

# 中国餐饮行业发展状况分析与前景趋势研究报告2024-2030年

产品名称	中国餐饮行业发展状况分析与前景趋势研究报告 2024-2030年
公司名称	北京华商纵横信息咨询中心
价格	6000.00/件
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区亚运村四方大厦
联系电话	188-11718743 13621060192

## 产品详情

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1）发展阶段2）典型中餐集团案例分析（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（1）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1、餐饮市场重新领跑社会零售市场2、非一线城市成餐饮增长潜力点3）中国餐饮业面临的问题4）中国餐饮业发展建议1、加强管理创新，寻求新的利润增长源2、自觉主动求变，全面推动产业转型升级3、转变思想观念，建立人才培养使用机制2.1.2 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）餐饮企业核心竞争力分析1）品牌分众力2）门店吸引力3）菜谱静销力4）服务员推销力5）美食口碑力2.2 中国餐饮行业整体经营情况2.2.1 中国餐饮行业营收情况分析2.2.2 中国餐饮行业企业地理分布分析2.2.3 中国餐饮行业连锁化发展现状分析（1）中国餐饮行业连锁化率分析（2）中国餐饮细分行业连锁化发展现状2.3 中国餐饮数智化发展情况2.3.1 中国餐饮数智化的必要性2.3.2 中国餐饮企业数智化渗透情况（1）中国餐饮企业对数智化的重视程度（2）中国餐饮数智化产品应用情况2.3.3 中国餐饮企业数智化成本预期（1）数智化进行阻碍因素（2）企业数智化投入预算2.3.4

中国餐饮数智化市场规模第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（1）规模化、品牌化不断呈现（2）投资主体呈多元化组合趋势（3）连锁经营发展迅速（4）东部地区以及新西南地区发展较快3.2.3 中国正餐市场竞争格局3.2.4 中国正餐市场消费需求（1）假日餐饮频掀热潮（2）以节造市，以市促销（3）地方菜系市场反响强烈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1）餐厅方便快捷、卫生干净，就餐环境宽敞明亮，装修格调比较活泼2）价格全国统一，不设雅座，无歧视原则3）处处突显人性化的服务（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1）投资主体多元化，发展中国快餐业已成为社会各界的基本共识2）中式快餐仍然占据较大的市场份额，海外风味快餐发展迅速3）传统快餐企业担

当主力，现代快餐模式渐成方向（4）中式快餐SWOT分析1）优势2）劣势3）威胁4）机遇（5）中式快餐的发展策略1）确定市场2）确定产品3）摸索经验4）走向世界（6）中式快餐竞争策略分析1）获得竞争优势的各种战略2）市场细分3）创造有中国特色的快餐4）发挥快餐店竞争优势的其他因素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1）中式快餐将成主流2）网络快餐受上班族青睐3）中西快餐相互融合趋势（2）快餐市场发展前景预测3.4 中国火锅市场发展分析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）川渝火锅门店占比多（4）重庆、成都成为“火锅之城”（5）头部品牌占领一二线市场，新锐品牌采取下沉策略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1）连锁加盟依然是主流2）随着消费需求细化，经营模式针对性更加明显3）中心厨房和物流配送站将发挥越来越重要的作用4）风险投资将更多的进入火锅行业（2）火锅市场发展前景预测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（1）休闲餐饮逐渐崛起商机无限（2）白领消费大多选休闲餐饮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 中国团餐发展现状（1）团餐消费场景以高校和单位为主（2）团餐运营模式（3）团餐分布情况3.6.5 中国团餐市场品牌格局（1）团餐行业集中度提升（2）团餐品牌竞争格局3.6.6 中国团餐市场亟待解决问题（1）团餐经营场所分散，规模优势形成遇阻（2）采购及人力成本高企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（1）北京餐饮业相关政策规划（2）北京餐饮市场消费特征1）不同年龄段消费需求差异明显2）外卖市场男性消费者贡献大3）餐饮外卖面向“一人食”市场（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1）基本信息2）运营模式3）大数据平台的建设4）美菜网发展现状（2）链农1）基本信息2）运营模式3）仓储运输发展4）发展现状（3）菜筐子1）基本信息2）运营模式3）发展现状5.1.5 餐饮行业采购互联网化发展趋势（1）市场发展阶段趋势（2）市场竞争格局趋势（3）市场运营模式趋势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,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1) 天财商龙2) 蛙管家3) 饭菜先生4) 餐行健(2) 餐饮新媒体平台典型案例1) 餐饮老板内参2) 掌柜攻略3) 红餐网4) 餐饮界

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1) 模式缩略图2) 模式优劣势3) 适用企业类型(2) 第三方轻平台模式1) 模式缩略图2) 模式优劣势3) 典型案例代表(3) 第三方重平台模式1) 模式缩略图2) 模式优劣势(4) 第三方轻重结合平台模式1) 模式的必要性2) 典型案例代表

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1) 平台概况简介2) 平台运营模式3) 平台盈利模式4) 平台营销推广5) 平台成功因素(2) 饿了么1) 平台概况简介2) 平台运营模式3) 平台营销推广4) 平台成功因素

5.3.7 外卖O2O市场发展趋势

第6章:国内外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1) 百胜餐饮集团的经营结构2) 百胜中国核心竞争优势(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

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1) 特许加盟和连锁经营2) 依靠房地产营运获得收入(4) 企业营销策略分析(5) 企业经营状况优劣势分析

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

6.2 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) 企业经营情况分析(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

6.2.2 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) 企业经营情况分析(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

6.2.3 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) 企业经营情况分析(3) 企业经营策略分析(4) 企业经营状况优劣势分析

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) 企业经营情况分析(3) 企业业务结构分析(4) 企业经营模式分析(5) 企业营销策略分析(6) 企业经营状况优劣势分析

6.3.2 乡村基(重庆)投资有限公司经营情况分析(1) 企业发展简况分析(2) 企业经营情况分析(3) 企业经营模式分析(4) 企业经营状况优劣势分析

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) 企业经营情况分析(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

6.3.5 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) 企业战略布局(4) 企业门店分布(5) 企业经营状况优劣势分析

6.4 火锅企业经营情况分析

6.4.1 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) 企业经营情况分析(3) 企业经营规模分析(4) 企业业务结构分析(5) 企业营销策略分析(6) 企业经营状况优劣势分析

6.4.2 成都小龙坎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) 企业营销策略分析(4) 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 广州披萨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

6.5.3 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) 企业营销策略分析(4) 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(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 餐饮业上市情况分析 (1) 餐饮企业上市动向 (2) 餐饮企业上市失败案例 (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) 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，转型升级 (2) 多样发展，专注业态