

# 中国餐饮连锁经营产业运行状况分析与投资战略研究报告2024-2030年

产品名称	中国餐饮连锁经营产业运行状况分析与投资战略研究报告2024-2030年
公司名称	北京华商纵横信息咨询中心
价格	6000.00/件
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区亚运村四方大厦
联系电话	188-11718743 13621060192

## 产品详情

部分 餐饮业新形势透析章 餐饮业相关概述1.1 餐饮业市场细分及作用1.1.1 餐饮业的细分1.1.2 餐饮业的经济地位和作用1.1.3 餐饮业的成本核算1.1.4 餐饮业的消费方式和现代化趋向1.2 餐饮连锁业简述1.2.1 餐饮业连锁经营的本质1.2.2 餐饮业连锁经营集中体现的四个原则1.3 餐饮业连锁经营三类形式及特点1.3.1 直营连锁（Regular Chain简称RC）1.3.2 特许连锁（Franchise Chain简称FC）1.3.3 自由连锁（Voluntary Chain简称VC）1.4 餐饮业行业特性分析1.4.1 餐饮业生命周期1.4.2 餐饮业要素密集性1.4.3 餐饮业经营风险 第二章 中国餐饮业运行新形势透析2.1 中国餐饮业运行总况2.1.1 中国餐饮业多种所有制存在2.1.2 餐饮业总体规模逐年壮大2.1.3 现阶段餐饮市场的概况2.1.4 餐饮市场与需求的平衡分析2.1.5 促进中国餐饮业发展的因素2.2 中国餐饮消费者分析2.2.1 餐饮消费者种类分析2.2.2 餐饮消费者心理效应解析2.2.3 餐饮消费者快餐消费习惯及态度研究2.3 中国餐饮业中电子商务的应用分析2.3.1 餐饮业适合电子商务发展的特性2.3.2 国内餐饮业的电子商务存在方式2.3.3 电子商务给餐饮业带来的机遇和挑战2.3.4 电子商务在餐饮业中的运用策略2.4 中国餐饮业发展中的问题分析2.4.1 中国集团饮食供应总体水平较低2.4.2 餐饮行业发展的四大弊病2.4.3 酒店餐饮业人才储备不足2.5 促进中国餐饮业健康发展的对策2.5.1 餐饮业发展需要三大平台2.5.2 商务部促进餐饮业发展的对策2.5.3 餐饮业向规模经济发展的对策2.5.4 中国餐饮业的个性化服务策略2.5.5 国内餐饮业品牌打造的策略 第三章 近几年中国餐饮市场运营状况同比分析3.1 近几年中国餐饮市场热点透析3.1.1 中国餐饮业注重品牌战略3.1.2 中国餐饮市场流行元素3.1.3 中国餐饮限额以上企业特点分析3.1.4 餐饮业居民消费比重分析3.2 近几年中国餐饮市场深度剖析分析3.2.1 中国住宿与餐饮业运行状况3.2.2 餐饮零售额快速增长3.2.3 我国餐饮企业零售总额分析3.3 中国餐饮市场动态分析3.3.1 中国大力发展餐饮业扩大内需3.3.2 我国餐饮市场增速放缓3.3.3 2024年国内餐饮市场发展方向 第二部分 餐饮业细分市场透析 第四章 中国中餐业市场运行态势分析4.1 中餐国际市场运行浅析4.1.1 美国4.1.2 欧洲4.1.3 英国4.1.4 法国4.1.5 意大利4.1.6 西班牙4.2 中国市场中餐业运行总况4.2.1 中国中餐消费市场的特点4.2.2 国内中餐企业发力资本市场4.2.3 中国中餐业的营销分析4.2.4 中餐地位面临挑战4.3 中国中餐业的竞争分析4.3.1 海外中餐馆的竞争及发展4.3.2 美国中餐市场竞争激烈4.3.3 西班牙本土企业发力中餐市场4.3.4 民营中餐对抗洋快餐4.3.5 中餐竞争趋势分析4.4 中国中餐连锁业运行热点聚焦4.4.1 连锁中餐以标准化抢万亿市场4.4.2 中餐连锁竞争力分析4.4.3 发展中餐连锁应重视中西文化差别4.4.4 中餐连锁企业运营障碍及对策4.5 未来中国中餐业发展策略及趋势4.5.1 “中餐”抢占美国市场的对策4.5.2

儿童中餐市场蕴含商机 第五章 中国西餐业市场运行状况分析5.1 中国西餐业运行综述5.1.1  
国内西餐业态种类及特点5.1.2 西餐市场在中国的分布5.1.3 中国西餐业发展迅猛5.1.4  
中国西餐业品牌竞争力分析5.2 中国西餐业的问题及对策5.2.1 西餐业管理和技术人员匮乏5.2.2  
“中式西餐”的发展困局探析5.2.3 “中式西餐”的发展出路解析5.2.4 中西结合保持特色5.3  
未来中国西餐业的发展前景预测5.3.1 “中式西餐”未来发展展望5.3.2 未来西餐经营的走势5.3.3  
西餐市场的发展趋势5.3.4 本土化与大众化结合将成西餐业的趋势 第六章  
中国快餐业市场运行形势分析6.1 中国快餐业运行综述6.1.1 中国快餐业发展迅速6.1.2  
快餐在中国广受欢迎6.1.3 中国快餐业快速增长6.1.4 中国快餐业发展的经验6.2  
西式快餐市场行销定位与市场战略6.2.1 市场竞争态势分析6.2.2 市场定位6.2.3 行销定位策略6.2.4  
行销组合策略6.3 中国快餐业市场竞争分析6.3.1 快餐业竞争格局显现6.3.2 汉堡王进军中国市场6.3.3  
三大洋快餐争相吸引投资者加盟6.4 中国快餐业面临的问题及发展对策分析6.4.1  
中国快餐业发展的障碍及其突破6.4.2 连锁加盟对快餐业的不利影响6.4.3 中国快餐业发展的不足与对策6.5  
未来中国快餐业的未来发展趋势6.5.1 快餐行业发展的趋势变化6.5.1 中国快餐业发展的趋势分析6.5.2  
快餐业的信息化发展趋势 第七章 中国中式快餐市场动态分析7.1 中国中式快餐市场探析7.1.1  
中式快餐成市场主角7.1.2 中国中式快餐进入品牌时代7.1.3 马兰拉面成为中式快餐的大梁7.1.4  
中式快餐发展空间广阔7.2 对中国中式快餐的SWOT分析7.2.1 优势7.2.2 劣势7.2.3 机遇7.2.4 威胁7.3  
中国中式快餐业竞争分析7.3.1 百胜拓展中式快餐市场7.3.2 中式快餐赶超洋快餐7.3.3  
中式快餐的竞争策略7.3.4 中式快餐与国外快餐的模式对比分析7.4 中国中式快餐面临的挑战7.4.1  
中式快餐的软肋7.4.2 中式快餐难形成规模7.4.3 中式快餐业管理落后7.4.4 国外中式快餐业的危机及发展7.5  
未来中国中式快餐趋势与投资分析7.5.1 中式快餐发展前景看好7.5.2 中式快餐的发展策略7.5.3  
中式快餐的成功之路 第三部分 餐饮业区域市场经营同比 第八章 北京餐饮业市场经营与盈利状况调研8.1  
北京餐饮业运行综述8.1.1 北京餐饮市场结构升级8.1.2 假日消费引爆京城餐饮市场8.1.3  
北京餐饮市场销售额分析8.2 北京餐饮市场热点追踪8.2.1 北京西单商圈上演餐饮业争霸战8.2.2  
北京餐饮市场发展存在的问题8.2.3 北京餐饮业的发展趋势与对策建议8.3 北京餐饮业营销分析8.3.1  
北京餐饮业的特性及经营管理8.3.2 北京餐饮业进行网络营销8.3.3 北京餐饮市场广告销售模式分析8.4  
北京“成都小吃”现象经济分析8.4.1 北京的“成都小吃”现象8.4.2 成都小吃企业特征8.4.3  
成都小吃的运行机理8.4.4 北京“成都小吃”的启示8.5 未来北京餐饮业发展前景及趋势8.5.1  
后奥运时期北京旅游餐饮业将持续发展8.5.2 北京餐饮业发展趋势8.5.3  
北京餐饮业态呈现科学化发展趋势 第九章 上海餐饮业运行新形势探析9.1 上海餐饮业运行总况9.1.1  
上海餐饮市场呈多元化趋势9.1.2 上海餐饮企业出击海外市场9.1.3 上海餐饮市场增幅下降9.2  
上海网络餐饮业发展分析9.2.1 上海网络餐饮业概述9.2.2 网络餐饮业优劣势分析9.2.3 大众点评网9.2.4  
饭馆1149.2.5 其他网站9.3 消费者对上海餐饮业发展的要求9.3.1 游客9.3.2 商务客人9.3.3 白领休闲社交9.3.4  
家庭消费9.3.5 上班族9.4 未来上海餐饮业发展趋势9.4.1 上海餐饮的发展趋向9.4.2  
上海餐饮业信息化管理趋势9.4.3 上海户外餐饮成时尚 第十章 广州餐饮业运行状况探析10.1  
广州餐饮业现状综述10.1.1 广州餐饮市场出现降价潮10.1.2 广州餐饮业大环境的特点10.1.3  
广州餐饮区域现状10.1.4 广州餐饮业消费水平10.2 广州餐饮业存在的问题10.2.1 广州餐饮的隐忧10.2.2  
广州本土餐饮企业亟待壮大10.2.3 广州餐饮企业人才问题10.3 未来广州餐饮业发展走势10.3.1  
广州市场餐饮概念的变迁10.3.2 广州餐饮业发展迅猛的原因10.3.3 广州餐饮市场的发展走向10.3.4  
广州商务餐饮市场空间广阔10.3.5 量贩经营模式在广州餐饮业兴起 第十一章  
中国其他城市餐饮业运行分析11.1 深圳11.1.1 深圳餐饮业的八大菜系简述11.1.2 深圳餐饮价格走势11.1.3  
超市成为深圳快餐市场新的生力军11.1.4 金融危机影响下深圳餐饮市场走低11.1.5  
深圳餐饮行业存在的问题及对策11.2 武汉11.2.1 武汉餐饮业发展特征11.2.2 武汉市餐饮市场亮点频现11.2.3  
外来餐饮巨头竞逐武汉市场11.2.4 品牌餐饮抢滩武汉郊区市场11.2.5  
武汉饮食业与周边区域市场对比分析11.3 成都11.3.1 成都住宿和餐饮业零售额分析11.3.2  
成都西餐市场发展迅速11.3.3 成都餐饮市场主要分布11.3.4 成都中餐饮市场分析11.3.5  
成都餐饮业的特色发展分析11.4 重庆11.4.1 美国大风险投资机构青睐重庆餐饮业11.4.2  
重庆餐饮发展状况分析11.4.3 重庆餐饮行业面临严峻挑战11.4.4 重庆政府采取措施加快餐饮业发展11.5  
西安11.5.1 西安餐饮业发展综述11.5.2 西安休闲餐饮发展势头良好11.5.3  
西安酒店餐饮业的问题分析 第四部分 餐饮业品牌企业竞争力研究 第十二章  
中国餐饮业竞争新格局透析12.1 中国餐饮业竞争概述12.1.1 中高端餐饮业竞争升级12.1.2  
餐饮业竞争出现新热点12.1.3 餐饮业竞争抗衡因素的变化12.1.4 主题餐厅直面竞争12.1.5

北京餐饮面临品牌竞争时代12.2 中西餐饮业的对比竞争分析12.2.1 中西快餐的竞争局势12.2.2 中西餐饮业的总体差异12.2.3 中西餐饮业的差距12.3 酒店、饭店餐饮业竞争对策分析12.3.1 饭店餐饮面对市场竞争经营的策略12.3.2 饭店营销竞争新策略解析12.3.3 酒店餐饮经营的竞争对策12.3.4 酒店餐饮的市场竞争策略12.4 中国餐饮企业应对竞争的策略措施12.4.1 餐饮企业面对竞争的八个手段12.4.2 餐饮竞争措施的实施12.4.3 中国餐饮业构建核心竞争力分析12.4.4 餐饮业的卫生竞争战略 第十三章 国外餐饮连锁重点企业运行分析13.1 百胜餐饮集团13.1.1 公司简介13.1.2 百胜经营状况13.1.3 百胜集团加强中国本土化程度13.1.4 百胜集团进军华南中式快餐市场13.2 麦当劳13.2.1 公司简介13.2.2 麦当劳经营状况13.2.3 麦当劳的经营理念13.2.4 麦当劳高效服务的流程13.3 棒约翰13.3.1 公司简介13.3.2 棒约翰经营状况13.3.3 棒约翰注重差异化竞争13.3.4 棒约翰在中国市场的扩张13.3.5 棒约翰针对必胜客的竞争策略13.4 星巴克13.4.1 公司简介13.4.2 星巴克经营状况13.4.3 星巴克的经营之道13.4.4 星巴克收回中国市场特许经营权 第十四章 中国餐饮连锁重点企业运营关键性财动态分析14.1 味千(中国)控股有限公司14.1.1 企业概况14.1.2 拉面经营状况分析14.1.3 企业动态分析14.1.4 味千中国兼并与重组分析14.2 内蒙古小肥羊餐饮连锁有限公司14.2.1 企业概况14.2.2 小肥羊经营状况分析14.2.3 小肥羊市场整顿规范情况14.2.4 小肥羊进入全新发展阶段14.2.5 小肥羊上市运作状况探析14.3 福记食品服务控股有限公司14.3.1 企业概况14.3.2 福记餐饮经营状况分析14.3.3 企业动态分析14.3.4 未来发展战略14.4 西安饮食股份有限公司14.4.1 企业概况14.4.2 企业主要经济指标分析14.4.3 企业盈利能力分析14.4.4 企业偿债能力分析14.4.5 企业运营能力分析14.4.6 企业成长能力分析14.5 中国全聚德(集团)股份有限公司14.5.1 企业概况14.5.2 企业主要经济指标分析14.5.3 企业盈利能力分析14.5.4 企业偿债能力分析14.5.5 企业运营能力分析14.5.6 企业成长能力分析14.5.6 全聚德的品牌经营情况及品牌营销战略14.6 上海永和大王餐饮有限公司14.6.1 公司简介14.6.2 菲律宾餐饮连锁巨头全资收购永和大王14.6.3 永和大王高调进军天津14.6.4 永和大王加快国内新店建设14.7 广州市真功夫餐饮管理有限公司14.7.1 公司简介14.7.2 真功夫欲打造中式快餐霸主14.7.3 真功夫的创新过程与成果14.7.4 真功夫快速发展存在的问题14.8 深圳面点王饮食连锁有限公司14.8.1 公司简介14.8.2 深圳面点王迅速发展的经营理念14.8.3 面点王的营销策略解析14.8.4 面点王快速发展的成功之道 第五部分 餐饮经营业态探析 第十五章 中国餐饮企业经营分析15.1 中国餐饮特许经营分析15.1.1 中国餐饮业特许经营概述15.1.2 国内餐饮业特许经营标准化问题的分析15.1.3 餐饮特许经营要防止走偏15.1.4 餐饮特许经营管理的SPA疗法15.2 中国餐饮经营热点市场分析15.2.1 婚宴市场15.2.2 寿宴市场15.2.3 商务用餐15.3 中国餐饮业营销分析15.3.1 未来餐饮营销的发展趋势15.3.2 不同规模的餐饮企业选择的连锁方式15.3.3 中国餐饮的特色营销方式15.3.4 节假日餐饮营销战略15.4 中国餐饮企业经营策略15.4.1 餐饮经营策略概述15.4.2 餐饮企业的经营对策15.4.3 餐饮经营致胜的秘诀15.4.4 餐饮企业做大的经营技巧 第十六章 中国餐饮企业连锁经营分析16.1 餐饮连锁运作分析16.1.1 餐饮连锁经营的起源与形式16.1.2 餐饮连锁特许商的标准16.1.3 餐饮业连锁经营的选址特点16.1.4 餐饮业连锁经营经济指标分析16.2 近几年中国餐饮连锁业发展状况分析16.2.1 中国餐饮连锁企业基本情况16.2.2 中国限额以上连锁餐饮业发展特点16.2.3 餐饮业特许经营呈现四大特征16.2.4 我国餐饮连锁企业盈利状况分析16.3 中国餐饮连锁经营的商圈及相关理论16.3.1 商圈的一般性原则与特点16.3.2 国外餐饮巨头商圈策略借鉴16.3.3 商圈状况分类与特征16.3.4 商圈内连锁餐饮企业竞争策略16.4 中国餐饮连锁市场品牌及营销策略16.4.1 品牌化拓展已成连锁餐饮业的战略选择16.4.2 打造连锁餐饮店品牌发展对策16.4.3 连锁餐饮产品营销策略16.4.4 餐饮连锁企业的“统一性”战略16.4.5 餐饮连锁酒店抢占旅游市场应重视营销策略的创新16.5 中国餐饮连锁的对策及战略16.5.1 餐饮连锁经营的策略16.5.2 餐饮连锁经营模式研析16.5.3 中国餐饮连锁业发展战略16.5.4 餐饮业连锁经营应注重品牌战略16.6 中国餐饮连锁的趋势与经验借鉴16.6.1 连锁经营将成为餐饮业主攻方向16.6.2 美国特许连锁经营的成功经验及启示16.6.3 中国连锁经营发展的四大趋势 第十七章 中guojiu店、饭店餐饮业经营分析17.1 中guojiu店、饭店餐饮业营销分析17.1.1 酒店餐饮业概述17.1.2 酒店餐饮市场分析17.1.3 盘活酒店餐饮的要素17.1.4 用现代营销观念武装酒店餐饮业17.2 中guojiu店餐饮业个性化服务的体现形式分析17.2.1 准备有特色的餐厅及餐位17.2.2 提供个性化的菜单17.2.3 风格独特的儿童自助餐17.3 中guojiu店、饭店餐饮业的经营策略17.3.1

酒店餐饮营销策略分析17.3.2 星级饭店餐饮的经营策略17.3.3 星级酒店餐饮经营的六个重点17.3.4  
宾馆、饭店餐饮的经营对策第六部分 餐饮经投资与盈利预测 第十八章 中国餐饮业投资战略分析18.1  
中国餐饮业投资特性18.1.1 餐饮业的成长性与赢利性18.1.2 餐饮业行业周期性18.1.3  
餐饮业资源要素密集性18.2 中国餐饮业投资潜力分析18.2.1 国内餐饮业商机巨大18.2.2  
餐饮业投资的八个优势18.2.3 餐饮业热点细述18.2.4 粥店成餐饮业投资新宠18.3  
金融危机下餐饮业投资分析18.3.1 金融危机下餐饮连锁成国际风投避风港18.3.2  
金融危机下国内投资转向餐饮业18.3.3 金融危机为中式快餐连锁业带来商机18.3.4  
餐饮业应对金融危机的方式18.4 中国餐饮业投资风险18.4.1 宏观调控政策风险18.4.2 市场竞争风险18.4.3  
市场运营机制风险18.5 餐饮业投资策略18.5.1 投资餐饮业需做足竞争的准备18.5.2 餐饮投资技巧18.5.3  
餐饮需抓好的四个关键18.5.4 甄别餐饮投资的建议18.5.5 凸现饮食文化打造餐饮企业标志18.6  
不同类型餐饮业投资建议18.6.1 小区餐饮店18.6.2 休闲餐饮店18.6.3 加盟店餐饮18.6.4  
特色小餐饮店 第十九章 中国餐饮业发展前景预测19.1 中国餐饮业总体发展趋势19.1.1  
中国餐饮业未来发展趋势19.1.2 国内餐饮市场发展方向19.1.3 中国餐饮业发展的走势19.2  
中国餐饮业未来发展走向19.2.1 多元化发展19.2.2 绿色餐饮业19.2.3 特色餐饮19.2.4 数字化发展