

2020-2026年中国餐饮业市场评估与未来前景预测报告

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年中国餐饮业市场评估与未来前景预测报告》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/202007/175762.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

4月份，餐饮收入3024亿元，同比增长9.6%；1-4月份，餐饮收入12736亿元，同比增长10.1%；其中，4月份，限额以上单位商品零售10540亿元，同比增长7.8%。1-4月份，限额以上单位商品零售43248亿元，同比增长8.4%。2017-2018年中国限额以上单位当月餐饮收入（亿元）
2017-2018年中国限额以上单位各月累计餐饮收入（亿元）

中企顾问网发布的《2020-2026年中国餐饮业市场评估与未来前景预测报告》共七章。首先介绍了中国餐饮行业市场发展环境、餐饮整体运行态势等，接着分析了中国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，最后分析了中国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中国餐饮行业，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：中国餐饮所属行业发展状况分析

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

日前，美团联合“餐饮老板内参”发布了《中国餐饮报告2018》。2017年我国餐饮业收入达到3.9万亿元，规模仅次于美国。在2017年国民生产总值82.71万亿中，跟“吃”有关的占比为16%即近14万亿，表明未来餐饮新零售进化空间巨大，预计2018年餐饮业全年增速将维持在10%左右。在保持快速增长的同时餐饮业也在进入变革期。海量资本、前沿技术纷纷涌入，在重构餐饮业的生态场景

其中，餐饮行业中饮品这一细分品类迎来爆发，呈现出高进场率、高关注度、高增长量的特点。从2017年主要品类的订单量以及订单金额的增长来看，饮品的同比增长均超过了200%，位列第一。此外，在2017年美团点评搜索最高的类目关键词中，咖啡和奶茶上榜。搜索最高的品牌关键词中，前五席中有三席均为饮品品牌，依次为星巴克、一点点、喜茶。餐饮品类订单量增幅排名TOP8餐饮品类订单金额增幅排名TOP8

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：中国餐饮所属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2014-2017年中国火锅餐饮行业收入走势

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：中国餐饮所属行业重点区域市场分析

- 4.1 中国餐饮所属行业区域发展总况
 - 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：中国餐饮所属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 餐饮所属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 餐饮所属行业外卖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) 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

6.2.2 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

6.2.3 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

6.2.5 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

6.2.6 苏州李公堤小南国餐饮有限公司

(1) 企业发展简况分析

- (2) 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 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

6.3.2 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3：2014-2018年全球品牌百强餐饮排名（一）（单位：亿美元，百万美元，%）

图表4：2014-2018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6：2012-2018年全国餐饮收入情况（单位：亿元，%）

图表7：2014-2018年餐饮业和限额以上餐饮业季度变动（单位：%）

图表8：2018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11：2012-2018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13：2018年餐饮行业前100企业名单

图表14：2012-2018年餐饮百强企业营业收入及增长情况（单位：亿元，%）

图表15：2018年餐饮百强企业各业态发展情况（单位：个，%）

图表16：餐饮百强企业各业盈利情况（单位：万元/店，万元/平米，%）

图表17：2018年餐饮百强企业不同性质营收占比（单位：%）

图表18：2018年餐饮百强企业前十地区分布情况（单位：个，%）

图表19：2018年餐饮百强拥有门店数量结构（单位：%）

图表20：2018年餐饮百强企业经营区域分布情况（单位：%）

图表21：2018年餐饮百强企业营收增速分布状况（单位：个，%）

图表22：2018年餐饮百强企业成本费用增长率（单位：%）

图表23：2018年餐饮百强企业净利润增速分布状况（单位：个，%）

图表24：2018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25：2018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26：2012-2018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27：2012-2018年春节黄金周全国零售额和餐饮收入增幅（单位：%）

图表28：2018年中国餐饮行业O2O发展历程

图表29：2012-2018年中国餐饮行业O2O在线订餐用户规模（单位：亿人，%）

图表30：2012-2018年中国餐饮行业O2O市场规模（单位：亿元，%）

图表31：2012-2018年中国餐饮O2O市场规模及增长率（单位：万亿元，%）

图表32：2012-2018年美团移动端交易额占比（单位：%）

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202007/175762.html>