

# 2008-2010年中国餐饮行业调研及投资前景分析报告

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2008-2010年中国餐饮行业调研及投资前景分析报告》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/fangzhi/2857028570.html>

报告价格：电子版: 6500元 纸介版：6500元 电子和纸介版: 6800

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

【备注】 此报告是根据我们能力而设计的报告目录，保证为客户提供与目录完全一致的报告。提交时间一般为3个工作日，如客户需求特别急，最快为当天下单，第二天提交。内容介绍2007年，我国住宿和餐饮行业实现又好又快发展，餐饮消费再创佳绩。据有关数据分析，随着人民生活水平和餐饮社会化程度的逐步提高，2007年我国餐饮消费持续快速增长，在国民经济各行业中继续保持领先地位，全国住宿与餐饮业零售额累计实现12352亿元，同比增长19.4%，比去年同期增幅高出3个百分点，占社会消费品零售总额比重为13.8%，拉动社会消费品零售总额增长2.6个百分点，对社会消费品零售总额的增长贡献率为15.6%。其中12月份，全国住宿与餐饮业零售额实现1220.7亿元，比去年同期增长24.2%、增幅高出5.5个百分点，比11月份增幅高出2.6个百分点，其规模与增幅均为全年月度最高。2008年前两个月，全国住宿与餐饮消费继续保持良好态势，零售额实现2535.7亿元，同比增长23.1%，比去年同期增幅高出6.1个百分点，占社会消费品零售总额的比重达到14.5%，拉动社会消费品零售总额增长3.28个百分点，对社会消费品零售总额的增长贡献率为16.2%。其中，1月份达到1336.3亿元，同比增长23.3%；2月份达到1199.4亿元，同比增长23%。2008年1-2月份，住宿与餐饮业新设立外商投资企业111家，同比增长7.8%；合同外资金额3.6亿美元，同比增长66.2%；实际使用外资金额1.6亿美元，同比增长8.4%。受南方低温冰冻雪灾以及物价上涨的影响，全国限额以上住宿与餐饮企业营业额增幅有所降低，1-2月份实现营业收入676.8亿元，同比增长18.4%，比去年同期增幅低2.9个百分点。从长远来看，随着对外开放的扩大和经济持续稳定快速增长，城乡居民收入增加，生活水平不断提高，我国的餐饮业发展非常迅速，近几年餐饮业的增长率都比其它行业高出十个百分点以上，可以说我国正迎来一个餐饮业大发展的时期，市场潜力巨大，前景非常广阔。另外在改革开放的大环境下，餐饮市场已日趋成熟，并逐步成长起一批有规模、有实力，而且具有持续发展的现代化餐饮公司。伴随着2008年北京奥运会和2010年上海世博会的举办，我国经济必然会迎来一个飞速发展的阶段。毫无疑问，顺势而为，餐饮业又将会登上一个新的台阶。强强联合、连锁经营、多元化发展是中国餐饮业大势所趋。强强联合、连锁经营是发挥企业比较优势，扩大企业规模的有效途径，多元化发展则是分散市场风险，拓展经营范围的重要方式。在未来一段时期内，企业并购、连锁经营和多元化经营将是一个产业发展的重要趋势。本报告主要依据国家统计局、国家发改委、国家商务部、中国消费者协会、中国烹饪协会、中国旅游饭店业协会、中国各省市餐饮协会、全国商业信息中心、国民经济景气监测中心、中国行业调研网、国内外相关刊物的基础信息以及餐饮行业研究单位等公布和提供的大量资料，结合深入的市场调查资料，立足于世界餐饮行业整体发展大势，对中国餐饮行业的运行情况、主要细分市场、竞争格局等进行了分析及预测，并对未来餐饮行业发展的整体环境及发展趋势进行探讨和研判，最后在前面大量分析、预测的基础上，研究了餐饮行业今后的发展投资策略，为宾馆酒店、餐饮企业、经营餐饮的相关企业和单位以及计划投资于餐饮行业的企业和

投资者等准确了解目前中国餐饮市场发展动态，在激烈的市场竞争中洞察先机，根据市场需求及时调整经营策略，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供了准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。报告目录第一部分

## 行业发展分析第一章

### 行业定义及分类第一节

餐饮行业概述一、餐饮业的定义二、餐饮业的分类第二节 餐饮业的特点一、中国餐饮市场的特点二、现代餐饮业的特点分析三、餐饮业的新特点分析第三节

餐饮业市场细分及作用一、餐饮业的细分市场二、餐饮业的经济地位和作用第四节 行业投资特性分析一、餐饮业基本特征分析二、餐饮业生命周期分析三、餐饮业要素密集性分析四

、餐饮业经营风险分析五、餐饮业进入壁垒分析第二章 中国餐饮业发展环境分析第一节 经济环境分析一、宏观经济环境分析二、经济增长及居民收入水平分析三、社会经济交往活动分析四、居民消费观念分析五、餐饮业结构调整分析第二节

政策环境分析一、中国餐饮业主要政策二、中国餐饮业最新政策第三节 文化环境分析一、中国传统饮食文化二、中国饮食文化在世界的传播三、西方饮食文化在中国的传播第三章

中国餐饮业现状分析第一节 中国餐饮业的发展概况一、中国餐饮业的发展回顾二、中国餐饮业多种所有制存在三、餐饮业总体规模逐年壮大四、现阶段餐饮市场的概况五、餐饮市场

与需求的平衡分析第二节 餐饮消费者分析一、餐饮消费者种类分析二、餐饮消费者心理效应解析三、餐饮消费者快餐消费习惯及态度研究第三节 餐饮业中电子商务的应用分析一、

餐饮业适合电子商务发展的特性二、国内餐饮业的电子商务存在方式三、电子商务给餐饮业带来的机遇和挑战四、电子商务在餐饮业中的运用策略第四节 中国餐饮业发展中的问题分析一、中国当代餐饮业的问题二、国内制约餐饮业发展的问题三、中国集团饮食供应存在问题分析四、餐饮行业发展的四大弊病五、酒店餐饮业人才问题分析第五节 促进中国餐饮业健康发展的对策一、餐饮业发展需要三大平台二、商务部促进餐饮业发展的对策三、餐饮业向规模经济发展对策分析四、中国餐饮业的个性化服务策略五、国内餐饮业品牌打造策略第四章 2004-2007年中国餐饮市场运营状况分析第一节 2004年餐饮市场情况分析一、2004年中国餐饮市场总体运行情况二、2004年中国餐饮市场发展特点三、2004年餐饮市场发展的重要因素四、2004年中国餐饮业注重品牌战略第二节 2005年中国餐饮市场总体状况一、2005年中国餐饮市场运行情况二、2005年国内餐饮市场主要特点三、2005年中国餐饮市场流行元素四、2005年中国餐饮限额以上企业特点分析五、全国重点餐饮企业2006年经营状况第三节 2007年餐饮市场发展分析一、2007年住宿餐饮零售额快速增长二、2007年中国餐饮业重要事件三、2007年中国地区餐饮企业经营状况四、2007年中国住宿与餐饮业经营状况第二部分

## 细分市场分析第五章

### 中餐业市场分析第一节

中餐国际市场概况一、美国二、英国三、法国四、意大利五、荷兰六、西班牙第二节 中国中餐业概况一、中餐业市场回暖二、中餐业发展空间巨大三、中国中餐消费市场的特点四、中餐业谨慎扩张的反思第三节 中餐业的营销分析一、中餐业的服务特征及营销分析二、中餐业营销困境三、中餐企业现代营销策略第四节 中餐业的竞争分析一、海外的中餐馆的竞

争及发展二、美国中餐市场竞争激烈三、中餐的霸主地位面临危机四、民营中餐对抗洋快餐  
五、中餐竞争趋势分析第五节 中餐连锁一、2006年中餐连锁业热点事件回顾二、连锁中餐  
以标准化抢万亿市场三、中餐连锁竞争力分析四、发展中餐连锁应重视中西文化差别五、中  
餐连锁企业运营障碍及对策分析第六节中餐发展的对策及趋势一、“中餐”抢占美国市场的对  
策二、中餐业的发展及潮流预测三、儿童中餐市场内含商机第六章 西餐业市场分析第一节  
国内西餐的历史及分布一、西餐在中国的历史二、西餐市场在中国的分布及特征第二节 中  
国西餐业的发展概况一、近年中国西餐业发展状况二、国内西餐业态种类及特点三、中国西  
餐业现阶段的市场特点四、中国西餐业发展迅猛第三节 中国西餐业的问题分析一、西餐业  
管理和技术人员匮乏二、“中式西餐”的发展困局探析三、京城西餐业人才短缺的原因分析第  
四节西餐业发展的对策一、“中式西餐”的发展出路解析二、中西结合保持特色三、西餐的本土  
化与大众化第五节西餐业的发展前景分析一、“中式西餐”未来发展展望二、未来西餐经营  
的走势三、西餐市场的发展趋势第七章 快餐业市场分析第一节  
国外快餐业概述一、美国二、乌克兰三、越南四、菲律宾第二节 中国快餐业概况一、中国  
快餐发展概述二、快餐在中国广受欢迎三、中国快餐业快速增长四、中国快餐业发展的经验  
与体会第三节 西式快餐市场行销定位与市场战略一、市场竞争态势分析二、市场定位三、  
行销定位策略四、行销组合策略第四节 快餐业竞争分析一、快餐业竞争格局显现二、汉堡  
王进军中国市场三、三大洋快餐争相吸引投资者加盟第五节 中国快餐业面临的问题及发展  
对策分析一、快餐业发展中存在的主要问题二、中国快餐业发展的障碍及其突破三、连锁加  
盟对快餐业的不利影响四、中国快餐业发展的不足及对策第六节 快餐业的未来发展趋势一  
、快餐行业发展的趋势变化二、中国快餐业发展的趋势分析三、快餐业的信息发展趋势分  
析第八章 中式快餐市场分析第一节 中式快餐市场概况一、中式快餐成市场主角二、中国中  
式快餐进入品牌时代三、马兰拉面成为中式快餐的大梁四、中式快餐发展空间广阔第二节  
对中国中式快餐的SWOT分析一、优势二、劣势三、机遇四、威胁第三节 中式快餐业竞争  
分析一、食品巨头抢摊中式快餐市场二、中式快餐赶超洋快餐三、中式快餐的竞争策略四、  
中式快餐与国外快餐的模式对比分析第四节 中式快餐面临的挑战一、中式快餐不敌洋快餐  
二、中式快餐存在的主要问题三、中式快餐的软肋四、中式快餐难形成规模五、中式快餐业  
管理落后六、国外中式快餐业的危机及发展第五节 中式快餐趋势与投资一、中式快餐发展  
前景看好二、中式快餐的发展策略详析三、中式快餐的成功之路第三部分  
区域市场分析第九章 北京餐饮业第一节 北京餐饮业发展概况一、北京市餐饮业发展回顾二  
、北京餐饮业的主要特点三、北京餐饮业的优势分析四、2006年北京餐饮业的发展状况及  
特点第二节 北京餐饮市场分析一、北京西单商圈上演餐饮业争霸战二、北京餐饮市场发展  
存在问题及对策三、北京餐饮市场消费需求大四、北京餐饮业市场的奥运商机第三节 北京  
餐饮业营销分析一、北京餐饮业的特性及经营管理二、北京餐饮业进行网络营销三、北京餐  
饮市场广告销售模式分析第四节 北京“成都小吃”现象经济分析一、北京的“成都小吃”现象二  
、成都小吃企业特征三、成都小吃的运行机理四、北京“成都小吃”的启示第五节北京餐饮业

发展趋势分析一、北京餐饮业发展趋势分析二、北京餐饮业态呈现科学化发展趋势三、北京奥运餐饮未来计划四、北京特色餐饮成发展趋势第十章 上海餐饮业第一节 上海餐饮业发展概况一、上海餐饮业发展回顾二、2006年上海市餐饮业发展情况三、上海餐饮业的“景观经济”分析四、上海餐饮地域品牌特色第二节 上海网络餐饮业发展分析一、上海网络餐饮业概述二、网络餐饮业优劣势分析三、大众点评网四、饭馆五、其他网站第三节 上海市长宁区餐饮业污染问题分析一、长宁区餐饮业现状及特点二、长宁区餐饮业主要污染及原因三、污染尚未得解决的主要原因四、长宁区餐饮业污染解决对策及主要措施第四节 上海餐饮业趋势及发展一、上海餐饮的发展趋势二、上海餐饮业信息化管理经营三、上海户外餐饮成时尚第十一章 广州餐饮业第一节 广州餐饮业概况一、广州餐饮业蓬勃发展二、广州餐饮市场分析三、广州餐饮业大环境的特点四、广州餐饮区域现状第二节 广州餐饮业问题分析一、广州餐饮的隐忧二、广州餐饮业面临诚信危机三、广州餐饮企业人才问题四、广州八成餐饮企业有名无实第三节 广州餐饮业发展态势分析一、广州市场餐饮概念的变迁二、广州餐饮业发展迅猛的原因三、广州餐饮市场的发展走向四、量贩经营模式在广州餐饮业兴起第十二章 其他城市餐饮业分析第一节 深圳一、深圳餐饮业概述二、深圳餐饮业的八大菜系简述三、超市成为深圳快餐市场新的生力军四、深圳掀起餐饮投资热五、深圳餐饮行业的问题及对策解析第二节 武汉一、武汉餐饮业发展特征二、2006年武汉市餐饮市场亮点频现三、武汉餐饮业与周边区域市场对比分析四、武汉餐饮消费实惠商机大第三节 成都一、2007年上半年成都餐饮业发展状况二、川菜小吃火锅三足鼎立三、成都中高档餐饮市场分析四、成都餐饮业的特色发展分析第四节 重庆一、美国最大风险投资机构青睐重庆餐饮业二、重庆餐饮发展状况分析三、重庆餐饮遭遇迷局四、重庆政府采取措施加快餐饮业发展第五节 西安一、西安餐饮业保持快速增长二、西安休闲餐饮发展势头良好三、西安酒店餐饮业的问题分析第四部分 竞争格局分析第十三章 中国餐饮业竞争分析第一节 餐饮业竞争概述一、餐饮业竞争的特点二、餐饮业竞争的原因三、餐饮业竞争抗衡因素的变化第二节 中西餐饮业的对比竞争分析一、中西快餐的竞争局势二、中西餐饮业的总体差异三、中西餐饮业的差距第三节 国内餐饮业竞争态势一、中国餐饮业竞争加剧二、国内餐饮市场竞争态势的四大变化三、主题餐厅直面竞争四、北京餐饮面临品牌竞争时代第四节 酒店、饭店餐饮业竞争对策分析一、饭店餐饮面对市场竞争经营的策略二、饭店营销竞争新策略解析三、酒店餐饮经营的竞争对策四、酒店餐饮的市场竞争策略第五节 饭店餐饮对餐饮业的竞争影响一、饭店餐饮的优势二、饭店餐饮的劣势三、在竞争中求发展第六节 餐饮企业应对竞争的策略分析一、餐饮企业面对竞争的八个手段二、餐饮竞争措施的实施三、中国餐饮业构建核心竞争力分析四、餐饮业的卫生竞争战略分析第七节 提高中国餐饮企业竞争力措施一、餐饮企业最基本的竞争力分析二、中国餐饮业竞争态势及对策分析三、餐饮竞争中的战略定位第十四章 中国餐饮业领先企业分析第一节 百胜全球餐饮集团一、企业概况二、2007年中国市场营销状况三、2007年公司财务数据分析第二节 麦当劳一、企业概况二、2007年经营状况三、2007年公司财务数据分析四、麦当劳品牌营销策略分析第三节 内蒙古小肥羊餐饮连锁有限公

司一、企业概况二、经营发展状况三、2000-2007年加盟市场发展状况四、上市进展第四节  
顶新国际集团投资“德克士”快餐事业一、企业概况二、2007年经营状况三、发展战略第五节  
中国全聚德(集团)股份有限公司一、企业概况二、2007年经营状况三、品牌管理四、发展规划第六节

西安饮食股份有限公司一、企业概况二、2007年公司财务数据分析三、竞争力分析第七节  
上海锦江国际酒店发展股份有限公司一、企业概况二、2007年经营状况三、2007年公司财务  
数据分析四、发展战略五、盈利预测第八节

真功夫餐饮管理有限公司一、企业概况二、经营发展状况三、2007-2008年发展规划第九节  
重庆小天鹅投资控股(集团)有限公司一、企业概况二、发展历程三、2007年经营状况第  
十节 成都谭鱼头投资股份有限公司一、企业概况二、2007年经营状况三、香港投资经营状  
况四、战略发展规划第十一节、中国(全聚德)股份有限公司一、公司简介二、全聚德公司  
发展概况三、全聚德核心竞争优势分析四、全聚德品牌营销战略解析五、全聚德面临四大发  
展机遇第十二节

内蒙古小肥羊一、公司简介二、小肥羊调整发展战略三、小肥羊借奥运加速扩张第十三节  
其他餐饮企业内地市场发展状况一、大家乐集团二、永和和大王第五部分

经营管理策略第十五章 餐饮企业经营分析第一节 餐饮特许经营分析一、中国餐饮业特  
营概述二、全国餐饮特许经营40强三、国内餐饮业特许经营标准化问题的分析四、餐饮特  
营要防止走偏五、餐饮特许经营管理的SPA疗法第二节

餐饮经营热点市场一、婚宴市场二、寿宴市场三、商务用餐第三节 餐饮业营销发展分析一  
、未来餐饮营销的十个发展趋势二、不同规模的餐饮企业选择的连锁方式分析三、中国餐  
饮的特色营销方式四、节假日餐饮营销战略第四节 餐饮企业经营策略分析一、餐饮经营策略  
概述二、餐饮企业的经营对策三、餐饮经营致胜的五个秘诀四、餐饮企业做大的经营技巧分  
析第十六章 餐饮企业经营管理分析第一节 餐饮业的店名特点研究一、店名的概述二、店名  
研究的分析方法三、中餐馆名称的结构分析四、中餐馆名称中行业标识词的分析五、中餐馆  
名称中区别性名称的分析六、连锁餐饮店名称的分析第二节 餐饮企业基层员工激励研究一  
、餐饮企业基层员工特征二、餐饮企业基层员工特点三、餐饮企业基层员工重点激励因素四  
、对餐饮企业基层员工激励机制建议第三节 连锁餐饮企业薪酬体系变革分析一、案例背景  
与问题诊断二、基于顾客导向的薪酬体系设计三、连锁餐饮企业薪酬变革的思考第四节 打  
造连锁餐饮企业核心竞争力分析一、精心打造品牌的分众力二、用心打造门店的吸引力三、  
倾力打造菜谱的静销力四、全力打造服务员推销力五、群力打造美食的口碑力第十七章  
餐饮企业连锁经营分析第一节 餐饮连锁运作分析一、餐饮连锁经营的起源与形式二、餐  
饮连锁特许商的标准三、餐饮业连锁经营的选址特点四、餐饮业连锁经营经济指标分析第二  
节 餐饮连锁发展概况一、外资餐饮连锁门店在中国的数量增长快二、中国连锁餐饮业发展回顾  
三、连锁经营成为餐饮业主导模式四、中式餐饮的连锁经营现状分析第三节 餐饮连锁经营  
的商圈及相关理论一、商圈的一般性原则与特点二、国外餐饮巨头商圈策略借鉴三、商圈状

况分类与特征分析四、商圈内连锁餐饮企业获得竞争优势的途径第四节 餐饮连锁的问题及对策一、中式餐饮连锁业的症结二、餐饮连锁经营的策略分析三、餐饮连锁经营模式研析四、餐饮业连锁经营应注重品牌战略第五节 餐饮连锁的趋势与经验借鉴一、连锁经营将成为餐饮业主攻方向二、美国特许连锁经营的成功经验及启示三、中国连锁经营发展的四大趋势第十八章 酒店、饭店餐饮业经营分析第一节 酒店、饭店餐饮业营销分析一、酒店餐饮业概述二、酒店餐饮市场分析三、盘活酒店餐饮的要素四、用现代营销观念武装酒店餐饮业第二节 酒店餐饮业个性化服务的体现形式分析一、准备有特色的餐厅及餐位二、提供个性化的菜单三、风格独特的儿童自助餐第三节 酒店、饭店餐饮业的经营策略一、酒店餐饮营销策略分析二、星级饭店餐饮的经营策略详析三、星级酒店餐饮经营的六个重点四、宾馆、饭店餐饮的经营对策第六部分 行业趋势与投资分析第十九章 餐饮行业发展趋势分析第一节 餐饮行业发展前景一、餐饮业的发展前景二、餐饮业市场营销的发展前景第二节 餐饮业的发展趋势一、中国餐饮业发展趋势分析二、餐饮市场发展趋势展望三、中国餐饮业发展的五大方向一、中餐业的融资并购趋势分析二、餐饮业发展多元化趋势分析三、2008-2010年中国餐饮业发展趋势第三节 餐饮业发展预测一、2007年我国餐饮业发展预测二、2008年我国餐饮业发展预测第四节 餐饮业未来发展走向一、多元化发展二、绿色餐饮业三、特色餐饮四、数字化发展第二十章 餐饮业投资分析第一节 行业投资特性一、餐饮业的成长性与赢利性二、餐饮业行业周期性三、餐饮业资源要素密集性第二节 餐饮业投资潜力分析一、国内餐饮业商机巨大二、餐饮业投资的八个优势三、风险投资关注餐饮业第三节 餐饮业投资热点分析一、餐饮业热点细述二、粥店成餐饮业投资新宠三、餐饮食品投资十大亮点分析第四节 餐饮业行业壁垒分析一、技术与市场壁垒二、结构性壁垒三、制度性壁垒四、文化性壁垒第五节 餐饮业投资建议一、投资餐饮业需做足竞争的准备二、餐饮投资八个锦囊三、餐饮需抓好的四个关键四、甄别餐饮投资的建议五、凸现饮食文化打造餐饮企业标志第一节 不同类型餐饮业投资建议一、小区餐饮店二、休闲餐饮店三、加盟店餐饮四、特色小餐饮店附录附录一：中华人民共和国食品卫生法附录二：餐饮业食品卫生管理办法附录三：《餐饮业和集体用餐配送单位卫生规范》附录四：食品企业质量安全管理办法附录五：推荐的各类餐饮业场所布局要求图表目录图表：餐饮业的细分行业分类图表：餐饮业细分行业和业态的发展图表：餐饮业态类型图表：1976-2005年餐饮业增长贡献率和拉动率变化情况图表：全国餐饮业零售额中居民餐饮消费比例图表：餐饮业成本结构表图表：中国八大菜系分布图表：2006年住宿和餐饮业企业景气指数图表：2006年餐饮业月度零售额对比图表：2006年各季度餐饮业零售额比重图表：2006年东中西部地区餐饮业发展情况比较图表：2000-2006年东中西部地区餐饮业增长率比较图表：2006年主要省市餐饮业三项指标前十名排序图表：2006年主要城市餐饮业三项指标前十名排序图表：2004-2006年餐饮业结构变化情况图表：2006年限额以上按登记注册类型和业态分连锁餐饮业集团（企业）数图表：2006年限额以上按行业和业态分连锁餐饮业集团（企业）数图表：2006年限额以上按行业与登记注册类型分连锁餐饮业集团（



企业)数图表:2006年限额以上连锁餐饮业基本情况图表:2006年限额以上连锁餐饮业按业态分基本情况(1)图表:2006年限额以上连锁餐饮业按业态分基本情况(2)图表:2006年限额以上按地区和业态分连锁餐饮业集团(企业)数图表:1994-2007年年度零售额“跨千亿元台阶”情况图表:2007年7月社会消费品零售总额图表:2007年住宿和餐饮业企业景气指数图表:2001-2004年快餐企业的发展状况图表:每平方米单位面积快餐营业额图表:餐饮业部分连锁企业连锁店数量和连锁店销售额增长情况图表:餐饮业部分企业特许经营配送额增长情况图表:部分连锁餐饮业培训增长情况图表:餐饮业部分企业多品牌经营情况图表:餐饮业各行业部分企业多品牌和将开展多品牌经营情况图表:部分连锁餐饮企业特许费收取方式图表:部分连锁餐饮业特许经营保证金收取情况(1)图表:部分连锁餐饮业特许经营保证金收取情况(2)图表:连锁餐饮企业特许经营单店投资额情况图表:连锁餐饮业各行业部分企业特许经营模式图表:2004年特许经营部分餐饮行业代表性企业发展情况图表:餐饮业各行业关注的主要问题图表:餐饮业特许经营难点图表:中国最具购买力的消费者在外晚餐频率图表:中国最具购买力的消费者一年外出就餐的支出图表:中国最具购买力的消费者参加商务宴请的频率图表:中国最具购买力的消费者去咖啡厅茶馆的频次图表:快餐在儿童中的渗透率图表:1991-2005年我国人均餐饮消费变化情况图表:北京市海淀区中餐馆价位分布图图表:海淀区中餐馆名称的结构统计图表:三个档次使用行业标识词的情况(1)图表:三个档次使用行业标识词的情况(2)图表:基于顾客导向的薪酬体系框架图表:2006年北京限额以上餐饮企业所有制结构图表:2006年北京限额以上餐饮企业经营业态图表:2006年不同类型餐饮企业经营情况图表:安徽省各市餐饮企业法人及从业人员分布情况图表:新疆星级住宿业和限额以上餐饮业法人企业经营状况图表:新疆各种经济类型企业法人单位情况及比重图表:2005年上海城市居民家庭人均在外饮食支出(按收入水平分组)图表:1978-2005年上海餐饮业产业活动单位图表:1978-2005年上海餐饮业从业人员图表:2003-2005年限额以上餐饮业主要财务指标 2图表:1995-2005年星级酒店数量统计图表:全国星级酒店数量及分布图图表:历年德克士店数扩张与2010年预测图表:顶新国际集团投资架构图表:中国全聚德(集团)股份有限公司组织架构图表:中国全聚德(集团)股份有限公司员工构成(1)图表:中国全聚德(集团)股份有限公司员工构成(2)图表:中国全聚德(集团)股份有限公司员工构成(3)图表:西安饮食股份有限公司组织架构图表:2007年分季度西安饮食股份有限公司主营构成图表:2007年分季度西安饮食股份有限公司每股指标分析图表:2007年分季度西安饮食股份有限公司获利能力分析图表:2007年分季度西安饮食股份有限公司经营能力分析图表:2007年分季度西安饮食股份有限公司发展能力分析图表:2007年分季度西安饮食股份有限公司偿债能力分析图表:2007年分季度西安饮食股份有限公司资本结构分析图表:2007年分季度西安饮食股份有限公司现金流量分析图表:2007年分季度西安饮食股份有限公司主营业务收入图表:2007年分季度西安饮食股份有限公司主营业务利润图表:2007年分季度西安饮食股份有限公司营业利润图表:2007年分季度西安饮食股份有限公司利润总额图表:2007年分季度西安饮食股份有限公司净利润

图表：2007年分季度西安饮食股份有限公司可供分配的利润图表：2007年分季度西安饮食股份有限公司可供股东分配的利润图表：2007年分季度西安饮食股份有限公司未分配利润图表：2007年分季度西安饮食股份有限公司流动资产图表：2007年分季度西安饮食股份有限公司长期投资图表：2007年分季度西安饮食股份有限公司固定资产图表：2007年分季度西安饮食股份有限公司无形资产图表：2007年分季度西安饮食股份有限公司流动负债图表：2007年分季度西安饮食股份有限公司长期负债图表：2007年分季度西安饮食股份有限公司股东权益图表：2007年分季度上海锦江国际酒店发展股份有限公司主营构成图表：2007年分季度上海锦江国际酒店发展股份有限公司每股指标分析图表：2007年分季度上海锦江国际酒店发展股份有限公司获利能力分析图表：2007年分季度上海锦江国际酒店发展股份有限公司经营能力分析图表：2007年分季度上海锦江国际酒店发展股份有限公司发展能力分析图表：2007年分季度上海锦江国际酒店发展股份有限公司偿债能力分析图表：2007年分季度上海锦江国际酒店发展股份有限公司资本结构分析图表：2007年分季度上海锦江国际酒店发展股份有限公司现金流量分析图表：2007年分季度上海锦江国际酒店发展股份有限公司主营业务收入图表：2007年分季度上海锦江国际酒店发展股份有限公司主营业务利润图表：2007年分季度上海锦江国际酒店发展股份有限公司营业利润图表：2007年分季度上海锦江国际酒店发展股份有限公司利润总额图表：2007年分季度上海锦江国际酒店发展股份有限公司净利润图表：2007年分季度上海锦江国际酒店发展股份有限公司可供分配的利润图表：2007年分季度上海锦江国际酒店发展股份有限公司可供股东分配的利润图表：2007年分季度上海锦江国际酒店发展股份有限公司未分配利润图表：2007年分季度上海锦江国际酒店发展股份有限公司流动资产图表：2007年分季度上海锦江国际酒店发展股份有限公司长期投资图表：2007年分季度上海锦江国际酒店发展股份有限公司固定资产图表：2007年分季度上海锦江国际酒店发展股份有限公司无形资产图表：2007年分季度上海锦江国际酒店发展股份有限公司流动负债图表：2007年分季度上海锦江国际酒店发展股份有限公司长期负债图表：2007年分季度上海锦江国际酒店发展股份有限公司股东权益图表：成都谭鱼头投资股份有限公司企业文化图表：香港餐饮企业数目图表：香港餐饮业年营业额图表：香港餐饮业牌照数目图表：香港税务制度的优势图表：香港注册要求图表：香港上市规定图表：香港餐饮经营相关法律规定图表：香港餐饮经营税前利润率图表：香港餐饮业经营员工职位平均工资图表：香港餐饮业收益情况图表：香港普通食肆牌照费（按面积）图表：香港普通食肆牌照费（按场所）图表：香港普通食肆牌照费（按区域）图表：餐饮业开店建设流程图图表：2006年年度中国十大餐饮品牌企业图表：2006年年度中国十大餐饮品牌企业（提名奖）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/2857028570.html>