

2015-2020年中国团膳市场 分析与投资前景研究报告

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年中国团膳市场分析与投资前景研究报告》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/canyin1501/278029OUHP.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】2015-01-19

【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

报告说明:

博思数据发布的《2015-2020年中国团膳市场分析与投资前景研究报告》共十七章。介绍了团膳行业相关概述、中国团膳产业运行环境、分析了中国团膳行业的现状、中国团膳行业竞争格局、对中国团膳行业做了重点企业经营状况分析及中国团膳产业发展前景与投资预测。您若想对团膳产业有个系统的了解或者想投资团膳行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

团膳的发展是由社会进步和经济发展决定的，是人民生活水平提高与生活方式改善的迫切需要，是人们为适应社会经济建设，工作与生活节奏加快，家庭服务和单位后勤服务走向社会化的必然产物，据中国烹饪协会提供的数据表明，团膳市场份额占餐饮整体市场的30%以上，而行业利润率保持在20%左右。在全球经济危机大爆发的宏观市场环境下，众多行业深受冲击，团膳行业的发展可谓一枝独秀，迅速开始崛起。

餐饮外包将是团膳最终的趋势，具体的数据是惊人的。2012年我国餐饮收入达到2.2万亿元，发展到目前阶段，其中占主要地位的三大类分别是：酒楼，快餐和团膳，而团膳的兴起与发展，大有星星之火可以燎原之势。2015年，团膳餐饮行业市场规模将超万亿大关，在这样巨大的吸引力下，许多人都想分一杯羹。这也吸引国际团膳巨头们开始进入中国，通过兼并、收购中国企业，来抢占中国的团膳市场。面对市场的巨大诱惑，团膳企业不能坐等政策法规出台，也不要指望短时间内行业规范的实施。身处团膳市场初期混乱的市场竞争环境，不求一统天下，但求能在激烈的竞争中存活下来。

在当今时代，国际团膳巨头们的介入，足以震慑一批胆小者。如何在团膳市场分一杯羹？出路究竟在何方？首先，精准市场定位。面对巨大的团膳市场，应该有所为有所不为，市场定位不求大而全，但求准而精。在团膳市场结构中，剖析每一类目标客户团体的特点，结合自身优势深耕细作，深挖某一类团膳细分市场。宽度一厘米，深度一公里。比赛场上只有单项冠军，没有全能选手。第二，打造产业链。产业链构建是形成团膳竞争壁垒的有效措施。产业链的打造是指对种植养殖业、加工制造业、配送销售业链条的打造与培育。由于有专门做上游的种植养殖企业，有专门做中游的加工制造企业，有专门做下游的配送销售企业，任何一家团膳企业要想获得持续的成功必须要有产业链条的支持，如果没有产业的利益共同体，团膳行业永远不会做大做强、做出规模。显然，中游、上游的支持是团膳企业生存与发展的前提与基础。第三，行业合作共赢。由于团膳是微利行业，市场不规范、竞争不规则，使中国团膳企业清醒地认识到，过度竞争不培育市场的道路是走不通的。而出路只有一条，就是在竞争中联合，在联合中竞争，在培育市场的基础上分享利润。第四，团膳模式尚在摸索中。团膳行业还需要一段时间的沉淀和发展才能形成其运作模式，企业的内功修炼将成为决

定未来企业生存和发展的关键。如何运用管理创新，新兴的信息化工具解决企业内部菜品研发、人才培养、标准复制等问题，是团膳企业将要面临的重大议题。

未来的团膳市场将会是一个“专业人做专业事”的市场，随着市场的细分，团膳的设计会因人而异，既突出共性，又显现个性。总的来说，可以用精、准、快三个字来描述。精，是指精品，具体来讲即是样式美、品种精、搭配好、口感好。每种食品的量可以少，但必须精致；产品的包装环保、简洁、大方；口感上达到所在地方一般中餐馆菜肴的制作要求。准，是指分量准，有两层意思，一是能够达到消费者期望的量；二是不超过设计要求的量。快，是指出餐速度和打餐速度快。因此要求在团膳设计与制作上尽量向以上目标靠拢。

第一部分 行业运行现状

第一章 全球团膳行业发展分析 1

第一节 团膳的定义及分类 1

一、团膳的定义 1

二、团膳的分类 1

三、团膳的特性 1

四、团膳的经营形式 3

第二节 2013年全球团膳市场分析 6

一、2013年全球团膳市场回顾 6

二、2013年全球团膳市场环境 7

三、2013年全球团膳销售分析 7

四、2013年全球团膳市场规模 8

第三节 2014年全球团膳市场分析 8

一、2014年全球团膳需求分析 8

二、2014年全球团膳市场规模 9

三、2014年全球团膳品牌分析 10

四、2014年中外团膳市场对比 11

第四节 部分国家地区团膳行业发展状况 13

一、2013-2014年美国团膳行业发展分析 13

二、2013-2014年欧洲团膳行业发展分析 15

三、2013-2014年日本团膳行业发展分析 17

四、2013-2014年韩国团膳行业发展分析 20

第二章 我国团膳行业发展现状 21

第一节 我国团膳行业发展现状 21

一、团膳行业品牌发展现状 21

二、团膳行业消费市场现状 22

三、团膳市场消费层次分析 23

四、我国团膳市场走向分析 25

第二节 我国团膳行业发展状况 27

一、2014年中国团膳行业发展回顾 27

二、2014年团膳行业发展情况分析 27

三、2014年我国团膳市场特点分析 29

四、2014年我国团膳市场发展分析 30

第三节 中国团膳行业供需分析 31

一、2014年中国团膳市场供给总量分析 31

二、2014年中国团膳市场供给结构分析 31

三、2014年中国团膳市场需求总量分析 32

四、2014年中国团膳市场需求结构分析 32

五、2014年中国团膳市场供需平衡分析 33

第三章 我国团膳市场现状 35

第一节 团膳市标准化分析 35

一、团膳产业化、标准化情况 35

二、团膳标准化问题及其影响 36

三、团膳市场标准化发展策略 37

第二节 团膳市场发展状况 38

一、2013-2014年团膳市场发展情况 38

二、团膳发展的有利因素 39

三、团膳发展制约因素 40

四、团膳的全球化发展 41

第三节 团膳发展前景和机遇 42

一、团膳长期发展前景分析 42

二、2015-2020年团膳市场发展前景 44

三、团膳发展的新机遇 46

第四章 我国团膳市场趋势 48

第一节 团膳市场发展状况 48

- 一、2014年团膳市场价格情况 48
- 二、2014年团膳市场发展动态 48
- 三、洋团膳加速本土化及其原因分析 49

第二节 团膳市场的前景和潜力研究 49

- 一、团膳市场前景 49
- 二、团膳早餐市场潜力 50

第五章 中国团膳深度调研分析 52

第一节 团膳行业产品目标客户群体调查 52

- 一、不同收入水平消费者偏好调查 52
- 二、不同年龄的消费者偏好调查 53
- 三、不同地区的消费者偏好调查 54

第二节 团膳市场消费需求分析 55

- 一、团膳市场的消费需求变化 55
- 二、团膳行业的需求情况分析 55
- 三、2014年团膳品牌市场消费需求分析 55

第三节 团膳消费市场状况分析 56

- 一、团膳行业消费特点 56
- 二、团膳消费者分析 56
- 三、团膳消费结构分析 58
- 四、团膳消费的市场变化 59
- 五、团膳市场的消费方向 60

第四节 现有团膳调研 60

- 一、团膳经营情况 60
- 二、团膳行业门店数 61
- 三、团膳行业营业面积 65
- 四、团膳行业从业人员 65
- 五、团膳行业餐位数 68

六、团膳行业商品购进总额	69
七、团膳行业统一配送商品购进额	69
八、团膳行业自由配送中心配送商品购进额	71
九、团膳行业非自由配送中心配送商品购进额	72
十、团膳行业营业收入	74

第六章 中国团膳行业区域市场分析 75

第一节 华北地区团膳行业分析 75

一、2013-2014年行业发展现状分析	75
二、2013-2014年市场规模情况分析	79
三、2015-2020年市场需求情况分析	79
四、2015-2020年行业发展前景预测	81
五、2015-2020年行业投资风险预测	81

第二节 东北地区团膳行业分析 82

一、2013-2014年行业发展现状分析	82
二、2013-2014年市场规模情况分析	82
三、2015-2020年市场需求情况分析	82
四、2015-2020年行业发展前景预测	83
五、2015-2020年行业投资风险预测	83

第三节 华东地区团膳行业分析 83

一、2013-2014年行业发展现状分析	83
二、2013-2014年市场规模情况分析	86
三、2015-2020年市场需求情况分析	86
四、2015-2020年行业发展前景预测	87
五、2015-2020年行业投资风险预测	88

第四节 华南地区团膳行业分析 88

一、2013-2014年行业发展现状分析	88
二、2013-2014年市场规模情况分析	94
三、2015-2020年市场需求情况分析	95
四、2015-2020年行业发展前景预测	97
五、2015-2020年行业投资风险预测	98

第五节 华中地区团膳行业分析 100

一、2013-2014年行业发展现状分析	100
二、2013-2014年市场规模情况分析	101
三、2015-2020年市场需求情况分析	101
四、2015-2020年行业发展前景预测	102
五、2015-2020年行业投资风险预测	102
第六节 西南地区团膳行业分析	102
一、2013-2014年行业发展现状分析	102
二、2013-2014年市场规模情况分析	107
三、2015-2020年市场需求情况分析	108
四、2015-2020年行业发展前景预测	109
五、2015-2020年行业投资风险预测	110
第七节 西北地区团膳行业分析	110
一、2013-2014年行业发展现状分析	110
二、2013-2014年市场规模情况分析	111
三、2015-2020年市场需求情况分析	111
四、2015-2020年行业发展前景预测	112
五、2015-2020年行业投资风险预测	112

第七章 团膳行业投资与发展前景分析 113

第一节 2014年团膳行业投资情况分析 113

一、2014年团膳行业总体投资结构	113
二、2014年团膳行业投资规模情况	114
三、2014年团膳行业投资增速情况	115
四、2014年团膳分行业投资分析	116
五、2014年团膳分地区投资分析	117

第二节 团膳行业投资机会分析 118

一、团膳投资项目分析	118
二、可以投资的团膳模式	119
三、2015年团膳投资机会	119
四、2015年团膳细分行业投资机会	120
五、2015年团膳投资新方向	120

第三节 团膳行业发展前景分析 121

- 一、团膳市场发展前景分析 121
- 二、我国团膳市场蕴藏的商机 121
- 三、2015年团膳市场面临的发展商机 122
- 四、2015-2020年团膳市场面临的发展商机 122

第二部分 市场竞争格局与形势

第八章 团膳行业竞争格局分析 124

第一节 团膳行业集中度分析 124

- 一、团膳市场集中度分析 124
- 二、团膳企业集中度分析 124
- 三、团膳区域集中度分析 125

第二节 团膳行业主要企业竞争力分析 125

- 一、重点企业资产总计对比分析 125
- 二、重点企业全年营业收入对比分析 126
- 三、重点企业利润总额对比分析 128
- 四、重点企业综合竞争力对比分析 130

第三节 团膳行业竞争格局分析 131

- 一、2014年团膳行业竞争分析 131
- 二、2014年中外团膳产品竞争分析 131
- 三、2013-2014年国内外团膳竞争分析 132
- 四、2013-2014年我国团膳市场竞争分析 133
- 五、2013-2014年我国团膳市场集中度分析 134

第九章 2015-2020年中国团膳行业发展形势分析 135

第一节 团膳行业发展概况 135

- 一、团膳行业发展特点分析 135
- 二、团膳行业投资现状分析 136
- 三、团膳行业总产值分析 136
- 四、团膳行业技术发展分析 137

第二节 2013-2014年团膳行业市场情况分析 140

- 一、团膳行业市场发展分析 140
- 二、团膳市场存在的问题 141

三、团膳市场规模分析 142

第三节 2013-2014年团膳产销状况分析 143

一、团膳生产分析 143

二、团膳产能分析 143

三、团膳市场需求状况分析 143

第四节 产品发展趋势预测144

一、产品发展新动态 144

二、技术新动态 144

三、产品发展趋势预测 146

第三部分 赢利水平与企业分析

第十章 中国团膳行业整体运行指标分析 148

第一节 2013-2014年中国团膳行业总体规模分析 148

一、企业数量结构分析 148

二、行业生产规模分析 149

第二节 2013-2014年中国团膳行业财务指标总体分析 155

一、行业盈利能力分析 155

二、行业偿债能力分析 156

三、行业营运能力分析 162

四、行业发展能力分析 164

第十一章 团膳行业赢利水平分析 166

第一节 成本分析 166

一、2013-2014年团膳原材料价格走势 167

二、2013-2014年团膳行业人工成本分析 169

第二节 收益分析 169

第三节 盈利水平分析 170

一、2013-2014年团膳行业营业收入情况 170

二、2013-2014年团膳行业毛利率情况 172

三、2013-2014年团膳行业赢利能力 173

四、2013-2014年团膳行业赢利水平 174

第十二章 团膳行业盈利能力分析	176
第一节 2013-2014年中国团膳行业利润总额分析	176
一、利润总额分析	176
二、不同所有制企业利润总额比较分析	177
第二节 2013-2014年中国团膳行业销售利润率	178
一、销售利润率分析	178
二、不同所有制企业销售利润率比较分析	179
第三节 2013-2014年中国团膳行业总资产利润率分析	181
一、总资产利润率分析	181
二、不同所有制企业总资产利润率比较分析	182
第四节 2013-2014年中国团膳行业产值利税率分析	184
一、产值利税率分析	184
二、不同所有制企业产值利税率比较分析	185

第十三章 国内团膳重点企业竞争分析	187
第一节 索迪斯大中国区	187
一、企业概况	187
二、竞争优势分析	188
三、2013-2014年经营状况	188
四、2015-2020年发展战略	189
第二节 爱玛客服务产业（中国）有限公司	189
一、企业概况	189
二、竞争优势分析	190
三、2013-2014年经营状况	190
四、2015-2020年发展战略	190
第三节 河北千喜鹤饮食股份有限公司	190
一、企业概况	190
二、竞争优势分析	191
三、2013-2014年经营状况	191
四、2015-2020年发展战略	192
第四节 北京健力源餐饮管理有限公司	193
一、企业概况	193

二、竞争优势分析	194
三、2013-2014年经营状况	195
四、2015-2020年发展战略	195
第五节 北京金丰餐饮有限公司	196
一、企业概况	196
二、竞争优势分析	197
三、2013-2014年经营状况	200
四、2015-2020年发展战略	201
第六节 常州丽华快餐有限公司	201
一、企业概况	201
二、竞争优势分析	203
三、2013-2014年经营状况	204
四、2015-2020年发展战略	205
第七节 宝钢发展有限公司餐饮管理分公司	206
一、企业概况	207
二、2013-2014年经营状况	207
三、2015-2020年发展战略	207
第八节 武汉华工后勤管理有限公司	207
一、企业概况	207
二、竞争优势分析	208
三、2013-2014年经营状况	209
四、2015-2020年发展战略	211
第九节 康帕斯配餐服务（中国）有限公司	221
一、企业概况	221
二、竞争优势分析	222
三、2013-2014年经营状况	222
四、2015-2020年发展战略	223
第十节 广州市和兴隆食品科技有限公司	224
一、企业概况	224
二、竞争优势分析	224
三、2013-2014年经营状况	225
四、2015-2020年发展战略	225

第十一节 深圳市誉兴饮食管理有限公司 226

一、企业概况 226

二、竞争优势分析 226

三、2013-2014年经营状况 226

四、2015-2020年发展战略 227

第十二节 武钢后勤集团快餐食品饮料公司 227

一、企业概况 227

二、竞争优势分析 227

三、2013-2014年经营状况 228

四、2015-2020年发展战略 228

第十三节 大连亚惠快餐有限公司 229

一、企业概况 229

二、竞争优势分析 230

三、2013-2014年经营状况 230

四、2015-2020年发展战略 231

第十四节 广东富斯凯餐饮管理有限公司 232

一、企业概况 232

二、竞争优势分析 232

三、2013-2014年经营状况 233

四、2015-2020年发展战略 233

第十五节 上海珍鼎餐饮服务有限公司 233

一、企业概况 233

二、竞争优势分析 234

三、2013-2014年经营状况 234

四、2015-2020年发展战略 235

第十六节 陕西惠森餐饮有限公司 235

一、企业概况 235

二、竞争优势分析 236

三、2013-2014年经营状况 236

四、2015-2020年发展战略 236

第十七节 北京湘鄂情餐饮管理有限公司 237

一、企业概况 237

二、竞争优势分析	238
三、2013-2014年经营状况	238
四、2015-2020年发展战略	243
第十八节 中国全聚德（集团）股份有限公司	244
一、企业概况	244
二、竞争优势分析	245
三、2013-2014年经营状况	249
四、2015-2020年发展战略	252

第四部分 投资策略与风险预警

第十四章 团膳行业投资策略分析 253

第一节 行业发展特征 253

一、行业的周期性 253

二、行业的区域性 253

三、行业的上下游 254

四、行业经营模式 255

第二节 行业投资形势分析 258

一、行业发展格局 258

二、行业进入壁垒 259

三、行业SWOT分析 259

四、行业五力模型分析 262

第三节 团膳行业投资效益分析 263

一、2014年团膳行业投资状况分析 263

二、2014年团膳行业投资效益分析 263

三、2015-2020年团膳行业投资方向 264

四、2015-2020年团膳行业投资建议 265

第四节 团膳行业投资策略研究 266

一、2014年团膳行业投资策略 266

二、2015年团膳行业投资策略 272

三、2015-2020年团膳行业投资策略 273

四、2015-2020年团膳细分行业投资策略 274

第十五章 团膳行业投资风险预警	280
第一节 影响团膳行业发展的主要因素	280
一、2014年影响团膳行业运行的有利因素	280
二、2014年影响团膳行业运行的稳定因素	280
三、2014年影响团膳行业运行的不利因素	281
四、2015年我国团膳行业发展面临的挑战	282
五、2015年我国团膳行业发展面临的机遇	283
第二节 团膳行业投资风险预警	284
一、2015-2020年团膳行业市场风险预测	284
二、2015-2020年团膳行业政策风险预测	284
三、2015-2020年团膳行业经营风险预测	285
四、2015-2020年团膳行业技术风险预测	286
五、2015-2020年团膳行业竞争风险预测	286
六、2015-2020年团膳行业其他风险预测	287

第四部分 发展趋势与规划建议

第十六章 团膳行业发展趋势分析	288
第一节 2015-2020年中国团膳市场趋势分析	288
一、2013-2014年我国团膳市场趋势总结	288
二、2015-2020年我国团膳发展趋势分析	288
第二节 2015-2020年团膳产品发展趋势分析	289
一、2015-2020年团膳产品技术趋势分析	289
二、2015-2020年团膳产品价格趋势分析	290
第三节 2015-2020年中国团膳行业供需预测	290
一、2015-2020年中国团膳供给预测	290
二、2015-2020年中国团膳需求预测	290
三、2015-2020年中国团膳价格预测	290

第十七章 团膳企业管理策略建议

第一节 市场策略分析	291
一、团膳价格策略分析	291
二、团膳渠道策略分析	291

第二节 销售策略分析	292
一、媒介选择策略分析	292
二、产品定位策略分析	292
三、企业宣传策略分析	294
第三节 团膳行业发展战略研究	295
一、战略综合规划	295
二、运营管理战略	297
三、区域战略规划	300
四、产品战略规划	301
五、营销品牌战略	302
六、竞争战略规划	304
第四节 提高团膳企业竞争力的策略	305
一、提高中国团膳企业核心竞争力的对策	305
二、团膳企业提升竞争力的主要方向	306
三、影响团膳企业核心竞争力的因素及提升途径	306
四、提高团膳企业竞争力的策略	307
第五节 对我国团膳品牌的战略思考	310
一、团膳实施品牌战略的意义	310
二、团膳企业品牌的现状分析	310
三、我国团膳企业的品牌战略	310
四、团膳品牌战略管理的策略	310
第六节 团膳品牌的战略思考	310
一、企业品牌的重要性	310
二、团膳实施品牌战略的意义	311
三、团膳企业品牌的现状分析	312
四、团膳企业的品牌战略	313
第七节 博思数据投资建议	313

图表目录

图表：我国团餐业发展的四个阶段	21
图表：餐饮消费食品安全评价	27
图表：我国餐饮行业细分子行业业务分类	30

图表：消费者餐饮消费频率	53
图表：团膳的目标客户群	57
图表：团餐行业不同客户类型的市场份额	58
图表：团膳市场结构	59
图表：2013—2014年中国餐饮业零售总额增长速度	61
图表：2014年团膳企业情况	62
图表：2014年餐饮企业数量按行业类别分类构成	62
图表：2014年连锁餐饮企业营业收入按行业类别分类构成	63
图表：2013-2014年各餐饮公司门店发展情况表	64
图表：2014年我国连锁餐饮企业基本况	65
图表：2014年我国团膳餐饮企业基本况	65
图表：2014年餐饮企业从业人数按行业类别分类构成	66
图表：2014年各地区限额以上餐饮业企业基本情况	66
图表：2014年按行业分各地区连锁餐饮企业加盟门店基本情况（快餐服务）	68
图表：2014年按行业分各地区连锁餐饮企业直营门店基本情况（快餐服务）	68
图表：2014年我国连锁餐饮企业营业额及购进额	70
图表：2014年我国团膳餐饮企业营业额及购进额	70
图表：2014年华北连锁餐饮企业加盟门店基本情况（快餐服务）	78
图表：2014年华北快餐企业直营门店基本情况	78
图表：2013-2014年华北地区限额以上餐饮企业主营业务收入	79
图表：2013-2014年华北地区限额以上餐饮企业毛利率	81
图表：2014年东北快餐企业直营门店基本情况	82
图表：2013-2014年东北地区限额以上餐饮企业主营业务收入	82
图表：2013-2014年东北地区限额以上餐饮企业毛利率	83
图表：2014年华东连锁餐饮企业加盟门店基本情况（快餐服务）	85
图表：2014年华东快餐企业直营门店基本情况	85
图表：2013-2014年华东地区限额以上餐饮企业主营业务收入	86
图表：2013-2014年华东地区限额以上餐饮企业毛利率	87
图表：2014年华南快餐企业直营门店基本情况	94
图表：2013-2014年华南地区限额以上餐饮企业主营业务收入	95
图表：2013-2014年华南地区限额以上餐饮企业毛利率	97
图表：2014年华中连锁餐饮企业加盟门店基本情况（快餐服务）	100

图表：2014年华东快餐企业直营门店基本情况	100
图表：2013-2014年华中地区限额以上餐饮企业主营业务收入	101
图表：2013-2014年华中地区限额以上餐饮企业毛利率	102
图表：2014年西南快餐企业加盟门店基本情况	107
图表：2014年西南快餐企业直营门店基本情况	107
图表：2013-2014年西南地区限额以上餐饮企业主营业务收入	107
图表：2013-2014年西南地区限额以上餐饮企业毛利率	110
图表：2014年西北快餐企业加盟门店基本情况	110
图表：2014年西北快餐企业直营门店基本情况	111
图表：2013-2014年西北限额以上餐饮企业主营业务收入	111
图表：2013-2014年西北地区限额以上餐饮企业毛利率	112
图表：2014年我国团膳餐饮固定资产投资总额及增长情况	114
图表：国内外餐饮公司主要经营数据对比	125
图表：2013-2014年正餐类公司营业收入及增长	126
图表：2013-2014年正快餐类公司营业收入及增长	126
图表：2013-2014年各餐饮公司营业收入及增长	127
图表：2013-2014年各餐饮公司净利润及增长	128
图表：2013-2014年快餐类公司净利润及增长	129
图表：2013-2014年正餐类公司净利润及增长	129
图表：2014年餐饮个股与全部A古涨跌幅比较	130
图表：2014年餐饮个股与全部A股PE估值比较	130
图表：2013-2014年中国团膳总产值及增长	136
图表：2015-2020年中国团膳总产值及增长预测	137
图表：2013-2014年限额以上餐饮业企业单位数	148
图表：2014年餐饮企业基本情况统计表	149
图表：2013-2014年限额以上餐饮业从业人员数	150
图表：2013-2014年限额以上餐饮业餐饮营业面积	150
图表：2013-2014年限额以上餐饮业营业面积（按登记注册类型分）	151
图表：2014年华北地区限额以上餐饮业企业从业人数分析	151
图表：2014年东北地区限额以上餐饮业企业从业人数分析	152
图表：2014年华东地区限额以上餐饮业企业从业人数分析	152
图表：2014年华中地区限额以上餐饮业企业从业人数分析	153

图表：2014年华南地区限额以上餐饮业企业从业人数分析	153
图表：2014年西南限额以上餐饮业企业从业人数分析	154
图表：2014年西北地区限额以上餐饮业企业从业人数分析	154
图表：2013-2014年限额以上餐饮企业毛利率	155
图表：2014年我国团膳餐饮业负债合计及增长分析	156
图表：2014年我国团膳餐饮业内资企业负债合计及增长分析	156
图表：2014年我国团膳餐饮业国有企业负债合计及增长分析	157
图表：2014年我国团膳餐饮业集体企业负债合计及增长分析	157
图表：2014年我国团膳餐饮业股份合作制企业负债合计及增长分析	158
图表：2014年我国团膳餐饮业联营企业负债合计及增长分析	158
图表：2014年我国团膳餐饮业集体联营企业负债合计及增长分析	159
图表：2014年我国团膳餐饮业流动资产分析	159
图表：2014年我国团膳餐饮业内资企业流动资产分析	160
图表：2014年我国团膳餐饮业国有企业流动资产分析	160
图表：2014年我国团膳餐饮业集体企业流动资产分析	161
图表：2014年我国团膳餐饮业股份合作制企业流动资产分析	161
图表：2014年我国团膳餐饮业联营企业流动资产分析	162
图表：2014年我国餐饮业增加值情况分析	163
图表：2014年我国餐饮业增加值指数情况分析	164
图表：2014年限额以上社会消费品零售总额餐饮收入及增长	164
图表：2014年社会消费品零售总额餐饮收入及增长	165
图表：普通餐饮店铺成本结构表	166
图表：团膳企业成本结构标准表	167
图表：2013-2014年限额以上餐饮企业主营业务收入	171
图表：国内外餐饮公司主要数据对比	171
图表：各餐饮公司毛利率	172
图表：2013-2014年快餐公司毛利率	172
图表：2013-2014年正餐公司毛利率	173
图表：2013-2014年各类餐饮公司净利润	173
图表：2013-2014年各类餐饮公司净利润	174
图表：2013-2014年正餐公司销量费用率情况	174
图表：2013-2014年正餐公司管理费用率情况	175

图表：2013-2014年正餐公司三项费用率情况	175
图表：2013-2014年限额以上餐饮企业主营业务利润	176
图表：2013-2014年限额以上餐饮企业毛利率	176
图表：2013-2014年各类餐饮公司净利润	177
图表：2014年我国团膳餐饮业内资企业销售利润率分析	178
图表：2014年我国团膳餐饮业国有企业销售利润率分析	179
图表：2014年我国团膳餐饮业集体企业销售利润率分析	179
图表：2014年我国团膳餐饮业股份合作制企业销售利润率分析	180
图表：2014年我国团膳餐饮业联营企业销售利润率分析	180
图表：2014年我国团膳餐饮业总资产利润率分析	181
图表：2014年我国团膳餐饮业内资企业总资产利润率分析	182
图表：2014年我国团膳餐饮业国有企业总资产利润率分析	182
图表：2014年我国团膳餐饮业集体企业总资产利润率分析	183
图表：2014年我国团膳餐饮业股份制合作企业总资产利润率分析	183
图表：2014年我国团膳餐饮业联营企业总资产利润率分析	184
图表：2014年我国团膳餐饮业产值利税率分析	184
图表：2014年我国团膳餐饮业内资企业产值利税率分析	185
图表：2014年我国团膳餐饮业国有企业产值利税率分析	185
图表：2014年我国团膳餐饮业集体企业产值利税率分析	186
图表：2014年我国团膳餐饮业股份合作制企业产值利税率分析	186
图表：2013-2014年北京湘鄂情股份有限公司财务核心指标表	239
图表：2013-2014年北京湘鄂情股份有限公司资产负债指标表	240
图表：2013-2014年北京湘鄂情股份有限公司利润分配指标表	240
图表：2013-2014年北京湘鄂情股份有限公司现金流量指标表	240
图表：2014年第二季度北京湘鄂情股份有限公司各行业主营业务收入表	240
图表：2014年第二季度北京湘鄂情股份有限公司各产品主营业务收入表	241
图表：2014年第二季度北京湘鄂情股份有限公司各地区主营业务收入表	241
图表：2013-2014年北京湘鄂情股份有限公司偿债能力分析表	241
图表：2013-2014年北京湘鄂情股份有限公司资本结构分析表	242
图表：2013-2014年北京湘鄂情股份有限公司经营效率分析表	242
图表：2013-2014年北京湘鄂情股份有限公司获利能力分析表	242
图表：2013-2014年北京湘鄂情股份有限公司发展能力分析表	243

图表：2013-2014年北京湘鄂情股份有限公司现金流量分析表	243
图表：2013-2014年北京湘鄂情股份有限公司投资收益分析表	243
图表：2014年第四季度中国全聚德（集团）股份有限公司主营业务收入	249
图表：2013-2014年中国全聚德（集团）股份有限公司偿债能力分析表	250
图表：2013-2014年中国全聚德（集团）股份有限公司资本结构分析表	250
图表：2013-2014年中国全聚德（集团）股份有限公司经营效率分析表	250
图表：2013-2014年中国全聚德（集团）股份有限公司获利能力分析表	251
图表：2013-2014年中国全聚德（集团）股份有限公司发展能力表	251
图表：2013-2014年中国全聚德（集团）股份有限公司现金流量分析	251
图表：2013-2014年中国全聚德（集团）股份有限公司投资收益分析	252
图表：2013-2014年中国全聚德（集团）股份有限公司资产负债表	252
图表：团膳行业生命周期	253
图表：团膳的三种经营模式	255
略……	

本研究咨询报告由博思数据研究中心领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、中国消费者协会、中国烹饪协会、中国烹协中式快餐委员会、各省市餐饮协会、中国经济景气监测中心、全国商业信息中心、国内外多种相关报刊杂志的基础信息以及专业研究单位等公布、提供的大量的内容详实、统计精确的资料和数据，立足于全球团膳市场，从中国团膳业发展情况、中国团膳市场发展情况、中国团膳区域市场现状、团膳关联行业市场发展情况以及团膳优势企业发展情况进行研究，同时对团膳业未来发展趋势、发展策略、团膳营销和投资等多方面深入剖析，全面展现团膳行业状况，揭示团膳业市场潜在需求与潜在机会。本报告是团膳企业和单位以及计划投资于团膳业的企业和投资者等准确了解目前中国团膳市场发展动态，把握团膳行业消费现状与趋势，制定市场策略的必备的重要决策参考资料。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/canyin1501/278029OUHP.html>