

2012-2016年中国西餐市场 行情动态与发展前景预测报告

报告目录及图表目录

一、报告报价

《2012-2016年中国西餐市场行情动态与发展前景预测报告》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.chinairr.org/report/R09/R0903/201112/22-88827.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

近几年，随着餐饮行业的整合与洗牌，为西餐的普及、发展开辟了新的方向，也就是说西餐在餐饮行业的分支中所占的份额越来越大，中国的“西式餐厅”带动未来餐饮的消费潜力。中国目前的西餐品牌，比较具有代表性的有“名典”、“上岛”、“真锅”、“两岸”、“西堤岛”、“星巴克”等等很多，这些品牌不管是外来的还是国产的，都承担着普及西餐理念，发展西餐行业的重任，是西餐行业的领头军。但是这些品牌的生存发展之地都在大城市，最低市场定位也是地级城市，而被人们忽略的县级城市现阶段很多已经具备的很强的消费潜力。

中国产业研究报告网发布的《2012-2016年中国西餐市场行情动态与发展前景预测研究报告》共十一章。首先介绍了中国西餐行业市场发展环境、中国西餐整体运行态势等，接着分析了中国西餐行业市场运行的现状，然后介绍了中国西餐市场竞争格局。随后，报告对中国西餐做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国西餐行业发展趋势与投资预测。您若想对西餐产业有个系统的了解或者想投资西餐行业，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。

第一章 中国餐饮业现状分析

第一节 中国餐饮业的发展概况

一、中国餐饮业发展历程

二、我国餐饮业发展总体状况

三、我国餐饮业发展的主要特征

四、促进中国餐饮业发展的因素

五、我国餐饮业发展的现状与新态势分析

第二节 餐饮业中电子商务的应用分析

一、餐饮业适合电子商务发展的特性

二、国内餐饮业的电子商务存在方式

三、电子商务给餐饮业带来的机遇和挑战

四、电子商务在餐饮业中的运用策略

第三节 2011年中国餐饮市场分析

一、2011年我国餐饮市场掀起涨价潮

- 二、2011年我国餐饮业外资收购动态
- 三、2011年日本餐饮企业纷纷进驻中国

第二章 中国西餐行业市场发展环境分析

第一节 国内西餐经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2012年中国西餐经济发展预测分析

第二节 中国西餐行业政策环境分析

第三章 中国西餐行业发展历程及分布特点

第一节 西餐市场快速形成的主要原因

第二节 我国目前西餐业的主要分布

- 一、受殖民地时期的遗留文化和生活习惯影响的地区
- 二、沿海发达城市受海外影响较大的地区
- 三、经济发达、对外开放比较早的地区
- 四、旅游发达地区

第三节 2011年中国西餐业的业态分析

- 一、西式正餐
- 二、西式快餐
- 三、酒吧和咖啡厅
- 四、茶餐厅
- 五、日餐、韩餐、东南亚餐等

第四章 中国西餐业市场发展形势综述

第一节 中国西餐业发展概况

- 一、中国西餐业发展阶段分析
- 二、中国西餐业发展概况
- 三、国内西餐业态分析

第二节 2011年中国西餐业运行动态分析

- 一、西餐业快速发展急需产业链修复
- 二、西餐业遭遇人才荒

第三节 2011年中国西餐业的问题及对策分析

- 一、西餐业发展存在的问题
- 二、中国西餐业的发展建议
- 三、“中式西餐”的发展困局探析
- 四、“中式西餐”的发展出路解析
- 五、中西结合保持特色

第五章 从消费观念上来看中国西餐业的特点及现阶段行业发展分析

第一节 从消费观念上来看中国西餐业的特点

- 一、对传统的中国饮食文化的一种有益补充
- 二、现代人对紧张的工作压力进行释放的一种体现
- 三、对现代国际化氛围的一种追求
- 四、对另类口味的追求
- 五、西餐为部分消费者提供了多样化的消费

第二节 我国西餐业现阶段的发展分析

- 一、西餐业发展迅速、灵活多样、紧跟时代
- 二、文化包装创造了重要的附加值
- 三、品牌树立完整
- 四、标准化、规范化
- 五、卫生、安全、节约吸引了高层次的消费
- 六、西餐的生命力在于吸引中国的消费者
- 七、西餐饮食结构比较合理
- 八、连锁餐厅及品牌餐厅推动西餐发展
- 九、旅游业发展、外国人以及海归人士大量增加

第六章 中国主要城市西餐市场深度研究——北京

第一节 北京西餐业运行形势分析

- 一、北京西餐业的发展历史
- 二、北京西餐市场状况分析
- 三、北京推出“西餐中吃”线路
- 四、北京西餐业面临人才短缺

第二节 北京西餐市场经营比较好的餐厅特点分析

- 一、品牌好的餐厅
- 二、连锁品牌的餐厅
- 三、位置好、定位好
- 四、特色餐厅
- 五、大多吸引中国消费者

第七章 中国主要城市西餐市场深度研究——武汉

第一节 武汉西餐基本概述

- 一、武汉西餐业概述
- 二、武汉西餐业发展状况分析
- 三、武汉咖啡西餐业面临变局
- 四、高档西餐加速布局武汉餐饮市场
- 五、武汉西餐业的基本情况及分析

第二节 武汉地区西餐市场的形成和分布特点

- 一、武汉地区西餐市场快速形成的主要原因
- 二、武汉西餐业主要分布

第三节 武汉地区西餐企业有特征分析

- 一、显示出强大的生命力
- 二、多样化丰富了西餐消费者的选择
- 三、连锁化推进了西餐业的品牌效应
- 四、西餐业要求有一支高素质的员工队伍
- 五、西餐消费呈枣核形

第四节 武汉西餐业现阶段发展特点

- 一、发展迅速紧跟时代
- 二、文化包装创造了重要的附加值
- 三、品牌树立完整
- 四、标准化规范化
- 五、卫生安全吸引高层次消费
- 六、本土化成为重要的卖点

第八章 中国主要城市西餐市场深度研究——其它城市

第一节 2011年上海西餐业发展形势分析

一、上海西餐业发展分析

二、上海西餐业面临人才供应不足

三、上海西餐业投资前景看好

第二节 成都西餐

一、成都西餐市场发展迅速

二、成都大型中式快餐店和火锅店价格上调

三、外地餐饮品牌强占成都快餐市场

第三节 北京

第四节 其他城市地区

第九章 餐饮连锁重点企业分析

第一节 企业1

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况分析

四、2012-2016年公司发展战略分析

第二节 企业2

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况分析

四、2012-2016年公司发展战略分析

第三节 企业3

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况分析

四、2012-2016年公司发展战略分析

第四节 企业4

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况分析

四、2012-2016年公司发展战略分析

第五节 企业5

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2010-2011年经营状况分析
- 四、2012-2016年公司发展战略分析

第六节 企业6

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2010-2011年经营状况分析
- 四、2012-2016年公司发展战略分析

第十章 2012-2016年中国西餐行业发展趋势与前景分析

- 第一节 2012-2016年中国西餐发展趋势预测分析
- 第二节 2012-2016年西餐行业市场发展前景市场供需分析
- 第三节 2012-2016年西餐行业市场盈利能力预测分析

第十一章 2012-2016年中国西餐行业投资商机与风险分析

- 第一节 2011年中国西餐投资环境分析
- 第二节 2012-2016年中国西餐行业投资机会分析
 - 一、西餐投资方向
 - 二、西餐投资潜力分析
- 第三节 2012-2016年中国西餐行业投资风险分析
 - 一、宏观调控政策风险
 - 二、市场竞争风险
 - 三、市场运营机制风险
 - 四、其他风险

图表目录（部分）：

- 图表：2005-2011年国内生产总值
- 图表：2005-2011年居民消费价格涨跌幅度
- 图表：2011年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）
- 图表：2005-2011年国家外汇储备
- 图表：2005-2011年财政收入

图表：2005-2011年全社会固定资产投资

图表：2011年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2011年固定资产投资新增主要生产能力

图表：……

更多图表详见正文……

通过《2012-2016年中国西餐市场行情动态与发展前景预测报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R09/R0903/201112/22-88827.html>