

2020-2025年中国连锁餐饮行业投资潜力分析及行业发展趋势报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2020-2025年中国连锁餐饮行业投资潜力分析及行业发展趋势报告》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.huaon.com/channel/cater/612844.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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

连锁餐饮是餐饮的一种商业组织形式和经营模式，指餐饮企业通过连锁经营和特许经营的方式品牌拓展。根据商务部发布的《特许经营管理办法》，连锁企业必须具备2店1年才有出售特许经营权的权利。连锁餐饮是餐饮业发展到一定程度时的一个必然的产物。是特色餐饮的一种发展模式。

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 连锁经营概述

1.1 连锁经营概念及内涵

1.1.1 连锁经营的概念

1.1.2 连锁经营的分类

1.1.3 连锁经营的本质

1.1.4 连锁经营本质特征集中体现的四个原则

1.2 连锁经营三类形式主要特点

1.2.1 直营连锁（Regular Chain简称RC）

1.2.2 特许连锁（Franchise Chain简称FC）

1.2.3 自由连锁（Voluntary Chain简称VC）

第二章 2015-2019年中国餐饮业的发展

2.1 中国餐饮业总体概述

2.1.1 中国餐饮业发展历程

2.1.2 我国餐饮业发展的重要作用

2.1.3 我国餐饮业发展状况总体概述

2.1.4 我国餐饮业发展的主要特征

2.1.5 促进我国餐饮业发展的因素

2.2 2015-2019年中国餐饮业政策环境分析

2.2.1 2018年我国餐饮行业政策综述

2.2.2 2019年我国餐饮行业政策综述

2.2.3 餐饮业工作指导意见发布

2.2.4 餐饮业经营管理办法发布

2.2.5 2019年我国餐饮业政策热点动向

2.3 2015-2019年中国餐饮市场发展现状分析

2.3.1 2017年中国餐饮市场运行状况

2.3.2 2018年中国餐饮市场运行状况

2.3.3 2019年中国餐饮市场运行状况

2.3.4 2019年中国餐饮市场形势分析

2.4中国餐饮业发展中的问题分析

2.4.1中国餐饮业存在的主要问题

2.4.2我国餐饮行业经营面临的困境

2.4.3中国餐饮业持续健康发展的挑战

2.4.4中国集团饮食供应总体水平较低

2.5促进中国餐饮业健康发展的对策

2.5.1中国餐饮业的投资策略

2.5.2平衡餐饮市场与消费需求的措施

2.5.3餐饮企业的主要营销手段

2.5.4中国餐饮业的个性化服务策略

第三章 2015-2019年中国餐饮连锁行业分析

3.1 2015-2019年中国餐饮连锁行业综述

3.1.1中国餐饮连锁经营进入高速增长期

3.1.2中国餐饮业连锁经营的法律规范情况

3.1.3国内外餐饮连锁发展比较分析

3.1.4连锁餐饮企业进驻一线城市发展剖析

3.1.5餐饮企业实施连锁的路径分析

3.2 2015-2019年中国餐饮连锁业发展状况

3.2.1 2019年我国餐饮连锁业发展动态

3.2.2 2019年我国餐饮连锁业发展状况

3.2.3 2019年我国餐饮连锁业发展情况

3.2.4 2019年我国连锁餐饮企业的发展形势

3.3 2015-2019年中国部分地区餐饮连锁业的发展

3.3.1重庆餐饮连锁业领先全国

3.3.2资本助力武汉连锁餐饮业快速发展

3.3.3安徽省连锁酒店餐饮业发展简况

3.3.4广东限额以上连锁住宿餐饮业经营数据统计

3.3.5北京鼓励连锁餐饮企业经营早餐业务

3.4 2015-2019年中国连锁餐饮市场竞争分析

3.4.1我国餐饮连锁业竞争日趋激烈

3.4.2康师傅私房牛肉面馆欲改写连锁餐饮业竞争格局

3.4.3日本餐饮连锁巨头将大力进军中国市场

3.4.4标准细化可避免加盟和直营内斗

3.5餐饮连锁市场品牌及营销策略

3.5.1品牌化拓展已成连锁餐饮业的战略选择

3.5.2打造连锁餐饮店品牌发展对策

3.5.3餐饮连锁企业的“统一性”战略

3.5.4餐饮连锁酒店抢占旅游市场应重视营销策略的创新

3.6餐饮连锁业物流分析

3.6.1餐饮连锁业已显现出第四方物流

3.6.2餐饮连锁业物流的需求、成本与绩效评价

3.6.3降低餐饮连锁业物流成本的途径

3.7餐饮连锁行业面临的问题及对策

3.7.1餐饮连锁业面临的五大困惑

3.7.2连锁餐饮业面临的主要问题

3.7.3餐饮连锁企业面临快速成长与风险控制的两难困境

3.7.4中国餐饮连锁业发展对策

第四章 2015-2019年限额以上中国连锁餐饮业企业数据

4.1 2018年连锁餐饮业企业数据

1.1.1连锁餐饮业各类型企业经营情况

1.1.2连锁餐饮企业各业态经营情况

1.1.3我国各地区连锁餐饮企业情况

4.2 2019年连锁餐饮业企业数据

4.2.1我国连锁餐饮业各类型企业经营状况

4.2.2我国连锁餐饮企业各业态经营状况

4.2.3我国各地区连锁餐饮企业状况

第五章 2015-2019年餐饮连锁细分市场分析

5.1 2015-2019年中餐连锁业发展概况

5.1.1美式中餐连锁企业积极拓展海外市场

5.1.2中国中餐连锁企业发展概况

5.1.3中式连锁餐饮受资本市场青睐

5.1.4华南区中餐连锁市场增添竞争新力量

5.1.5中西餐饮文化差异解析

5.2 2015-2019年连锁快餐业分析

5.2.1我国快餐连锁行业发展综述

5.2.2中式连锁快餐业迅速发展

- 5.2.3国内中式快餐连锁企业的SWOT分析
- 5.2.4快餐连锁业管理信息系统的结构和功能设计研究
- 5.3 2015-2019年各地区快餐连锁业发展状况
 - 5.3.1温州市连锁快餐企业看好24小时营业模式
 - 5.3.2杭州连锁快餐企业加速布局全国版图
 - 5.3.3宁波快餐连锁企业发展势头迅猛
 - 5.3.4大庆市快餐连锁企业竞相抢占早餐市场份额
- 5.4 2015-2019年其它餐饮连锁业分析
 - 5.4.1我国咖啡市场连锁竞争激烈
 - 5.4.2中外品牌糕点连锁发展状况分析
 - 5.4.3中国市场冰淇淋连锁竞争加剧
 - 5.4.4冰淇淋连锁知名品牌入杭
- 第六章 2015-2019年餐饮连锁业的经营管理
 - 6.1 餐饮连锁业经营管理概况
 - 6.1.1酒店餐饮连锁经营自身模式建立的探索
 - 6.1.2连锁餐饮业的员工管理方案探析
 - 6.1.3餐饮连锁经营的关键准备
 - 6.2 餐饮连锁业的选址模式剖析
 - 6.2.1餐厅连锁经营选址中应当考虑的因素
 - 6.2.2连锁餐厅选址应遵循的基本原则
 - 6.2.3连锁餐厅选址的模式及方法运用
 - 6.2.4西式餐饮连锁加盟店的选址
 - 6.3 餐饮连锁经营的商圈分析
 - 6.3.1商圈的一般性原则
 - 6.3.2餐饮业商圈的特殊性
 - 6.3.3肯德基商圈策略的借鉴
 - 6.3.4餐饮连锁企业扩张过程中商圈情况分析
 - 6.3.5商圈内连锁餐饮企业单店取得相对竞争优势策略
 - 6.4 连锁餐饮业顾客关系管理研究
 - 6.4.1顾客关系管理概念
 - 6.4.2顾客消费行为特征及影响就餐的因素
 - 6.4.3顾客需求信息的管理
 - 6.4.4顾客关系管理的对策
 - 6.5 连锁餐饮企业外卖服务模式案例分析
 - 6.5.1麦当劳麦乐送业务供应链流程解析

6.5.2嘉和一品外卖业务供应链流程解析

6.5.3连锁餐饮企业外卖服务面临的难点及挑战

第七章 2015-2019年餐饮连锁信息化分析

7.1餐饮业的信息化的

7.1.1餐饮企业实施信息化的原则

7.1.2餐饮企业信息化平台的选择

7.1.3信息化对餐饮企业的利益回报

7.1.4发展餐饮信息化的软件与技术

7.1.5影响餐饮企业信息系统建设因素

7.1.6餐饮信息化管理的三大趋势

7.2 2015-2019年餐饮连锁信息化分析

7.2.1连锁餐饮信息化的模式

7.2.2餐饮连锁传统方式制约信息化发展

7.2.3餐饮连锁企业的信息化管理

7.2.4连锁餐饮信息化解决方案

7.2.5餐饮连锁信息化建议

7.3中餐连锁企业信息技术的运用分析

7.3.1中餐连锁业信息化技术应用概述

7.3.2信息网络技术对中餐连锁业的必要性

7.3.3先进信息技术运用促进现代化中餐连锁业发展

7.3.4信息技术应用于中餐连锁业的策略

7.4餐饮连锁信息化集团管理

7.4.1集团管理系统的组成

7.4.2集团连锁信息化的目标

7.4.3远程查询子系统

7.4.4连锁管理子系统

7.4.5集团管理方案的实施

7.5餐饮连锁信息化成功案例

7.5.1百年老店全聚德的信息化经营

7.5.2小肥羊的信息化经营

7.5.3味千中国建立信息化商业平台

7.5.4谭鱼头打造信息化新旗舰

7.5.5“真功夫”全面打造信息化终端

第八章 国外餐饮连锁重点企业经营状况分析

8.1百胜餐饮集团

8.1.1 公司简介

8.1.2 百胜餐饮经营状况

8.1.3 百胜集团在中国市场增长强劲

8.1.4 百胜发力我国西部地区餐饮市场

8.2 肯德基

8.2.1 公司简介

8.2.2 肯德基的营运模式

8.2.3 肯德基在中国“不从零开始”特许经营策略解读

8.2.4 肯德基在中国的快速发展及其战略分析

8.3 必胜客

8.3.1 公司简介

8.3.2 必胜客的经营策略分析

8.3.3 必胜客中国市场投资策略

8.3.4 必胜客中国变脸迎合消费者需求

8.4 麦当劳

8.4.1 公司简介

8.4.2 麦当劳经营状况

8.4.3 麦当劳的经营理念

8.4.4 麦当劳高效服务的流程

8.5 棒约翰

8.5.1 公司简介

8.5.2 棒约翰经营状况

8.5.3 棒约翰注重差异化竞争

8.5.4 棒约翰针对必胜客的竞争策略分析

8.6 星巴克

8.6.1 公司简介

8.6.2 星巴克经营状况

8.6.3 星巴克的经营之道

8.6.4 星巴克经营模式的转变解析

第九章 国内餐饮连锁重点企业经营状况分析

9.1 味千（中国）控股有限公司

9.1.1 公司简介

9.1.2 味千经营状况分析

9.2 大家乐（中国）有限公司

9.2.1 公司简介

9.2.2大家乐集团品牌发展历程

9.2.3大家乐经营状况分析

9.3内蒙古小肥羊餐饮连锁有限公司

9.3.1公司简介

9.3.2小肥羊正式并入百胜集团

9.3.3小肥羊发展状况分析

9.3.4小肥羊发展动态分析

9.4西安饮食股份有限公司

9.4.1企业发展概况

9.4.2经营效益分析

9.4.3业务经营分析

9.4.4财务状况分析

9.5中国全聚德（集团）股份有限公司

9.5.1企业发展概况

9.5.2经营效益分析

9.5.3业务经营分析

9.5.4财务状况分析

9.6北京湘鄂情股份有限公司

9.6.1企业发展概况

9.6.2经营效益分析

9.6.3业务经营分析

9.6.4财务状况分析

第十章 餐饮连锁行业投资分析及发展趋势预测

10.1餐饮连锁业投资分析

10.1.1我国餐饮业面临的机遇分析

10.1.2我国餐饮连锁业受风险投资青睐

10.1.3餐饮连锁业投资前景加剧

10.1.4连锁经营的风险及规避对策

10.1.5餐饮连锁店的投资考察事项

10.2连锁经营及餐饮业发展趋势预测

10.2.1连锁经营的四个发展趋势

10.2.2新形势下我国餐饮市场展望

10.2.3未来餐饮业竞争形势分析

10.2.4未来几年中国餐饮业的几个发展趋势

10.2.5未来餐饮业营销的的几大发展方向

10.2.6 2020-2025年中国餐饮连锁业市场规模预测

图表目录：

图表：2015-2019年我国餐饮业零售总额增长速度

图表：2019年餐饮企业数量按行业类别分类构成

图表：2019年餐饮企业从业人数按行业类别分类构成

图表：2019年餐饮企业营业收入按行业类别分类构成

图表：2019年连锁餐饮企业营业收入按行业类别分类构成

图表：2019年餐饮企业电子商务交易额按行业类别分类构成

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/cater/612844.html>