

2021-2027年中国主题餐厅 市场评估与投资战略咨询报告

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

《2021-2027年中国主题餐厅市场评估与投资战略咨询报告》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.cction.com/report/202101/201424.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

饮食文化是中国人生活中的重要部分，新颖和趣味性成了商家们吸引更多客源的两个必要因素，尤其是对年轻群体来说，去餐馆不仅仅是为了吃喝，更是为了休闲娱乐。无论是以船、以电影、以车、甚至是以监狱为主题性的餐厅都充分展现了人性化的一面，得到了消费者的青睐。同时，主题餐厅，其专业性、深度化趋势，为这种餐饮业态注入了新的活力。

主题品牌营销的重点是以主题产品为载体的餐厅品牌，它不再仅看重产品的销售，而是注重对主题品牌的建立和发展。从竞争层次上讲，主题品牌营销已经上升到品牌的竞争，它表明对顾客利益的进一步拓展和维护。在这个阶段，主题餐厅应进行主题品牌形象规划。餐饮要体现特色化，更要获得消费者的认同，而主题餐厅能否得到市场的认可需要有赖于消费者对主题餐厅印象的好坏。只有从各方面加以改进，使顾客满意，从而使顾客对主题餐厅提供的体验有更好的感知与评价。凡事有利有弊，主题餐厅有它的优势，也有它的劣势。优势在于它有一个主题环境，可以在比较短的时间内打响知名度，而劣势则是它来得快去得也快，人们往往受主题餐厅的环境吸引而忽略了它的出品，开始是好奇，一段时间新鲜感过后，便会转淡。因此，主题餐厅不能只注重环境，而要在出品和服务方面作整体考虑，这才能保持长兴不衰。随着生活水准和文化水平的进一步提高，今后主题餐厅将更符合消费者对就餐环境的不同要求，这无疑也是餐饮发展的方向。

中企顾问网发布的《2021-2027年中国主题餐厅市场评估与投资战略咨询报告》共十五章。首先介绍了主题餐厅相关概念及发展环境，接着分析了中国主题餐厅规模及消费需求，然后对中国主题餐厅市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国主题餐厅面临的机遇及发展前景。您若想对中国主题餐厅有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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。

报告目录：

第一部分 产业环境透视

第一章 主题餐厅行业发展综述

第一节 主题餐厅的相关概述

一、主题餐厅的定义

二、主题餐厅的特色

三、主题餐厅的优缺点

四、主题餐厅的消费群体

第二节 主题餐厅的发展历史

一、主题餐厅的形成

二、主题餐厅的兴起

三、主题餐厅的发展

第三节 主题餐厅的类型分析

一、运动型

二、复古型

三、农家型

四、素食型

五、文化型

六、异域型

七、另类型

第四节 主题餐厅的基本特征

一、主题餐厅的特征

二、主题餐厅的周期特性

三、主题餐厅的要素密集性

四、主题餐厅的行业壁垒

五、主题餐厅的发展驱动因素

第二章 中国主题餐厅行业市场环境及影响分析

第一节 主题餐厅行业宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品零售总额

五、城乡居民收入增长分析

第二节 主题餐厅行业法律环境分析

一、中国餐饮行业管理体制分析

二、餐饮企业连锁经营管理规范

三、中国餐饮行业重点政策解读

四、中央八项规定对餐饮业影响

五、影响餐饮业的十大政策

第三节 主题餐厅行业社会环境分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、中国城镇化率

第四节 主题餐厅行业消费环境分析

一、居民消费价格变化分析

二、居民主要食品消费情况

三、居民人均餐饮消费支出

第二部分 行业深度分析

第三章 中国主题餐厅行业运行现状分析

第一节 中国餐饮的市场规模分析

一、餐饮业的总体规模分析

二、餐饮业的固定资产投资

三、餐饮业的市场规模分析

第二节 主题餐厅行业的发展概况

一、主题餐厅的市场概况

二、主题餐厅的发展特点

三、主题餐厅的经营方式

第三节 主题餐厅的市场定位

一、选择适合的客源层次

二、树立新颖的市场形象

三、宣传媒介的合理选择

四、主题餐厅的出品设计

第四节 主题餐厅的消费者行为分析

一、饮食的动机

二、餐厅的特色

三、消费及评价

第四章 中国主题餐厅产品现状分析

第一节 中国主题餐厅产品的现状

一、中国主题餐厅产品的发展

- (一) 开始注重消费环境的设计
- (二) 主题化服务意识加强

二、中国主题餐厅产品中存在的问题

- (一) 体验性消费环境还不够成熟
- (二) 与大众餐厅差异性较小
- (三) 体验性元素不足

第二节 案例分析

一、“风波庄”主题餐厅

- (一) “风波庄”主题餐厅简介
- (二) “风波庄”主题餐厅产品分析
- (三) “风波庄”主题餐厅消费环境

二、黑暗主题餐厅

- (一) 黑暗主题餐厅简介
- (二) 黑暗主题餐厅产品分析
- (三) 黑暗主题餐厅消费环境

第三节 中国主题餐厅体验性产品设计的基础

一、进行市场调研

二、中国主题餐厅体验性产品设计的途径

- (一) 从心理学角度设计主题餐厅体验性产品
- (二) 从顾客参与体验的程度设计主题餐厅体验性产品

三、中国主题餐厅体验性产品设计的原则

- (一) 与主题文化一致
- (二) 高度重视食物的营养与卫生
- (三) 整合多种感官刺激
- (四) 将体验全方位渗透到主题餐厅产品中
- (五) 重视心理体验

第四节 中国主题餐厅体验性产品的设计

一、主题餐厅体验性有形产品的设计

(一) 菜单的体验性设计

(二) 菜品的体验性设计

(三) 餐具的体验性设计

(四) 纪念品的体验性设计

二、主题餐厅体验性消费环境的设计

(一) 外部消费环境的体验性设计

(二) 内部消费环境的体验性设计

三、主题餐厅体验性服务的设计

(一) 一般服务的体验性设计

(二) 主题活动的体验性设计

第五节 主题餐厅体验性产品的实施

一、制定科学合理的规章制度

二、加强产品质量监管力度

三、加强成本控制

四、采取有效的营销措施

(一) 注重体验营销

(二) 充分利用媒体公关资源

第三部分 市场全景调研

第五章 中国主题餐厅细分市场分析

第一节 西式主题餐厅发展分析

一、西式主题餐厅的市场现状

二、西式主题餐厅的经营特点

三、西式主题餐厅的市场定位

四、西式主题餐厅的优劣势分析

五、西式主题餐厅对传统饮食的挑战

第二节 中式主题餐厅发展分析

一、中式主题餐厅的市场特点

二、中式主题餐厅的市场定位

三、中式主题餐厅的市场竞争

四、中式主题餐厅的SWOT分析

第三节 日式主题餐厅发展分析

- 一、日式主题餐厅的经营特点
- 二、日式主题餐厅的风格设计
- 三、日式主题餐厅的市场定位
- 四、日式主题餐厅的市场竞争

第四节 韩式主题餐厅发展分析

- 一、韩式主题餐厅的经营特点
- 二、韩式主题餐厅的市场定位
- 三、韩式主题餐厅的市场竞争
- 四、韩式主题餐厅的市场困境
- 五、韩式主题餐厅的发展策略
- 六、韩式主题餐厅的市场前景

第五节 伊斯兰式主题餐厅发展分析

- 一、伊斯兰式主题餐厅的经营特点
- 二、伊斯兰式主题餐厅的市场定位
- 三、伊斯兰式主题餐厅的风格设计
- 四、伊斯兰式主题餐厅的市场竞争

第六节 城市网络主题餐厅发展分析

- 一、城市网络主题餐厅的经营特点
- 二、城市网络主题餐厅的市场定位
- 三、城市网络主题餐厅的市场竞争

第六章 主题餐厅行业营销策略及案例分析

第一节 主题餐厅行业营销战略分析

- 一、主题产品营销
- 二、主题品牌营销
- 三、主题文化营销

第二节 主题餐厅行业营销策略分析

- 一、有形化营销策略
- 二、技巧化营销策略
- 三、差异化营销策略

第三节 主题餐厅行业营销案例分析

- 一、仙踪林主题餐饮有限公司概况
- 二、仙踪林主题餐饮有限公司存在的问题
 - (一) 菜品沦为配角
 - (二) 宣传方式单一
 - (三) 忽略消费者的潜在需求
- 三、主题餐饮企业的营销对策
 - (一) 菜品要定期更新
 - (二) 运用多种多样的商业策略
 - (三) 不断满足新的消费需求

第四部分 竞争格局分析

第七章 主题餐厅行业区域市场分析

第一节 北京市

- 一、北京市餐饮发展环境
- 二、北京市餐饮市场规模
- 三、主题餐厅的市场现状
- 四、主题餐厅存在的问题
- 五、主题餐厅的发展策略

第二节 上海市

- 一、上海市餐饮发展环境
- 二、上海市餐饮市场规模
- 三、主题餐厅的市场现状
- 四、主题餐厅的发展策略

第三节 重庆市

- 一、重庆市餐饮发展环境
- 二、重庆市在外用餐规模
- 三、重庆市餐饮运行情况
- 四、主题餐厅的市场现状
- 五、主题餐厅存在的问题
- 六、主题餐厅的发展策略

第四节 广州市

- 一、广州市餐饮发展环境

- 二、广州市餐饮市场规模
- 三、主题餐厅的市场现状
- 四、主题餐厅的经营模式

第五节 深圳市

- 一、深圳市餐饮发展环境
- 二、深圳市餐饮市场规模
- 三、主题餐厅的市场现状
- 四、主题餐厅的发展策略

第八章 中国主题餐厅行业竞争形势及策略

第一节 主题餐厅总体市场竞争状况分析

- 一、主题餐厅的市场竞争概述
- 二、主题餐厅的SWOT分析
- 三、国内外主题餐厅竞争分析

第二节 主题餐厅市场集中度分析

- 一、中国餐饮市场集中度分析
- 二、主题餐厅市场集中度分析

第三节 主题餐厅市场竞争策略分析

- 一、菜品多样化
- 二、稳定顾客源
- 三、地理位置选择
- 四、满足潜在需求

第四节 餐饮市场竞争策略分析

- 一、餐饮行业竞争趋势
- 二、餐饮市场竞争策略
- 三、应对餐饮竞争举措
- 四、提升餐饮核心竞争力

第九章 领先主题餐厅经营形势分析

第一节 蒙古往事?国际风情美食会所

- 一、企业基本情况介绍
- 二、企业环境特色分析

三、企业特色美食分析

四、企业服务模式分析

第二节 女仆餐厅

一、餐厅发展背景分析

二、餐厅主要特色分析

三、餐厅服务群体分析

四、餐厅发展情况分析

第三节 风波庄酒家

一、企业基本情况介绍

二、企业餐饮特色分析

三、企业营销模式分析

四、企业市场定位分析

五、企业SWOT分析

第四节 机器人餐厅

一、餐厅基本情况分析

二、餐厅主要特色分析

三、餐厅优劣势分析

四、餐厅发展前景分析

第五节 儿童主题餐厅

一、餐厅基本情况分析

二、餐厅主要特色分析

三、餐厅服务群体分析

四、餐厅运营模式分析

五、餐厅发展前景分析

第六节 卡通动漫主题餐厅

一、餐厅基本情况介绍

二、餐厅主要特色分析

三、餐厅服务群体分析

四、餐厅发展战略分析

第七节 厕所餐厅

一、餐厅基本情况介绍

二、餐厅环境特色分析

三、餐厅特色美食分析

四、餐厅服务群体分析

第八节 星语西餐厅

一、餐厅基本情况介绍

二、餐厅环境特色分析

三、餐厅特色美食分析

四、餐厅竞争优势分析

第九节 棋一手茶吧

一、餐厅基本情况介绍

二、餐厅环境特色分析

三、餐厅服务群体分析

第十节 天空之城

一、餐厅基本情况介绍

二、餐厅环境特色分析

三、餐厅服务群体分析

四、餐厅竞争优势分析

第五部分 发展前景展望

第十章 主题餐厅行业前景及趋势预测

第一节 主题餐厅市场发展前景

一、主题餐厅市场发展潜力

二、主题餐厅市场发展前景展望

第二节 主题餐厅市场发展趋势预测

一、未来餐饮市场的发展趋势

二、中国餐饮的市场规模预测

三、未来主题餐厅的发展趋势

四、主题餐厅市场消费趋势预测

第十一章 主题餐厅行业投资价值分析

第一节 主题餐厅行业投资环境分析

一、“十三五”时期宏观经济形势预测

二、扩大内需将为餐饮业带来新空间

三、经济全球化为餐饮业带来新生机

第二节 主题餐厅行业发展的影响因素

一、有利因素

二、不利因素

第三节 主题餐厅投资的商业价值

第十二章 主题餐厅行业的投资机会与投资风险分析

第一节 主题餐厅行业的投资机会

一、餐饮市场的投资机会分析

二、主题餐厅的投资机会分析

第二节 主题餐厅行业的投资风险

一、宏观经济风险

二、经营管理风险

三、人力资源风险

四、原料市场风险

五、食品安全风险

六、市场竞争风险

第三节 主题餐厅行业的投资建议

一、主题餐厅行业未来发展方向

二、主题餐厅行业主要投资建议

第六部分 发展战略研究

第十三章 中国主题餐厅行业面临的困境及对策

第一节 主题餐厅行业存在的问题

一、餐厅对“主题”的把握不明晰

(一) 缺乏市场调研、盲目求异导致主题选择不当

(二) 餐厅对“主题文化”缺乏塑造

二、餐厅经营过程中对“主题”缺乏表现力

三、主题餐厅的生命周期短暂

四、中国主题餐厅有待实现连锁发展

第二节 主题餐厅发展对策分析

一、深刻认识主题文化内涵、准确把握“主题”

- (一) 追求合适的主题文化定位，对应市场需求
 - (二) “深”度挖掘主题文化，塑造丰满主题形象
- 二、经营过程中赋予“主题”充分的表现力
- (一) 以多样化的产品形式表现主题
 - (二) 以参与性较强的互动活动深化主题
- 三、延长主题餐厅生命周期的策略
- 四、实现主题餐厅的连锁化经营

第十四章 中国主题餐厅行业设计策略分析

第一节 主题餐厅设计的切入点

- 一、以异域风情为切入点
- 二、以田园农家为切入点
- 三、以文艺作品为切入点
- 四、以历史文脉为切入点
- 五、以怀旧复古为切入点
- 六、以怪诞离奇为切入点

第二节 主题餐厅的装饰方法

- 一、通过空间造型营造主题氛围
- 二、通过视觉平面符号营造主题氛围
- 三、通过灯光系统营造主题气氛
- 四、通过色彩搭配烘托主题氛围
- 五、通过陈设艺术布置营造主题氛围
- 六、通过材料装饰营造主题气氛

第三节 主题餐厅的设计方式

- 一、主题餐厅的基本功能设计
- 二、主题餐厅的表现手法
 - (一) 灵活运用空间形态来营造主题氛围
 - (二) 利用色彩与质感进行主题氛围的营造
 - (三) 利用照明进行氛围的营造
 - (四) 利用家具布置进行主题氛围的营建
 - (五) 其它烘托主题的营造方式

第十五章 中国主题餐厅行业发展战略研究（）

第一节 对中国主题餐厅品牌的战略思考

一、主题餐厅品牌的重要性

二、主题餐厅实施品牌战略的意义

三、主题餐厅企业的品牌管理措施

四、主题餐厅企业的品牌维护策略

第二节 主题餐厅的连锁经营策略

一、主题餐厅企业发展方向分析

二、主题餐厅的发展目标和重点

三、小型餐饮企业连锁路径选择

四、中等餐饮企业连锁路径分析

五、大型餐饮企业特许加盟连锁

第三节 主题餐厅的国际化竞争策略

一、主题餐厅企业国际化TCS战略

二、主题餐厅国际化注重品牌经营

三、主题餐厅创新要突出中国特色

四、重视主题餐厅国际化人才培养

图表目录：

图表1 中国餐饮业发展驱动因素构成图

图表2 中国国内生产总值及增长变化趋势图

图表3 国内生产总值构成及增长速度统计

图表4 规模以上工业增加值及增长速度趋势图

图表5 中国全社会固定资产投资增长趋势图

图表6 中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图

图表7 中国主要消费品零售额及增长速度统计

图表8 城镇居民人均可支配收入及增长趋势图

图表9 中国农村居民人均纯收入及增长趋势图

图表10 中国人口总量增长趋势图

图表11 中国人口数量及其构成情况统计

图表12 中国各级各类学校招生人数统计

图表13 中国城镇化率变化趋势图

图表14 中国居民消费价格月度变化趋势图

图表15 中国城镇居民家庭人均消费支出统计

图表16 城镇居民家庭人均购买商品数量统计

图表17 中国城镇居民外出用餐支出统计

图表18 中国餐饮企业数量统计

图表19 中国限额以上餐饮业企业从业人数统计

图表20 住宿和餐饮业固定资产投资额统计

图表21 中国餐饮业收入统计

图表22 风波庄主题餐厅环境

图表23 巴国布衣王府店的室内陈设

图表24 日式主题餐厅的特色美食

图表25 日式主题餐厅的嵌入式设计

图表26 韩式主题餐厅的特色美食

图表27 伊斯兰式主题餐厅的特色美食

图表28 伊斯兰式主题餐厅

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202101/201424.html>