

2023-2029年中国餐饮市场 深度评估与前景趋势报告

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

《2023-2029年中国餐饮市场深度评估与前景趋势报告》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/202307/384185.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

中企顾问网发布的《2023-2029年中国餐饮市场深度评估与前景趋势报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局市场服务行业的重要决策参考依据。

在一个供大于求的需求经济时代，企业成功的关键就在于，是否能够在需求尚未形成之时就牢牢地锁定并捕捉到它。那些成功的公司往往都会倾尽毕生的精力及资源搜寻产业的当前需求、潜在需求以及新的需求!

随着餐饮行业竞争的不断加剧，大型餐饮企业间并购整合与资本运作日趋频繁，国内优秀的餐饮企业愈来愈重视对行业市场的研究，特别是对企业发展环境和客户需求趋势变化的深入研究。正因为如此，一大批国内优秀的餐饮品牌迅速崛起，逐渐成为餐饮行业中的翘楚!

本报告利用产业研究院长期对餐饮行业市场跟踪搜集的一手市场数据，全面而准确地为您从行业的整体高度来架构分析体系。报告主要分析了国际餐饮行业发展现状;中国餐饮行业发展现状;中国正餐、快餐、火锅、休闲、团餐等细分餐饮市场发展状况;中国重点城市餐饮行业发展状况;餐饮行业互联网转型升级现状与未来趋势;国内外知名餐饮企业经营情况;餐饮行业未来的发展趋势与预测;同时，佐之以全行业近年来全面详实的一手连续性市场数据，让您全面、准确地把握整个餐饮行业的市场走向和发展趋势。

报告目录：

第1章：国际餐饮业发展状况分析

1.1 国际餐饮业发展概况

1.1.1 国际餐饮业发展特征

1.1.2 国际餐饮业市场规模

(1) 国际餐饮市场情况

(2) 全球餐饮业业态分布

(3) 全球餐饮品牌分析

1.1.3 国际餐饮业先进经营模式

(1) 麦当劳本土化创新模式

(2) 肯德基“CHAMPS”冠军计划——肯德基全球推广的标准化服务方案

1.2 中餐业在国际市场的发展

1.2.1 中餐业进入国际市场的方式介绍

1.2.2 中餐业进入国际市场的模式选择

(1) 契约进入模式

(2) 投资进入模式

(3) 网络进入模式

1.2.3 中餐业在国际市场的发展

(1) 美国中餐业发展分析

(2) 欧洲中餐业发展分析

(3) 亚洲中餐业发展分析

1.3 国际餐饮业发展趋势分析

第2章：中国餐饮行业发展状况分析

2.1 中国餐饮行业发展状况分析

2.1.1 中国餐饮行业发展历程

2.1.2 中国餐饮业发展状况分析

(1) 中国餐饮业发展规模

(2) 中国餐饮业发展特点

(3) 中国餐饮业面临问题

(4) 中国餐饮业发展建议

2.1.3 中国餐饮业行业竞争状况分析

(1) 国内餐饮行业竞争格局分析

(2) 国内餐饮产业集中度分析

(3) 餐饮企业核心竞争力分析

2.1.4 跨国餐饮企业在华投资状况分析

(1) 跨国餐饮企业在华投资布局

(2) 跨国餐饮企业在华竞争策略

2.2 中国餐饮行业整体经营情况

2.2.1 餐饮行业百强企业营业规模分析

2.2.2 餐饮行业企业地理分布分析

2.2.3 餐饮行业业态分布分析

2.2.4 餐饮行业企业门店数量分析

2.2.5 餐饮行业连锁化程度分析

(1) 直营店数量

(2) 加盟店数量

2.3 节假日中国餐饮市场发展分析

2.3.1 春节餐饮市场分析

- (1) 商品消费更重品质
- (2) 餐饮消费更显年味
- (3) 体验消费更受青睐
- (4) 生活必需品市场运行平稳

2.3.2 “五一”节餐饮市场分析

- (1) 大众餐饮成消费主流，风味仍为首选
- (2) 打折促销线上线下双管齐下见成效
- (3) 商场购物中心餐饮受欢迎

2.3.3 中秋国庆节餐饮市场分析

2.4 中国餐饮O2O市场发展分析

2.4.1 我国餐饮O2O概述

2.4.2 我国餐饮O2O用户规模

2.4.3 我国餐饮O2O应用市场规模

2.4.4 我国餐饮O2O发展趋势

- (1) 对线下业务的覆盖宽度和深度不断增加
- (2) 餐饮行业趋于专业化，行业集中度提高
- (3) 移动端将成为餐饮行业O2O的最重要发展方向
- (4) 餐饮后端服务成O2O重点

2.4.5 中国餐饮O2O模式应用标杆企业案例分析

- (1) 咖啡巨头——星巴克
- (2) 火锅传奇——海底捞

2.4.6 我国餐饮O2O商业模式分析

- (1) 在线下单，线下消费
- (2) 以菜谱建立社区，锁定目标用户，引导用户完成线上下单的交易闭环
- (3) 外卖O2O模式

2.4.7 我国餐饮O2O投资机会

第3章：中国餐饮行业细分市场发展分析

3.1 中国餐饮业经营业态格局

3.2 中国正餐市场发展分析

3.2.1 中国正餐市场发展概况

3.2.2 中国正餐市场发展特征

3.2.3 中国正餐市场品牌格局

3.2.4 中国正餐市场消费需求

3.2.5 中国正餐市场发展趋势

3.2.6 中国正餐市场发展前景

3.3 中国快餐市场发展分析

3.3.1 中国快餐市场发展概况

3.3.2 中国快餐市场发展特征

3.3.3 西式快餐市场发展分析

(1) 西式快餐发展概况

(2) 西式快餐市场竞争情况

(3) 西式快餐在中国的竞争优势

(4) 西式快餐竞争策略分析

3.3.4 中式快餐市场发展分析

(1) 中式快餐市场发展概况

(2) 中式快餐企业经营模式

(3) 中式快餐市场竞争格局

(4) 中式快餐SWOT分析

(5) 中式快餐竞争策略分析

3.3.5 快餐市场发展趋势及前景

(1) 快餐市场发展趋势分析

(2) 快餐市场发展前景预测

3.4 火锅市场发展分析

3.4.1 火锅市场发展现状

(1) 经营分类细化，特点各有所长

(2) 火锅市场持续升温

3.4.2 火锅企业主要经营模式

3.4.3 火锅市场竞争格局

3.4.4 火锅企业物流配送现状

3.4.5 火锅市场亟待解决问题与对策

(1) 人力资源建设是企业发展的瓶颈

- (2) 连锁总部职责不明确，盲目扩张势头依然存在
- (3) 一味模仿使创新能力不足
- (4) 人员整体素质相对较低

3.4.6 解决行业薄弱环节的对策建议

- (1) 加强企业人力资源建设与开发
- (2) 加强连锁总部建设，统一发展规划
- (3) 原料创新、菜品创新、技术创新
- (4) 加强对从业人员的培训和对员工的关爱
- (5) 加强行业标准建设，完善火锅产业科学发展体系
- (6) 响应国家政策，争做大众化餐饮的中坚力量
- (7) 加强行业自律，高度重视食品安全
- (8) 倡导绿色环保，走可持续发展之路

3.4.7 火锅市场发展趋势及前景分析

- (1) 火锅市场发展趋势分析
- (2) 火锅市场前景预测

3.5 休闲餐饮市场发展分析

3.5.1 休闲餐饮的概念界定

3.5.2 中国休闲餐饮市场发展现状

3.5.3 中国休闲餐饮市场竞争格局

3.5.4 中国休闲餐饮市场前景

3.6 团餐市场发展分析

3.6.1 团餐的概念界定

3.6.2 中国团餐发展阶段

3.6.3 中国团餐市场结构

3.6.4 中国团餐市场规模

3.6.5 中国团餐市场品牌格局

3.6.6 中国团餐市场亟待解决问题

- (1) 中国团餐行业收入水平和标准化程度较低，与国外同行相比差距较大
- (2) 团餐经营场所分散，规模优势形成遇阻
- (3) 采购及人力成本高企

3.6.7 中国团餐市场前景

第4章：中国餐饮行业重点区域市场分析

4.1 中国餐饮行业区域发展总况

4.1.1 各省市餐饮收入排行

4.1.2 “丝绸之路”主要省市餐饮收入排行

4.1.3 “海上丝绸之路”主要省市餐饮收入排行

4.1.4 “京津冀”主要省市餐饮收入排行

4.1.5 “长江经济带”主要省市餐饮收入排行

4.2 北部地区餐饮市场分析

4.2.1 北京餐饮市场发展分析

(1) 北京餐饮业相关政策规划

(2) 北京餐饮市场消费特征

(3) 北京餐饮市场规模分析

(4) 北京餐饮业市场竞争现状

(5) 北京餐饮业发展前景预测

4.2.2 天津餐饮市场发展分析

(1) 天津餐饮业相关政策规划

(2) 天津餐饮市场消费特征

(3) 天津餐饮业市场规模

(4) 天津餐饮业市场竞争现状

(5) 天津餐饮业发展前景预测

4.3 东部地区餐饮市场分析

4.3.1 上海餐饮市场发展分析

(1) 上海餐饮业相关政策规划

(2) 上海餐饮市场消费特征

(3) 上海餐饮市场规模

(4) 上海餐饮业市场竞争现状

(5) 上海餐饮业发展趋势

4.3.2 苏州餐饮市场发展分析

(1) 苏州餐饮业相关政策规划

(2) 苏州餐饮市场消费特征

(3) 苏州餐饮业市场规模

(4) 苏州餐饮业市场竞争现状

(5) 苏州餐饮业发展趋势

4.3.3 杭州餐饮市场发展分析

- (1) 杭州餐饮业相关政策规划
- (2) 杭州餐饮市场消费特征
- (3) 杭州餐饮业市场规模
- (4) 杭州餐饮业市场竞争现状
- (5) 杭州餐饮业发展趋势

4.3.4 南京餐饮市场发展分析

- (1) 南京餐饮业相关政策规划
- (2) 南京餐饮市场消费特征
- (3) 南京餐饮业市场规模
- (4) 南京餐饮业市场竞争现状
- (5) 南京餐饮业发展趋势

4.3.5 福州餐饮市场发展分析

- (1) 福州餐饮业相关政策规划
- (2) 福州餐饮市场消费特征
- (3) 福州餐饮业市场规模
- (4) 福州餐饮业市场竞争现状
- (5) 福州餐饮业发展趋势

4.4 西部地区餐饮市场分析

4.4.1 重庆餐饮市场发展分析

- (1) 重庆餐饮业相关政策规划
- (2) 重庆餐饮市场消费特征分析
- (3) 重庆餐饮业市场规模
- (4) 重庆餐饮业市场竞争现状
- (5) 重庆餐饮业发展前景预测

4.4.2 西安餐饮市场发展分析

- (1) 西安餐饮业相关政策规划
- (2) 西安餐饮市场消费特征
- (3) 西安餐饮业市场规模
- (4) 西安餐饮业市场竞争现状
- (5) 西安餐饮业发展趋势

4.5 中部地区餐饮市场分析

4.5.1 武汉餐饮市场发展分析

- (1) 武汉餐饮业相关政策规划
- (2) 武汉餐饮市场消费特征
- (3) 武汉餐饮业市场规模
- (4) 武汉餐饮业市场竞争现状
- (5) 武汉餐饮业发展前景预测

4.5.2 长沙餐饮市场发展分析

- (1) 长沙餐饮业相关政策规划
- (2) 长沙餐饮市场消费特征
- (3) 长沙餐饮业市场规模
- (4) 长沙餐饮业市场竞争现状
- (5) 长沙餐饮业发展趋势

第5章：中国餐饮行业互联网转型升级分析

5.1 餐饮行业采购互联网化分析

5.1.1 餐饮行业采购互联网化发展概述

5.1.2 餐饮行业采购互联网化发展路径

- (1) 第三方互联网平台的建设
- (2) 农村物联网体系的全面建设
- (3) 供货商转变观念、创新思维

5.1.3 餐饮行业采购互联网化成本分析

- (1) 减少流通环节、降低采购成本
- (2) 加大前期投入，完善物联网体系建设

5.1.4 餐饮食材互联网采购平台典型案例

- (1) 美菜网
- (2) 链农
- (3) 菜筐子

5.1.5 餐饮行业采购互联网化发展趋势

5.2 餐饮行业管理与营销互联网化分析

5.2.1 餐饮管理与营销互联网化发展概述

- (1) 从产业形态看
- (2) 从结构形态看

5.2.2 餐饮管理与营销互联网化发展路径

- (1) 食品安全第一，服务至上
- (2) 挖掘传统美食、传统小吃，提档升级
- (3) 餐厅重视餐饮管理信息化

5.2.3 餐饮管理与营销互联网化成本分析

- (1) 经营模式转变，人工成本增加
- (2) 餐厅的采购成本降低
- (3) 提升服务，降低宣传成本

5.2.4 餐饮管理软件平台竞争格局分析

5.2.5 餐饮管理营销软件平台典型案例

- (1) 餐饮管理软件典型案例
- (2) 餐饮新媒体平台典型案例

5.2.6 餐饮管理与营销互联网化发展前景与趋势预测

- (1) 餐饮管理与营销互联网发展前景预测
- (2) 餐饮管理与营销互联网发展趋势预测

5.3 餐饮行业外卖O2O市场发展分析

5.3.1 外卖O2O市场订单市场规模分析

5.3.2 外卖O2O市场在线订餐用户规模分析

5.3.3 外卖O2O市场竞争格局分析

- (1) 在线外卖平台竞争格局
- (2) 在线外卖区域竞争格局

5.3.4 外卖O2O运营模式分析

- (1) 餐户自建自营模式
- (2) 第三方轻平台模式
- (3) 第三方重平台模式
- (4) 第三方轻重结合平台模式

5.3.5 餐饮企业加入外卖O2O平台运营成本分析

- (1) 商家经营成本
- (2) 物流配送成本
- (3) 包装成本增加
- (4) 平台抽成费用

5.3.6 外卖O2O平台典型案例分析

- (1) 美团外卖

(2) 饿了么

5.3.7 外卖O2O市场发展趋势

第6章：国内外知名餐饮企业经营情况分析

6.1 西式快餐企业经营情况分析

6.1.1 百胜中国经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营规模分析

(3) 企业经营模式分析

(4) 企业营销策略分析

(5) 企业市场网络分析

(6) 企业经营状况优劣势分析

(7) 企业投资兼并与重组分析

(8) 企业最新发展动向分析

6.1.2 麦当劳公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营规模分析

(3) 企业经营模式分析

(4) 企业营销策略分析

(5) 企业经营状况优劣势分析

(6) 企业最新发展动向分析

6.1.3 德克士经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营规模分析

(3) 企业经营模式分析

(4) 企业营销策略分析

(5) 企业经营状况优劣势分析

(6) 企业最新发展动向分析

6.2 中国特色酒楼经营情况分析

6.2.1 中国全聚德（集团）股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业营销策略分析
- (8) 企业经营状况优劣势分析

6.2.2 西安饮食股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业营销策略分析
- (8) 企业经营状况优劣势分析

6.2.3 重庆陶然居饮食文化（集团）股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营规模分析
- (3) 企业业务结构分析
- (4) 企业营销策略分析
- (5) 企业经营状况优劣势分析

6.2.4 国际天食集团

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业分析
- (4) 企业经营状况优劣势分析
- (5) 企业投资兼并与重组分析
- (6) 企业最新发展动向分析

第7章：中国餐饮行业发展趋势与投资预测

7.1 中国餐饮行业发展趋势

7.1.1 中国餐饮行业发展趋势分析

- (1) 线上线下融合创新，数据指导未来发展
- (2) 品牌化、小面积化是餐饮未来发展第一共同特征

(3) 供应链能力正成为餐饮企业的核心能力

(4) 餐饮零售化

(5) 多场景化多模式运作

7.1.2 中国餐饮行业发展前景预测

7.2 餐饮行业资本市场运作分析

7.2.1 餐饮业资本市场主要运作模式分析

(1) 上市融资

(2) 风险资本的引入

7.2.2 资本运作模式比较

(1) 企业上市融资利弊分析

(2) 企业引入风险资本的利弊分析

7.2.3 餐饮业资本市场运作模式成功案例分析

7.2.4 餐饮业A股上市情况分析

(1) 餐饮企业上市动向

(2) A股上市失败案例

(3) 餐企A股上市困境原因分析

7.3 中国餐饮行业投资机会与建议

7.3.1 餐饮行业投资现状分析

(1) 餐饮业投资概况

(2) 餐饮业投资事件汇总

7.3.2 餐饮行业投资机会分析

(1) 绿色餐厅

(2) 火锅品类

(3) 婚庆市场

(4) 老字号餐饮

7.3.3 餐饮行业主要投资建议

(1) 餐饮行业产品投资建议

(2) 餐饮行业投资区域建议

(3) 餐饮行业运营管理建议

7.3.4 餐饮企业发展方向分析

(1) 潜心专业，转型升级

(2) 多样发展，专注业态

图表目录

图表1：国际餐饮业发展特征

图表2：2014-2021年全球主要国家与地区市场营收情况（单位：亿美元）

图表3：2021年全球领先餐厅品牌价值（单位：百万美元）

图表4：2021年全球市值百亿美元以上餐饮企业经营情况

图表5：中国餐饮业发展历程

图表6：2013-2021年中国餐饮收入情况（单位：亿元，%）

图表7：2016-2021年中国餐饮业和社会零售总额增速对比（单位：%）

图表8：2014-2021年中国餐饮行业业态分布（单位：%）

图表9：2021年餐饮业业态分布（单位：%）

图表10：2017-2021年中国在线外卖行业交易规模（单位：%）

图表11：2021年中国主要餐饮上市企业营收情况（单位：亿元）

图表12：2021年中国主要餐饮上市企业门店数量及变化（单位：家）

图表13：2014-2021年中国餐饮百强企业营业收入占比变化（单位：%）

图表14：2021年餐饮行业前100企业名单

图表15：2014-2021年中国餐饮百强企业营业收入及增长情况（单位：亿元，%）

图表16：2021年餐饮行业企业门店布局情况（单位：%）

图表17：2021年中国参与调研企业餐饮业态分布（单位：%）

图表18：2021年餐饮行业调研企业门店数量变动情况

图表19：2016-2021年国内餐饮行业门店数量（单位：万家，%）

图表20：调查企业直营店数量分布（单位：%）

图表21：调查企业加盟店数量分布（单位：%）

图表22：2016-2021年春节黄金周全国零售和餐饮企业销售额及增幅（单位：亿元，%）

图表23：2015-2021年国庆黄金周全国零售和餐饮企业销售额及增幅（单位：亿元，%）

图表24：中国餐饮行业O2O产业链

图表25：2014-2021年中国餐饮行业O2O在线订餐用户规模（单位：亿人）

图表26：2012-2022年中国餐饮行业O2O市场规模及预测（单位：亿元，%）

图表27：2016-2021年财年星巴克经营情况（单位：百万美元）

图表28：2021年中国正餐前30强

图表29：中国主要正餐企业品牌及主打菜式

图表30：中国正餐推荐菜Top10

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202307/384185.html>