

2020-2026年中国团膳行业 发展趋势与行业竞争对手分析报告

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

《2020-2026年中国团膳行业发展趋势与行业竞争对手分析报告》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/202001/147904.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

2016年我国团膳市场规模达到9925亿元，从细分品类来看，受饮食习惯、烹饪方式、价位水平等诸多因素的影响，目前国内以中式团膳为主，2016年年我国中式团膳消费市场规模为8605亿元，占比为86.7%；西式团膳市场份额为1320亿元，占比为13.3%。 2015-2019年我国西式团膳市场规模走势图 资料来源：中企顾问网研究中心整理

中企顾问网研究中心发布的《2020-2026年中国团膳行业发展趋势与行业竞争对手分析报告》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研究分析。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，具有重要的参考价值！

中企顾问网研究中心是国内权威的市场调查、行业分析专家，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。

报告目录：

第一部分 行业发展现状 1

第一章 团膳行业概述 1

第一节 餐饮业的介绍 1

一、餐饮业的定义 1

二、餐饮业的分类 1

三、餐饮消费的六种类型 2

四、餐饮业的经济地位和作用 3

第二节 团膳业的概述 4

一、团膳的定义 4

二、团膳简单分类 4

三、团膳业的特点 4

四、团膳的经营形式 6

第三节 团膳的其他概念 8

一、团膳起源 8

二、我国团膳发展历程 8

三、团膳卫生管理问题 9

四、团膳主要面对群体 9

第二章 2019年国际团膳行业发展现状分析 11

第一节 2019年国际团膳行业概况 11

一、国际团膳行业发展历程 11

二、国际团膳行业发展面临的问题 12

三、国际团膳行业技术发展现状及趋势 12

第二节 2019年西式团膳的发展状况 15

一、西式团膳餐饮发展特点 15

二、西式团膳餐饮发展趋势 16

第三节 2019年西式团膳的发展策略 16

一、国际团膳的制胜之道 16

二、西式团膳本土化发展 17

第四节 2019年主要国家团膳行业发展借鉴 18

一、美国 18

二、欧洲 19

三、日本 20

第三章 2019年中国团膳行业发展现状分析 21

第一节 2019年中国团膳行业整体发展概况 21

第二节 我国团膳业市场发展的状况 23

一、我国团膳业起步和发展速度 24

二、我国团膳业经营主体 24

三、我国团膳业经营方式分析 25

第三节 2019年我国团膳业市场发展分析 25

一、食品安全问题对团膳业市场发展的影响 25

二、2019年团膳市场价格模式情况 26

三、2019年团膳运营模式分析 26

四、2019年团膳业成本问题分析 27

五、2019年团膳产业发展潜力分析 28

第四节 中国团膳业市场环境分析 28

- 一、行业缺少行为规范 28
- 二、行业缺少政策法规 28
- 三、行业缺少认证体系 29
- 四、行业缺少规范约束 29
- 五、行业缺少商业联盟 29
- 第五节 2019年中国团膳行业市场消费者调查分析 29

- 一、消费群体研究分析 29
- 二、中国人均餐饮消费支出 30

城乡居民消费平稳增长。2016年，城镇居民人均消费支出23079元，比上年名义增长7.9%，实际增长5.7%；农村居民人均消费支出10130元，名义增长9.8%，实际增长7.8%。农村居民人均消费名义增速和实际增速分别高于城镇居民1.9和2.1个百分点。

食品消费支出比重（恩格尔系数）继续下降。2016年，全国居民人均食品烟酒消费支出增长7.0%，占消费支出的比重为30.1%，比上年回落0.5个百分点。其中，城镇居民和农村居民的食品烟酒消费支出比重分别为29.3%和32.2%，分别比上年下降0.4和0.8个百分点；全国居民人均衣着支出增长3.3%，在消费支出中的比重为7.0%，比上年下降0.4个百分点。2009-2016年中国人均餐饮消费支出

年份	餐饮业收入：亿元	人口数量：万人	人均消费情况：元/人
2009年	17998	133450	1348.67
2010年	17648	134091	1316.12
2011年	20635	134735	1531.52
2012年	23448	135404	1731.71
2013年	25392	136072	1866.07
2014年	27860	136782	2036.82
2015年	32310	137462	2350.47
2016年	35799	138271	2589.05

资料来源：公开资料整理

近年来，我国从温饱型社会向小康型社会过渡进程加快，食品消费在消费支出中的比重呈下降趋势。2016年，城镇居民人均食品消费支出在全部消费支出中的比重为29.3%，而1990年该比重在50%以上。这并不意味着食品消费相关产业没有发展空间。事实上，这恰恰是对食品消费相关产业提出了新的要求，需要从单纯地满足温饱向追求食品安全、营养价值和饮食文化方向发展。现在，越来越多的绿色、有机农产品进入百姓餐桌、肉蛋奶消费快速增长，以及各具特色的大众餐饮消费发展很快，均反映出食品消费从量向质的转变。

- 三、中国居民餐饮消费结构 32
- 四、不同食用时机餐饮需求 32
- 五、消费者餐饮消费行为分析 33
- 六、写字楼的员工消费频率 34
- 七、团膳餐饮消费者心理分析 34

- 八、对不同餐饮业态消费特征 35
- 九、消费者团膳餐饮决策分析 36
- 十、消费者选择团膳的决定因素 36

第四章 我国团膳市场发展分析 37

第一节 团膳市标准化分析 37

- 一、团膳产业化、标准化情况 37
- 二、团膳标准化问题及其影响 38
- 三、团膳市场标准化发展策略 39

第二节 团膳市场发展状况 40

- 一、2016年团膳市场发展情况 40
- 二、团膳发展的有利因素 41
- 三、团膳发展制约因素 42
- 四、团膳的全球化发展 42

第三节 团膳发展前景和机遇 43

- 一、团膳长期发展前景分析 43
- 二、团膳发展的新机遇 43

第四节 团膳主要驱动因素分析 44

第五章 我国西式团膳市场发展分析 46

第一节 西式团膳市场发展状况 46

一、2019年西式团膳发展现状情况 46

2016年我国团膳市场规模达到9925亿元，从细分品类来看，受饮食习惯、烹饪方式、价位水平等诸多因素的影响，目前国内以中式团膳为主，2016年年我国中式团膳消费市场规模为8605亿元，占比为86.7%；西式团膳市场份额为1320亿元，占比为13.3%。 2011-2016年我国西式团膳市场规模走势图 资料来源：中企顾问网研究中心整理

二、2024年西式团膳发展趋势分析 46

三、洋团膳加速本土化及其原因分析 47

四、团膳巨头麦可斯加速进军中国市场 47

第二节 西式团膳市场的前景和潜力研究 48

第六章 我国团膳行业区域市场分析 49

第一节 北京市 49

- 一、团膳行业现状 49
- 二、团膳市场格局 52
- 三、团膳消费者分析 53
- 四、团膳行业发展趋势 54

第二节 上海市 55

- 一、团膳行业现状 55
- 二、团膳市场格局 58
- 三、团膳消费者分析 58
- 四、团膳行业发展趋势 59

第三节 广州市 60

- 一、团膳行业现状 60
- 二、团膳市场格局 62
- 三、团膳消费者分析 63
- 四、团膳行业发展趋势 64

第四节 深圳市 64

- 一、团膳行业现状 64
- 二、团膳市场格局 67
- 三、团膳消费者分析 68
- 四、团膳行业发展趋势 69

第五节 成都市 69

- 一、团膳行业现状 69
- 二、团膳市场格局 71
- 三、团膳消费者分析 72
- 四、团膳行业发展趋势 73

第七章 2020-2026年中国团膳行业发展形势分析 74

第一节 团膳行业发展概况 74

- 一、团膳行业发展特点分析 74
- 二、团膳行业投资现状分析 75
- 三、团膳行业生命周期分析 75

四、团膳行业市场集中分析	78
第二节 2019年团膳行业市场情况分析	79
一、团膳行业市场发展分析	79
二、团膳市场存在的问题	83
三、团膳市场规模分析	84
第三节 团膳需求与技术特点分析	85
一、主要客户需求特点	85
二、技术新动态	85
第八章 中国团膳行业整体运行指标分析	87
第一节 2019年中国团膳行业总体规模分析	87
一、企业数量结构分析	87
二、行业规模分析	87
第二节 2019年中国团膳行业财务指标总体分析	88
一、行业盈利能力分析	88
二、行业偿债能力分析	88
三、行业营运能力分析	89
四、行业发展能力分析	89
第三节 资产水平分析	90
一、2019年团膳行业资产合计情况	90
二、2019年团膳行业固定资产情况	90
三、2019年团膳行业流动资产情况	91
第四节 盈利水平分析	91
一、2019年团膳行业营业成本分析	91
二、2019年团膳行业营业收入情况	92
三、2019年团膳行业营业利润情况	92
四、2019年团膳行业营业税金及附加	93
五、2019年团膳行业利润总额情况	93
六、2019年团膳行业经营利润	94
第九章 团膳行业盈利能力分析	95
第一节 2019年中国团膳行业销售利润率	95

- 一、销售利润率分析 95
- 二、不同所有制企业销售利润率比较分析 95
- 第二节 2019年中国团膳行业总资产利润率分析 96
- 一、总资产利润率分析 96
- 二、不同所有制企业总资产利润率比较分析 96
- 第三节 2019年中国团膳行业产值利税率分析 97
- 一、成本费用利润率分析 97
- 二、不同所有制企业产值利税率比较分析 97

第二部分 行业竞争格局 99

第十章 团膳行业竞争分析 99

第一节 团膳业竞争分析 99

- 一、中国团膳业竞争格局 99
- 二、2019年团膳企业竞争优势分析 99
- 三、团膳行业中西式竞争现状 100
- 四、2019年外企早餐市场竞争动态 101
- 第二节 2019年团膳竞争分析 101
- 一、2019年团膳市场竞争情况分析 101
- 二、2019年团膳市场竞争形势分析 102
- 第三节 2019年中国团膳行业竞争分析及预测 102
- 一、2019年集中度分析及预测 102
- 二、2019年SWOT分析及预测 107
- 三、2019年进入退出状况分析及预测 109
- 四、2019年生命周期分析及预测 110

第十一章 团膳企业竞争策略分析 111

第一节 团膳市场竞争策略分析 111

- 一、团膳市场增长潜力分析 111
- 二、团膳主要潜力品种分析 111
- 三、典型企业品种竞争策略分析 113
- 四、现有团膳竞争策略分析 113

第二节 团膳企业竞争策略分析 114

- 一、2020-2026年我国团膳市场竞争趋势 114
- 二、2020-2026年团膳行业竞争格局展望 116
- 三、2020-2026年团膳行业竞争策略分析 117

第十二章 国内团膳重点企业竞争分析 119

第一节 北京湘鄂情餐饮管理有限公司 119

- 一、企业概况 119
- 二、竞争优势分析 119
- 三、2019年经营状况 119
- 四、2020-2026年发展战略 123

第二节 俏江南股份有限公司 124

- 一、企业概况 124
- 二、竞争优势分析 125
- 三、2019年经营状况 125
- 四、2020-2026年发展战略 126

第三节 中国全聚德（集团）股份有限公司 127

- 一、企业概况 127
- 二、竞争优势分析 127
- 三、2019年经营状况 129
- 四、2020-2026年发展战略 133

第四节 快乐蜂餐饮集团 134

- 一、企业概况 134
- 二、竞争优势分析 134
- 三、2019年经营状况 135
- 四、2020-2026年发展战略 135

第五节 北京金丰餐饮有限公司 136

- 一、企业概况 136
- 二、竞争优势分析 137
- 三、2019年经营状况 138
- 四、2020-2026年发展战略 139

第六节 百胜餐饮集团 139

- 一、企业概况 139

二、竞争优势分析	139
三、2019年经营状况	140
四、2020-2026年发展战略	145
第七节 丽华餐饮连锁	146
一、企业概况	146
二、竞争优势分析	146
三、2019年经营状况	148
四、2020-2026年发展战略	148
第八节 武汉华工后勤管理有限公司	148
一、企业概况	148
二、竞争优势分析	149
三、2019年经营状况	150
四、2020-2026年发展战略	151
第九节 广州酒家集团股份有限公司	151
一、企业概况	151
二、竞争优势分析	152
三、2019年经营状况	152
四、2020-2026年发展战略	153
第十节 湖北华鼎团膳管理有限公司	154
一、企业概况	154
二、竞争优势分析	155
三、2019年经营状况	156
四、2020-2026年发展战略	157
第三部分 行业前景预测	158
第十三章 团膳业发展趋势分析	158
第一节 我国餐饮业的发展预测	158
一、2019年餐饮业的发展走势	158
二、2019年餐饮业消费发展预测	162
三、2019年餐饮业的市场发展预测	163
四、2019年餐饮业的机遇发展预测	163
五、2020-2026年中国餐饮业发展预测	164

第二节 我国团膳行业发展趋势分析 166

- 一、我国团膳业发展的趋势及对策 166
- 二、2019年中国团膳行业发展趋势 167
- 三、2024年我国团膳行业市场规模预测 168

第三节 2020-2026年团膳市场发展趋势分析 169

- 一、团膳品牌化发展趋势 169
- 二、团膳人才科技化趋势 170
- 三、团膳产业化进程趋势 170
- 四、团膳市场发展趋势 170
- 五、团膳企业竞争联合趋势 170

第十四章 团膳行业发展预测 171

第一节 2020-2026年团膳发展趋势分析 171

- 一、2020-2026年团膳规模化经营趋势 171
- 二、2020-2026年团膳全产业链发展趋势 171
- 三、2020-2026年团膳科学化发展趋势 172
- 四、2020-2026年团膳人才竞争发展趋势 173
- 五、2020-2026年团膳互联网发展趋势 174

第二节 2020-2026年团膳市场预测 174

- 一、2020-2026年团膳市场结构预测 174
- 二、2020-2026年团膳市场需求前景 175
- 三、2020-2026年团膳行业集中度预测 177

第四部分 投资战略研究 178

第十五章 团膳行业投资现状分析 178

第一节 2016年团膳行业投资情况分析 178

- 一、2016年总体投资及结构 178
- 二、2016年投资规模情况 179
- 三、2016年投资增速情况 179
- 四、2016年分行业投资分析 180
- 五、2016年分地区投资分析 180
- 六、2016年外商投资情况 181

第二节 2019年团膳行业投资情况分析 181

一、2019年总体投资及结构 181

二、2019年投资规模情况 182

三、2019年投资增速情况 182

四、2019年行业投资分析 183

五、2019年地区投资分析 183

六、2019年外商投资情况 184

第十六章 团膳行业投资环境分析 185

第一节 经济发展环境分析 185

一、2019年我国宏观经济运行情况 185

二、2020-2026年投资趋势及其影响预测 202

第二节 政策法规环境分析 204

一、2019年团膳行业政策环境 204

二、2019年国内宏观政策对其影响 204

三、2019年行业产业政策对其影响 208

第三节 社会发展环境分析 216

一、国内社会环境发展现状 216

二、2020-2026年社会环境对行业的影响分析 221

第十七章 团膳行业投资机会与风险 232

第一节 团膳行业投资效益分析 232

一、2019年团膳行业投资状况分析 232

二、2019年团膳行业投资效益分析 232

三、2020-2026年团膳行业的投资方向 233

四、2020-2026年团膳行业投资的建议 233

五、新进入者应注意的障碍因素分析 234

第二节 影响团膳行业发展的主要因素 235

一、2020-2026年影响团膳行业运行的有利因素分析 235

二、2020-2026年影响团膳行业运行的稳定因素分析 236

三、2020-2026年影响团膳行业运行的不利因素分析 236

四、2020-2026年我国团膳行业发展面临的挑战分析 237

五、2020-2026年我国团膳行业发展面临的机遇分析 237

第三节 团膳行业投资风险及控制策略分析 238

一、2020-2026年团膳行业市场风险及控制策略 238

二、2020-2026年团膳行业政策风险及控制策略 238

三、2020-2026年团膳行业经营风险及控制策略 239

四、2020-2026年团膳同业竞争风险及控制策略 239

五、2020-2026年团膳行业其他风险及控制策略 240

第十八章 团膳行业投资战略研究 241

第一节 团膳行业发展战略研究 241

一、战略综合规划 241

二、运营管理战略 241

三、区域战略规划 242

四、产品战略规划 242

五、营销品牌战略 243

六、竞争战略规划 244

第二节 对团膳品牌的战略思考 244

一、企业品牌的重要性 244

二、团膳实施品牌战略的意义 246

三、团膳企业品牌的现状分析 246

四、团膳企业的品牌战略 248

第三节 投资建议 248

第十九章 团膳业发展策略分析 250

第一节 团膳行业发展策略 250

一、市场定位策略分析 250

二、管理创新策略 250

三、品牌策略分析 251

四、技术策略分析 252

五、人才策略分析 253

第二节 团膳企业经营战略 253———

一、强化核心竞争力 253

二、量化效益目标 254

三、强化管理树样板 255

四、营造和谐团队 255

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202001/147904.html>