

# 2007-2008年中国餐饮连锁业研究发展分析报告

## 报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2007-2008年中国餐饮连锁业研究发展分析报告》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：<https://www.chyxx.com/research/200805/D2098E763586485E.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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

### 第一章、连锁经营概述

#### 第一节、连锁经营概念及内涵

##### 一、连锁经营的概念

##### 二、连锁经营的分类

##### 三、连锁经营的本质

##### 四、连锁经营本质特征集中体现的四个原则

#### 第二节、连锁经营三类形式主要特点

##### 一、直营连锁（Regular Chain简称RC）

##### 二、特许连锁（Franchise Chain简称FC）

##### 三、自由连锁（Voluntary Chain简称VC）

### 第二章、中国餐饮业发展分析

#### 第一节、中国餐饮业发展概况

##### 一、中国餐饮业发展状况分析

##### 二、中国餐饮业发展的四个阶段

##### 三、中国餐饮业持续增长的主要原因

##### 四、《餐饮企业经营规范》自2007年12月1日起施行

#### 第二节、2005-2007年中国餐饮市场发展情况

##### 一、2005年中国餐饮市场状况及发展特点

##### 二、2006年中国餐饮市场发展情况

##### 三、2007年“五一”黄金周全国餐饮市场特点

#### 第三节、2004-2006年中国重点餐饮企业发展情况

##### 一、2004年全国餐饮百强企业发展情况

##### 二、2005年中国餐饮百强企业发展情况

##### 三、2006年全国重点餐饮企业发展特点及存在的问题

#### 第四节、部分地区餐饮业的发展状况

##### 一、2006年上海市餐饮业发展状况分析

##### 二、2006年北京餐饮业发展分析

##### 三、2006年四川省餐饮业运行特点

##### 四、杭州市餐饮业发展状况分析及建议

#### 第五节、中式快餐发展分析

##### 一、中式快餐业发展概况及战略模式分析

##### 二、中式快餐市场发展策略

##### 三、中式快餐企业的发展策略剖析

#### 四、中式快餐呈现三大分流方向

##### 第六节、餐饮业的信息化

- 一、餐饮信息化管理的优点
- 二、中国餐饮信息化仍然处于初级阶段
- 三、餐饮管理软件系统的判断方法
- 四、餐饮信息化管理的三大趋势

##### 第七节、餐饮业存在的问题及发展对策

- 一、中国餐饮业发展存在三大瓶颈
- 二、中国餐饮业的九大发展战略
- 三、平衡餐饮市场与消费需求的措施
- 四、餐饮企业的主要营销手段
- 五、中国餐饮业应当走连锁经营之路

#### 第三章、中国餐饮连锁行业分析

##### 第一节、中国餐饮连锁行业发展概况

- 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

##### 第二节、2003-2006年中国餐饮连锁业发展状况分析

- 一、2003年中国限额以上连锁餐饮业经营情况及特点
- 二、2004年中国部分餐饮连锁企业基本情况
- 三、2005年中国限额以上连锁餐饮业发展特点
- 四、2006年餐饮业特许经营呈现四大特征

##### 第三节、中国部分地区餐饮连锁业的发展

- 一、北京连锁早餐五大公司经营亏损情况解析
- 二、哈尔滨餐饮业积极推行连锁化标准化
- 三、新余餐饮酒店以连锁扩张争夺市场
- 四、重庆连锁餐饮企业寻找新办法新出路
- 五、贵州连锁餐饮业发展存在的问题与对策

##### 第四节、餐饮连锁业物流分析

- 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

##### 第五节、餐饮连锁行业面临的问题

- 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

#### 第六节、餐饮连锁业发展策略

- 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
- 四、中国连锁餐饮业的发展出路

#### 第四章、2003-2006年限额以上中国连锁餐饮业企业数据

##### 第一节、2003年限额以上连锁餐饮业企业数据

- 一、2003年限额以上连锁餐饮业企业（集团）数量分布
- 二、2003年限额以上连锁餐饮业企业基本情况
- 三、2003年各地区限额以上连锁餐饮企业门店分布情况

##### 第二节、2004年限额以上连锁餐饮业企业数据

- 一、2004年限额以上连锁餐饮企业（集团）数量分布
- 二、2004年限额以上连锁餐饮企业情况
- 三、2004年各地区限额以上连锁餐饮企业门店分布情况
- 四、2004年各地区限额以上连锁餐饮企业营业收入分布情况

##### 第三节、2005年限额以上连锁餐饮业企业数据

- 一、2005年限额以上连锁餐饮业集团（企业）数量分布
- 二、2005年限额以上连锁餐饮业情况
- 三、2005年各地区限额以上连锁餐饮业门店分布
- 四、2005年各地区限额以上连锁餐饮业营业收入分布
- 五、2005年各地区限额以上连锁餐饮业配送中心数

##### 第四节、2006年限额以上连锁餐饮业企业数据

- 一、2006年限额以上连锁餐饮业集团（企业）数分布情况
- 二、2006年限额以上连锁餐饮业情况
- 三、2006年限额以上连锁餐饮业门店数分布
- 四、2006年限额以上连锁餐饮业营业收入分布
- 五、2006年限额以上连锁餐饮业餐费收入分布

#### 第五章、餐饮连锁市场分析

##### 第一节、中国餐饮连锁市场概况

- 一、中国餐饮连锁业价格实行市场调节
- 二、连锁餐饮企业争入机场欲打破机场餐饮高价局面
- 三、三家内地连锁餐饮品牌联手走向澳门市场

##### 第二节、外资餐饮连锁企业在中国市场的发展

- 一、外资餐饮集团在中国市场进行加速扩张

- 二、百胜餐饮连锁集团在中国市场的发展分析
- 三、麦当劳与肯德基在中国的发展差距原因分析
- 第三节、中国连锁餐饮市场竞争分析
  - 一、外资连锁餐饮本土化竞争已升级
  - 二、台湾连锁餐饮业积极进军大陆市场
  - 三、方便面业开始向中式餐饮连锁市场发动攻势
  - 四、连锁经营将成中式快餐企业迎战洋快餐之道
  - 五、标准细化可避免加盟和直营内斗
  - 六、从五个方面打造连锁餐饮企业的核心竞争力
- 第四节、餐饮连锁市场品牌及营销策略
  - 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、餐饮连锁酒店抢占旅游市场应重视营销策略的创新
- 第六章、中餐连锁业
  - 第一节、中餐连锁业发展概况
    - 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、部分地区中餐连锁业的发展
    - 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
  - 第三节、中餐连锁企业信息技术的运用分析
    - 一、中餐连锁业信息化技术应用现状
    - 二、信息网络技术对中餐连锁业的必要性
    - 三、信息技术应用于中餐连锁业的策略
  - 第四节、中餐连锁业存在的问题及发展策略
    - 一、中餐连锁经营中存在的问题及对策
    - 二、中餐连锁企业内部运营障碍与对策
    - 三、中餐连锁经营企业的战略选择
    - 四、中式餐饮跨国连锁第一步本土化是关键
    - 五、中餐连锁企业发展对策
- 第七章、其他餐饮连锁业的发展
  - 第一节、连锁快餐业
    - 一、特许连锁已成为快餐业主流模式

- 二、杭州本土中式连锁快餐业发展存在的问题
- 三、中式快餐连锁企业经营情况分析
- 四、国内中式快餐连锁企业的SWOT分析
- 五、中国中式快餐连锁企业的发展策略
- 六、快餐连锁业管理信息系统的结构和功能设计研究
- 第二节、其它餐饮连锁业
  - 一、台湾蛋糕咖啡连锁店攻进大陆市场
  - 二、中外品牌糕点连锁发展现状分析
  - 三、中国市场上的主要高端冰淇淋连锁
- 第八章、餐饮连锁业的经营管理
  - 第一节、餐饮连锁业经营管理概况
    - 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
  - 第二节、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
  - 第三节、餐饮连锁经营的商圈分析
    - 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、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
- 第九章、国外餐饮连锁重点企业
  - 第一节、肯德基
    - 一、公司简介
    - 二、肯德基的营运模式
    - 三、肯德基在中国“不从零开始”特许经营策略解读
    - 四、肯德基在中国餐厅数量已突破2000家

## 第二节、麦当劳

- 一、公司简介
- 二、麦当劳的经营理念
- 三、麦当劳高效服务的流程
- 四、2006年前三季度麦当劳中国业务增长情况

## 第三节、必胜客

- 一、公司简介
- 二、必胜客的经营策略分析
- 三、必胜客中国市场发展策略
- 四、必胜宅急送脱离必胜客衍生独立品牌

## 第四节、棒！约翰

- 一、公司简介
- 二、棒约翰注重差异化竞争
- 三、“棒！约翰”在中国市场的扩张
- 四、棒!约翰针对必胜客的竞争策略分析

## 第五节、星巴克

- 一、公司简介
- 二、星巴克的经营之道
- 三、星巴克建立让顾客信任的品牌营销战略
- 四、星巴克收回中国市场特许经营权

## 第十章、国内餐饮连锁重点企业

### 第一节、小肥羊

- 一、公司简介
- 二、小肥羊的发展解读
- 三、小肥羊市场整顿规范情况
- 四、小肥羊已进入全新发展阶段

### 第二节、全聚德

- 一、公司简介
- 二、全聚德连锁经营发展分析
- 三、全聚德的品牌经营情况及品牌营销战略
- 四、全聚德发展经营现状

### 第三节、真功夫

- 一、公司简介
- 二、真功夫欲打造全球中式快餐霸主
- 三、“真功夫”发展中存在的难题



#### 第四节、面点王

- 一、公司简介
- 二、深圳面点王迅速发展背后的经营理念
- 三、面点王的营销策略解析

#### 第五节、德克士

- 一、公司简介
- 二、重复加盟使德克士与加盟商实现共赢
- 三、“德克士”品牌经营发展对策

#### 第十一章、餐饮连锁行业投资分析及发展趋势

##### 第一节、餐饮连锁业投资分析

- 一、北京市连锁餐饮已成为社区商业投资新宠
- 二、连锁餐饮业高速增长引来风投热切关注
- 三、连锁经营的风险及规避对策

##### 第二节、连锁经营及餐饮业发展趋势

- 一、连锁经营的四个发展趋势
- 二、中国餐饮业的主要发展趋势
- 三、中国餐饮消费呈三大发展趋势
- 四、未来餐饮业营销的的几大发展方向
- 五、2008-2010年中国餐饮业主要发展趋势
- 六、餐饮连锁行业发展战略趋向资本运作

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：餐饮企业经营规范

附录四：商业特许经营管理条例

图表目录：

图表1 1978-2005年餐饮业与社会消费品零售总额的增速比较

图表2 2005年1-12月中国餐饮业零售额与增长速度

图表3 2005年全国三大区域餐饮业发展情况比较

图表4 “十五”时期全国三大区域餐饮业零售额

图表5 2005年全国各省市餐饮业发展排序

图表6 2005年全国各城市餐饮业发展排序

图表7 1991-2005年中国人均餐饮消费变化情况

图表8 1976-2005年中国餐饮业增长贡献率和拉动率变化情况

图表9 相关年度中国餐饮业零售额“跨千亿元台阶”情况

图表10 2005与2006年中国餐饮业月度零售额对比情况

图表11 2006年中国餐饮业各季度零售额比重

图表12 2006年东中西部地区餐饮业发展情况比较

图表13 2000-2006年东中西部地区餐饮业增长率比较

图表14 2006年中国主要省市餐饮业三项指标前十名排序

图表15 2006年中国主要城市餐饮业三项指标前十名排序

图表16 2004-2006年中国餐饮业结构变化情况

图表17 2006年北京限额以上餐饮企业所有制结构

图表18 2006年北京限额以上餐饮企业经营业态

图表19 部分国家人均GDP从800美元到3000美元的发展进程

图表20 各国人均GDP800美元时的产业结构

图表21 各国人均GDP3000美元时的产业结构

图表22 2003年各地区限额以上连锁餐饮业零售额占当地餐饮业零售额比重

图表23 2003年东中西部地区限额以上连锁餐饮业门店数及营业收入

图表24 2003年限额以上连锁餐饮业按门店数划分的企业数量

图表25 2003年限额以上连锁餐饮业按企业营业收入划分的门店数及营业收入总计

图表26 2004年中国部分餐饮连锁企业基本情况

图表27 2005年中国东中西部地区限额以上连锁餐饮业门店数及营业收入

图表28 2005年中国大中小城市限额以上连锁餐饮业门店数及营业收入

图表29 贵州限额以上餐饮业有关指标与全国比较表

图表30 2003年限额以上连锁餐饮企业（集团）数量（按登记注册类型，业态分）

图表31 2003年各地区限额以上连锁餐饮企业（集团）数量（按业态分）

图表32 2003年限额以上连锁餐饮企业基本情况（按业态分）

图表33 2003年限额以上连锁餐饮企业基本情况（按登记注册类型分）

图表34 2003年限额以上连锁餐饮企业经营情况（按登记注册类型分）

图表35 2003年限额以上连锁餐饮企业资产和负债情况（按登记注册类型分）

图表36 2003年各地区限额以上连锁餐饮企业门店分布情况（按业态分）

图表37 2004年限额以上连锁餐饮集团数（按登记注册类型，业态分）

图表38 2004年各地区限额以上连锁餐饮企业（集团）数量（按业态分）

图表39 2004年限额以上连锁餐饮企业基本情况

图表40 2004年限额以上连锁餐饮企业情况（按业态分）

图表41 2004年限额以上连锁餐饮企业基本情况（按登记注册类型分）

图表42 2004年限额以上连锁餐饮企业经营情况（按登记注册类型分）

图表43 2004年限额以上连锁餐饮企业资产和负债情况（按登记注册类型分）

图表44 2004年各地区限额以上连锁餐饮企业门店数（按业态分）

- 图表45 2004年各地区限额以上连锁餐饮企业营业收入（按业态分）
- 图表46 2005年限额以上连锁餐饮业集团（企业）数（按登记注册类型，业态分）
- 图表47 2005年各地区限额以上连锁餐饮业集团（企业）数（按业态分）
- 图表48 2005年限额以上连锁餐饮业情况（按业态分）
- 图表49 2005年限额以上连锁餐饮业基本情况（按登记注册类型分）
- 图表50 2005年限额以上连锁餐饮业商品购进额情况（按登记注册类型分）
- 图表51 2005年限额以上连锁餐饮业营业收入情况（按登记注册类型分）
- 图表52 2005年各地区限额以上连锁餐饮业门店数（按业态分）
- 图表53 2005年各地区限额以上连锁餐饮业营业收入（按业态分）
- 图表54 2005年各地区限额以上连锁餐饮业配送中心数（按业态分）
- 图表55 2006年限额以上连锁餐饮业集团（企业）数（按登记注册类型和业态分）
- 图表56 2006年限额以上连锁餐饮企业（集团）数（按行业和业态分）
- 图表57 2006年限额以上连锁餐饮企业（集团）数（按行业与登记注册类型分）
- 图表58 2006年限额以上连锁餐饮业集团（企业）数（按地区与业态分）
- 图表59 2006年限额以上连锁餐饮企业（集团）数（按地区与登记注册类型分）
- 图表60 2006年限额以上连锁餐饮企业（集团）数（续,按地区与登记注册类型分）
- 图表61 2006年限额以上连锁餐饮企业（集团）数（按地区与行业分）
- 图表62 2006年限额以上连锁餐饮业基本情况
- 图表63 2006年限额以上连锁餐饮业情况（按业态分）
- 图表64 2006年限额以上连锁餐饮业基本情况（按登记注册类型分）
- 图表65 2006年限额以上连锁餐饮业商品购进总额情况（按登记注册类型分）
- 图表66 2006年限额以上连锁餐饮业营业收入情况（按登记注册类型分）
- 图表67 2006年限额以上连锁餐饮业基本情况（按行业分）
- 图表68 2006年限额以上连锁餐饮业商品购进总额情况（按行业分）
- 图表69 2006年限额以上连锁餐饮业营业收入情况（按行业分）
- 图表70 2006年限额以上连锁餐饮业门店数（按地区与业态分）
- 图表71 2006年限额以上连锁餐饮业营业收入（按地区与业态分）
- 图表72 2006年限额以上连锁餐饮业餐费收入（按地区与业态分）
- 图表73 美国市场麦当劳与肯德基比较
- 图表74 中国市场麦当劳与肯德基的比较
- 图表75 中国肯德基餐厅的增长
- 图表76 麦当劳与肯德基餐厅发展速度与数量对比
- 图表77 麦当劳与肯德基经营业绩对比
- 图表78 中国人对快餐品牌认知度
- 图表79 麦当劳的顾客满意度

图表80 企业的信息处理系统的物理结构方案

图表81 管理信息系统的局部实施图

图表82 管理信息系统的核心模块体系

图表83 麦当劳与肯德基的品牌定位、消费群体、餐厅环境及人均消费情况

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/200805/D2098E763586485E.html>