

# 2023-2029年中国团膳及快餐服务行业发展趋势与市场年度调研报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2023-2029年中国团膳及快餐服务行业发展趋势与市场年度调研报告》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/202304/352587.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

国际上排名前三的团膳团体划分是英国康帕斯团体（COMPASS）、法国索迪斯团体（Sodexo）和美国阿尔玛克（Aramark）团体。2016年全球团膳市场规模为10238亿美元，较2015年的9796亿美元增长4.51%。

中国团膳业从诞生之日起就竞争激烈，行业内大小企业无数。从企业规模对比来看，行业内占比最高的仍是中小型企业，占比之和超过了90%。2016年我国团膳行业规模约9925亿元，占比餐饮规模35799亿元的27.72%。2009年到2016年团膳行业规模占比餐饮比重整体呈上升态势，其中2014年比重达到了31.24%，达到了峰值。

就当前市场上，发展较为成熟的团体膳食企业来看，主要有高档的国际品牌索迪斯，以及中档的中国福记这一品牌，同时也有宏泰兴、新又好等一系列众多品牌。同时在这一行业内也存在大量的以个人承包、个体经营为主的小型团膳餐馆，可以说整个行业竞争激烈，无论本土化，还是外来餐饮文化，当前团体膳食行业发展已经相当成熟，基本涵盖了整个团体膳食行业的各类型需求。

中企顾问网发布的《2023-2029年中国团膳及快餐服务行业发展趋势与市场年度调研报告》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，是企业布局煤炭综采设备后市场服务行业的重要决策参考依据。

报告目录：

第一章 全球团膳及快餐服务企业发展现状及预测分析

第一节 全球团膳及快餐服务企业发展现状分析

第二节 全球团膳及快餐服务企业政策及现状分析

第三节 全球团膳及快餐服务企业竞争格局分析

第四节 全球团膳及快餐服务企业主要优势企业经营情况

第五节 全球团膳及快餐服务企业发展趋势分析

第二章 中国团膳及快餐服务企业PEST（环境）分析

第一节 经济环境分析

第二节 政策环境分析

第三节 社会环境分析

## 第四节 技术环境分析

### 第三章 中国团膳及快餐服务企业发展情况分析

#### 第一节 中国团膳及快餐服务企业发展分析

- 一、团膳及快餐服务企业运行情况及特点分析
- 二、团膳及快餐服务企业投资情况分析
- 三、中国团膳及快餐服务企业市场结构分析
- 四、中国团膳及快餐服务企业与宏观经济相关性分析
- 五、中国团膳及快餐服务企业生命周期分析

#### 第二节 中国企业重点区域发展分析

- 一、企业重点区域分布特点及变化
- 二、东北地区企业分析
- 三、华北地区企业分析
- 四、华东地区企业分析
- 五、华南地区企业分析
- 六、华中地区企业分析
- 七、西南地区企业分析
- 八、西北地区企业分析

### 第四章 中国团膳及快餐服务市场供需调查分析

#### 第一节 中国团膳及快餐服务市场供给分析

- 一、产品市场供给
- 二、价格供给
- 三、渠道供给

#### 第二节 中国团膳及快餐服务市场需求分析

- 一、产品市场需求
- 二、价格需求
- 三、渠道需求

#### 第三节 中国团膳及快餐服务市场特征分析

- 一、中国团膳及快餐服务产品特征分析
- 二、中国团膳及快餐服务价格特征分析
- 三、中国团膳及快餐服务渠道特征

## 四、中国团膳及快餐服务购买特征

### 第五章 团膳及快餐服务企业市场竞争格局分析

#### 第一节 中国团膳及快餐服务企业集中度分析

#### 第二节 中国团膳及快餐服务企业规模经济情况分析

#### 第三节 中国团膳及快餐服务企业格局以及竞争态势分析

##### 一、企业整体竞争格局及态势分析

##### 二、区域市场竞争格局及态势分析

#### 第四节 中国企业进入和退出壁垒分析

### 第六章 团膳及快餐服务企业主要竞争对手分析

#### 第一节 千喜鹤

##### 一、企业简介

##### 二、管理状况分析

##### 三、经营状况分析

##### 四、主导产品分析

##### 五、企业经营策略和发展战略分析

##### 六、SWOT分析

##### 七、企业竞争力评价

#### 第二节 金白领

##### 一、企业简介

##### 二、管理状况分析

##### 三、经营状况分析

##### 四、主导产品分析

##### 五、企业经营策略和发展战略分析

##### 六、SWOT分析

##### 七、企业竞争力评价

#### 第三节 丽华快餐

##### 一、企业简介

##### 二、管理状况分析

##### 三、经营状况分析

##### 四、主导产品分析

五、企业经营策略和发展战略分析

六、SWOT分析

七、企业竞争力评价

第四节 和兴隆

一、企业简介

二、管理状况分析

三、经营状况分析

四、主导产品分析

五、企业经营策略和发展战略分析

六、SWOT分析

七、企业竞争力评价

第五节 新又好

一、企业简介

二、管理状况分析

三、经营状况分析

四、主导产品分析

五、企业经营策略和发展战略分析

六、SWOT分析

七、企业竞争力评价

第六节 Autogrill

一、企业简介

二、管理状况分析

三、经营状况分析

四、主导产品分析

五、SWOT分析

六、企业竞争力评价

第七节 Elixir

一、管理状况分析

二、经营状况分析

三、主导产品分析

第八节 Sodexo Alliance (索迪斯)

一、企业简介

- 二、管理状况分析
- 三、经营状况分析
- 四、主导产品分析
- 五、企业经营策略和发展战略分析
- 六、SWOT分析
- 七、企业竞争力评价

#### 第九节 Compass (康帕斯)

- 一、企业简介
- 二、管理状况分析
- 三、经营状况分析
- 四、主导产品分析
- 五、企业经营策略和发展战略分析
- 六、SWOT分析
- 七、企业竞争力评价

#### 第十节 Aramark (爱玛克)

- 一、企业简介
- 二、管理状况分析
- 三、经营状况分析
- 四、主导产品分析
- 五、企业经营策略和发展战略分析
- 六、SWOT分析
- 七、企业竞争力评价

#### 第十一节 振达绿厨

- 一、企业简介
- 二、管理状况分析
- 三、经营状况分析
- 四、主导产品分析
- 五、企业经营策略和发展战略分析
- 六、SWOT分析
- 七、企业竞争力评价

### 第七章 中国团膳及快餐服务企业上、下游产业链发展情况及对企业的影响分析

## 第一节 中国团膳及快餐服务企业上游企业发展及影响分析

### 一、中国团膳及快餐服务企业上游企业运行现状分析

### 二、对本企业产生的影响分析

## 第二节 中国团膳及快餐服务企业下游企业发展及影响分析

### 一、中国团膳及快餐服务企业下游企业运行现状分析

### 二、对本企业产生的影响分析

## 第三节 其他相关企业发展及影响分析

## 第八章 中国团膳及快餐服务企业发展趋势预测

### 第一节 政策变化趋势预测

### 第二节 供求趋势预测

#### 一、供给预测（包括产业投资预测）

#### 二、需求预测

#### 三、对团膳及快餐服务企业发展趋势展望

### 第三节 技术发展趋势

### 第四节 竞争趋势预测

## 第九章 团膳及快餐服务企业投资潜力与价值分析

### 第一节 团膳及快餐服务企业投资环境分析

### 第二节 团膳及快餐服务企业SWOT模型分析

#### 一、优势

#### 二、劣势

#### 三、机会

#### 四、威胁

### 第三节 我国团膳及快餐服务企业投资潜力分析

### 第四节 我国团膳及快餐服务企业前景展望分析

### 第五节 我国团膳及快餐服务企业盈利能力预测

## 第十章 团膳及快餐服务企业投资风险预警

### 第一节 政策和体制风险

### 第二节 宏观经济波动风险

### 第三节 技术风险

第四节 原材料压力风险分析

第五节 市场竞争风险

第六节 营销风险

第七节 相关企业风险

第八节 区域风险

第九节 资金短缺风险

第十节 经营风险分析

第十一章 团膳及快餐服务产业投资机会及投资策略分析

第一节 团膳及快餐服务企业区域投资机会

第二节 团膳及快餐服务企业主要产品投资机会

第三节 中国团膳及快餐服务企业投资策略分析

一、产品定位策略

二、产品开发策略

三、渠道销售策略

四、品牌经营策略

五、服务策略

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202304/352587.html>