

2015-2020年中国餐饮美食 广场行业深度调研与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2015-2020年中国餐饮美食广场行业深度调研与投资前景研究报告》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.bosidata.com/canyin1501/7280291LXO.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2015-01-13

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2015-2020年中国餐饮美食广场行业深度调研与投资前景研究报告》共十四章。介绍了餐饮美食广场行业相关概述、中国餐饮美食广场产业运行环境、分析了中国餐饮美食广场行业的现状、中国餐饮美食广场行业竞争格局、对中国餐饮美食广场行业做了重点企业经营状况分析及中国餐饮美食广场产业发展前景与投资预测。您若想对餐饮美食广场产业有个系统的了解或者想投资餐饮美食广场行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

美食广场，又称熟食中心，引入美食广场这个概念最早是从百货公司开始的。美食广场汇聚了各类美食，经营品种丰富，且颇具地方特色。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。美食广场在各地称谓有所不同，譬如台湾，它被称作“美食街”，而在新加坡，却被称做食阁或小贩中心。现代的美食广场卫生环境、食品选择和经营者的背景都大不相同。在加盟经营的里面，亦有不少是连锁品牌，像满记甜品、仙迹岩、星巴克、必胜客、台湾牛肉面等

中国美食广场品牌的集中度非常低，不仅比超市大卖场低，比百货也低很多。目前阶段处于行业发展的初期阶段，少数领头羊跃跃欲试，正要开启群雄争霸之旅，大规模的收购兼并购和洗牌活动尚未开始。在经营方式上，美食广场一反固定租金的做法，从专柜（商家）的营业额中，提取一定比例的抽成作为业主收益；在这种情况下，美食广场经营者与商家一起承担经营风险、并共同享有收益。美食广场的经营分为多种经营形式，而最多的就是合作联营的形式，这种形式把美食广场组织者和实际经营者们紧密联系在一起，双方都大大降低了经营风险，而且互利互惠各取所长，能够快速发展。

国外的美食广场里招商进来的每一个品牌都是连锁店，麦当劳和肯德基往往都是美食广场的一个档口。档口餐饮是一种比较适合现代社会的商业模式，在中国香港、新加坡等地，这种美食档口的形式很多，也相对成熟。比如新加坡的大食代里会引进最好的牛肉丸品牌，还会把一些咖啡品牌引进去，大食代本身是一个成熟的餐饮品牌，在引进不同的餐饮类型时会很在意每个引入餐饮品牌的品质，因为每一个引入的品牌都会代表整个美食广场的品牌和品质。而国内的美食广场通常是摊位制和招商制，招来的餐饮经营者都是作坊式的，同时招来的品牌的知名度不够，品质也没有把控。实际上，并不是美食广场这种业态是低端的、落伍的，而是国内这种经营模式不成熟造成的。通常进驻美食广场的租金较低，很多美食广场经营者只看重其中的收益，并没有关注品牌，造成国内美食广场品质一般的现象。未来，随着美食广场经营模式的不断成熟，美食广场的发展前景值得期待，美食广场的投资空间广阔。

第一部分 产业环境透视

第一章 餐饮美食广场相关概述

第一节 餐饮美食广场基本概述

一、餐饮美食广场定义

二、餐饮美食广场不同称谓

第二节 餐饮美食广场功能作用

一、餐饮服务功能及休闲娱乐功能

二、丰富物业的经营业态

三、提高物业的经营效果

四、新型功能利于吸引消费者

五、利于物业的吸引商户入驻

第三节 餐饮美食广场经营概述

一、餐饮美食广场开办流程

二、餐饮美食广场经营方式

第二章 餐饮美食广场市场环境及影响分析（PEST）

第一节 餐饮美食广场政治法律环境（P）

一、行业政策环境分析

二、政策环境对行业的影响

第二节 行业经济环境分析（E）

一、宏观经济形势分析

二、宏观经济环境对行业的影响

第三节 行业社会环境分析（S）

一、行业社会环境分析

二、社会环境对行业的影响

第四节 行业技术环境分析（T）

一、行业技术环境分析

二、技术环境对行业的影响

第二部分 行业深度分析

第三章 餐饮美食广场运行现状分析

第一节 餐饮美食广场发展历史

- 一、 餐饮美食广场发展历史
- 二、 餐饮美食广场的导入期及发展期
- 第二节 餐饮美食广场市场发展现状
 - 一、 餐饮美食广场品牌发展现状
 - 二、 餐饮美食广场需求市场现状
 - 三、 餐饮美食广场市场需求层次
- 第三节 餐饮美食广场市场供需分析
 - 一、 餐饮美食广场供给情况
 - 二、 餐饮美食广场需求情况
- 第四节 对餐饮美食广场市场的分析及思考
 - 一、 餐饮美食广场市场特点
 - 二、 餐饮美食广场市场分析
 - 三、 餐饮美食广场市场变化的方向
 - 四、 中国餐饮美食广场行业发展的新思路

第四章 餐饮美食广场消费市场分析

- 第一节 餐饮美食广场目标客户群体调查
 - 一、 不同收入水平消费者偏好调查
 - 二、 不同年龄的消费者偏好调查
 - 三、 不同地区的消费者偏好调查
- 第二节 餐饮美食广场市场消费需求分析
 - 一、 餐饮美食广场市场的消费需求变化
 - 二、 餐饮美食广场市场的需求情况分析
 - 三、 餐饮美食广场品牌市场消费需求分析
- 第三节 餐饮美食广场消费市场状况分析
 - 一、 餐饮美食广场消费特点
 - 二、 餐饮美食广场消费者分析
 - 三、 餐饮美食广场消费结构分析
 - 四、 餐饮美食广场消费市场变化
 - 五、 餐饮美食广场市场消费方向

第五章 餐饮美食广场营销因素及策略分析

第一节 餐饮美食广场营销因素分析

- 一、地理位置因素
- 二、目标消费者因素
- 三、经营活动因素

第二节 餐饮美食广场营销策略分析

- 一、地段选择策略
- 二、经营管理策略
- 三、装修定位策略
- 四、招商结合策略
- 四、营销管理关键点

第三部分 市场全景调研

第六章 不同业态物业内的餐饮美食广场市场分析

第一节 百货公司内的餐饮美食广场市场分析

- 一、百货公司市场发展现状
 - 1、百货店运行分析
 - 2、百货店经营面积及销售额
 - 3、百货店竞争分析
 - 4、百货店发展前景
- 二、百货公司内的餐饮美食广场市场分析
 - 1、百货公司内的餐饮美食广场经营分析
 - 2、百货公司建设餐饮美食广场动态
 - 3、百货公司内投资建设美食广场前景
 - 4、百货公司内的美食广场发展前景
 - 5、百货公司内的美食广场经营策略

第二节 购物中心内的餐饮美食广场市场分析

- 一、购物中心市场发展现状
 - 1、购物中心经营模式分析
 - 2、购物中心数量及经营规模
 - 3、购物中心业态构成分析
 - 4、购物中心发展前景及趋势
- 二、购物中心内的餐饮美食广场市场分析

- 1、购物中心内的餐饮美食广场经营分析
- 2、购物中心内建设餐饮美食广场动态
- 3、国外购物中心的餐饮美食广场分析
- 4、国内外购物中心的餐饮美食广场比较分析
- 5、购物中心内投资建设美食广场前景
- 6、购物中心内的美食广场发展前景
- 7、购物中心内的美食广场经营策略

第三节 大卖场内的餐饮美食广场市场分析

一、大卖场市场发展现状

- 1、大卖场市场发展特点
- 2、大卖场发展空间分析
- 3、大卖场发展趋势分析

二、大卖场内的餐饮美食广场市场分析

- 1、大卖场内的餐饮美食广场经营分析
- 2、大卖场建设餐饮美食广场动态
- 3、大卖场内投资建设美食广场前景
- 4、大卖场内的美食广场发展前景
- 5、大卖场内的美食广场经营策略

第四节 专业市场内的餐饮美食广场市场分析

一、专业市场发展现状

- 1、专业市场数量及交易规模
- 2、不同形式专业市场发展规模
- 3、专业市场发展前景分析

二、专业市场内的餐饮美食广场市场分析

- 1、专业市场内的餐饮美食广场经营分析
- 2、专业市场内投资建设美食广场前景
- 3、专业市场内的美食广场发展前景
- 4、专业市场内的美食广场经营策略

第五节 其他物业内的餐饮美食广场市场分析

- 一、写字楼的餐饮美食广场市场分析
- 二、游乐园的餐饮美食广场市场分析
- 三、机场的餐饮美食广场市场分析

第七章 不同类型档次的餐饮美食广场市场分析

第一节 标准饮美食广场市场分析

- 一、标准饮美食广场发展概述
- 二、标准饮美食广场细分种类
 - 1、高档美食广场发展分析
 - 2、中高档美食广场和中档美食广场发展分析
 - 3、低档大众美食广场发展分析
 - 4、奢华美食广场发展分析

第二节 准美食广场市场分析

- 一、准美食广场发展现状
- 二、准美食广场发展前景

第三节 泛美食广场市场分析

- 一、泛美食广场发展现状
- 二、泛美食广场发展前景

第四部分 竞争格局分析

第八章 餐饮美食广场不同区域市场分析

第一节 华北地区餐饮美食广场市场分析

- 一、华北地区餐饮美食广场发展环境
- 二、华北地区餐饮美食广场经营动态
- 三、华北地区餐饮美食广场发展前景

第二节 东北地区餐饮美食广场市场分析

- 一、东北地区餐饮美食广场发展环境
- 二、东北地区餐饮美食广场经营动态
- 三、东北地区餐饮美食广场发展前景

第三节 华东地区餐饮美食广场市场分析

- 一、华东地区餐饮美食广场发展环境
- 二、华东地区餐饮美食广场经营动态
- 三、华东地区餐饮美食广场发展前景

第四节 华中地区餐饮美食广场市场分析

- 一、华中地区餐饮美食广场发展环境

二、华中地区餐饮美食广场经营动态

三、华中地区餐饮美食广场发展前景

第五节 华南地区餐饮美食广场市场分析

一、华南地区餐饮美食广场发展环境

二、华南地区餐饮美食广场经营动态

三、华南地区餐饮美食广场发展前景

第六节 西部地区餐饮美食广场市场分析

一、西部地区餐饮美食广场发展环境

二、西部地区餐饮美食广场经营动态

三、西部地区餐饮美食广场发展前景

第九章 餐饮美食广场竞争形势及策略分析

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、餐饮美食广场竞争结构分析

二、餐饮美食广场企业间竞争格局分析

三、餐饮美食广场集中度分析

第二节 中国餐饮美食广场竞争格局综述

一、餐饮美食广场竞争概况

二、中国餐饮美食广场竞争力分析

三、中国餐饮美食广场产品（服务）竞争力优势分析

第三节 餐饮美食广场竞争格局分析

一、国内外餐饮美食广场竞争分析

二、我国餐饮美食广场市场竞争分析

三、我国餐饮美食广场市场集中度分析

四、国内主要餐饮美食广场企业动向

五、国内餐饮美食广场企业拟在建项目分析

第四节 2015-2020年餐饮美食广场市场竞争策略分析

一、餐饮美食广场提升竞争力的主要方向

二、影响餐饮美食广场核心竞争力的因素及提升途径

三、提高餐饮美食广场竞争力的策略

第十章 领先餐饮美食广场经营形势分析

第一节 大食代美食广场

- 一、发展简况
- 二、发展规模
- 三、品牌特色
- 四、经营动向
- 五、发展战略

第二节 亚惠美食广场

- 一、发展简况
- 二、发展规模
- 三、品牌特色
- 四、经营动向
- 五、发展战略

第三节 新食尚文化美食广场

- 一、发展简况
- 二、发展规模
- 三、品牌特色
- 四、经营动向
- 五、发展战略

第四节 美乐汇美食广场

- 一、发展简况
- 二、发展规模
- 三、品牌特色
- 四、经营动向
- 五、发展战略

第五节 新泰洋美食广场

- 一、发展简况
- 二、发展规模
- 三、品牌特色
- 四、经营动向
- 五、发展战略

第六节 食通天下美食广场

- 一、发展简况

二、发展规模

三、品牌特色

四、经营动向

五、发展战略

第七节 美食代美食广场

一、发展简况

二、发展规模

三、品牌特色

四、经营动向

五、发展战略

第八节 食为天美食广场

一、发展简况

二、发展规模

三、品牌特色

四、经营动向

五、发展战略

第九节 家美乐国购美食广场

一、发展简况

二、发展规模

三、品牌特色

四、经营动向

五、发展战略

第十节 八方一品华联美食广场

一、发展简况

二、发展规模

三、品牌特色

四、经营动向

五、发展战略

第五部分 发展前景展望

第十一章 2015-2020年餐饮美食广场行业发展前景分析

第一节 2015-2020年餐饮美食广场市场趋势分析

- 一、我国餐饮美食广场市场趋势总结
- 二、2015-2020年餐饮美食广场发展趋势
- 三、2015-2020年餐饮美食广场细分市场发展趋势

第二节 2015-2020年餐饮美食广场市场前景分析

- 一、2015-2020年餐饮美食广场发展空间
- 二、2015-2020年餐饮美食广场市场前景

第三节 2015-2020年中国餐饮美食广场行业供需预测

- 一、2015-2020年中国餐饮美食广场供给预测
- 二、2015-2020年中国餐饮美食广场需求预测
- 三、2015-2020年中国餐饮美食广场消费预测

第十二章 2015-2020年餐饮美食广场行业投资价值分析

第一节 行业发展特征

- 一、行业的周期性
- 二、行业的区域性
- 三、行业的上下游
- 四、行业经营模式

第二节 行业投资形势分析

- 一、行业发展格局
- 二、行业进入壁垒
- 三、行业SWOT分析
- 四、行业五力模型分析

第三节 餐饮美食广场投资影响因素

- 一、影响餐饮美食广场行业运行的有利因素
- 二、影响餐饮美食广场行业运行的稳定因素
- 三、影响餐饮美食广场行业运行的不利因素
- 四、我国餐饮美食广场行业发展面临的挑战
- 五、我国餐饮美食广场行业发展面临的机遇

第四节 餐饮美食广场投资效益分析

- 一、餐饮美食广场投资状况分析
- 二、餐饮美食广场投资效益分析
- 三、2015-2020年餐饮美食广场投资方向

四、2015-2020年餐饮美食广场投资建议

第六部分 发展战略研究

第十三章 餐饮美食广场投资战略研究

第一节 2015-2020年餐饮美食广场投资风险分析

- 一、2015-2020年餐饮美食广场行业市场风险预测
- 二、2015-2020年餐饮美食广场行业政策风险预测
- 三、2015-2020年餐饮美食广场行业经营风险预测
- 四、2015-2020年餐饮美食广场行业竞争风险预测
- 五、2015-2020年餐饮美食广场行业其他风险预测

第二节 2015-2020年餐饮美食广场投资机会分析

- 一、产业链投资机会
- 二、细分市场投资机会
- 三、重点区域投资机会
- 四、餐饮美食广场投资机遇

第三节 2015-2020年餐饮美食广场投资关键因素

- 一、地理位置选择
- 二、机电设计分析
- 三、内装设计要点

第四节 2015-2020年餐饮美食广场投资战略研究

- 一、2015年餐饮美食广场行业投资战略
- 二、2015-2020年餐饮美食广场行业投资战略
- 三、2015-2020年餐饮美食广场细分行业投资战略

第十四章 博思数据关于餐饮美食广场发展战略研究

第一节 餐饮美食广场食物口味策略

- 一、食物口味协调策略
- 二、经济实惠+不断推新策略
- 三、独家品牌热门品牌引进策略
- 四、摊位经营商的选择策略
- 五、提升租户经营水平策略
- 六、连锁品牌餐厅融入美食广场

七、五星级饭店美食入驻高档美食广场

八、最纯正地方小吃进美食广场

第二节 餐饮美食广场环境设计策略

一、环境设计创新策略分析

二、环境体验设计策略分析

三、借鉴吧台模式设计策略

第三节 餐饮美食广场服务策略分析

一、逼真的食物模型

二、人性化服务策略分析

三、体验营销服务策略

第四节 餐饮美食广场发展策略研究

一、战略综合规划

二、竞争战略规划

三、品牌战略研究

四、市场创新策略

图表目录

图表：餐饮美食广场产业链分析

图表：餐饮美食广场行业生命周期

图表：2013-2014年中国餐饮美食广场市场规模

图表：2013-2014年餐饮美食广场重要数据指标比较

图表：餐饮业的细分行业分类

图表：餐饮业细分行业和业态的发展

图表：餐饮业态类型

图表：餐饮业成本结构表

图表：2013-2014年餐饮业增长贡献率和拉动率变化情况

图表：全国餐饮业零售额中居民餐饮消费比例

图表：不同城市的市民选择餐饮美食广场时的较多考虑的因素的比例

图表：肯德基价格走势

图表：肯德基市场占有率

图表：消费者对餐饮美食广场的偏好程度分析

图表：消费者到餐饮美食广场店消费的周期

图表：消费者中去餐饮美食广场店消费的金额

图表：消费者选择餐饮美食广场的决定因素

图表：2013-2014年百货店数量及增长

图表：2013-2014年百货店经营面积

图表：2013-2014年百货店销售额

图表：2013-2014年购物中心数量及增长

图表：2013-2014年购物中心经营面积

图表：2013-2014年购物中心销售额

图表：2015-2020年餐饮美食广场供给预测

图表：2015-2020年餐饮美食广场需求预测

图表：2015-2020年餐饮美食广场消费预测

略……

本研究咨询报告由博思数据研究中心领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家发改委、国务院发展研究中心、中国烹饪协会、中国百货商业协会、中国购物中心产业资讯中心、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对我国餐饮美食广场的市场现状、消费市场、营销因素、竞争形势等进行了分析，并重点分析了不同业态物业内餐饮美食广场和不同类型档次餐饮美食广场的经营状况，最后报告准确详实地预测了餐饮美食广场的发展前景和发展趋势，并提出了相应的投资战略和发展战略。本报告是餐饮美食广场经营企业、投资机构等单位准确了解目前餐饮美食广场市场发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/canyin1501/7280291LXO.html>