

2016-2022年中国餐馆酒楼 行业分析及发展策略咨询报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

www.chinairr.org

一、报告报价

《2016-2022年中国餐馆酒楼行业分析及发展策略咨询报告》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.chinairr.org/report/R09/R0903/201609/18-214217.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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

报告目录：

第一部分 行业发展现状

第一章 餐馆酒楼业概述

第一节 餐馆酒楼业的概念与分类

一、餐馆酒楼的定义

二、餐馆酒楼的分类

第二节 餐馆酒楼业的性质和特点

一、现代餐馆酒楼的基本性质

二、现代餐馆酒楼的基本特点

第三节 餐馆酒楼发展的影响因素分析

第四节 中国餐馆酒楼行业发展的特点分析

一、现代化和网络化进程将进一步加快

二、集团化经营

三、品牌化发展

四、经济型餐馆酒楼加速发展，差异化将成为竞争焦点和发展趋势

第二章 全球餐馆酒楼业分析

第一节 国际餐馆酒楼业的发展综述

一、国际餐馆酒楼业的发展特点及影响因素

二、2016年世界餐馆酒楼业呈现回暖迹象

三、2016年世界餐馆酒楼平均房价走势

四、2016年世界餐馆酒楼业价格指数

五、2016年世界餐馆酒楼价格走势分析

六、世界餐馆酒楼业采取措施吸引亚洲游客

第二节 国际宾馆餐馆酒楼业的管理综述

一、国际餐馆酒楼集团的管理模式分析

二、国际宾馆餐馆酒楼业管理的主要特点

三、西方餐馆酒楼业引入全面质量管理

四、国外饭店集团介入的管理形式

五、国际一流餐馆酒楼经营管理的几大趋势

第三节 欧洲餐馆酒楼业

- 一、欧洲餐馆酒楼业发展特色盘点
- 二、2016年欧洲餐馆酒楼业经营情况渐趋好转
- 三、2016年德国餐馆酒楼业发展状况简述
- 四、2016年法国餐馆酒楼业实现平稳增长
- 五、英国餐馆酒楼业对2016年行业发展的展望

第四节 美国餐馆酒楼业

- 一、美国餐馆酒楼业发展的成功经验总结
- 二、美国餐馆酒楼业踏上联姻之路
- 三、2016年美国餐馆酒楼行业分销状况分析
- 四、美国餐馆酒楼采取多种措施吸引华人旅客

第五节 亚太地区餐馆酒楼业

- 一、亚太地区餐馆酒楼业基本发展情况
- 二、2015年亚太地区餐馆酒楼业经营状况
- 三、2016年亚太地区餐馆酒楼业经营状况
- 四、香港餐馆酒楼行业发展概况
- 五、受益旅游业增长泰国餐馆酒楼业重新提价

第三章 2015-2016年餐馆酒楼关联产业分析

第一节 旅游业发展分析

- 一、欧债危机对旅游市场的影响分析
- 二、我国旅游资源开发分析
- 三、我国旅游规划现状特征分析
- 四、我国旅游市场需求预测分析
- 五、我国旅游市场网络营销创新与管理分析
- 六、2016年中国游客数量预测
- 七、2019年中国有望成为世界第一入境游目的国
- 八、2020年中国旅游收入将逾3000亿美元

第二节 餐饮业发展分析

- 一、欧债危机冲击下我国餐饮业发展分析
- 二、餐饮业连续18年保持两位数增长

- 三、我国餐饮业改革开放30年的经验启示
- 四、未来五年餐饮业力争实现年均18%的增速
- 五、餐饮业集体“用功”吸引资本
- 六、我国特许经营餐饮业的现状及问题分析
- 七、未来餐饮业发展前景分析

第三节 会展业发展分析

- 一、会展与餐馆酒楼业互动发展模式
- 二、2016年会展经济迎来新的发展机遇
- 三、提升会展业竞争力路径分析
- 四、会展业在经济发展中的地位作用
- 五、我国实现会展与餐馆酒楼互动发展的对策
- 六、未来中国会展业发展趋势预测

第四章 2015-2016年中国餐馆酒楼业市场发展分析

第一节 中国餐馆酒楼行业发展的历史与现状

- 一、中国餐馆酒楼业发展历史
- 二、中国星级餐馆酒楼规模与增长速度分析
- 三、中国餐馆酒楼的区域分布与发展状况
- 四、中国餐馆酒楼市场结构分析

第二节 2015年中国餐馆酒楼业发展分析

- 一、2015中国餐馆酒楼业十大新闻
- 二、餐馆酒楼放低身段平价揽客 “豪华路线”转向理性
- 三、我国餐馆酒楼业密谋二三线城市
- 四、餐馆酒楼信息化竞争加剧智能化已定局
- 五、餐馆酒楼遇“寒冬”，团购二维码齐上阵
- 六、餐馆酒楼订单急速下滑 高端餐饮行业或面临洗牌

第三节 2016年中国餐馆酒楼业发展分析

- 一、我国餐馆酒楼高端市场供给量
- 二、国内推出“延迟退房”的餐馆酒楼不断增加

第四节 餐馆酒楼业的集群发展分析

- 一、集群理论国内外发展情况
- 二、餐馆酒楼业集群的形成与发展

三、餐馆酒楼业集群优势和竞争力提升分析

第五节 餐馆酒楼行业信息化的方向与建议

一、餐馆酒楼行业信息化方向

二、餐馆酒楼信息化建议

第五章 我国餐馆酒楼业的消费者分析

第一节 餐馆酒楼消费者分析

一、消费者构成

二、消费行为

第二节 餐馆酒楼消费者评价与选择

一、消费者认知

二、消费心理与消费趋势

第三节 中国商务客人的餐馆酒楼消费行为分析

一、商务客人的群体特征

二、影响餐馆酒楼商务客人的消费行为的因素分析

三、商务客人的消费行为理论分析

第六章 部分城市餐馆酒楼业发展分析

第一节 2016年北京餐馆酒楼业发展分析

一、北京餐馆酒楼业市场十大特点

二、2016年北京餐馆酒楼开发项目情况

三、2016年北京餐馆酒楼供需分析

四、2016年北京餐馆酒楼发展分析

五、北京星级餐馆酒楼市场价格分析

六、北京餐馆酒楼业市场竞争态势分析

七、北京高档餐厅营业额降35%

第二节 2016年上海餐馆酒楼业发展分析

一、上海现无声餐厅

二、上海业界：转型速度和深度决定高端饭店未来

三、上海高档餐馆酒楼业市场分析

四、上海餐馆酒楼业将受益于前世博效应

五、上海四大露天餐厅分析

六、2016年餐馆酒楼供给分析

第三节 2016年深圳餐馆酒楼业发展分析

一、深圳高级餐馆酒楼客房的市场需求仍然十分旺盛

二、2016年深圳高级餐馆酒楼群格局分析

三、目前深圳餐馆酒楼业现状

四、2016年深圳餐馆酒楼业的商机

五、深圳餐馆酒楼业未来规划

第四节 2016年广州餐馆酒楼业发展分析

一、广州餐馆酒楼业的发展历程

二、2016年广州高档餐馆酒楼供应分析

三、2016年广州餐馆酒楼经营状况分析

四、广州高档餐馆酒楼价格分析

五、2016年广州高档餐馆酒楼发展预测

第二部分 行业竞争格局

第七章 餐馆酒楼行业竞争分析

第一节 现代餐馆酒楼业的市场竞争分析

一、产品的开拓和发展分析

二、市场竞争中的价格分析

三、市场竞争中的营销分析

四、竞争中的人员素质分析

五、2016年餐馆酒楼品牌扩张分析

六、2016年餐馆酒楼业竞争力分析

第二节 2016年餐馆酒楼竞争分析

一、2016年餐馆酒楼市场竞争情况分析

二、2016年餐馆酒楼市场竞争形势分析

第三节 2016-2022年中国餐馆酒楼行业竞争分析及预测

一、2016-2022年集中度分析及预测

二、2016-2022年SWOT分析及预测

三、2016-2022年进入退出状况分析及预测

四、2016-2022年生命周期分析及预测

第八章 餐馆酒楼企业竞争策略分析

第一节 餐馆酒楼市场竞争策略分析

一、2016年餐馆酒楼市场增长潜力分析

二、2016年餐馆酒楼主要潜力项目分析

三、现有餐馆酒楼竞争策略分析

四、餐馆酒楼潜力项目竞争策略选择

五、典型企业项目竞争策略分析

第二节 餐馆酒楼企业竞争策略分析

一、欧债危机对餐馆酒楼行业竞争格局的影响

二、欧债危机后餐馆酒楼行业竞争格局的变化

三、2016-2022年我国餐馆酒楼市场竞争趋势

四、2016-2022年餐馆酒楼行业竞争格局展望

五、2016-2022年餐饮行业竞争策略分析

六、2016-2022年餐馆酒楼企业竞争策略分析

第九章 餐馆酒楼重点企业竞争分析

第一节 诺富特

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第二节 美爵

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第三节 美居

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第四节 假日酒店

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第五节 最佳西方

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第六节 湘鄂情

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第七节 华美达

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第八节 戴斯

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第九节 凯莱

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第十节 维景

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第三部分 行业前景预测

第十章 餐馆酒楼行业发展趋势分析

第一节 中国餐馆酒楼业管理发展趋势

- 一、餐馆酒楼管理向人性化发展
- 二、餐馆酒楼工作人员的职业化
- 三、餐馆酒楼发展的可持续化
- 四、餐馆酒楼市场竞争的品牌化

- 五、餐馆酒楼服务的定制化
- 六、餐馆酒楼营销的网络化
- 七、餐馆酒楼组织结构的扁平化
- 八、餐馆酒楼产业组织的集团化
- 九、餐馆酒楼设施设备的科技化

第二节 中国餐馆酒楼业营销的趋势预测

- 一、竞合营销趋势
- 二、分众营销趋势
- 三、品牌营销趋势
- 四、网络营销趋势
- 五、服务营销趋势
- 六、体验营销趋势
- 七、营销网络的普遍化
- 八、客人档案的普遍建立
- 九、弹性供给的普遍化和产出效益的科学管理

第三节 2016-2022年餐馆酒楼市场趋势分析

- 一、2015-2016年餐馆酒楼市场趋势总结
- 二、2016-2022年餐馆酒楼发展趋势分析
- 三、2016-2022年餐馆酒楼市场发展空间
- 四、2016-2022年餐馆酒楼产业政策趋向
- 五、2016-2022年餐馆酒楼价格走势分析

第四节 2016-2022年餐馆酒楼市场预测

- 一、2016-2022年餐馆酒楼市场结构预测
- 二、2016-2022年餐馆酒楼市场需求前景
- 三、2016-2022年餐馆酒楼市场价格预测
- 四、2016-2022年餐馆酒楼行业集中度预测

第四部分 投资价值评估

第十一章 餐馆酒楼行业投资现状分析

第一节 2016年餐馆酒楼行业投资情况分析

- 一、2016年总体投资及结构
- 二、2016年投资规模情况

三、2016年投资增速情况

四、2016年分行业投资分析

五、2016年分地区投资分析

六、2016年外商投资情况

第二节 2015年餐馆酒楼行业投资情况分析

一、2015年总体投资及结构

二、2015年投资规模情况

三、2015年投资增速情况

四、2015年分行业投资分析

五、2015年分地区投资分析

六、2015年外商投资情况

第十二章 餐馆酒楼行业投资环境分析

第一节 经济发展环境分析

一、2015-2016年我国宏观经济运行情况

二、2016-2022年我国宏观经济形势分析

三、2016-2022年投资趋势及其影响预测

第二节 政策法规环境分析

一、2016年餐馆酒楼行业政策环境

二、2016年国内宏观政策对其影响

三、2016年行业产业政策对其影响

第三节 社会发展环境分析

一、国内社会环境发展现状

二、2016年社会环境发展分析

三、2016-2022年社会环境对行业的影响分析

第十三章 餐馆酒楼行业投资机会与风险

第一节 餐馆酒楼行业投资效益分析

一、2015-2016年餐馆酒楼行业投资状况分析

二、2016-2022年餐馆酒楼行业投资效益分析

三、2016-2022年餐馆酒楼行业投资趋势预测

四、2016-2022年餐馆酒楼行业的投资方向

五、2016-2022年餐馆酒楼行业投资的建议

六、新进入者应注意的障碍因素分析

第二节 影响餐馆酒楼行业发展的主要因素

一、2016-2022年影响餐馆酒楼行业运行的有利因素分析

二、2016-2022年影响餐馆酒楼行业运行的稳定因素分析

三、2016-2022年影响餐馆酒楼行业运行的不利因素分析

四、2016-2022年我国餐馆酒楼行业发展面临的挑战分析

五、2016-2022年我国餐馆酒楼行业发展面临的机遇分析

第三节 餐馆酒楼行业投资风险及控制策略分析

一、2016-2022年餐馆酒楼行业市场风险及控制策略

二、2016-2022年餐馆酒楼行业政策风险及控制策略

三、2016-2022年餐馆酒楼行业经营风险及控制策略

四、2016-2022年餐馆酒楼同业竞争风险及控制策略

五、2016-2022年餐馆酒楼行业其他风险及控制策略

第十四章 餐馆酒楼行业投资战略研究

第一节 餐馆酒楼行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、业务组合战略

三、区域战略规划

四、产业战略规划

五、营销品牌战略

六、竞争战略规划

第二节 第1报告对餐馆酒楼品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、餐馆酒楼实施品牌战略的意义

三、餐馆酒楼企业品牌的现状分析

四、餐馆酒楼企业的品牌战略

五、餐馆酒楼品牌战略管理的策略

第三节 餐馆酒楼行业投资战略研究

一、2016年餐馆酒楼行业投资战略

二、2015年餐馆酒楼行业投资战略

三、2016-2022年餐馆酒楼行业投资战略

四、2016-2022年细分行业投资战略

第十五章 餐馆酒楼业发展的主要策略

第一节 欧债危机对餐馆酒楼业影响及对策

一、影响表现

二、2016年预期

三、应对策略

第二节 中国餐馆酒楼企业跨国经营的战略分析

一、战略资源与核心能力是构建跨国竞争优势的基础

二、中国餐馆酒楼企业跨国经营的核心能力

三、对餐馆酒楼企业跨国经营核心能力的战略分析

第三节 我国餐馆酒楼业质量持续改进的对策分析

一、波多里奇国家质量奖的基本内涵

二、波多里奇卓越绩效准则的评价内容

三、波多里奇卓越绩效准则的修订

四、新准则对我国餐馆酒楼业质量管理的启示

第四节 餐馆酒楼经营品牌战略分析

一、形象设计

二、服务构建

三、品牌推广

四、维护发展

第五节 我国餐馆酒楼吸引入境商务旅游者的策略

一、研究方法

二、结果分析

三、餐馆酒楼吸引入境商务旅游者的策略

部分图表目录：

图表 国际餐馆酒楼管理集团管理餐馆酒楼的区域布局与地区主要因素的相关性

图表 国际餐馆酒楼管理集团管理餐馆酒楼点轴布局示意图

图表 10家国际餐馆酒楼管理集团管理餐馆酒楼区域分布情况表

图表 目前全球各类连锁餐馆酒楼所占的比重

图表 全球各地区连锁餐馆酒楼客房所占比例

图表 2006年10家国际管理集团在国内管理餐馆酒楼和客房情况表

图表 1982-2016年10家国际餐馆酒楼管理集团在中国内地餐馆酒楼数量扩张图

图表 1981-2016年10家国际餐馆酒楼管理集团管理餐馆酒楼发展情况表

图表 2001-2016年31省市旅游接待人数、旅游收入平均值

图表 2016年31省市4A景点数

图表 2016年31省市单位面积机场数

图表 1993-2016中国出境旅游入次数

图表 1995-2016年中国入境旅游入次数及分布

图表 1980-2016年我国旅游市场需求研究文献统计图

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R09/R0903/201609/18-214217.html>