

# 2019年中国智慧餐饮行业分析报告- 产业规模现状与发展规划趋势

报告大纲

观研报告网

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

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2019年中国智慧餐饮行业分析报告-产业规模现状与发展规划趋势》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/canyin/374910374910.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

自改革开放以来，中国餐饮业大致经历了四个发展阶段：改革开放起步阶段、数量型扩张阶段、规模连锁发展阶段和品牌提升战略阶段。经历 30 余年的发展与市场竞争，中国餐饮业发展已经进入了投资主体多元化、经营业态多样化、经营模式连锁化和行业发展产业化的新阶段，中国餐饮业的发展势头持续强劲，发展前景更加看好。

餐饮行业作为满足居民“衣食住行”四大基本生活需求之一的行业，规模庞大。国家统计局数据显示，2017年，全国餐饮收入达4.0万亿元，同比增长10.7%。但同时，餐饮行业又是一个很分散的行业，2016年餐饮行业从业人数达1846.0万人，餐饮百强企业营业收入仅占全国餐饮收入的6.1%。2017年限额以上餐饮企业占餐饮收入的比例仅24.6%，数量庞大的中小商家在餐饮行业中占据主导地位。

### 2013-2017年中国餐饮收入

数据来源：观研天下数据中心整理

与整个行业的稳步增长不同的是，餐饮企业的经营难度越来越大。北上广深四大城市每个月餐饮门店的倒闭率高达10%。一个餐饮门店的寿命长则3-4年，短则几个月就已经终结，高淘汰率成为餐饮行业的常态。2016年，全国餐饮百强企业的利润率仅4.70%，众多餐饮商家面临着房租高、人力成本高、食材成本高、毛利低的“三高一低”的困境，利润空间被不断压缩。

### 2016年餐饮百强企业成本费用情况

数据来源：观研天下数据中心整理

从奢侈品品牌、快时尚品牌、家居卖场到便利店，越来越多的品牌看到了餐饮这样一个高频刚需行业的吸引力，将餐饮与自身业务相结合，为消费者提供体验更丰富的产品与服务。新理念、新技术层出不穷，融合餐饮、零售等多业态模式于一体门店数量逐步增多，智能售饭机、无人餐厅开始进入大众视野。越来越多的跨界入局者和不断涌现的新型业态，加剧了餐饮行业的竞争。

2017年底，我国手机网民规模达7.5亿，占整体网民比例由2012年的75.0%提升至97.4%。移动设备的普及与移动技术的发展推动消费场景多元化，互联网得以渗透居民生活的每个角落，服务范围向更深更广阔扩散。越来越多的消费者习惯通过手机来满足日常生活中的各类需求，餐饮行业的线上化已是大势所趋。随着80、90后伴随着互联网成长起来的一代逐渐成为消费主力，消费者对于便捷性、个性化和品牌化要求进一步提升，对餐饮行业精细化、数据化运营能力的要求越来越高。

互联网浪潮的冲击下，餐饮行业的互联网化飞速发展。从最初的点评模式开始，团购、外卖等诸多模式不断涌现，当前，餐饮行业已成为本地生活服务行业中互联网化程度最高的行业之一，订外卖、在线预订、团购都已经成为消费者就餐的常规选择。2017年，中国餐饮O2O行业市场规模已达7799.6亿元，较去年同期增长87.0%，发展速度令人惊叹。

## 2013-2017年中国餐饮O2O市场规模

数据来源：观研天下数据中心整理

点评类网站的出现，是餐饮行业互联网化的起点，消费者通过餐厅的线上信息及评价，选择就餐地点，互联网成为商户实现口碑营销的重要渠道之一。第三方支付及移动互联网高速发展，团购与外卖迅速爆发，餐饮的交易与支付环节逐步线上化。这一阶段，商户与用户通过互联网平台开始实现浅层连接。随着互联网对餐饮产业链深入的连接与改造，线上线下一体化的新餐饮时代到来，餐饮行业逐步实现线上线下的双向融合。餐厅的功能及服务线上化，让消费者真正实现“来了就吃，吃完就走”。消费者全渠道的消费行为数据化，指导商户的经营与营销，全面提升商户效率。

线上线下一体化的新餐饮时代，最典型的特征是：模式化、品牌化、数据化、在线化与做外卖，其中最核心的就是数据化。开一个餐厅，最先要解决四个问题：在哪里开？开什么？怎么开？开多久？以往餐厅老板只能凭自己的经验进行粗略的选择。移动互联网的高速发展为餐饮大数据的收集提供了基础，餐饮的数据化时代已经到来。通过对消费者行为与餐厅经营数据进行分析，辅助餐厅进行经营决策，并实现精准营销。

餐饮行业的数字化时代到来，一方面互联网以及移动互联网的发展给餐饮企业的经营以及消费者的消费行为及态度带来了深刻变革。另一方面是由于用人成本不断攀升，餐饮企业对于提升管理效率、精细化管理的需求快速增加。餐饮老板年龄结构年轻化，在管理意识和经营理念上也发生了转变，并在餐厅的运营管理方面付诸实践。这些共同为智慧餐饮行业提供了坚实的生存土壤以及广阔的市场空间。在此背景下，利用新技术增强管理水平，优化成本结构，提升利润率成为众多商家的共同选择。

早期，互联网餐饮平台主要实现了餐饮商家的信息和交易的线上化，通过团购、外卖、预订、评价等功能，帮助商户进行线上营销与引流。这一阶段，互联网平台依赖C端的人口红利实现了爆发式的增长，但对餐饮行业的渗透仍停留在最末端的一层。随着移动互联网时代人口红利的消失，这种发展模式的增长空间已经十分有限。平台企业纷纷转战B端，驶入更加纵深化的发展道路，满足商家从IT系统、经营、金融到供应链的全方位需求，实现从上游到下游的产业互联网化。

智慧餐饮通过软硬件一体、云端结合的SaaS模式，为餐饮商家提供一体化解决方案。从产品功能来看，涵盖从点餐、收银、预订、排队到后厨管理、连锁管理及供应链管理等一系列餐饮服务工具，帮助商家提升效率，为用户提供更高效快捷的体验。同时，系统对接团购、外卖等多种线上平台，通过对全渠道全流程的数据分析，生成维度丰富的统计报表，餐厅经营状况一目了然。

随着非现金收银突飞猛进发展，微信、支付宝、银行卡多渠道收单已成为主流趋势，如何快速融合收银并方便对账是餐饮商家的核心痛点之一。同时，商家在收银、营销和门店管理方面也提出了更高的要求，希望知道每天来的顾客是谁，有什么喜好，如何触达，收单行业处于重新定义价值的时期，传统POS机只提供单一的收单功能，智能POS机通过与收

银系统结合，为餐厅用户数据与交易数据的分析奠定基础。不同于传统POS机仅支持银行卡刷卡等单一的付款方式，智能POS机聚合多种支付功能于一体，同时为商户提供店铺管理、会员管理、营销等多样化的增值服务。内置操作系统，可安装APP，商户可根据自己的需要扩充更多功能。

智慧餐饮服务不仅仅提高了门店点餐、收银的效率，更重要的是为餐厅的经营管理进行赋能。智慧餐饮系统打通了线上预订、排队、点菜、买单、储值、发票等多种功能，汇集了餐厅的经营数据、用户的消费数据以及营销活动的数据，餐厅管理者可以随时随地清晰地看到门店的客流量、翻台率等经营情况。通过消费者的行为和偏好进行分析，同时还能为餐厅选址、菜品的研发、定价等等一系列经营决策进行指导。

随着近些年人们对“云”的认知不断提升，餐饮SaaS越来越受到商户的接受和认可，从2014年开始，一大批参与者涌入智慧餐饮行业，全国服务商多达上千家。根据这些企业的背景与服务大致可将其分为四类：传统软件企业转型、SaaS化服务商、营销服务商以及互联网平台。不同参与者在资源、模式、产品等方面各有优劣。当前，智慧餐饮行业已逐步进入加速兼并整合的时期，一些企业开始通过兼并整合以实现优势互补：2016年神州商龙收购苏州志杰、哗啦啦与饮食通合并，2017年口碑控股辰森世纪。随着越来越多巨头的加入，行业领先者进一步扩张，行业集中度有望进一步集中。

智慧餐饮产品与传统软件的销售模式基本一致，大体可以分为直销与分销两种模式。目前市面上大多数智慧餐饮服务商会采取重点城市直销，其他城市分销的模式。直销模式由于跳过了中间环节，自有销售团队直接与餐饮商家接触，在贯彻企业文化和对产品理念的理解上显然能有更好的表现。但直销模式需要建立大规模的线下销售团队，成本高昂。尤其在餐饮这样一个淘汰率极高的行业，花很大成本获取的客户有可能第二年就死亡了。分销模式的优势在于能够有效降低销售成本，帮助企业短时间内迅速打开市场。但一方面SaaS化的智慧餐饮产品迭代速度快，产品复杂度不断提升，传统分销渠道人员对产品的理解程度存在不足，服务质量相对较差。另一方面，SaaS产品普遍定价不高，渠道商的获利空间有限，按月度、年度付费的租金方式导致回款周期延长，渠道商对分销SaaS产品的意愿不高。

目前来看，软硬件销售是智慧餐饮服务商会的主要收入来源。尽管各家企业都希望通过SaaS模式向商户按月收费，但受限于商户的付费意愿与激烈的市场竞争环境，仍有相当一部分企业仍采用的是一次性收费的模式。甚至有些企业为了迅速做大用户量，占领市场，采用产品完全免费或基础功能免费等形式进行推广。产品之外，一些品牌开始探索金融有关业务，但目前来看仍存在较大的风险或困难：1.支付宝、微信的交易佣金过度依赖支付宝及微信平台的政策；2.没有牌照的企业收单业务存在较大的政策风险；3.供应链金融方面，餐饮服务商会线下数据的积累还不够，银行等金融机构针对餐饮行业目前也没有特别成熟的产品，未来是否有足够大的发展空间还有待进一步探讨。（GYZPP）

观研天下发布的《2019年中国智慧餐饮行业分析报告-产业规模现状与发展规划趋势》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场

前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

## 【报告大纲】

### 第一章 2016-2018年中国智慧餐饮行业发展概述

#### 第一节 智慧餐饮行业发展情况概述

- 一、智慧餐饮行业相关定义
- 二、智慧餐饮行业基本情况介绍
- 三、智慧餐饮行业发展特点分析

#### 第二节 中国智慧餐饮行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、智慧餐饮行业产业链条分析
- 三、中国智慧餐饮行业产业链环节分析
  - 1、上游产业
  - 2、下游产业

#### 第三节 中国智慧餐饮行业生命周期分析

- 一、智慧餐饮行业生命周期理论概述
- 二、智慧餐饮行业所属的生命周期分析

#### 第四节 智慧餐饮行业经济指标分析

- 一、智慧餐饮行业的赢利性分析

## 二、智慧餐饮行业的经济周期分析

## 三、智慧餐饮行业附加值的提升空间分析

### 第五节 国中智慧餐饮行业进入壁垒分析

#### 一、智慧餐饮行业资金壁垒分析

#### 二、智慧餐饮行业技术壁垒分析

#### 三、智慧餐饮行业人才壁垒分析

#### 四、智慧餐饮行业品牌壁垒分析

#### 五、智慧餐饮行业其他壁垒分析

## 第二章 2016-2018年全球智慧餐饮行业市场发展现状分析

### 第一节 全球智慧餐饮行业发展历程回顾

### 第二节 全球智慧餐饮行业市场区域分布情况

### 第三节 亚洲智慧餐饮行业地区市场分析

#### 一、亚洲智慧餐饮行业市场现状分析

#### 二、亚洲智慧餐饮行业市场规模与市场需求分析

#### 三、亚洲智慧餐饮行业市场前景分析

### 第四节 北美智慧餐饮行业地区市场分析

#### 一、北美智慧餐饮行业市场现状分析

#### 二、北美智慧餐饮行业市场规模与市场需求分析

#### 三、北美智慧餐饮行业市场前景分析

### 第五节 欧盟智慧餐饮行业地区市场分析

#### 一、欧盟智慧餐饮行业市场现状分析

#### 二、欧盟智慧餐饮行业市场规模与市场需求分析

#### 三、欧盟智慧餐饮行业市场前景分析

### 第六节 2019-2025年世界智慧餐饮行业分布走势预测

### 第七节 2019-2025年全球智慧餐饮行业市场规模预测

## 第三章 中国智慧餐饮产业发展环境分析

### 第一节 我国宏观经济环境分析

#### 一、中国GDP增长情况分析

#### 二、工业经济发展形势分析

#### 三、社会固定资产投资分析

#### 四、全社会消费品智慧餐饮总额

#### 五、城乡居民收入增长分析

#### 六、居民消费价格变化分析

#### 七、对外贸易发展形势分析

### 第二节 中国智慧餐饮行业政策环境分析

## 一、行业监管体制现状

## 二、行业主要政策法规

### 第三节 中国智慧餐饮产业社会环境发展分析

#### 一、人口环境分析

#### 二、教育环境分析

#### 三、文化环境分析

#### 四、生态环境分析

#### 五、消费观念分析

### 第四章 中国智慧餐饮行业运行情况

#### 第一节 中国智慧餐饮行业发展状况情况介绍

##### 一、行业发展历程回顾

##### 二、行业创新情况分析

##### 三、行业发展特点分析

#### 第二节 中国智慧餐饮行业市场规模分析

#### 第三节 中国智慧餐饮行业供应情况分析

#### 第四节 中国智慧餐饮行业需求情况分析

#### 第五节 中国智慧餐饮行业供需平衡分析

#### 第六节 中国智慧餐饮行业发展趋势分析

### 第五章 中国智慧餐饮所属行业运行数据监测

#### 第一节 中国智慧餐饮所属行业总体规模分析

##### 一、企业数量结构分析

##### 二、行业资产规模分析

#### 第二节 中国智慧餐饮所属行业产销与费用分析

##### 一、流动资产

##### 二、销售收入分析

##### 三、负债分析

##### 四、利润规模分析

##### 五、产值分析

#### 第三节 中国智慧餐饮所属行业财务指标分析

##### 一、行业盈利能力分析

##### 二、行业偿债能力分析

##### 三、行业营运能力分析

##### 四、行业发展能力分析

### 第六章 2016-2018年中国智慧餐饮市场格局分析

#### 第一节 中国智慧餐饮行业竞争现状分析

- 一、中国智慧餐饮行业竞争情况分析
- 二、中国智慧餐饮行业主要品牌分析
- 第二节 中国智慧餐饮行业集中度分析
  - 一、中国智慧餐饮行业市场集中度分析
  - 二、中国智慧餐饮行业企业集中度分析
- 第三节 中国智慧餐饮行业存在的问题
- 第四节 中国智慧餐饮行业解决问题的策略分析
- 第五节 中国智慧餐饮行业竞争力分析
  - 一、生产要素
  - 二、需求条件
  - 三、支援与相关产业
  - 四、企业战略、结构与竞争状态
  - 五、政府的作用
- 第七章 2016-2018年中国智慧餐饮行业需求特点与价格走势分析
  - 第一节 中国智慧餐饮行业消费特点
  - 第二节 中国智慧餐饮行业消费偏好分析
    - 一、需求偏好
    - 二、价格偏好
    - 三、品牌偏好
    - 四、其他偏好
  - 第三节 智慧餐饮行业成本分析
  - 第四节 智慧餐饮行业价格影响因素分析
    - 一、供需因素
    - 二、成本因素
    - 三、渠道因素
    - 四、其他因素
  - 第五节 中国智慧餐饮行业价格现状分析
  - 第六节 中国智慧餐饮行业平均价格走势预测
    - 一、中国智慧餐饮行业价格影响因素
    - 二、中国智慧餐饮行业平均价格走势预测
    - 三、中国智慧餐饮行业平均价格增速预测
- 第八章 2016-2018年中国智慧餐饮行业区域市场现状分析
  - 第一节 中国智慧餐饮行业区域市场规模分布
  - 第二节 中国华东地智慧餐饮市场分析
    - 一、华东地区概述

## 二、华东地区经济环境分析

### 三、华东地区智慧餐饮市场规模分析

### 四、华东地区智慧餐饮市场规模预测

## 第三节 华中地区市场分析

### 一、华中地区概述

### 二、华中地区经济环境分析

### 三、华中地区智慧餐饮市场规模分析

### 四、华中地区智慧餐饮市场规模预测

## 第四节 华南地区市场分析

### 一、华南地区概述

### 二、华南地区经济环境分析

### 三、华南地区智慧餐饮市场规模分析

## 第九章 2016-2018年中国智慧餐饮行业竞争情况

### 第一节 中国智慧餐饮行业竞争结构分析（波特五力模型）

#### 一、现有企业间竞争

#### 二、潜在进入者分析

#### 三、替代品威胁分析

#### 四、供应商议价能力

#### 五、客户议价能力

### 第二节 中国智慧餐饮行业SWOT分析

#### 一、行业优势分析

#### 二、行业劣势分析

#### 三、行业机会分析

#### 四、行业威胁分析

### 第三节 中国智慧餐饮行业竞争环境分析（PEST）

#### 一、政策环境

#### 二、经济环境

#### 三、社会环境

#### 四、技术环境

## 第十章 智慧餐饮行业企业分析（随数据更新有调整）

### 第一节 企业

#### 一、企业概况

#### 二、主营产品

#### 三、运营情况

##### 1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

## 第五节 企业

### 一、企业概况

### 二、主营产品

### 三、运营情况

#### 1、主要经济指标情况

#### 2、企业盈利能力分析

#### 3、企业偿债能力分析

#### 4、企业运营能力分析

#### 5、企业成长能力分析

### 四、公司优劣势分析

## 第十一章 2019-2025年中国智慧餐饮行业发展前景分析与预测

### 第一节 中国智慧餐饮行业未来发展前景分析

#### 一、智慧餐饮行业国内投资环境分析

#### 二、中国智慧餐饮行业市场机会分析

#### 三、中国智慧餐饮行业投资增速预测

### 第二节 中国智慧餐饮行业未来发展趋势预测

### 第三节 中国智慧餐饮行业市场发展预测

#### 一、中国智慧餐饮行业市场规模预测

#### 二、中国智慧餐饮行业市场规模增速预测

#### 三、中国智慧餐饮行业产值规模预测

#### 四、中国智慧餐饮行业产值增速预测

#### 五、中国智慧餐饮行业供需情况预测

### 第四节 中国智慧餐饮行业盈利走势预测

#### 一、中国智慧餐饮行业毛利润同比增速预测

#### 二、中国智慧餐饮行业利润总额同比增速预测

## 第十二章 2019-2025年中国智慧餐饮行业投资风险与营销分析

### 第一节 智慧餐饮行业投资风险分析

#### 一、智慧餐饮行业政策风险分析

#### 二、智慧餐饮行业技术风险分析

#### 三、智慧餐饮行业竞争风险分析

#### 四、智慧餐饮行业其他风险分析

### 第二节 智慧餐饮行业企业经营发展分析及建议

#### 一、智慧餐饮行业经营模式

#### 二、智慧餐饮行业销售模式

#### 三、智慧餐饮行业创新方向

### 第三节 智慧餐饮行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

## 第十三章 2019-2025年中国智慧餐饮行业发展策略及投资建议

### 第一节 中国智慧餐饮行业品牌战略分析

- 一、智慧餐饮企业品牌的重要性
- 二、智慧餐饮企业实施品牌战略的意义
- 三、智慧餐饮企业品牌的现状分析
- 四、智慧餐饮企业的品牌战略
- 五、智慧餐饮品牌战略管理的策略

### 第二节 中国智慧餐饮行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

### 第三节 中国智慧餐饮行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

## 第十四章 2019-2025年中国智慧餐饮行业发展策略及投资建议

### 第一节 中国智慧餐饮行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

### 第二节 中国智慧餐饮行业定价策略分析

### 第三节 中国智慧餐饮行业营销渠道策略

- 一、智慧餐饮行业渠道选择策略
- 二、智慧餐饮行业营销策略

第四节中国智慧餐饮行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国智慧餐饮行业重点投资区域分析

二、中国智慧餐饮行业重点投资产品分析

图表详见正文 . . . . .

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/canyin/374910374910.html>