|  |
| --- |
| [2024-2030年中国餐饮业市场深度调查分析及发展趋势研究报告](https://www.20087.com/9/19/CanYinYeShiChangXuQiuFenXiYuFaZh.html) |



#### [中国市场调研网](https://www.20087.com/)

[www.20087.com](https://www.20087.com/)

一、基本信息

|  |  |
| --- | --- |
| 名称： | [2024-2030年中国餐饮业市场深度调查分析及发展趋势研究报告](https://www.20087.com/9/19/CanYinYeShiChangXuQiuFenXiYuFaZh.html) |
| 报告编号： | 2305199　　←电话咨询时，请说明该编号。 |
| 市场价： | 电子版：9200 元　　纸介＋电子版：9500 元 |
| 优惠价： | 电子版：8200 元　　纸介＋电子版：8500 元　　可提供增值税专用发票 |
| 咨询电话： | 400 612 8668、010-66181099、010-66182099、010-66183099 |
| Email： | Kf@20087.com |
| 在线阅读： | [<https://www.20087.com/9/19/CanYinYeShiChangXuQiuFenXiYuFaZh.html>](https://www.20087.com/2/95/ZhiNengXiWanJiShiChangQianJingYuCe.html) |
| 温馨提示： | 订购英文、日文等版本报告，请拨打订购咨询电话或发邮件咨询。 |

二、内容简介

　　餐饮业是服务业的重要组成部分，近年来在全球范围内展现出了强劲的韧性与创新力。尽管面临疫情冲击，但餐饮业通过快速适应市场变化，如拓展外卖服务、开发预制菜、提升线上预订和支付系统，成功克服了堂食受限的挑战。同时，消费者对健康、绿色、可持续饮食的追求，推动了素食、低卡、有机食材等健康餐饮概念的兴起，为行业注入了新的活力。此外，餐饮业的数字化转型步伐加快，通过大数据分析、人工智能等技术优化供应链管理、提升客户体验，实现了经营效率和盈利能力的双提升。
　　未来，餐饮业的发展将更加注重个性化、健康化和科技赋能。一方面，餐饮企业将深化对消费者偏好的洞察，提供定制化菜单、个性化服务，满足消费者日益多元的饮食需求。另一方面，随着消费者健康意识的提升，餐饮业将加大健康餐饮的创新，如开发更多植物基食品、营养均衡菜品，倡导平衡膳食和绿色生活方式。同时，餐饮业将继续拥抱数字化，通过智能厨房、无人餐厅、虚拟现实体验等技术，提供更加便捷、智能、沉浸式的餐饮体验，推动行业向智慧餐饮时代迈进。
　　《[2024-2030年中国餐饮业市场深度调查分析及发展趋势研究报告](https://www.20087.com/9/19/CanYinYeShiChangXuQiuFenXiYuFaZh.html)》对餐饮业行业相关因素进行具体调查、研究、分析，洞察餐饮业行业今后的发展方向、餐饮业行业竞争格局的演变趋势以及餐饮业技术标准、餐饮业市场规模、餐饮业行业潜在问题与餐饮业行业发展的症结所在，评估餐饮业行业投资价值、餐饮业效果效益程度，提出建设性意见建议，为餐饮业行业投资决策者和餐饮业企业经营者提供参考依据。

第一章 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

第二章 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》。我国餐饮业收入达到3.9万亿元，规模仅次于美国。在国民生产总值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

第三章 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
　　　　2024-2030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

第四章 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

第五章 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

第六章 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

第七章 中.智.林.　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 3：2024-2030年全球品牌百强餐饮排名（一）（单位：亿美元，百万美元，%）
　　图表 4：2024-2030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 6：2024-2030年全国餐饮收入情况（单位：亿元，%）
　　图表 7：2024-2030年餐饮业和限额以上餐饮业季度变动（单位：%）
　　图表 8：2024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 11：2024-2030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 13：2024年餐饮行业前100企业名单
　　图表 14：2024-2030年餐饮百强企业营业收入及增长情况（单位：亿元，%）
　　图表 15：2024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 17：2024年餐饮百强企业不同性质营收占比（单位：%）
　　图表 18：2024年餐饮百强企业前十地区分布情况（单位：个，%）
　　图表 19：2024年餐饮百强拥有门店数量结构（单位：%）
　　图表 20：2024年餐饮百强企业经营区域分布情况（单位：%）
　　图表 21：2024年餐饮百强企业营收增速分布状况（单位：个，%）
　　图表 22：2024年餐饮百强企业成本费用增长率（单位：%）
　　图表 23：2024年餐饮百强企业净利润增速分布状况（单位：个，%）
　　图表 24：2024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 25：2024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 26：2024-2030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 27：2024-2030年春节黄金周全国零售额和餐饮收入增幅（单位：%）
　　图表 28：2024年中国餐饮行业O2O发展历程
　　图表 29：2024-2030年中国餐饮行业O2O在线订餐用户规模（单位：亿人，%）
　　图表 30：2024-2030年中国餐饮行业O2O市场规模（单位：亿元，%）
　　图表 31：2024-2030年中国餐饮O2O市场规模及增长率（单位：万亿元，%）
　　图表 32：2024-2030年美团移动端交易额占比（单位：%）
略……

了解《[2024-2030年中国餐饮业市场深度调查分析及发展趋势研究报告](https://www.20087.com/9/19/CanYinYeShiChangXuQiuFenXiYuFaZh.html)》，报告编号：2305199，

请致电：400-612-8668、010-66181099、66182099、66183099，

Email邮箱：Kf@20087.com

详细介绍：<https://www.20087.com/9/19/CanYinYeShiChangXuQiuFenXiYuFaZh.html>

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！