

# 2017-2022年中国团膳市场 深度调查与投资前景分析报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2017-2022年中国团膳市场深度调查与投资前景分析报告》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/338477W3EJ.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

团膳，顾名思义即团体用餐的一种餐饮服务形式的简称。是一种群体集中膳食管理的新餐饮模式。是指在一个时间周期内，某个相对固定的消费群体，在其所属的场所内，通过谈判和招标等方式选定专业的团膳公司。2015年中国团膳行业市场规模达到9319亿元，较2014年同期增长7.02%。

### 2009-2015年中国团膳行业市场规模统计

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国团膳市场深度调查与投资前景分析报告》共十五章。首先介绍了团膳产业相关概念及发展环境，接着分析了中国团膳行业规模及消费需求，然后对中国团膳行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国团膳行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国团膳行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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 中国团膳行业发展背景

#### 1.1 团膳行业概述

##### 1.1.1 团膳行业界定

##### 1.1.2 团膳行业分类

##### 1.1.3 与传统餐饮行业的区别

#### 1.2 团膳行业发展及运行特点

##### 1.2.1 团膳行业发展综述

##### 1.2.2 团膳行业发展历程

##### 1.2.3 团膳行业运行特点

### 第二章 中国团膳行业的宏观经济情况

#### 2.1 团膳行业政策环境

##### 2.1.1 旅游行业支持政策

- 2.1.2 团膳支持政策
- 2.2 团膳行业经济环境
  - 2.2.1 国际经济环境分析
    - 1、国际宏观经济运行情况
    - 2、国际宏观经济走势预测
    - 3、国际经济环境对国内团膳行业的影响
  - 2.2.2 国内经济运行情况
    - 1、GDP增长情况
    - 2、经济走势预测
    - 3、宏观经济与旅游行业相关性
- 2.3 中国团膳的社会环境
  - 2.3.1 人口环境分析
  - 2.3.2 教育环境分析
  - 2.3.3 文化环境分析
  - 2.3.4 生态环境分析
  - 2.3.5 中国城镇化率
- 2.4 中国团膳的消费环境
  - 2.4.1 居民的各种消费观念和习惯
  - 2.4.2 居民对餐饮美食的选择习惯

### 第三章 国际团膳发展态势与经验借鉴

- 3.1 团膳行业运营情况分析
  - 3.1.1 全球团膳需求分析
  - 3.1.2 团膳经营模式分析
  - 3.1.3 团膳行业发展趋势
- 3.2 国际团膳发展态势分析
  - 3.2.1 国际团膳的兴起
  - 3.2.2 国际团膳发展现状
  - 3.2.3 国际团膳发展特点
  - 3.2.4 全球团膳品牌分析
  - 3.2.5 国际团膳经验借鉴
- 3.3 国际团膳市场分析

- 3.3.1 国际团膳消费情况
- 3.3.2 国际团膳消费结构
- 3.3.3 国际团膳价格分析
- 3.4 主要国家地区团膳市场分析
  - 3.4.1 2014-2016年美国团膳市场分析
  - 3.4.2 2014-2016年欧洲团膳市场分析
  - 3.4.3 2014-2016年日本团膳市场分析
  - 3.4.4 2014-2016年韩国团膳市场分析
  - 3.4.5 2014-2016年其他国家团膳市场分析

#### 第四章 中国团膳行业商业模式分析及构建

- 4.1 中国团膳行业传统商业模式分析
  - 4.1.1 团膳行业原料采购模式
  - 4.1.2 团膳行业经营模式
  - 4.1.3 团膳行业盈利模式
- 4.2 中国团膳行业商业模式构建
  - 4.2.1 挖掘客户价值需求
    - 1、转变商业思维
    - 2、客户隐性需求
    - 3、客户价值主张
  - 4.2.2 产业价值链再定位
    - 1、客户价值公式
    - 2、产业价值定位
  - 4.2.3 寻找利益相关者
  - 4.2.4 构建盈利模式

#### 第五章 我国团膳市场发展研究

- 5.1 我国团膳行业发展现状
  - 5.1.1 团膳行业品牌发展现状
    - 1、团膳业社会认知度较低
    - 2、团膳市场化程度依然较低
    - 3、团膳供应的需求市场空间大

- 5.1.2 团膳行业消费市场现状
- 5.1.3 团膳市场消费层次分析
- 5.1.4 我国团膳市场走向分析
- 5.2 2016年我国团膳市场情况发展研究
  - 5.2.1 2016年我国团膳市场需求情况
  - 5.2.2 2016年我国团膳市场价格情况
  - 5.2.3 2016年重点城市团膳市场分析
  - 5.2.4 2016年我国团膳市场发展情况
- 5.3 2016年我国团膳业市场发展特点分析
  - 5.3.1 2016年我国团膳市场格局特点
  - 5.3.2 2016年我国团膳产品创新特点
  - 5.3.3 2016年我国团膳市场服务特点
  - 5.3.4 2016年我国团膳市场品牌特点

## 第六章 2014-2016年团膳行业经济运行效益分析

- 6.1 2014-2016年中国团膳行业发展分析
  - 6.1.1 2014-2016年中国团膳行业概述
  - 6.1.2 2014-2016年中国团膳行业供给情况
  - 6.1.3 2014-2016年中国团膳行业需求情况
- 6.2 2014-2016年中国团膳行业规模分析
  - 6.2.1 团膳行业企业数量统计
  - 6.2.2 团膳行业资产投入分析
  - 6.2.3 团膳行业销售收入分析
  - 6.2.4 团膳行业利润总额分析
- 6.3 2014-2016年团膳行业经营效益分析
  - 6.3.1 团膳行业偿债能力分析
  - 6.3.2 团膳行业盈利能力分析
  - 6.3.3 团膳行业的毛利率分析
  - 6.3.4 团膳行业营运能力分析

## 第七章 2014-2016年中国团膳行业重点省市运行分析

- 7.1 北京市团膳行业运营情况分析

- 7.1.1 2014-2016年行业发展现状分析
- 7.1.2 2014-2016年市场规模情况分析
- 7.1.3 2014-2016年行业竞争格局分析
- 7.1.4 2017-2022年行业发展趋势分析
- 7.2 上海市团膳行业运营情况分析
  - 7.2.1 2014-2016年行业发展现状分析
  - 7.2.2 2014-2016年市场规模情况分析
  - 7.2.3 2014-2016年行业竞争格局分析
  - 7.2.4 2017-2022年行业发展趋势分析
- 7.3 广东省团膳行业运营情况分析
  - 7.3.1 2014-2016年行业发展现状分析
  - 7.3.2 2014-2016年市场规模情况分析
  - 7.3.3 2014-2016年行业竞争格局分析
  - 7.3.4 2017-2022年行业发展趋势分析
- 7.4 安徽省团膳行业运营情况分析
  - 7.4.1 2014-2016年行业发展现状分析
  - 7.4.2 2014-2016年市场规模情况分析
  - 7.4.3 2014-2016年行业竞争格局分析
  - 7.4.4 2017-2022年行业发展趋势分析
- 7.5 江苏省团膳行业运营情况分析
  - 7.5.1 2014-2016年行业发展现状分析
  - 7.5.2 2014-2016年市场规模情况分析
  - 7.5.3 2014-2016年行业竞争格局分析
  - 7.5.4 2014-2016年行业发展趋势分析

## 第八章 中国团膳行业上、下游产业链分析

- 8.1 团膳行业产业链概述
  - 8.1.1 产业链定义
  - 8.1.2 团膳行业产业链
- 8.2 团膳行业主要上游产业发展分析
  - 8.2.1 上游产业发展现状
  - 8.2.2 上游产业供给分析

- 8.2.3 上游供给价格分析
- 8.2.4 主要供给企业分析
- 8.3 团膳行业主要下游产业发展分析
  - 8.3.1 下游（应用行业）产业发展现状
  - 8.3.2 下游（应用行业）产业需求分析
  - 8.3.3 下游（应用行业）主要需求企业分析
  - 8.3.4 下游（应用行业）最具前景产品/行业分析

## 第九章 中国团膳行业市场竞争格局分析

- 9.1 中国团膳行业竞争格局分析
  - 9.1.1 团膳行业区域分布格局
  - 9.1.2 团膳行业企业规模格局
  - 9.1.3 团膳行业企业性质格局
- 9.2 中国团膳行业竞争五力分析
  - 9.2.1 团膳行业上游议价能力
  - 9.2.2 团膳行业下游议价能力
  - 9.2.3 团膳行业新进入者威胁
  - 9.2.4 团膳行业替代产品威胁
  - 9.2.5 团膳行业现有企业竞争
- 9.3 中国团膳行业竞争SWOT分析
  - 9.3.1 团膳行业优势分析（S）
  - 9.3.2 团膳行业劣势分析（W）
  - 9.3.3 团膳行业机会分析（O）
  - 9.3.4 团膳行业威胁分析（T）

## 第十章 中国团膳行业领先企业竞争力分析

- 10.1 中快餐饮集团运行态势分析
  - 10.1.1 企业发展基本情况
  - 10.1.2 企业主要特色分析
  - 10.1.3 企业经营状况分析
  - 10.1.4 企业最新发展动态
- 10.2 爱玛客服务产业(中国)有限公司运行态势分析



- 10.2.1 企业发展基本情况
- 10.2.2 企业主要特色分析
- 10.2.3 企业经营状况分析
- 10.2.4 企业最新发展动态
- 10.3 法国索迪斯 ( Sodexo ) 集团运行态势分析
  - 10.3.1 企业发展基本情况
  - 10.3.2 企业主要特色分析
  - 10.3.3 企业经营状况分析
  - 10.3.4 企业最新发展动态
- 10.4 丽华快餐集团有限公司运行态势分析
  - 10.4.1 企业发展基本情况
  - 10.4.2 企业主要特色分析
  - 10.4.3 企业经营状况分析
  - 10.4.4 企业最新发展动态
- 10.5 和兴隆食品科技集团运行态势分析
  - 10.5.1 企业发展基本情况
  - 10.5.2 企业主要特色分析
  - 10.5.3 企业经营状况分析
  - 10.5.4 企业最新发展动态
- 10.6 上海绿捷实业发展有限公司运行态势分析
  - 10.6.1 企业发展基本情况
  - 10.6.2 企业主要特色分析
  - 10.6.3 企业经营状况分析
  - 10.6.4 企业最新发展动态
- 10.7 千喜鹤集团运行态势分析
  - 10.7.1 企业发展基本情况
  - 10.7.2 企业主要特色分析
  - 10.7.3 企业经营状况分析
  - 10.7.4 企业最新发展动态
- 10.8 北京快客利餐饮管理有限公司运行态势分析
  - 10.8.1 企业发展基本情况
  - 10.8.2 企业主要特色分析

- 10.8.3 企业经营状况分析
- 10.8.4 企业最新发展动态
- 10.9 深圳市誉兴饮食管理集团运行态势分析
  - 10.9.1 企业发展基本情况
  - 10.9.2 企业主要特色分析
  - 10.9.3 企业经营状况分析
  - 10.9.4 企业最新发展动态
- 10.10 北京金丰餐饮有限公司运行态势分析
  - 10.10.1 企业发展基本情况
  - 10.10.2 企业主要特色分析
  - 10.10.3 企业经营状况分析
  - 10.10.4 企业最新发展动态

## 第十一章 2017-2022年中国团膳行业行业发展趋势与前景分析

- 11.1 2017-2022年中国团膳行业市场发展前景
  - 11.1.1 2017-2022年团膳行业市场发展潜力
  - 11.1.2 2017-2022年团膳行业市场发展前景展望
  - 11.1.3 2017-2022年团膳行业市场结构预测分析
- 11.2 2017-2022年中国团膳行业市场发展趋势预测
  - 11.2.1 2017-2022年团膳行业行业发展趋势
  - 11.2.2 2017-2022年团膳行业市场规模预测
  - 11.2.3 2017-2022年市场集中度趋势预测
- 11.3 2017-2022年中国团膳行业行业供需预测
  - 11.3.1 2017-2022年中国团膳行业行业供给预测
  - 11.3.2 2017-2022年中国团膳行业行业需求预测
  - 11.3.3 2017-2022年中国团膳行业供需平衡预测

## 第十二章 中国团膳行业的市场调查情况

- 12.1 团膳产品目标客户群体调查
  - 12.1.1 不同收入水平消费者偏好调查
  - 12.1.2 不同年龄的消费者偏好调查
  - 12.1.3 不同地区的消费者偏好调查

## 12.2 团膳的品牌市场调查

### 12.2.1 消费者对团膳品牌认知度宏观调查

### 12.2.2 消费者对团膳的品牌偏好调查

### 12.2.3 消费者对团膳品牌的首要认知渠道

### 12.2.4 消费者经常购买的品牌调查

### 12.2.5 团膳品牌忠诚度调查

### 12.2.6 团膳品牌市场占有率调查

### 12.2.7 消费者的消费理念调研

## 12.3 团膳的消费者影响因素分析

### 12.3.1 不同客户购买相关的态度及影响分析

### 12.3.2 价格敏感程度

### 12.3.3 品牌的影响

### 12.3.4 购买方便的影响

### 12.3.5 广告的影响程度

## 第十三章 2017-2022年团膳行业投资价值评估分析

### 13.1 团膳行业投资特性分析

#### 13.1.1 团膳行业进入壁垒分析

#### 13.1.2 团膳行业盈利因素分析

#### 13.1.3 团膳行业盈利模式分析

### 13.2 2017-2022年团膳行业发展的影响因素

#### 13.2.1 有利因素

#### 13.2.2 不利因素

### 13.3 2017-2022年团膳行业投资价值评估分析

#### 13.3.1 行业投资效益分析

##### 1、行业活力系数比较及分析

##### 2、行业投资收益率比较及分析

##### 3、行业投资效益评估

#### 13.3.2 行业发展的空白点分析

#### 13.3.3 投资回报率比较高的投资方向

#### 13.3.4 新进入者应注意的障碍因素

#### 13.3.5 团膳行业风险与控制分析

## 第十四章 2017-2022年中国团膳企业投资战略与客户策略分析

### 14.1 团膳企业发展战略规划背景意义

#### 14.1.1 企业转型升级的需要

#### 14.1.2 企业做大做强的需要

#### 14.1.3 企业可持续发展需要

### 14.2 团膳企业战略规划制定依据

#### 14.2.1 国家政策支持

#### 14.2.2 行业发展规律

#### 14.2.3 企业资源与能力

#### 14.2.4 可预期的战略定位

### 14.3 团膳企业战略规划策略分析

#### 14.3.1 战略综合规划

#### 14.3.2 技术开发战略

#### 14.3.3 区域战略规划

#### 14.3.4 产业战略规划

#### 14.3.5 营销品牌战略

#### 14.3.6 竞争战略规划

### 14.4 团膳中小企业发展战略研究

#### 14.4.1 中小企业存在主要问题

- 1、缺乏科学的发展战略
- 2、缺乏合理的企业制度
- 3、缺乏现代的企业管理
- 4、缺乏高素质的专业人才
- 5、缺乏充足的资金支撑

#### 14.4.2 中小企业发展战略思考

- 1、实施科学的发展战略
- 2、建立合理的治理结构
- 3、实行严明的企业管理
- 4、培养核心的竞争实力
- 5、构建合作的企业联盟

## 第十五章 研究结论及建议 (ZY CW)

### 15.1 研究结论

### 15.2 专家建议

#### 15.2.1 行业发展策略建议

#### 15.2.2 行业投资方向建议

#### 15.2.3 行业投资方式建议

### 部分图表目录：

图表：团膳行业主要政策法规列表

图表：各旅游区的规划及政策研究

图表：2014-2016年七国集团GDP增长率

图表：2014-2016年金砖国家及部分亚洲经济体GDP同比增长率

图表：2010-2016年中国国内生产总值及其增长速度

图表：2016年我国主要宏观经济指标增长率预测

图表：2014-2016年中国GDP增速与旅游行业总收入增速对比图

图表：2016年中国社会消费品零售总额月度同比变化趋势图

图表：2016年中国居民消费价格月度涨跌幅度

图表：2016年中国居民消费价格比上年涨跌幅度

图表：2010-2016年我国人口年龄结构情况

图表：2010-2016年我国城乡人口比重情况

图表：2014-2016年中国团膳行业市场规模

图表：2014-2016年全球团膳产业市场规模

图表：2014-2016年团膳重要数据指标比较

图表：全国餐饮业零售额中居民餐饮消费比例

图表：不同城市的市民在选择团膳时的较多考虑的因素的比例

图表：消费者对团膳的偏好程度分析

图表：消费者到团膳店消费的周期

图表：消费者中去团膳店消费的金额

图表：消费者选择团膳的决定因素

更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/canyin/338477W3EJ.html>