

2022-2028年中国团膳市场 评估与未来前景预测报告

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

《2022-2028年中国团膳市场评估与未来前景预测报告》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.cction.com/report/202205/297774.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

团膳，顾名思义即团体用餐服务的简称。是一种群体集中膳食管理的新餐饮模式。是在一个时间周期内，某个相对固定的消费群体，在其所属或举办活动的场所内，通过谈判和招标等方式选定专业的第三方餐饮公司提供餐饮服务的就餐方式。

中企顾问网发布的《2022-2028年中国团膳市场评估与未来前景预测报告》共十五章。首先介绍了团膳行业市场发展环境、团膳整体运行态势等，接着分析了团膳行业市场运行的现状，然后介绍了团膳市场竞争格局。随后，报告对团膳做了重点企业经营状况分析，最后分析了团膳行业发展趋势与投资预测。您若想对团膳产业有个系统的了解或者想投资团膳行业，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。

报告目录：

第一章 中国团膳行业发展背景

1.1 团膳行业概述

1.1.1 团膳行业界定

1.1.2 团膳行业分类

1.1.3 与传统餐饮行业的区别

1.2 团膳行业发展及运行特点

1.2.1 团膳行业发展综述

1.2.2 团膳行业发展历程

1.2.3 团膳行业运行特点

第二章 中国团膳行业的宏观经济情况

2.1 团膳行业政策环境

2.1.1 旅游行业支持政策

2.1.2 团膳支持政策

2.2 团膳行业经济环境

2.2.1 国际经济环境分析

- 1、国际宏观经济运行情况
- 2、国际宏观经济走势预测
- 3、国际经济环境对国内团膳行业的影响

2.2.2 国内经济运行情况

- 1、GDP增长情况
- 2、经济走势预测
- 3、宏观经济与旅游行业相关性

2.3 中国团膳的社会环境

2.3.1 人口环境分析

2.3.2 教育环境分析

2.3.3 文化环境分析

2.3.4 生态环境分析

2.3.5 中国城镇化率

2.4 中国团膳的消费环境

2.4.1 居民的各种消费观念和习惯

2.4.2 居民对餐饮美食的选择习惯

第三章 国际团膳发展态势与经验借鉴

3.1 团膳行业运营情况分析

3.1.1 全球团膳需求分析

3.1.2 团膳经营模式分析

3.1.3 团膳行业发展趋势

3.2 国际团膳发展态势分析

3.2.1 国际团膳的兴起

3.2.2 国际团膳发展现状

3.2.3 国际团膳发展特点

3.2.4 全球团膳品牌分析

3.2.5 国际团膳经验借鉴

3.3 国际团膳市场分析

3.3.1 国际团膳消费情况

3.3.2 国际团膳消费结构

3.3.3 国际团膳价格分析

3.4 主要国家地区团膳市场分析

3.4.1 2016-2020年美国团膳市场分析

3.4.2 2016-2020年欧洲团膳市场分析

3.4.3 2016-2020年日本团膳市场分析

3.4.4 2016-2020年韩国团膳市场分析

3.4.5 2016-2020年其他国家团膳市场分析

第四章 中国团膳行业商业模式分析及构建

4.1 中国团膳行业传统商业模式分析

4.1.1 团膳行业原料采购模式

4.1.2 团膳行业经营模式

4.1.3 团膳行业盈利模式

4.2 中国团膳行业商业模式构建

4.2.1 挖掘客户价值需求

1、转变商业思维

2、客户隐性需求

3、客户价值主张

4.2.2 产业价值链再定位

1、客户价值公式

2、产业价值定位

4.2.3 寻找利益相关者

4.2.4 构建盈利模式

第五章 我国团膳市场发展研究

5.1 我国团膳行业发展现状

5.1.1 团膳行业品牌发展现状

1、团膳业社会认知度较低

2、团膳市场化程度依然较低

3、团膳供应的需求市场空间大

5.1.2 团膳行业消费市场现状

5.1.3 团膳市场消费层次分析

5.1.4 我国团膳市场走向分析

5.2 2020年我国团膳市场情况发展研究

5.2.1 2020年我国团膳市场需求情况

5.2.2 2020年我国团膳市场价格情况

5.2.3 2020年重点城市团膳市场分析

5.2.4 2020年我国团膳市场发展情况

5.3 2020年我国团膳业市场发展特点分析

5.3.1 2020年我国团膳市场格局特点

5.3.2 2020年我国团膳产品创新特点

5.3.3 2020年我国团膳市场服务特点

5.3.4 2020年我国团膳市场品牌特点

第六章 2016-2020年团膳所属行业经济运行效益分析

6.1 2016-2020年中国团膳行业发展分析

6.1.1 2016-2020年中国团膳行业概述

6.1.2 2016-2020年中国团膳行业供给情况

6.1.3 2016-2020年中国团膳行业需求情况

6.2 2016-2020年中国团膳行业规模分析

6.2.1 团膳所属行业企业数量统计

6.2.2 团膳所属行业资产投入分析

6.2.3 团膳所属行业销售收入分析

6.2.4 团膳所属行业利润总额分析

6.3 2016-2020年团膳所属行业经营效益分析

6.3.1 团膳所属行业偿债能力分析

6.3.2 团膳所属行业盈利能力分析

6.3.3 团膳所属行业的毛利率分析

6.3.4 团膳所属行业营运能力分析

第七章 2016-2020年中国团膳行业重点省市运行分析

7.1 北京市团膳行业运营情况分析

7.2 上海市团膳行业运营情况分析

7.3 广东省团膳行业运营情况分析

7.4 安徽省团膳行业运营情况分析

7.5 江苏省团膳行业运营情况分析

第八章 中国团膳行业上、下游产业链分析

8.1 团膳行业产业链概述

8.1.1 产业链定义

8.1.2 团膳行业产业链

8.2 团膳行业主要上游产业发展分析

8.2.1 上游产业发展现状

8.2.2 上游产业供给分析

8.2.3 上游供给价格分析

8.2.4 主要供给企业分析

8.3 团膳行业主要下游产业发展分析

8.3.1 下游（应用行业）产业发展现状

8.3.2 下游（应用行业）产业需求分析

8.3.3 下游（应用行业）主要需求企业分析

8.3.4 下游（应用行业）最具前景产品/行业分析

第九章 中国团膳行业市场竞争格局分析

9.1 中国团膳行业竞争格局分析

9.1.1 团膳行业区域分布格局

9.1.2 团膳行业企业规模格局

9.1.3 团膳行业企业性质格局

9.2 中国团膳行业竞争五力分析

9.2.1 团膳行业上游议价能力

9.2.2 团膳行业下游议价能力

9.2.3 团膳行业新进入者威胁

9.2.4 团膳行业替代产品威胁

9.2.5 团膳行业现有企业竞争

9.3 中国团膳行业竞争SWOT分析

9.3.1 团膳行业优势分析（S）

9.3.2 团膳行业劣势分析（W）

9.3.3 团膳行业机会分析（O）

9.3.4 团膳行业威胁分析（T）

第十章 中国团膳行业领先企业竞争力分析

10.1 中快餐饮集团

10.1.1 企业发展基本情况

10.1.2 企业主要特色分析

10.1.3 企业经营状况分析

10.1.4 企业最新发展动态

10.2 爱玛客服务产业(中国)有限公司

10.2.1 企业发展基本情况

10.2.2 企业主要特色分析

10.2.3 企业经营状况分析

10.2.4 企业最新发展动态

10.3 法国索迪斯（Sodexo）集团

10.3.1 企业发展基本情况

10.3.2 企业主要特色分析

10.3.3 企业经营状况分析

10.3.4 企业最新发展动态

10.4 丽华快餐集团有限公司

10.4.1 企业发展基本情况

10.4.2 企业主要特色分析

10.4.3 企业经营状况分析

10.4.4 企业最新发展动态

10.5 和兴隆食品科技集团

10.5.1 企业发展基本情况

10.5.2 企业主要特色分析

10.5.3 企业经营状况分析

10.5.4 企业最新发展动态

10.6 上海绿捷实业发展有限公司

10.6.1 企业发展基本情况

10.6.2 企业主要特色分析

10.6.3 企业经营状况分析

10.6.4 企业最新发展动态

10.7 千喜鹤集团

10.7.1 企业发展基本情况

10.7.2 企业主要特色分析

10.7.3 企业经营状况分析

10.7.4 企业最新发展动态

10.8 北京快客利餐饮管理有限公司

10.8.1 企业发展基本情况

10.8.2 企业主要特色分析

10.8.3 企业经营状况分析

10.8.4 企业最新发展动态

10.9 深圳市誉兴饮食管理集团析

10.9.1 企业发展基本情况

10.9.2 企业主要特色分析

10.9.3 企业经营状况分析

10.9.4 企业最新发展动态

10.10 北京金丰餐饮有限公司

10.10.1 企业发展基本情况

10.10.2 企业主要特色分析

10.10.3 企业经营状况分析

10.10.4 企业最新发展动态

第十一章 2022-2028年中国团膳行业发展趋势与前景分析

11.1 2022-2028年中国团膳行业市场发展前景

11.1.1 2022-2028年团膳行业市场发展潜力

11.1.2 2022-2028年团膳行业市场发展前景展望

11.1.3 2022-2028年团膳行业市场结构预测分析

11.2 2022-2028年中国团膳行业市场发展趋势预测

11.2.1 2022-2028年团膳行业发展趋势

11.2.2 2022-2028年团膳行业市场规模预测

11.2.3 2022-2028年市场集中度趋势预测

11.3 2022-2028年中国团膳行业供需预测

- 11.3.1 2022-2028年中国团膳行业供给预测
- 11.3.2 2022-2028年中国团膳行业需求预测
- 11.3.3 2022-2028年中国团膳行业供需平衡预测

第十二章 中国团膳行业的市场调查情况

- 12.1 团膳产品目标客户群体调查
 - 12.1.1 不同收入水平消费者偏好调查
 - 12.1.2 不同年龄的消费者偏好调查
 - 12.1.3 不同地区的消费者偏好调查
- 12.2 团膳的品牌市场调查
 - 12.2.1 消费者对团膳品牌认知度宏观调查
 - 12.2.2 消费者对团膳的品牌偏好调查
 - 12.2.3 消费者对团膳品牌的首要认知渠道
 - 12.2.4 消费者经常购买的品牌调查
 - 12.2.5 团膳品牌忠诚度调查
 - 12.2.6 团膳品牌市场占有率调查
 - 12.2.7 消费者的消费理念调研
- 12.3 团膳的消费者影响因素分析
 - 12.3.1 不同客户购买相关的态度及影响分析
 - 12.3.2 价格敏感程度
 - 12.3.3 品牌的影响
 - 12.3.4 购买方便的影响
 - 12.3.5 广告的影响程度

第十三章 2022-2028年团膳行业投资价值评估分析

- 13.1 团膳行业投资特性分析
 - 13.1.1 团膳行业进入壁垒分析
 - 13.1.2 团膳行业盈利因素分析
 - 13.1.3 团膳行业盈利模式分析
- 13.2 2022-2028年团膳行业发展的影响因素
 - 13.2.1 有利因素
 - 13.2.2 不利因素

13.3 2022-2028年团膳行业投资价值评估分析

13.3.1 行业投资效益分析

- 1、行业活力系数比较及分析
- 2、行业投资收益率比较及分析
- 3、行业投资效益评估

13.3.2 行业发展的空白点分析

13.3.3 投资回报率比较高的投资方向

13.3.4 新进入者应注意的障碍因素

13.3.5 团膳行业风险与控制分析

第十四章 2022-2028年中国团膳企业投资战略与客户策略分析

14.1 团膳企业发展战略规划背景意义

14.1.1 企业转型升级的需要

14.1.2 企业做大做强的需要

14.1.3 企业可持续发展需要

14.2 团膳企业战略规划制定依据

14.2.1 国家政策支持

14.2.2 行业发展规律

14.2.3 企业资源与能力

14.2.4 可预期的战略定位

14.3 团膳企业战略规划策略分析

14.3.1 战略综合规划

14.3.2 技术开发战略

14.3.3 区域战略规划

14.3.4 产业战略规划

14.3.5 营销品牌战略

14.3.6 竞争战略规划

14.4 团膳中小企业发展战略研究

14.4.1 中小企业存在主要问题

- 1、缺乏科学的发展战略
- 2、缺乏合理的企业制度
- 3、缺乏现代的企业管理

4、缺乏高素质的专业人才

5、缺乏充足的资金支撑

14.4.2 中小企业发展战略思考

1、实施科学的发展战略

2、建立合理的治理结构

3、实行严明的企业管理

4、培养核心的竞争实力

5、构建合作的企业联盟

第十五章 研究结论及建议()

15.1 研究结论

15.2 建议

15.2.1 行业发展策略建议

15.2.2 行业投资方向建议

15.2.3 行业投资方式建议

图表目录：

图表：2016-2020年中国团膳行业市场规模

图表：2016-2020年全球团膳产业市场规模

图表：2016-2020年团膳重要数据指标比较

图表：全国餐饮业零售额中居民餐饮消费比例

图表：不同城市的市民在选择团膳时的较多考虑的因素的比例

图表：消费者对团膳的偏好程度分析

图表：消费者到团膳店消费的周期

图表：消费者中去团膳店消费的金额

图表：消费者选择团膳的决定因素

图表：2020年中国团膳行业市场需求分布情况

图表：2016-2020年中国团膳行业市场需求分析

图表：2020年中国团膳行业消费者消费心理

图表：2016-2020年中国团膳市场供给情况

图表：2022-2028年中国团膳行业市场规模预测

图表：2022-2028年中国团膳行业市场供给预测

图表：2022-2028年中国团膳行业市场供给分布变化情况

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202205/297774.html>