

2023-2029年中国餐饮连锁 市场评估与投资策略报告

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

《2023-2029年中国餐饮连锁市场评估与投资策略报告》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/202303/343826.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

中企顾问网发布的《2023-2029年中国餐饮连锁市场评估与投资策略报告》共十一章。首先介绍了餐饮连锁行业市场发展环境、餐饮连锁整体运行态势等，接着分析了餐饮连锁行业市场运行的现状，然后介绍了餐饮连锁市场竞争格局。随后，报告对餐饮连锁做了重点企业经营状况分析，最后分析了餐饮连锁行业发展趋势与投资预测。您若想对餐饮连锁产业有个系统的了解或者想投资餐饮连锁行业，本报告是您不可或缺的重要工具。本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。 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 中国餐饮行业发展分析2.1 中国餐饮业发展状况分析2.1.1 我国餐饮业发展阶段2.1.2 我国餐饮业发展规模2.1.3 我国餐饮业发展特征2.1.4 我国餐饮行业发展前景2.1.5 我国餐饮行业发展趋势2.1.6 餐饮业未来结构性改革特点2.2 餐饮行业发展创新态势2.2.1 小众餐饮崛起2.2.2 互联网+餐饮提速2.2.3 餐饮O2O走向成熟2.2.4 无人餐厅建设加快2.3 中国餐饮行业相关政策分析2.3.1 餐饮业经营管理政策解读2.3.2 餐饮企业营商环境持续优化2.3.3 餐饮服务行业相关监管政策2.3.4 餐饮业转型发展的指导意见2.3.5 餐饮服务业税务政策动态2.4 中国餐饮业存在的问题及发展对策2.4.1 中国餐饮业存在的主要问题2.4.2 中国餐饮业健康发展的挑战2.4.3 中国餐饮业发展战略分析2.4.4 餐饮企业的主要营销手段2.4.5 餐饮业应走连锁经营之路 第三章 中国餐饮连锁行业发展分析3.1 中国餐饮连锁行业发展概况3.1.1 餐饮连锁行业成为餐饮新趋势3.1.2 餐饮品牌连锁加盟的好处3.1.3 餐饮业连锁经营的法律规范情况3.1.4 国内外餐饮连锁发展比较分析3.1.5 餐饮企业实施连锁的路径分析3.2 2019-2022年中国餐饮连锁业发展状况3.2.1 餐饮特许经营的发展历程3.2.2 企业加快餐饮特许经营布局3.2.3 国内餐饮连锁的市场份额3.2.4 餐饮连锁业面临的新形式3.2.5 连锁餐饮的创新升级模式3.2.6 餐饮连锁企业的发展战略3.3 中国部分地区餐饮连锁业发展动态3.3.1 北京鼓励连锁便民餐饮网点建设3.3.2 重庆成立西南首个中式连锁快餐3.3.3 武汉连锁餐饮企业布

局中央厨房3.3.4 连锁餐饮企业加快广东市场布局3.4 福州市连锁餐饮发展案例分析3.4.1 政策发展机遇3.4.2 发展地位分析3.4.3 行业发展状况3.4.4 企业发展布局3.4.5 商业发展模式3.5 餐饮连锁市场品牌竞争力分析3.5.1 餐饮连锁品牌竞争力的涵义3.5.2 餐饮连锁品牌竞争力的作用3.5.3 品牌化拓展成为企业的战略选择3.5.4 餐饮连锁企业品牌竞争力发展问题3.5.5 餐饮连锁企业品牌竞争力提升对策3.5.6 餐饮连锁企业的“统一性”战略3.6 餐饮连锁行业面临的问题及对策3.6.1 餐饮连锁经营面对的发展困境3.6.2 连锁餐饮企业发展面临的问题3.6.3 餐饮连锁存在的标准化问题3.6.4 中国餐饮连锁业发展对策3.6.5 中国餐饮连锁业产品策略 第四章 2019-2022年限额以上中国连锁餐饮业企业数据4.1 2020年限额以上连锁餐饮业企业数据4.1.1 2020年限额以上餐饮业企业主要指标4.1.2 2020年限额以上连锁餐饮业集团（企业）数分布情况4.1.3 2020年不同行业连锁餐饮企业基本情况4.1.4 2020年不同地区限额以上连锁餐饮业营业收入4.2 2022年限额以上连锁餐饮业企业数据4.2.1 2022年限额以上餐饮业企业主要指标4.2.2 2022年限额以上连锁餐饮业集团（企业）数分布情况4.2.3 2022年不同行业连锁餐饮企业基本情况4.2.4 2022年不同地区限额以上连锁餐饮业营业收入 第五章 餐饮连锁细分市场分析5.1 中式连锁快餐业发展综况5.1.1 产业环境分析5.1.2 行业发展状况5.1.3 经营格局分析5.1.4 发展案例分析5.1.5 服务规范发布5.1.6 企业SWOT分析5.1.7 企业合作动态5.1.8 行业发展趋势5.2 西式连锁快餐业营运管理分析5.2.1 员工管理模式5.2.2 生产管理模式5.2.3 管理经营战略5.2.4 营运管理启示5.2.5 企业营运动态5.3 其它餐饮连锁业发展分析5.3.1 我国咖啡市场连锁竞争激烈5.3.2 中外品牌糕点连锁发展状况5.3.3 国内外冰淇淋连锁品牌分析 第六章 餐饮连锁业的经营管理模式分析6.1 餐饮连锁业经营管理概况6.1.1 酒店餐饮连锁经营模式的探索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 餐饮连锁企业供应链管理分析6.4.1 供应链管理的概况6.4.2 供应链管理的布局6.4.3 供应链管理的问题6.4.4 供应链管理的对策6.5 餐饮连锁物流配送服务管理分析6.5.1 连锁餐饮物流配送的行业环境6.5.2 物流配送在连锁餐饮管理的地位6.5.3 物流配送

在连锁餐饮的应用问题6.5.4 物流配送在连锁餐饮的应用对策6.5.5 降低餐饮连锁业物流成本的途径6.5.6 连锁餐饮企业外卖服务模式案例 第七章 餐饮连锁业的营销和服务模式分析7.1 餐饮连锁企业营销模式分析7.1.1 传统营销和现代营销7.1.2 互联网+营销态势7.1.3 线上线下营销结合7.1.4 团购和预售模式7.2 餐饮连锁企业微信营销模式分析7.2.1 微信公众平台关注度分析7.2.2 企业微信营销的发展状况7.2.3 微信公众号的传播力分析7.2.4 企业微信营销存在的问题7.2.5 企业微信营销应用的建议7.3 连锁餐饮企业体验营销策略分析7.3.1 主题化体验营销策略7.3.2 产品与服务式体验营销策略7.3.3 消费者互动式体验营销策略7.4 餐饮连锁业顾客关系维护分析7.4.1 顾客关系管理概念7.4.2 顾客消费行为及心理7.4.3 顾客需求信息的管理7.4.4 顾客关系管理的对策建议7.5 餐饮连锁企业服务模式创新分析7.5.1 餐饮服务创新的内涵7.5.2 餐饮产品的创新状况分析7.5.3 服务市场的创新状况分析7.5.4 服务理念的创新状况分析7.5.5 连锁餐饮企业服务创新的瓶颈7.5.6 连锁餐饮企业服务创新的路径 第八章 餐饮连锁互联网信息化发展态势8.1 餐饮连锁信息化发展背景8.1.1 餐饮连锁信息化需求加强8.1.2 信息短板制约餐饮连锁发展8.1.3 餐饮连锁企业信息合作加快8.2 餐饮连锁信息化发展综况8.2.1 连锁餐饮信息化的模式8.2.2 餐饮连锁传统方式制约信息化发展8.2.3 餐饮连锁企业的信息化管理8.2.4 连锁餐饮信息化解决方案8.2.5 餐饮连锁信息化建议8.3 餐饮连锁企业O2O商业模式分析8.3.1 电商O2O模式的基本概述8.3.2 餐饮连锁O2O模式的形态8.3.3 餐饮连锁O2O发展的问题8.3.4 餐饮连锁O2O的发展对策8.4 餐饮连锁O2O企业发展案例——海底捞8.4.1 海底捞O2O发展环境分析8.4.2 海底捞O2O商业模式应用8.4.3 海底捞O2O发展历程分析8.4.4 海底捞O2O平台发展战略8.4.5 海底捞O2O发展经验总结 第九章 国外餐饮连锁重点企业9.1 百胜餐饮集团9.1.1 企业发展概况9.1.2 百胜中国发展进程9.1.3 百胜中国发展布局9.2 肯德基9.2.1 企业发展概况9.2.2 企业营运模式9.2.3 特许经营模式分析9.2.4 中国市场发展状况9.3 必胜客9.3.1 企业发展概况9.3.2 企业经营策略分析9.3.3 中国市场发展综况9.3.4 企业发展动态分析9.4 麦当劳9.4.1 企业发展概况9.4.2 麦当劳经营理念9.4.3 麦当劳服务流程9.4.4 企业经营状况分析9.5 棒约翰9.5.1 企业发展概况9.5.2 企业差异化竞争策略9.5.3 针对竞争对手的策略9.5.4 企业经营状况分析9.6 星巴克9.6.1 企业发展概况9.6.2 星巴克经营策略9.6.3 企业经营状况分析第十章 国内餐饮连锁重点企业10.1 味千（中国）控股有限公司10.1.1 企业发展概况10.1.2 

企业运营状况10.1.3 企业经营状况分析10.1.4 企业经营状况分析10.1.5 企业经营状况分析10.2 大家乐（中国）有限公司10.2.1 企业发展概况10.2.2 企业经营特色10.2.3 企业经营状况分析10.3 西安饮食股份有限公司10.3.1 企业发展概况10.3.2 经营效益分析10.3.3 业务经营分析10.4 中国全聚德（集团）股份有限公司10.4.1 企业发展概况10.4.2 经营效益分析10.4.3 业务经营分析10.5 康师傅私房牛肉面10.5.1 企业发展概况10.5.2 门店发展状况10.5.3 主打产品分析10.5.4 企业运营机制10.5.5 门店建设动态10.6 四川海底捞餐饮股份有限公司10.6.1 企业发展概况10.6.2 企业发展模式10.6.3 企业资本动态10.6.4 线上布局加快10.7 上海永和大王餐饮有限公司10.7.1 企业发展概况10.7.2 企业发展优势10.7.3 涉足外卖市场10.7.4 全品快餐转型10.8 广州市真功夫餐饮管理有限公司10.8.1 企业发展概况10.8.2 企业创新过程与成果10.8.3 企业发展存在的问题10.8.4 真功夫运营策略借鉴10.8.5 企业发展创新战略10.8.6 企业远期发展目标10.9 深圳面点王饮食连锁有限公司10.9.1 企业发展概况10.9.2 企业发展成就10.9.3 企业营销策略10.9.4 企业成功经验10.10 德克士西式快餐连锁10.10.1 企业发展概况10.10.2 企业发展状况10.10.3 布局餐饮O2O10.10.4 推出无人餐厅10.10.5 品牌经营对策 第十一章 餐饮连锁行业投资分析及发展趋势11.1 餐饮连锁业投资分析11.1.1 连锁餐饮业投资机遇及挑战11.1.2 连锁餐饮业投资风险的规避11.1.1 餐饮连锁店的投资考察事项11.2 餐饮连锁业未来发展展望11.2.1 餐饮连锁行业发展前景11.2.2 餐饮连锁品牌发展方向11.2.3 餐饮连锁的国际化导向11.2.4 社区餐饮连锁的发展突破 附录：附录一：中华人民共和国食品安全法附录二：餐饮企业经营规范附录三：商业特许经营管理条例 图表目录：图表1 2019-2022年中国餐饮业规模图表2 中国餐饮服务行业监管相关的法律法规图表3 中国餐饮服务行业监管的相关标准更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202303/343826.html>