

2008年中国餐饮市场预测报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2008年中国餐饮市场预测报告》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/xiantiyongpin/2966629666.html>

报告价格：电子版: 6000元 纸介版：6500元 电子和纸介版: 7000

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

引言2006年，我国餐饮业市场活跃，继续呈现又好又快的稳步发展态势，餐饮消费实现历史性的跨越，全年零售额首次突破一万亿元大关，达到10345.5亿元，同比增长16.4%，比上年净增1458亿元，比同期社会消费品零售总额增速高出2.7个百分点，比GDP增速高出5.7个百分点，连续16年实现两位数高速增长，与改革开放初期的1978年相比增长了188倍。餐饮消费继续成为拉动消费需求快速增长的重要力量。强劲的餐饮消费，有力地拉动了经济增长。2006年，餐饮业的发展和繁荣为我国经济社会发展带来了巨大的经济效应、社会效应和产业效应，在拉动消费需求、构建和谐社会、增加税收、促进就业、解决农副产品“卖难”、促进国际交流与合作等方面发挥了重要作用。全年餐饮业零售额占社会消费品零售总额的比重为13.5%，对社会消费品零售总额增长的贡献率达到15.8%，拉动社会消费品零售总额增长2.2个百分点。全行业实现营业税收569亿元，比上年增长17.6%。新增就业与再就业岗位约200万个，其中吸纳了大量下岗职工、低学历人员和农村人口就业，是安置就业的重要渠道，有利于构建和谐社会，促进社会稳定。餐饮业是成长性巨大的朝阳产业，在继续全面落实科学发展观、加快构建和谐社会、实现经济社会又好又快发展的政策推动下，我国餐饮业将继续保持又好又快又稳的运行格局，并呈现新的四大发展趋势。今后一段时期我国餐饮业仍将保持较快的增长势头，对经济的拉动作用还会不断加大。根据餐饮业发展模式分析，预计2007年我国人均餐饮消费支出将达到915元，餐饮业市场运行将继续以17%左右的速度高速增长，全年零售额可望达到12100亿元。中国餐饮业大有可为，当前要抓住良好的发展契机，加强基础设施建设，完善服务功能，推动餐饮现代化，充分挖掘餐饮业的发展潜力，拓展市场空间，进一步做大做强中国餐饮业，为我国经济社会的全面发展做出更大的贡献！本报告依据国家统计局、发改委、国家经贸委、中国烹饪协会、中国消费者协会、中国旅游饭店业协会、全国商业信息中心、国民经济景气监测中心等提供的大量资料，对我国餐饮市场的发展环境、国际市场、运行状况、餐饮业态、竞争格局、重点企业、发展趋势及对策等进行了深入分析。是宾馆酒店、餐饮企业、经营餐饮的相关企业和单位及计划投资于餐饮经营的企业和个人等准确了解目前中国餐饮市场发展动态，把握餐饮行业消费现状与趋势，制定市场策略的必备的精品！

目录第一章 全球餐饮业分析第一节 美国现代餐饮业分析一、美国餐饮业发展概况二、美国餐饮业全球化扩张的特征分析三、美国休闲餐饮业发展分析四、美国餐饮业发展规模预测分析第二节 英国主题餐厅业分析一、基本行业现状二、影响因素分析第三节 日本餐饮业分析一、2006年日本餐饮业销售额分析二、日本餐饮外送市场三、日本快餐业巨头拓展海外市场第四节 匈牙利餐饮业市场分析一、匈牙利餐饮业的总体情况二、匈牙利餐饮业投资法律法规三、餐饮行业的专业工作技能许可和食品卫生与安全四、匈牙利的中餐馆发展情况第五节 马来西亚餐饮业市场分析第二章 中国餐饮业发展环境分析第一节 餐饮业经济环境分析一、2006年我国经济总体运行状况分析二、2007年上半年我国经济运行分析第二节 餐饮业政策环

境分析一、最新中国餐饮产业政策二、国家食品药品安全“十一五”规划的通知三、商务部七项措施推进我国餐饮业健康发展四、“节约型社会”与餐饮业第三节
餐饮业文化环境一、中国传统饮食文化二、中国饮食文化在世界的传播第四节 相关事件对我国餐饮业的影响分析一、WTO对我国餐饮业的影响二、奥运会给中国餐饮业带来的商机三、猪肉涨价影响对餐饮业的影响第三章 餐饮业相关行业分析第一节
2006年旅游业运行状况分析第二节 旅游业对餐饮业影响分析一、以旅游拉动餐饮消费二、以地方特色吸引消费者三、“文化之旅”促进餐饮消费第三节 中国酒店业发展分析第四章
2005-2007年中国餐饮业运行状况分析第一节2005-2006年我国餐饮业综合数据分析一、2005-2006年我国限额以上连锁餐饮企业数量及从业人员二、2005-2006年我国限额以上连锁餐饮企业资产规模分析三、2005-2006年我国限额以上连锁餐饮企业经营分析第二节
2006年我国餐饮业总体运行分析第三节 2006年全国重点餐饮企业经营情况分析一、重点企业发展加快，市场集中度进一步增强二、经营成本降低，规模优势凸显三、连锁发展成规模，融资并购呈亮点第四节 2007年餐饮市场分析一、2007年“五一 柳 滇 敲 过谏、2007年上半年餐饮业运行情况三、2007年“十一 柳 滇 攘 选 鑛舀 我国餐饮业发展现状分析一、科学化是21世纪餐饮业的主流二、不断优化企业的经营和管理三、21世纪饮食业的格局变化第六节 大众化餐饮发展现状分析一、大众化餐饮的界定二、我国大众化餐饮市场的发展现状三、我国大众化餐饮存在的问题四、促进大众化餐饮发展的政策建议第七节 餐饮业信息化发展分析一、餐饮类B2C左右为难二、网上订餐处于形成期第八节 餐饮企业发展误区分析一、凭感觉，忘战略二、重发展，忘基础三、拼装修，忘和谐四、扩规模，忘差异五、搞文化，忘定位六、崇时尚，忘实质七、卖主题，忘支撑八、讲宣传，忘统一九、信模式，忘落地十、顾学习，忘创新第九节 我国餐饮业发展与创新分析一、朝阳产业大有可为二、做好品牌与创新三、老字号要保护更要发展四、卫生管理水平须提升五、餐饮业也要追求时尚六、竞争来自于员工素质第五章 各类餐饮业态的发展第一节 中餐业一、中餐消费市场的特征二、中餐业谨慎扩张的反思三、中餐连锁经营问题分析四、中餐连锁分析五、中餐业的商机及潮流预测第二节 西餐业一、我国西餐业的基本情况及分析二、西餐市场的发展趋势三、西餐经营的未来方向第三节 快餐业一、我国快餐行业发展现状调查分析二、中式快餐的SWOT分析三、中式快餐的发展策略第四节
其他餐饮业态一、主题餐饮二、外卖餐饮三、流动饭店四、休闲餐饮五、超市餐饮第六章 中国餐饮企业连锁经营分析第一节 餐饮业的连锁经营准备分析一、管理：搭建平台解放领袖人物二、品牌：打造形象 缔造豪宅门匾三、文化：形成概念培养亲和理由四、经营：设计模式 制造克隆标板第二节 连锁餐饮企业薪酬体系变革一、案例背景与问题诊断二、基于顾客导向的薪酬体系设计三、连锁餐饮企业薪酬变革的几点思考第三节 餐饮业连锁经营的选址模式分析一、餐厅连锁经营选址中应考虑的因素二、连锁餐厅选址的原则三、连锁餐厅选址的模式和方法第四节 餐饮企业连锁经营成功性分析一、商圈的一般性原则二、餐饮业商圈的特殊性三、对国外餐饮巨头商圈策略的有益借鉴四、餐饮

连锁企业扩张过程中商圈状况分类与特征分析五、商圈内连锁餐饮企业如何获得单店的相对竞争优势第五节 餐饮连锁的问题及对策一、餐饮业连锁经营发展现状二、中式餐饮业出现的主要问题三、中式餐饮特许经营发展的对策和建议第六节 餐饮连锁的趋势与经验借鉴一、连锁经营将成为餐饮业主攻方向二、餐饮连锁业凸显第四方物流三、美国特许连锁经营的成功经验及启示第七章 重点城市餐饮市场分析第一节 北京一、2005-2006年北京餐饮市场规模二、2006年北京餐饮业运行情况三、北京餐饮发展特点四、北京餐饮终端操作分析五、北京奥运餐饮市场分析六、北京餐饮投资新热点七、进入北京餐饮市场的策略分析八、北京餐饮市场广告模式分析第二节 上海一、2005-2006年上海餐饮业市场规模二、2006-2007年上海餐饮业运行状况三、上海餐饮业发展的特点四、上海餐饮业市场发展分析五、上海高端餐饮消费分析六、上海餐饮业发展趋势和对策第三节 广州一、2006年广州餐饮业情况二、广州餐饮业量贩经营分析三、广州餐饮企业品牌打造分析第四节 重庆一、2005-2006年重庆餐饮业市场规模二、2006年重庆餐饮运行情况三、重庆餐饮业发展现状分析四、风险投资“相中”重庆餐饮业五、重庆餐饮业对外发展分析第五节 成都一、2006年四川省餐饮业运行情况二、2007年上半年成都餐饮业发展情况三、成都餐饮业的特色及发展四、成都餐饮业经营现状的调研分析五、成都餐饮业的竞争态势第六节 天津一、2005-2006年天津餐饮业市场规模二、2006年天津餐饮市场分析三、天津餐饮多元化竞争分析第七节 深圳一、2006年深圳餐饮市场分析二、深圳餐饮价格分析三、深圳餐饮市场热点分析第八节 武汉一、2006年武汉餐饮市场分析二、武汉24小时餐饮市场分析三、武汉餐饮业流行中西合璧四、武汉餐饮“大整合”分析第八章 餐饮业消费者分析第一节 餐饮市场定位的目标市场一、从地域角度寻找目标市场二、从年龄段寻找目标市场三、从收入和家庭因素寻找目标市场四、从消费性质和消费行为寻找目标市场第二节 餐饮消费者类型分析一、便利型消费者二、求廉型消费者三、享受型消费者四、求新型消费者五、健康型消费者六、信誉型消费者第三节 我国城乡居民食品消费结构分析第四节 中餐消费市场的发展分析一、市场竞争更激烈二、发展条件更优越三、经营特色不断突出四、营销观念不断加强五、现代化步伐不断加快六、科技含量增加七、市场空间不断延伸析第五节 不同类型餐饮消费趋势分析一、“上班一族”消费趋势分析二、“家庭”消费趋势分析三、“老板”消费趋势分析四、“情侣”消费趋势分析第六节 现代人饮食消费趋势分析第九章 餐饮业营销策略分析第一节 餐饮产品营销分析一、产品设计是多元组合要素二、营造自身的个性和特色三、系统论证产品创新方案四、产品设计和营销体系有机结合第二节 餐饮营销手段分析第三节 餐饮品牌营销现状分析一、过分迷信评选活动二、缺乏品牌营销意识三、品牌资产管理滞后四、忽略品牌建设的整体性五、缺乏文化内涵支持六、品牌推广力度不够七、品牌延伸误入陷阱八、商标注册意识淡薄第四节 整合营销传播在餐饮企业中的应用分析一、广告营销二、新闻营销三、人员推销四、菜单营销五、形象营销六、文化营销第五节 中国餐饮需要大营销一、中国餐饮六大病历及处方二、中国餐饮需要大营销三、大集团营销战略第六节 餐饮业营销的发展方向一、走优质高效的快餐化道路二、更加强调营销环境的情调、氛围三、生态农业、绿色食品、保健环境将更为入

们所重视四、重视个性化、特色化、形象化的服务五、重视人们的情感生活、社交活动等方面的需求六、新奇性和娱乐性七、重视顾客对信息的需求八、重视人们对文化知识的追求九、重视营销要素中的文化品味十、迎合都市时尚及其生活方式第十章

餐饮企业经营管理分析第一节 现代餐饮企业经营管理分析第二节 餐饮行业的店名特点研究一、分析方法二、对中餐馆名称的结构分析三、对中餐馆名称中行业标识词的分析四、对中餐馆名称中区别性名称的分析五、对于连锁餐饮店名称的分析第三节 餐饮企业基层员工激励一、餐饮企业基层员工特征二、餐饮企业基层员工特点三、餐饮企业基层员工重点激励因素四、对餐饮企业基层员工激励机制建议第四节 餐饮企业的CI管理第五节 现代企业经营管理新理念分析一、知识经济与“懒”管理二、知识经济与软管理三、知识经济与创新管理第十一章 餐饮业竞争格局分析第一节 传统餐饮文化与餐饮企业竞争战略分析一、我国传统餐饮文化的主要特点二、我国传统餐饮文化对餐饮企业的影响三、我国餐饮企业的竞争战略选择第二节 中国餐饮市场竞争态势与对策分析第三节 连锁餐饮企业的核心竞争力分析一、精心打造连锁餐饮企业的品牌分众力二、连锁餐饮企业用心打造门店的吸引力三、连锁餐饮企业倾力打造菜谱的静销力四、连锁餐饮企业全力打造服务员的推销力五、连锁餐饮企业群力打造美食的口碑力第四节 饭店餐饮面对市场竞争经营分析一、开发风味特色餐厅二、设置不同档次的餐厅三、注重培育餐饮品牌四、做好会议、婚宴和重要接待五、扩大经营范围六、特色和品牌菜七、减少能源消耗八、不断开发新产品九、走委托经营之路十、进行观念的转换第五节 餐饮业的竞争战略选择之顾客价值战略分析第六节 酒店餐饮经营竞争策略分析一、经营者必须要有竞争意识二、抓住顾客求新的消费心态第七节

餐饮企业的竞争战略定位一、差异化战略二、成本领先战略三、均衡战略第十二章

餐饮业领先企业分析第一节 百胜全球餐饮集团一、企业概况二、经营分析三、“肯德基”中国市场的营销策略四、麦当劳、肯德基营销策略比较分析五、肯德基的特许经营六、必胜客全球战略七、在华发展动态第二节 麦当劳一、企业概况二、经营分析三、麦当劳特许经营分析四、麦当劳独特的管理模式五、麦当劳得来速经营模式分析第三节

上海锦江国际酒店发展股份有限公司一、企业概况二、2006-2007年财务分析第四节 北京全聚德集团有限责任公司一、企业概况二、发展动态三、发展中的问题分析四、全聚德的品牌营销战略分析第五节

德克士食品开发有限公司一、企业概况二、发展现状分析三、品牌分析第六节

内蒙古小肥羊餐饮连锁有限公司一、企业概况二、小肥羊经营之道第七节 真功夫餐饮管理有限公司一、企业概况二、真功夫的经营之道三、“真功夫”的品牌分析四、“真功夫”的发展难题第八节 成都谭鱼头投资股份有限公司一、企业概况二、火锅经营之道第九节

重庆小天鹅投资控股（集团）有限公司第十节

西安饮食股份有限公司一、企业概况二、2006-2007年财务分析第十三章

餐饮业投资分析第一节 投资餐饮业要素分析第二节

投资餐饮业商铺选择分析一、规避政策风险二、硬件要“过硬”三、六大地段选址秘诀第三节

休闲餐饮投资分析第四节

社区餐饮投资分析一、大社区再现餐饮商机二、政府推连锁企业进驻第五节

清真食品市场投资分析第六节

传统餐饮业投资分析第十四章

餐饮行业发展趋势及预测分析第一节 国外餐饮业的发展趋势第二节 餐饮业发展趋势一、竞争局面激烈仍将维持二、大众化经营的市场空间不断延伸三、创新经营、品牌营销的力度加强四、传统餐饮向现代餐饮的转化加快五、管理与人才的作用更加突出六、连锁经营加速发展七、特色经营更加突出第三节 连锁餐饮发展趋势分析一、特许连锁与自由连锁有相互交融的趋势二、特许连锁店中直营店的数量增加三、连锁对象由单个店铺向区域性店铺发展四、区域性连锁有所发展五、餐饮连锁走向国际化第四节

餐饮业的“数字化”发展趋势一、餐饮信息化管理的优点二、餐饮信息化管理的趋势第五节

2008-2010年中国餐饮业发展预测图表目录图表1

2002-2006年国内生产总值及其增长速度图表2 2006年居民消费价格比上年涨跌幅度图表3

2005年限额以上连锁餐饮业集团（企业）数(按登记注册类型和业态分) 图表4

2006年限额以上连锁餐饮业集团（企业）数(按登记注册类型和业态分) 图表5

2005年各地区限额以上连锁餐饮业集团（企业）数（按业态分）图表6

2006年限额以上连锁餐饮企业(集团)数(按行业和业态分)图表7

2006年限额以上连锁餐饮企业(集团)数(按行业与登记注册类型分)图表8

2005-2006年限额以上连锁餐饮业基本情况图表9

2005-2006年限额以上连锁餐饮业情况（按登记注册类型分）图表10

2005-2006年限额以上连锁餐饮业情况（续25,按登记注册类型分）图表11

2005-2006年限额以上连锁餐饮业情况（按业态分）图表12

2005-2006年限额以上连锁餐饮业情况(按行业分)图表13

2005-2006年限额以上连锁餐饮业情况 续表28(按行业分)图表14

2005-2006年限额以上连锁餐饮业情况 续表29(按行业分)图表15

2005-2006年限额以上连锁餐饮业门店数（按地区与业态分）图表16

2005-2006年限额以上连锁餐饮业收入情况（按登记注册类型分）图表17

2005-2006年限额以上连锁餐饮业营业收入（按地区与业态分）图表18

2005-2006年限额以上连锁餐饮业餐费收入（按地区与业态分）图表19

2006年餐饮业企业景气指数图表20 2006年餐饮业月度零售额对比情况图表21

2006年各季度餐饮业零售额比重图表22 2006年东中西部地区餐饮业发展情况比较图表23

2000-2006年东中西部地区餐饮业增长率比较图表24

2006年主要省市餐饮业三项指标前十名排序图表25

2006年主要城市餐饮业三项指标前十名排序图表26

2004-2006年餐饮业结构变化情况图表27

1994-2007年度餐饮业零售额“跨千亿元台阶”情况图表28

- 2006年我国重点餐饮企业市场规模情况图表29
- 2006年前10家重点餐饮企业市场规模情况图表30 2006年重点餐饮企业业态分布情况图表31
- 2006年全国重点企业连锁门店分布情况图表32
- 2006年全国重点企业连锁各种门店分布比例图图表33
- 2007上半年我国住宿和餐饮零售额情况图表34
- 1978-2006年全国餐饮业零售额变化趋势图图表35
- 1999-2002年餐饮收入成本、成本额、食品成本率经营数据图表36
- 销售额统计中餐厅菜肴排名分析表图表37
- 2005-2006年北京限额以上连锁餐饮企业门店分布图表38
- 2006年北京市各类餐饮业法人企业数图表39
- 2006年北京市各类餐饮业法人企业营业额图表40
- 2006年北京市各类餐饮业法人企业占全市餐饮业零售额比例图图表41
- 2005-2006年上海限额以上连锁餐饮企业门店分布图表42
- 2007年上半年上海市完成商品销售总额情况 图表43
- 2005-2006年重庆限额以上连锁餐饮企业门店分布图表44
- 2005-2006年天津限额以上连锁餐饮企业门店分布图表45
- 2006年全国餐饮业城市零售额排名图表46 北京市海淀区中餐馆价位分布图图表47
- 北京市海淀区中餐馆名称的结构统计图表48
- 中餐馆三个档次使用行业标识词的情况（一）图表49
- 中餐馆三个档次使用行业标识词的情况（二）图表50
- 2007年第一财度百胜餐饮集团财务状况图表51
- 2007年第二财度百胜餐饮集团财务状况图表52
- 2007年第三财度百胜餐饮集团财务状况图表53 2004-2006年锦江股份成长性分析图表54
- 2004-2006年锦江股份经营能力分析图表55 2004-2006年锦江股份盈利能力分析图表56
- 2004-2006年锦江股份偿债能力分析图表57 2007年上半年锦江股份主营收入情况图表58
- 2007年上半年锦江股份净利润和基本每股收益情况图表59
- 2000-2010年德克士开店总数图表60 2004-2006年西安饮食成长性分析图表61
- 2004-2006年西安饮食经营能力分析图表62 2004-2006年西安饮食盈利分析图表63
- 2004-2006年西安饮食偿债能力分析图表64 2007年上半年西安饮食主营收入情况图表65
- 2007年上半年西安饮食净利润和基本每股收益情况

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/xiantiyongpin/2966629666.html>