



艾凯咨询
ICAN Consulting

2010-2015年中国餐饮连锁业深度调研与战略前景分析报告

一、调研说明

《2010-2015年中国餐饮连锁业深度调研与战略前景分析报告》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/146250.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 连锁经营相关概述

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年中国餐饮业运行形势透析

第一节 2009-2010年中国餐饮业运行综述

- 一、我国餐饮业运行特点分析
- 二、国内餐饮业的电子商务存在方式
- 三、2009年我国餐饮服务许可证制度正式启用
- 四、餐饮消费者快餐消费习惯及态度研究
- 五、促进我国餐饮业发展的因素

第二节 2009-2010年上半年中国餐饮市场运行体质

- 一、2007中国餐饮业经济运行分析
- 二、2009年中国餐饮业经济运行分析
- 三、2009年中国住宿餐饮零售状况
- 四、2009年全国住宿与餐饮业零售总额同比

第三节 2009-2010年中国重点餐饮企业运行状况透析

- 一、2009年我国餐饮百强企业特征
- 二、2009年度中国餐饮百强企业经营情况
- 三、09年餐饮百强销售额超千亿
- 四、全国重点餐饮企业发展特点及存在的问题

第四节 2009-2010年中国部分地区餐饮业的运行分析

- 一、北京餐饮行业

- 二、山东省餐饮业收入状况
- 三、四川省餐饮业运行分析
- 四、湖南餐饮业发展存在的问题与对策
- 五、2009年上海市餐饮业状况
- 六、2009年杭州住宿餐饮业零售状况
- 第五节 08年北京奥运会对中国餐饮业的影响分析
 - 一、奥运会对餐饮业的巨大影响
 - 二、北京奥运促进餐饮业结构升级
 - 三、香港"奥运大餐"销路良好
 - 四、后奥运时期北京旅游餐饮业将持续发展
- 第六节 2009年全球金融危机对中国餐饮业的影响
 - 一、金融危机影响上海餐饮业
 - 二、金融危机影响深圳餐饮业
 - 三、金融危机对杭州餐饮业的影响
 - 四、金融危机对香港餐饮业影响严重
 - 五、在华西式餐饮连锁未受全球金融危机影响
 - 六、扩大内需促进餐饮业发展
 - 七、餐饮业应对金融危机的方式
- 第七节 2009-2010年中国餐饮业存在的问题及发展对策
 - 一、我国餐饮业面临的问题
 - 二、中国餐饮业的九大发展战略
 - 三、平衡餐饮市场与消费需求的措施
 - 四、餐饮业在体验经济时代的营销策略
 - 五、餐饮企业的主要营销手段
 - 六、中国餐饮业应当走连锁经营之路

第三章 2009-2010年中国餐饮连锁行业运行分析

第一节 2009-2010年中国餐饮连锁行业运行总况

- 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 2009-2010年中国餐饮连锁业发展状况分析

- 一、中国部分餐饮连锁企业基本情况
- 二、中国限额以上连锁餐饮业发展特点
- 三、餐饮业特许经营呈现四大特征
- 四、我国餐饮连锁企业盈利状况分析

第三节 2009-2010年中国部分地区餐饮连锁业的发展

- 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、重庆连锁餐饮企业寻找新办法新出路

第四节 2009-2010年外资餐饮连锁企业在中国市场运行分析

- 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

第五节 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、标准细化可避免加盟和直营内斗
- 五、从五个方面打造连锁餐饮企业的核心竞争力

第六节 2009-2010年中国餐饮连锁市场品牌及营销策略分析

- 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

第七节 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

第八节 2009-2010年中国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、餐饮连锁品牌延伸还存在人才瓶颈
- 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

第九节 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

第四章 2009-2010年中国餐饮连锁产业运行环境解析

第一节 2009-2010年中国餐饮业发展经济环境分析

- 一、中国GDP分析
- 二、中国CPI分析
- 三、中国城镇居民家庭可支配收入及恩格尔系数分析

第二节 2009-2010年中国餐饮业运行政策环境分析

- 一、“节约型社会”与餐饮业分析
- 二、《餐饮企业经营规范》解读
- 三、餐饮行业的加盟连锁的相关政策

第三节 2009-2010年中国餐饮业运行社会环境分析

- 一、人们生活水平提高
- 二、旅游产业空前高涨

第五章 2009-2010年中餐连锁业运行走势深度剖析

第一节 2009-2010年中国中餐连锁业运行总述

- 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、中西餐饮文化差异解析

第二节 2009-2010年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、柳州市中餐连锁业遭遇“复制”瓶颈
- 三、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、中式餐饮跨国连锁第一步本土化是关键
- 六、中餐连锁企业发展对策

第六章 2009-2010年中国其他餐饮连锁业的运行探析

第一节 2009-2010年中国连锁快餐业运行分析

- 一、特许连锁已成为快餐业主流模式
- 二、杭州本土中式连锁快餐业发展存在的问题
- 三、中式快餐连锁企业经营情况分析
- 四、国内中式快餐连锁企业的SWOT分析
- 五、中国中式快餐连锁企业的发展策略
- 六、快餐连锁业管理信息系统的结构和功能设计研究

第二节 2009-2010年中国其它餐饮连锁业运行分析

- 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

第七章 2009-2010年中国餐饮连锁业的经营管理分析

第一节 2009-2010年中国餐饮连锁业经营管理运行分析

- 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 2009-2010年中国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

第八章 2009-2010年中国餐饮连锁信息化新进展

第一节 2009-2010年中国餐饮业的信息化分析

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

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年中国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现状

二、信息网络技术对中餐连锁业的必要性

三、信息技术应用于中餐连锁业的策略

第五节 2009-2010年中国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

第九章 2009-2010年国外餐饮连锁重点企业

第一节 百胜餐饮集团

一、公司简介

二、2009-2010年年百胜经营状况

三、百胜集团加强中国本土化程度

四、百胜集团进军华南中式快餐市场

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、肯德基在中国餐厅数量已突破2000家

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成独立品牌

第三节 麦当劳

一、公司简介

二、2009-2010年麦当劳经营状况

三、麦当劳的经营理念

四、麦当劳高效服务的流程

第四节 棒•约翰

一、公司简介

二、2009-2010年棒•约翰经营状况

三、棒•约翰注重差异化竞争

四、“棒•约翰”在中国市场的扩张

五、棒•约翰针对必胜客的竞争策略分析

第五节 星巴克

一、公司简介

二、2009-2010年星巴克经营状况

三、星巴克的经营之道

四、星巴克收回中国市场特许经营权

第十章 2009-2010年中国国内餐饮连锁重点企业竞争力对比分析

第一节 味千（中国）控股有限公司

一、公司简介

二、2009-2010年味千拉面经营状况分析

三、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、2009年小肥羊经营状况分析

三、小肥羊市场整顿规范情况

四、小肥羊已进入全新发展阶段

五、小肥羊上市运作状况探析

第三节 福记食品服务控股有限公司

一、公司简介

二、2009-2010财年第一季度福记餐饮经营状况分析

三、福记食品售连锁餐厅业务套现3.3亿元

第四节 西安饮食股份有限公司（000721）

- 一、企业简介
- 二、企业营业范围
- 三、企业主要财务指标
- 四、主营收入分布情况
- 五、财务比率分析

第五节 中国全聚德（集团）股份有限公司（002186）

- 一、企业简介
- 二、企业营业范围
- 三、企业主要财务指标
- 四、主营收入分布情况
- 五、财务比率分析
- 六、全聚德连锁经营发展分析
- 七、全聚德的品牌经营情况及品牌营销战略

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
- 四、永和大王加快国内新店建设

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、真功夫的创新过程与成果
- 四、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、德克士的创新经营促进发展

三、"德克士"品牌经营发展对策

四、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、2009年乡村基获得投资2000万

……

第十一章 2010-2015年中国餐饮连锁行业前景展望与发展趋势预测

第一节 2010-2015年中国餐饮连锁业前景展望

一、中国餐饮业前景探析

二、未来中国餐饮连锁经营业前景透析

第二节 2010-2015年中国连锁经营及餐饮业发展趋势

一、中国餐饮业的主要发展趋势

二、连锁经营的四个发展趋势

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、2010-2015年中国餐饮业主要发展趋势

六、餐饮连锁行业发展战略趋向资本运作

七、餐饮业连锁战略发展趋势

第十一章 2010-2015年中国餐饮连锁行业前景展望与发展趋势预测

第一节 2009-2010年中国餐饮连锁业投资阐述

一、中国餐饮业投资特性分析

二、新形势下餐饮连锁投资价值分析

三、餐饮连锁店的投资考察事项

第二节 2010-2015年中国餐饮连锁业投资概况

一、金融危机下餐饮连锁成国际风投避风港

二、金融危机下国内投资转向餐饮业

三、餐饮连锁成为风险投资新目标

四、餐饮连锁企业的风险投资分析

第三节 2010-2015年中国连锁经营的风险及规避对策

图表目录：（部分）

图表：1978-2005年餐饮业与社会消费品零售总额的增速比较

图表：2009年中国餐饮业零售额与增长速度

图表：2009年全国三大区域餐饮业发展情况比较

图表：“十一五”时期全国三大区域餐饮业零售额

图表：2009年全国各省市餐饮业发展排序

图表：2009年全国各城市餐饮业发展排序

图表：1991-2009年中国人均餐饮消费变化情况

图表：1976-2009年中国餐饮业增长贡献率和拉动率变化情况

图表：相关年度中国餐饮业零售额“跨千亿元台阶”情况

图表：2005~2009年中国餐饮业月度零售额对比情况

图表：2009年中国餐饮业各季度零售额比重

图表：2009年东中西部地区餐饮业发展情况比较

图表：2000-2009年东中西部地区餐饮业增长率比较

图表：2009年中国主要省市餐饮业三项指标前十名排序

图表：2009年中国主要城市餐饮业三项指标前十名排序

图表：2004-2009年中国餐饮业结构变化情况

图表：2009年全国住宿和餐饮业零售额同比增长表

图表：2009年全国住宿和餐饮业零售额对比情况

图表：2009年限额上、下企业经营对比情况

图表：2009年限额以上餐饮业效益比率比较

图表：2009年中国部分餐饮连锁企业基本情况

图表：2009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：2009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：2009年福建省限额以上连锁企业经营情况

图表：2009-2010年限额以上连锁餐饮业集团（企业）门店总数（按业态分）

图表：2009-2010年限额以上连锁餐饮业集团（企业）营业面积（按业态分）

图表：2009-2010年限额以上连锁餐饮业集团（企业）从业人数（按业态分）

图表：2009-2010年限额以上连锁餐饮业集团（企业）餐位数（按业态分）

图表：2009-2010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：2009-2010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：中国全聚德（集团）股份有限公司主营收入分布情况

图表：中国全聚德（集团）股份有限公司偿债比率分析

图表：中国全聚德（集团）股份有限公司获利能力分析

图表：中国全聚德（集团）股份有限公司运营能力分析

图表：中国全聚德（集团）股份有限公司财务能力分析

图表：西安饮食股份有限公司主营收入分布情况

图表：西安饮食股份有限公司偿债比率分析

图表：西安饮食股份有限公司获利能力分析

图表：西安饮食股份有限公司运营能力分析

图表：西安饮食股份有限公司财务能力分析

图表：……

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/146250.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。