

# 餐饮市场调研报告

(经典版)

编制人： \_\_\_\_\_  
审核人： \_\_\_\_\_  
审批人： \_\_\_\_\_  
编制单位： \_\_\_\_\_  
编制时间： \_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

## 序言

下载提示：该文档是本店铺精心编制而成的，希望大家下载后，能够帮助大家解决实际问题。文档下载后可定制修改，请根据实际需要进行调整和使用，谢谢！

并且，本店铺为大家提供各种类型的经典范文，如总结报告、合同协议、职场文书、策划方案、规章制度、计划书、心得体会、教学资料、作文大全、其他范文等等，想了解不同范文格式和写法，敬请关注！

Download tips: This document is carefully compiled by this editor. I hope that after you download it, it can help you solve practical problems. The document can be customized and modified after downloading, please adjust and use it according to actual needs, thank you!

Moreover, our store provides various types of classic sample essays, such as summary reports, contract agreements, workplace documents, planning plans, rules and regulations, plans, experiences, teaching materials, essay summaries, and other sample essays. If you want to learn about different sample formats and writing methods, please pay attention!

# 餐饮市场调研报告

## 餐饮市场调研报告[热门]

在日常生活和工作中，报告使用的频率越来越高，其在写作上具有一定的窍门。其实写报告并没有想象中那么难，以下是本店铺精心整理的餐饮市场调研报告，希望对大家有所帮助。

## 餐饮市场调研报告 1

中国社会科学院财政与贸易经济研究所研究员宋则近日提出：中国餐饮业的发展势头和存在的问题值得经济界给予密切的关注。

他说，研究餐饮业意义重大。从第一产业来看，由食物需求引起的种植业和养殖业永远位居第一；从第二产业看，食品加工、制造业在任何国家都是重要产业；从第三产业来看，餐饮业是增长最快、比重较高的支柱产业之一。这些都说明，与食物有关的产业在三大产业中都占有至关重要的地位，对国民经济增长和化解收入存量、促进消费、提高生活质量作用巨大。所以说，结合第一、第二产业的情况，专门对第三产业中的餐饮业进行深入研究，意义重大，任务繁重。

目前，一个奇特、强烈的反差现象值得注意。一方面，国内餐饮业十分活跃、增长迅猛、贡献巨大，亟待研究解决的疑难问题层出不穷，以致引起了国外同行的极大兴趣和分析研究；另一方面，国内餐饮业的经济理论和政策研究却十分薄弱，几乎不在主流经济学和政策研究的视野之中。如此强烈的反差值得深思，国内多年来轻视餐饮业经济研究的陈旧观念必须尽快改变。

实际上，中国餐饮业存在的大量疑难问题，正说明从事餐饮业经济研究大有可为，很有前途，十分诱人。中国迫切需要聚集社会各界的有识之士投身此项研究事业，为加快发展餐饮业提供智慧、献计献策。细想起来，餐饮业经济研究的内容丰富，范围宽广。从餐饮业的基础理论来看，现代经济学理论和分析方法大有用武之地。因为，餐饮业同样存在稀缺资源有效配置的问题，边际成本问题，供求弹性问题，市场均衡问题，垄断与竞争问题，规模经济问题，生产函数问题，进入壁垒问题，技术创新问题，外部性与环境保护问题，市场不灵或政府不灵问题等等，都可以结合中国餐饮业的实际和特点作展开分析，并从中引伸出有价值的结论和政策含义。

从餐饮业的具体实践来看，能够作为专题来研究的现实问题不胜枚举。百研资讯认为诸如餐饮业的中外比较研究发展战略研究，国有企业改革研究，业态和结构调整研究，增长态势研究，吸纳就业研究，信誉、品牌研究，外资企业与内资企业相互关系及其前景研究，核心竞争力比较研究，资产重组和企业兼并研究，中小企业发展研究，行业协会研究，企业科学化管理研究等等，凡是现实中迫切需要解决的问题，都是值得研究的专题。

与此相关，为加强餐饮业经济研究力量，推动餐饮业健康发展，中国在现在的基础上，需要培养从事餐饮业经济研究的专门人才；建立或加强相应的研究、教学机构和数据采集分析机构；加强国际间的学术交流；出版专门的学术刊物和经济年鉴。

餐饮市场调研报告 2

## 一、调研目标、方案设计及组织策划

### （一）调研目标

总目标：通过深入细致的调研黑大各代表性学生样本的餐饮消费结构现状、需求特点、顾客满意度等，以及走访现有经营商家，了解日常经营问题、顾客消费偏好、竞争状况等，综合分析黑大餐饮业市场的总体格局与需求趋势。

分目标：

- 1、全面搜索黑大餐饮业消费需求现状
- 2、开展全校各代表性的学生消费者对北黑大餐饮业的满意度的调研
- 3、适量走访食堂经理和黑大现有经营商家了解经营现状和需解决的问题
- 4、分析黑大餐饮市场营销现状及需解决的问题

### （二）调研对象及形式

根据对黑大餐饮经济的总体分析及对黑大附近餐饮业的整体把握，本次调研以在校大学生及经营商家为重点调研对象，以消费者需求现状与趋势为重点调研方向。采取区域分组调研的形式，集中 3 天左右的时间进行顾客深度调研和市场扫描及分析，调研方式以问卷调研为主，访问调研及市场观察为辅，间或幽灵实验调研，并收集相关经济与市场的二手资料进行统计分析。

调研对象抽样：

- （1）在校大学生消费者抽取样本 150 个，抽取不同学院、不同

专业、不同年级、不同收入、不同口味偏好的代表性样本。

(2) 校食堂工作人员抽取样本 20 个，其中食堂经历、采购人员、厨师、一般工作人员各分配一定的数量。

(3) 黑大附近现有经营商家抽取样本 20 个，其中传统中式餐馆、快餐店、奶茶咖啡吧、特色小吃店、火锅店、糕点店等各占一定比例。

调研方式：(1) 问卷调研 (2) 访问调研 (3) 市场观察 (4) 电话网络调研 (5) 幽灵实验调研等

调研的主要内容：

(1) 在校大学生消费者调研主要内容：现有市场消费品牌及顾客满意度，市场消费数量及层次，消费者对现有品牌的认知与评价，餐饮消费的心理，影响消费者餐饮选择决策的关键因素，餐饮消费的新需求等。

(2) 校食堂工作者调研的主要内容：从食堂原料的采购体系，到食品的制作工艺，到食品安全卫生的把关，再到销售的菜色价格，最后到食堂的服务情况，进行大概的了解，并分析其优势、劣势和现面临的问题。

(3) 现有经营商家调研的主要内容：经营的餐馆类型、风味，产品的渠道体系，主要经营支撑点，主导产品的促销手段，为顾客服务的原则，经营者现实满意程度，经营者的营销心理，经营者的期望值与要求等。

(4) 访谈调研内容：主要了解消费者对小资再现主题餐厅的品牌和产品的理解、评价、建议，以及对他们的偏好进一步掌握。

(5) 幽灵实验调研内容: 切身的感受 2—3 家餐馆的产品、口味, 就餐环境, 服务水平, 卫生状况等, 然后分析评价, 去粗取精。

### (三) 调研组织实施过程

调研组共有 3 人, 进行为期 7 天的黑大附近餐饮业市场调研。

## 二、调研的主要统计结果及分析

本次调研共收回有效的在校大学生消费者调研问卷 137 份、校食堂工作人员访谈笔录 20 份、学府四现有商家访问笔录 20 份, 通过对上述问卷和访谈笔录的统计处理, 辅以调研小组的小结报告, 获得黑大餐饮市场调研结果如下:

### 1、黑大餐饮经济发达, 消费水平较高, 消费量大。

首先, 从实地调研的结果来看, 黑大外有正规经营店铺及摊位的餐饮店约有 101 家, 其中中式快餐店, 传统中餐馆, 特色小吃店, 西式餐馆, 火锅店等等, 具体如下表 1 所示。其次, 黑大餐饮也得迅猛发展主要依托黑龙江大学的学生消费者, 据有关资料统计, 黑大在校师生约 3 万, 消费群体庞大, 统计数据显示大部分学生每天都出北门吃饭; 最后, 从黑大所处的地理环境位置来看, 位于南岗区, 消费水平还是较高的。通过问卷调研, 黑龙江大学在校学生月平均消费在 1500 左右, 又细分为 5 个消费段, 如下表 2 所示。

### 图表 1

#### 北门餐饮类型及分布情况

类型 中式快餐店 中式传统餐馆 特色小吃店 西式餐馆 火锅店 糕点  
面点店 奶茶 咖啡吧

数量 16 26 35 336 10

表 2

黑大在校学生的月平均消费分布情况

消费层次 500~800 800~1100 1100~1600 1600~20XX 20XX 以上

所占比例 7、1% 42、9% 45、2% 2、4% 2、4%

2 主要消费类型、口味偏好明显，重复消费普遍

大多数学生喜欢中式快餐，快捷方便，口味喜欢多样，但比较大众，喜欢在一定时期内重复选择一家消费，基于习惯因素

3 消费的时间分散，餐饮服务趋于全天

4 消费主体一般趋于 2—4 人，消费能力较高

5 黑大餐饮市场竞争格局相对稳定，各经营商家之间日趋同质化

6 产品差异化程度低，缺乏营销创新

(二) 黑大附近餐饮消费者满意度及需求现状分析

1 食品安全卫生是消费者选择就餐地点的首要因素。

2 消费者的口味习惯和偏好主要倾向于家常菜，大众口味中又偏辣

3 产品质量及服务是影响消费者选择就餐地方的主要因素。

4 消费者对产品的价格认知理性，学生消费水平较高，也比较稳定

5 消费者对就餐的食品卫生安全的满意度低

6 消费者经常光顾的餐馆比较集中，如快餐店温州饭摊，传统中餐馆有得意楼、三合缘等

- 7 大多数消费者对餐馆提供的直接而实惠的促销方式感兴趣
- 8 宣传优惠单是消费者了解餐馆信息的主要渠道
- 9 大学生消费者一般以小群体消费为主，对新鲜时尚的事物感兴趣

### （三）黑大附近餐饮店经营现状及分析

- 1 不断有新的商家参与黑大餐饮市场竞争，同时也有商家的退出，形成当前相对平衡而又微妙的关系。
- 2 众多餐馆的环境、规模、菜肴种类、价格及服务差异不大，趋于同质化
- 3 在目前国内物价水平上涨的情况下，各餐馆包括校内食堂，部分菜品价格有所上浮，涨价的菜式一般以肉类为主，平均涨幅约 20%~25%，成本有所增加
- 4 黑大餐饮行业缺乏规划引导，在快速发展中存在盲目、无序和低水平发展的现象。缺乏系统严格的市场准入制度和强制性标准，餐饮企业的标准参差不齐，内容不全面、技术知识含量低，食品安全卫生得不到保障
- 5 无品牌意思，只关注于现盈利状况

### 三、本次调研活动总结

总的来说，本调研是成功的，达到了预期的目的较为全面地了解了黑大的餐饮业情况。餐饮业市场竞争激烈，难免由于利益问题出现食品质量问题，请消费者在有消费需求是一定保证安全。黑大餐饮业的消费主力人群是学生，合理消费是必要的。总之，食品质量安全问



题不容忽视，学生们的身体健康至关重要，餐饮业健康稳定的发展将会成为社会进步的推动力。

### 餐饮市场调研报告 3

#### 一、指导思想

坚持以科学发展观为指引，以促进经济社会又好又快发展为目标，以提高质量和产业素质为重点，以强化质量管理、推进科技进步为支撑，坚持政府领导、部门协作、企业主体、社会参与，大力实施以质取胜战略、品牌战略和技术标准战略，不断提升质量工作在经济和社会发展中的有效性，提高我市食品药品质量安全水平，推动医药产业结构升级，全面提升食品药品质量保障水平和医药产业市场竞争力。

#### 二、组织保障

为全面落实质量强市活动各项工作任务，加强组织领导，决定成立质量强市领导小组：

#### 三、工作内容及目标

1、大力促进医药经济健康发展。一是围绕实施振兴皖药规划，优化医药经济发展环境，加大市医药产品的宣传力度，提高我市医药产品的市场占有率。二是实施品牌扶持发展战略，力争研发 1-2 个新药（医疗器械）产品投入生产，提升企业创新能力，增强企业发展后劲和市场竞争力。三是抓住省委、省政府对绿色、地道药材扶持的机遇，加大凤丹产业化建设力度。（安监科牵头）

2、全力促进餐饮服务规范化建设。一是大力规范餐饮服务经营行为，到 20XX 年实现餐饮服务单位持证经营和量化分级管理达到

100%，餐饮服务相关产品可追溯率达到 100%，从业人员健康证持证率达到 100%，餐饮服务食品及餐具抽检合格率达到 95%以上。二是努力提升餐饮业规范效益。通过推进餐饮服务示范街、示范店建设，全面提升餐厅服务水平和档次；加强餐饮单位现场管理办法推广力度，提升餐饮业管理水平，为做大做强餐饮业奠定基础。三是加强餐饮服务监管制度建设。以实施《餐饮服务员工安全操作规范》为基础，完善餐饮服务量化分级管理制度，推进餐饮服务员工安全监督工作制度。不断创新监管体制机制，严防重特大食品安全事故发生。四是切实加大餐饮服务环节监管力度，重点加大对农村自办宴席、宾馆饭店、学校食堂、建筑工地食堂、旅游景区景点食堂、农家乐等高密度就餐地点的日常监管工作，切实保障公众饮食安全。五是加强信息体系建设工作，完善监管信息报送体系，建立餐饮服务食品安全监管基础数据库，动态掌握监管情况，提高监管工作的时效性，及时餐饮服务食品安全状况。（食品科牵头）

（三）认真做好保健食品、化妆品监管工作。组织开展保健食品、化妆品生产经营基本情况的调查工作和抽检工作；按照要求，开展保健食品许可管理。（保化科牵头）

（四）切实加强药品、医疗器械质量监管。一是加大对药品生产经营市场监管力度，对生产经营企业的监管覆盖率达到 100%，对基本药物的监管和抽检覆盖率达到 100%；加强药品生产经营企业电子监管工作。二是严格药品生产经营和医疗机构药械使用管理。做好新修订的药品 GMP 宣贯工作，继续加大药品生产企业 GMP、药品经营企

业 GSP 的监督检查和跟踪检查力度，从严规范药品生产经营市场秩序。加大医疗机构规范药房建设，力争到 20XX 年各级医疗机构药房达到规范药房要求。三是深入开展各项专项检查和专项整治。深入开展农村用药、疫苗制品、血液制品、中药材、中药制剂、中药饮片等药品流通使用环节的专项检查和非药品冒充药品专项整治工作，严厉打击制售假劣药品和医疗器械的违法行为。四是进一步加大对药品广告的监测力度。充分利用现代装备和条件，加大对广播、电视、报刊等媒体违法药品广告的监测力度；加强与工商等部门的配合，加大移送力度，实现违法广告移送 100%，建立药品违法广告监测、信息、查处协调配合机制，依法查处各种违法违规行为，完善违法广告黑名单和信息披露制度。五是加强药品不良反应监测工作。探索建立药品不良反应监测报告机制，积极推动市级不良反应监测、报告和评价体系建设；同时，继续抓好药物滥用的监测调查工作。六是加强医疗器械生产经营管理。继续做好医疗器械 GMP 实施工作，督促指导辖区内医疗器械生产企业提高质量管理水平；加强医疗器械生产、经营行为的日常监管和不良事件监测报告工作，妥善处理不良事件，严肃查处质量事故，确保医疗器械质量安全。（安监、器械、稽查、ADR 中心）

#### 四、实施步骤

1、启动阶段（20XX 年 12 月）。开展质量强市活动宣传，营造氛围，制定本部门质量强市活动方案并报市质量强市领导小组办公室备案。

2、组织实施阶段（20XX 年元月至 20XX 年 12 月）。全面开展质

量强市、质量强企活动，企业全面形成质量强企意识并开展活动，产品质量、服务质量和环境质量全面提升。

3、总结提高阶段（20XX年元月至20XX年12月）。根据质量强市目标任务，进行自查自纠，对在质量强市活动中取得明显成效总结经验，改进不足，迎接市领导小组考核。

## 五、工作要求

1、高度重视，加强领导。要进一步提高认识，把质量强市工作作为推动我市药械、餐饮、保化质量管理升级，促进企业持续快速健康发展的一项重要工作，切实加强领导，各部门要各司其职，密切配合，齐抓共管，积极推进质量强市活动。

### 餐饮市场调研报告 4

#### 火爆的餐饮行业

联想用 119 亿收购了一家 PizzaExpress 店，更加证实了餐饮行业的火爆程度，根据中国报告大厅发布的《餐饮行业市场调查报告总结》了解到，中国的餐饮行业以极快的速度在增长，餐饮行业占整个国民生产总值的 21%。由于互联网的繁荣，使得大量资本涌入餐饮市场。狂奔的餐饮市场拥有 7 万亿的资本，这对于创业者来说也是有诱惑力的市场。

到 20XX 年，中国的餐饮行业市场规模将达到 1200 亿。

互联网餐饮行业内 o2o 的商业逻辑大体上是：通常说所的都是闭环，通常通过打折、优惠、团购等相关信息来吸引客源，给线下的商户带来客流，然后线下的商户通过提供产品，再向线上反馈资金流、

信息流和评价流，这样形成良性的循环，线上再为线下带来一个良性的循环。基本上餐饮上是餐饮企业、消费者还有 o2o 的平台或者线上的餐饮企业这三方面构成一个闭环。

- 1、千团大战，几百个团购网站成了炮灰。
- 2、百度身边黯然下线，阿里口碑网销声匿迹。
- 3、淘点点近三年的准备，先经历了沸沸扬扬，现在悄无声息。
- 4、早期外卖 O2O 的代表性企业饭是钢逐渐从用户视线里消失。
- 5、最早的订餐网站饭桶网轰然倒下

6、又有一大批 O2O 涌现出来，类似当年的千团大战。饿了么点我吧到家美食会、生活半径网、易淘食等等。

餐饮 O2O 的三种主要形式：团购、外卖和在线订餐点餐。外卖给消费者创造的价值是便捷，中国目前还没有专门为外卖设计的餐厅。

#### 餐饮 O2O 的实战探索

##### 有缺陷的商业模式

1、互联网 O2O 企业在介入餐饮行业时，目前为止并未给消费者和餐饮企业创造真正的价值

2、大多以损害餐饮企业的利益为前提，三方不鞫共赢。

3、几百个团购网站的消失，以饭是钢为代表的一批餐饮平台正在死亡。

4、商业模式的缺陷是团购、这是餐饮互联网 o2o 企业折戟沉沙的根本原因。

据今日酒店商城记者的了解，在现实中，我们发现餐饮 O2O 的核

心还在线下的服务与体验，能否给消费者创造正真的价值，顾客有了良好的体验，对品牌有了信任与依赖，然后在线进行评价，订餐，再到线下，形成良性循环，才能形成闭环，创造正真的价值。

### 餐饮的黄金时代来了

外出就餐成为城市化的一部分；在家烹饪越来越简易。O2O 给餐饮带来了前所未有的机遇，餐饮业可以迅速建立品牌。微营销给餐饮业带来了前所未有的机遇：餐饮企业可以迅速建立起品牌，直接跨越传统整合营销时代，通过 O2O 降低成本；操作简便，一个人，一台电脑，两部手机，一个小团队。

未来十几年中国一定会出现十几家价值上百亿的餐饮企业，几十家五十亿以上的餐饮企业。

外出就餐成为城市化的一部分；在家烹饪越来越简易。O2O 给餐饮带来了前所未有的机遇，餐饮业可以迅速建立品牌。微营销给餐饮业带来了前所未有的机遇：餐饮企业可以迅速建立起品牌，直接跨越传统整合营销时代，通过 O2O 降低成本；操作简便，一个人，一台电脑，两部手机，一个小团队。

未来十几年中国一定会出现十几家价值上百亿的餐饮企业，几十家五十亿以上的餐饮企业。

### 餐饮市场调研报告 5

#### （一）餐饮市场发展概况

##### 1、餐饮市场总体稳步回升

20XX 年上半年，全国餐饮市场稳步回升趋势明显。1—6 月份，

全国餐饮收入 12989 亿元，同比增长 10、1%，比去年同期上升了 1、4 个百分点。相较一季度，二季度增长明显加快，增速重新回至两位数并且，餐饮收入增幅与社会消费品零售总额增幅的差距也在逐渐缩小，由一季度的 2、2 个百分点降至 2、0 个百分点。

20XX 年上半年，限额以上餐饮企业收入 3773 亿元，一改去年以来持续的负增长颓势，同比正增长 2、9%，转型成效开始显现。更为可喜的是，二季度增速大幅高于一季度。

限额以上企业转型初见成效。20XX 年以来，餐饮市场一直以比较强劲的势头稳步增长，并于 3 月份单月整个餐饮市场增速突破 10%，限额以上餐饮更是扭转了 14 个月持续下跌的颓势，终于回复至正增长。进入二季度，餐饮市场继续稳步回升，不过刚刚结束的 6 月份又有所小幅回落。由此可见，上半年餐饮市场出现稳步回升趋势，转型升级的成效开始显现，但餐饮市场运行具有波动性和敏感性，回归市场、回归理性所取得的效果仍需进一步检验。

## 2、区域市场回调冷暖不一

进入 20XX 年以来，各省市餐饮市场都呈现不同程度的回缓迹象。从目前已公布数据的省市来看，如表 1 所示，20XX 年 1—5 月，海南省、湖南省、山东省等地餐饮增速都回升至 10%以上，且绝大部分省市餐饮增速均不低于去年同期，湖南省、山东省、北京市等地都较上年同期大幅上涨，XX 省、广东省增长速度仍低于去年，但幅度也在逐渐收窄。

对于之前一直处于低迷状态的高端餐饮，经过根据市场变化不断

转型调整，绝大部分省市都有所好转。江苏省、浙江省、陕西省等地限额以上餐饮都止跌并恢复正增长，甘肃省、贵州省等地区限上餐饮虽依然同比下滑，但降幅已在逐月减小。

## （二）餐饮市场发展环境

### 1、扶持大众化餐饮靴子落地

在全行业一年半时间的期盼中，商务部终于6月初出台了《关于加快发展大众化餐饮的指导意见》，指出：力争用5年左右的时间，健全大众化餐饮服务体系，大众化餐饮占全国餐饮市场的比重由现在的80%提高至85%以上，并提出21条引导型措施。《指导意见》出台后，浙江省杭州市迅速发布《关于进一步加快餐饮住宿业转型升级促进持续稳定发展的实施意见》（征求意见稿）提出了未来餐饮、住宿企业的发展路线，以及政府对其实施的优惠政策。预计各地政府及商务部门会加快制定支持大众化餐饮发展的财政、税收、金融政策，促进餐饮行业结构性调整。

### 2、清费减负呼吁迎来积极回应

6月中旬，国务院办公厅出台了《关于进一步加强涉企收费管理减轻企业负担的通知》。通知指出，要进一步加强涉企收费管理，减轻企业负担。各地也切实采取相关措施。在国家发展改革委的协调下，中国烹饪协会与XX省物价局共同努力，取得了XX省降低餐饮业价格调节基金的成效。7月中旬，XX省决定，将餐饮业价格调节基金减半征收的政策在已实施一年的基础上再延长一年，这意味着至20XX年12月31日以前，XX省餐饮业价格调节基金仍将按营业额的0.5%征



收。预计今年下半年，各地政府部门将进一步清理不合理收费，减轻企业负担，营造良好的发展环境。

### 3、食品安全社会共治更趋严格

6月底，全国人大公布《中国食品安全法（修订草案）》，开始向社会公开征集意见。本次草案初稿从强化预防为主、风险防范等四个方面对现行法律作了修改、补充，增加了网络食品交易监管制度、食品安全责任保险制度、禁止婴幼儿配方食品委托贴牌生产等规定和责任约谈、突击性现场检查等监管方式。此次大幅度的修订表明，政府正不断加强监管力度，营造食品安全社会共治的环境。

#### （三）餐饮两极市场特点

##### 1、高端餐饮勉力支撑

高端餐饮仍处于阵痛期。受困于巨大的经营压力，中国民营餐饮第一股湘鄂情欲逐步剥离餐饮业务，转而进军新媒体和大数据产业。八项规定出台后，小南国消减了公务消费业务，业务重点也都在向大众化品牌南小馆倾斜。据业绩快报显示，全聚德上半年营收、利润同比分别增长 2、58%、4、1%，虽然相比去年同期仍有差距，但终于扭转了一季度的颓势。

##### 2、大众化餐饮生机勃勃

随着市场需求的变化，餐饮业结构调整步伐加快，经济实惠、方便快捷的大众化餐饮进一步得到市场认可和欢迎。毫无疑问，大众化餐饮是上半年推动整个行业企稳回升的中流砥柱。以上海为例，以早餐为主的大众化市场保持旺盛态势，剔除投资拉动后也保持了 10%左

右的增长。

#### （四）餐饮企业的多样表现

##### 1、微利时代得势不得分

外婆家旗下的炉鱼在红遍杭州之后登陆上海，以 100 余餐位创造了翻台 10 次的成绩，更是创下了开店首日就接待顾客超 1300 人的记录。但随着租金、人工、食材、能源等成本不断上涨，餐饮企业已进入微利时代，要有足够高的上座率、翻台率才能有利润可言。据调查，当前餐饮企业的上座率要达到 125%才能保本，而之前仅为 75%就可。

##### 2、渠道为王多管齐下

餐饮企业一直在试水多种转型举措。利用多元化多品牌运作，不断开辟市场；发展电子商务，线上线下齐攻入；陆续进驻商业综合体、大型社区，抢占更多客源；餐饮联盟频动作，各地纷效仿。真可谓是八仙过海各显神通。

##### 3、体验式特色餐饮备受青睐

餐饮企业在强调消费普遍性和广泛性的同时，也开始注重对目标客户群体多样性和多层次性需求的满足。特色餐饮一直倍受欢迎，表现抢眼。此外，体验式餐饮消费也渐入眼帘。净雅推出的嗨餐厅，主打无餐具餐厅的概念，店内没有一双筷子、一个盘子，成桶的海鲜将被直接倾倒在餐桌的环保纸垫上，食客直接用手抓着享用美食；深圳海鲜超市类似一个小型超市，顾客直接提篮子选取刺身、寿司、高档海鲜等，然后在门口餐桌上直接吃饭。无厨房、无厨师、也不需服务员，这种体验式餐饮让人力成本得以减负。

#### 4、用工年龄悄然放宽

借鉴美国、日本、新加坡还有欧洲各国等发达国家的经验，为了应对用工荒，餐饮企业逐渐放宽用工年龄限制。各地餐厅悄然涌现四五十岁左右的大嫂大婶队伍。相比较青春靓丽形象气质佳的 90 后服务员，大嫂级服务员以对人诚恳、责任感强、做事稳重踏实、工作细致等优势赢得了客人的尊重。

#### 二、20XX 年餐饮市场发展趋势预测

20XX 年整个餐饮业发展步履维艰，餐饮企业被惨淡严峻的形势逼迫转型，但多少有些手足无措，盲目地为转型而转型，出现大量趋同。随着实战经验的不断积累，餐饮企业开始找到适合自己、并能够发挥自身优势的转型途径。转型发展正经历从趋同到务实，八仙过海各显神通。

20XX 年以来，餐饮市场开始软着陆，企稳回升之势明显。随着市场竞争逐步加剧，餐饮业需要针对市场需求变化不断调整，进一步探索转型发展，积极应对出现的新问题，创新进取，以期走出困境。

在宏观经济平稳运行、稳中有进的市场大环境以及国家扶持政策出台的背景下，我们对 20XX 年全年餐饮业的走势充满信心，预计整个餐饮行业发展有望持续保持两位数的增长，限额以上餐饮继续维持正增长。

#### 餐饮市场调研报告 6

##### 一、调查目标、方案设计及组织策划

###### （一）调查目标

总目标：通过深入细致的调查浙师大各代表性学生样本的北门餐饮消费结构现状、需求特点、顾客满意度等，以及走访现有经营商家，了解日常经营问题、顾客消费偏好、竞争状况等，综合分析浙师大北门餐饮业市场的总体格局与需求趋势，为之后经营一家小资再现主题餐厅制定全力开拓市场的营销战略与策略提供信息支持。

分目标：

1. 全面搜索北门餐饮业消费需求现状
2. 开展全校各代表性的学生消费者对北门餐饮业的满意度的调查
3. 适量走访食堂经理和北门现有经营商家了解经营现状和需解决的问题
4. 分析北门餐饮市场营销现状及需解决的问题
5. 为小资再现主题餐厅开拓北门市场找出如何符合消费者认知利益的结合点，提出初步的营销建议

## （二）调查对象及形式

根据对浙师大餐饮经济的总体分析及对北门餐饮业的整体把握，结合小资再现主题餐厅的经营战略和品牌特点，本次调查以在校大学生及经营商家为重点调查对象，以消费者需求现状与趋势为重点调查方向。采取区域分组调查的形式，集中 3 天左右的时间进行顾客深度调研和市场扫描及分析，调查方式以问卷调查为主，访问调查及市场观察为辅，间或幽灵实验调查，并收集相关经济与市场的二手资料进行统计分析。

调查对象抽样：

(1) 在校大学生消费者 抽取样本 150 个，抽取不同学院、不同专业、不同年级、不同收入、不同口味偏好的代表性样本。

(2) 校食堂工作人员 抽取样本 20 个，其中食堂经历、采购人员、厨师、一般工作人员各分配一定的数量。

(3) 北门现有经营商家 抽取样本 20 个，其中传统中式餐馆、快餐店、奶茶咖啡吧、特色小吃店、火锅店、糕点店等各占一定比例。

调查方式：(1) 问卷调查 (2) 访问调查 (3) 市场观察 (4) 电话网络调查 (5) 幽灵实验调查等

调研的主要内容：

(1) 在校大学生消费者调查主要内容：现有市场消费品牌及顾客满意度，市场消费数量及层次，消费者对现有品牌的认知与评价，餐饮消费的心理，影响消费者餐饮选择决策的关键因素，餐饮消费的新需求等。

(2) 校食堂工作者调查的主要内容：从食堂原料的采购体系，到食品的制作工艺，到食品安全卫生的把关，再到销售的菜色价格，最后到食堂的服务情况，进行大概的了解，并分析其优势、劣势和现面临的问题。

(3) 现有经营商家调查的主要内容：经营的餐馆类型、风味，产品的渠道体系，主要经营支撑点，主导产品的促销手段，为顾客服务的原则，经营者现实满意程度，经营者的营销心理，经营者的期望值与要求等。

(4) 访谈调查内容：主要了解消费者对小资再现主题餐厅的品牌和产品的理解、评价、建议，以及对他们的偏好进一步掌握。

(5) 幽灵实验调查内容：切身的感受 2—3 家餐馆的产品、口味，就餐环境，服务水平，卫生状况等，然后分析评价，去粗取精。

### (三) 调查组织实施过程

调查组共有 3 人，进行为期 7 天的浙师大北门餐饮业市场调查。

#### 1. 组织实施进程

12 月 3 日，调查前期准备阶段，调查资料 and 材料的准备

12 月 4 日，调查目的、方向的确定，并展开非正式调查

12 月 5 日，问卷的发放，及北门实地进行深入细致的市场调查，收集具有价值的第一手资料，同时通过笔记、绘图、记日记，使调查成果得以巩固和深化。并就现有资料进行分析，去伪存真，总结出有用信息。

12 月 6 日，分别针对大学生消费者、食堂工作人员、现有经营商家进行访问调查，获得较精确的一线信息。

12 月 7 日，调研组进行信息交流和反馈。每位调查员完成一份调查区域的市场调查报告。并讨论研究区域餐饮市场的营销对策。

12 月 8 日，调研组对调查问卷及收集的资料进行系统的统计与处理，取得不同的参照指标的统计数据。

12 月 9 日，统计信息分析整理，市场研究并撰写完成调查报告。

#### 2. 调查员的区域分配情况

### 二、调查的主要统计结果及分析

本次调查共收回有效的在校大学生消费者调查问卷 137 份、校食堂工作人员访谈笔录 20 份、北门现有商家访问笔录 20 份，通过对上述问卷和访谈笔录的统计处理，辅以调查小组的小结报告，获得浙师大北门餐饮市场调查结果如下：

### （一）浙师大北门餐饮业市场总体情况概述

#### 1. 北门餐饮经济发达，消费水平较高，消费量大。

首先，从实地调查的结果来看，北门外有正规经营店铺及摊位的餐饮店约有 101 家，其中中式快餐店，传统中餐馆，特色小吃店，西式餐馆，火锅店等等，具体如下表 1 所示，地理位置分布见附图；其次，北门餐饮也得迅猛发展主要依托浙江师范大学的学生消费者，据有关资料统计，浙师大在校师生约 3 万，消费群体庞大，统计数据显示大部分学生每天都出北门吃饭；最后，从浙师大所处的地理环境位置来看，浙江省中部地区，消费水平虽不及省内发达的城市相比，但整体水平还是较高的。通过问卷调查，浙江师范大学在校学生月平均消费在 900 左右，又细分为 5 个消费段，如下表 2 所示。

#### 2. 主要消费类型、口味偏好明显，重复消费普遍

大多数学生喜欢中式快餐，快捷方便，口味喜欢多样，但比较大众，喜欢在一定时期内重复选择一家消费，基于习惯因素

#### 3. 消费的时间分散，餐饮服务趋于全天

#### 4. 消费主体一般趋于 2—4 人，消费能力较高

#### 5. 北门餐饮市场竞争格局相对稳定，各经营商家之间日趋同质化

#### 6. 产品差异化程度低，缺乏营销创新

## （二）浙师大北门餐饮消费者满意度及需求现状分析

1. 食品安全卫生是消费者选择就餐地点的首要因素。
2. 消费者的口味习惯和偏好主要倾向于家常菜，大众口味中又偏辣
3. 产品质量及服务是影响消费者选择就餐地方的主要因素。
4. 消费者对产品的价格认知理性，学生消费水平较高，也比较稳定
5. 消费者对就餐的食品卫生安全的满意度低
6. 消费者经常光顾的餐馆比较集中，如快餐店温州饭摊，传统中餐馆有得意楼、三合缘等
7. 大多数消费者对餐馆提供的直接而实惠的促销方式感兴趣
8. 宣传优惠单是消费者了解餐馆信息的主要渠道
9. 大学生消费者一般以小群体消费为主，对新鲜时尚的事物感兴趣

## （三）浙师大北门餐饮店经营现状及分析

1. 不断有新的商家参与北门餐饮市场竞争，同时也有商家的退出，形成当前相对平衡而又微妙的关系。
2. 众多餐馆的环境、规模、菜肴种类、价格及服务差异不大，趋于同质化
3. 在目前国内物价水平上涨的情况下，各餐馆包括校内食堂，部分菜品价格有所上浮，涨价的菜式一般以肉类为主，平均涨幅约 20%~25%，成本有所增加



4. 北门餐饮行业缺乏规划引导，在快速发展中存在盲目、无序和低水平发展的现象。缺乏系统严格的市场准入制度和强制性标准，餐饮企业的标准参差不齐，内容不全面、技术知识含量低，食品安全卫生得不到保障

5. 无品牌意思，只关注于现盈利状况

餐饮市场调研报告 7

一、20XX 年成都消费品市场分析

20XX 年成都市消费品市场保持平稳较快增长。成都市实现社会消费品零售总额 2417.6 亿元，比上年增长 18.8%，扣除物价因素影响实际增长 15.8%。1-4 季度百货零售额 138.4 亿元，占连锁企业销售额的 15.5%;根据统计的 11 家超市卖场数据，其零售额为 59.6 亿元，占总额的 6.7%;根据统计的 7 家便民连锁企业数据，行业零售额占总额的 7.5%;根据统计的 4 家家电连锁企业数据，1-4 季度行业零售额占总额的 7.4%，同比增长幅度为 36.2%，全年保持了高增长趋势;根据统计的 7 家通讯数码企业数据，行业零售额占总额的 7.4%;汽车行业销售额占统计的零售总额的 20.5%，同比增幅为 9.3%;根据统计的 11 家药品连锁企业数据，行业零售额占总额的 2.4%;根据统计的 8 家装饰材料企业，其同比增幅为 44.9%，增长速度高于零售总体增长水平;饮类零售额占总额的 3.8%，其中火锅类餐饮显示持续恢复趋势。

而笔者（中国餐饮分析）分析，今年成都市物价水平总体稳定，但涨幅有所扩大。20XX 年，居民消费价格上涨 3.0%，涨幅比上年扩

大 2.7 个百分点，其中食品价格上涨 6.4%，涨幅比上年扩大 3.3%。但是在成都市政府采取的系列稳定物价政策合力作用下，物价涨幅收敛，20XX 年稳健的货币政策将逐步发挥作用，食品零售价格上涨趋势将放缓。

## 二、成都餐饮业零售额分析

### (1) 餐饮市场分布

成都大型餐饮店主要集中在区域

大众美食 XX 沙西线

火锅美食 XX 府南新区

文化美食 XX 草堂餐饮娱乐圈

传统美食 XX 武侯祠大街

集中美食 XX 美领馆美食区

休闲美食 XX 南延线

中档美食 XX 望平美食区

### (2) 成都餐饮业菜式组成结构分析

成都是一座开放的城市，由于人们商务及生活的频繁交流，成都本土川菜已经形成了以川菜+改良川菜为主，兼容粤菜、川菜、鲁菜、苏菜、浙菜、闽菜、湘菜、徽菜为辅的新型菜式结构，以满足消费群体越来越挑剔的需求；川菜+小吃+火锅，似乎已经成为了成都最具代表性的三足鼎立的新格局。

传统川菜是最为普遍的餐饮消费项目。成都餐饮 20 强企业中，一半以上都经营川菜。川菜各种档次的菜品齐全，能够满足各种层次

消费者的餐饮消费需要。在价格方面，川菜价格要明显低于海鲜、潮州菜等，有比较大的价格优势，同时也更符合本地消费者的餐饮习惯。川菜是成都餐饮市场上的长青树，也是市场面最广的餐饮业种。

### （3）成都中高档餐饮市场的特点：

特色餐馆和快餐正作为现代餐饮的两翼并进发展。成都中高档餐饮市场接近完全竞争的市场结构，市场中的竞争者只能是市场价格的接受者。宾馆餐饮、特色餐馆、品牌快餐等多种业态按各自的市场定位快速增长，大众餐饮消费显示强劲发展势头，中高档餐饮市场呈现多业态特点。餐饮业的企业结构呈现集团化趋势。中高档餐饮店快速改变多年沿用的单店经营模式，积极发展连锁、配送、网络经营。中高档餐饮业的发展与经济发展水平具有强烈的正相关性。

### （4）成都餐饮业的特色发展分析

特色火锅是成都最具活力的餐饮业种在成都的 8 个餐饮集中区域里，特色火锅都是重要的餐饮业种。火锅虽发端于重庆，但却兴盛于成都，火锅在成都很好的和蜀文化进行了结合，使火锅具有了特殊的地域文化内涵。火锅在某种程度上已经成了成都城市内涵的一部分。成都人对火锅有着强烈的消费偏好，这从成都数千家火锅店的繁荣局面和各种特色火锅店的层出不穷可见一斑。从居民消费习性调查可以看出，居民在各种火锅店的消费占据了其餐饮消费的较大份额。火锅种类的快速创新和市场的高接受度，使成都的火锅店充满活力（5）

### 成都连锁餐饮业发展分析

西式快餐备受宠爱，西式快餐的快捷方便性是其制胜市场的利器

西式快餐的总体消费水平低于高档餐饮消费水平（一般每人每次消费在 XX 元之间），但又接近低档消费水平，这是西式快餐能走向大众化，但又区别于平民化饮食的重要价格控制手段。三、成都餐饮行业调味品品牌探析

1、美极已经成为成都厨师首选增鲜调料，90%的酒楼都在使用美极，美极餐饮组负责四川的业代有 15 名，负责成都有 8 名，20XX 年全年四川销售 2100 万，成都销售 1600 万。针对成都美极每月有不同的促销活动来刺激厨师和采购，如：进货送空调，电视，旅游等；每个季度开联谊会等，全面针对厨师和采购；而且聘请成都中高档酒楼的行政总厨或厨师长为美极的名誉顾问，抓住这些有采购和行政权利的人员；美极主要用做在热菜和凉菜上使用，产品批发供价为 220 元，终端价约为 240 元。

2、李锦记的锦珍生抽，老抽，蒸鱼豉油是厨房的首选调味品，负责成都餐饮业代有 15 名，20XX 年全年成都餐饮销售 1500 万，针对的活动如：进货送充值卡，返瓶盖，厨师联谊会，定做厨师服和精美报刊等；李锦记的餐饮销量占全渠道销量的 70%，所以在餐饮渠道李锦记的重点产品为：锦珍生老抽系列，精选生老抽系列其价格如下：

李锦记精选生抽 500ML 批发供价：62-63 元终端供价约为：75-80 元

李锦记精选老抽 500ML 批发供价：72 元终端供价约为：85-90 元

李锦记锦珍生抽 500ML 批发供价：45 元终端供价约为：55-60 元

李锦记锦珍老抽 500ML 批发供价：53 元终端供价约为：65-60 元

李锦记精选生抽 1.75L 批发供价：87 元终端供价约为：98 元

李锦记精选老抽 1.75L 批发供价：105 元终端供价约为：115

## 餐饮市场调研报告 8

餐饮业作为一个发展历史悠久的行业，从古至今，其为客人提供外出就餐服务的社会机能并没有改变。但是随着社会生产力的高度发展，人们生活水平的不断提高，人们对餐饮业的要求也越来越高，使现代餐饮业朝着设备舒适、环境优美、产品风味突出、服务质量高质的方向发展。随着餐饮行业日益成熟、竞争也越来越激烈。因此各酒店了解顾客对本酒店的满意度也是很有必要性的。顾客的满意度高，必然会有很多的回头客。处理好宾客关系，酒店的市场客源就会比较稳定，在竞争中的优势就会凸显出来。因此本组选定了锦锋大酒店餐饮服务满意度的调查主题。做这次调查的目的是通过确定的调查，按照实事求是的原则，分析调查结果，了解顾客目前对酒店餐饮服务的满意度，透析其中还存在的问题，或有待改善和规范的操作性问题。针对发现的问题，提出建议和解决的措施。本次调查最根本的宗旨是，通过实践帮组酒店更好的为广大顾服务，求得顾客的满意。

### 一、调查的基本概况

1、调查的目的及意义：从酒店的角度来讲：

- (1) 提高酒店餐饮业的整体服务质量
- (2) 塑造员工的精神面貌，丰富酒店的企业文化内涵
- (3) 了解顾客所需，为酒店提供服务依据

从顾客的角度讲：

- (1) 让顾客得到跟满意的服务
- (2) 增强顾客对酒店的进一步认识
- (3) 使顾客的各种需求得到满足

## 2、调查对象：

光临锦锋大酒店餐饮部的所有顾客

## 3、调查地点：

南昌市站前西路锦锋大酒店。

## 4、调查时间

10月1日至8日

## 二、调查的工作内容

### 1、调查项目

(1)、锦锋大酒店餐饮部员工的服务态度 (2) 锦锋大酒店餐饮部环境舒适度 (3) 锦锋大酒店餐饮部酒水的充足量 (4)、锦锋大酒店餐饮部饮食的质量

(5)、锦锋大酒店餐饮部上菜速度

(6)、锦锋大酒店餐饮部食品的卫生情况 (7)、锦锋大酒店餐饮部的价格 (8) 顾客选择贵酒店的原因 (9) 顾客是否还会光临贵酒店用餐

### 2、调查方法

(1) 问卷调查法：向光临贵酒店的顾客发放问卷表，叫顾客按自己的意愿填写，在发放的 100 份问卷中收回 90 份，顾客都真实认真的填写了问卷。

(2) 实地观察法：可以到锦锋大酒店餐饮部里面观察环境质量状况和它的卫生情况

### 三、调查分析

#### 1 调查背景分析

##### 餐饮业目前的发展概况

餐饮行业持续发展，营业额和就业人数都有所增长；虽然餐饮企业开始重视品牌优势的塑造，注重企业规模的扩大，注重利用连锁经营和特许经营的方式进行扩张，市场的需求中体现出科学饮食的时尚。餐饮业尽管发展很快，但还存在着一些制约发展的问题，主要表现在以下五个方面：

(1) 餐饮产业集中度较低，企业间经营水平差距较大。

(2) 餐饮从业人员素质参差不齐，服务质量和管理水平有待进一步提高。

(3) 餐饮服务的结构性矛盾比较突出，以便民、便利为目的的大众化餐饮服务显得相对欠缺，不仅服务网点不足，而且市场秩序不够规范，食品质量、卫生条件跟不上。

(4) 餐饮业的市场竞争加剧，企业利润率低、附加值小，内资餐饮企业自主创新能力普遍薄弱。

(5) 餐饮企业走出去发展的步伐还不快。

#### 2、数据分析及结论

##### 第一题分析的是员工的服务态度

从第一题分析来看，可以看到顾客对锦锋大酒店员工服务态度满

意的的占 60%，不满意只占 40%，总的来说对员工的服务态度还是很认可的。

第二题分析的是在用餐时环境舒适度

从第二题来看，顾客对餐厅环境打分情况。从收回的数据来就按，顾客对餐厅环境还是很满意的。

第三题分析的是饮食的种类是否充足

从第三题来看顾客对饮食的种类的充足度还是很满意的，对饮食的味道和卫生情况都有不错的评价。

第四题分析的是酒水是否充足

从分析来看，顾客对酒店的酒水的种类不太满意，建议酒店应该在添一些果汁和白酒的种类

第五题分析的是饮食的质量

从分析来看，顾客对酒店饮食的质量很满意，尤其是本酒店西餐部门的自助餐的种类和酒店的特色菜金奖麻球，不但好吃而且名字很好听。

第六题分析的是餐厅的上菜速度。从分析来看顾客认为酒店的上菜速度很快上菜服务也是影响顾客满意度的一项重要因素。

第七题分析的是餐饮的价格

从分析来看该酒店的餐饮价格很合理，同时也在顾客顾客的承受范围之内，尤其是西餐推出的活动价格更加能够吸引客人。

第八题分析的是食品的卫生情况

从分析来看顾客对酒店的卫生情况不太满意，夏天自助餐的甜食



以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/248016133061007003>