

# 2024-2030年中国快餐连锁 行业前景展望与发展前景报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

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

## 一、报告报价

《2024-2030年中国快餐连锁行业前景展望与发展前景报告》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/202401/436564.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《2024-2030年中国快餐连锁行业前景展望与发展前景报告》共十一章。首先介绍了快餐连锁行业市场发展环境、快餐连锁整体运行态势等，接着分析了快餐连锁行业市场运行的现状，然后介绍了快餐连锁市场竞争格局。随后，报告对快餐连锁做了重点企业经营状况分析，最后分析了快餐连锁行业发展趋势与投资预测。您若想对快餐连锁产业有个系统的了解或者想投资快餐连锁行业，本报告是您不可或缺的重要工具。中国知名餐饮公司的企业规模、赢利能力、管理水平和经验等差距较大，呈现出产业化程度较低的不良发展态势。针对这一市场现状，报告中指出，连锁经营不仅是企业提高效率、降低成本的经营方式，更重要的是能够帮助企业突破发展中的管理瓶颈。连锁经营具有成本优势、价格优势、服务优势、品牌优势，有着极强的竞争能力，也应该是我国餐饮业经营模式的主要发展方向。目前的连锁市场依然比较混乱，有一些店开张一两年，没有一点实力就搞连锁，结果是“连”的越多，“死”的越多。有指出，“而现在又到了争夺市场份额的时候，随着一部分没有连锁能力、管理混乱的连锁公司逐步退出市场，一些有实力、管理好的优秀的连锁企业就会借机成长起来。真功夫正是凭借着扩大直营店面的份额，掌控着“统一管理”“统一决策”的战略优势，塑造了企业的良好美誉度，更是在业内展头露脚，屡创佳绩。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 2022年中国快餐连锁业发展环境分析 第一节 2022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 第二节 2022年中国快餐连锁发展经济环境分析 一、中国GDP分析 二、消费价格指数分析 三、城乡居民收入分析 四、社会消费品零售总额 五、全社会固定资产投资分析 六、进出口总额及增长率分析 第三节 2022年中国快餐连锁业发展社会环境分析 一、人口环境分析 二、教育环境分析 三、文化环境分析 四、生态环境分析 第二章 2022年中国餐饮连锁行业发展局势分析 第一节 2022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

2013-2018年，中国快餐连锁企业的总店数整体呈增长趋势，总店数从2013年的165个增长到2018年的184个。 五、国内外餐饮连锁发展比较分析 第二节 2022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 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 2022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 2022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 2022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 2022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 2022年中国快餐所属行业整体运行新形势透析 第一节 2022年中国快餐业运行总况 一、 中国快餐业快速增长 二、 中国快餐业发展走势已逐渐清晰 三、 中国快餐业市场不惧金融海啸加速扩张 四、 中国快餐业发展的经验与体会 第三节 2022年中国快餐业快餐原料市场分析 一、 我国主要粮食产品产量情况 二、 我国快餐配料市场供给情况 三、 我国肉类食品产业发展方向 四、 国内蔬菜市场价格分析 五、 国内水产品市场供需分析 第四节 2022年中国快餐发展存在的问题探讨 一、 中国快餐连锁业发展面临的困难 二、 衡量中国快餐业发展水平的误区 三、 制约中国快餐业发展的社会因素 第五节 2022年中国快餐业的发展策略 一、 注重市场细分化和个性化 二、 应提倡“小、专、多”的路子 三、 连锁经营推进要谨防冒进 四、 专业队伍要逐步扩大 五、 中西快餐优势互补 六、 加强行业组织作用 第四章 2022年中国快餐连锁业的发展态势分析 第一节 2022年中国快餐连锁运行形势分析 一、 特许连锁已成为快餐业主流模式 二、 快餐连锁企业经营情况回顾 三、 连锁快餐业迅速发展 四、 贸易战下土豆效应催热快餐连锁业 第二节 2022年中国各地区快餐连锁业发展状况 一、 宁波中式连锁快餐品牌积极向外地扩张 二、 温州市连锁快餐企业看好24小时营业模式 三、 杭州连锁快餐企业加速布局全国版图 四、 杭州本土中式连锁快餐业发展存在的问题 第三节 2022年中国快餐连锁细分所属行业市场运行分析 一、 西式快餐连锁 二、 中式快餐连锁 三、 日式快餐连锁 四、 城市网络快餐连锁 第五章 2022年中国快餐连锁企业管理情况分析 第一节 2022年中国连锁快餐企业经营管理概况 一、 快餐连锁行业管理概述 二、 快餐连锁人事管理 三、 快餐连锁供应管理 四、 快餐连锁货仓管理 第二节 2022年中国快餐连锁业企业经营分析 一、 中国餐饮连锁企业的标准关和上市观综述 二、 快餐企业发展连锁经营的动因浅析 四、 中国快餐连锁企业人才培养体系构建 第三节 2022年中国快餐连锁企业发展存在的问题分析 第六章 2022年中国快餐连锁行业经营管理情况分析 第一节 2022年中国

快餐连锁化经营模式分析 一、直营连锁 二、特许连锁 三、自由连锁 四、直营与特许经营对比分析 五、连锁快餐企业的加盟管理 第二节2022年中国连锁快餐配送管理分析 一、中国连锁快餐配送中心的建设思路 二、中国连锁快餐配送中心的必要性 三、中国连锁快餐配送中心的问题分析 四、中国连锁快餐配送中心的建设途径 第三节2022年中国连锁快餐信息化管理分析 一、连锁快餐信息化管理概述 二、连锁快餐信息化的必要性 三、连锁快餐信息化建设原则 四、连锁快餐企业信息化的误区 第七章 2022年中国快餐连锁产业竞争格局分析 第一节 2022年中国快餐连锁市场竞争形势分析 一、快餐连锁发展的竞争全面展开 二、国内中式快餐连锁企业的SWOT分析 三、中国中式快餐连锁企业的发展策略 第二节 2022年中国快餐连锁市场竞争要素分析 一、产品竞争 二、就餐环境 三、服务方式 四、新快餐运动 五、营销手段 第三节 2022年中国快餐连锁市场竞争策略分析 第八章 快餐连锁品牌企业竞争力分析 第一节 麦当劳 一、企业概况 二、麦当劳在中国快餐业竞争力分析 三、麦当劳经营状况 四、麦当劳的经营理念 五、麦当劳高效服务的流程 第二节 肯德基 一、肯德基概况 二、肯德基的成功经验 三、肯德基在中国成功战略分析 四、肯德基的特许经营策略分析 五、肯德基的“本土化”策略 第三节 德克士 一、公司简介 二、二三线城市成为德克士专攻目标 三、德克士作为第三品牌的发展方式 四、中德克士在华投资分析 第四节 吉野家 一、企业概况 二、企业经营理念 三、品牌竞争力分析 四、企业未来发展战略 第九章 国内快餐连锁重点企业竞争力分析 第一节 百胜餐饮集团 一、企业基本情况 二、百胜经营情况分析 三、百胜中国市场现状 第二节 永和大王 一、企业基本情况 二、企业经营理念 三、企业产品简介 四、永和大王信息化战略 五、永和大王发展战略分析 第三节 味千(中国)控股有限公司 一、企业基本情况 二、企业经营状况 三、企业发展战略 第四节 广州市真功夫餐饮管理有限公司 一、企业基本情况 二、企业经营状况 三、真功夫白领市场营销策略 四、企业发展战略分析 第五节 丽华快餐 一、企业基本情况 二、丽华快餐进入快餐工厂化时代 三、丽华快餐投资分析 第六节 马兰拉面 一、企业基本情况 二、企业发展历程 三、企业营销概况 四、企业产品特色 第七节 深圳面点王 一、企业基本情况 二、企业产品简介 三、面点王严格控制食品安全 第十章 2024-2030年中国快餐连锁行业发展趋势分析 第一节 2024-2030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 2024-2030年中国快餐连锁业发展趋势分析 一、中式快餐连锁经营前景 二、多元化、细分化和个性化趋势逐步加强 三、快餐连锁行业的专业人才培养队伍逐步扩大 第三节 2024-2030年中国快餐连锁市场盈利预测分析 第十一章 2024-2030年中国快餐连锁行业投资前景分析 第一节 2024-2030年中国快餐连锁行业投资环境分析 第三节 2024-2030年中国快餐连锁行业投资机会分析 一、快餐连锁行业吸引力分析 二、快餐连锁区域投资潜力分析 第四节

2024-2030年中国快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  
风险分析 四、其他风险分析 第五节 投资建议 图表目录： 图表：全国连锁餐饮机构销售额  
增长状况调查 图表：全国连锁餐饮机构原材料成本增长状况调查 图表：全国连锁餐饮机构  
毛利率变动状况调查 图表：中餐业服务营销策略图 图表：中国餐饮业岗位人员构成情况分  
布图 图表：中国餐饮业人员学历构成情况分布图 图表：中国餐饮业人员工龄构成情况分布  
图 图表：中国餐饮业人员流失情况比率图 图表：餐饮业企业战略管理的结构体系图 图表：  
餐饮业波特竞争物理模型分析图 图表：2024-2030年中国限额以上连锁快餐店营业面积增长趋  
势图 图表：2024-2030年中国限额以上连锁快餐店从业人员增长趋势图 图表：2024-2030年中  
国限额以上连锁快餐店餐位数增长趋势图 图表：2024-2030年中国规模以上连锁快餐店营业收  
入增长趋势图 图表：2024-2030年中国规模以上连锁快餐店餐费及销售收入增长趋势图 图表  
：消费者对西式快餐的偏好程度调研 图表：消费者对西式快餐就餐形式的选择调研 图表：  
消费者到西式快餐店消费的周期调研 图表：消费者西式快餐店消费的金額调研  
更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202401/436564.html>