

2008年中国餐饮市场分析及投资 前景预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2008年中国餐饮市场分析及投资前景预测报告》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.cction.com/report/200807/3507.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

第一章 全球化中的中国餐饮市场

第一节 世界主要国家餐饮市场

- 一、美国餐饮业
- 二、日本餐饮业
- 三、印度餐饮业
- 四、德国餐饮业
- 五、英国餐饮业
- 六、俄罗斯餐饮业
- 七、印尼餐饮业

第二节 我国餐饮市场在全球餐饮市场中的地位

- 一、中国餐饮地位分析
- 二、中国已经成为世界第五大收购国

第三节 全球餐饮业投资方向

- 一、全球十大饭店集团全部进入中国市场
- 二、全球最大餐饮供应商看好中国

第二章 中国餐饮业发展与现状

第一节 2007中国餐饮业发展分析

- 一、我国餐饮市场现状
- 二、2007年餐饮市场分析
- 三、餐饮业领先地区

第二节 2007年餐饮市场

- 一、2007年全国住宿与餐饮业零售额
- 二、“十一黄金周”对餐饮业的拉动
- 三、中国餐饮企业亟待解决的问题

第三节 餐饮连锁经营及其发展

- 一、我国餐饮连锁业现状
- 二、餐饮连锁经营分析
- 三、中式餐饮连锁发展格局
- 四、餐饮连锁发展动向

第四节 餐饮行业面临的机遇和挑战

一、面临的机遇

二、面临的挑战

第三章 各类餐饮业态的发展

第一节 快餐业

一、中国快餐业经营现状

二、中国快餐业发展形式

三、制约中国快餐业发展的因素

四、中西快餐业营养大战

五、中国快餐业发展迅速

第二节 酒（饭）店餐饮业

一、中国酒店餐饮业特点及形势

二、2007年中国饭店业餐饮

三、酒店餐饮人才现状堪忧

四、酒店餐饮业经营可持续发展

五、酒店餐饮业大众化经营分析

六、饭店餐饮业营销分析

第三节 其他新型餐饮业态

一、主题餐馆

二、外卖餐饮

三、流动餐厅

四、休闲餐饮

五、超市餐饮

六、航空餐饮

第四章 消费者分析

第一节 餐饮消费者类型分析

一、便利型消费者人均年消费1500元

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

第二节 餐饮消费者心理定势分析

第三节 城镇居民的食品消费结构

一、城镇居民食品消费结构分析

二、2007年城镇居民的食品消费

第四节 不同餐饮业态的消费特征

第五节 快餐的消费特点分析

一、快餐目标市场分析

二、快餐店消费心理特点

三、快餐消费频率分析

第六节 中国现代餐饮消费特点

第五章 餐饮市场调查

第一节 写字楼餐饮市场调查

第二节 奥美亚太区饮食消费调查

第六章 重点区域市场分析

第一节 北京餐饮市场

一、北京餐饮业的特点

二、餐饮文化品牌竞争

三、2007年北京餐饮业现状

四、北京餐饮业发展与趋势

五、北京未来奥运餐饮规划

六、北京餐饮业具有的优势

七、北京餐饮企业卫生分析

八、奥运给北京带来的机遇

第二节 上海餐饮市场

一、2007年上海餐饮业分析

二、上海洋中式快餐市场之争

三、上海餐饮业发展趋势预测

第三节 广州餐饮市场

一、广州市餐饮业发展回顾

二、2007年广州餐饮业分析

三、广州餐饮业发展特点

四、广州饮食业发展分析

第四节 重庆餐饮市场

一、近几年重庆餐饮业发展现状

二、2007年重庆市餐饮业发展状况

三、重庆市餐饮业新动向

四、重庆餐饮业发展

第五节 深圳餐饮市场

一、近年深圳餐饮市场动态

二、2007年深圳餐饮业市场现状

三、深圳餐饮消费特征分析

四、西式餐饮在深圳市场的地位分析

五、中式餐饮市场群雄并起

第六节 成都餐饮市场

一、2007年成都餐饮业分析

二、成都餐饮发展现状

三、成都餐饮业特色

四、成都餐饮发展趋势

第七章 中国餐饮市场竞争分析

第一节 中国餐饮市场竞争格局

一、餐饮企业组织形式

二、餐饮企业规模化竞争

三、地区性餐饮资源竞争

四、特色餐快餐竞争

五、餐饮企业竞争策略

第二节 中国餐饮市场竞争态势与对策

一、中国餐饮市场竞争态势四大变化

二、应对餐饮竞争举措

第三节 饭店餐饮市场竞争

一、开发风味特色餐厅

- 二、设置不同档次的餐
- 三、注重培育餐饮品牌
- 四、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、委托经营之路
- 十、观念的转换

第八章 主要餐饮企业分析

第一节 百胜全球餐饮集团

- 一、企业介绍
- 二、2007年企业经营状况报告
- 三、企业重点经营动向分析
- 四、发展策略
- 五、连锁经营之道

第二节 上海锦江国际酒店发展股份有限公司

- 一、企业介绍
- 二、2007年企业经营状况分析
- 三、2007年度企业经营态势

第三节 沈阳小土豆餐饮有限公司

- 一、近期企业经营态势
- 二、企业重点经营动向分析

第四节 北京全聚德集团有限责任公司

- 一、公司简介
- 二、2007年企业经营状况
- 三、企业重点经营动向分析
- 四、发展策略及实施效果

第五节 德克士食品开发有限公司

- 一、近年来企业经营状况回顾
- 二、企业重点经营动向分析

三、发展策略及实施效果

第六节 重点关注的其他餐饮企业

一、内蒙古小肥羊餐饮连锁有限公司

二、西安饮食服务集团

（一）公司简介

（二）2007年公司经营状况

三、麦当劳与肯德基的中国之争

第九章 餐饮企业战略规划及策略准备

第一节 策略准备

一、餐饮发展瓶颈及连锁路径的选择

二、市场评估

三、建立企业机制

第二节 餐饮企业战略规划

一、建立和维护品牌特色

二、餐饮竞争核心

三、保持餐饮业成长动力

第三节 餐饮企业发展策略

一、中小餐饮企业战略分析

二、餐饮业的发展策略

第十章 餐饮营销

第一节 餐饮产品营销

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是创新思想

第二节 餐饮营销手段及技巧

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、忽略品牌建设整体
- 五、缺乏文化内涵支持
- 六、品牌推广力度不够
- 七、个性化品牌才是王牌
- 八、品牌延伸误入陷阱
- 九、商标注册意识淡薄

第四节 餐饮业营销的十个发展方向

- 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
- 四、重视个性化、特色化、形象化的服务
- 五、重视情感生活和社交活动的需求
- 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

第五节 餐饮营销手段

- 一、广告营销
- 二、宣传营销
- 三、公关营销
- 四、菜单营销

第六节 餐饮营销成功要素

- 一、资深员工
- 二、信息收集
- 三、营销意识
- 四、个性服务
- 五、客室档案

第十一章 2008年餐饮业投资分析

第一节 2008年国民经济发展

第二节 2008年蔬菜市场形势分析

一、价格变化情况

二、我国蔬菜出口情况分析

第三节 餐饮业投资特点分析

第四节 中国餐饮投资分析

第十二章 餐饮业风险因素分析

第一节 餐饮业主要的经营风险因素

一、信息风险

二、财务风险

三、疫情风险

四、有形风险

五、无形风险

六、时间风险

七、空间风险

第二节 餐饮业保险

一、我国餐饮业保险概况

二、餐饮业保险的兴起

三、餐饮业保险“盲区”分析

四、华安保险“逆势”分析

五、餐饮保险的意义

第十三章 2009餐饮业的发展动态与趋势

第一节 新型餐饮业态研究

一、中外餐饮消费特点变化比较

二、国内新型餐饮业特点比较分析

第二节 中餐业发展潜力分析

一、中国餐饮业产业优势分析

二、餐饮行业的市场进入机会

三、中国餐饮行业的不足与面临的威胁

第三节 我国餐饮市场的发展趋势

第十四章 餐饮业发展预测

第一节 2008-2009年关键影响因素预测

一、宏观经济预期

二、粮油价格预期

三、旅游行业预期

第二节 餐饮业发展预测

一、我国餐饮业前景

二、2008年餐饮业预测

三、2008-2010年中国餐饮市场热点及特点

第三节 2010年中国餐饮零售额预测

第四节 餐饮消费趋势分析

一、餐饮业发展趋势

二、未来饮食消费趋势预测

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200807/3507.html>