

2020-2026年中国餐饮产业 发展现状与市场调查预测报告

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

《2020-2026年中国餐饮产业发展现状与市场调查预测报告》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/202005/162270.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

在消费市场整体疲弱的情况下，餐饮市场也逐渐呈现出趋稳放缓势头。行业需加强建设现代餐饮服务业，激发新业态新模式驱动作用，继续为解决就业、维护社会稳定、改善民生、增强居民消费、促进经济平稳健康发展作出积极贡献。预计2019年全年餐饮市场将处于合理发展区间内，持续稳定的发展态势。

2019年以来餐饮市场运行总体平稳、稳中有进，持续领跑消费市场，但仍面临下行压力。下阶段，必须坚持质量第一、效益优先、品质提升，为此，需把提高供给侧体系的质量作为餐饮行业未来发展的主攻方向，以供给侧结构性改革为主线，激发餐饮市场活力、增强内生动力。

数据显示，2019年10月，全国餐饮收入4006亿元，同比增长8.8%;限额以上单位餐饮收入848亿元，同比增长5%。2019年1-10月，全国餐饮收入33769亿元，同比增长9.6%;限额以上单位餐饮收入7540亿元，同比增长6.8%。

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

1.1.3 国际餐饮业先进经营模式

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

1.2.3 中餐业在国际市场的发展

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

2.1.3 中国餐饮业行业竞争状况分析

2.1.4 跨国餐饮企业在华投资状况分析

2.2 中国餐饮百强企业发展情况

2.2.1 餐饮百强企业营业规模分析

2.2.2 餐饮百强企业经营业态分析

2.2.3 餐饮百强企业性质结构分析

2.2.4 餐饮百强企业地区分布分析

2.2.5 餐饮百强企业门店数量分析

2.2.6 餐饮百强企业综合业绩分析

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

2.3.2 “五一”节餐饮市场分析

2.3.3 中秋节餐饮市场分析

2.3.4 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

2.4.5 中国餐饮O2O模式应用标杆企业案例分析

2.4.6 我国餐饮O2O商业模式分析

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 中国快餐市场竞争格局
- 3.3.4 西式快餐市场发展分析
- 3.3.5 中式快餐市场发展分析
- 3.3.6 快餐市场发展趋势及前景
- 3.4 火锅市场发展分析
 - 3.4.1 火锅市场发展现状
 - 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
 - 3.4.6 解决行业薄弱环节的对策建议
 - 3.4.7 火锅市场发展趋势及前景分析
- 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 中国休闲餐饮市场发展前景
- 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 中国团餐市场品牌格局
 - 3.6.5 中国团餐市场发展现状
 - 3.6.6 中国团餐市场亟待解决问题
 - 3.6.7 中国团餐市场发展前景

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
 - 4.2.2 天津餐饮市场发展分析
- 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
 - 4.3.2 青岛餐饮市场发展分析
 - 4.3.3 苏州餐饮市场发展分析
 - 4.3.4 杭州餐饮市场发展分析
 - 4.3.5 南京餐饮市场发展分析
 - 4.3.6 福州餐饮市场发展分析
- 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
 - 4.4.2 西安餐饮市场发展分析
 - 4.4.3 成都餐饮市场发展分析
- 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
 - 4.5.2 长沙餐饮市场发展分析

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
 - 5.1.3 餐饮行业采购互联网化成本分析
 - 5.1.4 餐饮食材互联网采购平台典型案例
 - 5.1.5 餐饮行业采购互联网化发展前景与趋势预测
- 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
 - 5.2.2 餐饮管理与营销互联网化发展路径
 - 5.2.3 餐饮管理与营销互联网化成本分析
 - 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
- 5.2.6 餐饮管理与营销互联网化发展前景与趋势预测
- 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
 - 5.3.4 外卖O2O运营模式分析
 - 5.3.5 餐饮企业加入外卖O2O平台运营成本分析
 - 5.3.6 外卖O2O平台典型案例分析
 - (1) 美团外卖
 - (2) 百度外卖
 - (3) 饿了么
 - 5.3.7 外卖O2O市场发展前景与趋势预测

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 百胜餐饮集团经营情况分析
 - (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) 企业投资兼并与重组分析

(7) 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

6.1.4 棒！约翰公司经营情况分析

(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

6.2 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) 企业经营模式分析

(8) 企业营销策略分析

(9) 企业经营状况优劣势分析

(10) 企业最新发展动向分析

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) 企业经营模式分析
- (8) 企业营销策略分析
- (9) 企业经营状况优劣势分析
- (10) 企业投资兼并与重组分析
- (11) 企业最新发展动向分析

6.2.3 湖南韶山毛家饭店发展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

6.2.4 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) 企业投资兼并与重组分析
- (7) 企业最新发展动向分析

6.2.5 俏江南股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营模式分析
- (3) 企业营销策略分析
- (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

6.2.6 苏州李公堤小南国餐饮有限公司

- (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) 企业经营模式分析
- (8) 企业营销策略分析
- (9) 企业经营状况优劣势分析
- (10) 企业投资兼并与重组分析
- (11) 企业最新发展动向分析

6.3 中式及日式快餐企业经营情况分析

6.3.1 味千（中国）控股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) 企业经营模式分析
- (8) 企业营销策略分析
- (9) 企业经营状况优劣势分析
- (10) 企业最新发展动向分析

6.3.2 上海乡村基（中国）餐饮管理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) 企业经营情况分析
- (4) 企业经营模式分析
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向分析

6.3.3 马兰拉面快餐连锁有限责任公司经营情况分析

- (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

6.3.4 永和食品（中国）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

6.3.5 大娘水饺餐饮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

6.4 火锅企业经营情况分析

6.4.1 内蒙古小肥羊餐饮连锁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) 企业投资兼并与重组分析

(7) 企业最新发展动向分析

6.4.2 内蒙古小尾羊餐饮连锁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

6.4.3 四川海底捞餐饮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

6.4.4 深圳市华神饮食连锁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) 企业经营模式分析
- (4) 企业资质分析
- (5) 企业经营状况优劣势分析

6.4.5 重庆奇火哥快乐餐饮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

6.5 休闲餐饮企业经营情况分析

6.5.1 上海仙踪林餐饮管理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

6.5.2 上海上岛餐饮连锁经营管理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

6.5.3 上海一茶一坐餐饮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

6.5.4 浙江两岸食品连锁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

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

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

7.3.2 餐饮行业投资机会分析

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：全球餐饮业业态分布（单位：%）

图表3：2016-2019年全球品牌百强餐饮排名（一）（单位：亿美元，百万美元，%）

图表4：2016-2019年全球品牌百强餐饮排名（二）（单位：亿美元，%）

图表5：中国餐饮业发展历程

图表6：2016-2019年全国餐饮收入情况（单位：亿元，%）

图表7：2016-2019年餐饮业和限额以上餐饮业季度变动（单位：%）

图表8：2019年各地区省市餐饮市场发展状况（单位：亿元，%）

图表9：除工作餐外消费者外出就餐的原因（单位：%）

图表10：消费者获取餐厅信息的一般途径（单位：%）

图表11：2016-2019年餐饮百强企业营业收入及占比（单位：亿元，%）

图表12：餐饮百强企业营收结构（单位：个，%）

图表13：2019年餐饮行业前100企业名单

图表14：2016-2019年餐饮百强企业营业收入及增长情况（单位：亿元，%）

图表15：2019年餐饮百强企业各业态发展情况（单位：个，%）

图表16：餐饮百强企业各业态盈利情况（单位：万元/店，万元/平米，%）

图表17：2019年餐饮百强企业不同性质营收占比（单位：%）

图表18：2019年餐饮百强企业前十地区分布情况（单位：个，%）

图表19：2019年餐饮百强拥有门店数量结构（单位：%）

图表20：2019年餐饮百强企业经营区域分布情况（单位：%）

图表21：2019年餐饮百强企业营收增速分布状况（单位：个，%）

图表22：2019年餐饮百强企业成本费用增长率（单位：%）

图表23：2019年餐饮百强企业净利润增速分布状况（单位：个，%）

图表24：2019年餐饮百强企业单店收入和净利润率及变动（单位：万元/店，万元/平米，%）

图表25：2019年餐饮五百强门店单店收入及每平劳效（单位：万元/店，万元/平米，%）

图表26：2016-2019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27：2016-2019年春节黄金周全国零售额和餐饮收入增幅（单位：%）

图表28：2019年中国餐饮行业O2O发展历程

图表29：2016-2019年中国餐饮行业O2O在线订餐用户规模（单位：亿人，%）

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202005/162270.html>