

2024-2030年中国团膳服务行业发展模式分析及战略咨询研究报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2024-2030年中国团膳服务行业发展模式分析及战略咨询研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/1127358.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

为方便行业人士或投资者更进一步了解团膳服务行业现状与前景，智研咨询特推出《2024-2030年中国团膳服务行业发展模式分析及战略咨询研究报告》（以下简称《报告》）。报告对中国团膳服务市场做出全面梳理和深入分析，是智研咨询多年连续追踪、实地走访、调研和分析成果的呈现。

为确保团膳服务行业数据精准性以及内容的可参考价值，智研咨询研究团队通过上市公司年报、厂家调研、经销商座谈、专家验证等多渠道开展数据采集工作，并对数据进行多维度分析，以求深度剖析行业各个领域，使从业者能够从多种维度、多个侧面综合了解2022年团膳服务行业的发展态势，以及创新前沿热点，进而赋能团膳服务从业者抢跑转型赛道。

团膳是指以团体为单位消费、以满足整体性服务为主的餐饮服务形态。团膳业是为机关、学校、企业等团体提供以工作餐为主要产品和服务的餐饮细分子行业。团膳客户几乎涵盖所有组织单位，包括产业园区、企业工厂、国家机关、事业单位、学校、医院、军队等。根据《中华人民共和国国家标准·国民经济行业分类》（2017年修订），团膳及快餐服务行业为“6299其他未列明餐饮”及“6220快餐服务”。

随着人们对多样化餐饮需求日渐强烈，同时对团体餐饮要求越来越高，中国团膳经营门店数量逐年上升。2022年中国团膳企业数量超过了1万家，企业拥有门店数量约58.51万个，同比增加9.1%，相较于2018年门店数量增加了16.95万家。其中门店数量小于20个的团膳企业占比接近91%，拥有51个及以上门店数的团膳企业占比1%。未来几年，团膳企业数量还将继续增长，团膳拥有门店数量还将扩大。

近年来随着团膳服务门店数量的逐年增加，团膳服务的市场规模也在逐年攀升。2022年中国团膳服务行业市场规模为19600亿元，同比增长10.73%，相较于2016年市场规模增长了近1万亿元，2016年到2022年复合增长率为14%，增速态势迅猛。预计未来，团膳的需求依然持续上涨，中国团膳服务行业市场规模将持续增长。

目前，国内团膳消费人群数量超过2亿，2022年国内团膳消费人次约1495.95亿人次，消费市场规模达到了19600亿元。从中国团膳服务细分市场来看，校园业务占据了主要部分。2022年中国团膳服务市场规模中校园业务部分市场规模为10760亿元，同比增长10.33%，占比为54.9%。其次是企事业单位部分，2022年市场规模为6762亿元，占比为35%。占比最小的为机关单位，2022年市场规模为2078亿元，占比10%。

中国团膳服务行业重点企业有康帕斯/金巴斯集团、索迪斯集团、巴比食品、和兴隆、深圳市誉兴集团等。目前团膳的市场容量十分庞大，但仍处于低端无序化竞争的状态，大量良莠不齐的中小型团膳公司充斥了市场。主要龙头均为外资企业，凭借标准化、规范化、高品质

获得高端客户的青睐，但中餐业务一直是其短板。因此，无论是国际还是国内公司，因其进入中国后水土不服或者国有企业管理特点等诸多因素影响，扩张能力不强，导致其总体市场占有率偏低，使整个团膳市场远未完成市场整合，达到规模化、有序竞争的状态。

中国团膳及快餐行业在经历了模仿、同质竞争阶段后，开始走向文化创新、菜品创新、寻求差异化路线。更加注重特色、服务、环境、营养、生态的需求，品牌店、特色店和名牌餐饮企业的增长势头将更加明显，企业品牌竞争和文化培养力度加强，文化内涵多元和内在含量积累的影响更加突出，行业发展和企业竞争进入全面提升阶段。随着团膳及快餐行业多元化和消费个性化的趋势加剧，团膳及快餐行业将更加细分，一批具有管理优势、经营特色的餐饮企业将进一步发挥产业化、连锁化优势，扩大规模和市场占有率，在细分市场（如区域、业态）奠定竞争优势，行业集中度将进一步提高。

《2024-2030年中国团膳服务行业发展模式分析及战略咨询研究报告》是智研咨询重要成果，是智研咨询引领行业变革、寄情行业、践行使命的有力体现，更是团膳服务领域从业者把握行业不可或缺的重要工具。智研咨询已经形成一套完整、立体的智库体系，多年来服务政府、企业、金融机构等，提供科技、咨询、教育、生态、资本等服务。

报告目录：

第一章 团膳服务行业发展概述

- 1.1 行业定义及分类
- 1.2 行业起源及历史
- 1.3 行业商业模式
- 1.4 行业发展特性
- 1.5 行业发展周期及阶段

第二章 团膳服务行业发展环境分析

- 2.1 经济环境
 - 2.1.1 国内外宏观经济运行现状
 - 2.1.2 国内外经济发展趋势判断
- 2.2 政策环境
 - 2.2.1 行业归属及管理体制
 - 2.2.2 产业政策分析
 - 2.2.3 行业相关标准
- 2.3 社会环境

2.3.1 社会收入及消费能力

2.3.2 社会环境对本行业的影响

第三章 团膳服务所属行业运行情况分析

3.1 供给分析及预测

3.1.1 2019-2023年供给总量分析

3.1.2 2019-2023年供给结构变化分析

3.1.3 2024-2030年供给预测

3.2 行业产业分析及预测

3.2.1 2019-2023年需求总量分析

3.2.2 2019-2023年需求结构变化分析

3.2.3 2024-2030年需求预测

3.3 市场分析及预测

3.3.1 供需平衡分析及预测

3.3.2 价格变化分析及预测

3.4 投融资分析及预测

3.4.1 固定资产投资分析

3.4.2 兼并重组情况分析

3.5 经营状况分析及预测

3.5.1 团膳行业规模分析

3.5.2 团膳所属行业经营效益分析

3.6 团膳行业成本结构分析

3.7 中国团餐企业成本现状及控制

3.7.1 团餐企业成本因素分析

3.7.2 加强团餐企业成本控制的对策

3.8 团膳行业从业人员的工资水平

第四章 团膳服务行业竞争状况及发展特征

4.1 行业竞争状况分析

4.2 行业竞争结构分析

4.3 行业竞争特点分析

4.4 行业集中度分析

第五章 团膳服务行业细分子行业发展分析

5.1 团膳产业链细分行业调研

5.2 中国团餐企业中央厨房发展情况分析

5.2.1 团餐企业中央厨房规模现状

5.2.2 影响中央厨房建设的因素分析

5.2.3 中央厨房标准化建设特点分析

5.3 中国团餐企业物流发展分析

5.3.1 团餐企业物流配送的基本建设情况

5.3.2 团餐企业物流配送产业价值链分析

5.3.3 团餐企业自建配送中心状况分析

5.3.4 团餐企业优化物流建设的对策建议

第六章 团膳服务所属行业区域发展分析

6.1 团膳服务所属行业区域分布总体分析

6.2 团膳服务行业布局情况及发展趋势

6.2.1 布局现状

6.2.2 影响因素

6.3 团膳服务所属行业重点区域发展分析

6.3.1 北京市

6.3.2 广东省

6.3.3 上海市

6.3.4 湖北省

6.3.5 安徽省

6.4 深圳市团膳市场发展

6.4.1 深圳快餐行业的知名品牌分析对比

6.4.2 深圳家乐缘团膳业务行业发展分析

6.4.3 深圳誉兴高端团餐业务发展

6.4.4 深圳中央厨房企业经营特点

第七章 团膳服务行业主要企业竞争力及经营发展规划分析

7.1 行业内企业竞争情况分析

7.1.1 企业规模特征分析

7.1.2 企业所有制特征分析

7.2 行业内主要企业财务指标情况

7.2.1 总资产情况

7.2.2 营业收入情况

7.2.3 利润情况

7.2.4 综合分析

7.3 康帕斯/金巴斯集团

7.3.1 企业简介

7.3.2 经营状况分析

7.3.3 企业竞争力评价

7.3.4 企业经营策略和行业前景调研分析

7.4 索迪斯集团

7.4.1 企业简介

7.4.2 经营状况分析

7.4.3 企业竞争力评价

7.4.4 企业经营策略和行业前景调研分析

7.5 爱玛客集团

7.5.1 企业简介

7.5.2 经营状况分析

7.5.3 企业竞争力评价

7.5.4 企业经营策略和行业前景调研分析

7.6 巴比食品

7.6.1 企业简介

7.6.2 经营状况分析

7.6.3 企业竞争力评价

7.6.4 企业经营策略和行业前景调研分析

7.7 和兴隆

7.7.1 企业简介

7.7.2 企业产品与服务

7.7.3 企业商业模式分析

7.7.4 经营状况分析

7.7.5 企业竞争力评价

7.8 深圳市誉兴集团

7.8.1 企业简介

7.8.2 企业产品与服务

7.8.3 经营状况分析

7.8.4 企业竞争力评价

第八章 中国团膳服务市场消费能力及未来需求规模分析

8.1 中国团膳服务市场消费能力现状分析

- 8.1.1 中国团膳服务产品购买要素构成分析
- 8.1.2 团膳服务产品替代产品威胁分析
- 8.1.3 主要消费领域消费能力对比分析
- 8.2 影响中国团膳服务市场消费能力主要因素分析
 - 8.2.1 购买者的购买目的及主要用途
 - 8.2.2 购买者所处的消费环境
 - 8.2.3 中国团膳服务消费市场独有特征分析
 - 8.2.4 中国团膳服务市场增长潜力及驱动因素分析

第九章 中国团膳服务市场需求特点及需求潜力分析

- 9.1 中国团膳服务市场主要消费统计数据定量分析
 - 9.1.1 总体销量数据分析
 - 9.1.2 分区域市场数据分析
 - 9.1.3 消费领域分布数据分析
- 9.2 中国团膳服务产品区域集散地分析
- 9.3 中国团膳服务产品城市、农村消费市场分析
 - 9.3.1 城市、农村市场表现特征
 - 9.3.2 城市、农村市场主要需求差异分析
 - 9.3.3 城市、农村团膳服务市场规模分析

第十章 2024-2030年团膳服务行业风险分析

- 10.1 宏观环境风险分析
- 10.2 政策环境风险分析
- 10.3 原材料风险
- 10.4 人力成本风险
- 10.5 市场竞争风险分析
- 10.6 企业经营管理风险分析

第十一章 2024-2030年中国团膳服务产品销售市场拓展策略

- 11.1 中国团膳服务产品目标市场选择策略及模式
- 11.2 影响中国团膳服务目标市场策略因素分析
 - 11.2.1 企业的资源特点
 - 11.2.2 产品及市场特点
 - 11.2.3 竞争策略选择
- 11.3 中国团膳服务目标市场营销策略

- 11.3.1 无差别性市场营销策略
- 11.3.2 差别性市场营销策略
- 11.3.3 集中性市场营销策略
- 11.4 开拓中国团膳服务产品潜在需求市场策略

第十二章 2024-2030年中国团膳服务行业趋势预测分析

- 12.1 2024-2030年团膳服务行业趋势预测机遇分析
 - 12.1.1 2024-2030年团膳服务行业发展机遇解析
 - 12.1.2 2024-2030年团膳服务行业趋势预测分析
 - 12.1.3 2024-2030年团膳服务行业发展趋势分析
- 12.2 2024-2030年影响团膳服务行业发展的因素分析
 - 12.2.1 有利因素
 - 12.2.2 不利因素

第十三章 行业结论及策略建议

- 13.1 关于中国团膳服务市场消费潜力相关研究观点及结论
 - 13.1.1 关于中国团膳服务市场规模判断结论
 - 13.1.2 关于2024-2030年中国团膳服务市场规模变化趋势及主要数据定量判断
 - 13.1.3 关于2024-2030年中国团膳服务市场消费潜力整体变化趋势的判断
- 13.2 关于中国团膳服务市场需求特点判断的主要观点
 - 13.2.1 团膳服务市场需求构成的判断
 - 13.2.2 2024-2030年中国团膳服务市场下游消费领域构成变化趋势的判断
 - 13.2.3 2024-2030年团膳服务市场替代品替代性趋势判断
- 13.3 行业策略建议
 - 13.3.1 对拟进入中国团膳服务市场企业的策略建议
 - 13.3.2 对已进入中国团膳服务市场企业的策略建议

图表目录：部分

- 图表1：我国团膳行业发展历程
- 图表2：中国团膳服务行业所属生命周期判断
- 图表3：2019-2023年中国团膳企业门店数量情况
- 图表4：2023年中国团膳企业拥有门店数分布情况
- 图表5：2019-2023年中国团膳消费人次情况
- 图表6：2019-2023年中国团膳行业细分规模情况
- 图表7：2019-2023年中国团膳行业供需情况

图表8：2019-2023年我国团膳规模及占餐饮业比重统计图

图表9：2023年中国团膳行业市场规模区域分布结构

图表10：2019-2023年我国各区域团膳市场规模统计

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/1127358.html>