



艾凯咨询
ICAN Consulting

2018-2024年中国连锁餐饮行业 市场运营状况分析及投资规划建 议咨询报告

一、调研说明

《2018-2024年中国连锁餐饮行业市场运营状况分析及投资规划建议咨询报告》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/291348.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

报告目录：

第一章 连锁经营概述

1.1 连锁经营概念及内涵

1.1.1 连锁经营的概念

1.1.2 连锁经营的分类

1.1.3 连锁经营的本质

1.1.4 连锁经营本质特征集中体现的四个原则

1.2 连锁经营三类形式主要特点

1.2.1 直营连锁（Regular Chain简称RC）

1.2.2 特许连锁（Franchise Chain简称FC）

1.2.3 自由连锁（Voluntary Chain简称VC）

第二章 2014-2017年中国餐饮业的发展

2.1 中国餐饮业总体概述

2.1.1 中国餐饮业发展历程

2.1.2 我国餐饮业发展的重要作用

2.1.3 我国餐饮业发展状况总体概述

2.1.4 我国餐饮业发展的主要特征

2.1.5 促进我国餐饮业发展的因素

2.2 2014-2017年中国餐饮业政策环境分析

2.2.1 2016年我国餐饮行业政策综述

2.2.2 2017年我国餐饮行业政策综述

2.2.3 餐饮业工作指导意见发布

2.2.4 餐饮业经营管理办法发布

2.2.5 2017年我国餐饮业政策热点动向

2.3 2014-2017年中国餐饮市场发展现状分析

2.3.1 2015年中国餐饮市场运行状况

2.3.2 2016年中国餐饮市场运行状况

2.3.3 2017年中国餐饮市场运行状况

2.3.4 2017年中国餐饮市场形势分析

2.4 中国餐饮业发展中的问题分析

2.4.1 中国餐饮业存在的主要问题

2.4.2 我国餐饮行业经营面临的困境

2.4.3 中国餐饮业持续健康发展的挑战

2.4.4 中国集团饮食供应总体水平较低

2.5 促进中国餐饮业健康发展的对策

2.5.1 中国餐饮业的投资策略

2.5.2 平衡餐饮市场与消费需求的措施

2.5.3 餐饮企业的主要营销手段

2.5.4 中国餐饮业的个性化服务策略

第三章 2014-2017年中国餐饮连锁行业分析

3.1 2014-2017年中国餐饮连锁行业综述

3.1.1 中国餐饮连锁经营进入高速增长期

3.1.2 中国餐饮业连锁经营的法律规范情况

3.1.3 国内外餐饮连锁发展比较分析

3.1.4 连锁餐饮企业进驻一线城市发展剖析

3.1.5 餐饮企业实施连锁的路径分析

3.2 2014-2017年中国餐饮连锁业发展状况

3.2.1 2015年我国餐饮连锁业发展动态

3.2.2 2016年我国餐饮连锁业发展状况

3.2.3 2017年我国餐饮连锁业发展情况

3.2.4 2017年我国连锁餐饮企业的发展形势

3.3 2014-2017年中国部分地区餐饮连锁业的发展

3.3.1 重庆餐饮连锁业领先全国

3.3.2 资本助力武汉连锁餐饮业快速发展

3.3.3 安徽省连锁酒店餐饮业发展简况

3.3.4 广东限额以上连锁住宿餐饮业经营数据统计

3.3.5 北京鼓励连锁餐饮企业经营早餐业务

3.4 2014-2017年中国连锁餐饮市场竞争分析

3.4.1 我国餐饮连锁业竞争日趋激烈

3.4.2 康师傅私房牛肉面馆欲改写连锁餐饮业竞争格局

- 3.4.3 日本餐饮连锁巨头将大力进军中国市场
- 3.4.4 标准细化可避免加盟和直营内斗
- 3.5 餐饮连锁市场品牌及营销策略
 - 3.5.1 品牌化拓展已成连锁餐饮业的战略选择
 - 3.5.2 打造连锁餐饮店品牌发展对策
 - 3.5.3 餐饮连锁企业的"统一性"战略
 - 3.5.4 餐饮连锁酒店抢占旅游市场应重视营销策略的创新
- 3.6 餐饮连锁业物流分析
 - 3.6.1 餐饮连锁业已显现出第四方物流
 - 3.6.2 餐饮连锁业物流的需求、成本与绩效评价
 - 3.6.3 降低餐饮连锁业物流成本的途径
- 3.7 餐饮连锁行业面临的问题及对策
 - 3.7.1 餐饮连锁业面临的五大困惑
 - 3.7.2 连锁餐饮业面临的主要问题
 - 3.7.3 餐饮连锁企业面临快速成长与风险控制的两难困境
 - 3.7.4 中国餐饮连锁业发展对策

第四章 2015-2017年限额以上中国连锁餐饮业企业数据

- 4.1 2017年连锁餐饮业企业数据
 - 1.1.1 连锁餐饮业各类型企业经营情况
 - 1.1.2 连锁餐饮企业各业态经营情况
 - 1.1.3 我国各地区连锁餐饮企业情况
- 4.2 2017年连锁餐饮业企业数据
 - 4.2.1 我国连锁餐饮业各类型企业经营状况
 - 4.2.2 我国连锁餐饮企业各业态经营状况
 - 4.2.3 我国各地区连锁餐饮企业状况

第五章 2014-2017年餐饮连锁细分市场分析

- 5.1 2014-2017年中餐连锁业发展概况
 - 5.1.1 美式中餐连锁企业积极拓展海外市场
 - 5.1.2 中国中餐连锁企业发展概况
 - 5.1.3 中式连锁餐饮受资本市场青睐

- 5.1.4 华南区中餐连锁市场增添竞争新力量
- 5.1.5 中西餐饮文化差异解析
- 5.2 2014-2017年连锁快餐业分析
 - 5.2.1 我国快餐连锁行业发展综述
 - 5.2.2 中式连锁快餐业迅速发展
 - 5.2.3 国内中式快餐连锁企业的SWOT分析
 - 5.2.4 快餐连锁业管理信息系统的结构和功能设计研究
- 5.3 2014-2017年各地区快餐连锁业发展状况
 - 5.3.1 温州市连锁快餐企业看好24小时营业模式
 - 5.3.2 杭州连锁快餐企业加速布局全国版图
 - 5.3.3 宁波快餐连锁企业发展势头迅猛
 - 5.3.4 大庆市快餐连锁企业竞相抢占早餐市场份额
- 5.4 2014-2017年其它餐饮连锁业分析
 - 5.4.1 我国咖啡市场连锁竞争激烈
 - 5.4.2 中外品牌糕点连锁发展状况分析
 - 5.4.3 中国市场冰淇淋连锁竞争加剧
 - 5.4.4 冰淇淋连锁知名品牌入杭

第六章 2014-2017年餐饮连锁业的经营管理

- 6.1 餐饮连锁业经营管理概况
 - 6.1.1 酒店餐饮连锁经营自身模式建立的探索
 - 6.1.2 连锁餐饮业的员工管理方案探析
 - 6.1.3 餐饮连锁经营的关键准备
- 6.2 餐饮连锁业的选址模式剖析
 - 6.2.1 餐厅连锁经营选址中应当考虑的因素
 - 6.2.2 连锁餐厅选址应遵循的基本原则
 - 6.2.3 连锁餐厅选址的模式及方法运用
 - 6.2.4 西式餐饮连锁加盟店的选址
- 6.3 餐饮连锁经营的商圈分析
 - 6.3.1 商圈的一般性原则
 - 6.3.2 餐饮业商圈的特殊性
 - 6.3.3 肯德基商圈策略的借鉴

- 6.3.4 餐饮连锁企业扩张过程中商圈情况分析
- 6.3.5 商圈内连锁餐饮企业单店取得相对竞争优势策略
- 6.4 连锁餐饮业顾客关系管理研究
 - 6.4.1 顾客关系管理概念
 - 6.4.2 顾客消费行为特征及影响就餐的因素
 - 6.4.3 顾客需求信息的管理
 - 6.4.4 顾客关系管理的对策
- 6.5 连锁餐饮企业外卖服务模式案例分析
 - 6.5.1 麦当劳麦乐送业务供应链流程解析
 - 6.5.2 嘉和一品外卖业务供应链流程解析
 - 6.5.3 连锁餐饮企业外卖服务面临的难点及挑战

第七章 2014-2017年餐饮连锁信息化分析

- 7.1 餐饮业的信息化
 - 7.1.1 餐饮企业实施信息化的原则
 - 7.1.2 餐饮企业信息化平台的选择
 - 7.1.3 信息化对餐饮企业的利益回报
 - 7.1.4 发展餐饮信息化的软件与技术
 - 7.1.5 影响餐饮企业信息系统建设因素
 - 7.1.6 餐饮信息化管理的三大趋势
- 7.2 2014-2017年餐饮连锁信息化分析
 - 7.2.1 连锁餐饮信息化的模式
 - 7.2.2 餐饮连锁传统方式制约信息化发展
 - 7.2.3 餐饮连锁企业的信息化管理
 - 7.2.4 连锁餐饮信息化解决方案
 - 7.2.5 餐饮连锁信息化建议
- 7.3 中餐连锁企业信息技术的运用分析
 - 7.3.1 中餐连锁业信息化技术应用概述
 - 7.3.2 信息网络技术对中餐连锁业的必要性
 - 7.3.3 先进信息技术运用促进现代化中餐连锁业发展
 - 7.3.4 信息技术应用于中餐连锁业的策略
- 7.4 餐饮连锁信息化集团管理

- 7.4.1 集团管理系统的组成
- 7.4.2 集团连锁信息化的目标
- 7.4.3 远程查询子系统
- 7.4.4 连锁管理子系统
- 7.4.5 集团管理方案的实施
- 7.5 餐饮连锁信息化成功案例
 - 7.5.1 百年老店全聚德的信息化经营
 - 7.5.2 小肥羊的信息化经营
 - 7.5.3 味千中国建立信息化商业平台
 - 7.5.4 谭鱼头打造信息化新旗舰
 - 7.5.5 "真功夫"全面打造信息化终端

第八章 2014-2017年国外餐饮连锁重点企业经营状况分析

- 8.1 百胜餐饮集团
 - 8.1.1 公司简介
 - 8.1.2 2015年百胜餐饮经营状况
 - 8.1.3 2016年百胜餐饮经营状况
 - 8.1.4 2017年百胜餐饮经营状况
 - 8.1.5 百胜集团在中国市场增长强劲
 - 8.1.6 百胜发力我国西部地区餐饮市场
- 8.2 肯德基
 - 8.2.1 公司简介
 - 8.2.2 肯德基的营运模式
 - 8.2.3 肯德基在中国"不从零开始"特许经营策略解读
 - 8.2.4 肯德基在中国的快速发展及其战略分析
- 8.3 必胜客
 - 8.3.1 公司简介
 - 8.3.2 必胜客的经营策略分析
 - 8.3.3 必胜客中国市场投资策略
 - 8.3.4 必胜客中国变脸迎合消费者需求
- 8.4 麦当劳
 - 8.4.1 公司简介

- 8.4.2 2015年麦当劳经营状况
- 8.4.3 2016年麦当劳经营状况
- 8.4.4 2017年麦当劳经营状况
- 8.4.5 麦当劳的经营理念
- 8.4.6 麦当劳高效服务的流程
- 8.5 棒约翰
 - 8.5.1 公司简介
 - 8.5.2 2015年棒约翰经营状况
 - 8.5.3 2016年棒约翰经营状况
 - 8.5.4 2017年棒约翰经营状况
 - 8.5.5 棒约翰注重差异化竞争
 - 8.5.6 棒约翰针对必胜客的竞争策略分析
- 8.6 星巴克
 - 8.6.1 公司简介
 - 8.6.2 2015年星巴克经营状况
 - 8.6.3 2016年星巴克经营状况
 - 8.6.4 2017年星巴克经营状况
 - 8.6.5 星巴克的经营之道
 - 8.6.6 星巴克经营模式的转变解析

第九章 2014-2017年国内餐饮连锁重点企业经营状况分析

- 9.1 味千（中国）控股有限公司
 - 9.1.1 公司简介
 - 9.1.2 2015年味千经营状况分析
 - 9.1.3 2016年味千经营状况分析
 - 9.1.4 2017年味千经营状况分析
- 9.2 大家乐（中国）有限公司
 - 9.2.1 公司简介
 - 9.2.2 大家乐集团品牌发展历程
 - 9.2.3 2015年大家乐经营状况分析
 - 9.2.4 2016年大家乐经营状况分析
 - 9.2.5 2017年大家乐经营状况分析

9.3 内蒙古小肥羊餐饮连锁有限公司

9.3.1 公司简介

9.3.2 小肥羊正式并入百胜集团

9.3.3 2016年小肥羊发展状况分析

9.3.4 2017年小肥羊发展动态分析

9.4 西安饮食股份有限公司

9.4.1 企业发展概况

9.4.2 经营效益分析

9.4.3 业务经营分析

9.4.4 财务状况分析

9.4.5 未来前景展望

9.5 中国全聚德（集团）股份有限公司

9.5.1 企业发展概况

9.5.2 经营效益分析

9.5.3 业务经营分析

9.5.4 财务状况分析

9.5.5 未来前景展望

9.6 北京湘鄂情股份有限公司

9.6.1 企业发展概况

9.6.2 经营效益分析

9.6.3 业务经营分析

9.6.4 财务状况分析

9.6.5 未来前景展望

9.7 重庆乡村基快餐连锁有限公司

9.7.1 公司简介

9.7.2 乡村基的经营理念

9.7.3 乡村基的快速发展与扩张分析

9.7.4 重庆乡村基经营状况分析

9.8 康师傅私房牛肉面

9.8.1 公司简介

9.8.2 康师傅私房牛肉面发展概况

9.8.3 康师傅私房牛肉面成都再落新子

- 9.8.4 康师傅私房牛肉面的发展计划
- 9.9 上海永和大王餐饮有限公司
 - 9.9.1 公司简介
 - 9.9.2 菲律宾餐饮连锁巨头全资收购永和大王
 - 9.9.3 永和大王发展现状及未来规划
- 9.10 广州市真功夫餐饮管理有限公司
 - 9.10.1 公司简介
 - 9.10.2 真功夫欲打造全球中式快餐霸主
 - 9.10.3 真功夫的创新过程与成果
 - 9.10.4 真功夫快速发展存在的问题
- 9.11 深圳面点王饮食连锁有限公司
 - 9.11.1 公司简介
 - 9.11.2 深圳面点王迅速发展背后的经营理念
 - 9.11.3 面点王的营销策略解析
 - 9.11.4 面点王快速发展的成功之道
- 9.12 德克士西式快餐连锁
 - 9.12.1 公司简介
 - 9.12.2 德克士实施的加盟策略分析
 - 9.12.3 德克士发布2030战略加速布局西式快餐领域
 - 9.12.4 "德克士"品牌经营发展对策
 - 9.12.5 德克士的三大发展战略

第十章 餐饮连锁行业投资分析及发展趋势预测

- 10.1 餐饮连锁业投资分析
 - 10.1.1 我国餐饮业面临的机遇分析
 - 10.1.2 我国餐饮连锁业受风险投资青睐
 - 10.1.3 餐饮连锁业投资前景加剧
 - 10.1.4 连锁经营的风险及规避对策
 - 10.1.5 餐饮连锁店的投资考察事项
- 10.2 连锁经营及餐饮业发展趋势预测
 - 10.2.1 连锁经营的四个发展趋势
 - 10.2.2 新形势下我国餐饮市场展望

10.2.3 未来餐饮业竞争形势分析

10.2.4 未来几年中国餐饮业的几个发展趋势

10.2.5 未来餐饮业营销的的几大发展方向

10.2.6 2018-2024年中国餐饮连锁业市场规模预测

附录：

附录一：中华人民共和国食品安全法

附录二：餐饮业经营管理办法（试行）

附录三：餐饮企业经营规范

附录四：商业特许经营管理条例

图表目录：

图表：2002-2017年我国餐饮业零售总额增长速度

图表：2017年餐饮企业数量按行业类别分类构成

图表：2017年餐饮企业从业人数按行业类别分类构成

图表：2017年餐饮企业营业收入按行业类别分类构成

图表：2017年连锁餐饮企业营业收入按行业类别分类构成

图表：2017年餐饮企业电子商务交易额按行业类别分类构成

图表：2017年餐饮企业缴纳税金按行业类别分类构成

图表：2002-2017年中国餐饮收入及增速

图表：2017年全国餐饮收入月度增幅状况

图表：2017年全国餐饮收入季度增幅状况

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：2011-2017年百胜餐饮主要财务指标

图表：2011-2017年百胜餐饮不同业务类型店面个数

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/291348.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提供专业投资咨询报告、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。