

中国酒楼行业现状深度研究与投资前景分析报告 (2025-2032)

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国酒楼行业现状深度研究与投资前景分析报告（2025-2032）》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：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202505/752884.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

前言：

近年来，我国餐饮消费逐步恢复，但份额占比约20%-25%的酒楼行业因依赖宴请、聚餐场景，复苏速度慢于快餐、茶饮等业态，甚至部分酒楼出现业绩不佳而停业情况，如2025年2月竹溪荔湖酒家宣布当月14日正式停业，造成这种现象原因有成本飙升、收入下降、客源减少等等。不过，近几年，越来越多酒楼品牌积极求变，探索转型之路，比如通过与文旅合作，打造美食文化地标，扩大品牌影响程度，进而吸引消费者……

1、餐饮业市场规模稳健增长，酒楼行业（以中高端正餐为主）占比约20%-25%
自2023年以来，随着国家推出的扩大内需和促进消费的一系列政策措施逐渐显现成效（以上海消费券举例，根据解放日报报道，前两轮“乐品上海”餐饮消费券每1元的补贴可以带来4.2元消费，发放期间上海线下餐饮消费合计583.9亿元，同比增长11.4%。），居民外出旅行的意愿显著增强，导致文化旅游市场持续升温。
这一趋势直接促进了餐饮和旅游服务的消费快速增长，为餐饮行业全面复苏注入强劲动力。数据显示，2024年，我国餐饮收入55718亿元，增长5.3%；限额以上单位餐饮收入15298亿元，增长3%；餐饮连锁化率继续提升，从2021年的19%进一步提升至23%。

数据来源：观研天下整理

2024年主要代表性餐饮消费券情况梳理

城市

消费券名称

资金来源

券面设置

发放规模

杭州

“食在杭州”消费券

杭州商务局

满50元减10元、满100元减20元、满200元减40元、满300元减60元、满500元减100元

总计3000万元

广州

“食在广州”消费券

市级财政资金

满200元减50元、满500元减100元、满1000元减200元

共计1亿元

上海

“乐品上海”消费券

市级财政资金

满300减50元、满500减100元、满800减200、满1000减300元

共计3.6亿元

“乐享浦东”消费券

区级财政资金

满200元减60元、满400元减160元、满600元减240元、满900元减400元

1亿元

天津

“津乐购”消费券

市商务局、市财政局使用财政资金

满100元减25元、满200元减50元、满500元减130元

1600万元

资料来源：观研天下整理

而酒楼行业（以中高端正餐为主）占餐饮业细分市场份额比约20%-25%。不过，虽然餐饮消费逐步恢复，但酒楼行业因依赖宴请、聚餐场景，复苏速度慢于快餐、茶饮等业态，甚至部分酒楼出现业绩不佳而停业情况。

2、成本飙升、收入下降、客源减少等等，多家酒楼企业宣布关停

例如，2025年2月，在广州荔湾湖公园开了十几个年头的竹溪荔湖酒家因合同到期、政府回收自用等原因，决定于当月14日正式停业；2015年开业的香港富临皇宫五月花店宣布，门店于3月31日起停止所有营业活动……

2024-2025年5月我国部分酒楼关停情况

时间

酒楼名称

关停情况

2025年2月

竹溪荔湖酒家

因合同到期、政府回收自用等原因，决定于当月14日正式停业。

2025年2月

鸿星艺都海鲜酒家

2025年3月5日完全停业

2025年3月

香港富临皇宫五月花店

3月31日起停止所有营业活动

2025年4月

渔民新村杨箕店

因租约到期，5月15日完全停业

2025年2月

顺德太和庄（龙江店）

宣布停业

资料来源：观研天下整理

然而，造成这种现象的主要原因有以下几点：

一是，运营成本的飙升，尤其是人工成本、租金及食材价格波动（如猪肉、粮油价格上涨）挤压利润空间，而中小型酒楼抗风险能力较弱。以渔民新村芳村店为例，根据报道，门店拖欠两个月的租金和管理费，共计270万余元，2024年1月该店闭店。大概估算，渔民新村芳村店一个月的租金会超过130万。

一个月按30天来算，每月100多万的档租，一天光租金成本就要3万多，这还没有算人工成本和装修折旧。假设每天营业额10万，毛利率要做到6成，也才算是勉强保本，平均一台消费500，一天得开200围台才够，而在当前行情来说，是有些困难。

二是，客源减少导致酒楼营业收入锐减。目前，我国酒楼行业生存主要依靠宴请业务，包括商务宴请、婚宴、满月宴等需求均在不断减弱，这已动摇酒楼行业基本盘。以婚宴为例，近年来，中国结婚率在持续走低。根据民政部数据显示，2024年全国婚姻登记数量为610.6万对，较2023年减少157.4万对，同比下降20.5%，创近40年新低；2025年一季度，全国结婚登记同比分别减少15.9万对，降幅8.1%，创同季新低。

数据来源：观研天下整理

而且，就算是办婚宴，酒楼也不再是大部分年轻人的首选。随着小型精致婚礼、主题婚礼、户外婚礼等形式兴起，已经分流走不少酒楼的婚宴业务。

由此可见，酒楼是重资产经营，房租、人工等投入均较高，而疫情导致现在的、消费需求减弱，也间接酒楼行业营业收入不断减少，这也导致酒楼想要生存，就变得越来越艰难。

三是，菜品创新能力不足，无法满足年轻消费者对健康、创新菜品的需求，甚至在2023年6月，#6000元一桌的婚宴超7成都是预制菜#话题登上微博热搜，一度激发起大众对酒楼菜品的质疑。

四是，区域竞争激烈，而缺乏特色的区域性酒楼在价格战中难以为继，所以部分传统酒楼被淘汰出局也就在所难免。

3、越来越多酒楼品牌积极求变，探索转型之路

不过，近几年，越来越多酒楼品牌积极求变，探索转型之路。比如，通过与文旅合作，打造

美食文化地标，扩大品牌影响程度，进而吸引消费者，像西安饭庄在2021年开设的陕菜文化体验博物馆，通过光影技术、研学活动（如非遗花馍制作）让年轻人沉浸式了解陕菜3000年历史，年接待游客超50万人次

部分酒楼与文旅合作案例

酒楼名称

合作模式

成效

西安饭庄

开设的陕菜文化体验博物馆

年接待游客超50万人次

全聚德

2022年推出的“中轴食礼”体验店，融合“中轴线文化”与“京味饮食文化”，打造集文创、餐饮、伴手礼于一体的新消费场景
暑期高峰出现需等待2-3小时的盛况。

广州酒家

广州酒家进驻广州荔湾区永庆坊（历史文化街区），打造“餐饮+非遗体验”综合体；门店设计融合岭南建筑风格，设置广府茶点制作体验区、粤剧文化展演空间
日均客流量提升40%，游客占比超60%，成为小红书、抖音“打卡圣地”；带动永庆坊周边商业租金上涨20%，形成“餐饮+文旅+零售”生态圈。

杭州楼外楼

杭州老字号楼外楼与西湖景区深度绑定，推出“西湖十景宴”，菜品设计与景点文化呼应（如“断桥残雪”对应冷盘造型）
景区门店年营收超2亿元，外地游客消费占比达75%；入选浙江省“诗画浙江·百县千碗”工程标杆项目。

资料来源：观研天下整理

打造更具特色的主题门店，也是酒楼创新的一种方式。例如，2022年广州酒家在龙津西路店打造的“粤宴西关”美食文化体验馆，融合岭南园林与西关风情，让顾客在品尝美食时感受浓郁地域文化氛围，当前已经成为广府文化的一张亮丽名片。

同时，全聚德推出国潮、婚恋等不同主题的餐厅，满足不同消费者的需求；眉州东坡则在不同城市推出不同主题的门店，比如眉州东坡位于北京西北旺万象汇的门店以国宝熊猫为主题，在装修风格和菜品中均融入熊猫元素，为顾客带来全新的消费体验。

此外，酒楼也挖掘出一些新的渠道，探索市场增量。比如探索食品类业务，广州酒家、全聚德、同庆楼等酒楼涉足食品业务，取得一定成效。以同庆楼为例，自2021年8月开展业务以来，食品业务呈现快速增长态势，2024年实现销售收入3.11亿元，同比增长85.52%。广州

酒家围绕粤式点心开发新品类，推出的糖水类产品。

数据来源：观研天下整理

甚至，一些传统酒楼瞄准特定人群，推出针对性的服务来挖掘市场增量。针对老年人群体，推出“百元一日聚”模式，比如苏州的大鸿运大酒店、五福楼大酒店，无锡的迎宾楼，宁波的宁波宴，南京的雁城味道等。（WYD）

注：上述信息仅供参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。

更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国酒楼行业现状深度研究与投资前景分析报告（2025-2032）》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，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。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。

本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

目录大纲：

【第一部分 行业定义与监管】

第一章 2020-2024年中国 酒楼 行业发展概述

第一节 酒楼 行业发展情况概述

一、 酒楼 行业相关定义

二、 酒楼 特点分析

三、 酒楼 行业基本情况介绍

四、 酒楼 行业经营模式

（1）生产模式

（2）采购模式

（3）销售/服务模式

五、 酒楼 行业需求主体分析

第二节 中国 酒楼 行业生命周期分析

一、 酒楼 行业生命周期理论概述

二、	酒楼	行业所属的生命周期分析
第三节	酒楼	行业经济指标分析
一、	酒楼	行业的赢利性分析
二、	酒楼	行业的经济周期分析
三、	酒楼	行业附加值的提升空间分析
第二章	中国 酒楼	行业监管分析
第一节	中国 酒楼	行业监管制度分析
一、	行业主要监管体制	
二、	行业准入制度	
第二节	中国 酒楼	行业政策法规
一、	行业主要政策法规	
二、	主要行业标准分析	
第三节	国内监管与政策对 酒楼	行业的影响分析
【第二部分 行业环境与全球市场】		
第三章	2020-2024年中国 酒楼	行业发展环境分析
第一节	中国宏观环境与对 酒楼	行业的影响分析
一、	中国宏观经济环境	
二、	中国宏观经济环境对 酒楼	行业的影响分析
第二节	中国社会环境与对 酒楼	行业的影响分析
第三节	中国对磷矿石易环境与对 酒楼	行业的影响分析
第四节	中国 酒楼	行业投资环境分析
第五节	中国 酒楼	行业技术环境分析
第六节	中国 酒楼	行业进入壁垒分析
一、	酒楼	行业资金壁垒分析
二、	酒楼	行业技术壁垒分析
三、	酒楼	行业人才壁垒分析
四、	酒楼	行业品牌壁垒分析
五、	酒楼	行业其他壁垒分析
第七节	中国 酒楼	行业风险分析
一、	酒楼	行业宏观环境风险
二、	酒楼	行业技术风险
三、	酒楼	行业竞争风险
四、	酒楼	行业其他风险
第四章	2020-2024年全球 酒楼	行业发展现状分析
第一节	全球 酒楼	行业发展历程回顾

第二节 全球	酒楼	行业市场规模与区域分	酒楼	情况
第三节 亚洲	酒楼	行业地区市场分析		
一、亚洲	酒楼	行业市场现状分析		
二、亚洲	酒楼	行业市场规模与市场需求分析		
三、亚洲	酒楼	行业市场前景分析		
第四节 北美	酒楼	行业地区市场分析		
一、北美	酒楼	行业市场现状分析		
二、北美	酒楼	行业市场规模与市场需求分析		
三、北美	酒楼	行业市场前景分析		
第五节 欧洲	酒楼	行业地区市场分析		
一、欧洲	酒楼	行业市场现状分析		
二、欧洲	酒楼	行业市场规模与市场需求分析		
三、欧洲	酒楼	行业市场前景分析		
第六节 2025-2032年全球	酒楼	行业分	酒楼	走势预测
第七节 2025-2032年全球	酒楼	行业市场规模预测		
【第三部分 国内现状与企业案例】				
第五章 中国	酒楼	行业运行情况		
第一节 中国	酒楼	行业发展状况情况介绍		
一、行业发展历程回顾				
二、行业创新情况分析				
三、行业发展特点分析				
第二节 中国	酒楼	行业市场规模分析		
一、影响中国	酒楼	行业市场规模的因素		
二、中国	酒楼	行业市场规模		
三、中国	酒楼	行业市场规模解析		
第三节 中国	酒楼	行业供应情况分析		
一、中国	酒楼	行业供应规模		
二、中国	酒楼	行业供应特点		
第四节 中国	酒楼	行业需求情况分析		
一、中国	酒楼	行业需求规模		
二、中国	酒楼	行业需求特点		
第五节 中国	酒楼	行业供需平衡分析		
第六节 中国	酒楼	行业存在的问题与解决策略分析		
第六章 中国	酒楼	行业产业链及细分市场分析		
第一节 中国	酒楼	行业产业链综述		

一、产业链模型原理介绍	
二、产业链运行机制	
三、中国 酒楼	行业产业链图解
第二节 中国 酒楼	行业产业链环节分析
一、上游产业发展现状	
二、上游产业对中国 酒楼	行业的影响分析
三、下游产业发展现状	
四、下游产业对中国 酒楼	行业的影响分析
第三节 中国 酒楼	行业细分市场分析
一、细分市场一	
二、细分市场二	
第七章 2020-2024年中国 酒楼	行业市场竞争分析
第一节 中国 酒楼	行业竞争现状分析
一、中国 酒楼	行业竞争格局分析
二、中国 酒楼	行业主要品牌分析
第二节 中国 酒楼	行业集中度分析
一、中国 酒楼	行业市场集中度影响因素分析
二、中国 酒楼	行业市场集中度分析
第三节 中国 酒楼	行业竞争特征分析
一、企业区域分布特征	
二、企业规模分布	特征
三、企业所有制分布特征	
第八章 2020-2024年中国 酒楼	行业模型分析
第一节 中国 酒楼	行业竞争结构分析（波特五力模型）
一、波特五力模型原理	
二、供应商议价能力	
三、购买者议价能力	
四、新进入者威胁	
五、替代品威胁	
六、同业竞争程度	
七、波特五力模型分析结论	
第二节 中国 酒楼	行业SWOT分析
一、SWOT模型概述	
二、行业优势分析	
三、行业劣势	

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国 酒楼

行业SWOT分析结论

第三节 中国 酒楼

行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第九章 2020-2024年中国

酒楼

行业需求特点与动态分析

第一节 中国 酒楼

行业市场动态情况

第二节 中国 酒楼

行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 酒楼

行业成本结构分析

第四节 酒楼

行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节 中国 酒楼

行业价格现状分析

第六节 2025-2032年中国

酒楼

行业价格影响因素与走势预测

第十章 中国 酒楼

行业所属行业运行数据监测

第一节 中国 酒楼

行业所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国 酒楼

行业所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国 酒楼

行业所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十一章 2020-2024年中国 酒楼 行业区域市场现状分析

第一节 中国 酒楼 行业区域市场规模分析

一、影响 酒楼 行业区域市场分布 的因素

二、中国 酒楼 行业区域市场分布

第二节 中国华东地区 酒楼 行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区 酒楼 行业市场分析

（1）华东地区 酒楼 行业市场规模

（2）华东地区 酒楼 行业市场现状

（3）华东地区 酒楼 行业市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区 酒楼 行业市场分析

（1）华中地区 酒楼 行业市场规模

（2）华中地区 酒楼 行业市场现状

（3）华中地区 酒楼 行业市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区 酒楼 行业市场分析

（1）华南地区 酒楼 行业市场规模

（2）华南地区 酒楼 行业市场现状

（3）华南地区 酒楼 行业市场规模预测

第五节 华北地区 酒楼 行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区 酒楼 行业市场分析

（1）华北地区 酒楼 行业市场规模

（2）华北地区 酒楼 行业市场现状

（3）华北地区	酒楼	行业市场规模预测	
第六节 东北地区市场分析			
一、东北地区概述			
二、东北地区经济环境分析			
三、东北地区	酒楼	行业市场分析	
（1）东北地区	酒楼	行业市场规模	
（2）东北地区	酒楼	行业市场现状	
（3）东北地区	酒楼	行业市场规模预测	
第七节 西南地区市场分析			
一、西南地区概述			
二、西南地区经济环境分析			
三、西南地区	酒楼	行业市场分析	
（1）西南地区	酒楼	行业市场规模	
（2）西南地区	酒楼	行业市场现状	
（3）西南地区	酒楼	行业市场规模预测	
第八节 西北地区市场分析			
一、西北地区概述			
二、西北地区经济环境分析			
三、西北地区	酒楼	行业市场分析	
（1）西北地区	酒楼	行业市场规模	
（2）西北地区	酒楼	行业市场现状	
（3）西北地区	酒楼	行业市场规模预测	
第九节 2025-2032年中国	酒楼	行业市场规模区域分布	预测
第十二章	酒楼	行业企业分析（随数据更新可能有调整）	
第一节 企业一			
一、企业概况			
二、主营产品			
三、运营情况			
（1）主要经济指标情况			
（2）企业盈利能力分析			
（3）企业偿债能力分析			
（4）企业运营能力分析			
（5）企业成长能力分析			
四、公司优势分析			
第二节 企业二			

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

（1）主要经济指标情况

（2）企业盈利能力分析

（3）企业偿债能力分析

（4）企业运营能力分析

（5）企业成长能力分析

四、公司优势分析

第三节 企业三

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

（1）主要经济指标情况

（2）企业盈利能力分析

（3）企业偿债能力分析

（4）企业运营能力分析

（5）企业成长能力分析

四、公司优势分析

第四节 企业四

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

（1）主要经济指标情况

（2）企业盈利能力分析

（3）企业偿债能力分析

（4）企业运营能力分析

（5）企业成长能力分析

四、公司优势分析

第五节 企业五

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

（1）主要经济指标情况

（2）企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第六节 企业六

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

(1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第七节 企业七

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

(1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第八节 企业八

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

(1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第九节 企业九

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第十节 企业十

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

(1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

【第四部分 展望、结论与建议】

第十三章 2025-2032年中国 酒楼 行业发展前景分析与预测

第一节 中国 酒楼 行业未来发展前景分析

一、中国 酒楼 行业市场机会分析

二、中国 酒楼 行业投资增速预测

第二节 中国 酒楼 行业未来发展趋势预测

第三节 中国 酒楼 行业规模发展预测

一、中国 酒楼 行业市场规模预测

二、中国 酒楼 行业市场规模增速预测

三、中国 酒楼 行业产值规模预测

四、中国 酒楼 行业产值增速预测

五、中国 酒楼 行业供需情况预测

第四节 中国 酒楼 行业盈利走势预测

第十四章 中国 酒楼 行业研究结论及投资建议

第一节 观研天下中国 酒楼 行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节 中国 酒楼 行业进入策略分析

一、目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节 酒楼 行业品牌营销策略分析

一、 酒楼 行业产品策略

二、 酒楼 行业定价策略

三、 酒楼 行业渠道策略

四、 酒楼 行业推广策略

第四节 观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202505/752884.html>