

中国餐饮连锁市场深度调研及投资前景预测报告 (2012-2016)

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国餐饮连锁市场深度调研及投资前景预测报告（2012-2016）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/liansou/138749138749.html>

报告价格：电子版: 7000元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

中国餐饮行业连续多年保持两位数的高速增长，此外中国餐饮连锁业近年来掀起新一轮风投热。随着中国政府拉动消费的政策影响、城乡居民收入较快增长和消费观念更新等因素，未来餐饮业依然是引人注目的消费热点，中国餐饮消费水平将继续保持高速增长。餐饮业的消费需求主体还是来自城镇居民，而农村餐饮这个庞大的市场还没有真正启动。从餐饮市场的连续性和可持续性看，巨大的农村餐饮市场将为中国餐饮经济提供广阔的发展空间。

中国报告网发布的《中国餐饮连锁市场深度调研及投资前景预测报告（2012-2016）》共十章。首先介绍了餐饮连锁相关概述、中国餐饮连锁市场运行环境等，接着分析了中国餐饮连锁市场发展的现状，然后介绍了中国餐饮连锁重点区域市场运行形势。随后，报告对中国餐饮连锁重点企业经营状况分析，最后分析了中国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。

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 中国餐饮业市场分析

2.1 中国餐饮业发展概况

2.1.1 中国餐饮业发展历程

2.1.2 中国餐饮业发展总体状况

2.1.3 中国餐饮业发展的主要特征

2.1.4 促进中国餐饮业发展的因素

2.1.5 中国餐饮业发展的现状与新态势分析

2.2 2007-2010年中国餐饮市场发展情况

- 2.2.1 2007中国餐饮业发展状况
- 2.2.2 2008年全国餐饮市场继续保持高位增长
- 2.2.3 2009年中国餐饮业发展分析
- 2.2.4 2010年中国餐饮业运行状况解析
- 2.3 2011年中国餐饮市场分析
 - 2.3.1 2011年餐饮业市场基本状况
 - 2.3.2 2011年中国餐饮市场掀起涨价潮
 - 2.3.3 2011年日本餐饮企业纷纷进驻中国
- 2.4 中国餐饮业的政策法规分析
 - 2.4.1 2009年中国餐饮服务许可证制度正式启用
 - 2.4.2 2010年中国餐饮业两大新规出台
 - 2.4.3 2010年中国餐饮行业其它相关新规
 - 2.4.4 2011年中国餐饮行业相关政策
 - 2.4.5 2011年底商务部发布“十二五”餐饮业指导意见
 - 2.4.6 2012年1月餐饮业在港上市指引发布
 - 2.4.7 中国餐饮业添加剂使用标准缺失
- 2.5 部分地区餐饮业发展状况分析
 - 2.5.1 2010年北京餐饮业发展特点解析
 - 2.5.2 2011年上海餐饮业食品添加剂相关细则发布
 - 2.5.3 2011年深圳餐饮新规及影响分析
 - 2.5.4 2012年广州餐饮业发展态势
 - 2.5.5 山西省餐饮行业步入快速发展期
 - 2.5.6 天津餐饮业呈现快速增长势头
 - 2.5.7 云南省餐饮业发展思路解析
- 2.6 餐饮业存在的问题及发展对策
 - 2.6.1 中国餐饮业存在的主要问题
 - 2.6.2 中国餐饮业持续健康发展面临的新挑战
 - 2.6.3 中国餐饮业的九大发展战略
 - 2.6.4 餐饮业在体验经济时代的营销策略
 - 2.6.5 餐饮企业的主要营销手段
 - 2.6.6 中国餐饮业应当走连锁经营之路
- 第三章 中国餐饮连锁行业市场调研分析
 - 3.1 中国餐饮连锁行业发展概况
 - 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 2006-2012年中国餐饮连锁业发展状况
 - 3.2.1 2006年餐饮业特许经营呈现四大特征
 - 3.2.2 2007年中国连锁餐饮业调查情况
 - 3.2.3 2008年中国餐饮连锁业成长十强出炉
 - 3.2.4 2009年中国餐饮业连锁经营状况分析
 - 3.2.5 2010年菜价上涨连锁餐饮企业经营形势及策略分析
 - 3.2.6 2012年餐饮连锁企业加快门店扩张步伐
- 3.3 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 中国连锁餐饮市场竞争分析
 - 3.4.1 中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 2006-2011年限额以上中国连锁餐饮业企业数据分析

4.1 2006年限额以上连锁餐饮业企业数据

4.2 2007年限额以上连锁餐饮业企业数据

4.3 2008年限额以上连锁餐饮业企业数据

4.4 2009年连锁餐饮业企业数据

4.5 2010年连锁餐饮业企业数据

4.6 2011年连锁餐饮业企业数据

第五章 餐饮连锁细分市场分析

5.1 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 连锁快餐业

5.2.1 中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 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 其它餐饮连锁业

5.4.1 中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 2010年冰淇淋连锁知名品牌入杭

第六章 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建议
- 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 餐饮连锁信息化分析
 - 7.1 餐饮业的信息化的原则
 - 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 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 国外餐饮连锁重点企业调研分析
 - 8.1 百胜餐饮集团
 - 8.1.1 公司简介
 - 8.1.2 2010财年百胜餐饮经营状况
 - 8.1.3 2011财年百胜餐饮经营状况
 - 8.1.4 2012财年上半年百胜餐饮经营状况
 - 8.1.5 百胜中国打造供应链新模式
 - 8.1.6 百胜中国发力中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 必胜客中国市场发展策略
 - 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 2009年麦当劳经营状况

8.4.3 2010年麦当劳经营状况

8.4.4 2011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 2009财年棒约翰经营状况

8.5.3 2010财年棒约翰经营状况

8.5.4 2011财年棒约翰经营状况

8.5.5 2012财年棒约翰经营状况

8.5.6 棒约翰注重差异化竞争

8.5.7 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 2009财年星巴克经营状况

8.6.3 2010财年星巴克经营状况

8.6.4 2011财年星巴克经营状况

8.6.5 2012财年第一季度星巴克经营状况

8.6.6 星巴克的经营之道

8.6.7 星巴克经营模式的转变解析

第九章 国内餐饮连锁重点企业调研分析

9.1 味千（中国）控股有限公司

9.1.1 公司简介

9.1.2 2009年味千经营状况分析

9.1.3 2010年味千经营状况分析

9.1.4 2011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 2010财年大家乐经营状况分析

9.2.4 2011财年大家乐经营状况分析

9.2.5 2012财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 2009年小肥羊经营状况分析
- 9.3.3 2010年小肥羊经营状况分析
- 9.3.4 2011年小肥羊经营状况分析
- 9.3.5 2012年小肥羊正式并入百胜集团
- 9.4 西安饮食股份有限公司
 - 9.4.1 公司简介
 - 9.4.2 2010年西安饮食经营状况分析
 - 9.4.3 2011年西安饮食经营状况分析
 - 9.4.4 2012年西安饮食经营状况分析
- 9.5 中国全聚德（集团）股份有限公司
 - 9.5.1 公司简介
 - 9.5.2 2010年全聚德经营状况分析
 - 9.5.3 2011年全聚德经营状况分析
 - 9.5.4 2012年全聚德经营状况分析
 - 9.5.5 全聚德连锁经营发展分析
- 9.6 北京湘鄂情股份有限公司
 - 9.6.1 公司简介
 - 9.6.2 2010年湘鄂情经营状况分析
 - 9.6.3 2011年湘鄂情经营状况分析
 - 9.6.4 2012年湘鄂情经营状况分析
- 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 2010年重庆乡村基经营状况
 - 9.7.5 2011年重庆乡村基经营状况
- 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 2010年康师傅私房牛肉面成都再落新子
 - 9.8.4 2011年初康师傅私房牛肉面涨价
 - 9.8.5 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

10.1 餐饮连锁业投资分析

10.1.1 中国餐饮业面临的机遇分析

10.1.2 中国餐饮连锁业受风险投资青睐

10.1.3 餐饮连锁业投资风险加剧

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

10.2.1 连锁经营的四个发展趋势

10.2.2 新形势下中国餐饮市场展望

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 2012-2016年中国餐饮连锁业市场规模预测分析

10.3 2009-2013年全国餐饮业发展规划纲要

10.3.1 发展目标和主要任务

10.3.2 餐饮业发展格局

10.3.3 餐饮业发展重点

10.3.4 主要政策和措施

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2011年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2011年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2012年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2012年中国GDP增速预测

图表：.....

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/liansou/138749138749.html>