

2023-2029年中国餐饮市场 深度评估与投资战略报告

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投资战略报告》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/202302/338262.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投资战略报告》共二十二章。首先介绍了餐饮行业市场发展环境、餐饮整体运行态势等，接着分析了餐饮行业市场运行的现状，然后介绍了餐饮市场竞争格局。随后，报告对餐饮做了重点企业经营状况分析，最后分析了餐饮行业发展趋势与投资预测。您若想对餐饮产业有个系统的了解或者想投资餐饮行业，本报告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：

第一章餐饮业概述

第一节餐饮业的定义及分类

一、餐饮业的定义

二、国内餐饮行业的分类

第二节餐饮行业特点分析

一、餐饮业的特性

（一）餐饮业生命周期

（二）餐饮业要素密集性

（三）餐饮业经营风险

二、现代餐饮业的特征

三、餐饮业的行业壁垒

四、餐饮业发展驱动因素

第三节餐饮业市场细分及作用

一、餐饮业的市場细分

二、餐饮业的經濟地位

三、餐饮业的社會意义

四、餐饮业的成本核算

第四节餐饮消费者分析

- 一、餐饮消费者种类分析
- 二、餐饮消费者心理效应解析
- 三、餐饮消费者发展趋势分析
- 四、餐饮业的消费方式和现代化趋向

第五节 餐饮连锁业简述

- 一、餐饮业连锁经营的本质
- 二、餐饮业连锁经营三类形式及特点
 - (一) 直营连锁 (Regular)
 - (二) 特许连锁 (Franchise)
 - (三) 自由连锁 (Voluntary)
- 三、我国餐饮业连锁经营现状

第二章 餐饮行业发展环境分析

第一节 行业政治法律环境分析 (P)

- 一、行业政策环境分析
 - (一) 行业管理体制分析
 - (二) 行业主要法律法规
 - (三) 餐饮食品安全相关政策综述
- 二、行业主要政策动向
 - (一) 刷卡费率结构性调整
 - (二) 餐饮业受限制三公消费影响进入调整期
- 三、行业发展规划解析

第二节 行业经济环境分析 (E)

- 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、全社会消费品零售总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析

第三节 行业社会环境分析 (S)

- 一、行业社会环境分析
 - (一) 人口环境分析

(二) 旅游发展情况分析

(三) 行业面临的食品安全问题

二、行业文化环境分析

(一) 中国传统饮食文化

(二) 中国饮食文化与历史

(三) 中国饮食文化在国外传播

(四) 中西方饮食文化分析差异

第四节 行业技术环境分析 (T)

一、餐饮业技术现状及趋势

二、餐饮信息技术潜力无限

三、即将革新餐饮业的五项前沿科技

第三章 全球餐饮行业发展分析

第一节 国际餐饮业发展概况

一、国际餐饮业发展历程

二、国际餐饮业市场竞争格局

三、国际餐饮业先进经营模式

第二节 跨国餐饮企业在华投资分析

一、跨国餐饮企业大量入华的原因

二、跨国餐饮行业存在的经营困境

三、跨国餐饮企业经营本土化策略

第三节 部分重点国家餐饮业发展分析

一、美国餐饮行业发展分析

二、法国餐饮行业发展分析

三、日本餐饮行业发展分析

四、韩国餐饮行业发展分析

第四节 中餐业在国际市场的发展

一、中餐业进入国际市场的方式

二、中餐业进入国际市场的模式选择

(一) 契约进入模式

(二) 投资进入模式

(三) 网络进入模式

三、中餐业在国际市场的发展

(一) 美国中餐业发展分析

(二) 欧洲中餐业发展分析

(三) 俄罗斯中餐业发展分析

第四章中国餐饮行业发展分析

第一节我国餐饮行业发展现状

一、中国餐饮行业发展历程

二、中国餐饮行业发展现状

三、餐饮行业消费市场现状

四、餐饮市场消费层次分析

第二节我国餐饮行业发展状况

一、2022年中国餐饮业发展环境

二、2022年中国餐饮业发展规模

三、2022年中国餐饮业发展特点

四、2022年节假日餐饮市场分析

(一) 春节

(二) 情人节

(三) 清明节

(四) 五一劳动节

(五) 中秋节

第三节中国餐饮行业信息化分析

一、餐饮信息化管理内容与作用

二、餐饮连锁企业信息化的现状

三、餐饮连锁信息化问题与挑战

四、餐饮连锁业信息化策略分析

第四节餐饮业存在问题及对策

一、中国餐饮业发展面临的问题

(一) 餐饮结构失衡

(二) 缺乏有竞争力的国际品牌

(三) 从业人员素质不高

(四) 政策待遇明显不公

(五) 行业法规、标准建设滞后，资质认证失序

二、促进餐饮产业健康发展的策略

(一) 将发展我国餐饮业提高到战略高度考虑

(二) 优先发展大众化餐饮

(三) 培养符合产业发展需要的高素质人才

(四) 建立再就业培训基金

三、中国餐饮业发展趋势分析

第五章中国餐饮所属行业整体运行分析

第一节餐饮所属行业基本情况分析

一、全国餐饮所属行业企业单位数

二、全国餐饮所属行业从业人数

第二节餐饮所属行业经营情况分析

一、全国餐饮所属行业企业营业额

二、全国餐饮所属行业企业餐费收入

第三节餐饮所属行业资产负债情况分析

一、全国餐饮所属行业企业资产总计

二、全国餐饮所属行业企业负债合计

三、全国餐饮所属行业企业所有者权

第四节餐饮所属行业效益情况分析

一、全国餐饮所属行业企业主营业务收入

二、全国餐饮所属行业企业主营业务成本

三、全国餐饮所属行业企业主营业务税金及附加

四、全国餐饮所属行业企业主营业务利润

第六章2022年中国连锁餐饮业运行分析

第一节连锁餐饮企业基本情况

一、连锁餐饮企业总店数

二、连锁餐饮企业门店总数

三、连锁餐饮企业从业人数

四、连锁餐饮企业餐饮营业面积

第二节连锁餐饮企业基本情况（分地区）

- 一、各地区连锁餐饮企业总店数
- 二、各地区连锁餐饮企业门店总数
- 三、各地区连锁餐饮企业从业人数
- 四、各地区连锁餐饮企业餐饮营业面积

第三节 连锁餐饮企业经营情况

- 一、营业额
- 二、餐位数
- 三、商品购进总额
- 四、统一配送商品购进额

第四节 各地区连锁餐饮企业经营情况

- 一、各地区连锁餐饮企业营业额
- 二、各地区连锁餐饮企业餐位数
- 三、各地区连锁餐饮企业商品购进总额
- 四、各地区连锁餐饮企业统一配送商品购进额

第七章 2022年中国餐饮市场运营状况分析

第一节 2022年中国餐饮市场回顾

- 一、2022年中国餐饮业发展状况
- 二、2022年中国餐饮行业发展结构
- 三、2022年中国餐饮行业发展特点

第二节 中国餐饮行业分析

- 一、我国餐饮市场转型显成效
- 二、2022年中国餐饮业发展现状
- 三、2022年中国餐饮业发展趋势

第三节 中国餐饮百强企业发展情况

- 一、中国餐饮百强企业情况分析
- 二、中国餐饮收入地区分布分析
- 三、餐饮百强企业营业收入分析
- 四、餐饮百强企业发展特点

第八章 2022年中国餐饮消费市场分析

第一节 餐饮行业产品目标客户群体调查

- 一、不同收入水平消费者偏好调查
- 二、不同年龄段的消费者偏好调查
- 三、消费者不同消费心理偏好调查

第二节 餐饮市场消费需求分析

- 一、餐饮行业的需求情况分析
- 二、餐饮市场的消费需求变化

第三节 餐饮消费市场状况分析

- 一、消费者餐饮消费行为分析
- 二、消费者餐饮消费决策分析
- 三、餐饮消费的市场变化分析
- 四、餐饮市场的消费趋势分析

第四节 餐饮行业消费者品牌偏好分析

- 一、消费者对产品品牌偏好分析
- 二、消费者对环境品牌偏好分析
- 三、消费者对服务品牌偏好分析
- 四、消费者对品牌形象偏好分析
- 五、消费者品牌偏好的特性分析

第九章 2022年中国餐饮行业消费形态分析

第一节 消费水平分析

- 一、餐饮业人均消费情况分析
- 二、中国人均餐饮消费水平分析
- 三、餐饮业人均消费水平地区分析

第二节 消费结构分析

- 一、全国居民家庭消费结构
- 二、消费者餐饮需求分析
- 三、不同餐饮业态的消费特征

第三节 消费行为分析

- 一、餐饮消费者心理分析
- 二、消费者餐饮决策分析
- 三、餐饮消费行为分析

(一) 消费者研究要解决的问题

(二) 影响餐饮消费者行为的主要因素

(三) 餐饮消费行为的决策过程

第四节 餐饮消费者满意度分析

一、调查样本说明

二、消费者餐饮消费基本情况

(一) 消费者餐饮消费频率

(二) 消费者餐厅选择的关注因素

三、餐饮消费满意度情况

(一) 总体满意度情况

(二) 餐饮消费满意度指标的评价对比

(三) 餐饮消费满意度指标的评价对比

四、消费者维权意识及企业危机处理能力

(一) 餐饮消费中投诉与维权

(二) 餐饮企业公关及危机处理

第十章 餐饮业营销策略分析

第一节 餐饮经营热点市场

一、婚宴餐饮

二、寿宴餐饮

三、商务餐饮

四、商场餐饮

第二节 餐饮特许经营分析

一、中国餐饮业特许经营概述

二、中国餐饮业特许经营发展概况

三、餐饮业特许经营规模发展SWOT分析

(一) 特许餐饮业规模发展的优势分析

(二) 特许餐饮业规模发展的劣势分析

(三) 特许餐饮业规模发展的机会分析

(四) 特许餐饮业规模发展的威胁分析

四、餐饮特许经营管理的SPA疗法

第三节 餐饮业营销分析

一、未来餐饮营销的发展趋势

二、不同规模的餐饮企业选择的连锁方式

(一) 小型餐饮企业连锁路径选择

(二) 中等餐饮企业连锁路径分析

(三) 大型餐饮企业特许加盟连锁

三、中国餐饮的特色营销方式

四、餐饮业微博营销分析

五、餐饮业微信营销分析

第四节餐饮企业经营策略

一、餐饮经营策略概述

二、餐饮企业的经营对策

三、餐饮经营技术水平

四、餐饮企业做大的经营技巧

第五节餐饮团购营销策略分析

一、餐饮团购发展现状

二、餐饮团购存在的问题

三、餐饮团购的发展策略

四、团购网站助推餐饮业增值

五、团购结合移动互联网势不可挡

六、餐饮业根据消费者“团购”习惯创新营销模式

第十一章餐饮业细分市场分析

第一节餐饮业不同业态市场分析

一、旅游饭店业

二、餐厅业

(一) 中餐厅

(二) 西餐厅

三、自助餐和快餐业

(一) 自助餐

(二) 快餐业

四、冷饮业

五、大众餐馆类

六、主题类餐饮

七、餐饮娱乐相结合的娱乐类餐饮

八、餐饮街

第二节西餐业市场分析

一、国外各类西餐的特色

二、中国西餐发展历程

三、中国西餐市场现状

四、西餐菜品原料在中国的变化

(一) 传统西餐常用原料

(二) 西餐原料的应用

(三) 西餐菜品的变化

五、未来西餐在中国的发展趋势

第三节快餐业市场分析

一、快餐业市场发展的现状

二、西式快餐的市场情况

(一) 肯德基

(二) 必胜客

(三) 麦当劳

三、中国快餐连锁业发展走势

第四节中式快餐市场分析

一、中式快餐的发展概述

二、中式快餐的发展态势分析

三、中式快餐的优劣势分析

四、中式快餐发展情况

(一) 真功夫

(二) 面点王

五、制约中式快餐发展的瓶颈

六、中式快餐发展策略分析

第五节中国餐饮行业不同菜系市场分析

一、中国主要菜系及文化简介

二、中国鲁菜系发展状况分析

(一) 鲁菜系的发展现状分析

(二) 鲁菜产业的问题与对策

- (三) 鲁菜产业发展应对策略
- (四) 鲁菜产业发展前景展望
- 三、中国粤菜系发展状况分析
 - (一) 粤菜发展现状分析
 - (二) 粤菜发展风味特色
 - (三) 粤菜发展制约瓶颈
 - (四) 粤菜发展创新策略
 - (五) 粤菜发展战略分析
- 四、中国川菜系发展状况分析
 - (一) 川菜发展现状分析
 - (二) 川菜的类别及特色
 - (三) 川菜企业营销策略
 - (四) 电商对川菜的影响
 - (五) 川菜品牌定位策略
- 五、中国湘菜系发展状况分析
- 六、中国闽菜系发展状况分析
- 七、中国浙菜系发展状况分析
- 八、中国苏菜系发展状况分析
- 九、中国徽菜系发展状况分析

第十二章 餐饮企业连锁经营分析

第一节 餐饮业连锁经营的选址模式剖析

- 一、根据经验选址的技巧
- 二、根据地段选址的技巧
- 三、根据区域选址的技巧

第二节 各类型连锁餐饮企业分析

- 一、内资连锁餐饮企业经营分析
- 二、民营连锁餐饮企业经营分析
- 三、外资连锁餐饮企业经营分析
- 四、港澳台连锁餐饮的经营分析

第三节 餐饮连锁经营的商圈及相关理论

- 一、商圈的一般性原则与特点

二、国外餐饮巨头商圈策略借鉴

三、商圈状况分类与特征

四、商圈内连锁餐饮企业竞争策略

第四节餐饮企业跨区域连锁经营分析

一、餐厅的定位

二、跨区域扩张策略

三、有效管理措施

第五节餐饮连锁市场品牌及营销策略

一、打好连锁经营的基础，做好单店经营

二、消费者购买决策理论

三、合理的市场定位

四、源头采购管理

五、厨房管理

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、美国特许连锁经营的成功经验及启示

三、中国连锁经营发展的四大趋势

四、“十四五”时期给餐饮连锁经营带来政治机遇

第十三章酒店餐饮业概述

第一节酒店餐饮业发展状况分析

一、酒店市场发展规模

二、酒店餐饮业现状

三、酒店餐饮业经营规模

第二节酒店餐饮业个性化服务的体现形式分析

一、准备有特色的餐厅及餐位

二、提供个性化的菜单

三、风格独特的儿童自助餐

四、提供扣人心弦的情感服务

第三节星级酒店餐饮经营分析

一、星级酒店经营餐饮的SWOT分析

二、星级酒店餐饮业经营现状分析

三、星级酒店餐饮业经营策略分析

第四节酒店餐饮业经营策略

- 一、增加餐饮文化内涵，提高饭店餐饮品位
- 二、建立复合式多角经营方式，挖掘经营渠道
- 三、注重酒店餐饮经营的社会效益
- 四、加强员工个性化服务意识
- 五、完善餐厅服务设施设备

第十四章中国餐饮连锁行业分析

第一节中国餐饮连锁行业发展概况

- 一、餐饮业与连锁经营适配性
- 二、连锁餐饮发展的优势分析
- 三、连锁餐饮发展现状及特点
- 四、餐饮企业连锁经营管理规范

第二节餐饮连锁业物流分析

- 一、餐饮连锁业已显现出第四方物流
- 二、餐饮连锁业物流的需求特点分析
- 三、餐饮连锁业物流运输成本架构
- 四、降低餐饮连锁业物流成本的途径

第三节餐饮连锁行业面临的问题及对策

- 一、连锁餐饮存在的问题分析
- 二、连锁餐饮发展方向与重点
- 三、连锁餐饮发展的对策建议

第四节餐饮连锁细分市场分析

- 一、中餐连锁业发展概况
- 二、连锁快餐业分析
- 三、其它餐饮连锁业分析

第五节餐饮连锁业的经营管理

- 一、中式快餐连锁的营销对策
 - (一) 走品牌化经营之路
 - (二) 建立全新的服务理念
 - (三) 市场细分，清晰定位目标消费群体

二、餐饮连锁业的选址模式剖析

- (一) 餐厅连锁经营选址中应当考虑的因素
- (二) 连锁餐厅选址应遵循的基本原则
- (三) 六大地段选址方法

三、餐饮连锁经营的商圈分析

- (一) 限制餐饮店商圈的因素
- (二) 肯德基商圈策略的借鉴
- (三) 餐饮连锁企业扩张过程情况分析

四、连锁餐饮业顾客关系管理研究

- (一) 顾客关系管理概念
- (二) 客户关系管理的意义
- (三) 顾客需求信息的管理
- (四) 顾客关系管理的对策建议

五、连锁餐饮企业外卖服务模式案例分析

- (一) 麦当劳麦乐送业务供应链流程解析
- (二) 嘉和一品外卖业务供应链流程解析
- (三) 连锁餐饮企业外卖服务面临的难点及挑战

第六节 餐饮连锁信息化分析

一、餐饮业的信息化

- (一) 移动互联网变革餐饮业
- (二) 餐饮业采购进入电子商务时代
- (三) 餐饮企业信息化平台的选择
- (四) 信息化对餐饮企业的回报
- (五) 餐饮信息化管理的趋势

二、餐饮连锁信息化模式分析

- (一) 汇总连锁模式
- (二) 经营数据连锁模式
- (三) 供应链级SCM连锁模式
- (四) 智能决策级连锁模式

三、“互联网+”餐饮业发展状况分析

- (一) “互联网+”餐饮产业链分析
- (二) 在线订餐市场规模

(三) 在线订餐用户规模

(四) “互联网+”餐饮发展趋势分析

第十五章 中国餐饮行业区域市场分析

第一节 华北地区餐饮市场分析

第二节 华东地区餐饮市场分析

第三节 华南地区餐饮市场分析

第四节 华中地区餐饮市场分析

第五节 东北地区餐饮市场分析

第六节 西南地区餐饮市场

第十六章 餐饮行业竞争格局分析

第一节 中国餐饮行业国际竞争布局

一、中国餐饮产业国际竞争力现状

(一) 美国的中餐业

(二) 欧洲等国的中餐业

(三) 亚洲的中餐业

二、中国餐饮业国际竞争力的优势

三、中国餐饮行业国际竞争力的战略

(一) 挖掘竞争优势，加大宣传力度，树立良好形象

(二) 加强科技创新，开展连锁经营，推动规模扩张

(三) 加强人才培养，实现要素优化，加强国际化步伐

(四) 推进清洁生产，倡导适度消费，促进可持续发展

第二节 中国餐饮业行业总体竞争状况分析

一、国内餐饮行业竞争分析

(一) 餐饮行业竞争分析

(二) 餐饮行业五力模型分析

(三) 餐饮行业SWOT模型分析

二、国内餐饮行业竞争格局分析

三、国内餐饮企业品牌竞争现状

四、餐饮企业核心竞争力分析

五、国内餐饮产业集中度分析

(一) 餐饮市场集中度分析

(二) 餐饮企业集中度分析

(三) 餐饮区域集中度分析

第三节 中国餐饮行业并购重组分析

一、餐饮企业兼并与收购成本分析

二、中国餐饮行业企业并购重组情况

三、企业盈利能力趋于低位，市场格局变化多元

第四节 中国餐饮企业应对竞争的策略

一、中国餐饮企业存在问题分析

二、中国餐饮业竞争策略的改变

三、中国餐饮行业提升竞争力战略

第五节 餐饮业未来竞争的定位

一、控制餐饮业供应链下游

二、以用户为方向创造价值

三、政策和观念的转变

第十七章 餐饮重点企业发展分析

第一节 快餐送餐企业分析

一、百胜

(一) 企业发展基本情况

(二) 企业经营状况分析

(三) 企业营销体系分析

(四) 企业竞争优势分析

(五) 企业发展战略分析

二、肯德基

(一) 企业发展基本情况

(二) 企业经营状况分析

(三) 企业营销体系分析

(四) 企业竞争优势分析

(五) 企业发展战略分析

三、麦当劳

(一) 企业发展基本情况

- (二) 企业经营状况分析
- (三) 企业营销体系分析
- (四) 企业竞争优势分析
- (五) 企业发展战略分析

四、棒约翰

- (一) 企业发展基本情况
- (二) 企业经营状况分析
- (三) 企业营销体系分析
- (四) 企业竞争优势分析
- (五) 企业发展战略分析

五、吉野家

- (一) 企业发展基本情况
- (二) 企业经营状况分析
- (三) 企业营销体系分析
- (四) 企业竞争优势分析
- (五) 企业发展战略分析

六、快乐蜂

- (一) 企业发展基本情况
- (二) 企业经营状况分析
- (三) 企业营销体系分析
- (四) 企业竞争优势分析
- (五) 企业发展战略分析

七、汉堡王

- (一) 企业发展基本情况
- (二) 企业经营状况分析
- (三) 企业营销体系分析
- (四) 企业竞争优势分析
- (五) 企业发展战略分析

八、味千(中国)控股有限公司

- (一) 企业发展基本情况
- (二) 企业经营状况分析
- (三) 企业营销体系分析

(四) 企业竞争优势分析

(五) 企业发展战略分析

九、广州九毛九餐饮连锁股份有限公司

(一) 企业发展基本情况

(二) 企业经营状况分析

(三) 企业营销体系分析

(四) 企业竞争优势分析

(五) 企业发展战略分析

十、新疆紫罗兰餐饮管理股份有限公司

(一) 企业发展基本情况

(二) 企业经营状况分析

(三) 企业营销体系分析

(四) 企业竞争优势分析

(五) 企业发展战略分析

第二节 餐馆酒楼企业分析

一、国际天食集团有限公司(原小南国餐饮控股有限公司)

(一) 企业发展基本情况

(二) 企业主要产品分析

(三) 企业竞争优势分析

(四) 企业最新动态分析

二、中国全聚德(集团)股份有限公司

(一) 企业发展基本情况

(二) 企业主要产品分析

(三) 企业竞争优势分析

(四) 企业最新动态分析

三、富临集团控股有限公司

(一) 企业发展基本情况

(二) 企业主要产品分析

(三) 企业竞争优势分析

(四) 企业最新动态分析

四、丰收日(集团)股份有限公司

(一) 企业发展基本情况

(二) 企业主要产品分析

(三) 企业竞争优势分析

(四) 企业最新动态分析

五、西安饮食股份有限公司

(一) 企业发展基本情况

(二) 企业主要产品分析

(三) 企业竞争优势分析

(四) 企业最新动态分析

六、广州酒家集团股份有限公司

(一) 企业发展基本情况

(二) 企业主要产品分析

(三) 企业竞争优势分析

(四) 企业最新动态分析

七、同庆楼餐饮股份有限公司

(一) 企业发展基本情况

(二) 企业主要产品分析

(三) 企业竞争优势分析

(四) 企业最新动态分析

八、唐宫(中国)控股有限公司

(一) 企业发展基本情况

(二) 企业主要产品分析

(三) 企业竞争优势分析

(四) 企业最新动态分析

九、重庆陶然居饮食文化集团

(一) 企业发展基本情况

(二) 企业主要产品分析

(三) 企业竞争优势分析

(四) 企业最新动态分析

第三节 火锅连锁企业分析

一、武汉红鼎豆捞餐饮股份有限公司

(一) 企业发展基本情况

(二) 企业主要产品分析

(三) 企业竞争优势分析

(四) 企业最新动态分析

二、呷哺呷哺餐饮管理(中国)控股有限公司

(一) 企业发展基本情况

(二) 企业主要产品分析

(三) 企业竞争优势分析

(四) 企业最新动态分析

三、四川海底捞餐饮股份有限公司

(一) 企业发展基本情况

(二) 企业主要产品分析

(三) 企业竞争优势分析

(四) 企业最新动态分析

四、北京黄记煌餐饮管理有限责任公司

(一) 企业发展基本情况

(二) 企业主要产品分析

(三) 企业竞争优势分析

(四) 企业最新动态分析

五、重庆德庄实业(集团)有限公司

(一) 企业发展基本情况

(二) 企业主要产品分析

(三) 企业竞争优势分析

(四) 企业最新动态分析

六、重庆刘一手餐饮管理有限公司

(一) 企业发展基本情况

(二) 企业主要产品分析

(三) 企业竞争优势分析

(四) 企业最新动态分析

七、浙江凯旋门澳门豆捞控股集团有限公司

(一) 企业发展基本情况

(二) 企业主要产品分析

(三) 企业竞争优势分析

(四) 企业最新动态分析

第四节其他业态企业分析

一、星巴克

- (一) 企业发展基本情况
- (二) 企业主要产品分析
- (三) 企业竞争优势分析
- (四) 企业最新动态分析

二、浙江向阳渔港集团股份有限公司

- (一) 企业发展基本情况
- (二) 企业主要产品分析
- (三) 企业竞争优势分析
- (四) 企业最新动态分析

三、天津顶新国际集团

- (一) 企业发展基本情况
- (二) 企业主要产品分析
- (三) 企业竞争优势分析
- (四) 企业最新动态分析

四、深圳面点王饮食连锁有限公司

- (一) 企业发展基本情况
- (二) 企业主要产品分析
- (三) 企业竞争优势分析
- (四) 企业最新动态分析

五、乌鲁木齐市苏氏企业发展有限公司

- (一) 企业发展基本情况
- (二) 企业主要产品分析
- (三) 企业竞争优势分析
- (四) 企业最新动态分析

六、马兰拉面连锁有限责任公司

- (一) 企业发展基本情况
- (二) 企业主要产品分析
- (三) 企业竞争优势分析
- (四) 企业最新动态分析

七、狗不理集团股份有限公司

(一) 企业发展基本情况

(二) 企业主要产品分析

(三) 企业竞争优势分析

(四) 企业最新动态分析

八、济南东方豪客餐饮管理有限公司

(一) 企业发展基本情况

(二) 企业主要产品分析

(三) 企业竞争优势分析

(四) 企业最新动态分析

九、江苏水天堂餐饮管理有限公司

(一) 企业发展基本情况

(二) 企业主要产品分析

(三) 企业竞争优势分析

(四) 企业最新动态分析

十、深圳市嘉旺餐饮连锁有限公司

(一) 企业发展基本情况

(二) 企业主要产品分析

(三) 企业竞争优势分析

(四) 企业最新动态分析

第十八章 餐饮行业发展趋势预测

第一节 中国餐饮市场趋势分析

一、2022年我国餐饮市场趋势总结

二、我国餐饮发展趋势分析

三、餐饮产品价格分析

第二节 2023-2029年餐饮行业发展前景分析

一、2023-2029年餐饮市场消费预测

(一) “十四五”餐饮消费前景预测

(二) 餐饮市场需求变化趋势分析

二、餐饮行业发展趋势展望

三、未来餐饮业的发展格局分析

第三节 2023-2029年中国餐饮业总体趋势预测

- 一、中国餐饮业未来发展趋势预测
- 二、餐饮业或迎IPO潮
- 三、农餐对接成我国餐饮业发展趋势
- 四、2023-2029年中国餐饮业发展走向

- (一) 多元化发展
- (二) 绿色餐饮业
- (三) 特色餐饮
- (四) 连锁经营发展

第四节2023-2029年中国餐饮行业规模预测

- 一、2023-2029年中国餐饮行业规模预测
- 二、2023-2029年连锁餐饮市场前景预测分析

第五节2023-2029年餐饮行业规划建议

- 一、餐饮业“十四五”规划预测
- 二、2023-2029年餐饮行业规划建议

第十九章餐饮业转型升级发展形势预测

第一节餐饮业转型升级发展形势分析

- 一、我国餐饮行业经济转型升级的必要性
 - (一) 2022年餐饮行业亟需转型
 - (二) 餐饮产业的科技创新和转型升级是必然选择
- 二、我国餐饮行业经济转型升级环境分析
 - (一) 我国加快推动餐饮转型升级
 - (二) 新一轮经济刺激政策出台对餐饮业的影响
 - (三) “十四五”餐饮业将把产品升级放在首位

第二节餐饮行业转型升级发展趋势预测

- 一、指导思想和目标
 - (一) 指导思想
 - (二) 主要目标
- 二、重点领域和任务
 - (一) 提高餐饮规范化水平
 - (二) 优化餐饮业发展结构
 - (三) 推动餐饮规模化发展

- (四) 实施早餐示范工程
- (五) 大力发展节约型餐饮
- (六) 回收利用餐厨垃圾
- (七) 加强饮食安全工作
- (八) 提升餐饮品牌化水平
- (九) 积极推动中华餐饮文化“走出去”

三、政策措施

- (一) 加强法规制度建设
- (二) 营造餐饮业良好发展环境
- (三) 加大投入支持力度
- (四) 充分发挥协会作用
- (五) 完善行业统计体系
- (六) 加强诚信体系建设

第三节 餐饮企业转型观点分析

- 一、转型升级迫在眉睫
- 二、产业化是餐饮业必由之路
- 三、必须打好文化这张牌

第二十章 餐饮业投资机会分析

第一节 餐饮行业投资特性分析

- 一、餐饮业行业周期性
- 二、餐饮业壁垒分析
 - (一) 技术与市场壁垒
 - (二) 人才和管理壁垒
 - (三) 资金壁垒
- 三、餐饮业发展新格局分析
- 四、餐饮业赢利模式分析
- 五、餐饮业投资的八个优势

第二节 2022年餐饮业投资现状分析

- 一、餐饮行业投资现状
 - (一) 我国餐饮业面临的机遇分析
 - (二) 我国餐饮业发展的挑战分析

(三) 餐饮业的上、下游情况分析

二、餐饮行业投资案例分析

(一) 梅花天使创投投资董火锅案例

(二) LV投资中餐翡翠餐饮案例

(三) 天图资本木屋烧烤案例

(四) 麦顿投资小南国餐饮案例

(五) 鼎晖创投投资俏江南案例

(六) 联想控股投资酒便利案例

(七) 竞技创投投资小恒水饺案例

三、餐饮行业投资规模情况

第三节2023-2029年餐饮行业投资机会分析

一、中国餐饮市场投资机会分析

二、连锁餐饮市场投资潜力分析

三、餐饮细分市场投资机会分析

(一) 中国火锅企业投资机会

(二) 西式正餐企业投资机会

(三) 中国中餐企业投资机会

(四) 休闲餐饮企业投资机会

四、2023-2029年连锁餐饮投资环境分析

(一) “十四五”时期宏观经济形势预测

(二) 扩大内需将为餐饮业带来新空间

(三) 服务业发展为餐饮业带来新机遇

(四) 经济全球化为餐饮业带来新生机

五、未来餐饮行业发展前景分析

(一) 推动餐饮业快速发展的几大因素

(二) 餐饮市场发展前景分析

(三) 我国餐饮市场蕴藏的商机

第二十一章餐饮业投资风险预警

第一节影响餐饮行业发展的主要因素

一、影响餐饮行业运行的有利因素

二、影响餐饮行业运行的稳定因素

三、影响餐饮行业运行的不利因素

四、关联行业对餐饮业发展影响分析

(一) 旅游业对餐饮业发展影响分析

(二) 酒店业对餐饮业发展影响分析

(三) 会展业对餐饮业发展影响分析

(四) 商业地产对餐饮业发展影响分析

五、上游行业对餐饮业发展影响分析

(一) 调味品行业对餐饮业发展影响分析

(二) 畜牧业对餐饮业发展影响分析

(三) 农作物种植业对餐饮业发展影响分析

第二节 餐饮行业投资风险分析

一、餐饮行业市场竞争风险

二、餐饮行业选址风险

三、餐饮行业宏观经济风险

四、餐饮行业市场竞争风险

五、餐饮业食品安全管理风险

六、餐饮行业其他风险

七、风险应对策略

(一) 规避风险

(二) 降低风险

(三) 分担风险

(四) 接受风险

第二十二章 餐饮业投资策略建议

第一节 餐饮行业投资建议分析

一、国内餐饮投资选址建议分析

二、餐饮企业的风投与上市策略

三、餐饮行业投资经营策略分析

第二节 餐饮业投资策略

一、餐饮业投资策略

(一) 投资餐饮业需做足竞争的准备

(二) 餐饮投资技巧

（三）餐饮需抓好的四个关键

二、餐饮细分行业投资策略

第三节投资建议

一、餐馆酒楼投资建议

二、快餐送餐投资建议

三、火锅投资建议

四、西餐投资建议

五、休闲餐饮投资建议

六、其他类型餐饮业投资建议

（一）小区餐饮店

（二）加盟店餐饮

部分图表目录；

图表：国内餐饮业分类示意图

图表：中国餐饮业发展驱动因素构成图

图表：中国政府相关部门餐饮行业政策一览表

图表：2018-2022年中国国内生产总值及增长速度

图表：2018-2022年中国工业增加值及增长速度

图表：2018-2022年中国固定资产投资及增长速度

图表：2018-2022年中国社会消费品零售总额

图表：2018-2022年中国居民人均可支配收入及增长速度

图表：2018-2022年中国人口总量趋势图

图表：2022年中国人口数及构成情况

图表：2018-2022年中国国内旅游情况统计

图表：中国八大菜系分布图

图表：全球主要餐饮集团市场份额

图表：2022年餐饮收入统计

图表：2018-2022年中国餐饮收入统计

图表：2018-2022年全国春节期间销售额统计

图表：2018-2022年中国连锁餐饮企业总店数统计

图表：2018-2022年中国连锁餐饮企业门店总数统计

图表：2018-2022年中国连锁餐饮企业从业人员统计

图表：2018-2022年中国连锁餐饮企业餐饮营业面积统计

图表：中国各省市连锁餐饮企业总店数统计

图表：中国各省市连锁餐饮企业门店总数统计

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202302/338262.html>