

2015-2020年中国餐饮行业 全景调研与投资规划建议研究咨询报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2015-2020年中国餐饮行业全景调研与投资规划建议研究咨询报告》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.bosidata.com/qtzzh1503/P74380OPTT.html>

【报告价格】 纸介版**7000**元 电子版**7200**元 纸介+电子**7500**元

【出版日期】 2015-03-31

【交付方式】 Email电子版/特快专递

【订购电话】 全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

本餐饮行业行业研究报告共十五章是博思数据公司的研究成果，通过文字、图表向您详尽描述您所处的行业形势，为您提供详尽的内容。博思数据在其多年的行业研究经验基础上建立起了完善的产业研究体系，一整套的产业研究方法一直在业内处于领先地位。本中国餐饮行业行业研究报告是2014-2015年度，目前国内最全面、研究最为深入、数据资源最为强大的研究报告产品，为您的投资带来极大的参考价值。

前言

随着科技进步和经营理念的发展，越来越多的餐饮企业家和服务解决方案供应商开始思考跳出传统框架，以改善客户体验，增强自身竞争力。

通过创新，餐饮业主不仅可以降低成本，为客户提供更好的服务并获得额外的收入。顾客也会感到更加满意。在这篇观察文章中，总结了全球餐饮业的四个最新趋势，大大提升了餐饮企业的运行效率，并将最终改变餐饮行业的面貌。如果您是一家餐饮企业的老板或者致力于提供餐饮业创新解决方案的创业者，一定要了解这些趋势。

下单无线管理

餐饮业的困境之一便是用餐时间客人扎堆，顾客发现常常很难得到忙碌的服务员的关注。而工作人员也抱怨，几乎无法照顾多个顾客的同时点单，总是手忙脚乱，顾此失彼。

为了解决这些问题，餐馆开始采用无线通信设备，来完成从点菜到最后算账结账的全部流程。如果你还没有采用“傻大黑粗”的PDA手持无线点菜机，你就落伍了；但是如果你认为“傻大黑粗”的PDA手持无线点菜机代表着当今餐饮行业解决方案中最尖端的领先科技，那更落伍了。iphone、pad结合下单应用、触屏和互动投影才是如今最潮的解决方案。

法国巴黎的Storific是一款欲取代服务员的手持点餐应用，它能做的事情很简单，加载合作餐厅的菜单到iPhone上，客户点菜，结束。另外他们也提供针对餐饮企业量身定制的特殊服务。

平板电脑点餐服务由四个核心功能组成：点餐、游戏、付费与后端处理。该系统提供图像化的点餐操作接口，让一整套的套餐完整分段呈现，再由消费者自由选配套餐内容。同时，由于餐饮有个人化差异服务的需求，例如：「我不要加辣椒酱」等可能的附注，因此系统上也提供了让消费者主动注记的功能。在消费者点完餐后，系统会自动通过无线网络回传到后台厨房并打印出工单。

在伦敦最时尚的Soho区，一家名为「inamo」的餐厅，这里的招牌菜只有肉桂鸡等几样菜式，这里也没有漂亮的女服务生，但是这个餐厅每天有200个客人光顾，靠的是这家独特的点餐

系统。Inamo餐厅的每张桌子上方都有自己的投影机，这意味着每个人都会在一个巨大的电脑屏幕上面吃饭，这也让在餐厅吃饭点餐的经历变得十分的有趣。Inamo将色彩缤纷的菜单和其它装饰的图案，以投影的方式与触碰式餐桌结合，顾客可以直接在餐桌上预览每道菜盛盘后的模样，不需经由服务生的推荐，就可查询参考一下别桌客人点了些什么，或者直接点餐。当你在等待自己的食物来到的时候，你可以点击厨房摄像头观看你的食物是如何在被准备的，你也可以选择不同的游戏来打发无聊的时间。

餐馆不再只是卖食品

在一家餐馆里进行混合经营正在成为餐饮运营企业的流行趋势。大家都熟悉的星巴克就是一个例子：它提供美味的咖啡，同时经营各种杯子、季节性产品和游戏、音乐、厨房用品等，这些零售商品成为其重要的利润来源。星巴克的美国门店不仅全面装上Wi-Fi，更与苹果、《华尔街日报》、《纽约时报》等达成合作协议，就付费内容与之分成。星巴克在全美各分店中提供葡萄酒及啤酒。除葡萄酒及烈酒之外，星巴克还将为消费者提供一系列零食。

更具说服力的例子则是创建于德国的Tchibo，这家本来是经营咖啡生意的汉堡公司近年来在德国零售业中迅速崛起，成为德国最大的寄售公司，世界第五大咖啡销售商。Tchibo除了卖咖啡，还卖1800种时尚产品。痴迷的顾客每周必光顾一次，来追逐它精心推出的“全新体验”。它每周推出独有品牌的30种货品，一个星期内将全部撤换。跟星巴克的小资情调不同，Tchibo的目标顾客主要是已婚有孩子的中产家庭。这家风靡欧洲的咖啡店其实更像是一个生活工场，可以将你一天24小时所需要的东西全都一网打尽。

日本的TANITA餐厅则在店内安排营养师为顾客免费提供健康建议，创造出一种全新的结合健康器材试用、专业营养师咨询及美食的健康咨询餐厅。消费者可一面享受健康美食，一面体验音乐与精油芳香的舒压空间，并可试用专业型的健康测量器材及免费的健康管理咨询。

餐馆的混合经营模式在国内也渐受欢迎，比如现场卖字画，寄售茶叶，销售民俗手工艺品、特产商品等，只是lifestyle的感觉尚不够。地球人已经挡不住的海底捞则通过服务的增值驱动餐饮的销售，比如为等位者提供上网服务，主动送上扑克牌、跳棋之类的桌面游戏打发时间；或者给做个免费的美甲、擦皮鞋，这些免费增值服务为其带来了巨大口碑效应。

网上预订餐厅更有效

当你与一群饥饿的食客一同走进餐厅面临抢位，如果你爸不是李刚，最好的办法就是提前预定了座位。但是寻找合适的餐厅和预订并不总是那么容易。传统餐饮行业因其餐店的规模和服务特点的限制基本上还保留着电话+纸笔预定的形式。

现在在线订餐模式开始逐渐流行，很多第三方网络预订服务不断涌现。先驱企业当然是美国订位服务商OpenTable，已成功在纳斯达克上市。GrubHub则是美国另一家帮助用户通过互联网和手机预订快餐和饭店外卖的网站，集合了1.3万家餐馆菜单的在线订餐，先后融资8000

万美元。

国内在线订餐模式也得到了资本市场的青睐，美餐网不久前宣布获得徐小平数百万天使投资，台湾的Eztable「易订网」则在年初完成了150万美元的新一轮融资，并计划进军大陆。

想象餐饮业信息化的结果，就看如今的酒店在线预订，一切不言而喻。

云端支付

通过新技术的集成使订餐和支付流程更简单，更方便，也是一大趋势。还是美国星巴克咖啡的例子，星巴克推出“刷”手机点餐计划，让顾客事先上网订购饮料然后通过特定应用程序线上结账，之后到任何一家星巴克在柜台上扫描手机代码点餐取餐，减少排队结账人潮。

英国餐饮连锁店“拉面道”Wagamama向用户提供通过iphone程序订餐并付款。顾客甚至可以定义自己的菜品，添加和删除成分。下单后信息被直接联到厨房，最新状态报告会让顾客准确掌握取餐时间。顾客还可以通过应用程序实现安全付款，选项包括借记卡和信用卡。

不仅是餐饮业，这也是世界未来的发展方向。

总体来说，得益于3G和WiFi上网的普及，以及年轻一代企业家更易接受新技术和不同的商业模式，餐饮业即将迎来全新变革。同时，不断攀升的商业租金成本也在迫使企业家必须跳出原有框架，积极创新。

报告目录：

第一章 餐饮业概述 1

第一节 餐饮业的定义及分类 1

一、餐饮业的定义 1

二、餐饮业的分类 1

第二节 餐饮业的特点 2

一、餐饮业的特性 2

1、餐饮业生命周期 2

2、餐饮业要素密集性 2

3、餐饮业经营风险 3

二、餐饮业的基本特征 4

三、现代餐饮业的特点 5

四、餐饮管理的特点和任务 7

第三节 餐饮业市场细分及作用 9

一、餐饮业的市场细分 9

二、餐饮业的经济地位	15
三、餐饮业的社会意义	15
四、餐饮业的成本核算	15
第四节 餐饮消费者分析	17
一、餐饮消费者种类分析	17
二、餐饮消费者心理效应解析	19
三、餐饮消费者快餐消费习惯及态度研究	23
四、餐饮业的消费方式和现代化趋向	28
第五节 餐饮连锁业简述	30
一、餐饮业连锁经营的本质	30
二、餐饮业连锁经营集中体现的四个原则	31
三、餐饮业连锁经营三类形式及特点	31
1、直营连锁（REGULAR CHAIN简称RC）	31
2、特许连锁（FRANCHISE CHAIN简称FC）	32
3、自由连锁（VOLUNTARY CHAIN简称VC）	32
第二章 全球餐饮行业发展分析	34
第一节 国际餐饮业发展概况	34
一、国际餐饮业发展历程	34
二、国际餐饮业市场竞争格局	34
三、国际餐饮业先进经营模式	35
第二节 2012-2014年全球餐饮市场分析	36
一、2012-2014年全球餐饮市场回顾	36
二、2012-2014年全球餐饮需求分析	37
三、2012-2014年跨国餐饮企业在华投资分析	37
第三节 部分国家地区餐饮行业发展状况	50
一、2012-2014年美国餐饮行业发展分析	50
二、2012-2014年欧洲餐饮行业发展分析	52
三、2012-2014年日本餐饮行业发展分析	53
四、2012-2014年韩国餐饮行业发展分析	53
第四节 中餐业在国际市场的发展	54
一、中餐业进入国际市场的方式	54
二、中餐业进入国际市场的模式选择	55

1、契约进入模式	55
2、投资进入模式	56
3、网络进入模式	57
三、中餐业在国际市场的发展	57
1、美国中餐业发展分析	57
2、欧洲中餐业发展分析	63
3、亚洲中餐业发展分析	64
第三章 餐饮行业发展环境分析	65
第一节 行业政治法律环境分析	65
一、行业政策环境分析	65
二、行业主要政策动向	66
1、刷卡费率有望结构性调整	66
2、餐饮业受限制三公消费影响进入调整期	66
3、中国餐饮业需建立安全机制	68
三、行业发展规划解析	69
第二节 行业经济环境分析	70
一、GDP历史变动轨迹分析	70
二、固定资产投资历史变动轨迹分析	77
三、2015年中国经济发展预测分析	79
第三节 行业社会环境分析	81
一、行业社会环境分析	81
1、行业发展与社会经济的协调	81
2、行业面临的食品安全问题	82
3、行业发展的地区不平衡问题	83
二、行业文化环境分析	83
1、中国传统饮食文化	83
2、国内各地区饮食文化	86
3、西式餐饮文化在中国的发展	90
第四节 行业技术环境分析	95
一、餐饮业技术现状及趋势	95
二、餐饮信息技术潜力无限	96
三、即将革新餐饮业的五项前沿科技	96

第四章 中国餐饮行业发展分析	99
第一节 我国餐饮行业发展现状	99
一、中国餐饮行业发展历程	99
二、中国餐饮行业发展现状	100
三、餐饮行业消费市场现状	101
四、餐饮市场消费层次分析	102
第二节 我国餐饮行业发展状况	102
一、2012-2014年中国餐饮业发展回顾	102
二、2012-2014年餐饮业发展情况分析	104
三、2012-2014年中国餐饮业发展规模	106
四、2012-2014年中国餐饮业发展特点	108
第三节 中国餐饮行业信息化分析	111
一、餐饮信息化基本情况	111
1、餐饮信息化简介	111
2、信息化管理系统特质	112
3、餐饮企业信息化误区	113
二、餐饮信息化必要性分析	114
三、餐饮信息化在餐饮连锁经营的作用	115
1、“大厨文化”走向“流程文化”	115
2、“粗放经营”走向“精细化经营”	115
3、促进统一管理	116
四、餐饮企业信息化典型案例分析	116
五、餐饮企业信息化策略建议	118
第四节 存在问题及对策	122
一、中国餐饮业发展面临的问题	122
1、国内餐饮业市道低迷	122
2、餐饮业增速降至9年最低水平	122
3、餐饮业预警：利润严重下滑	122
4、餐饮业步入十年低谷，月倒闭率高达15%	124
5、餐饮业电商盈利模式单一遇瓶颈	124
6、餐饮业上市面临的难题	125
二、2014年餐饮业增速减缓原因分析	126

三、中国餐饮业发展对策与建议 126

第五章 中国餐饮业行业数据分析 129

第一节 2012-2014年中国餐饮行业总体数据分析 129

一、2012年中国餐饮行业全部企业数据分析 129

·····

2012年中国餐饮行业全部企业数据分析 经济指标 2012年1-12月 企业单位数(个) 23675
从业人数(个) 22083126 营业额(亿元) 4562.58 餐费收入(亿元) 4112.19 资
产总计 3867.2 流动资产合计 2025.4 固定资产合计 1841.8 负债合计 2236.5 主营业
务收入 4216.3 主营业务成本 2186.4 主营业务税金及附加 208.6 主营业务利润 1821.3

数据来源：国家统计局

·····

二、2013年中国餐饮行业全部企业数据分析 129

三、2014年中国餐饮行业全部企业数据分析 130

第二节 2012-2014年中国餐饮行业不同类型企业数据分析 131

一、2012年中国餐饮行业不同类型企业数据分析 131

·····

2012年中国餐饮行业不同类型企业数据分析 企业性质 企业单位数(个) 从业人数(个)
资产总计(亿元) 销售收入(亿元) 利润总额(亿元) 正餐服务业 19911 16919061
3320.4 3193.6 1337.0 快餐服务业 1544 4249187 400.1 838.5 400.7 饮料及冷饮服务业
232 161893 26.0 43.9 27.5 其他餐饮服务业 1989 752985 120.7 140.3 56.1

数据来源：国家统计局

·····

二、2013年中国餐饮行业不同类型企业数据分析 131

三、2014年中国餐饮行业不同类型企业数据分析 132

第三节 2012-2014年中国餐饮行业不同所有制企业数据分析 132

一、2012年中国餐饮行业不同所有制企业数据分析 132

二、2013年中国餐饮行业不同所有制企业数据分析 133

三、2014年中国餐饮行业不同所有制企业数据分析 134

第六章 中国餐饮市场发展现状分析 135

第一节 2012年中国餐饮市场回顾 135

一、2012年中国餐饮业发展状况 135

二、2012年中国餐饮行业发展特点	135
三、2012年中国餐饮业增长情况	136
第二节 2013年中国餐饮市场分析	137
一、2013年中国餐饮业市场基本状况	137
二、2013年我国餐饮市场掀起涨价潮	137
三、2013年日本餐饮企业纷纷进驻中国	138
第三节 2014年我国餐饮行业发展分析	139
一、2014年中国餐饮业规模状况	139
二、2014年中国餐饮业增长走势	139
三、2014年中国餐饮业发展特点	140
第四节 2012-2014年中国餐饮百强企业发展情况	141
一、餐饮百强企业营业规模分析	141
二、餐饮百强企业经营业态分析	142
三、餐饮百强企业性质结构分析	142
四、餐饮百强企业地区分布分析	143
五、餐饮百强企业综合业绩分析	146
六、餐饮百强企业发展情况分析	147
1、餐饮百强企业净利润率下降	147
2、餐饮百强企业成本压力加剧	147
第七章 中国餐饮消费市场运营状况分析	148
第一节 餐饮行业产品目标客户群体调查	148
一、不同收入水平消费者偏好调查	148
二、不同年龄的消费者偏好调查	148
三、不同地区的消费者偏好调查	148
第二节 餐饮市场消费需求分析	149
一、餐饮市场的消费需求变化	149
二、餐饮行业的需求情况分析	150
三、2014年餐饮品牌市场消费需求分析	153
第三节 餐饮消费市场状况分析	154
一、餐饮行业消费特点	154
二、餐饮消费者分析	156
三、餐饮消费结构分析	158

四、餐饮消费的市场变化	158
五、餐饮市场的消费方向	159
第四节 2012-2014年我国住宿餐饮消费发展分析	159
一、2012年我国住宿餐饮消费发展情况	159
二、2013年我国住宿餐饮消费发展情况	160
三、2014年我国住宿餐饮消费发展情况	160
第八章 餐饮业细分市场分析	162
第一节 餐饮业不同业态市场分析	162
一、餐馆酒楼	162
二、快餐送餐	162
三、火锅	162
四、西餐	163
五、宾馆餐饮	163
六、休闲餐饮	163
七、综合餐饮	163
第二节 西餐业市场分析	164
一、国外各类西餐的特色	164
二、中国西餐发展历程	166
三、中国西餐市场现状	167
四、酒店西餐业圣诞经济现状及发展分析	169
五、西餐的未来市场经营分析	172
第三节 快餐业市场分析	174
一、快餐业市场发展的现状	174
二、2012-2014年西式快餐在中国的市场情况	176
三、我国快餐连锁业发展走势	177
第四节 中式快餐市场分析	177
一、中式快餐的概述	177
二、中式快餐的环境分析	178
三、中式快餐的优劣势分析	185
四、2012-2014年中式快餐发展情况	186
五、制约中式快餐发展的瓶颈	187
六、中式快餐投资策略分析	188

第五节 中国餐饮行业不同菜系市场分析	189
一、中国餐饮菜系介绍	189
二、川菜消费市场分析	192
三、粤菜消费市场分析	193
四、鲁菜消费市场分析	193
五、苏菜消费市场分析	196
六、湘菜消费市场分析	196
七、闽菜消费市场分析	197
八、浙菜消费市场分析	200
九、皖菜消费市场分析	209
第九章 2012-2014年餐饮企业连锁经营分析	211
第一节 餐饮连锁运作分析	211
一、餐饮连锁特许商的标准	211
二、餐饮业连锁经营的选址模式剖析	213
三、餐饮业连锁经营经济指标分析	217
第二节 2012-2014年中国餐饮连锁业发展状况分析	217
一、2012年连锁餐饮企业经营形势回顾	217
二、2013年我国餐饮业连锁经营状况分析	221
三、2014年餐饮连锁企业加快门店扩张步伐	221
第三节 餐饮连锁经营的商圈及相关理论	221
一、商圈的一般性原则与特点	221
二、国外餐饮巨头商圈策略借鉴	222
三、商圈状况分类与特征	222
四、商圈内连锁餐饮企业竞争策略	223
第四节 餐饮企业跨区域连锁经营分析	224
一、餐厅的定位	224
二、跨区域扩张策略	228
三、管理升级措施	232
第五节 餐饮连锁市场品牌及营销策略	235
一、品牌化拓展已成连锁餐饮业的战略选择	235
二、打造连锁餐饮店品牌发展对策	236
三、连锁餐饮产品营销策略	237

四、餐饮连锁企业的“统一性”战略	238
五、餐饮连锁酒店抢占旅游市场应重视营销策略的创新	238
第六节 餐饮连锁的对策及战略	239
一、餐饮连锁经营的策略	239
二、餐饮连锁经营模式研析	245
三、中国餐饮连锁业发展战略	246
第七节 餐饮连锁的趋势与经验借鉴	247
一、连锁经营将成为餐饮业主攻方向	247
二、美国特许连锁经营的成功经验及启示	248
三、中国连锁经营发展的四大趋势	251
四、中央厨房生产模式将成现代连锁餐饮业发展主流	252
第十章 2012-2014年酒店、饭店餐饮业经营分析	255
第一节 酒店、饭店餐饮业营销分析	255
一、酒店餐饮业概述	255
二、酒店餐饮市场分析	255
三、盘活酒店餐饮的要素	256
四、用现代营销观念武装酒店餐饮业	258
第二节 酒店餐饮业个性化服务的体现形式分析	260
一、准备有特色的餐厅及餐位	260
二、提供个性化的菜单	261
三、风格独特的儿童自助餐	261
第三节 星级酒店餐饮经营分析	262
一、星级酒店经营餐饮的SWOT分析	262
二、星级酒店餐饮经营的重点	264
三、星级酒店餐饮业可持续发展应积极调整经营策略	266
第四节 酒店、饭店餐饮业的经营策略	270
一、酒店餐饮营销策略分析	270
二、星级饭店餐饮的经营策略	272
三、宾馆、饭店餐饮的经营对策	273
第十一章 中国餐饮行业区域市场分析	276
第一节 华北地区餐饮市场分析	276
第二节 华东地区餐饮市场分析	276

第三节 华南地区餐饮市场分析	276
第四节 华中地区餐饮市场分析	277
第五节 东北地区餐饮市场分析	277
第六节 西南地区餐饮市场	277
第十二章 餐饮业营销策略分析	278
第一节 2012-2014年餐饮经营热点市场	278
一、婚宴市场	278
二、寿宴市场	279
三、商务用餐	279
第二节 2012-2014年餐饮特许经营分析	279
一、中国餐饮业特许经营概述	279
二、我国餐饮业特许经营发展概况	280
三、餐饮业特许经营标准化问题分析	281
四、餐饮特许经营要防止走偏	281
五、餐饮特许经营管理的SPA疗法	283
第三节 餐饮业营销分析	287
一、未来餐饮营销的发展趋势	287
二、不同规模的餐饮企业选择的连锁方式	288
三、中国餐饮的特色营销方式	290
四、节假日餐饮营销战略	291
五、餐饮业微博营销分析	294
第四节 餐饮企业经营策略	296
一、餐饮经营策略概述	296
二、餐饮企业的经营对策	298
三、餐饮经营致胜的秘诀	300
四、餐饮企业做大的经营技巧	301
第五节 餐饮团购营销策略分析	303
一、餐饮团购概述	303
二、餐饮团购机会分析	304
三、餐饮团购目标群体定位	305
四、团购网站助推餐饮业增值	305
五、团购结合移动互联网势不可挡	306

六、餐饮业根据消费者“团购”习惯创新营销模式 307

第十三章 餐饮行业竞争格局分析 309

第一节 国际餐饮行业竞争状况分析 309

一、2012-2014年世界餐饮行业竞争状况分析 309

1、全球餐饮竞争力排名分析 309

2、全球餐饮业出现新的竞争格局 309

二、2012-2014年中国餐饮行业国际竞争布局 312

1、中国餐饮产业国际竞争力现状 312

2、中国餐饮业国际竞争力的优势 314

3、中国餐饮行业国际竞争力的战略 318

第二节 2012-2014年中国餐饮业行业总体竞争状况分析 326

一、国内餐饮行业竞争分析 326

1、餐饮行业竞争分析 326

2、餐饮行业五力模型分析 326

3、餐饮行业SWOT模型分析 328

二、国内餐饮行业竞争格局分析 331

三、国内餐饮企业品牌竞争现状 332

四、餐饮企业核心竞争力分析 336

五、国内餐饮产业集中度分析 339

1、餐饮市场集中度分析 339

2、餐饮企业集中度分析 339

3、餐饮区域集中度分析 340

第三节 2012-2014年中国餐饮行业并购重组分析 340

一、中国餐饮产业竞争力分析 340

二、2013-2014年中国餐饮行业企业并购重组情况 343

三、“十二五”期间餐饮业将加快兼并重组 344

第四节 中国餐饮企业应对竞争的策略 344

一、中国餐饮企业竞争策略的多角度分析 344

二、中国餐饮业竞争策略的改变 346

三、中国餐饮行业提升竞争力战略 346

第五节 餐饮业未来竞争的定位 347

一、控制餐饮业供应链下游 347

二、以用户为方向创造价值	348
三、政府创造稳定的政策环境	348
第十四章 餐饮重点企业发展分析	349
第一节 快餐送餐行业分析	349
一、肯德基	349
二、麦当劳	350
三、真功夫	351
四、丽华快餐	352
五、德克士	353
六、必胜客	353
七、味千拉面	354
八、永和大王	355
第二节 餐馆酒楼行业分析	356
一、全聚德	356
二、海港饮食集团	358
三、杏花楼	359
四、菜根香	360
五、顺峰饮食	360
六、毛家饭店	361
七、向阳渔港	362
八、陶然居	362
第三节 火锅行业分析	364
一、小肥羊	364
二、德庄	365
三、秦妈	366
四、奇火锅	367
五、小天鹅	367
六、小尾羊	368
七、谭鱼头	370
八、刘一手	371
第四节 其他业态分析	372
一、锦江酒店	372

二、上海梅龙镇	373
三、广州酒家企业集团	373
四、北京聚德华天控股	374
五、重庆市菜香源餐饮文化	375
六、星巴克	376
七、上岛咖啡食品有限公司	377
八、广州市绿茵阁餐饮连锁有限公司	377
第十五章 餐饮行业发展趋势预测	379
第一节 2015-2020年中国餐饮市场趋势分析	379
一、2012-2014年我国餐饮市场趋势总结	379
二、2015-2020年我国餐饮发展趋势分析	380
三、2015-2020年餐饮产品价格趋势分析	381
第二节 2015-2020年行业趋势预测分析	382
一、2014年餐饮市场消费预测	382
1、“十二五”餐饮消费量预测	382
2、关键餐饮品种需求预测	382
二、2014年餐饮行业发展趋势展望	384
三、“十二五”期间餐饮行业转型升级分析	385
四、全球餐饮行业面临的趋势	386
第三节 2015-2020年中国餐饮业总体趋势预测	389
一、中国餐饮业投资预测预测	389
二、餐饮业或迎IPO潮	391
三、农餐对接成我国餐饮业发展趋势	391
四、2015-2020年中国餐饮业发展走向	392
1、多元化发展	392
2、绿色餐饮业	392
3、特色餐饮	392
4、数字化发展	392
第四节 2015-2020年中国餐饮行业供需预测	393
一、2015-2020年中国餐饮行业供给预测	393
二、2015-2020年中国餐饮行业需求预测	393
三、2015-2020年中国餐饮行业规模预测	394

第五节 2015-2020年餐饮行业规划建议 395

一、餐饮行业“十一五”规划总结 395

二、餐饮行业“十二五”规划预测 398

三、2015-2020年餐饮行业规划建议 398

本研究咨询报告由博思数据公司领衔撰写，在大量周密的市场监测基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、博思数据提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了中国餐饮行业行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国餐饮行业行业做了重点企业经营状况分析，并分析了中国餐饮行业行业趋势预测分析。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qtzzh1503/P74380OPTT.html>