

2009年中国餐饮连锁行业市场分 析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分析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/200902/11417.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“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/200902/11417.html>