

2009-2013年中国商务餐饮 市场动态研究与战略前景分析报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2009-2013年中国商务餐饮市场动态研究与战略前景分析报告》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.cction.com/report/201003/35048.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

商务餐饮是指人们在商务活动与休闲方式日益多样化的推动下，以商务洽谈、朋友聚会、休闲娱乐等为目的，主要依托餐饮、茗茶、咖啡及商务功能服务为主要形式的多功能消费活动。它的核心是“以商务功能提升餐饮服务价值，以服务创新增加休闲文化内涵”。

商务餐饮的最大特点是：坐在欧式环境中吃中餐，豪华的欧式高档内外装修，气势宏宇的店面规模与店面形象，一流的湘楚文化特色餐饮，人性化的精装修私密包厢，独特的现代智能化IT商务间，与高档消费环境形成巨大反差的普通消费价格。这些买点组合抓住了绝大多数中国人在商务、交友、聚会等场合下“面子消费”为首选因素的心理特点，是一种普通市民及商务人士十分喜爱的商务餐饮时尚消费场所，开店后短期内既可形成十分火爆的消费人群。

商务餐饮主要有四个基本特征：一是为顾客提供细致周到的人性化商务服务，会所及餐饮包间配备了免费网络、长途电话、打字复印、收发传真、书报阅读及文化节讲座；二是为顾客提供私密、舒适、温馨的商务、娱乐、交友、餐饮空间；三是提供美味的湖湘餐饮和特色茗茶、咖啡；四是价廉物美、经济实惠，开安全之店，迎普通之客。具有人性化、私密性、特色性、经济性服务特点。

与其它餐饮比较，商务餐饮更加注重和强调硬件设施，因为商务功能的特殊性。

商务餐饮功能分为以下3个级别：

A、免费服务类（全部免费，商务间配备的电话与联网电脑免费使用）：

商务餐饮的商务包房分大包房、中包房、小包房、连子包房及专业餐包五种规格，商务间均配备了电话与联网电脑，既可以为商务宴请、商务洽谈及初期创业的人士提供细致入微的人性化商务服务，也能够为朋友或家庭聚餐人士提供娱乐消闲服务。

IT商务间免费服务项目包括：免费上网、免费长途市话、免费商务信息导航（安普瑞商务信息资源导航站点）、免费创业指导、免费电视节目、免费电影、免费视频、免费音乐、免费游戏。

B、VIP会员增值服务类（对VIP会员免费，安普瑞商务中心服务电话）：

商务餐饮设置了商务中心，收发传真；打字纠错；火车订票；飞机订票；会务安排；旅游定点（与旅行社合作，重点是景点一日游）；话费充值；手机美容；影碟出售出租。

C、VIP高级会员服务类（对会员优惠收费，全国在读博士硕士团队组成互联网在线服务系统）：

高级秘书服务（攻关秘书、钟点秘书与虚拟办公服务……）

生活与家政信息（免费信息：交友信息，婚庆信息，租房信息，月嫂保姆，…）

创业与培训信息（免费信息：职业培训,工商注册,会计服务,法律服务；会展信息；拍卖信息，股票信息…）

商务阶层正呈现出高职位、年轻化和高学历的趋势。其中，部门总监、总经理等中高级商务人士占调查总体的77%。25-44岁中青年商务人士为总群体的70%，70年代出生的管理者开始成为商务人士的中流砥柱。同时，中国商务人士学历层次也在逐年提高，拥有本科及以上学历者超过了50%。其次，随着中国经济的发展，商务人群的消费能力也在不断提高，2008年商务人群的财富飞速增长，人均年收入从2007年的11.5万元跃升到2008年的15.7万元，增幅高达36.5%。家庭年均收入达到26.3万元，与2007年相比增长39%。第三，商务人士占总人口的比重虽然不大，但商务人群带动了社会、经济、文化、时尚、观念等方面的发展，而且他们的需求具有多元化，发展空间很大。

商务餐饮业易于复制且由于消费者具有较高的价格承受能力而具有较高的毛利润率，因此即便是在房租、原材料、劳动用工和其他的运行成本大幅提高的情况下，也能获得较好的投资收益。此外，商务餐饮的发展空间还在于它提供进行各种商务活动的设施，如会议、展会的场所等带来的餐饮附加值收益。

商务餐饮持续获得风投关注。市场前景的广阔，使得国际风投也看好商务餐饮的发展前景，并向其注入巨资。定位于高端商务餐饮的上海一茶一坐餐饮有限公司（源于台湾，自2002年来大陆发展，目前已有70余家门店）自2005年以来，已经吸引了包括IDGVC、沈南鹏等在内的众多著名风险投资者，先后三次引入风险投资，共计融资近4000万美元。其中，2008年9月4日完成第三轮融资，共获得2300万美元的国际风投注资，其中新增加的投资者为美国橡树投资。橡树投资是世界上最大的风险投资公司之一，拥有84亿美元的资本。

【 报告 目录 】

第一章 商务餐饮及行业特征 13

第一节 商务餐饮的界定 13

一、商务餐饮界定 13

二、商务餐饮的特点 13

第二节 商务餐饮消费需求特性 13

一、商务餐饮的特征 13

二、需求具有多样性 14

第三节 商务餐饮行业的特性 14

一、强调硬件设施与就餐氛围 14

二、平均毛利率较高 15

三、人才的重要性 15

四、餐厅整体的价值感觉 16

第四节 商务餐饮行业的业态 16

一、酒店 16

二、餐饮店 20

三、商务休闲会所 20

第二章 2008-2009年中国商务餐饮行业发展环境分析 21

第一节 2008-2009年中国宏观经济环境分析 21

一、中国GDP分析 21

二、中国城镇家庭可支配收入 23

三、恩格尔系数分析 26

第二节 2008-2009年中国商务餐饮行业发展政策环境分析 28

一、食品安全法历程 28

三、商务部颁布《餐饮企业经营规范》行业标准 29

第三节 2008-2009年中国商务餐饮行业发展社会环境分析 30

一、2008-2009年中国就业状况 30

二、商务宴请是商务活动中的重要环节 32

三、商务活动日益频繁，且体现人性化、娱乐化 32

四、餐饮消费观念逐步改变 33

第三章 2008-2009年中国商务餐饮行业发展现状分析 35

第一节 2008-2009年中国餐饮行业发展现状分析 35

一、中国餐饮行业发展特点分析 35

二、餐饮行业的投资热点 35

三、餐饮行业的投资区域 36

第二节 2008-2009年中国商务餐饮市场发展现状分析 36

一、中国商务餐饮市场的发展概述 36

二、商务餐饮市场十分注重商务文化特征 37

第三节 2008-2009年中国商务餐饮市场发展特征分析 37

一、餐饮连锁业品牌重新转向直营模式 37

二、国内外餐饮连锁发展比较 38

三、餐饮业产值分析 40

四、连锁规模以上餐饮企业数量分析 41

五、经营面积 42

六、从业人数 43

第四节 2008-2009年中国商务餐饮市场问题分析 44

一、发展滞后，规模偏小 44

二、档次和品位不高 44

三、餐饮业面临的问题 44

第四章 2008-2009年中国商务餐饮细分业态发展现状分析 46

第一节 2008-2009年中国酒店商务餐饮业发展状况分析 46

一、消费定位 46

二、竞争现状分析 46

三、经营关键点分析 46

第二节 2008-2009年中国商务餐饮店行业发展形势分析 46

一、消费定位 46

二、经营种类及特点 46

三、竞争现状分析 47

第三节 2008-2009年中国商务休闲会所行业发展态势分析 47

一、消费定位 47

二、经营种类及特点 47

三、竞争现状分析 47

四、经营关键点分析 47

第五章 2008-2009年中国商务餐饮行业市场竞争格局研究 49

第一节 2008-2009年中国商务餐饮行业的发展周期分析 49

一、商务餐饮行业的经济周期分析 49

二、商务餐饮行业的增长性与波动性分析 51

三、商务餐饮行业的成熟度分析 51

第二节 2008-2009年中国商务餐饮行业竞争格局分析 51

一、餐饮竞争格局分析 51

三、城市餐饮格局分析 52

四、农村餐饮格局 53

第三节 2008-2009年中国商务餐饮行业波特五力竞争模式分析 53

一、直接竞争者 53

二、新进入竞争者 54

三、替代品竞争者 55

四、供应商 55

五、购买者 56

第四节 2008-2009年中国商务餐饮行业面临的机遇与挑战 56

一、机遇 56

二、挑战 57

第六章 2008-2009年中国商务餐饮市场消费者需求特征及趋势分析 59

第一节 2008-2009年中国商务餐饮市场消费者类型分析 59

第二节 2008-2009年影响中国商务餐饮消费者行为的因素分析 59

第三节 2008-2009年中国商务餐饮市场消费者需求特征分析 60

一、消费产品偏好 60

二、消费品牌偏好 61

三、消费了解渠道偏好 62

四、消费环境偏好 62

第四节 消费者类型分析 63

第七章 2008-2009年中国重点城市商务餐饮市场发展现状分析 66

第一节 2008-2009年北京商务餐饮市场发展状况分析 66

一、商务餐饮发展环境分析 66

二、市场发展现状及特征 66

三、重点企业竞争格局分析 67

第二节 2008-2009年上海商务餐饮市场发展形势分析 67

一、商务餐饮发展环境分析 67

二、市场发展现状及特征 68

三、重点企业竞争格局分析 72

第三节 2008-2009年广州商务餐饮市场运行态势分析 73

一、商务餐饮发展环境分析 73

二、市场发展存在问题 74

第四节 2008-2009年深圳商务餐饮市场运行局势分析 76

一、商务餐饮发展环境分析 76

二、市场发展现状及特征 76

三、行业发展存在问题分析 80

第五节 2008-2009年重庆商务餐饮市场发展情况分析 81

一、商务餐饮发展环境分析 81

二、市场发展现状及特征 81

三、重点企业竞争格局分析 82

第八章 2008-2009年国际商务餐饮企业在中国市场的竞争力分析 84

第一节 香格里拉酒店集团 84

第二节 上海一茶一坐餐饮有限公司 86

第三节 世纪泰华商务酒店 87

第四节 上海鸿艺会 89

第五节 法雨商务会所 89

第六节 怡景园私人商务会所 91

第七节 亚力山大会馆 92

第九章 2008-2009年中国商务餐饮连锁企业主体竞争力分析 95

第一节 俏江南集团 95

一、发展基本概述 95

二、主营产品及特色 95

三、连锁模式及发展规模 95

四、市场发展竞争策略分析 95

第二节 名都会酒楼 96

一、发展基本概述 96

二、主营产品及发展规模 96

三、市场发展竞争策略分析 96

第三节 北京中国会 97

一、发展基本概述 97

二、主营产品及特色 97

第四节 半岛明珠 98

一、发展基本概述 98

二、主营产品及特色 98

第五节 新荔枝湾岭南会 98

第六节 凯悦酒店集团 99

一、发展基本概述 99

二、主营产品及特色 99

三、市场发展经营理念 100

第七节 乙十六号商务会所 101

第十章 2009-2013年中国商务餐饮行业发展趋势展望分析 102

第一节 2009-2013年中国餐饮行业发展趋势分析 102

一、行业规模持续扩大，产权形式趋于多元 102

二、品牌经营效应凸现，现代化步伐加快 102

三、促进消费作用明显，扩大内需贡献突出 103

四、吸纳就业的主渠道，改善民生的着力点 103

五、推进城市化进程，助推新农村建设 103

第二节 2009-2013年中国商务餐饮行业发展趋势分析 104

第三节 2009-2013年中国商务餐饮市场发展前景分析 107

第十一章 2009-2013年中国商务餐饮市场投资前景分析 108

第一节 2009-2013年中国商务餐饮市场投资机会分析 108

第二节 2009-2013年中国商务餐饮市场投资风险分析 109

一、资金链风险 109

二、市场风险 109

三、政策风险 110

四、管理风险 110

五、其它 110

第三节 分析师建议 111

【 图 表 目 录 】

图表1 2009年中国主要宏观经济数据增长表	21
图表2 2000-2009年中国GDP及其增长率统计表	21
图表3 2003-2009年中国GDP增长率季度统计表	22
图表4 2003-2009年中国GDP增长率季度走势图	23
图表5 2003-2009年我国农村人均纯收入增长趋势图	24
图表6 2003-2009年我国城镇居民可支配收入增长趋势图	24
图表7 1978-2008年中国城乡居民人均收入增长对比图	25
图表8 1978-2008中国城乡居民恩格尔系数对比表	26
图表9 1978-2008中国城乡居民恩格尔系数走势图	27
图表 10 2000-2008年中国就业人数变化趋势图	30
图表 11 2000-2008年中国城镇就业人数变化趋势图	31
图表 12 1970-2008年中国城乡就业人口对比图	31
图表 13 2002-2008年中国规模以上餐连锁饮企业营业收入总额统计表	40
图表 14 2002-2008年中国规模以上连锁餐饮企业营业收入增长趋势图	40
图表 15 2004-2008年中国规模以上连锁餐饮企业数量统计表	41
图表 16 2004-2008年中国规模以上连锁餐饮企业总数量增长趋势图	41
图表 17 2004-2008年中国规模以上餐连锁饮企业营业面积统计表	42
图表 18 2004-2008年中国规模以上餐连锁饮企业营业面积增长趋势图	42
图表 19 2002-2008年中国规模以上连锁餐饮企业从业人数统计表	43
图表 20 2002-2008年中国规模以上连锁餐饮企业从业人数增长趋势图	43
图表 21 2009年中国商务餐饮的消费者职业构成	59
图表 22 2009年中国影响商务餐饮消费者行为因素情况	60
图表 23 2009年中国商务餐饮消费产品偏好	60
图表 24 2009年中国商务餐饮消费品牌偏好	61
图表 25 2009年中国商务餐饮消费渠道偏好	62
图表 26 2009年中国商务餐饮消费产品偏好	62
图表 27公司业务相关资格证书-全国市场研究行业协会会员证	115
图表 28公司业务相关资格证书-竞争情报协会会员证书	116
图表 29公司业务相关资格证书-涉外社会调查许可证	117

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201003/35048.html>