

2017-2022年中国餐饮美食 广场行业深度研究与市场年度调研报告

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

《2017-2022年中国餐饮美食广场行业深度研究与市场年度调研报告》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/J68941JH0N.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

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

美食广场现已成为众多大型商业项目中必备的配套设施之一，由于美食广场中食品种类丰富、用餐形式随意且气氛热烈，不仅可以满足众多时尚男女、公司白领用餐的需求，更避免了餐饮行业“众口难调”的尴尬。美食广场的经营分为多种经营形式，而最多的就是合作联营的形式，因为这种形式把美食广场组织者和实际经营者们紧密联系在一起，双方都大大降低了经营风险，而且互利互惠各取所长，能够快速发展。所以，美食广场的流行和发展趋势一定是势不可挡的。

美食广场从表面上看来十分简单，不同的位置经营售卖着不同特色的食品，消费者根据自己的喜好挑选后自己将食品拿到用餐区食用，没有服务员、没有点菜程序等等。其实，开办一家美食广场是十分复杂而繁琐的工作，开办一家合格的有发展空间和潜力的美食广场就更要注重细节和关键点。

其中，去除招商工作就属前期规划最重要，因为这项工作会直接影响到后期实际经营者的正常营运，也就是会影响到客人的感受和营业额。规划不单单指场内外装修、煤水电能源等，更重要的也是更细致的各个摊位的细节规划，如果掌握并执行好前期规划工作，后期的经营运作工作会非常顺畅，就可以把工作重点放在促销营销提升营业额和客流量方面了。

美食广场的基本开办流程：

选址——招商规划、投资预算、申请执照等——工程装修招投标、与商场沟通等——招商——与各摊位经营者详细沟通规划——现场展示规划及调整——开业宣传活动策划定案——培训——试营业——开业

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国餐饮美食广场行业深度研究与市场年度调研报告》共十四章。首先介绍了餐饮美食广场相关概念及发展环境，接着分析了中国餐饮美食广场规模及消费需求，然后对中国餐饮美食广场市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国餐饮美食广场面临的机遇及发展前景。您若想对中国餐饮美食广场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：

第一部分 产业环境透•视	14
第一章 餐饮美食广场相关概述	14
第一节 餐饮美食广场基本概述	14
一、餐饮美食广场定义	14
二、餐饮美食广场不同称谓	15
三、餐饮美食广场分类	15
第二节 餐饮美食广场功能作用	16
一、餐饮服务功能及休闲娱乐功能	16
二、丰富物业的经营业态	16
三、提高物业的经营效果	16
四、新型功能利于吸引消费者	16
五、利于物业的吸引商户入驻	16
第三节 餐饮美食广场经营概述	17
一、餐饮美食广场开办流程	17
二、餐饮美食广场经营方式	17
第二章 餐饮美食广场市场环境及影响分析	19
第一节 餐饮美食广场政治法律环境	19
一、中国餐饮行业管理体制分析	19
二、餐饮企业连锁经营管理规范	19
三、中国餐饮行业重点政策解读	19
四、中央八项规定对餐饮业影响	23
五、2016年影响餐饮业的十大政策	23
六、商业街相关政策分析	26
（一）国内商业街相关政策标准	26
（二）商业街行业分类指导办法	28
（三）商业街管理技术规范	31
第二节 行业经济环境分析	37
一、中国GDP增长情况分析	37
二、工业经济发展形势分析	38
三、社会固定资产投资分析	40
四、全社会消费品零售总额	41

五、城乡居民收入增长分析 43

第三节 行业社会环境分析 44

一、人口环境分析 44

二、教育环境分析 45

三、文化环境分析 47

四、生态环境分析 47

五、中国城镇化率 48

六、中国城市发展规模情况分析 49

(一) 中国城市数量规模分析 49

(二) 城市土地面积统计情况 51

(三) 城市人口统计情况分析 51

七、中国城市建设投资状况分析 52

第四节 行业消费环境分析 52

一、居民消费价格变化分析 52

二、居民主要食品消费情况 53

三、居民人均餐饮消费支出 54

第二部分 行业深度分析 56

第三章 餐饮美食广场运行现状分析 56

第一节 餐饮美食广场发展历程 56

一、餐饮美食广场发展历史 56

二、餐饮美食广场的导入期与发展期 57

第二节 餐饮美食广场市场发展现状 59

一、餐饮美食广场品牌发展现状 59

二、餐饮美食广场市场管理模式 60

三、餐饮美食广场市场需求层次 60

第三节 餐饮美食广场市场供需分析 60

一、餐饮美食广场供给情况 60

二、餐饮美食广场需求情况 61

第四节 对餐饮美食广场市场的分析及思考 61

一、餐饮美食广场市场特点 61

二、餐饮美食广场市场分析 62

- 三、餐饮美食广场市场变化的方向 62
- 四、中国餐饮美食广场行业发展的新思路 62

第四章 餐饮美食广场消费市场分析 64

第一节 餐饮美食广场消费行为分析 64

- 一、餐饮消费者心理分析 64
- 二、消费者餐饮决策分析 65
- 三、餐饮消费者行为分析 66

第二节 餐饮美食广场消费者主要类型分析 73

- 一、便利型 73
- 二、求廉型 73
- 三、享受型 73
- 四、求新型 74
- 五、健康型 74
- 六、信誉型 74

第三节 餐饮美食广场市场消费需求分析 74

- 一、餐饮美食广场市场的消费需求变化 74
- 二、餐饮美食广场市场的需求情况分析 75
- 三、餐饮美食广场品牌市场消费需求分析 75

第四节 餐饮美食广场消费市场状况分析 75

- 一、餐饮美食广场消费特点 75
- 二、餐饮美食广场消费者分析 76
- 三、餐饮美食广场消费市场变化 76
- 四、餐饮美食广场市场消费方向 76

第五章 餐饮美食广场营销因素及策略分析 79

第一节 餐饮美食广场营销因素分析 79

- 一、地理位置因素 79
- 二、目标消费者因素 79
- 三、经营活动因素 80

第二节 餐饮美食广场营销策略分析 80

- 一、地段选择策略 80

二、经营管理策略	80
三、装修定位策略	80
四、招商结合策略	81
第三节 餐饮美食广场特色店铺的营销策略分析	81
第四节 餐饮营销策略分析	82
一、餐饮营销概述	82
二、中国餐饮营销的传统模式	84
三、中国餐饮营销的新兴模式-----网络营销	88
第三部分 市场全景调研	90
第六章 不同业态物业内的餐饮美食广场市场分析	90
第一节 百货公司内的餐饮美食广场市场分析	90
一、百货公司市场发展现状	90
（一）百货店运行分析	90
（二）百货店经营面积及销售额	92
（三）百货店竞争分析	92
（四）百货店发展趋势	95
二、百货公司内的餐饮美食广场市场分析	96
（一）百货公司内的餐饮美食广场经营分析	96
（二）百货公司建设餐饮美食广场动态	97
（三）百货公司内投资建设美食广场前景	97
（四）百货公司内的美食广场发展前景	98
（五）百货公司内的美食广场经营策略	98
第二节 购物中心内的餐饮美食广场市场分析	98
一、购物中心市场发展现状	98
（一）购物中心经营模式分析	98
（二）购物中心数量及经营规模	100
（三）购物中心业态构成分析	101
（四）购物中心发展趋势	102
二、购物中心内的餐饮美食广场市场分析	105
（一）购物中心内的餐饮美食广场经营分析	105
（二）购物中心内建设餐饮美食广场动态	106

(三) 国外购物中心的餐饮美食广场分析	108
(四) 国内外购物中心的餐饮美食广场比较分析	108
(五) 购物中心内投资建设美食广场前景	109
(六) 购物中心内的美食广场发展前景	109
(七) 购物中心内的美食广场经营策略	111
第三节 大卖场内的餐饮美食广场市场分析	112
一、大卖场市场发展现状	112
(一) 大卖场市场发展现状	112
(二) 大卖场发展空间分析	114
(三) 大卖场发展趋势分析	114
二、大卖场内的餐饮美食广场市场分析	116
(一) 大卖场内的餐饮美食广场经营分析	116
(二) 大卖场建设餐饮美食广场动态	117
(三) 大卖场内投资建设美食广场前景	117
(四) 大卖场内的美食广场发展前景	118
(五) 大卖场内的美食广场经营策略	118
第四节 其他物业内的餐饮美食广场市场分析	118
一、写字楼的餐饮美食广场市场分析	118
二、机场的餐饮美食广场市场分析	119
三、专业市场内的餐饮美食广场市场分析	119
第七章 不同类型档次的餐饮美食广场市场分析	120
第一节 标准饮美食广场市场分析	120
一、标准饮美食广场发展概述	120
二、标准饮美食广场细分种类	120
(一) 高档美食广场发展分析	120
(二) 中高档美食广场和中档美食广场发展分析	120
(三) 低档大众美食广场发展分析	121
(四) 奢华美食广场发展分析	121
第二节 准美食广场市场分析	121
一、准美食广场发展现状	121
二、准美食广场发展前景	122

第三节 泛美食广场市场分析 122

一、泛美食广场发展现状 122

二、泛美食广场发展前景 123

第四部分 竞争格局分析 124

第八章 餐饮美食广场不同区域市场分析 124

第一节 华北地区餐饮美食广场市场分析 124

一、华北地区餐饮美食广场发展环境 124

(一) 北京餐饮市场分析 124

(二) 天津餐饮市场分析 125

(三) 河北餐饮市场分析 125

(四) 山西餐饮市场分析 125

(五) 内蒙古餐饮市场分析 126

二、华北地区餐饮美食广场经营动态 126

三、华北地区餐饮美食广场发展前景 127

第二节 东北地区餐饮美食广场市场分析 127

一、东北地区餐饮美食广场发展环境 127

(一) 黑龙江餐饮市场分析 127

(二) 吉林餐饮市场分析 128

(三) 辽宁餐饮市场分析 128

二、东北地区餐饮美食广场经营动态 129

三、东北地区餐饮美食广场发展前景 129

第三节 华东地区餐饮美食广场市场分析 129

一、华东地区餐饮美食广场发展环境 129

(一) 上海餐饮市场分析 130

(二) 山东餐饮市场分析 130

(三) 江苏餐饮市场分析 130

(四) 浙江餐饮市场分析 131

(五) 安徽餐饮市场分析 131

(六) 江西餐饮市场分析 132

(七) 福建餐饮市场分析 132

二、华东地区餐饮美食广场经营动态 133

三、华东地区餐饮美食广场发展前景	133
第四节 华中地区餐饮美食广场市场分析	133
一、华中地区餐饮美食广场发展环境	133
(一) 河南餐饮市场分析	134
(二) 湖南餐饮市场分析	134
(三) 湖北餐饮市场分析	135
二、华中地区餐饮美食广场经营动态	135
三、华中地区餐饮美食广场发展前景	135
第五节 华南地区餐饮美食广场市场分析	135
一、华南地区餐饮美食广场发展环境	135
(一) 广东餐饮市场分析	136
(二) 广西餐饮市场分析	136
(三) 海南餐饮市场分析	137
二、华南地区餐饮美食广场经营动态	137
三、华南地区餐饮美食广场发展前景	137
第六节 西部地区餐饮美食广场市场分析	137
一、西部地区餐饮美食广场发展环境	137
(一) 陕西餐饮市场	138
(二) 甘肃餐饮市场	138
(三) 新疆餐饮市场	139
(四) 四川餐饮市场分析	139
(五) 重庆餐饮市场分析	139
(六) 贵州餐饮市场分析	140
(七) 云南餐饮市场分析	140
二、西部地区餐饮美食广场经营动态	141
三、西部地区餐饮美食广场发展前景	141
第九章 餐饮美食广场竞争形势及策略分析	142
第一节 行业总体市场竞争状况分析	142
一、餐饮美食广场竞争要素分析	142
二、餐饮市场竞争状况	143
三、餐饮美食广场竞争概况	144

第二节 中国餐饮美食广场竞争格局综述 144

一、餐饮美食广场企业间竞争格局分析 144

二、国内外餐饮美食广场竞争分析 144

三、中国餐饮美食广场竞争力分析 145

四、中国餐饮美食广场产品（服务）竞争力优势分析 146

五、中国餐饮美食广场市场动态分析 146

第三节 餐饮美食广场集中度分析 150

一、餐饮美食广场区域集中度分析 150

二、中国餐饮美食广场品牌集中度分析 150

第四节 2017-2022年餐饮美食广场市场竞争策略分析 151

一、餐饮美食广场提升竞争力的主要方向 151

二、影响餐饮美食广场核心竞争力的因素及提升途径 151

三、提高餐饮美食广场竞争力的策略 152

第十章 领先餐饮美食广场经营形势分析 155

第一节 大食代美食广场 155

（1）企业发展简况分析

（2）企业经营情况分析

（3）企业经营优劣势分析

第二节 亚惠美食广场 156

（1）企业发展简况分析

（2）企业经营情况分析

（3）企业经营优劣势分析

第三节 新食尚文化美食广场 157

（1）企业发展简况分析

（2）企业经营情况分析

（3）企业经营优劣势分析

第四节 美乐汇美食广场 159

（1）企业发展简况分析

（2）企业经营情况分析

（3）企业经营优劣势分析

第五节 美食代美食广场 160

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

第六节 武汉新加坡美食广场 161

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

第七节 食加食美食广场 162

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

第八节 食通天美食广场 163

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

第九节 新食代美食广场 164

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析⁴

第十节 食为天美食广场 165

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

第五部分 发展前景展望 167

第十一章 2017-2022年餐饮美食广场行业发展前景分析 167

第一节 2017-2022年餐饮美食广场市场趋势分析 167

一、未来餐饮市场的发展趋势 167

二、2017-2022年餐饮美食广场发展趋势 168

三、餐饮美食广场市场需求变化趋势分析 171

第二节 2017-2022年餐饮美食广场市场前景分析 172

一、2017-2022年餐饮美食广场发展空间 172

二、2017-2022年餐饮美食广场市场前景	172
第三节 2017-2022年中国餐饮美食广场行业供需预测	173
一、2017-2022年中国餐饮美食广场供给预测	173
二、2017-2022年中国餐饮美食广场需求预测	173
三、2017-2022年中国餐饮的市场规模预测	174
四、2017-2022年中国餐饮美食广场的消费需求预测	175
第十二章 2017-2022年餐饮美食广场行业投资价值分析	176
第一节 行业发展特征	176
一、行业的周期性	176
二、行业的区域性	176
三、行业的上下游	176
四、行业经营模式	176
第二节 行业投资形势分析	177
一、餐饮美食广场开办情况	177
二、国内特别重视美食广场购物中心和百货企业分析	177
三、行业发展驱动因素	179
四、行业投资吸引力	180
第三节 2017-2022年连锁餐饮投资环境分析	180
一、“十三五”时期宏观经济形势预测	180
二、扩大内需将为餐饮业带来新空间	182
三、服务业发展为餐饮业带来新机遇	183
四、经济全球化为餐饮业带来新生机	183
第四节 餐饮美食广场投资效益分析	183
一、餐饮美食广场投资状况分析	183
二、餐饮美食广场投资效益分析	183
三、2017-2022年餐饮美食广场投资方向	184
四、2017-2022年餐饮美食广场投资建议	184
第六部分 发展战略研究	185
第十三章 餐饮美食广场投资战略研究	185
第一节 2017-2022年餐饮美食广场投资风险分析	185

- 一、 餐饮美食广场行业市场宏观经济风险预测 185
- 二、 餐饮美食广场行业食品安全风险预测 185
- 三、 餐饮美食广场行业经营风险预测 185
- 四、 餐饮美食广场行业原料市场风险预测 186
- 五、 餐饮美食广场行业人力资源风险预测 186
- 第二节 2017-2022年餐饮美食广场投资机会分析 186
 - 一、 餐饮市场的投资机会分析 186
 - 二、 连锁餐饮市场投资潜力分析 187
 - 三、 重点区域投资机会 188
 - 四、 餐饮美食广场投资机遇 188
- 第三节 2017-2022年餐饮美食广场投资关键因素 188
 - 一、 地理位置选择 188
 - 二、 机电设计分析 190
 - 三、 内装设计要点 191
- 第四节 2017-2022年餐饮美食广场投资战略研究 192
 - 一、 明确物业业态定位及经营情况 192
 - 二、 特色创新品牌战略 192
 - 三、 明晰物业业态的餐饮招商细节及承诺 192
 - 四、 处理好档口经营商的关系 193
 - 五、 严把出口品味关 194

- 第十四章 餐饮美食广场发展战略研究 195(ZY WZY)
 - 第一节 餐饮美食广场食物口味策略 195
 - 一、 食物口味协调策略 195
 - 二、 经济实惠+不断推新策略 195
 - 三、 独家品牌热门品牌引进策略 196
 - 四、 摊位经营商的选择策略 196
 - 五、 提升租户经营水平策略 198
 - 六、 连锁品牌餐厅融入美食广场 199
 - 七、 五星级饭店美食入驻高档美食广场 199
 - 八、 最纯正地方小吃进美食广场 200
 - 第二节 餐饮美食广场环境设计策略 201

- 一、环境设计创新策略分析 201
- 二、环境体验设计策略分析 205
- 三、借鉴吧台模式设计策略 206
- 第三节 餐饮美食广场服务策略分析 207
 - 一、逼真的食物模型 207
 - 二、人性化服务策略分析 207
 - 三、体验营销服务策略 208
- 第四节 餐饮美食广场发展策略研究 209
 - 一、战略综合规划 209
 - 二、竞争战略规划 210
 - 三、品牌战略研究 211
 - 四、市场创新策略 212

部分图表目录：

- 图表 1 餐饮美食广场分类 15
- 图表 2 15项国内贸易行业标准编号、名称及实施日期情况 28
- 图表 3 2013-2016年中国国内生产总值及增长变化趋势图 38
- 图表 4 2012-2016年国内生产总值构成及增长速度统计 38
- 图表 5 2013-2016年规模以上工业增加值及增长速度趋势图 39
- 图表 6 2013-2016年中国全社会固定资产投资增长趋势图 41
- 图表 7 2013-2016年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图 42
- 图表 8 2016年中国主要消费品零售额及增长速度统计 42
- 图表 9 2013-2016年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图 43
- 图表 10 2013-2016年中国农村居民人均纯收入及增长趋势图 44
- 图表 11 2013-2016年中国人口总量增长趋势图 44
- 图表 12 2016年中国人口数量及其构成情况统计 45
- 图表 13 2013-2016年中国各级各类学校招生人数统计 46
- 图表 14 2012-2016年中国城镇化率变化趋势图 49
- 图表 15 2013-2016年中国行政区划统计 49
- 图表 16 中国分地区行政区划统计 50
- 图表 17 2013-2016年中国城市土地面积情况 51
- 图表 18 2013-2016年中国城市人口统计 51

图表 19 2013-2016年中国城市固定资产投资情况统计 52
图表 20 2013-2016年中国居民消费价格月度变化趋势图 53
图表 21 2013-2016年中国城镇居民家庭人均消费支出统计 54
图表 22 2013-2016年城镇居民家庭人均购买商品数量统计 54
图表 23 2013-2016年中国城镇居民外出用餐支出统计 55
图表 24 美食广场发展历程 59
图表 25 中国品牌餐饮美食广场分布图 59
图表 26 餐饮市场营销过程图 83
图表 27 2013-2016年中国百货店门店总数统计 90
图表 28 2013-2016年中国连锁百货业从业人员数量统计 91
图表 29 2013-2016年中国限额以上百货业主营业务收入统计 91
图表 30 2013-2016年中国限额以上百货业主要经营情况 92
更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/canyin/J68941JH0N.html>