

2016-2022年中国餐饮市场 全景调查与投资风险报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2016-2022年中国餐饮市场全景调查与投资风险报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/canyin/1143822RVM.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话： 400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真： 010-60343813

Email： sales@abaogao.com

联系人： 刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

2015年餐饮业整体强势趋稳回暖，截至2015年12月31日，中国共有5074852家餐厅，2015年中国餐饮收入实现32310亿元，同比增长11.7%，这是中国餐饮收入第一次破3万亿元。2015年中国各省、直辖市、自治区餐饮收入排行中，前三位是广东、山东、江苏，餐饮收入分别为3238.83亿元、2840.1亿元和2420.1亿元。

在餐饮市场陷入困境时期，政府部门不断发出政策组合拳，调整产业结构，优化发展环境，降低银行卡刷卡手续费、营改增、两证合一等利好政策频出，支持鼓励发展大众化餐饮，促进餐饮业可持续健康发展。此外，大众创业万众创新、一带一路、京津冀、长三角、东三省、川渝滇桂（西南）等国家发展战略部署逐步深入落实，对区域间经济、文化等各方面都产生了重要作用和深远影响。

在良好政策环境的保障下，餐饮业发展呈现强势回稳迹象。2015年餐饮收入占到社会消费品零售总额的10.7%，比重也继续回升，且餐饮收入增速于五年后再次恢复至高于社会消费品零售总额增幅（10.7%）的水平。但是年底餐饮市场已经显露出增长乏力的疲态，最终跌落至年初的发展水平而结束全年，行业景气也仍需进一步提振。

不同类型餐饮企业市场规模（单位：亿元）	市场	2008市场规模	2013市场规模	2008-2013复合增长率	预估2018市场	2013-2018预估复合增长率
中国快餐	2348	5465	17.50%	11654	16.40%	
中国快速休闲餐厅	45	127	23%	372	24%	
快速休闲火锅	13	39	23.40%	120	25.50%	
传统火锅	1761	3845	16.90%	8265	16.50%	

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国餐饮市场全景调查与投资风险报告》共二十章。首先介绍了餐饮行业市场发展环境、餐饮整体运行态势等，接着分析了餐饮行业市场运行的现状，然后介绍了餐饮市场竞争格局。随后，报告对餐饮做了重点企业经营状况分析，最后分析了餐饮行业发展趋势与投资预测。您若想对餐饮产业有个系统的了解或者想投资餐饮行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章 餐饮业概述

- 1.1 餐饮业的定义及分类
 - 1.1.1 餐饮业的定义
 - 1.1.2 餐饮业的分类
- 1.2 餐饮业的特点
 - 1.2.1 餐饮业的特性
 - 1.2.2 餐饮业的基本特征
 - 1.2.3 现代餐饮业的特点
 - 1.2.4 餐饮管理的特点和任务
- 1.3 餐饮业市场细分及作用
 - 1.3.1 餐饮业的市场细分
 - 1.3.2 餐饮业的经济地位和作用
- 1.4 餐饮消费者分析
 - 1.4.1 餐饮消费者种类分析
 - 1.4.2 餐饮消费者心理效应解析
 - 1.4.3 餐饮消费者快餐消费习惯及态度研究

第二章 2014-2016年中国餐饮业发展综述

- 2.1 中国餐饮业总体概述
 - 2.1.1 行业发展历程
 - 2.1.2 行业的重要作用
 - 2.1.3 行业发展现状
 - 2.1.4 行业发展特征
 - 2.1.5 行业发展因素
- 2.2 2014-2016年中国餐饮业政策环境分析
 - 2.2.1 行业经营管理办法
 - 2.2.2 《火锅店分等定级规定》实施
 - 2.2.3 餐饮业反对浪费指导意见
 - 2.2.4 鼓励大众化餐饮发展
 - 2.2.5 推动餐饮业转型发展
 - 2.2.6 餐饮服务场所两证整合
 - 2.2.7 刷卡手续费定价机制完善
 - 2.2.8 服务业营改增政策试点

- 2.3 中国餐饮业发展中的问题分析
 - 2.3.1 行业存在的主要问题
 - 2.3.2 行业经营面临的困境
 - 2.3.3 行业持续健康发展的挑战
 - 2.3.4 集团供应总体水平较低
 - 2.3.5 重复征税现象严重
- 2.4 促进中国餐饮业健康发展的对策及建议
 - 2.4.1 中国餐饮业的发展策略
 - 2.4.2 中国餐饮业的发展建议
 - 2.4.3 平衡市场需求的措施
 - 2.4.4 餐饮企业主要营销手段
 - 2.4.5 餐饮业的个性化服务策略
 - 2.4.6 餐饮业品牌塑造策略
 - 2.4.7 餐饮企业成本核算要点
 - 2.4.8 餐饮业相关政策建议

第三章 2014-2016年中国餐饮行业运行分析

- 3.1 2014-2016年中国餐饮行业经营分析
 - 3.1.1 行业收入规模
 - 3.1.2 行业利润水平
 - 3.1.3 重点企业运行
 - 3.1.4 从业人员需求
 - 3.1.5 区域发展分析
- 3.2 2014-2016年春节中国餐饮市场分析
 - 3.2.1 2014年春节餐饮市场运营
 - 3.2.2 2015年春节餐饮市场运营
 - 3.2.3 2016年春节餐饮市场运营
- 3.3 2014-2016年餐饮行业转型动态分析
 - 3.3.1 跨行业多元经营
 - 3.3.2 多品牌开发运营
 - 3.3.3 特色餐饮大举扩张
 - 3.3.4 休闲餐厅势头不减

3.3.5 互联网+餐饮全新模式

3.4 消费者餐饮消费需求调研分析

3.4.1 消费者选择餐厅原因

3.4.2 消费者获取信息渠道

3.4.3 消费者预订餐厅方式

3.4.4 消费者消费支付方式

3.4.5 餐饮移动终端服务

3.4.6 外送服务市场需求

第四章 2014-2016年中餐市场发展分析

4.1 中餐国际市场发展分析

4.1.1 海外中餐业发展概况

4.1.2 海外中餐发展态势

4.1.3 美国

4.1.4 加拿大

4.1.5 英国

4.1.6 意大利

4.1.7 俄罗斯

4.1.8 印度尼西亚

4.2 2014-2016年中国中餐业发展动态

4.2.1 中餐发展业态分析

4.2.2 中餐消费市场特点

4.2.3 中餐“数字化厨房”

4.2.4 中餐移动市场状况

4.3 2014-2016年中餐业营销分析

4.3.1 中餐业服务特征及营销策略

4.3.2 中餐业营销困境

4.3.3 中餐馆淡季营销策略

4.3.4 中餐企业现代营销策略

4.4 中餐业的竞争分析

4.4.1 中餐业面临的竞争形势

4.4.2 中餐连锁竞争力分析

4.4.3 海外中餐馆竞争态势

4.5 中餐业发展问题、策略及机遇

4.5.1 行业面临的机会与威胁

4.5.2 中餐海外发展问题及建议

4.5.3 中餐连锁企业运营障碍及对策

4.5.4 发展中餐重视中西文化差别

4.5.5 儿童中餐市场发展策略

第五章 2014-2016年西餐市场发展分析

5.1 国内西餐的历史及分布

5.1.1 西餐在中国的历史

5.1.2 西餐市场在中国的分布

5.1.3 西餐市场在中国的特征

5.2 2014-2016年中国西餐业发展现状

5.2.1 中国西餐业发展阶段

5.2.2 中国西餐业运行分析

5.2.3 国内西餐业态分析

5.2.4 西餐市场特征现状

5.2.5 中餐企业进军西餐业

5.2.6 西餐互联网移动化发展

5.3 部分城市西餐业的发展

5.3.1 北京西餐业

5.3.2 上海西餐业

5.3.3 天津西餐业

5.3.4 广州西餐业

5.3.5 泉州西餐业

5.4 中国西餐业的问题及对策

5.4.1 西餐业发展存在的问题

5.4.2 中国西餐业的发展建议

5.4.3 “中式西餐”的发展困局

5.4.4 “中式西餐”的发展出路

5.4.5 中西结合保持特色

5.5 西餐业的发展前景

5.5.1 “中式西餐”未来展望

5.5.2 未来西餐经营走势

5.5.3 西餐市场发展趋势

5.5.4 本土化与大众化结合趋势

第六章 2014-2016年快餐市场发展分析

6.1 2014-2016年国外快餐业发展分析

6.1.1 美国

6.1.2 加拿大

6.1.3 法国

6.1.4 智利

6.1.5 日本

6.2 2014-2016年中国快餐业发展现状

6.2.1 快餐行业经营情况

6.2.2 快餐行业特征现状

6.2.3 快餐行业发展热点

6.2.4 快餐连锁品牌格局

6.2.5 快餐行业发展变化

6.2.6 连锁快餐发展分析

6.2.7 中国快餐业发展的经验

6.3 中国快餐市场消费者行为分析

6.3.1 快餐渠道偏好

6.3.2 快餐时段偏好

6.3.3 快餐人均消费

6.3.4 快餐点单偏好

6.4 中西式快餐市场营销定位与市场战略

6.4.1 市场竞争态势

6.4.2 市场定位

6.4.3 营销定位策略

6.4.4 营销组合策略

6.5 2014-2016年中国快餐业竞争分析

- 6.5.1 快餐市场主体分析
- 6.5.2 快餐行业竞争态势
- 6.5.3 快餐业务竞争转向
- 6.5.4 快餐企业竞争动态
- 6.5.5 行业人才竞争局势
- 6.6 中国快餐业存在的问题分析
 - 6.6.1 行业发展面临的问题
 - 6.6.2 行业运营存在的问题
 - 6.6.3 连锁加盟对行业的不利影响
- 6.7 中国快餐业的发展策略
 - 6.7.1 注重市场细分化和个性化
 - 6.7.2 行业的规模化标准化发展
 - 6.7.3 连锁经营推进要谨防冒进
 - 6.7.4 专业人才队伍要逐步扩大
 - 6.7.5 中西快餐优势互补
 - 6.7.6 加强行业组织作用
 - 6.7.7 行业转型升级措施
- 6.8 快餐业未来发展展望分析
 - 6.8.1 行业业态发展趋势
 - 6.8.2 行业信息化趋势
 - 6.8.3 行业发展未来趋向
 - 6.8.4 行业未来发展方向

第七章 2014-2016年中式快餐市场发展分析

- 7.1 中国中式快餐的SWOT分析
 - 7.1.1 优势
 - 7.1.2 劣势
 - 7.1.3 机遇
 - 7.1.4 威胁
- 7.2 2014-2016年中式快餐业市场竞争分析
 - 7.2.1 中西竞争分析
 - 7.2.2 行业连锁竞争

- 7.2.3 行业竞争优势
- 7.2.4 市场竞争策略
- 7.3 中式快餐企业营销策略分析
 - 7.3.1 产品开发策略
 - 7.3.2 连锁经营策略
 - 7.3.3 市场促销策略
 - 7.3.4 服务管理策略
- 7.4 中式快餐面临的问题和挑战
 - 7.4.1 行业存在的问题
 - 7.4.2 市场定位不准确
 - 7.4.3 操作标准化挑战
 - 7.4.4 经营连锁化挑战
 - 7.4.5 品牌塑造不到位
 - 7.4.6 培训经常化挑战
- 7.5 中式快餐市场投资及前景趋势预测
 - 7.5.1 发展前景看好
 - 7.5.2 投资经营要点
 - 7.5.3 未来发展趋势

第八章 2014-2016年北京市餐饮业发展分析

- 8.1 2014年北京餐饮业发展分析
 - 8.1.1 行业收入规模
 - 8.1.2 市场现状分析
 - 8.1.3 朝阳区市场分析
- 8.2 2015年北京餐饮业发展分析
 - 8.2.1 企业等级评定
 - 8.2.2 行业运营状况
 - 8.2.3 行业转型发展
 - 8.2.4 行业投保率低
 - 8.2.5 行业工资水平
- 8.3 2016年北京餐饮业发展分析
 - 8.3.1 市场运营现状分析

- 8.3.2 治理无证餐饮单位
- 8.3.3 地方特色餐饮兴起
- 8.3.4 率先实行营改增
- 8.3.5 北京连锁加盟展运作
- 8.4 北京餐饮业发展SWOT分析
 - 8.4.1 优势分析（S）
 - 8.4.2 劣势分析（W）
 - 8.4.3 机遇分析（O）
 - 8.4.4 威胁分析（T）
- 8.5 北京餐饮市场面临的问题与对策
 - 8.5.1 运行总体问题
 - 8.5.2 市场发展问题
 - 8.5.3 强制收费问题
 - 8.5.4 准入门坎较低
 - 8.5.5 发展对策建议
- 8.6 北京餐饮业发展前景及趋势
 - 8.6.1 发展前景看好
 - 8.6.2 促进发展因素
 - 8.6.3 未来发展趋势
 - 8.6.4 绿色发展趋势

第九章 2014-2016年上海市餐饮业发展分析

- 9.1 2014-2016年上海餐饮业市场分析
 - 9.1.1 市场运行现状
 - 9.1.2 市场竞争状况
 - 9.1.3 餐饮市场整顿状况
 - 9.1.4 网络餐饮服务新规
 - 9.1.5 行业管理新办法
- 9.2 2014-2016年上海餐饮业消费者主体分析
 - 9.2.1 游客
 - 9.2.2 商务客人
 - 9.2.3 白领休闲社交

- 9.2.4 家庭消费
- 9.2.5 上班族
- 9.3 上海餐饮业的发展面临的问题及对策分析
 - 9.3.1 高级服务人才缺乏
 - 9.3.2 面临高租金威胁
 - 9.3.3 发展对策与建议
- 9.4 上海餐饮业投资分析及发展趋势预测
 - 9.4.1 投资现状分析
 - 9.4.2 投资前景看好
 - 9.4.3 发展趋势分析
 - 9.4.4 创建绿色餐厅
 - 9.4.5 户外餐饮时尚

第十章 2014-2016年广州市餐饮业发展分析

- 10.1 2014-2016年广东省餐饮业整体状况
 - 10.1.1 总体发展现状
 - 10.1.2 重点企业运行
 - 10.1.3 行业业态分析
 - 10.1.4 区域分布情况
- 10.2 2014-2016年广州餐饮业发展现状
 - 10.2.1 行业发展政策
 - 10.2.2 行业运行情况
 - 10.2.3 行业业态分布
 - 10.2.4 行业发展态势
 - 10.2.5 高端餐饮转型
- 10.3 2014-2016年广州餐饮市场分析
 - 10.3.1 市场发展特点
 - 10.3.2 市场发展动力
 - 10.3.3 区域分布现状
 - 10.3.4 网点分布情况
 - 10.3.5 市场存量分析
 - 10.3.6 特色餐饮经济

10.4 广州餐饮业发展面临的问题及对策建议

10.4.1 行业存在的问题

10.4.2 企业面临的问题

10.4.3 行业发展对策建议

10.5 广州餐饮业发展前景和趋势分析

10.5.1 市场发展走向

10.5.2 行业发展前景

第十一章 2014-2016年其它城市餐饮业发展分析

11.1 2014-2016年深圳市餐饮业发展分析

11.1.1 行业发展现状

11.1.2 市场发展特征

11.1.3 市场菜系介绍

11.1.4 面临的问题及对策

11.1.5 市场发展趋势

11.2 2014-2016年东莞市餐饮业发展分析

11.2.1 行业现状综述

11.2.2 行业经营状况

11.2.3 存在的问题

11.2.4 发展对策建议

11.3 2014-2016年武汉市餐饮业发展分析

11.3.1 中部崛起契机

11.3.2 行业运行情况

11.3.3 假日餐饮经济

11.3.4 特色餐饮发展

11.4 2014-2016年成都市餐饮业发展分析

11.4.1 行业发展现状

11.4.2 市场分布格局

11.4.3 餐饮市场特色

11.4.4 新兴营销方式

11.4.5 未来发展方向

11.5 2014-2016年重庆市餐饮业发展分析

- 11.5.1 发展现状分析
- 11.5.2 假日餐饮经济
- 11.5.3 行业促进政策
- 11.5.4 行业转型发展
- 11.5.5 行业发展趋势
- 11.6 2014-2016年西安市餐饮业发展分析
 - 11.6.1 行业运行情况
 - 11.6.2 假日餐饮经济
 - 11.6.3 面临问题分析
 - 11.6.4 行业机遇分析
 - 11.6.5 行业发展趋势

第十二章 2014-2016年中国餐饮行业电子商务发展分析

- 12.1 2014-2016年中国餐饮行业电子商务发展态势
 - 12.1.1 O2O领域发展态势
 - 12.1.2 餐饮团购发展规模
 - 12.1.3 互联网外卖市场格局
 - 12.1.4 免费化餐饮O2O平台
 - 12.1.5 上下游产业链整合
- 12.2 2014-2016年餐饮业中电子商务的应用分析
 - 12.2.1 餐饮业适合电子商务发展的特性
 - 12.2.2 国内餐饮业的电子商务存在方式
 - 12.2.3 电子商务给餐饮业带来机遇和挑战
 - 12.2.4 电子商务在餐饮业中的运用策略
- 12.3 2014-2016年中国餐饮行业O2O发展分析
 - 12.3.1 发展态势
 - 12.3.2 市场规模
 - 12.3.3 用户规模
 - 12.3.4 用户分析
 - 12.3.5 创新案例盘点
- 12.4 线上餐饮行业发展趋势
 - 12.4.1 互联网餐饮悄然兴起

- 12.4.2 互联网餐饮的技术趋势
- 12.4.3 餐饮安全的发展趋势
- 12.4.4 开发模式的发展趋势

第十三章 2014-2016年国外餐饮连锁重点企业分析

13.1 百胜餐饮集团 (Yum!Brands, Inc.)

- 13.1.1 企业发展概况
- 13.1.2 2014财年经营状况
- 13.1.3 2015财年经营状况
- 13.1.4 2016财年经营状况
- 13.1.5 本土化经营策略
- 13.1.6 企业经营动态

13.2 麦当劳公司 (McDonald's Corporation)

- 13.2.1 企业发展概况
- 13.2.2 2014年经营状况
- 13.2.3 2015年经营状况
- 13.2.4 2016年经营状况
- 13.2.5 麦当劳经营理念
- 13.2.6 麦当劳服务流程

13.3 棒约翰国际公司 (PAPA JOHN'S)

- 13.3.1 企业发展概况
- 13.3.2 2014财年经营状况
- 13.3.3 2015财年经营状况
- 13.3.4 2016财年经营状况
- 13.3.5 企业差异化竞争策略
- 13.3.6 针对竞争对手的策略

13.4 星巴克公司 (Starbucks Corporation)

- 13.4.1 企业发展概况
- 13.4.2 2014财年经营状况
- 13.4.3 2015财年经营状况
- 13.4.4 2016财年经营状况
- 13.4.5 星巴克经营策略

13.4.6 企业未来发展计划

第十四章 2013-2016年国内餐饮连锁重点企业分析

14.1 味千（中国）控股有限公司

14.1.1 企业发展概况

14.1.2 2013年经营状况

14.1.3 2014年经营状况

14.1.4 2015年经营状况

14.2 上海锦江国际酒店发展股份有限公司

14.2.1 企业发展概况

14.2.2 经营效益分析

14.2.3 业务经营分析

14.2.4 财务状况分析

14.2.5 未来前景展望

14.3 华天酒店集团股份有限公司

14.3.1 企业发展概况

14.3.2 经营效益分析

14.3.3 业务经营分析

14.3.4 财务状况分析

14.3.5 未来前景展望

14.4 西安饮食股份有限公司

14.4.1 企业发展概况

14.4.2 经营效益分析

14.4.3 业务经营分析

14.4.4 财务状况分析

14.4.5 未来前景展望

14.5 中国全聚德（集团）股份有限公司

14.5.1 企业发展概况

14.5.2 经营效益分析

14.5.3 业务经营分析

14.5.4 财务状况分析

14.5.5 未来前景展望

- 14.6 上海永和大王餐饮有限公司
 - 14.6.1 企业发展概况
 - 14.6.2 企业发展优势
 - 14.6.3 涉足外卖市场
- 14.7 广州市真功夫餐饮管理有限公司
 - 14.7.1 企业发展概况
 - 14.7.2 企业创新过程与成果
 - 14.7.3 企业发展存在的问题
 - 14.7.4 真功夫运营策略借鉴
 - 14.7.5 企业发展创新战略
 - 14.7.6 企业远期发展目标
- 14.8 深圳面点王饮食连锁有限公司
 - 14.8.1 企业发展概况
 - 14.8.2 企业发展成就
 - 14.8.3 企业营销策略
 - 14.8.4 企业成功经验

第十五章 2014-2016年中国餐饮业竞争分析

- 15.1 餐饮业竞争概述
 - 15.1.1 行业竞争特点
 - 15.1.2 行业竞争原因
 - 15.1.3 竞争抗衡因素
 - 15.1.4 主要竞争手段
- 15.2 中西餐饮业的对比竞争分析
 - 15.2.1 中西竞争局势
 - 15.2.2 升级改造竞争
 - 15.2.3 饮食文化差异
 - 15.2.4 行业差距分析
- 15.3 2014-2016年国内餐饮业竞争现状分析
 - 15.3.1 总体竞争态势
 - 15.3.2 市场竞争状况
 - 15.3.3 主题餐厅竞争

- 15.3.4 O2O领域竞争
- 15.4 酒店、饭店餐饮业竞争策略分析
 - 15.4.1 市场经营策略
 - 15.4.2 营销竞争策略
 - 15.4.3 内部管理策略
- 15.5 饭店餐饮市场竞争力分析
 - 15.5.1 饭店餐饮的优势
 - 15.5.2 饭店餐饮的劣势
 - 15.5.3 在竞争中求发展
- 15.6 餐饮企业应对竞争的战略措施分析
 - 15.6.1 构建核心竞争力
 - 15.6.2 卫生竞争战略
 - 15.6.3 顾客价值战略
 - 15.6.4 特色竞争战略

第十六章 2014-2016年餐饮企业经营分析

- 16.1 餐饮特许经营分析
 - 16.1.1 餐饮业特许经营概述
 - 16.1.2 餐饮业特许经营发展概况
 - 16.1.3 餐饮业特许经营标准化问题
 - 16.1.4 餐饮特许经营应注意的问题
 - 16.1.5 餐饮特许经营管理SPA疗法
- 16.2 餐饮经营热点市场
 - 16.2.1 婚宴市场
 - 16.2.2 寿宴市场
 - 16.2.3 商务用餐
 - 16.2.4 社区餐饮
- 16.3 餐饮业营销分析
 - 16.3.1 餐饮企业连锁方式选择
 - 16.3.2 餐饮行业特色营销方式
 - 16.3.3 餐饮行业营销创新策略
 - 16.3.4 假日餐饮行业营销战略

16.3.5 未来餐饮营销发展趋势

16.4 餐饮企业经营策略

16.4.1 餐饮经营策略概述

16.4.2 餐饮企业经营对策

16.4.3 高端餐饮经营策略

16.4.4 主题餐饮经营策略

16.4.5 社区餐饮经营策略

第十七章 2014-2016年餐饮企业连锁经营分析

17.1 餐饮连锁运作分析

17.1.1 餐饮连锁经营的起源与形式

17.1.2 餐饮连锁特许商的标准

17.1.3 餐饮业连锁经营的选址模式

17.1.4 餐饮业连锁经营经济指标

17.2 中国餐饮连锁业发展状况分析

17.2.1 餐饮连锁企业经营形势回顾

17.2.2 餐饮连锁企业经营情况

17.2.3 餐饮连锁企业特征现状

17.3 餐饮连锁经营的商圈及相关理论

17.3.1 商圈的一般性原则与特点

17.3.2 商圈状况分类与特征

17.3.3 国外餐饮巨头商圈策略

17.3.4 商圈内企业竞争策略

17.4 餐饮企业跨区域连锁经营分析

17.4.1 餐厅的定位

17.4.2 跨区域扩张策略

17.4.3 管理升级措施

17.5 餐饮连锁市场品牌及营销策略

17.5.1 品牌化拓展策略

17.5.2 餐饮品牌发展对策

17.5.3 企业产品营销策略

17.5.4 企业“统一性”战略

- 17.5.5 抢占旅游市场营销策略
- 17.6 餐饮连锁的对策及战略
 - 17.6.1 餐饮连锁经营的策略
 - 17.6.2 餐饮连锁经营模式研析
 - 17.6.3 中国餐饮连锁业发展战略
- 17.7 餐饮连锁的趋势与经验借鉴
 - 17.7.1 连锁经营是餐饮业发展的方向
 - 17.7.2 美国特许连锁经营的成功经验
 - 17.7.3 中国连锁经营未来发展趋势

第十八章 2014-2016年酒店、饭店餐饮业经营分析

- 18.1 酒店、饭店餐饮业营销分析
 - 18.1.1 酒店餐饮业概述
 - 18.1.2 酒店餐饮市场分析
 - 18.1.3 盘活酒店餐饮的要素
 - 18.1.4 建立现代营销观念
- 18.2 酒店餐饮业个性化服务的体现形式分析
 - 18.2.1 准备有特色的餐厅风格
 - 18.2.2 提供个性化的菜单
 - 18.2.3 风格独特儿童自助餐
- 18.3 星级酒店餐饮经营分析
 - 18.3.1 星级酒店经营餐饮SWOT分析
 - 18.3.2 星级酒店餐饮经营重点
 - 18.3.3 星级酒店餐饮业转型策略
 - 18.3.4 星级酒店餐饮区域策略
- 18.4 酒店、饭店餐饮业的经营策略
 - 18.4.1 酒店餐饮营销策略
 - 18.4.2 饭店餐饮经营对策
 - 18.4.3 酒店餐饮经营趋势

第十九章 2014-2016年餐饮业投资分析

- 19.1 餐饮行业投资特性

- 19.1.1 成长性与赢利性
- 19.1.2 行业周期性
- 19.1.3 资源要素密集性
- 19.1.4 行业投资优势
- 19.2 2014-2016年餐饮业投资现状分析
 - 19.2.1 行业投资规模
 - 19.2.2 行业资本投资情况
 - 19.2.3 餐饮O2O投融资情况
 - 19.2.4 行业投资机遇
- 19.3 餐饮业行业投资壁垒分析
 - 19.3.1 技术与市场壁垒
 - 19.3.2 结构性壁垒
 - 19.3.3 制度性壁垒
 - 19.3.4 文化性壁垒
- 19.4 餐饮业投资策略
 - 19.4.1 做足充分准备
 - 19.4.2 餐饮投资技巧
 - 19.4.3 餐饮产品的选择经营
 - 19.4.4 餐饮需抓好的四个关键
- 19.5 不同类型餐饮业投资建议
 - 19.5.1 小区餐饮店
 - 19.5.2 休闲餐饮店
 - 19.5.3 加盟店餐饮
 - 19.5.4 特色小餐饮店

第二十章 中国餐饮业的发展前景及趋势 (ZY GXH)

- 20.1 中国餐饮业前景趋势展望
 - 20.1.1 行业发展前景展望
 - 20.1.2 行业发展趋势分析
- 20.2 2016-2022年中国餐饮业市场规模预测分析
 - 20.2.1 中国餐饮行业发展因素分析
 - 20.2.2 中国餐饮行业收入预测

20.2.3 中国餐饮百强企业营业收入预测

20.3 餐饮业未来发展走向分析

20.3.1 品牌多元化

20.3.2 产品大众化

20.3.3 发展信息化

20.3.4 强化客户体验（ZY GXH）

附录：

附录一：中华人民共和国食品安全法

附录二：餐饮企业经营规范

附录三：《餐饮业经营管理办法（试行）》

附录四：餐饮服务许可管理办法

附录五：餐饮服务食品安全监督管理办法

附录六：餐饮业和集体用餐配送单位卫生规范

附录七：关于推动餐饮业转型发展的指导意见

图表目录：

图表1 不同城市的人最喜欢的快餐种类

图表2 不同城市比较经常吃快餐的时间

图表3 不同年龄的人最常吃快餐的时间

图表4 不同城市的市民在选择快餐时较多考虑的因素的比例

图表5 银行卡刷卡手续费项目及费率上限表

图表6 2002-2015年全国餐饮收入及增速状况

图表7 2015年全国餐饮收入月度增长状况

图表8 2015年限额以上单位餐饮收入及增长情况

图表9 2016年全国餐饮收入及增长情况

图表10 2016年限额以上单位餐饮收入及增长情况

图表11 2015年餐饮百强企业成本费用情况

图表12 2015年餐饮百强企业净利润增速分布状况

图表13 2015年餐饮百强企业盈利能力

图表14 2015年餐饮五百强门店盈利状况

图表15 2015年餐饮百强企业业态分布情况

- 图表16 2015年餐饮五百强门店业态分布情况
- 图表17 2015年餐饮百强企业数最多的省市top10
- 图表18 2015年餐饮五百强门店最多的省市top10
- 图表19 2015年餐饮百强企业扩张情况
- 图表20 2015年餐饮百强企业门店数分布
- 图表21 2015年餐饮百强企业经营区域分布
- 图表22 2015年餐饮企业营业收入统计
- 图表23 2015年餐饮百强企业营收增速分布状况
- 图表24 2015年主要省市餐饮市场发展状况
- 图表25 2011-2015年春节黄金周全国零售及餐饮企业销售额及增速
- 图表26 2011-2015年春节零售餐饮增速与同期1-2月餐饮收入增速对比
- 图表27 2014年春节黄金周全国各地餐饮市场数据
- 图表28 2014年重点特色餐饮品牌门店拓展情况
- 图表29 餐饮消费调查受访者基本情况
- 图表30 影响消费者选择餐厅的因素
- 图表31 消费者获取餐厅信息的一般途径
- 图表32 好友美食自拍及分享消费体验对餐厅选择的影响程度
- 图表33 美食点评类网站其它消费者的评价对餐厅选择的影响程度
- 图表34 消费者预定餐厅的一般方式
- 图表35 消费者在餐饮消费时的支付方式
- 图表36 受访者关注餐饮微信公众账号的企业数量
- 图表37 餐饮微信公众账号推送信息的浏览情况
- 图表38 餐饮微信公众账号推送信息的受欢迎程度
- 图表39 外卖订单送达所需时间情况
- 图表40 2014年我国西餐行业营收情况
- 图表41 2014年西餐业营业额变动情况
- 图表42 2014年我国西餐业盈利能力
- 图表43 2014年我国西餐业市场增长情况
- 图表44 2014年我国西餐业产业化程度
- 图表45 2014年我国西餐业成本支出比例
- 图表46 2014年美国汉堡品牌排名
- 图表47 2014年美国鸡肉快餐品牌排名

- 图表48 2014年美国三明治及潜水艇三明治品牌排名
- 图表49 快餐行业2014年较2013年增长情况
- 图表50 2014年餐饮消费比例
- 图表51 手机外卖点餐的调查结果
- 图表52 手机外卖点餐食物购买情况调查
- 图表53 消费者快餐渠道选择
- 图表54 消费者选择快餐时间段
- 图表55 消费者在快餐上的人均花费
- 图表56 快餐菜式点单率Top5
- 图表57 2014年北京市社会消费情况
- 图表58 北京餐饮商家存量趋势表
- 图表59 2015-2016年北京餐饮商家增量数据表
- 图表60 2015-2016年北京餐饮商家日均增量数据表
- 图表61 北京2016年上半年品类存量变化
- 图表62 北京2016年上半年品类占比变化
- 图表63 上海餐饮商家存量趋势表
- 图表64 2015-2016年上海商家增量数据表
- 图表65 2015-2016年上海商家日均增量数据表
- 图表66 上海2016年上半年品类存量变化
- 图表67 2016年上半年上海品类占比变化
- 图表68 闭店和营业店数比较
- 图表69 开闭点周期比较
- 图表70 人均消费情况
- 图表71 2015年广东省餐饮业零售额及同比增长情况
- 图表72 2015年广东省餐饮业月度收入统计
- 图表73 2014-2015年广东餐饮50强企业营业收入分析
- 图表74 2015年广东省餐饮业业态分布情况
- 图表75 2015年广东省餐饮50强企业地区分布情况
- 图表76 广州餐饮业业态分布
- 图表77 各行政区餐饮店铺分布数量
- 图表78 2015-2016年广州餐饮商家存量趋势表
- 图表79 2015-2016年广州餐饮商家增量数据表

- 图表80 2015-2016年广州餐饮商家日均增量数据表
- 图表81 2015年深圳餐厅增量情况
- 图表82 2015-2016年深圳餐饮商家存量趋势表
- 图表83 2015-2016年深圳餐饮商家日均增量数据表
- 图表84 2016年深圳品类存量变化
- 图表85 2016年深圳品类占比变化
- 图表86 开店数量排名前十的品牌在48个城市综合体及购物中心店铺数量及分布率
- 图表87 餐饮店铺分布率
- 图表88 餐饮企业经营情况
- 图表89 餐饮企业投资回收期
- 图表90 2015年限额以上住宿业和餐饮业营业额增速
- 图表91 2011-2015年中国餐饮团购市场成交规模
- 图表92 2015上半年我国团购品类构成
- 图表93 2011-2015年中国餐饮团购参团人数
- 图表94 2016-2022年中国餐饮团购市场规模预测
- 图表95 2015年互联网餐饮外卖市场实力矩阵
- 图表96 厂商现有资源
- 图表97 厂商创新能力
- 图表98 2010-2015年餐饮O2O行业市场规模
- 图表99 2014-2015年餐饮外卖O2O订单规模
- 图表100 餐饮O2O垂直领域市场情况
- 图表101 2010-2016年我国餐饮行业O2O在线商务用户规模
- 图表102 餐饮O2O用户主要地域分布
- 图表103 餐饮O2O用户最关心因素
- 图表104 餐饮外卖O2O用户访问途径
- 图表105 2013-2015财年百胜餐饮综合收益表
- 图表106 2013-2015财年百胜餐饮分部资料
- 图表107 2013-2015财年百胜综合收益表
- 图表108 2013-2015财年百胜分部资料
- 图表109 2015-2016财年百胜综合收益表
- 图表110 1984-2014年百胜中国区销售额占比
- 图表111 2004-2014年百胜集团及中国区餐饮利润率

- 图表112 2013-2015年麦当劳综合收益表
- 图表113 2013-2015年麦当劳收入分地区资料
- 图表114 2013-2015年麦当劳综合收益表
- 图表115 2013-2015年麦当劳分部资料
- 图表116 2015-2016年麦当劳综合收益表
- 图表117 2015-2016年麦当劳分部资料
- 图表118 麦当劳的价值观
- 图表119 麦当劳的“三脚凳”经营理念
- 图表120 2013-2015财年棒约翰综合收益表
- 图表121 2013-2015财年棒约翰分部资料
- 图表122 2014-2015财年棒约翰综合收益表
- 图表123 2015-2016财年棒约翰综合收益表
- 图表124 2013-2015财年星巴克综合收益表
- 图表125 2013-2015财年星巴克收入分产品资料
- 图表126 2013-2015财年星巴克收入分地区资料
- 图表127 2013-2015财年星巴克综合收益表
- 图表128 2013-2015财年星巴克分部资料
- 图表129 2013-2015财年星巴克收入分地区资料
- 图表130 2015-2016财年星巴克综合收益表
- 图表131 2012-2013年味千（中国）综合收益表
- 图表132 2013年味千（中国）业务分部资料
- 图表133 2014-2015年味千（中国）合并综合收益表
- 图表134 2014-2015年味千（中国）销售收入分行业情况
- 图表135 2014-2015年味千（中国）综合收益表
- 图表136 2014-2015年味千（中国）分部资料
- 图表137 2014-2016年上海锦江国际酒店发展股份有限公司总资产和净资产
- 图表138 2014-2015年上海锦江国际酒店发展股份有限公司营业收入和净利润
- 图表139 2016年上海锦江国际酒店发展股份有限公司营业收入和净利润
- 图表140 2014-2015年上海锦江国际酒店发展股份有限公司现金流量
- 图表141 2016年上海锦江国际酒店发展股份有限公司现金流量
- 图表142 2015年上海锦江国际酒店发展股份有限公司主营业务收入分行业
- 图表143 2015年上海锦江国际酒店发展股份有限公司主营业务收入分地区

- 图表144 2014-2015年上海锦江国际酒店发展股份有限公司成长能力
- 图表145 2016年上海锦江国际酒店发展股份有限公司成长能力
- 图表146 2014-2015年上海锦江国际酒店发展股份有限公司短期偿债能力
- 图表147 2016年上海锦江国际酒店发展股份有限公司短期偿债能力
- 图表148 2014-2015年上海锦江国际酒店发展股份有限公司长期偿债能力
- 图表149 2016年上海锦江国际酒店发展股份有限公司长期偿债能力
- 图表150 2014-2015年上海锦江国际酒店发展股份有限公司运营能力
- 图表151 2016年上海锦江国际酒店发展股份有限公司运营能力
- 图表152 2014-2015年上海锦江国际酒店发展股份有限公司盈利能力
- 图表153 2016年上海锦江国际酒店发展股份有限公司盈利能力
- 图表154 2014-2016年华天酒店集团股份有限公司总资产和净资产
- 图表155 2014-2015年华天酒店集团股份有限公司营业收入和净利润
- 图表156 2016年华天酒店集团股份有限公司营业收入和净利润
- 图表157 2014-2015年华天酒店集团股份有限公司现金流量
- 图表158 2016年华天酒店集团股份有限公司现金流量
- 图表159 2015年华天酒店集团股份有限公司主营业务收入分行业、产品、地区
- 图表160 2014-2015年华天酒店集团股份有限公司成长能力
- 图表161 2016年华天酒店集团股份有限公司成长能力
- 图表162 2014-2015年华天酒店集团股份有限公司短期偿债能力
- 图表163 2016年华天酒店集团股份有限公司短期偿债能力
- 图表164 2014-2015年华天酒店集团股份有限公司长期偿债能力
- 图表165 2016年华天酒店集团股份有限公司长期偿债能力
- 图表166 2014-2015年华天酒店集团股份有限公司运营能力
- 图表167 2016年华天酒店集团股份有限公司运营能力
- 图表168 2014-2015年华天酒店集团股份有限公司盈利能力
- 图表169 2016年华天酒店集团股份有限公司盈利能力
- 图表170 2014-2016年西安饮食股份有限公司总资产和净资产
- 图表171 2014-2015年西安饮食股份有限公司营业收入和净利润
- 图表172 2016年西安饮食股份有限公司营业收入和净利润
- 图表173 2014-2015年西安饮食股份有限公司现金流量
- 图表174 2016年西安饮食股份有限公司现金流量
- 图表175 2015年西安饮食股份有限公司主营业务收入分行业、产品、地区

- 图表176 2014-2015年西安饮食股份有限公司成长能力
- 图表177 2016年西安饮食股份有限公司成长能力
- 图表178 2014-2015年西安饮食股份有限公司短期偿债能力
- 图表179 2016年西安饮食股份有限公司短期偿债能力
- 图表180 2014-2015年西安饮食股份有限公司长期偿债能力
- 图表181 2016年西安饮食股份有限公司长期偿债能力
- 图表182 2014-2015年西安饮食股份有限公司运营能力
- 图表183 2016年西安饮食股份有限公司运营能力
- 图表184 2014-2015年西安饮食股份有限公司盈利能力
- 图表185 2016年西安饮食股份有限公司盈利能力
- 图表186 2014-2016年中国全聚德（集团）股份有限公司总资产和净资产
- 图表187 2014-2015年中国全聚德（集团）股份有限公司营业收入和净利润
- 图表188 2016年中国全聚德（集团）股份有限公司营业收入和净利润
- 图表189 2014-2015年中国全聚德（集团）股份有限公司现金流量
- 图表190 2016年中国全聚德（集团）股份有限公司现金流量
- 图表191 2015年中国全聚德（集团）股份有限公司主营业务收入分行业、地区
- 图表192 2014-2015年中国全聚德（集团）股份有限公司成长能力
- 图表193 2016年中国全聚德（集团）股份有限公司成长能力
- 图表194 2014-2015年中国全聚德（集团）股份有限公司短期偿债能力
- 图表195 2016年中国全聚德（集团）股份有限公司短期偿债能力
- 图表196 2014-2015年中国全聚德（集团）股份有限公司长期偿债能力
- 图表197 2016年中国全聚德（集团）股份有限公司长期偿债能力
- 图表198 2014-2015年中国全聚德（集团）股份有限公司运营能力
- 图表199 2016年中国全聚德（集团）股份有限公司运营能力
- 图表200 2014-2015年中国全聚德（集团）股份有限公司盈利能力
- 图表201 2016年中国全聚德（集团）股份有限公司盈利能力
- 图表202 SPA信息的采集
- 图表203 连锁餐饮企业营业收入按行业类别分类构成
- 图表204 2014年连锁餐饮企业门店数按行业类别分类构成
- 图表205 2014年连锁餐饮企业营业收入按行业类别分类构成
- 图表206 2015年获得融资的餐饮O2O项目
- 图表207 2016-2022年中国餐饮业收入预测

图表208 2016-2022年中国餐饮百强企业营业收入预测

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/canyin/1143822RVM.html>