

2014-2020年中国中餐连锁 行业监测与投资前景评估报告

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

《2014-2020年中国中餐连锁行业监测与投资前景评估报告》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/201404/103799.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

如今餐饮市场的竞争日益激烈，连锁经营有规模效益，竞争力较强，将成为我国餐饮业未来的发展趋势和主导模式。我国的餐饮连锁店不仅在数量方面增长很快，实力也明显在壮大。随着我国人均收入的逐年增加和生活节奏的加快，快餐在餐饮业内所占的销售比重和份额越来越大，渐渐占据了主导地位，相应的，中式快餐连锁店近年来也有了长足发展。

在中国其实早已存在“表面连锁”的实体，但并未冠以“连锁”二字，在改革开放前，众多的经营门店即已存在，只是分属政府部门所管辖，且无竞争，更无经营及利润上的压力，所以也就没有思考突破瓶颈的对策。

事实上中国对连锁业的接触与研究，可说是自1978年改革开放、外商进入中国市场且欲抢占零售市场后，无论政府官员、学者或所谓的企业家才从“谈判”中学习，也因为这无数次的“谈判”经验，使学者开始研究什么叫连锁业，更兴起学者、专家、官员等赶紧到香港、泰国、日本、美国等地区考察连锁店，而这一考察热潮确保给中国的流通业一个改革的新路，或许因为功力不足，造成相当多的连锁店只是招牌的一致，根本谈不上统一进货、统一管理、统一标准规范等连锁店的精髓。

在计划经济体制下，所有的物品从生产到销售皆有一定的流通管路，也就在这样的体制下，通过学者专家考察后对连锁业的鼓吹，各行各业便吹起了连锁之风，接着号称连锁却无连锁之实，搞了几年下来也尝到苦头，如资金不足、管理技术不佳、配送效率不好等问题，正因为如此才思考开放引进外资在特区及沿海开放的六大城市做“试点”，但在引进的过程中，却有种种的限制。

本报告首先介绍了中国中餐连锁业发展环境、中国餐饮连锁行业发展局势，接着分析了中国中餐连锁业运营的现状，然后介绍了中国中餐连锁市场运行局势、中国餐饮连锁行业经营管理状况。随后，报告对中国餐饮连锁做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国中餐连锁行业发展趋势与投资预测。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家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。

【目录】

第一章 2012年中国中餐连锁业发展环境分析

第一节 国内宏观经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2013年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2012年中国餐饮业发展政策环境分析

一、《餐饮企业经营规范》解读

二、“节约型社会”与餐饮业分析

三、商务部七项措施推进中国餐饮业发展

第三节 2012年中国餐饮业发展社会环境分析

第二章 2012年中国餐饮连锁行业发展局势分析

第一节 2012年中国餐饮连锁行业发展概况分析

一、中国餐饮连锁经营进入高速增长期

二、餐饮连锁业品牌重新转向直营模式

三、中国餐饮业连锁经营的法律规范情况

四、连锁餐饮企业争入机场欲打破机场餐饮高价局面

五、国内外餐饮连锁发展比较分析

第二节 2012年中国部分地区餐饮连锁业发展状况分析

一、北京市餐饮连锁业发展强劲

二、福建省餐饮连锁企业快速发展

三、山西省零售餐饮连锁业发展势头强劲

四、重庆连锁餐饮企业寻找新办法新出路

第三节 2012年外资餐饮连锁企业在中国市场发展现状分析

一、外资餐饮集团在中国市场进行加速扩张

二、美国餐饮连锁巨头“甜甜圈”进军中国市场

三、美国咖啡连锁巨头“唐恩都乐”进军上海

四、百胜餐饮连锁集团在中国市场的发展分析

第四节 2012年中国餐饮连锁市场品牌及营销策略分析

一、品牌化拓展已成连锁餐饮业的战略选择

二、打造连锁餐饮店品牌发展对策

三、连锁餐饮产品营销策略

四、餐饮连锁企业的“统一性”战略

五、餐饮连锁酒店抢占旅游市场应重视营销策略的创新

第五节 2012年中国餐饮连锁业物流状况分析

一、餐饮连锁业已显现出第四方物流

二、餐饮连锁业物流的需求、成本与绩效评价

三、降低餐饮连锁业物流成本的途径

第六节 2012年中国餐饮连锁行业面临的问题分析

- 一、餐饮连锁业面临的六大困惑
- 二、餐饮连锁品牌延伸还存在人才瓶颈
- 三、餐饮连锁企业面临快速成长与风险控制的两难困境
- 四、餐饮连锁企业发展面临挑战

第七节 2012年中国餐饮连锁业发展策略分析

- 一、中国餐饮连锁业发展战略
- 二、餐饮连锁经营的关键准备工作
- 三、中国餐饮连锁业发展对策

第三章 2012年中国中餐连锁业运营形势分析

第一节 2012年中餐连锁业发展概况分析

- 一、欧洲新式中餐迈向跨国连锁经营之路
- 二、中国中餐连锁企业发展概况
- 三、中西餐饮文化差异解析

第二节 2012年中餐连锁业存在的问题分析

- 一、中餐连锁经营中存在的问题
- 二、中餐连锁企业内部运营障碍
- 三、中式餐饮特许经营的问题

第三节 2012年中国中餐连锁行业发展策略分析

- 一、中餐连锁经营企业的战略选择
- 二、中式餐饮跨国连锁第一步本土化是关键
- 三、中餐连锁企业发展对策

第四章 2012年中国中餐连锁市场运行局势论析

第一节 2012年中国部分地区中餐连锁业发展态势分析

- 一、杭州中餐连锁业发展之路任重道远
- 二、柳州市中餐连锁业遭遇“复制”瓶颈
- 三、南京中餐连锁业发展中存在的问题及对策

第二节 2012年中国中式餐饮连锁企业人力资源分析

- 一、中式餐饮连锁企业人力资源需求状况
- 二、中式餐饮连锁企业的人力资源存在问题分析
- 三、中式餐饮连锁企业人力资源管理与开发的对策

第三节 2012年中国中餐连锁市场动态分析

- 一、连锁中餐以标准化抢万亿市场
- 二、中餐连锁竞争力分析
- 三、经济低迷状态下中餐连锁受风投青睐

第五章 2012年中国餐饮连锁行业经营管理状况简析

第一节 2012年中国餐饮连锁业经营管理概况分析

- 一、餐饮连锁业的扩张与管理
- 二、酒店餐饮连锁经营自身模式建立的探索
- 三、连锁餐饮业的员工管理方案探析
- 四、餐饮连锁经营的关键准备

第二节 2012年中国餐饮连锁业的选址模式剖析

- 一、餐厅连锁经营选址中应当考虑的因素
- 二、连锁餐厅选址应遵循的基本原则
- 三、连锁餐厅选址的模式及方法运用
- 四、西式餐饮连锁加盟店的选址

第三节 2012年中国餐饮连锁经营商圈分析

- 一、商圈的一般性原则
- 二、餐饮业商圈的特殊性
- 三、肯德基商圈策略的借鉴
- 四、餐饮连锁企业扩张过程中商圈情况分析
- 五、商圈内连锁餐饮企业单店取得相对竞争优势策略

第四节 2012年中国连锁餐饮业顾客关系管理研究

- 一、顾客关系管理概念
- 二、顾客消费行为特征及影响就餐的因素
- 三、顾客需求信息的管理
- 四、顾客关系管理的对策建议

第六章 2012年中国餐饮连锁重点企业经营性数据分析

第一节 味千（中国）控股有限公司

- 一、企业概况
- 二、拉面经营状况分析
- 三、企业动态分析
- 四、味千中国兼并与重组分析

第二节 内蒙古小肥羊餐饮连锁有限公司

- 一、企业概况
- 二、小肥羊经营状况分析
- 三、小肥羊市场整顿规范情况
- 四、小肥羊进入全新发展阶段
- 五、小肥羊上市运作状况探析

第三节 福记食品服务控股有限公司

- 一、企业概况
- 二、福记餐饮经营状况分析
- 三、企业动态分析
- 四、未来发展战略

第四节 西安饮食股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业成长性分析
- 四、企业经营能力分析
- 五、企业盈利能力及偿债能力分析

第五节 中国全聚德（集团）股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业成长性分析
- 四、企业经营能力分析
- 五、企业盈利能力及偿债能力分析
- 六、全聚德的品牌经营情况及品牌营销战略

第六节 上海永和大王餐饮有限公司

- 一、公司简介
- 二、菲律宾餐饮连锁巨头全资收购永和大王
- 三、永和大王高调进军天津
- 四、永和大王加快国内新店建设

第七节 广州市真功夫餐饮管理有限公司

- 一、公司简介
- 二、真功夫欲打造全球中式快餐霸主

三、真功夫的创新过程与成果

四、真功夫快速发展存在的问题

第八节 深圳面点王饮食连锁有限公司

一、公司简介

二、深圳面点王迅速发展的经营理念

三、面点王的营销策略解析

四、面点王快速发展的成功之道

第七章 2012年中国中餐业市场运营态势分析

第一节 2012年中餐国际市场概况

第二节 2012年中国中餐业概况

一、国内中餐业发展业态分析

二、中国中餐消费市场的特点

三、国内中餐企业发力资本市场

四、中餐行业面临的机会与威胁剖析

第三节 2012年中国中餐业的营销分析

一、中餐业服务特征及营销策略

二、中餐业营销困境

三、中餐企业现代营销策略

四、中餐业应对世博商机的营销策略探讨

第四节 2012年中国中餐业的竞争分析

一、中餐业面临的竞争形势

二、海外中餐馆的竞争及发展

三、西班牙本土企业发力中餐市场

四、民营中餐对抗洋快餐

第五节 2012年中国中餐业发展问题、策略及机遇

一、中餐业缺乏品牌保护意识致纷争不断

二、“中餐”抢占美国市场的对策

三、儿童中餐市场蕴含商机

第八章 2014-2020年中国中餐连锁行业发展趋势分析

第一节 2014-2020年中国餐饮业市场新动向分析

一、绿色餐饮兴起

二、连锁经营将成为主攻方向

三、大众化“餐馆消费”引领餐饮新时尚

四、超市就餐成为越来越多的美国人消费新时尚

第二节 2014-2020年中国中餐连锁业发展趋势分析

一、连锁经营的四个发展趋势

二、中餐连锁行业发展战略趋向资本运作

三、餐饮业连锁战略发展趋势

第九章 2014-2020年中国中餐连锁行业投资前景分析

第一节 2014-2020年中国中餐连锁行业投资环境分析

第三节 2014-2020年中国中餐连锁行业投资机会分析

一、行业吸引力分析

二、区域投资潜力分析

第四节 2014-2020年中国中餐连锁行业投资风险分析

一、金融风险分析

二、政策风险分析

三、竞争风险分析

四、其他风险分析

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201404/103799.html>