



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2004-2005年中国正餐服务市场 研究年度报告

# 一、调研说明

《2004-2005年中国正餐服务市场研究年度报告》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/46300.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

主要结论 一、2004年全球正餐市场发展概述 3 (一) 市场现状与特点 3 1、市场规模越来越大，在全球贸易中有着举足轻重的地位 3 2、正餐业的连锁经营显示较强的发展势头 3 3、正餐结构调整取得进展，一批大型餐饮企业集团在市场上发挥骨干作用 4 (二) 主要国家和地区发展概要 4 1、美国——聚集世界各国的特色正餐 7 2、日本——正餐以独具特色精致料理为主 7 3、欧洲——传统西餐占据正餐市场主导地位 二、2004年中国正餐市场规模与结构 9 (一) 市场规模 9 1、总量规模 9 2、增长速度 10 (二) 市场结构 10 1、产品结构 11 2、品牌结构 三、2004年中国正餐市场供需分析 13 (一) 需求分析 13 1、产品——特色、个性成为主要消费潮流 13 2、价格——呈现层次分明、两极分化 14 3、促销——消费者倾向于实惠、个性 15 4、渠道——消费渠道多样化、个性化 17 (二) 供给分析 17 1、产品——层次化、风味特色、凸显创新 17 2、价格——降价与中高档双管齐下 18 3、促销——发扬传统优势，吸收快餐理念 18 4、渠道——营销方式不断创新，营销渠道呈现多样化 19 (三) 市场特征分析 19 1、正餐餐饮业的集团化和规模化呈现良好的发展势头 19 2、节日消费拓展正餐市场 19 3、家常菜占据市场三分之一，其他地方菜系各见其长 20 4、不同地域正餐企业资产、消费也有着很大的差别 四、2004年中国正餐市场竞争格局与主力厂商市场竞争力评价 22 (一) 竞争格局分析 22 1、市场竞争格局 24 2、竞争手段 25 3、集中度 25 (二) 主力厂商市场竞争力评价 五、影响2005 - 2009年中国正餐市场的发展因素 37 (一) 有利因素 37 1、市场需求 38 2、政策变化 38 3、产品技术 39 4、产业发展 39 5、消费水平 40 6、新兴市场 40 (二) 不利因素 40 1、市场需求 41 2、政策变化 41 3、产品技术 42 4、产业发展 43 5、消费水平 43 6、其他因素 六、2005 - 2009年中国正餐市场发展趋势分析 44 (一) 产品发展趋势 44 1、正餐标准化的推行 44 2、外域餐饮丰富中国正餐产品 45 3、快餐化概念引入正餐 45 (二) 价格变化趋势 45 (三) 渠道发展趋势 46 (四) 用户需求趋势 46 (五) 服务发展趋势 七、2005 - 2009年中国正餐市场发展预测 47 (一) 规模预测 47 (二) 增长预测 八、建议 49 (一) 产品策略 49 1、研究市场定位，确定产品品种 49 2、开发新产品、保持品牌产品生命力 49 (二) 价格策略 50 (三) 渠道策略 50 (四) 销售策略 50 1、连锁经营，规模经营 51 2、创新经营 51 (五) 服务策略 52 (六) 品牌策略 52 1、企业发展的首要问题是维护和发展自己的品牌 52 2、不断通过文化营销提升品牌 53 3、追求高附加值，品牌要有国际视野 报告说明 表目录 26 表1 十大主力厂商竞争力评价 27 表2 北京全聚德有限公司竞争力指标体系 28 表3 内蒙古小肥羊餐饮连锁有限公司竞争力指标体系 29 表4 沈阳小土豆餐饮有限公司竞争力指标体系 30 表5 上海杏花楼集团有限公司竞争力指标体系 31 表6 成都谭鱼头投资股份有限公司竞争力指标体系 32 表7 重庆菜根香风俗酒楼有限公司竞争力指标体系 33

表8 重庆秦妈餐饮文化有限公司竞争力指标体系 34 表9 广州绿茵阁发展有限公司竞争力指标体系 35 表10 北京九头鸟餐饮有限公司竞争力指标体系 36 表11 北京东安饮食公司竞争力指标体系 图目录 4 图1 美国近40年餐饮业发展情况 5 图2 2004年美国餐饮市场营业额构成情况 5 图3 2004年美国正餐市场营业额构成情况 6 图4 美国正餐市场各国菜系构成 9 图5 中国2004年正餐市场规模总量 14 图6 不同年龄段正餐不同价位消费情况 15 图7 消费者对正餐促销方式的偏好情况 16 图8 男性、女性同谁一起去正餐饭店消费 16 图9 男性、女性各年龄层在正餐消费中对店内吃就餐方式的喜好 20 图10 北京正餐市场各菜系构成情况 20 图11 中国2004年六经济区限额以上正餐连锁餐饮企业零售额统计 21 图12 中国2004年各地区限额以上正餐连锁餐饮集团构成统计 23 图13 “六大古都”餐饮老字号经营状况 26 图14 正餐业十大主力厂商竞争力评价图 47 图15 2005 - 2009年中国正餐市场规模预测 48 图16 2005 - 2009年中国正餐市场发展速度预测

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/46300.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。