按区域）	216
图表：中国最具购买力的消费者在外晚餐频率	218
图表：中国最具购买力的消费者一年外出就餐的支出	218
图表：中国最具购买力的消费者参加商务宴请的频率	219
图表：中国最具购买力的消费者去咖啡厅茶馆的频次	219
图表：快餐在儿童中的渗透率	220
图表：全国餐饮业零售额中居民餐饮消费比例	221
图表：历年接待旅客数量	248
图表：近年分月度入境旅游市场旅游人次	248
图表：2006年1-9月主要城市接待情况	249
图表：2006年1-9月主要城市接待情况（二）	250
图表：2006年1-9月入境接待收汇情况	251
图表：韩日两国奥运会前后经济发展情况	253
图表：中国经济连续10年GDP年度累计额与同比增长率	253
图表：各国奥运会期间的外国旅游者和参与人数情况	255
图表：北京奥运会旅游情况预测表	255
图表：国内旅游各业态成长阶段	256
图表：我国历年旅游总收入及增长率	257

图表：我国历年“春节”黄金周旅游接待人次及增长率	257
图表：1995-2005年星级酒店数量统计	260
图表：全国星级酒店数量及分布图	261
图表：历年各运输方式旅客周转量趋势对比	265
图表：2005年各种运输方式承担的旅客周转量比例	265
图表：肯德基独特的特许加盟模式	292
图表：肯德基家庭化的目标市场	292
图表：“肯德基烹鸡专家”的定位	292
图表：肯德基顾客为中心的营销	293
图表：历年德克士门店扩张与2010年预测	321
图表：西安饮食主要股东	336
图表：2005-2006年西安饮食获利能力分析	338
图表：2005-2006年西安饮食经营能力分析	339
图表：2005-2006年西安饮食偿债能力分析	339
图表：2005-2006年西安饮食资本结构分析	339
图表：2005-2006年西安饮食发展能力分析	339
图表：2005-2006年西安饮食现金流量分析	340
图表：2005-2006年西安饮食利润分配表	340
图表：锦江股份主要股东	342
图表：2005-2006年锦江股份获利能力分析	343
图表：2005-2006年锦江股份经营能力分析	343
图表：2005-2006年锦江股份偿债能力分析	343
图表：2005-2006年锦江股份资本结构分析	343
图表：2005-2006年锦江股份发展能力分析	344
图表：2005-2006年锦江股份现金流量分析	344
图表：2005-2006年锦江股份利润分配表	344
图表：锦江酒店主要投资餐饮企业历年业绩	347
图表：快餐店和便利店的优势与劣势比较	382
图表：餐饮业的成本构成比例	392

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/46266.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。