



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2009年中国餐饮连锁行业市场分析 及投资咨询报告

## 一、调研说明

《2009年中国餐饮连锁行业市场分析及投资咨询报告》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/22870.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](mailto: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

#### 一、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

#### 二、连锁经营三类形式主要特点

- (一) 直营连锁
- (二) 特许连锁
- (三) 自由连锁

### 第二章 2008年中国餐饮连锁业发展环境

#### 一、2008年中国经济发展环境

- (一) 2008年中国宏观经济运行情况
- (二) 全球金融危机对中国产业格局影响
- (三) 中国应对金融危机的措施

#### 二、2008年中国餐饮业发展政策环境

- (一) 《餐饮企业经营规范》解读
- (二) "节约型社会"与餐饮业
- (三) 商务部七项措施推进中国餐饮业发展

### 第三章 2008年全球餐饮连锁业市场运行格局

#### 一、2008年全球餐饮连锁业形势发展

- (一) 全球餐饮连锁巨头抢占中国市场
- (二) 2008年全球餐饮连锁业竞争战略
- (三) 全球餐饮连锁经营启示

#### 二、2008年全球餐饮连锁市场运行

- (一) 需求不断上升
- (二) 市场格局发生变化

### (三) 市场发展特色

## 三、2009-2012年全球餐饮连锁行业发展前景预测

## 第四章 2008年中国餐饮业发展态势

### 一、2008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

### 二、2008年中国餐饮市场发展情况

- (一) 中国餐饮市场状况及发展特点
- (二) 中国住宿餐饮零售状况

### 三、2008年中国重点餐饮企业发展情况

- (一) 2008年全国重点餐饮企业发展特点及存在的问题
- (二) 2008年我国餐饮百强企业特征

### 四、2008年北京奥运会对中国餐饮业的影响

- (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

### 五、2008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

### 六、2008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

## 第五章 2008年中国餐饮连锁行业发展局势

### 一、2008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

### 二、2008年中国部分地区餐饮连锁业发展状况

- (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

### 三、2008年外资餐饮连锁企业在中国市场发展现状

- (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

### 四、2008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

### 五、2008年中国餐饮连锁业物流状况

- (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

### 六、2008年中国餐饮连锁行业面临的问题

- (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

## 七、2008年中国餐饮连锁业发展策略

- (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

## 第六章 2008年中国细分餐饮连锁行业发展态势探析——中餐连锁业

### 一、2008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) 中西餐饮文化差异

### 二、2008年中国部分地区中餐连锁业发展态势

- (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

### 三、2008年中国中式餐饮连锁企业人力资源

- (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
- (三) 中式餐饮连锁企业人力资源管理与开发的对策

### 四、2008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

## 第七章 2008年中国细分餐饮连锁行业发展形势探析——其他餐饮连锁业

### 一、连锁快餐业

- (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
- (四) 国内中式快餐连锁企业的SWOT
- (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

## 二、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
- (三) 中国市场上的主要高端冰淇淋连锁

## 第八章 2008年中国餐饮连锁行业经营管理状况简析

### 一、2008年中国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

### 二、2008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

### 三、2008年中国餐饮连锁经营商圈

- (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
- (五) 商圈内连锁餐饮企业单店取得相对竞争优势策略

### 四、2008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

### 第九章 2008年中国餐饮连锁信息化发展状况

#### 一、2008年中国餐饮业信息化发展态势

- （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

#### 二、2008年中国餐饮连锁信息化形势

- （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

#### 三、2008年中国餐饮连锁信息化集团管理现状

- （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

#### 四、2008年中国中餐连锁企业信息技术运用状况

- （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

#### 五、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

## 第十章 全球著名餐饮连锁重点企业

### 一、百胜餐饮集团

(一) 公司简介

(二) 百胜集团加强中国本土化程度

(三) 百胜集团进军华南中式快餐市场

### 二、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

### 三、麦当劳

(一) 公司简介

(二) 麦当劳的经营理念

(三) 麦当劳高效服务的流程

### 四、必胜客

(一) 公司简介

(二) 必胜客的经营策略

(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

### 五、棒！约翰

(一) 公司简介

(二) 棒约翰注重差异化竞争

(三) "棒！约翰"在中国市场的扩张

(四) 棒!约翰针对必胜客的竞争策略

### 六、星巴克

(一) 公司简介

(二) 星巴克的经营之道

(三) 星巴克建立让顾客信任的品牌营销战略

(四) 星巴克收回中国市场特许经营权

## 第十一章 中国餐饮连锁重点企业

### 一、中国全聚德（集团）股份有限公司

#### （一）企业概况

#### （二）企业经营状况

### 二、味千（中国）控股有限公司

#### （一）企业概况

#### （二）企业经营状况

### 三、内蒙古小肥羊餐饮连锁有限公司

#### （一）企业概况

#### （二）企业经营状况

### 四、福记食品服务控股有限公司

#### （一）企业概况

#### （二）企业经营状况

### 五、西安饮食股份有限公司

#### （一）企业概况

#### （二）企业经营状况

## 第十二章 2008年中国连锁餐饮行业竞争态势

### 一、2008年中国连锁餐饮市场竞争现状

#### （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

### 二、2008年中国餐饮连业竞争存在的问题

### 三、2009-2012年中国餐饮连锁业竞争趋势

## 第十三章 2009-2012年中国餐饮连锁行业发展及投资

### 一、2009-2012年中国餐饮业市场新动向

#### （一）绿色餐饮兴起

#### （二）连锁经营将成为主攻方向

#### （三）大众化"餐馆消费"引领餐饮新时尚

#### （四）超市就餐成为越来越多的美国人消费新时尚

## 二、2009-2012年中国餐饮连锁业发展趋势

- (一) 连锁经营的四个发展趋势
- (二) 餐饮连锁行业发展战略趋向资本运作
- (三) 餐饮业连锁战略发展趋势

## 三、2009-2012年中国餐饮连锁行业投资

- (一) 中国餐饮连锁行业投资环境
- (二) 中国餐饮连锁行业投资机会
- (三) 中国餐饮连锁行业投资风险

### 图表目录（部分）：

图表：2008年中国GDP增长情况

图表：2001-2008年中国工业增加值与发电量

图表：2005-2008年中国投资、消费、出口走势

图表：2001-2008年中国CPI、PPI走势

图表：2001-2008年中国进出口走势

图表：2001-2008年中国失业率走势

图表：2007-2008年中国货币供应量

图表：2008年1-9月份我国部分行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份我国周期性行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份耐用消费类产业出现负增长（同比增长率%）

图表：近期公布的刺激经济的政策一览表

图表：提高出口退税率的商品清单

图表：略&hellip;&hellip;

更多图表见报告正文

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/22870.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](http://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。