

2009年中国餐饮连锁行业市场研究及投资前景预测报告

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

《2009年中国餐饮连锁行业市场研究及投资前景预测报告》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/200907/19930.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

第一章 2008年中国餐饮连锁业发展环境分析

一、2008年中国经济发展环境分析

- (一) 2008年中国宏观经济运行情况
- (二) 全球金融危机对中国产业格局影响
- (三) 中国应对金融危机的措施

二、2008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

第二章 连锁经营相关概述

一、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

二、连锁经营三类形式主要特点

- (一) 直营连锁
- (二) 特许连锁
- (三) 自由连锁

第三章 2008年全球餐饮连锁业市场运行格局分析

一、2008年全球餐饮连锁业形势发展分析

- (一) 全球餐饮连锁巨头抢占中国市场
- (二) 2008年全球餐饮连锁业竞争战略分析
- (三) 全球餐饮连锁经营启示分析

二、2008年全球餐饮连锁市场运行分析

- (一) 需求不断上升
- (二) 市场格局发生变化分析
- (三) 市场发展特色分析

三、2009-2012年全球餐饮连锁行业发展前景预测分析

第四章 2008年中国餐饮业发展态势分析

一、2008年中国餐饮业发展概况分析

- (一) 我国餐饮业发展历程
- (二) 我国餐饮业发展总体状况
- (三) 我国餐饮业发展的主要特征
- (四) 促进我国餐饮业发展的因素

二、2008年中国餐饮市场发展情况分析

- (一) 中国餐饮市场状况及发展特点分析
- (二) 中国住宿餐饮零售状况分析

三、2008年中国重点餐饮企业发展情况分析

- (一) 2008年全国重点餐饮企业发展特点及存在的问题
- (二) 2008年我国餐饮百强企业特征

四、2008年北京奥运会对中国餐饮业的影响分析

- (一) 奥运会对餐饮业的巨大影响
- (二) 北京奥运促进餐饮业结构升级
- (三) 香港“奥运大餐”销路良好
- (四) 后奥运时期北京旅游餐饮业将持续发展

五、2008年全球金融危机对中国餐饮业的影响分析

- (一) 金融危机影响上海餐饮业
- (二) 金融危机影响深圳餐饮业
- (三) 金融危机对杭州餐饮业的影响
- (四) 金融危机对香港餐饮业影响严重
- (五) 在华西式餐饮连锁未受全球金融危机影响
- (六) 扩大内需促进餐饮业发展
- (七) 餐饮业应对金融危机的方式

六、2008年中国餐饮业存在的问题及发展对策分析

- (一) 我国餐饮业面临的问题
- (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) 餐饮业在体验经济时代的营销策略
- (五) 餐饮企业的主要营销手段
- (六) 中国餐饮业应当走连锁经营之路

第五章 2008年中国餐饮连锁行业发展局势分析

一、2008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

二、2008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

三、2008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

四、2008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

五、2008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

六、2008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

七、2008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

第六章 2008年中国细分餐饮连锁行业发展态势探析——中餐连锁业

一、2008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) 中西餐饮文化差异分析

二、2008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

三、2008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

四、2008年中餐连锁业存在的问题及发展策略分析

- (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) 中式餐饮特许经营的问题与对策
- (四) 中餐连锁经营企业的战略选择
- (五) 中式餐饮跨国连锁第一步本土化是关键
- (六) 中餐连锁企业发展对策

第七章 2008年中国细分餐饮连锁行业发展形势探析——其他餐饮连锁业

一、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

二、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 2008年中国餐饮连锁行业经营管理状况简析

一、2008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

二、2008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

三、2008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

四、2008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

第九章 2008年中国餐饮连锁信息化发展状况分析

一、2008年中国餐饮业信息化发展态势分析

- (一) 餐饮企业实施信息化的原则
- (二) 餐饮企业信息化平台的选择
- (三) 信息化对餐饮企业的利益回报
- (四) 发展餐饮信息化的软件与技术
- (五) 我国餐饮业信息化发展困难

(六) 影响餐饮企业信息系统建设因素

(七) 餐饮信息化管理的三大趋势

二、2008年中国餐饮连锁信息化形势分析

(一) 连锁餐饮信息化的模式

(二) 餐饮连锁传统方式制约信息化发展

(三) 餐饮连锁企业的信息化管理

(四) 连锁餐饮信息化解决方案

(五) 餐饮连锁信息化建议

三、2008年中国餐饮连锁信息化集团管理现状分析

(一) 集团管理系统的组成

(二) 集团连锁信息化的目标

(三) 远程查询子系统

(四) 连锁管理子系统

(五) 集团管理方案的实施

四、2008年中国中餐连锁企业信息技术运用状况分析

(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

五、餐饮连锁信息化成功案例

(一) 百年老店全聚德的信息化经营

(二) 小肥羊的信息化经营

(三) 味千中国建立信息化商业平台

(四) 谭鱼头打造信息化新旗舰

(五) “真功夫”全面打造信息化终端

第十章 2008年中国连锁餐饮行业竞争态势分析

一、2008年中国连锁餐饮市场竞争现状分析

(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) 连锁经营将成中式快餐企业迎战洋快餐之道

(四) 标准细化可避免加盟和直营内斗

(五) 从五个方面打造连锁餐饮企业的核心竞争力

二、2008年中国餐饮连业竞争存在的问题分析

三、2009-2012年中国餐饮连锁业竞争趋势分析

第十一章 全球著名餐饮连锁重点企业分析

一、百胜餐饮集团

- (一) 公司简介
- (二) 百胜集团加强中国本土化程度
- (三) 百胜集团进军华南中式快餐市场

二、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

三、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、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成独立品牌

五、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

六、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

第十二章 中国餐饮连锁重点企业分析

一、中国全聚德（集团）股份有限公司

（一）企业概况

（二）企业经营状况分析

二、味千（中国）控股有限公司

（一）企业概况

（二）企业经营状况分析

三、内蒙古小肥羊餐饮连锁有限公司

（一）企业概况

（二）企业经营状况分析

四、福记食品服务控股有限公司

（一）企业概况

（二）企业经营状况分析

五、西安饮食股份有限公司

（一）企业概况

（二）企业经营状况分析

第十三章 2009-2012年中国餐饮连锁行业发展及投资分析

一、2009-2012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

二、2009-2012年中国餐饮连锁业发展趋势分析

（一）连锁经营的四个发展趋势

（二）餐饮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

三、2009-2012年中国餐饮连锁行业投资分析

（一）中国餐饮连锁行业投资环境分析

（二）中国餐饮连锁行业投资机会分析

（三）中国餐饮连锁行业投资风险分析

图表目录（部分）：

图表：2008年中国GDP增长情况

图表：2001-2008年中国工业增加值与发电量

图表：2005-2008年中国投资、消费、出口走势

图表：2001-2008年中国CPI、PPI走势

图表：2001-2008年中国进出口走势

图表：2001-2008年中国失业率走势

图表：2007-2008年中国货币供应量

图表：2008年1-9月份我国部分行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份我国周期性行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份耐用消费类产业出现负增长（同比增长率%）

图表：近期公布的刺激经济的政策一览表

图表：提高出口退税率的清单

图表：略……

更多图表见报告正文

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200907/19930.html>