

# 2023年餐饮类调查报告 餐饮业调查报告 精彩(优质5篇)

“报告”使用范围很广，按照上级部署或工作计划，每完成一项任务，一般都要向上级写报告，反映工作中的基本情况、工作中取得的经验教训、存在的问题以及今后工作设想等，以取得上级领导部门的指导。写报告的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？下面是我给大家整理的报告范文，欢迎大家阅读分享借鉴，希望对大家能够有所帮助。

## 餐饮类调查报告篇一

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

调查员

问卷区域

观察类型

访问区域

实验类型

欧美

行知

传统中餐馆、火锅店

北门现有商家

传统中餐馆、火锅店

俞露燕

经管、外院、法政、数信、人文

特色小吃店、糕点店

校食堂工作人员

特色小吃店、糕点店

徐依清

其他

快餐店、奶茶吧

学生消费者

快餐店、奶茶吧

## 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：

### 餐饮类调查报告篇二

从近年来统计和注册登记情况来看，我区餐饮业总体呈快速增长态势。此次被调查235家经营户中，xx年以前开业经营的占25%；xx年—xx年开业经营的?span lang=en-us75%。年底我区餐饮业完成消费总额为23170万元，xx年底为26108万元，xx年底为31050万元。总体每年经营额和经营户个数按15%左右增长。截止xx年底，我区共有餐饮业经营户2350户，其中规模经营户63家占；个体经营户2200家占；企业法人单位61家，占；公司连锁经营26家，占。完成工商登记2100家，（其中市工商局登记注册1820家，区工商分局登记注册280家），享受再就业优惠政策的经营户为1800多家，占；平均年上交税金360万元；安置就业人员14000多人。

#### (二)我区餐饮业快速发展呈现出几大特点

1、经营主体多元化。随着经济体制改革的深入，餐饮业经济结

构发生了明显变化, 私营、股份合作、连锁店、个体经营企业迅速发展, 市场份额不断扩大. 同时国营企业、集体企业通过改制也得到了发展. 总体来说, 个体餐饮业和私营企业整体规模和经营档次得到增强, 主体多元化趋势逐渐明显.

2、经营品种齐全化. 在我区既有传统的中式餐馆、饭店和酒楼, 如“红月亮”、“湘潭大酒店”、“凯旋门”、“湘里人家”、“湘里我家”等, 也有西式和融合中西文化于一体的如“万利隆”、“多美丽”、“麦当劳”; 既有高档传统餐饮店, 如“湘潭宾馆”、“龙腾宾馆”, 也有便民传统饮食如“土菜馆”、“人民公社”、“猫记活鱼”、“多一锋面馆”, 街头巷尾的小炒店更是星罗棋布. 使市民在消费种类上有了更多的选择, 可以吃饭、饮茶, 也可以悠闲地品咖啡、泡酒吧, 还可以在商务会所进行商务活动, 初步形成了百花齐放, 百家争鸣的局面.

3、经营业态多样化. 随着市场经济的发展, 餐饮企业的经营理念和营销方式也发生了明显变化. “三资”快餐企业早也已涉足我区餐饮市场, 并得到迅速发展. 如“巴西烧烤城”、“肯德基”、“麦当劳”、“上岛咖啡”、“耶利亚”等已发展多家连锁经营店; 中式快餐也加快了发展, 一些老牌的中餐店如“食为天”, “桂林人”等在激烈的市场竞争中, 一方面保持和发扬了经营正餐传统, 另一方面也积极发展快餐、西餐经营, 取得了较好的社会效益和经济效益. 还有如东方红大酒店集饮食和文艺演出融为一体, 以适应不同消费群体的需求.

4、消费对象大众化. 无论是高档餐饮或个体经营企业, 消费的对象主要都瞄准了大众化群体. 以大众口味, 大众消费为主, 适当配备特色饮食. 如“凯旋门”、“越来越好”等个体店面主要是针对大众消费, 以实惠的价格、优良的环境赢得大量回头客.

5、“假日消费”新增亮点. 随着居民收入的稳定增长和消费

观念的变化. 餐饮消费不断升温, 特别是假日餐饮消费快速增长, 不仅活跃了市场, 而且也成为消费的一个亮点. 据调查我区餐饮企业在xx年“春节”、“五一”黄金周期间, 每天的营业收入远高于平时日均营业收入3-5倍. 随着假日餐饮消费的升温, 节假日预订餐饮已屡见不鲜, 有时甚至要提前十多天.

## 餐饮类调查报告篇三

中国烹饪协会昨日发布xx年餐饮消费调查报告, 相关统计数据显示, 近九成消费者表示不希望餐馆上菜速度超过20分钟, 另有半数消费者认可提前明示的服务费或最低消费设置。

### 餐企收服务费须提前声明

去年11月, 商务部和国家发改委联合发布的《餐饮业经营管理办法(试行)》正式实施, 其中明确规定“餐饮经营者不得设置最低消费, 违规者最高可被罚3万元”。然而“办法”发布至今, 仍有企业通过收取服务费、包间套餐费等方式让最低消费“变脸”求活。中国烹饪协会昨日发布的xx年餐饮消费调查报告显示, 对于餐厅包间是否应该收取服务费或设置最低消费, 51.2%的受访者认为, 可适当收取服务费, 但须提前说明。消费者张女士称, 餐厅在消费者用餐之前提前声明收费规定, 自己和身边的朋友大多可以接受。令消费者反感的是结账时才告知需额外加收费用的餐厅。

“包间的装修、人工成本总体而言要比大堂高得多, 再加上水电费用, 经营压力越来越大。”一名从事餐饮行业十多年的湘菜馆老板表示, 其实饭店设置的最低消费并不是漫天要价, 而是根据每名顾客的平均消费水平乘以包间容纳人数制定而来。许多餐企负责人对此表示认同, 因为单间与大厅享受的服务是不同的, 在收费方面当然也要有所差异。

88.3%受访者希望20分钟内上菜

就餐排队时间过长及上菜缓慢，一直是影响消费者就餐体验的两大痛点。此次调查数据显示，80.6%的消费者可以接受20分钟以内的排队时间，而88.3%的受访者要求在20分钟之内上齐菜。

“上菜缓慢、等位时间过长会直接影响就餐时的情绪以及今后是否选择这家餐厅”，消费者赵女士如是说。

中国烹饪协会相关负责人表示，为了减少排队等候食客的不满与焦虑并保留客源，现在已有不少餐厅开始注重人性化服务。西贝莜面村相关负责人表示，在他们餐厅就餐时，消费者点好菜之后服务员会送上一只沙漏，这个沙漏将在28分钟之内漏完，如果消费者点的菜在这期间没有上完，餐厅将免费赠送酸奶两罐。望湘园相关负责人表示，消费者下单后半小时内，如果菜品迟迟不到，就免费赠送或者免费退单。越来越多的餐厅也开始重视排队环节。例如，在等候区设置休息座椅、提供茶饮零食。以服务著称的海底捞，在等候区会提供爆米花、妙脆角、糖、麻辣锅巴、美甲、上网等服务。

### 电话预订仍是主要途径

为了节省时间或选择一个相对较好的用餐位置，消费者逐渐习惯于提前预订。调查数据显示，电话预订占比52.8%，仍是预约用餐的首选途径。

不过中国烹饪协会相关负责人表示，电话预订方式的比重相较xx年略有下降，预约用餐方式正在向多渠道转变。随着o2o概念在餐饮业兴起，不少企业顺势推出app，但是消费者的普及使用情况并不理想，甚至不如上年。使用企业app预订并点餐的消费者仅占3.4%。

一位尝试过企业app的连锁餐饮老总指出，对于餐饮企业来讲app的开发成本及用户安装成本过高，一家餐厅兴师动众地去开发app有些得不偿失。同时，如何解决用户黏性也是一大

问题。普通消费者平均一周聚一次餐，多数会选择不同的餐厅。如果用户不来餐厅用餐就不会使用企业app，久而久之用户自然被大而全的第三方平台抢夺。

## 餐饮业调查报告范文经典(二)

食品产业网(xx年10月26日09:28)xx中国餐饮企业调查报告中国饭店协会携手北京饮食行业协会、上海餐饮行业协会、天津市饭店协会、重庆市饮食行业协会、广东省餐饮服务行业协会等十大兄弟协会历时半年，通过对几千家各种模式餐饮企业的调查，完成了首次全国餐饮企业经营情况调查，并于今天发布《xx中国餐饮企业调查报告》，对中国餐饮行业进行最详尽的统计研究，并剖析餐饮企业的发展现状。

### 哪种餐饮模式利润最高

按特色餐饮、快餐、小吃、火锅四种业态测算，三大指标分别是：就利润率而言，特色餐饮8.76%、快餐5.2%、小吃10.4%、火锅9.6%；就年人均劳效而言，特色餐饮20xx元、快餐35985元、小吃59940元、火锅49100元；就企业每平方米营收而言，特色餐饮14437元、快餐13960元、小吃4683元、火锅3743元。

### 老号重现发展生机

在接受调查的餐饮企业中，80%的企业开业年限超过3年，50%以上则是具有十年以上的历史，74%的企业为民营。老号企业经过这些年的市场锤炼，重现发展生机，在30强品牌中占10席，老号跨区域连锁扩张进入了一个新的阶段。数据显示，接受调查的餐饮企业中，已有62%开展了特许经营，并把其视为品牌扩张和企业发展的主要路径。

### 餐饮企业人才缺乏

从财务能力来看，企业对人力成本不断上升表示担忧。餐饮企业中原材料成本和人力成本占据了企业成本费用的最大部分，分别为37%和12%，且均比上一年度有所上涨。从人力资源状况来看，企业一线人员和高层次管理人员缺乏。企业员工流动率依然较高，平均达到了56%，影响了企业服务品质和持续发展的能力。而员工结构以40岁以下、高中学历以下为主，大专以上学历员工比例有所增加。企业对员工培训的重视程度也有所增强，有42%的企业年度培训经费占薪资总额的比例超过3%，平均达到3.6%。

### 越发注重集团化发展

从集团化发展来看，餐饮企业越发重视集中采购、统一配送，并注重中央厨房、种养殖基地和餐饮食品加工方面的多元化发展。但是在计算机联网管理和餐饮信息化技术应用方面仍有待提高。

### 应关注消费者忠诚度

越来越多的企业开始重视忠诚客户建设和客户关系管理，主要通过会员卡、优惠卡方式实现，但是在客户关系管理方面，仍有较大的提升空间。调查显示，消费者使用信用卡消费的人群比例达39%，有预订习惯的消费者比例并不高，平均仅为37%，传统上签单消费的消费者比例已下降至很低。

### 会所餐饮健康餐饮成发展趋势

展望未来，企业对餐饮市场长期向好趋势不变，餐饮业将继续快速健康发展，对大众餐饮、中心厨房、名菜名点成品半成品加工、原辅材料基地建设充满信心；对会所餐饮、健康餐饮等走势乐观；对企业上市、融资扩张、连锁经营热情很高。餐饮市场将进入品牌消费时代，餐饮业将以16%的增速继续对扩大消费、促进就业发挥积极作用。



## 餐饮业调查报告范文推荐(三)

### 前言

3-6月间，中国连锁经营协会以全球性金融危机下的消费行为为主题，联合上海速动市场信息咨询有限公司进行调查，调查内容主要分成两部分：第一，国际金融危机对中国餐饮业的影响及应对；第二，消费者餐饮习惯分析及需求趋势。

调查方法分成两部分：第一部分为全国性大样本消费者网络调研，将全国分为七区，以15-44岁的消费者为调查对象，共收集2520份有效问卷。主要调查涉及金融危机下，消费者支出型态的改变与不同餐饮趋势主题的关注程度。第二部分为协会餐饮业态会员的调查，共收集76份有效样本。涉及中式正餐、快餐、西式正餐、快餐、火锅、咖啡、休闲饮品等业态的代表性连锁企业，针对未来经济景气预测，采取的经营策略等。

### 一、国际金融危机对中国餐饮业的影响

自国际金融危机爆发后，全球陷入一个低迷的经济景气中，许多大型的国际公司都陆续倒闭/重整。现在经过半年多的经济影响，我们的调研发现：

#### 1. 相比其它行业，「餐饮」受金融危机影响有限

就食/衣/住/行/娱乐/奢侈品类别的产品消费中，消费者因金融危机影响而降低支出

预算的比例如图1：

其中奢侈品/金融产品影响最大，其次是娱乐/衣/行/3c产品，民生必需品及电信影响不大。「食」的部分，因为不同类别的餐饮受影响程度不同，介于「影响不大」到「有影响」之

间。

## 2. 西式/高价位的餐厅比中式/低价位的餐厅受影响大

从餐饮类型来看，发现西式餐厅受到影响最大，其次是有特色的异国料理，接着是咖啡饮料及中式餐厅。低价、有品牌的零售食品影响最小，高价位的商品受影响最大。

## 3. 餐饮业在华南地区受影响最大，其次是华中/华东地区

以区域性来看，不论哪一种餐饮类别，华南地区受到影响最大，华中/华东影响次之。这与区域经济发展类型有关，东南沿海地区以外向型经济发展为主，受国际金融危机影响最大，中西部地区相对受波及较小。

## 4. 连锁企业以「稳固中档次消费群」及「餐饮组合的差异化」的方式渡过危机

在会员方面的调查显示，有36%和28%特色、西式餐厅的经营策略是采更积极的逆势投资方式，继续增开新店，提高销售额。反而受影响较小的中式、咖啡馆业态扩张趋势放缓，分别只有21%和14%。

但不论企业是采取积极或保守的扩张经营策略，面对经济危机大多是以「稳固中档次消费群」及增加「餐饮组合的差异化」来渡过难关。其中低价位的餐厅会更重视餐饮组合的差异化，高价位的餐厅则是着重固守既有的消费群，有些还会兼顾中价位的消费群体。

## 5. 受经济危机影响，企业销售额、毛利多数处于停滞或下降

调查显示，因受累当前经济环境影响，使八成原处于销售额快速增长的餐饮企业速度明显放缓或趋于停滞，甚至有约四成的企业呈现销售额下降的现象，只有不到二成的被调查者

表示能维持销售额持续增长。与此同期，原材料、劳动力、房租等成本有所下降，但由于销售额下降幅度较大，使得毛利还是呈现下降的趋势。

## 6. 国内经济景气度已开始复苏

超过九成的被调查者认为国内此次金融危机已经到谷底了，今年下半年景气度应该会持平并逐渐回暖。其中64%的咖啡馆经营者最看好下半年的景气度，其次是西式餐厅、特色餐厅和中式餐厅。

## 二、餐饮组合差异化的方法

为应对金融危机影响，「餐饮组合差异化」可帮助餐饮连锁企业降低产品成本，并吸引消费者增加销售额。通常餐饮组合可根据食用时机、消费族群、流行议题这几个方向来强化差异性。

### 1. 食用时机

不论是何时食用，营养/卫生/价格是消费者的基本需求。除此之外：

早餐时，消费者会特别需要购买方便及烹调快速的产品，大多消费者都是外带早餐，不会花太多时间在享受早餐。

午餐时，对上班族而言是填饱肚子，补充工作活力的泉源，因此，消费者特别重视午餐的份量及购买地点的便利性。

晚餐不同于早餐和午餐，消费者愿多花一点时间、金钱在晚餐上慰劳自己或朋友聚会，特色的产品提供更符合消费者需求，同时，消费者会要求晚餐要「色香味」俱全。

图5：消费者食用时机特点：

## 2. 消费族群

消费者可分为四大族群：忙碌族(31%)、diy族(25%)、享乐族(22%)、饕餮族(22%)。这四群特性分别为：

根据这些族群的属性，其餐饮组合差异化特点如下：

享乐族-以「美艳新奇」为诉求的餐饮；diy族-以「健康有机」为诉求的餐饮；

饕餮族 - 以「份量」为诉求的餐饮；忙碌族-以「简捷快速」为诉求的餐饮。

## 3. 流行议题

(1) 超过八成的消费者对餐厅的清洁卫生、服务员态度都越来越重视。因此，经营者除了关注产品品质外，还要更重视人员的培训。

(2) 「有机食品」、「再生素材」、「绿能概念」的装潢设计是有潜力和吸引力的，因为超过七成的消费者对养生、环保的关注度持续增长。

(3) 以「养颜/美容」为题材或针对「老年族」设计的餐饮也颇具潜力，因为有六成左右的消费者对这些议题的关注度在增长。

### 图6：消费者关注的流行议题

## 三、调查总结

1. 相比其它行业，餐饮业受金融危机影响有限。其中西式、高价位的餐厅受影响比中式、低价位的餐厅大，华南地区受影响大于华中、华东地区。

2. 受经济危机影响，73%消费者消费减少奢侈品、金融产品的支出，65%消费者减少娱乐、衣、行□3c产品支出，民生必需品及电信影响不大。「食」的部分，因为不同类别的餐饮受影响程度不同，介于「影响不大」到「有影响」之间。
3. 受累当前经济环境，餐饮企业普遍销售额、毛利率双双下滑，使80%原处于销售额快速增长的餐饮企业速度明显放缓或趋于停滞，甚至下降，只有不到20%的被调查者表示能维持销售额持续正常增长。
4. 餐饮连锁企业普遍放缓扩张，以「稳固中档次消费群」及研究「餐饮组合的差异化」方式渡过危机。
5. 超过90%的被调查者认为国内此次金融危机已经到谷底了，今年下半年景气度应该会持平并逐渐回暖。其中64%的咖啡馆经营者最看好未来经济。

#### 餐饮业调查报告范文热门(四)

通过近期对xx酒店餐饮业市场的情况进行的摸底来看，本地酒店餐饮业发展迅速，从事该产业的经济成分发生了深刻变化，由以国有经济为主体发展为多种经济成分并存，民营企业居多；市场繁荣活跃，竞争激烈，酒店餐饮行业有喜有忧。

##### 一、酒店餐饮业现状：

1、经营业态多样化，品种丰富多彩：综合性高中档酒店、饭店、专业饭店、酒楼，以及大众快餐、自助餐、休闲餐、沙龙餐饮、娱乐餐饮、美食街、美食城、特色餐饮、地方小吃店，甚至庄户饭店等应运而生，并迅速发展，形成多层次、多样化经营格局。

过去，餐饮业经营是以地方菜和少数份额的北方菜为主，现在是鲁菜、川菜、京菜、沪菜、粤菜、东北菜等应有尽有；日

本料理、韩国料理等外国餐饮，麦当劳、肯德基等洋快餐也逐渐被人们所接受和青睐，形成了花样繁多、丰富多彩，南北菜系大合唱、中西餐饮大交流的局面。

2、餐饮企业经济成分和网点结构发生了深刻变化：随着经济体制改革的深化和酒店餐饮市场发展的需要，行业的经济成分发生了深刻变化。以国有经济为主的年代已成为历史。社会上各种经济成分的酒店餐饮企业，诸如多种形式的股份制、私有制酒店、饭店迅速发展。据调查，现有的全部餐饮业网点中，非公有经济性质的企业都占80%以上，但在餐饮大店中国有经济仍占较高的比重。

酒店餐饮业的网点结构呈现两极分化的趋势。过去是以中、小规模为主，大规模、高档次的酒店很少。现在是新建、扩建的大型、豪华、多功能、高档次和具有品牌特色的饭店、酒店不断增加；各种方便大众消费、具有经营特色的小餐馆、小吃店更是雨后春笋般的发展。与此相反，中等规模、档次的餐饮企业发展缓慢，有的甚至逐步减少。

3、市场竞争激烈，酒店餐饮企业盈利能力减弱：该行业已成为市场化程度极高的行业，竞争激烈，优胜劣汰，重新“洗牌”的程度加大。竞争促进了餐饮质量和服务水平的提高，推动了行业的发展。但多数酒店餐饮企业盈利水平偏低。从调查情况来看，淡旺季节明显，甚至在某些时候呈现供过于求的局面，部分酒店的客房入住率不足30%，加剧了市场的竞争，企业的盈利能力减弱。

## 二、餐饮业发展中存在的主要问题：

1、行业自律和行业协调服务：没有行业标准和行业规范，特别是一些私营小企业缺乏诚信，违法违规经营的现象时有发生，损害了消费者的利益，影响了行业形象。

2、经营观念转变慢，研发创新不够：随着餐饮业发展，大部

分酒店、饭店整体素质和经营管理水平有了很大提高，但相当数量的酒店、饭店在经营理念、经营模式、管理技术等方面还没有摆脱传统的影响，企业经营管理落后，科学技术应用程度不高，软硬件不配套，经营管理人员整体素质和管理水平还比较低。

### 三、本单位在行业中所处地位及现状：

1、经营方式的转型困难：由于本处的背景，我们不能向其他同行那样承揽多种商业性活动，导致许多慕名而来的商户转投他家，从而造成了本处在经营形式上的缚手缚脚。但同时，该背景也给我们带来了较大的行业影响力，应该更好的利用这种影响力来拉拢客户。

2、高层次的经营管理人才和技术人才不足，引进力度不够，培训工作又跟不上，餐饮烹饪研发创新不够，菜品、经营缺乏特色。解决行业整体素质不高的问题，一是引进和培养高素质的经营管理人才和技术人才；二是切实抓好行业培训工作。在人才引进的同时，重点是抓好在职培训工作。

3、在巩固和保持现有客户的同时，还要更多的面向社会，积极扶持适合大众消费、具有经营特色、诚信服务、卫生、方便、实惠的经营方式，满足多层次、多元化的消费需求。打造餐饮酒店名牌，发展特色经营，是提高本行业核心竞争力的重要内容。

总之，我们要进一步深化企业内部改革，加快机制创新，充分调动员工的积极性和创造性；坚持创新与发展，创品牌、创名牌，突出经营特色，提高市场竞争力；改善经营管理，提高企业管理水平和盈利水平！

### 餐饮业调查报告范文最新(五)

通过近期对xx酒店餐饮业市场的情况进行的摸底来看，本地

酒店餐饮业发展迅速，从事该产业的经济成分发生了深刻变化，由以国有经济为主体发展为多种经济成分并存，民营企业居多；市场繁荣活跃，竞争激烈，酒店餐饮行业有喜有忧。

## 一、酒店餐饮业现状：

1、经营业态多样化，品种丰富多彩：综合性高中档酒店、饭店、专业饭店、酒楼，以及大众快餐、自助餐、休闲餐、沙龙餐饮、娱乐餐饮、美食街、美食城、特色餐饮、地方小吃店，甚至庄户饭店等应运而生，并迅速发展，形成多层次、多样化经营格局。

过去，餐饮业经营是以地方菜和少数份额的北方菜为主，现在是鲁菜、川菜、京菜、沪菜、粤菜、东北菜等应有尽有；日本料理、韩国料理等外国餐饮，麦当劳、肯德基等洋快餐也逐渐被人们所接受和青睐，形成了花样繁多、丰富多彩，南北菜系大合唱、中西餐饮大交流的局面。

2、餐饮企业经济成分和网点结构发生了深刻变化：随着经济体制改革的深化和酒店餐饮市场发展的需要，行业的经济成分发生了深刻变化。以国有经济为主的时代已成为历史。社会上各种经济成分的酒店餐饮企业，诸如多种形式的股份制、私有制酒店、饭店迅速发展。据调查，现有的全部餐饮业网点中，非公有经济性质的企业都占80%以上，但在餐饮大店中国有经济仍占较高的比重。

酒店餐饮业的网点结构呈现两极分化的趋势。过去是以中、小规模为主，大规模、高档次的酒店很少。现在是新建、扩建的大型、豪华、多功能、高档次和具有品牌特色的饭店、酒店不断增加；各种方便大众消费、具有经营特色的小餐馆、小吃店更是雨后春笋般的发展。与此相反，中等规模、档次的餐饮企业发展缓慢，有的甚至逐步减少。

3、市场竞争激烈，酒店餐饮企业盈利能力减弱：该行业已成



为市场化程度极高的行业，竞争激烈，优胜劣汰，重新“洗牌”的程度加大。竞争促进了餐饮质量和服务水平的提高，推动了行业的发展。但多数酒店餐饮企业盈利水平偏低。从调查情况来看，淡旺季节明显，甚至在某些时候呈现供过于求的局面，部分酒店的客房入住率不足30%，加剧了市场的竞争，企业的盈利能力减弱。

## 二、餐饮业发展中存在的主要问题：

1、行业自律和行业协调服务：没有行业标准和行业规范，特别是一些私营小企业缺乏诚信，违法违规经营的现象时有发生，损害了消费者的利益，影响了行业形象。

2、经营观念转变慢，研发创新不够：随着餐饮业发展，大部分酒店、饭店整体素质和经营管理水平有了很大提高，但相当数量的酒店、饭店在经营理念、经营模式、管理技术等方面还没有摆脱传统的影响，企业经营管理落后，科学技术应用程度不高，软硬件不配套，经营管理人员整体素质和管理水平还比较低。

## 三、本单位在行业中所处地位及现状：

1、经营方式的转型困难：由于本处的背景，我们不能向其他同行那样承揽多种商业性活动，导致许多慕名而来的商户转投他家，从而造成了本处在经营形式上的缚手缚脚。但同时，该背景也给我们带来了较大的行业影响力，应该更好的利用这种影响力来拉拢客户。

2、高层次的经营管理人才和技术人才不足，引进力度不够，培训工作又跟不上，餐饮烹饪研发创新不够，菜品、经营缺乏特色。解决行业整体素质不高的问题，一是引进和培养高素质的经营管理人才和技术人才；二是切实抓好行业培训工作。在人才引进的同时，重点是抓好在职培训工作。

3、在巩固和保持现有客户的同时，还要更多的面向社会，积极扶持适合大众消费、具有经营特色、诚信服务、卫生、方便、实惠的经营方式，满足多层次、多元化的消费需求。打造餐饮酒店名牌，发展特色经营，是提高本行业核心竞争力的重要内容。

## 餐饮类调查报告篇四

南昌在近几年来经济得到快速的发展，餐饮业也得到长足的发展与进步，形成许多知名餐饮品牌以及连锁店，乃至全国都名声大噪，面对改革发展的新形式，南昌餐饮企业应灵活应变，以优良的品质，过硬的品牌寻求更大更广的发展空间。

一、当前南昌餐饮业发展的现状

2、价格大众化，偏向中间消费群体；

二、南昌餐饮业的主要问题

三、南昌餐饮业的发展策略

## 餐饮类调查报告篇五

餐饮业店铺设计主要考虑以下几个因素：

一般像西餐厅这种公共建筑装修是把厨房配置在建筑物中央到最后的最后部分，厨房的面积比例占总面积的40%到50%。饮食店如果是限于西餐的一般饮食店要注意原材料食品搬入等工作要在营业中进行，而这些食品等搬入的出入口是不是与厨房邻接，或者是直接与厨房连接，迄今为止，平面策划的进行方法一般倾向于假设厨房位置和面积确定后就优先进行客席策划的方法，所以要充分考虑这个问题。

在这个阶段，应该先假设厨房的位置和面积，厨房的位置和

面积确定之后，就优先进行客席策划的内容。然而在设计过程临时把厨房挤进去的方法在设计者中确实常见。理想的平面策划进行方法是先决定厨房的位置各面积，还要事先把厨房的内容和菜谱的配合审核一下，但是一般相对于厨房的功能和设备，很多情况下设计者是不懂的，所以重要的是由经营者和厨房业者或者是顾问先研究好，敲定其内容才行。

在西餐馆中，出纳员的位置安排在入口与厨房餐具区柜台之间的较多，而配置在出入口的对面，或者侧面，背对着厨房配置的情况也很多。

理由是这样做可以使迎接客人，引导客人入席，接受订单，提供菜肴等一连串的动作更加顺畅，而且效率高。

还有卫生间的大小，客席100-120席左右的店，在男厕配两个小便器和一个大便器，在女厕配两个大便器再加上化妆室就行了。一般饮食店中，客席数50席配一个或两个（女性用）大便器、两个小便器这样考虑就差不多了，而且现在的饮管在设计中专门配置残疾人用的入口和卫生间，这样可利用的设施就全面了，如果考虑这种设备的话，卫生间的空间要充分确保。

一般的客席策划的配置方法是把客席配置在窗前或墙边，像大型食堂和咖啡店这种业态的情况下，4人席是1200毫米x1800毫米-2100毫米，2人席是500毫米-650毫米x1800毫米-2100毫米。首先配置客席之前要注意是，怎样核定来客的组合问题，一般来说，大型食堂的情况下，来客是2-3人为一组的情况较多，客席的构成要根据来客情况确定。

还有必要研究的内容是即使客席已经满席了，但是一个或两个（一组客席中）空的席位，这种空席越多就说明客席组成越差，一般来说客席占席率在80%-82%的话就较为合理。

a□一般客席形态有竖形、横形、横竖组合形、点形，还有其

他类形。根据业种与业态选择使用的情况较多，这些要与店铺规模和气氛为根据，像咖啡店的情况是把客席分为三个部分，如第一客席、第二客席、宴会厅等：根据房间的室内装饰来变化桌子和椅子的形态。

## b□确定客席的尺寸

客席形态决定后当然要确定客席的尺寸。

客席尺寸根据店的业种、业态或店的规模有很大的变化，所以关键是采用符合店内容的客席尺寸。例如，以饮料为主的业态情况下桌子的尺寸就比较小，但是以进食为主的业态情况下，桌子和椅子的尺寸就自然要比较大。

## c□服务路线的策划

根据从入口开始对客人行动路线和从厨房的员工作业路线进行配置策划，服务路线应尽量简单，步行要短，以这样的原则来充分推敲客席与厨房的位置后才能动手进行策划。

毫米-600毫米时比较妥当的尺寸，但也有的业种、业态取750毫米，或像小酒馆那样存在不移动桌子就不能进入客席的情况。

在这重要的是充分研究客席配置和通道之间的关系，要达到主要通道和服务路线没有障碍的目的。

## d□确定椅子与桌子的关系

一般椅子的坐垫与桌子的高度关系参考如下尺寸：在进食或休息的情况下，座位基准店的高度在300毫米以上400毫米以下比较恰当，与桌面的差距在270毫米以上300毫米以下的范围比较舒适。到了平面策划阶段要重视如下范围内，合理安排哪部分的椅子和桌子要高一点（一般来说椅子和桌子有间

隔比较好，但因建筑条件，收款桌的高度要高一点才行）或者策划什么样的椅子的桌子等内容。

姓名：张永

学号：1031001252735

学校：上海电大嘉定分校

专业□20xx秋工商管理