



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2009-2012年中国餐饮业市场动态及投资前景咨询报告

## 一、调研说明

《2009-2012年中国餐饮业市场动态及投资前景咨询报告》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/99048.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年国外餐饮连锁重点企业运行分析

#### 第一节 百胜餐饮集团

##### 一、公司简介

##### 二、2007-2009财年百胜经营状况分析

##### 三、百胜集团加强中国本土化程度

##### 四、百胜集团进军华南中式快餐市场

#### 第二节 麦当劳

##### 一、公司简介

##### 二、2007-2009年麦当劳经营状况

##### 三、麦当劳的经营理念

##### 四、麦当劳高效服务的流程

#### 第三节 棒•约翰

##### 一、公司简介

##### 二、2007-2009财年棒•约翰经营状况

##### 三、棒•约翰注重差异化竞争

##### 四、“棒•约翰”在中国市场的扩张

##### 五、棒•约翰针对必胜客的竞争策略分析

#### 第四节 星巴克

##### 一、公司简介

##### 二、2007-2009财年星巴克经营状况

##### 三、星巴克的经营之道

##### 四、星巴克收回中国市场特许经营权

### 第二章 2008-2009年中国餐饮业运行环境分析

#### 第一节 2008-2009年中国宏观经济环境分析

##### 一、中国GDP分析

##### 二、城乡居民家庭人均可支配收入与恩格尔系数

##### 三、城镇人员从业状况

#### 第二节 2008-2009年中国餐饮业政策环境分析

##### 一、餐饮企业经营规范

##### 二、餐饮业食品卫生管理办法

### 三、《餐饮业和集体用餐配送单位卫生规范》

### 四、推荐的各类餐饮业场所布局要求

### 第三节 2008-2009年中国餐饮业社会环境分析

## 第三章 2008-2009年中国餐饮业发展现状分析

### 第一节 2008-2009年中国餐饮业发展概况

#### 一、我国餐饮业发展的主要特征

#### 二、促进我国餐饮业发展的因素

### 第二节 2008-2009年中国餐饮消费者分析

#### 一、餐饮消费者种类分析

#### 二、餐饮消费者心理效应解析

#### 三、餐饮消费者快餐消费习惯及态度研究

### 第三节 2008-2009年中国餐饮业中电子商务的应用分析

#### 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分析

#### 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、中国集团饮食供应存在问题分析

#### 四、餐饮行业发展的四大弊病

#### 五、酒店餐饮业人才问题分析

### 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、餐饮业向规模经济发展对策分析

#### 四、中国餐饮业的个性化服务策略

#### 五、国内餐饮业品牌打造的策略

## 第四章 2008-2009年中国餐饮市场运营态势分析

### 第一节 2008-2009年中国餐饮市场情况分析

- 一、中国餐饮市场发展特点
- 二、餐饮市场发展的重要因素
- 三、中国餐饮市场流行元素
- 四、中国餐饮业品牌战略

## 第二节 2008-2009年中国餐饮市场发展分析

- 一、国内餐饮消费增长分析
- 二、“十一”黄金周期间餐饮市场增长强劲
- 三、中国大力发展餐饮行业扩大内需

## 第三节 2008-2009年中国餐饮产业市场问题分析

# 第五章 2008-2009年中餐业市场动态分析

## 第一节 2008-2009年中餐国际市场概况

- 一、美国
- 二、欧洲
- 三、英国
- 四、法国
- 五、意大利
- 六、西班牙

## 第二节 2008-2009年中国中餐业发展概况

- 一、中餐业市场回顾
- 二、中国中餐消费市场的特点
- 三、2008年国内中餐企业发力资本市场

## 第三节 2008-2009年中餐业的营销分析

- 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

## 第四节 2008-2009年中餐业的竞争分析

- 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、民营中餐对抗洋快餐
- 五、中餐竞争趋势分析

## 第五节 中餐连锁

- 一、连锁中餐以标准化抢万亿市场
- 二、中餐连锁竞争力分析
- 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分析

## 第六节 2009-2012年中餐发展的对策及趋势

- 一、"中餐"抢占美国市场的对策
- 二、儿童中餐市场内含商机

## 第六章 2008-2009年中国西餐业市场走势分析

### 第一节 2008-2009年国内西餐的历史及分布

- 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、近年中国西餐业发展状况
- 二、国内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及对策

- 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、"中式西餐"的发展出路解析
- 四、中西结合保持特色

### 第四节 2009-2012年西餐业的发展前景分析

- 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
- 四、本土化与大众化结合将成西餐业的趋势

## 第七章 2008-2009年中国快餐业市场特色分析

### 第一节 2008-2009年国外快餐业概述

- 一、美国

二、乌克兰

三、越南

四、菲律宾

## 第二节 2008-2009年中国快餐业概况

一、快餐在中国广受欢迎

二、中国快餐业快速增长

三、中国快餐业发展的经验与体会

## 第三节 2008-2009年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 2008-2009年中国快餐业竞争分析

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

## 第五节 2008-2009年中国快餐业面临的问题及发展对策分析

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

## 第六节 2009-2012年中国快餐业的发展趋势分析

一、快餐行业发展的趋势变化

二、中国快餐业发展的趋势分析

三、快餐业的信息化发展趋势分析

# 第八章 2008-2009年中国中式快餐市场分析

## 第一节 2008-2009年中式快餐市场概况

一、中式快餐成市场主角

二、中国中式快餐进入品牌时代

三、马兰拉面成为中式快餐的大梁

四、中式快餐发展空间广阔

## 第二节 2008-2009年中式快餐业竞争分析

- 一、2008年百胜拓展中式快餐市场
- 二、中式快餐赶超洋快餐
- 三、中式快餐的竞争策略
- 四、中式快餐与国外快餐的模式对比分析

## 第三节 2008-2009年中式快餐面临的挑战

- 一、中式快餐存在的主要问题
- 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

# 第九章 2008-2009年中国主要城市餐饮业运行局势透析

## 第一节 北京餐饮业

- 一、奥运带动北京餐饮市场结构升级
- 二、假日消费引爆京城餐饮市场
- 三、北京餐饮企业成本降低有望降价
- 四、北京西单商圈上演餐饮业争霸战
- 五、北京餐饮业营销分析
- 六、北京"成都小吃"现象经济分析
- 七、北京餐饮业发展前景及趋势分析

## 第二节 上海餐饮业

- 一、上海餐饮老字号企业出击海外市场
- 二、上海网络餐饮业发展分析
- 三、消费者分析以及对上海餐饮业发展的新要求
- 四、上海餐饮业趋势及发展

## 第三节 广州餐饮业

- 一、广州餐饮业蓬勃发展



二、广州餐饮业大环境的特点

三、广州餐饮区域现状

四、广州餐饮业问题分析

五、广州餐饮业发展走势分析

第四节 其他城市餐饮业分析

一、深圳

二、武汉

三、成都

四、重庆

五、西安

第十章 2008-2009年中国餐饮业市场经营及营销情况透析

第一节 2008-2009年中国餐饮企业经营分析

一、餐饮特许经营分析

二、餐饮经营热点市场

三、餐饮业营销发展分析

四、餐饮企业经营策略分析

第二节 2008-2009年中国餐饮企业连锁经营分析

一、餐饮连锁运作分析

二、2004-2008年中国餐饮连锁业发展状况分析

三、餐饮连锁经营的商圈及相关理论

四、餐饮连锁市场品牌及营销策略

五、餐饮连锁的问题及对策

六、餐饮连锁的趋势与经验借鉴

第三节 2008-2009年中国酒店、饭店餐饮业经营分析

一、酒店、饭店餐饮业营销分析

二、酒店餐饮业个性化服务的体现形式分析

三、酒店、饭店餐饮业的经营策略

第十一章 2008-2009年中国餐饮业市场竞争格局分析

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分析

#### 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年中国国内餐饮业竞争态势分析

#### 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解析

#### 三、酒店餐饮经营的竞争对策

#### 四、酒店餐饮的市场竞争策略

### 第五节 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

### 第六节 2008-2009年中国餐饮企业应对竞争的策略分析

#### 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分析

#### 四、餐饮业的卫生竞争战略分析

## 第十二章 2008-2009年中国餐饮连锁重点企业竞争力分析

### 第一节 西安饮食股份有限公司

#### 一、公司概况

#### 二、公司主要财务指标分析

#### 三、公司盈利能力及偿债能力分析

#### 四、公司成长能力

五、公司经营效率

六、公司竞争力分析

## 第二节 中国全聚德（集团）股份有限公司

一、公司概况

二、公司主要财务指标分析

三、公司盈利能力及偿债能力分析

四、公司成长能力

五、公司经营效率

六、公司竞争力分析

## 第三节 味千（中国）控股有限公司

一、公司简介

二、公司主要财务及运营状况分析

三、公司重点资讯

四、公司未来战略分析

## 第四节 内蒙古小肥羊餐饮连锁有限公司

一、公司简介

二、公司主要财务及运营状况分析

三、公司重点资讯

四、公司未来战略分析

## 第五节 福记食品服务控股有限公司

一、公司简介

二、公司主要财务及运营状况分析

三、公司重点资讯

四、公司未来战略分析

## 第六节 上海永和大王餐饮有限公司

一、公司简介

二、公司主要财务及运营状况分析

三、公司重点资讯

四、公司未来战略分析

## 第七节 广州市真功夫餐饮管理有限公司

一、公司简介

二、公司主要财务及运营状况分析

三、公司重点资讯

四、公司未来战略分析

第八节 深圳面点王饮食连锁有限公司

一、公司简介

二、公司主要财务及运营状况分析

三、公司重点资讯

四、公司未来战略分析

第九节 略.....

第十三章 2009-2012年中国餐饮业发展前景预测分析

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分析

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

第三节 2009-2012年中国餐饮业市场盈利预测分析

第十四章 2009-2012年中国餐饮业投资机会与风险分析

第一节 2009-2012年中国餐饮业投资环境分析

一、餐饮业的成长性与赢利性

二、金融危机下餐饮业投资分析

三、不同类型餐饮业投资建议

第二节 2009-2012年中国餐饮业投资机会分析

一、国内餐饮业商机巨大

二、餐饮业投资的八个优势

三、餐饮业热点细述

四、粥店成餐饮业投资新宠

第三节 2009-2012年中国餐饮业投资壁垒分析

一、技术与市场壁垒

二、结构性壁垒

三、制度性壁垒

四、文化性壁垒

第四节 餐饮业投资建议

图表名称：部分

图表 中国GDP分析

图表 城乡居民家庭人均可支配收入与恩格尔系数

图表 城镇人员从业状况

图表 2004-2008年西安饮食股份有限公司主营业务收入增长趋势图

图表 2004-2008年西安饮食股份有限公司净利润增长趋势图

图表 2004-2008年西安饮食股份有限公司利润率走势图

图表 2004-2008年西安饮食股份有限公司盈利能力指标表

图表 2004-2008年西安饮食股份有限公司偿债能力指标表

图表 2004-2008年西安饮食股份有限公司成长能力指标表

图表 2004-2008年西安饮食股份有限公司经营能力指标表

图表 2004-2008年中国全聚德（集团）股份有限公司主营业务收入增长趋势图

图表 2004-2008年中国全聚德（集团）股份有限公司净利润增长趋势图

图表 2004-2008年中国全聚德（集团）股份有限公司利润率走势图

图表 2004-2008年中国全聚德（集团）股份有限公司盈利能力指标表

图表 2004-2008年中国全聚德（集团）股份有限公司偿债能力指标表

图表 2004-2008年中国全聚德（集团）股份有限公司成长能力指标表

图表 2004-2008年中国全聚德（集团）股份有限公司经营能力指标表

图表 2009-2012年中国餐饮业未来发展走向

图表 2009-2012年中国餐饮业市场盈利预测分析

图表 略.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/99048.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。