

2017-2022年中国餐饮美食广场行业市场深度调查 评估及投资方向研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国餐饮美食广场行业市场深度调查评估及投资方向研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/296153.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

美食广场，又称为熟食中心，是指多间食肆聚集的地方，桌椅则由各食肆共用。美食广场多数是固定的地方，以香港为例，例如从前的新填地、大笪地、市政大厦、大牌档小贩认可区。引入美食广场这个概念最早是从百货公司开始，美食广场是一个规划设计独具特色，装修别具风格，尽量营造一个舒适的环境。汇聚天下精美小吃，经营品种上绝不是千篇一律，在每个地区力求做出本地的特色，根据周边环境和当地人的饮食习惯来选择经营品种，以此吸引消费者。

美食广场在不少高档商场都有，如澳门威尼斯人度假村酒店、置地广场、新曼谷国际机场、崇光百货等，当中有十数至数十快餐店出售熟食快餐，顾客可以选择为外卖拿走，或者即场在当地的公众饮食区享用。

2011-2015年中国餐饮行业销售规模情况

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。

报告目录：

第一部分 产业环境透视	14
第一章 餐饮美食广场相关概述	14
第一节 餐饮美食广场基本概述	14
一、餐饮美食广场定义	14
二、餐饮美食广场不同称谓	15
三、餐饮美食广场分类	15
第二节 餐饮美食广场功能作用	16
一、餐饮服务功能及休闲娱乐功能	16
二、丰富物业的经营业态	16
三、提高物业的经营效果	16
四、新型功能利于吸引消费者	16
五、利于物业的吸引商户入驻	16
第三节 餐饮美食广场经营概述	17
一、餐饮美食广场开办流程	17
二、餐饮美食广场经营方式	17

第二章 餐饮美食广场市场环境及影响分析 19

第一节 餐饮美食广场政治法律环境 19

- 一、中国餐饮行业管理体制分析 19
- 二、餐饮企业连锁经营管理规范 19
- 三、中国餐饮行业重点政策解读 19
- 四、中央八项规定对餐饮业影响 23
- 五、影响餐饮业的十大政策 23
- 六、商业街相关政策分析 26
 - (一) 国内商业街相关政策标准 26
 - (二) 商业街行业分类指导办法 28
 - (三) 商业街管理技术规范 31

第二节 行业经济环境分析 37

一、中国GDP增长情况分析 37

2011- 2016年中国国内生产总值及其增长速度

二、工业经济发展形势分析 38

三、社会固定资产投资分析 40

四、全社会消费品零售总额 41

2011-2015年我国社会消费品零售总额

五、城乡居民收入增长分析 43

第三节 行业社会环境分析 44

- 一、人口环境分析 44
- 二、教育环境分析 45
- 三、文化环境分析 47
- 四、生态环境分析 47
- 五、中国城镇化率 48
- 六、中国城市发展规模情况分析 49
 - (一) 中国城市数量规模分析 49
 - (二) 城市土地面积统计情况 51
 - (三) 城市人口统计情况分析 51
- 七、中国城市建设投资状况分析 52

第四节 行业消费环境分析 52

- 一、居民消费价格变化分析 52
- 二、居民主要食品消费情况 53

三、居民人均餐饮消费支出	54
第二部分 行业深度分析	56
第三章 餐饮美食广场运行现状分析	56
第一节 餐饮美食广场发展历程	56
一、餐饮美食广场发展历史	56
二、餐饮美食广场的导入期与发展期	57
第二节 餐饮美食广场市场发展现状	59
一、餐饮美食广场品牌发展现状	59
二、餐饮美食广场市场管理模式	60
三、餐饮美食广场市场需求层次	60
第三节 餐饮美食广场市场供需分析	60
一、餐饮美食广场供给情况	60
二、餐饮美食广场需求情况	61
第四节 对餐饮美食广场市场的分析及思考	61
一、餐饮美食广场市场特点	61
二、餐饮美食广场市场分析	62
三、餐饮美食广场市场变化的方向	62
四、中国餐饮美食广场行业发展的新思路	62
第四章 餐饮美食广场消费市场分析	64
第一节 餐饮美食广场消费行为分析	64
一、餐饮消费者心理分析	64
二、消费者餐饮决策分析	65
三、餐饮消费者行为分析	66
第二节 餐饮美食广场消费者主要类型分析	73
一、便利型	73
二、求廉型	73
三、享受型	73
四、求新型	74
五、健康型	74
六、信誉型	74
第三节 餐饮美食广场市场消费需求分析	74
一、餐饮美食广场市场的消费需求变化	74
二、餐饮美食广场市场的需求情况分析	75

三、餐饮美食广场品牌市场消费需求分析 75

第四节 餐饮美食广场消费市场状况分析 75

一、餐饮美食广场消费特点 75

二、餐饮美食广场消费者分析 76

三、餐饮美食广场消费市场变化 76

四、餐饮美食广场市场消费方向 76

第五章 餐饮美食广场营销因素及策略分析 79

第一节 餐饮美食广场营销因素分析 79

一、地理位置因素 79

二、目标消费者因素 79

三、经营活动因素 80

第二节 餐饮美食广场营销策略分析 80

一、地段选择策略 80

二、经营管理策略 80

三、装修定位策略 80

四、招商结合策略 81

第三节 餐饮美食广场特色店铺的营销策略分析 81

第四节 餐饮营销策略分析 82

一、餐饮营销概述 82

二、中国餐饮营销的传统模式 84

三、中国餐饮营销的新兴模式-----网络营销 88

第三部分 市场全景调研 90

第六章 不同业态物业内的餐饮美食广场市场分析 90

第一节 百货公司内的餐饮美食广场市场分析 90

一、百货公司市场发展现状 90

（一）百货店运行分析 90

（二）百货店经营面积及销售额 92

（三）百货店竞争分析 92

（四）百货店发展趋势 95

二、百货公司内的餐饮美食广场市场分析 96

（一）百货公司内的餐饮美食广场经营分析 96

（二）百货公司建设餐饮美食广场动态 97

（三）百货公司内投资建设美食广场前景 97

(四) 百货公司内的美食广场发展前景	98
(五) 百货公司内的美食广场经营策略	98
第二节 购物中心内的餐饮美食广场市场分析	98
一、购物中心市场发展现状	98
(一) 购物中心经营模式分析	98
(二) 购物中心数量及经营规模	100
(三) 购物中心业态构成分析	101
(四) 购物中心发展趋势	102
二、购物中心内的餐饮美食广场市场分析	105
(一) 购物中心内的餐饮美食广场经营分析	105
(二) 购物中心内建设餐饮美食广场动态	106
(三) 国外购物中心的餐饮美食广场分析	108
(四) 国内外购物中心的餐饮美食广场比较分析	108
(五) 购物中心内投资建设美食广场前景	109
(六) 购物中心内的美食广场发展前景	109
(七) 购物中心内的美食广场经营策略	111
第三节 大卖场内的餐饮美食广场市场分析	112
一、大卖场市场发展现状	112
(一) 大卖场市场发展现状	112
(二) 大卖场发展空间分析	114
(三) 大卖场发展趋势分析	114
二、大卖场内的餐饮美食广场市场分析	116
(一) 大卖场内的餐饮美食广场经营分析	116
(二) 大卖场建设餐饮美食广场动态	117
(三) 大卖场内投资建设美食广场前景	117
(四) 大卖场内的美食广场发展前景	118
(五) 大卖场内的美食广场经营策略	118
第四节 其他物业内的餐饮美食广场市场分析	118
一、写字楼的餐饮美食广场市场分析	118
二、机场的餐饮美食广场市场分析	119
三、专业市场内的餐饮美食广场市场分析	119
 第七章 不同类型档次的餐饮美食广场市场分析	 120
第一节 标准饮美食广场市场分析	120
一、标准饮美食广场发展概述	120

二、标准饮美食广场细分种类	120
(一) 高档美食广场发展分析	120
(二) 中高档美食广场和中档美食广场发展分析	120
(三) 低档大众美食广场发展分析	121
(四) 奢华美食广场发展分析	121
第二节 准美食广场市场分析	121
一、准美食广场发展现状	121
二、准美食广场发展前景	122
第三节 泛美食广场市场分析	122
一、泛美食广场发展现状	122
二、泛美食广场发展前景	123

第四部分 竞争格局分析 124

第八章 餐饮美食广场不同区域市场分析 124

第一节 华北地区餐饮美食广场市场分析 124

一、华北地区餐饮美食广场发展环境 124

(一) 北京餐饮市场分析	124
(二) 天津餐饮市场分析	125
(三) 河北餐饮市场分析	125
(四) 山西餐饮市场分析	125
(五) 内蒙古餐饮市场分析	126

二、华北地区餐饮美食广场经营动态 126

三、华北地区餐饮美食广场发展前景 127

第二节 东北地区餐饮美食广场市场分析 127

一、东北地区餐饮美食广场发展环境 127

(一) 黑龙江餐饮市场分析	127
(二) 吉林餐饮市场分析	128
(三) 辽宁餐饮市场分析	128

二、东北地区餐饮美食广场经营动态 129

三、东北地区餐饮美食广场发展前景 129

第三节 华东地区餐饮美食广场市场分析 129

一、华东地区餐饮美食广场发展环境 129

(一) 上海餐饮市场分析	130
(二) 山东餐饮市场分析	130
(三) 江苏餐饮市场分析	130

（四）浙江餐饮市场分析	131
（五）安徽餐饮市场分析	131
（六）江西餐饮市场分析	132
（七）福建餐饮市场分析	132
二、华东地区餐饮美食广场经营动态	133
三、华东地区餐饮美食广场发展前景	133
第四节 华中地区餐饮美食广场市场分析	133
一、华中地区餐饮美食广场发展环境	133
（一）河南餐饮市场分析	134
（二）湖南餐饮市场分析	134
（三）湖北餐饮市场分析	135
二、华中地区餐饮美食广场经营动态	135
三、华中地区餐饮美食广场发展前景	135
第五节 华南地区餐饮美食广场市场分析	135
一、华南地区餐饮美食广场发展环境	135
（一）广东餐饮市场分析	136
（二）广西餐饮市场分析	136
（三）海南餐饮市场分析	137
二、华南地区餐饮美食广场经营动态	137
三、华南地区餐饮美食广场发展前景	137
第六节 西部地区餐饮美食广场市场分析	137
一、西部地区餐饮美食广场发展环境	137
（一）陕西餐饮市场	138
（二）甘肃餐饮市场	138
（三）新疆餐饮市场	139
（四）四川餐饮市场分析	139
（五）重庆餐饮市场分析	139
（六）贵州餐饮市场分析	140
（七）云南餐饮市场分析	140
二、西部地区餐饮美食广场经营动态	141
三、西部地区餐饮美食广场发展前景	141
第九章 餐饮美食广场竞争形势及策略分析	142
第一节 行业总体市场竞争状况分析	142
一、餐饮美食广场竞争要素分析	142

二、餐饮市场竞争状况	143
三、餐饮美食广场竞争概况	144
第二节 中国餐饮美食广场竞争格局综述	144
一、餐饮美食广场企业间竞争格局分析	144
二、国内外餐饮美食广场竞争分析	144
三、中国餐饮美食广场竞争力分析	145
四、中国餐饮美食广场产品（服务）竞争力优势分析	146
五、中国餐饮美食广场市场动态分析	146
第三节 餐饮美食广场集中度分析	150
一、餐饮美食广场区域集中度分析	150
二、中国餐饮美食广场品牌集中度分析	150
第四节 餐饮美食广场市场竞争策略分析	151
一、餐饮美食广场提升竞争力的主要方向	151
二、影响餐饮美食广场核心竞争力的因素及提升途径	151
三、提高餐饮美食广场竞争力的策略	152
第十章 领先餐饮美食广场经营形势分析	155
第一节 大食代美食广场	155
一、发展简况	155
二、发展规模	155
三、品牌特色	155
四、选址策略	156
五、发展战略	156
第二节 亚惠美食广场	156
一、发展简况	156
二、发展规模	156
三、品牌特色	157
四、经营动向	157
五、发展战略	157
第三节 新食尚文化美食广场	157
一、发展简况	157
二、发展规模	158
三、品牌特色	158
四、经营优势	158
第四节 美乐汇美食广场	159

一、发展简况	159
二、发展规模	159
三、品牌特色	159
四、发展战略	159
第五节 美食代美食广场	160
一、发展简况	160
二、发展规模	160
三、品牌特色	160
四、产品设置	160
第六节 武汉新加坡美食广场	161
一、发展简况	161
二、发展规模	161
三、品牌特色	161
四、经营优势	161
第七节 食加食美食广场	162
一、发展简况	162
二、发展规模	162
三、品牌特色	162
四、发展战略	162
第八节 食通天美食广场	163
一、发展简况	163
二、开店数量	163
三、进驻省份	163
四、进驻城市	163
第九节 新食代美食广场	164
一、开店数量	164
二、进驻省份	164
三、进驻城市	164
四、选址策略	164
第十节 食为天美食广场	165
一、开店数量	165
二、进驻省份	165
三、进驻城市	165
四、品牌定位	166

第五部分 发展前景展望	167
第十一章 餐饮美食广场行业发展前景分析	167
第一节 餐饮美食广场市场趋势分析	167
一、未来餐饮市场的发展趋势	167
二、餐饮美食广场发展趋势	168
三、餐饮美食广场市场需求变化趋势分析	171
第二节 餐饮美食广场市场前景分析	172
一、餐饮美食广场发展空间	172
二、餐饮美食广场市场前景	172
第三节 中国餐饮美食广场行业供需预测	173
一、中国餐饮美食广场供给预测	173
二、中国餐饮美食广场需求预测	173
三、中国餐饮的市场规模预测	174
四、中国餐饮美食广场的消费需求预测	175
第十二章 餐饮美食广场行业投资价值分析	176
第一节 行业发展特征	176
一、行业的周期性	176
二、行业的区域性	176
三、行业的上下游	176
四、行业经营模式	176
第二节 行业投资形势分析	177
一、餐饮美食广场开办情况	177
二、国内特别重视美食广场购物中心和百货企业分析	177
三、行业发展驱动因素	179
四、行业投资吸引力	180
第三节 连锁餐饮投资环境分析	180
一、“十二五”时期宏观经济形势预测	180
二、扩大内需将为餐饮业带来新空间	182
三、服务业发展为餐饮业带来新机遇	183
四、经济全球化为餐饮业带来新生机	183
第四节 餐饮美食广场投资效益分析	183
一、餐饮美食广场投资状况分析	183
二、餐饮美食广场投资效益分析	183
三、餐饮美食广场投资方向	184

四、餐饮美食广场投资建议 184

第六部分 发展战略研究 185

第十三章 餐饮美食广场投资战略研究 185

第一节 餐饮美食广场投资风险分析 185

一、餐饮美食广场行业市场宏观经济风险预测 185

二、餐饮美食广场行业食品安全风险预测 185

三、餐饮美食广场行业经营风险预测 185

四、餐饮美食广场行业原料市场风险预测 186

五、餐饮美食广场行业人力资源风险预测 186

第二节 餐饮美食广场投资机会分析 186

一、餐饮市场的投资机会分析 186

二、连锁餐饮市场投资潜力分析 187

三、重点区域投资机会 188

四、餐饮美食广场投资机遇 188

第三节 餐饮美食广场投资关键因素 188

一、地理位置选择 188

二、机电设计分析 190

三、内装设计要点 191

第四节 餐饮美食广场投资战略研究 192

一、明确物业业态定位及经营情况 192

二、特色创新品牌战略 192

三、明晰物业业态的餐饮招商细节及承诺 192

四、处理好档口经营商的关系 193

五、严把出口品味关 194

第十四章 餐饮美食广场发展战略研究 195

第一节 餐饮美食广场食物口味策略 195

一、食物口味协调策略 195

二、经济实惠+不断推新策略 195

三、独家品牌热门品牌引进策略 196

四、摊位经营商的选择策略 196

五、提升租户经营水平策略 198

六、连锁品牌餐厅融入美食广场 199

七、五星级饭店美食入驻高档美食广场 199

八、最纯正地方小吃进美食广场 200

第二节 餐饮美食广场环境设计策略 201

一、环境设计创新策略分析 201

二、环境体验设计策略分析 205

三、借鉴吧台模式设计策略 206

第三节 餐饮美食广场服务策略分析 207

一、逼真的食物模型 207

二、人性化服务策略分析 207

三、体验营销服务策略 208

第四节 餐饮美食广场发展策略研究 209

一、战略综合规划 209

二、竞争战略规划 210

三、品牌战略研究 211

四、市场创新策略 212

图表目录：

图表 1 餐饮美食广场分类 15

图表 2 15项国内贸易行业标准编号、名称及实施日期情况 28

图表 3 中国国内生产总值及增长变化趋势图 38

图表 4 国内生产总值构成及增长速度统计 38

图表 5 规模以上工业增加值及增长速度趋势图 39

图表 6 中国全社会固定资产投资增长趋势图 41

图表 7 中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图 42

图表 8 中国主要消费品零售额及增长速度统计 42

图表 9 城镇居民人均可支配收入及增长趋势图 43

图表 10 中国农村居民人均纯收入及增长趋势图 44

图表 11 中国人口总量增长趋势图 44

图表 12 中国人口数量及其构成情况统计 45

图表 13 中国各级各类学校招生人数统计 46

图表 14 中国城镇化率变化趋势图 49

图表 15 中国行政区划统计 49

图表 16 中国分地区行政区划统计 50

图表 17 中国城市土地面积情况 51

图表 18 中国城市人口统计 51

图表 19 中国城市固定投资情况统计 52

图表 20	中国居民消费价格月度变化趋势图	53
图表 21	中国城镇居民家庭人均消费支出统计	54
图表 22	城镇居民家庭人均购买商品数量统计	54
图表 23	中国城镇居民外出用餐支出统计	55
图表 24	美食广场发展历程	59
图表 25	中国品牌餐饮美食广场分布图	59
图表 26	餐饮市场营销过程图	83
图表 27	中国百货店门店总数统计	90
图表 28	中国连锁百货业从业人员数量统计	91
图表 29	中国限额以上百货业主营业务收入统计	91
图表 30	中国限额以上百货业主要经营情况	92
图表 31	中国连锁百货业营业面积及销售额统计	92
图表 32	中国主要连锁百货零售企业经营情况统计	93
图表 33	传统百货业转型未来趋势方向	96
图表 34	中国购物中心数量增长趋势图	101
图表 35	目前中国购物中心业态构成比例	102
图表 36	乐橙美食广场外观图	106
图表 37	中国购物中心累计商业建筑面积情况	110
图表 38	中国购物中心投资占全国商业用房总投资比重情况	110
图表 39	北京市限额以上餐饮企业营业额及餐费收入统计	124
图表 40	天津市限额以上餐饮企业营业额及餐费收入统计	125
图表 41	河北省限额以上餐饮企业营业额及餐费收入统计	125
图表 42	山西省限额以上餐饮企业营业额及餐费收入统计	126
图表 43	内蒙古限额以上餐饮企业营业额及餐费收入统计	126
图表 44	黑龙江省限额以上餐饮企业营业额及餐费收入统计	128
图表 45	吉林省限额以上餐饮企业营业额及餐费收入统计	128
图表 46	辽宁省限额以上餐饮企业营业额及餐费收入统计	129
图表 47	上海市限额以上餐饮企业营业额及餐费收入统计	130
图表 48	山东省限额以上餐饮企业营业额及餐费收入统计	130
图表 49	江苏省限额以上餐饮企业营业额及餐费收入统计	131
图表 50	浙江省限额以上餐饮企业营业额及餐费收入统计	131
图表 51	安徽省限额以上餐饮企业营业额及餐费收入统计	132
图表 52	江西省限额以上餐饮企业营业额及餐费收入统计	132
图表 53	福建省限额以上餐饮企业营业额及餐费收入统计	133
图表 54	河南省限额以上餐饮企业营业额及餐费收入统计	134

图表 55	湖南省限额以上餐饮企业营业额及餐费收入统计	134
图表 56	湖北省限额以上餐饮企业营业额及餐费收入统计	135
图表 57	广东省限额以上餐饮企业营业额及餐费收入统计	136
图表 58	广西限额以上餐饮企业营业额及餐费收入统计	136
图表 59	海南省限额以上餐饮企业营业额及餐费收入统计	137
图表 60	陕西省限额以上餐饮企业营业额及餐费收入统计	138
图表 61	甘肃省限额以上餐饮企业营业额及餐费收入统计	138
图表 62	新疆限额以上餐饮企业营业额及餐费收入统计	139
图表 63	四川省限额以上餐饮企业营业额及餐费收入统计	139
图表 64	重庆市限额以上餐饮企业营业额及餐费收入统计	140
图表 65	贵州省限额以上餐饮企业营业额及餐费收入统计	140
图表 66	云南省限额以上餐饮企业营业额及餐费收入统计	141
图表 67	中高档美食广场品牌表	144
图表 68	大食代美食广场中国区发展规模情况	155
图表 69	食加食美食广场分店情况	162
图表 70	食通天美食广场进驻省份情况	163
图表 71	食通天美食广场进驻城市情况	163
图表 72	新食代美食广场进驻省份情况	164
图表 73	新食代美食广场进驻城市情况	164
图表 74	食为天美食广场进驻省份情况	165
图表 75	食为天美食广场进驻城市情况	165
图表 76	中国餐饮市场规模预测	174
图表 77	中国餐饮美食广场发展驱动因素构成图	179
图表 78	“十二五”时期中国经济社会发展主要指标	182
图表 79	中国连锁餐饮融资项目情况	187
图表 80	澳门威尼斯人度假村酒店豪华赌城的琳琅美食广场	202
图表 81	配备木马的美食广场	202
图表 82	规模庞大的马尼拉SM美食广场	203
图表 83	图书馆主题美食广场	203
图表 84	怀旧型美食广场-新加坡	204
图表 85	泰国高档美食广场	204
图表 86	中东的美食广场	205

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/296153.html>