



艾凯咨询
ICAN Consulting

2010-2014年中国餐饮连锁业运 行走势及投资前景咨询报告

一、调研说明

《2010-2014年中国餐饮连锁业运行走势及投资前景咨询报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/144874.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.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、摘要、目录、图表

第一章 连锁经营概述

第一节 连锁经营概念及内涵

- 一、连锁经营的概念
- 二、连锁经营的分类
- 三、连锁经营的本质
- 四、连锁经营本质特征集中体现的四个原则

第二节 连锁经营三类形式主要特点

- 一、直营连锁 (Regular Chain简称RC)
- 二、特许连锁 (Franchise Chain简称FC)
- 三、自由连锁 (Voluntary Chain简称VC)

第二章 2009-2010年中国餐饮业发展综述分析

第一节 2009-2010年中国餐饮业发展概况

- 一、我国餐饮业发展历程
- 二、我国餐饮业发展总体状况
- 三、我国餐饮业发展的主要特征
- 四、促进我国餐饮业发展的因素
- 五、我国餐饮行业发展面临的机遇
- 六、《餐饮企业经营规范》自2007年12月1日起施行

第二节 2006-2009年上半年中国餐饮市场发展情况

- 一、2006年中国餐饮市场发展情况
- 二、2007中国餐饮业发展状况
- 三、2008年全国餐饮市场继续保持高位增长
- 四、2009上半年我国住宿与餐饮业市场发展状况

第三节 2005-2008年中国重点餐饮企业发展情况

- 一、2005年中国餐饮百强企业发展情况
- 二、2006年全国重点餐饮企业发展特点及存在的问题
- 三、2007年我国餐饮百强企业特征
- 四、2008年我国餐饮百强企业发展特点

第四节 部分地区餐饮业发展状况分析

- 一、2008年四川餐饮业发展特点
- 二、2008年上海餐饮行业经营状况分析
- 三、2008年广州餐饮市场消费分析
- 四、北京餐饮行业呈四大特点
- 五、2008-2009年上半年北京餐饮业经营状况
- 六、湖南餐饮业发展存在的问题与对策
- 第五节 全球金融危机对中国餐饮业的影响
 - 一、餐饮业是受金融危机冲击相对较小的行业
 - 二、金融危机对我国餐饮业影响的特点分析
 - 三、金融危机对高档餐饮业的影响分析
 - 四、扩大内需促进餐饮业发展
 - 五、餐饮业应对金融危机的方式
- 第六节 2009-2010年中国餐饮业存在的问题及发展对策
 - 一、我国餐饮业发展面临的主要挑战
 - 二、我国餐饮业需要改进解决的问题
 - 三、中国餐饮业的九大发展战略
 - 四、平衡餐饮市场与消费需求的措施
 - 五、餐饮业在体验经济时代的营销策略
 - 六、餐饮企业的主要营销手段
 - 七、中国餐饮业应当走连锁经营之路

第三章 2009-2010年中国餐饮连锁产业运行环境分析

第一节 2009-2010年中国餐饮连锁产业政策分析

- 一、中华人民共和国食品卫生法
- 二、餐饮业食品卫生管理办法
- 三、餐饮企业经营规范
- 四、商业特许经营管理条例

第二节 2009-2010年中国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP分析
- 二、中国CPI指数分析
- 三、工业发展形势分析

第三节 2009-2010年中国餐饮连锁产业社会环境分析

- 一、城乡居民家庭人均可支配收入
- 二、恩格尔系数

第四章 2009-2010年中国餐饮连锁行业运行态势分析

第一节 2009-2010年中国餐饮连锁行业发展概况

- 一、中国餐饮连锁经营进入高速增长期
- 二、餐饮连锁业品牌重新转向直营模式
- 三、中国餐饮业连锁经营的法律规范情况
- 四、连锁餐饮企业争入机场欲打破机场餐饮高价局面
- 五、国内外餐饮连锁发展比较分析

第二节 2005-2007年中国餐饮连锁业发展状况回顾

- 一、2005年中国限额以上连锁餐饮业发展特点
- 二、2006年餐饮业特许经营呈现四大特征
- 三、2007年我国连锁餐饮业调查情况

第三节 2009-2010年中国部分地区餐饮连锁业的发展分析

- 一、北京市餐饮连锁业发展强劲
- 二、福建省餐饮连锁企业快速发展
- 三、山西省零售餐饮连锁业发展势头强劲
- 四、重庆餐饮连锁业领先全国
- 五、2008年底东莞连锁餐饮企业发展分析

第四节 外资餐饮连锁企业在中国市场的发展分析

- 一、外资餐饮集团在中国市场进行加速扩张
- 二、美国餐饮连锁巨头"甜甜圈"进军中国市场
- 三、美国咖啡连锁巨头"唐恩都乐"进军上海
- 四、百胜餐饮连锁集团在中国市场的发展分析
- 五、金融危机下跨国餐饮连锁巨头纷纷进驻扩展中国版图

第五节 2009-2010年餐饮连锁行业面临的问题分析

- 一、餐饮连锁业面临的六大困惑
- 二、连锁餐饮业面临的主要问题
- 三、餐饮连锁企业面临快速成长与风险控制的两难困境
- 四、餐饮连锁企业发展面临挑战

第六节 2009-2010年中国餐饮连锁业发展策略分析

- 一、中国餐饮连锁业发展战略
- 二、餐饮连锁经营的关键准备工作
- 三、中国餐饮连锁业发展对策
- 四、餐饮业连锁战略的发展趋向

第五章 2009-2010年中国餐饮连锁产业市场运行动态分析

第一节 2009-2010年中国连锁餐饮市场竞争分析

- 一、外资连锁餐饮本土化竞争已升级
- 二、台湾连锁餐饮业积极进军大陆市场
- 三、连锁经营将成中式快餐企业迎战洋快餐之道
- 四、康师傅私房牛肉面馆欲改写连锁餐饮业竞争格局
- 五、标准细化可避免加盟和直营内斗
- 六、从五个方面打造连锁餐饮企业的核心竞争力

第二节 2009-2010年中国餐饮连锁市场品牌及营销策略

- 一、品牌化拓展已成连锁餐饮业的战略选择
- 二、打造连锁餐饮店品牌发展对策
- 三、连锁餐饮产品营销策略
- 四、餐饮连锁企业的"统一性"战略
- 五、餐饮连锁酒店抢占旅游市场应重视营销策略的创新

第三节 2009-2010年中国餐饮连锁业物流分析

- 一、餐饮连锁业已显现出第四方物流
- 二、餐饮连锁业物流的需求、成本与绩效评价
- 三、降低餐饮连锁业物流成本的途径

第六章 2004-2007年限额以上中国连锁餐饮业企业数据统计

第一节 2004年限额以上连锁餐饮业企业数据

- 一、2004年限额以上连锁餐饮企业（集团）数量分布
- 二、2004年限额以上连锁餐饮企业情况
- 三、2004年各地区限额以上连锁餐饮企业门店分布情况
- 四、2004年各地区限额以上连锁餐饮企业营业收入分布情况

第二节 2005年限额以上连锁餐饮业企业数据

- 一、2005年限额以上连锁餐饮业集团（企业）数量分布

- 二、2005年限额以上连锁餐饮业情况
- 三、2005年各地区限额以上连锁餐饮业门店分布
- 四、2005年各地区限额以上连锁餐饮业营业收入分布
- 五、2005年各地区限额以上连锁餐饮业配送中心数

第三节 2006年限额以上连锁餐饮业企业数据

- 一、2006年限额以上连锁餐饮业集团（企业）数分布情况
- 二、2006年限额以上连锁餐饮业情况
- 三、2006年限额以上连锁餐饮业门店数分布
- 四、2006年限额以上连锁餐饮业营业收入分布
- 五、2006年限额以上连锁餐饮业餐费收入分布

第四节 2007年限额以上连锁餐饮业企业数据

- 一、2007年限额以上连锁餐饮业集团（企业）数分布情况
- 二、2007年限额以上连锁餐饮业集团（企业）门店基本情况
- 三、2007年限额以上连锁餐饮业集团（企业）餐费及商品销售情况
- 四、2007年限额以上连锁餐饮业集团（企业）商品购进情况

第七章 2009-2010年中国中餐连锁业运行走势分析

第一节 2009-2010年中餐连锁业发展概况

- 一、欧洲新式中餐迈向跨国连锁经营之路
- 二、中国中餐连锁企业发展概况
- 三、中式连锁餐饮受资本市场青睐
- 四、中西餐饮文化差异解析

第二节 2009-2010年中国部分地区中餐连锁业的发展

- 一、杭州中餐连锁业发展之路任重道远
- 二、福州中餐连锁店入驻改变商场餐饮竞争格局
- 三、柳州市中餐连锁业遭遇“复制”瓶颈
- 四、南京中餐连锁业发展中存在的问题及对策

第三节 2009-2010年中国中式餐饮连锁企业人力资源分析

- 一、中式餐饮连锁企业人力资源需求状况
- 二、中式餐饮连锁企业的人力资源存在问题分析
- 三、中式餐饮连锁企业人力资源管理与开发的对策

第四节 2009-2010年中国中餐连锁业存在的问题及发展策略

- 一、中餐连锁经营中存在的问题及对策
- 二、中餐连锁企业内部运营障碍与对策
- 三、中式餐饮特许经营的问题与对策
- 四、中餐连锁经营企业的战略选择
- 五、中餐连锁业突破转型须借助信息技术完成三个"转换"
- 六、中式餐饮跨国连锁第一步本土化是关键
- 七、中餐连锁企业发展对策

第五节 2009-2010年中国中餐差异化连锁发展案例解析

- 一、小蓝鲸实施差异化连锁的发展原因
- 二、小蓝鲸实施差异化连锁的实践情况
- 三、差异化连锁经营的效果分析

第八章 2009-2010年中国其他餐饮连锁业的发展分析

第一节 连锁快餐业

- 一、特许连锁已成为快餐业主流模式
- 二、中式快餐连锁企业经营情况回顾
- 三、中式连锁快餐业迅速发展
- 四、金融危机下土豆效应催热快餐连锁业
- 五、国内中式快餐连锁企业的SWOT分析
- 六、中国中式快餐连锁企业的发展策略
- 七、快餐连锁业管理信息系统的结构和功能设计研究

第二节 各地区快餐连锁业发展状况

- 一、宁波中式连锁快餐品牌积极向外地扩张
- 二、温州市连锁快餐企业看好24小时营业模式
- 三、杭州连锁快餐企业加速布局全国版图
- 四、杭州本土中式连锁快餐业发展存在的问题

第三节 其它餐饮连锁业

- 一、台湾蛋糕咖啡连锁店攻进大陆市场
- 二、中外品牌糕点连锁发展现状分析
- 三、中国市场上的主要高端冰淇淋连锁

第九章 2009-2010年中国餐饮连锁业的经营管理分析

第一节 餐饮连锁业经营管理概况

- 一、餐饮连锁业的扩张与管理
- 二、酒店餐饮连锁经营自身模式建立的探索
- 三、连锁餐饮业的员工管理方案探析
- 四、餐饮连锁经营的关键准备

第二节 2009-2010年中国餐饮连锁业的选址模式剖析

- 一、餐厅连锁经营选址中应当考虑的因素
- 二、连锁餐厅选址应遵循的基本原则
- 三、连锁餐厅选址的模式及方法运用
- 四、西式餐饮连锁加盟店的选址

第三节 2009-2010年中国餐饮连锁经营的商圈分析

- 一、商圈的一般性原则
- 二、餐饮业商圈的特殊性
- 三、肯德基商圈策略的借鉴
- 四、餐饮连锁企业扩张过程中商圈情况分析
- 五、商圈内连锁餐饮企业单店取得相对竞争优势策略

第四节 连锁餐饮业顾客关系管理研究

- 一、顾客关系管理概念
- 二、顾客消费行为特征及影响就餐的因素
- 三、顾客需求信息的管理
- 四、顾客关系管理的对策建议

第十章 2009-2010年中国餐饮连锁信息化分析

第一节 餐饮业的信息化

- 一、餐饮企业实施信息化的原则
- 二、餐饮企业信息化平台的选择
- 三、信息化对餐饮企业的利益回报
- 四、发展餐饮信息化的软件与技术
- 五、我国餐饮业信息化发展困难
- 六、影响餐饮企业信息系统建设因素
- 七、餐饮信息化管理的三大趋势

第二节 2009-2010年中国餐饮连锁信息化分析

- 一、连锁餐饮信息化的模式
 - 二、餐饮连锁传统方式制约信息化发展
 - 三、餐饮连锁企业的信息化管理
 - 四、连锁餐饮信息化解决方案
 - 五、餐饮连锁信息化建议
- 第三节 2009-2010年中国餐饮连锁信息化集团管理分析

- 一、集团管理系统的组成
- 二、集团连锁信息化的目标
- 三、远程查询子系统
- 四、连锁管理子系统
- 五、集团管理方案的实施

第四节 2009-2010年中餐连锁企业信息技术的运用分析

- 一、中餐连锁业信息化技术应用概述
- 二、信息网络技术对中餐连锁业的必要性
- 三、先进信息技术运用促进现代化中餐连锁业发展
- 四、信息技术应用于中餐连锁业的策略

第五节 餐饮连锁信息化成功案例

- 一、百年老店全聚德的信息化经营
- 二、小肥羊的信息化经营
- 三、味千中国建立信息化商业平台
- 四、谭鱼头打造信息化新旗舰
- 五、“真功夫”全面打造信息化终端

第十一章 2009-2010年国外餐饮连锁重点企业竞争力分析

第一节 百胜餐饮集团

- 一、公司简介
- 二、2007财年百胜经营状况
- 三、2008财年百胜经营状况
- 四、2009财年上半年百胜经营状况
- 五、百胜集团加强中国本土化程度
- 六、百胜中国打造供应链新模式
- 七、百胜中国业绩增长受困同质化竞争

第二节 肯德基

一、公司简介

二、肯德基的营运模式

三、肯德基在中国"不从零开始"特许经营策略解读

四、肯德基在中国的快速发展及其战略分析

第三节 必胜客

一、公司简介

二、必胜客的经营策略分析

三、必胜客中国市场发展策略

四、必胜宅急送脱离必胜客衍生独立品牌

五、必胜客定位转向西式休闲餐饮领域

第四节 麦当劳

一、公司简介

二、2007年麦当劳经营状况

三、2008年麦当劳经营状况

四、2009年上半年麦当劳经营状况

五、麦当劳的经营理念

六、麦当劳高效服务的流程

第五节 棒•约翰

一、公司简介

二、2007财年棒•约翰经营状况

三、2008财年棒约翰经营状况

四、2009财年上半年棒约翰经营状况

五、棒•约翰注重差异化竞争

六、"棒•约翰"在中国市场的扩张

七、棒•约翰针对必胜客的竞争策略分析

第六节 星巴克

一、公司简介

二、2007财年星巴克经营状况

三、2008财年星巴克经营状况

四、2009财年前三季度星巴克经营状况

五、星巴克的经营之道

六、星巴克收回中国市场特许经营权

第十二章 2009-2010年中国餐饮连锁重点企业竞争力分析

第一节 味千（中国）控股有限公司

一、公司简介

二、2008年1-12月味千拉面经营状况分析

三、2009年1-9月味千拉面经营状况分析

四、味千中国收购深圳味千

第二节 内蒙古小肥羊餐饮连锁有限公司

一、公司简介

二、2008年1-12月小肥羊经营状况分析

三、2009年1-9月小肥羊经营状况分析

四、小肥羊市场整顿规范情况

五、小肥羊的资本运作及收获

六、小肥羊的经营管理策略解析

第三节 福记食品服务控股有限公司

一、公司简介

二、2006/07财年福记餐饮经营状况分析

三、2007/08财年福记餐饮经营状况分析

四、2008/09财年上半年福记食品经营状况分析

第四节 西安饮食服务集团股份有限公司

一、公司基本概述

二、2008-2009年公司主要财务指标分析

三、2008-2009年公司盈利能力分析

四、2008-2009年公司经营效率分析

五、2008-2009年公司偿债能力分析

六、2008-2009年公司成长能力分析

七、2008-2009年公司竞争力分析

第五节 中国全聚德（集团）股份有限公司

一、公司简介

二、2008-2009年全聚德经营状况分析

三、全聚德的品牌经营情况及品牌营销战略

四、全聚德连锁经营发展分析

五、全聚德扩展模式发展分析

第六节 上海永和大王餐饮有限公司

一、公司简介

二、菲律宾餐饮连锁巨头全资收购永和大王

三、永和大王高调进军天津

第七节 广州市真功夫餐饮管理有限公司

一、公司简介

二、真功夫欲打造全球中式快餐霸主

三、真功夫上市发展计划

四、真功夫的创新过程与成果

五、真功夫快速发展存在的问题

第八节 深圳面点王饮食连锁有限公司

一、公司简介

二、深圳面点王迅速发展背后的经营理念

三、面点王的营销策略解析

四、面点王快速发展的成功之道

第九节 德克士西式快餐连锁

一、公司简介

二、德克士实施的加盟策略分析

三、德克士发布2030战略加速布局西式快餐领域

四、“德克士”品牌经营发展对策

五、德克士的三大发展战略

第十节 重庆乡村基快餐连锁有限公司

一、公司简介

二、乡村基的发展之路

三、乡村基的经营理念

四、2007年乡村基获得投资2000万

五、乡村基低调进入火锅市场

第十三章 2010-2014年中国餐饮连锁行业投资分析及发展趋势分析

第一节 2010-2014年中国餐饮连锁业投资分析

- 一、金融危机下国内投资转向餐饮业
 - 二、我国餐饮连锁业迎来新一轮风投热
 - 三、餐饮连锁企业风险资本利用分析
 - 四、两岸餐饮业面临投资机遇
 - 五、连锁经营的风险及规避对策
 - 六、餐饮连锁店的投资考察事项
 - 七、我国连锁餐饮业的投资回报周期
- 第二节 2010-2014年中国连锁经营及餐饮业发展趋势
- 一、连锁经营的四个发展趋势
 - 二、中国餐饮业的总体发展趋势
 - 三、中国餐饮消费呈三大发展趋势
 - 四、未来餐饮业营销的的几大发展方向
 - 五、今后一两年或将迎来我国餐饮企业上市热潮
 - 六、未来几年中国餐饮业的几个发展趋势
- 第三节 2009-2013年全国餐饮业发展规划纲要
- 一、发展目标和主要任务
 - 二、餐饮业发展格局
 - 三、餐饮业发展重点
 - 四、主要政策和措施

图表名称：部分

- 图表 相关年度中国餐饮业零售额"跨千亿元台阶"情况
- 图表 2005与2006年中国餐饮业月度零售额对比情况
- 图表 2006年中国餐饮业各季度零售额比重
- 图表 2006年东中西部地区餐饮业发展情况比较
- 图表 2000-2006年东中西部地区餐饮业增长率比较
- 图表 2006年中国主要省市餐饮业三项指标前十名排序
- 图表 2006年中国主要城市餐饮业三项指标前十名排序
- 图表 2004-2006年中国餐饮业结构变化情况
- 图表 2008年我国餐饮业月度零售额对比情况
- 图表 2008年各季度餐饮业零售额比重
- 图表 2008年全国东中西部地区餐饮业发展情况比较

图表 2008年全国各省市餐饮业发展情况

图表 2008年广州市场餐厅数量增长情况

图表 广州餐厅价位分布

图表 广州热门餐厅商区分布

图表 2008年度广州热门搜索菜TOP10

图表 2006年限额以上餐饮业效益比率比较

图表 2004年中国部分餐饮连锁企业基本情况

图表 2005年中国东中西部地区限额以上连锁餐饮业门店数及营业收入

图表 2005年中国大中小城市限额以上连锁餐饮业门店数及营业收入

图表 2006年福建省限额以上连锁企业经营情况

图表 限额以上连锁企业按注册类型分的经营情况

图表 限额以上连锁企业按零售业态分的经营情况

图表 2004年限额以上连锁餐饮集团数（按登记注册类型，业态分）

图表 2004年各地区限额以上连锁餐饮企业（集团）数量（按业态分）

图表 2004年限额以上连锁餐饮企业基本情况

图表 2004年限额以上连锁餐饮企业情况（按业态分）

图表 2004年限额以上连锁餐饮企业基本情况（按登记注册类型分）

图表 2004年限额以上连锁餐饮企业经营情况（按登记注册类型分）

图表 2004年限额以上连锁餐饮企业资产和负债情况（按登记注册类型分）

图表 2004年各地区限额以上连锁餐饮企业门店数（按业态分）

图表 2004年各地区限额以上连锁餐饮企业营业收入（按业态分）

图表 2005年限额以上连锁餐饮业集团（企业）数（按登记注册类型，业态分）

图表 2005年各地区限额以上连锁餐饮业集团（企业）数（按业态分）

图表 2005年限额以上连锁餐饮业情况（按业态分）

图表 2005年限额以上连锁餐饮业基本情况（按登记注册类型分）

图表 2005年限额以上连锁餐饮业商品购进额情况（按登记注册类型分）

图表 2005年限额以上连锁餐饮业营业收入情况（按登记注册类型分）

图表 2005年各地区限额以上连锁餐饮业门店数（按业态分）

图表 2005年各地区限额以上连锁餐饮业营业收入（按业态分）

图表 2005年各地区限额以上连锁餐饮业配送中心数（按业态分）

图表 2006年限额以上连锁餐饮业集团（企业）数（按登记注册类型和业态分）

图表 2006年限额以上连锁餐饮企业（集团）数（按行业和业态分）

图表 2006年限额以上连锁餐饮企业（集团）数（按行业与登记注册类型分）

图表 2006年限额以上连锁餐饮业集团（企业）数（按地区与业态分）

图表 2006年限额以上连锁餐饮企业（集团）数（按地区与登记注册类型分）

图表 2006年限额以上连锁餐饮企业（集团）数（续,按地区与登记注册类型分）

图表 2006年限额以上连锁餐饮企业（集团）数（按地区与行业分）

图表 2006年限额以上连锁餐饮业基本情况

图表 2006年限额以上连锁餐饮业情况（按业态分）

图表 2006年限额以上连锁餐饮业基本情况（按登记注册类型分）

图表 2006年限额以上连锁餐饮业商品购进总额情况（按登记注册类型分）

图表 2006年限额以上连锁餐饮业营业收入情况（按登记注册类型分）

图表 2006年限额以上连锁餐饮业基本情况（按行业分）

图表 2006年限额以上连锁餐饮业商品购进总额情况（按行业分）

图表 2006年限额以上连锁餐饮业营业收入情况（按行业分）

图表 2006年限额以上连锁餐饮业门店数（按地区与业态分）

图表 2006年限额以上连锁餐饮业营业收入（按地区与业态分）

图表 2006年限额以上连锁餐饮业餐费收入（按地区与业态分）

图表 2006-2007年限额以上连锁餐饮业集团（企业）基本情况（按登记注册类型分）

图表 2004-2007年限额以上连锁餐饮业集团（企业）基本情况

图表 2007年限额以上连锁餐饮业集团（企业）基本情况（按地区分）

图表 2007年限额以上连锁餐饮业集团（企业）基本情况（按行业分）

图表 2006-2007年限额以上连锁餐饮业集团（企业）门店总数（按业态分）

图表 2006-2007年限额以上连锁餐饮业集团（企业）营业面积（按业态分）

图表 2006-2007年限额以上连锁餐饮业集团（企业）从业人数（按业态分）

图表 2006-2007年限额以上连锁餐饮业集团（企业）餐位数（按业态分）

图表 2006-2007年限额以上连锁餐饮业集团（企业）餐费及商品销售收入（按业态分）

图表 2006-2007年限额以上连锁餐饮业集团（企业）商品购进总额（按业态分）

图表 企业的信息处理系统的物理结构方案

图表 管理信息系统的局部实施图

图表 管理信息系统的核心模块体系

图表 2005-2007财年百胜损益表

图表 2005-2007财年百胜不同部门收入情况

图表 2003-2007财年百胜餐厅数量

图表 2003-2007财年百胜旗下不同品牌餐厅数量

图表 2003-2007财年百胜旗下分地区分品牌餐厅销售额

图表 2006-2008财年百胜综合损益表

图表 2006-2008财年百胜不同部门收入情况

图表 2004-2008财年百胜餐厅数量

图表 2008-2009财年上半年百胜综合损益表

图表 2008-2009财年上半年百胜不同部门收入情况

图表 2009财年上半年末百胜餐厅数量

图表 麦当劳与肯德基的品牌定位、消费群体、餐厅环境及人均消费情况

图表 2005-2007年麦当劳综合损益表

图表 2005-2007年麦当劳分地区收入情况

图表 2005-2007年末麦当劳公司特许经营及直营店数目

图表 2005-2007年麦当劳不同地区餐厅数量情况

图表 2006-2008年麦当劳综合损益表

图表 2006-2008年麦当劳分业态分地区收入情况

图表 2006-2008年麦当劳分地区营业利润情况

图表 2006-2008年麦当劳不同地区餐厅数量

图表 2006-2008年末麦当劳公司不同业态餐厅数目

图表 2008-2009年上半年麦当劳综合损益表

图表 2008-2009年上半年麦当劳不同地区收入和营业利润情况

图表 2008-2009年上半年麦当劳餐厅数量情况

图表 2005-2007财年棒约翰综合损益表

图表 2005-2007财年末棒约翰餐厅数量情况

图表 2005-2007财年棒约翰不同部门收入情况

图表 2006-2008财年棒约翰综合损益表

图表 2006-2008年末棒约翰餐厅数量情况

图表 2008-2009财年上半年棒约翰综合损益表

图表 2008-2009财年上半年末棒约翰餐厅数量情况

图表 2003-2007财年星巴克主要财务数据和财务指标

图表 2007财年星巴克不同营业部门损益情况

图表 2007财年星巴克收入构成百分比情况

图表 2005-2007财年星巴克不同地区外部客户净收入情况

图表 2003-2007财年星巴克不同地区公司新开零售店面及总店面数量

图表 2007财年星巴克不同地区直营店面数量

图表 2007-2008财年星巴克简明损益表（未经审计）

图表 2008财年星巴克不同部门损益情况

图表 2007财年星巴克收入构成百分比情况

图表 2005-2007财年星巴克不同地区外部客户净收入情况

图表 2007-2008财年星巴克不同地区店面数量情况

图表 2007财年星巴克不同地区直营零售店面数量

图表 2008-2009财年前三季度星巴克综合损益表（未审计）

图表 2008-2009财年前三季度星巴克不同部门不同类型收入情况

图表 2007-2008年味千拉面综合损益表

图表 2007-2008年末味千拉面零售连锁餐厅数量

图表 2007-2008年味千拉面按地区和标准分类的餐厅数量

图表 2007-2008年味千拉面经营的主要营运比率

图表 2007-2008年味千拉面营业额（分地区）

图表 2007-2008年味千拉面营业额（分业务）

图表 2009年1-9年味千拉面主要财务数据

图表 2009年1-9年味千拉面非经常性损益项目及金额

图表 2008-2009年上半年味千拉面综合损益表

图表 2007-2008年小肥羊综合损益表

图表 2008年小肥羊分部收益情况

图表 2008年小肥羊分地区收益情况

图表 2007-2008年12月31日小肥羊分地区餐厅数目

图表 2008-2009年上半年小肥羊综合损益表（未经审核）

图表 2003-2007财年福记餐饮主要财务数据

图表 2003-2007财年福记餐饮营业额分业务情况

图表 2003-2007财年福记餐饮营业额分业务数据

图表 2003-2007财年福记餐饮经营盈利变动趋势

图表 2003-2007财年福记餐饮年度盈利变动趋势

图表 2006-2007财年福记餐饮综合损益表

图表 2008财年福记餐饮综合损益表

图表 2008财年福记餐饮营业额和业绩分业务情况

图表 2009财年上半年福记食品综合损益表（未经审核）

图表 2009财年上半年福记食品分部收益情况（未经审核）

图表 2008-2009年西安饮食服务集团股份有限公司主要财务指标分析

图表 2008-2009年西安饮食服务集团股份有限公司盈利能力分析

图表 2008-2009年西安饮食服务集团股份有限公司经营效率分析

图表 2008-2009年西安饮食服务集团股份有限公司偿债能力分析

图表 2008-2009年西安饮食服务集团股份有限公司成长能力分析

图表 2008-2009年中国全聚德（集团）股份有限公司主要财务指标分析

图表 2008-2009年中国全聚德（集团）股份有限公司盈利能力分析

图表 2008-2009年中国全聚德（集团）股份有限公司经营效率分析

图表 2008-2009年中国全聚德（集团）股份有限公司偿债能力分析

图表 2008-2009年中国全聚德（集团）股份有限公司成长能力分析

图表 略。。。。。。。。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/144874.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。