

2011-2015年中国餐饮连锁 市场全景评估及投资潜力分析报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2011-2015年中国餐饮连锁市场全景评估及投资潜力分析报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/201107/71353.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

第一章 连锁经营相关概述 1

第一节 连锁经营概念及内涵 1

一、连锁经营的概念 1

二、连锁经营的分类 1

三、连锁经营的本质 5

四、连锁经营本质特征集中体现的四个原则 6

第二节 连锁经营三类形式主要特点 8

一、直营连锁（REGULAR CHAIN简称RC） 8

二、特许连锁（FRANCHISE CHAIN简称FC） 9

三、自由连锁（VOLUNTARY CHAIN简称VC） 9

第二章 2009-2010年中国餐饮业运行形势透析 11

第一节 2009-2010年中国餐饮业运行综述 11

一、我国餐饮业运行特点分析 11

二、国内餐饮业的电子商务存在方式 12

三、2009年我国餐饮服务许可证制度正式启用 13

四、餐饮消费者快餐消费习惯及态度研究 14

第二节 2009-2010年中国部分地区餐饮业的运行分析 16

一、北京餐饮行业 16

二、山东省餐饮业收入状况 17

三、四川省餐饮业运行分析 17

四、湖南餐饮业发展存在的问题与对策 17

五、上海市餐饮业状况 18

六、杭州住宿餐饮业零售状况 19

第三节 2009-2010年中国餐饮业存在的问题及发展对策 20

一、我国餐饮业面临的问题 20

二、中国餐饮业的九大发展战略 22

三、平衡餐饮市场与消费需求的措施 26

四、餐饮业在体验经济时代的营销策略 28

五、餐饮企业的主要营销手段 30

六、中国餐饮业应当走连锁经营之路 35

第三章 “十一五”期间中国餐饮连锁行业发展环境分析 38

第一节 国内宏观经济情况分析 38

一、GDP历史变动轨迹分析 38

二、固定资产投资历史变动轨迹分析 42

三、2010年中国宏观经济发展预测分析 44

第二节 中国餐饮连锁行业政策环境分析 47

一、“节约型社会”与餐饮业分析 47

二、《餐饮企业经营规范》解读 50

三、餐饮行业的加盟连锁的相关政策 55

第四章 “十一五”期间我国餐饮连锁行业发展现状分析 57

第一节 “十一五”期间中国餐饮连锁行业运行总况 57

一、中国餐饮连锁经营进入高速增长期 57

二、餐饮连锁业品牌重新转向直营模式 57

三、中国餐饮业连锁经营的法律规范情况 60

四、连锁餐饮企业争入机场欲打破机场餐饮高价局面 60

五、国内外餐饮连锁发展比较分析 63

第二节 “十一五”期间中国餐饮连锁业发展状况分析 69

一、中国部分餐饮连锁企业基本情况 69

二、中国限额以上连锁餐饮业发展特点 70

三、餐饮业特许经营呈现四大特征 71

四、我国餐饮连锁企业盈利状况分析 72

第三节 “十一五”期间中国部分地区餐饮连锁业的发展 74

一、北京市餐饮连锁业发展强劲 74

二、福建省餐饮连锁企业快速发展 74

三、山西省零售餐饮连锁业发展势头强劲 75

四、重庆连锁餐饮企业寻找新办法新出路 76

第四节 “十一五”期间外资餐饮连锁企业在中国市场运行分析 76

一、外资餐饮集团在中国市场进行加速扩张 76

二、美国餐饮连锁巨头“甜甜圈”进军中国市场 77

三、美国咖啡连锁巨头“唐恩都乐”进军上海	77
四、百胜餐饮连锁集团在中国市场的发展分析	78
第五节“十一五”期间中国连锁餐饮市场竞争分析	79
一、外资连锁餐饮本土化竞争已升级	79
二、台湾连锁餐饮业积极进军大陆市场	80
三、连锁经营将成中式快餐企业迎战洋快餐之道	80
四、标准细化可避免加盟和直营内斗	81
五、从五个方面打造连锁餐饮企业的核心竞争力	82
第六节“十一五”期间中国餐饮连锁市场品牌及营销策略分析	83
一、品牌化拓展已成连锁餐饮业的战略选择	83
二、打造连锁餐饮店品牌发展对策	84
三、连锁餐饮产品营销策略	85
四、餐饮连锁企业的“统一性”战略	86
五、餐饮连锁酒店抢占旅游市场应重视营销策略的创新	86
第七节“十一五”期间中国餐饮连锁业物流分析	87
一、餐饮连锁业已显现出第四方物流	87
二、餐饮连锁业物流的需求、成本与绩效评价	87
三、降低餐饮连锁业物流成本的途径	89
第八节“十一五”期间中国餐饮连锁行业面临的问题分析	91
一、餐饮连锁业面临的六大困惑	91
二、餐饮连锁品牌延伸还存在人才瓶颈	92
三、餐饮连锁企业面临快速成长与风险控制的两难困境	93
四、餐饮连锁企业发展面临挑战	94
第九节“十一五”期间中国餐饮连锁业发展策略分析	95
一、中国餐饮连锁业发展战略	95
二、餐饮连锁经营的关键准备工作	97
三、中国餐饮连锁业发展对策	102
第五章“十一五”期间中国中餐连锁业运行走势深度剖析	104
第一节“十一五”期间中国中餐连锁业运行总述	104
一、欧洲新式中餐迈向跨国连锁经营之路	104
二、中国中餐连锁企业发展概况	105

三、中西餐饮文化差异解析 105

第二节“十一五”期间部分地区中餐连锁业的发展 109

一、杭州中餐连锁业发展之路任重道远 109

二、柳州市中餐连锁业遭遇“复制”瓶颈 109

三、南京中餐连锁业发展中存在的问题及对策 111

第三节“十一五”期间中式餐饮连锁企业人力资源分析 115

一、中式餐饮连锁企业人力资源需求状况 115

二、中式餐饮连锁企业的人力资源存在问题分析 116

三、中式餐饮连锁企业人力资源管理与开发的对策 118

第四节“十一五”期间中餐连锁业存在的问题及发展策略 119

一、中餐连锁经营中存在的问题及对策 119

二、中餐连锁企业内部运营障碍与对策 124

三、中式餐饮特许经营的问题与对策 126

四、中餐连锁经营企业的战略选择 132

五、中式餐饮跨国连锁第一步本土化是关键 136

六、中餐连锁企业发展对策 138

第六章“十一五”期间中国其他餐饮连锁业的运行探析 140

第一节“十一五”期间中国连锁快餐业运行分析 140

一、特许连锁已成为快餐业主流模式 140

二、杭州本土中式连锁快餐业发展存在的问题 142

三、中式快餐连锁企业经营情况分析 144

四、国内中式快餐连锁企业的SWOT分析 145

五、中国中式快餐连锁企业的发展策略 147

六、快餐连锁业管理信息系统的结构和功能设计研究 149

第二节“十一五”期间中国其它餐饮连锁业运行分析 154

一、台湾蛋糕咖啡连锁店攻进大陆市场 154

二、中外品牌糕点连锁发展现状分析 155

三、中国市场上的主要高端冰淇淋连锁 159

第七章“十一五”期间中国餐饮连锁业的经营管理分析 163

第一节“十一五”期间中国餐饮连锁业经营管理运行分析 163

一、餐饮连锁业的扩张与管理	163
二、酒店餐饮连锁经营自身模式建立的探索	170
三、连锁餐饮业的员工管理方案探析	171
四、餐饮连锁经营的关键准备	174
第二节“十一五”期间中国餐饮连锁业的选址模式剖析	179
一、餐厅连锁经营选址中应当考虑的因素	179
二、连锁餐厅选址应遵循的基本原则	182
三、连锁餐厅选址的模式及方法运用	183
四、西式餐饮连锁加盟店的选址	184
第三节“十一五”期间中国餐饮连锁经营的商圈分析	186
一、商圈的一般性原则	186
二、餐饮业商圈的特殊性	186
三、肯德基商圈策略的借鉴	187
四、餐饮连锁企业扩张过程中商圈情况分析	188
五、商圈内连锁餐饮企业单店取得相对竞争优势策略	189
第四节“十一五”期间中国连锁餐饮业顾客关系管理研究	190
一、顾客关系管理概念	190
二、顾客消费行为特征及影响就餐的因素	190
三、顾客需求信息的管理	191
四、顾客关系管理的对策建议	193
第八章“十一五”期间中国餐饮连锁信息化新进展	195
第一节“十一五”期间年中国餐饮业的信息化分析	195
一、餐饮企业实施信息化的原则	195
二、餐饮企业信息化平台的选择	196
三、信息化对餐饮企业的利益回报	198
四、发展餐饮信息化的软件与技术	201
五、我国餐饮业信息化发展困难	205
六、影响餐饮企业信息系统建设因素	208
七、餐饮信息化管理的三大趋势	214
第二节“十一五”期间中国餐饮连锁信息化分析	215
一、连锁餐饮信息化的模式	215

二、餐饮连锁传统方式制约信息化发展	219
三、餐饮连锁企业的信息化管理	221
四、连锁餐饮信息化解决方案	225
五、餐饮连锁信息化建议	226
第三节“十一五”期间中国餐饮连锁信息化集团管理	227
一、集团管理系统的组成	227
二、集团连锁信息化的目标	227
三、远程查询子系统	227
四、连锁管理子系统	229
五、集团管理方案的实施	230
第四节“十一五”期间中国中餐连锁企业信息技术的运用分析	231
一、中餐连锁业信息化技术应用现状	231
二、信息网络技术对中餐连锁业的必要性	232
三、信息技术应用于中餐连锁业的策略	232
第五节“十一五”期间中国餐饮连锁信息化成功案例	234
一、百年老店全聚德的信息化经营	234
二、小肥羊的信息化经营	235
三、味千中国建立信息化商业平台	237
四、谭鱼头打造信息化新旗舰	238
五、“真功夫”全面打造信息化终端	240
第九章 “十一五”期间国外餐饮连锁重点企业经营动态分析	242
第一节 百胜餐饮集团	242
一、公司简介	242
二、百胜经营状况	242
三、百胜集团加强中国本土化程度	242
四、百胜集团进军华南中式快餐市场	243
第二节 肯德基	244
一、公司简介	244
二、肯德基的营运模式	244
三、肯德基在中国“从零开始”特许经营策略解读	248
四、肯德基在中国餐厅数量已突破2000家	250

第三节 必胜客 251

一、公司简介 251

二、必胜客的经营策略分析 251

三、必胜客中国市场发展策略 254

四、必胜宅急送脱离必胜客衍生独立品牌 255

第四节 麦当劳 255

一、公司简介 255

二、麦当劳经营状况 256

三、麦当劳的经营理念 256

四、麦当劳高效服务的流程 257

第五节 棒?约翰 258

一、公司简介 258

二、棒?约翰经营状况 259

三、棒?约翰注重差异化竞争 259

四、“棒?约翰”在中国市场的扩张 260

五、棒?约翰针对必胜客的竞争策略分析 262

第六节 星巴克 264

一、公司简介 264

二、星巴克经营状况 265

三、星巴克的经营之道 265

四、星巴克收回中国市场特许经营权 269

第十章 “十一五”期间中国国内餐饮连锁重点企业竞争力对比分析 271

第一节 味千（中国）控股有限公司 271

一、公司简介 271

二、味千拉面经营状况分析 272

三、味千中国收购深圳味千 273

第二节 内蒙古小肥羊餐饮连锁有限公司 273

一、公司简介 273

二、小肥羊经营状况分析 273

三、小肥羊市场整顿规范情况 274

四、小肥羊已进入全新发展阶段 276

五、小肥羊上市运作状况探析 276

第三节 福记食品服务控股有限公司 277

一、公司简介 277

二、福记餐饮经营状况分析 278

三、福记食品售连锁餐厅业务套现3.3亿元 278

第四节 西安饮食股份有限公司 278

一、公司基本情况概述 278

二、2008-2010年公司成长性分析 279

三、2008-2010年公司财务能力分析 279

四、2008-2010年公司偿债能力分析 280

五、2008-2010年公司现金流量分析表 280

六、2008-2010年公司经营能力分析 281

七、2008-2010年公司盈利能力分析 281

第五节 中国全聚德（集团）股份有限公司 282

一、公司基本情况概述 282

二、2008-2010年公司成长性分析 282

三、2008-2010年公司财务能力分析 283

四、2008-2010年公司偿债能力分析 284

五、2008-2010年公司现金流量分析表 284

六、2008-2010年公司经营能力分析 285

七、2008-2010年公司盈利能力分析 285

八、全聚德的品牌经营情况及品牌营销战略 285

第六节 上海永和大王餐饮有限公司 287

一、公司简介 287

二、菲律宾餐饮连锁巨头全资收购永和大王 288

三、永和大王高调进军天津 288

四、永和大王加快国内新店建设 289

第七节 广州市真功夫餐饮管理有限公司 290

一、公司简介 290

二、真功夫欲打造全球中式快餐霸主 290

三、真功夫的创新过程与成果 292

四、真功夫快速发展存在的问题 292

第八节 深圳面点王饮食连锁有限公司 293

一、公司简介 293

二、深圳面点王迅速发展背后的经营理念 293

三、面点王的营销策略解析 294

四、面点王快速发展的成功之道 295

第九节 德克士西式快餐连锁 298

一、公司简介 298

二、德克士的创新经营促进发展 299

三、“德克士”品牌经营发展对策 300

四、德克士的三大发展战略 302

第十节 重庆乡村基快餐连锁有限公司 302

一、公司简介 302

二、乡村基的发展之路 303

三、乡村基的经营理念 304

四、2009年乡村基获得投资2000万 306

第十一章 “十二五”规划期中国餐饮连锁行业投资潜力分析 307

第一节 “十一五”期间中国餐饮连锁业投资阐述 307

一、中国餐饮业投资特性分析 307

二、新形势下餐饮连锁投资价值分析 308

三、餐饮连锁店的投资考察事项 308

第二节 “十二五”规划期中国餐饮连锁业投资概况 311

一、金融危机下餐饮连锁成国际风投避风港 311

二、金融危机下国内投资转向餐饮业 313

三、餐饮连锁成为风险投资新目标 313

四、餐饮连锁企业的风险投资分析 315

第三节 “十二五”规划期中国连锁经营的风险及规避对策 319

第十二章 “十二五”规划期中国餐饮连锁行业前景展望与发展趋势预测 322

第一节 “十二五”规划期中国餐饮连锁业前景展望 322

一、中国餐饮业前景探析 322

二、未来中国餐饮连锁经营业前景透析 323

第二节 “十二五”规划期中国连锁经营及餐饮业发展趋势 323

- 一、中国餐饮业的主要发展趋势 323
- 二、连锁经营的四个发展趋势 325
- 三、中国餐饮消费呈三大发展趋势 327
- 四、未来餐饮业营销的的几大发展方向 327
- 五、“十二五”规划期中国餐饮业主要发展趋势 333
- 六、餐饮连锁行业发展战略趋向资本运作 334
- 七、餐饮业连锁战略发展趋势 335

图表目录：

- 图表 1：2008-2010年我国国内生产总值 38
- 图表 2：2008-2010年我国工业增加值增长速度 41
- 图表 3：2008-2010年我国城镇固定资产投资 42
- 图表 4：中国部分餐饮连锁企业基本情况 69
- 图表 5：系统的物理结构方案 150
- 图表 6：局部实施图 151
- 图表 7：系统功能设计 151
- 图表 8：五星级酒店，尤其是外来品牌的高星级酒店是餐饮信息化的开端 203
- 图表 9：麦当劳 204
- 图表 10：真功夫 204
- 图表 11：大娘水饺 205
- 图表 12：远程查询子系统网络示意图 228
- 图表 13：连锁管理子系统的网络示意图 229
- 图表 14：西安饮食股份有限公司成长性分析 279
- 图表 15：西安饮食股份有限公司每股指标 279
- 图表 16：西安饮食股份有限公司资本结构 280
- 图表 17：西安饮食股份有限公司偿债能力分析 280
- 图表 18：西安饮食股份有限公司现金流量分析表 280
- 图表 19：西安饮食股份有限公司经营能力分析 281
- 图表 20：西安饮食股份有限公司盈利能力分析 281
- 图表 21：中国全聚德（集团）股份有限公司成长性分析 282
- 图表 22：中国全聚德（集团）股份有限公司每股指标 283
- 图表 23：中国全聚德（集团）股份有限公司资本结构 283
- 图表 24：中国全聚德（集团）股份有限公司偿债能力分析 284

图表 25：中国全聚德（集团）股份有限公司现金流量分析表 284

图表 26：中国全聚德（集团）股份有限公司经营能力分析 285

图表 27：中国全聚德（集团）股份有限公司盈利能力分析 285

图表 28：中国主要餐饮企业引入风险资本情况 313

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201107/71353.html>