

# 2019-2025年中国餐饮连锁 市场市场前景研究与市场供需预测报告

## 报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

[www.chinairr.org](http://www.chinairr.org)

## 一、报告报价

《2019-2025年中国餐饮连锁市场市场前景研究与市场供需预测报告》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.chinairr.org/report/R09/R0903/201905/07-294723.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: [sales@chyxx.com](mailto:sales@chyxx.com)

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

中国产业研究报告网发布的《2019-2025年中国餐饮连锁市场前景研究与市场供需预测报告》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研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

中国产业研究报告网是国内权威的市场调查、行业分析，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。

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 中国餐饮行业发展分析

#### 2.1 中国餐饮业发展状况分析

##### 2.1.1 我国餐饮业发展阶段

##### 2.1.2 我国餐饮业发展规模

##### 2.1.3 我国餐饮业发展特征

##### 2.1.4 我国餐饮行业发展前景

##### 2.1.5 我国餐饮行业发展趋势

##### 2.1.6 餐饮业未来结构性改革特点

- 2.2 餐饮行业发展创新态势
  - 2.2.1 小众餐饮崛起
  - 2.2.2 互联网+餐饮提速
  - 2.2.3 餐饮O2O走向成熟
  - 2.2.4 无人餐厅建设加快
- 2.3 中国餐饮行业相关政策分析
  - 2.3.1 餐饮业经营管理政策解读
  - 2.3.2 餐饮企业营商环境持续优化
  - 2.3.3 餐饮服务行业相关监管政策
  - 2.3.4 餐饮业转型发展的指导意见
  - 2.3.5 餐饮服务业税务政策动态
- 2.4 中国餐饮业存在的问题及发展对策
  - 2.4.1 中国餐饮业存在的主要问题
  - 2.4.2 中国餐饮业健康发展的挑战
  - 2.4.3 中国餐饮业发展战略分析
  - 2.4.4 餐饮企业的主要营销手段
  - 2.4.5 餐饮业应走连锁经营之路

### 第三章 中国餐饮连锁行业发展分析

- 3.1 中国餐饮连锁行业发展概况
  - 3.1.1 餐饮连锁行业成为餐饮新趋势
  - 3.1.2 餐饮品牌连锁加盟的好处
  - 3.1.3 餐饮业连锁经营的法律规范情况
  - 3.1.4 国内外餐饮连锁发展比较分析
  - 3.1.5 餐饮企业实施连锁的路径分析
- 3.2 2015-2018年中国餐饮连锁业发展状况
  - 3.2.1 餐饮特许经营的发展历程
  - 3.2.2 企业加快餐饮特许经营布局
  - 3.2.3 国内餐饮连锁的市场份额
  - 3.2.4 餐饮连锁业面临的新形式
  - 3.2.5 连锁餐饮的创新升级模式
  - 3.2.6 餐饮连锁企业的发展战略

- 3.3 中国部分地区餐饮连锁业发展动态
  - 3.3.1 北京鼓励连锁便民餐饮网点建设
  - 3.3.2 重庆成立西南首个中式连锁快餐
  - 3.3.3 武汉连锁餐饮企业布局中央厨房
  - 3.3.4 连锁餐饮企业加快广东市场布局
- 3.4 福州市连锁餐饮发展案例分析
  - 3.4.1 政策发展机遇
  - 3.4.2 发展地位分析
  - 3.4.3 行业发展状况
  - 3.4.4 企业发展布局
  - 3.4.5 商业发展模式
- 3.5 餐饮连锁市场品牌竞争力分析
  - 3.5.1 餐饮连锁品牌竞争力的涵义
  - 3.5.2 餐饮连锁品牌竞争力的作用
  - 3.5.3 品牌化拓展成为企业的战略选择
  - 3.5.4 餐饮连锁企业品牌竞争力发展问题
  - 3.5.5 餐饮连锁企业品牌竞争力提升对策
  - 3.5.6 餐饮连锁企业的“统一性”战略
- 3.6 餐饮连锁行业面临的问题及对策
  - 3.6.1 餐饮连锁经营面对的发展困境
  - 3.6.2 连锁餐饮企业发展面临的问题
  - 3.6.3 餐饮连锁存在的标准化问题
  - 3.6.4 中国餐饮连锁业发展对策
  - 3.6.5 中国餐饮连锁业产品策略

#### 第四章 2016-2018年限额以上中国连锁餐饮业企业数据

- 4.1 2016年限额以上连锁餐饮业企业数据
  - 4.1.1 2016年限额以上餐饮业企业主要指标
  - 4.1.2 2016年限额以上连锁餐饮业集团（企业）数分布情况
  - 4.1.3 2016年不同行业连锁餐饮企业基本情况
  - 4.1.4 2016年不同地区限额以上连锁餐饮业营业收入
- 4.2 2018年限额以上连锁餐饮业企业数据

- 4.2.1 2018年限额以上餐饮业企业主要指标
- 4.2.2 2018年限额以上连锁餐饮业集团（企业）数分布情况
- 4.2.3 2018年不同行业连锁餐饮企业基本情况
- 4.2.4 2018年不同地区限额以上连锁餐饮业营业收入

## 第五章 餐饮连锁细分市场分析

### 5.1 中式连锁快餐业发展综况

- 5.1.1 产业环境分析
- 5.1.2 行业发展状况
- 5.1.3 经营格局分析
- 5.1.4 发展案例分析
- 5.1.5 服务规范发布
- 5.1.6 企业SWOT分析
- 5.1.7 企业合作动态
- 5.1.8 行业发展趋势

### 5.2 西式连锁快餐业运营管理分析

- 5.2.1 员工管理模式
- 5.2.2 生产管理模式
- 5.2.3 管理经营战略
- 5.2.4 运营管理启示
- 5.2.5 企业营运动态

### 5.3 其它餐饮连锁业发展分析

- 5.3.1 我国咖啡市场连锁竞争激烈
- 5.3.2 中外品牌糕点连锁发展状况
- 5.3.3 国内外冰淇淋连锁品牌分析

## 第六章 餐饮连锁业的经营管理模式分析

### 6.1 餐饮连锁业经营管理概况

- 6.1.1 酒店餐饮连锁经营模式的探索
- 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 餐饮连锁企业供应链管理分析
  - 6.4.1 供应链管理的概况
  - 6.4.2 供应链管理的布局
  - 6.4.3 供应链管理的问题
  - 6.4.4 供应链管理的对策
- 6.5 餐饮连锁物流配送服务管理分析
  - 6.5.1 连锁餐饮物流配送的行业环境
  - 6.5.2 物流配送在连锁餐饮管理的地位
  - 6.5.3 物流配送在连锁餐饮的应用问题
  - 6.5.4 物流配送在连锁餐饮的应用对策
  - 6.5.5 降低餐饮连锁业物流成本的途径
  - 6.5.6 连锁餐饮企业外卖服务模式案例

## 第七章 餐饮连锁业的营销和服务模式分析

- 7.1 餐饮连锁企业营销模式分析
  - 7.1.1 传统营销和现代营销
  - 7.1.2 互联网+营销态势
  - 7.1.3 线上线下营销结合
  - 7.1.4 团购和预售模式
- 7.2 餐饮连锁企业微信营销模式分析
  - 7.2.1 微信公众平台关注度分析
  - 7.2.2 企业微信营销的发展状况

- 7.2.3 微信公众号的传播力分析
- 7.2.4 企业微信营销存在的问题
- 7.2.5 企业微信营销应用的建议
- 7.3 连锁餐饮企业体验营销策略分析
  - 7.3.1 主题化体验营销策略
  - 7.3.2 产品与服务式体验营销策略
  - 7.3.3 消费者互动式体验营销策略
- 7.4 餐饮连锁业顾客关系维护分析
  - 7.4.1 顾客关系管理概念
  - 7.4.2 顾客消费行为及心理
  - 7.4.3 顾客需求信息的管理
  - 7.4.4 顾客关系管理的对策建议
- 7.5 餐饮连锁企业服务模式创新分析
  - 7.5.1 餐饮企业服务创新的内涵
  - 7.5.2 餐饮产品的创新状况分析
  - 7.5.3 服务市场的创新状况分析
  - 7.5.4 服务理念的创新状况分析
  - 7.5.5 连锁餐饮企业服务创新的瓶颈
  - 7.5.6 连锁餐饮企业服务创新的路径

## 第八章 餐饮连锁互联网信息化发展态势

- 8.1 餐饮连锁信息化发展背景
  - 8.1.1 餐饮连锁信息化需求加强
  - 8.1.2 信息短板制约餐饮连锁发展
  - 8.1.3 餐饮连锁企业信息合作加快
- 8.2 餐饮连锁信息化发展综况
  - 8.2.1 连锁餐饮信息化的模式
  - 8.2.2 餐饮连锁传统方式制约信息化发展
  - 8.2.3 餐饮连锁企业的信息化管理
  - 8.2.4 连锁餐饮信息化解决方案
  - 8.2.5 餐饮连锁信息化建议
- 8.3 餐饮连锁企业O2O商业模式分析

- 8.3.1 电商O2O模式的基本概述
- 8.3.2 餐饮连锁O2O模式的形态
- 8.3.3 餐饮连锁O2O发展的问题
- 8.3.4 餐饮连锁O2O的发展对策
- 8.4 餐饮连锁O2O企业发展案例——海底捞
- 8.4.1 海底捞O2O发展环境分析
- 8.4.2 海底捞O2O商业模式应用
- 8.4.3 海底捞O2O发展历程分析
- 8.4.4 海底捞O2O平台发展战略
- 8.4.5 海底捞O2O发展经验总结

## 第九章 国外餐饮连锁重点企业

- 9.1 百胜餐饮集团
- 9.1.1 企业发展概况
- 9.1.2 百胜中国发展进程
- 9.1.3 百胜中国发展布局
- 9.1.4 2015年企业经营状况分析
- 9.1.5 2016年企业经营状况分析
- 9.1.6 2018年企业经营状况分析
- 9.2 肯德基
- 9.2.1 企业发展概况
- 9.2.2 企业营运模式
- 9.2.3 特许经营模式分析
- 9.2.4 中国市场发展状况
- 9.3 必胜客
- 9.3.1 企业发展概况
- 9.3.2 企业经营策略分析
- 9.3.3 中国市场发展综况
- 9.3.4 企业发展动态分析
- 9.4 麦当劳
- 9.4.1 企业发展概况
- 9.4.2 麦当劳经营理念

- 9.4.3 麦当劳服务流程
- 9.4.4 2015年企业经营状况分析
- 9.4.5 2016年企业经营状况分析
- 9.4.6 2018年企业经营状况分析
- 9.5 棒约翰
  - 9.5.1 企业发展概况
  - 9.5.2 企业差异化竞争策略
  - 9.5.3 针对竞争对手的策略
  - 9.5.4 2015财年企业经营状况分析
  - 9.5.5 2016财年企业经营状况分析
  - 9.5.6 2018财年企业经营状况分析
- 9.6 星巴克
  - 9.6.1 企业发展概况
  - 9.6.2 星巴克经营策略
  - 9.6.3 2016财年企业经营状况分析
  - 9.6.4 2018财年企业经营状况分析
  - 9.6.5 2018财年企业经营状况分析

## 第十章 国内餐饮连锁重点企业

- 10.1 味千（中国）控股有限公司
  - 10.1.1 企业发展概况
  - 10.1.2 企业运营状况
  - 10.1.3 2015年企业经营状况分析
  - 10.1.4 2016年企业经营状况分析
  - 10.1.5 2018年企业经营状况分析
- 10.2 大家乐（中国）有限公司
  - 10.2.1 企业发展概况
  - 10.2.2 企业经营特色
  - 10.2.3 2016财年企业经营状况分析
  - 10.2.4 2018财年企业经营状况分析
  - 10.2.5 2018财年企业经营状况分析
- 10.3 西安饮食股份有限公司

- 10.3.1 企业发展概况
- 10.3.2 经营效益分析
- 10.3.3 业务经营分析
- 10.3.4 财务状况分析
- 10.3.5 核心竞争力分析
- 10.3.6 公司发展战略
- 10.3.7 未来前景展望
- 10.4 中国全聚德（集团）股份有限公司
  - 10.4.1 企业发展概况
  - 10.4.2 经营效益分析
  - 10.4.3 业务经营分析
  - 10.4.4 财务状况分析
  - 10.4.5 核心竞争力分析
  - 10.4.6 公司发展战略
- 10.5 康师傅私房牛肉面
  - 10.5.1 企业发展概况
  - 10.5.2 门店发展状况
  - 10.5.3 主打产品分析
  - 10.5.4 企业运营机制
  - 10.5.5 门店建设动态
- 10.6 四川海底捞餐饮股份有限公司
  - 10.6.1 企业发展概况
  - 10.6.2 企业发展模式
  - 10.6.3 企业资本动态
  - 10.6.4 线上布局加快
- 10.7 上海永和大王餐饮有限公司
  - 10.7.1 企业发展概况
  - 10.7.2 企业发展优势
  - 10.7.3 涉足外卖市场
  - 10.7.4 全品快餐转型
- 10.8 广州市真功夫餐饮管理有限公司
  - 10.8.1 企业发展概况

- 10.8.2 企业创新过程与成果
- 10.8.3 企业发展存在的问题
- 10.8.4 真功夫运营策略借鉴
- 10.8.5 企业发展创新战略
- 10.8.6 企业远期发展目标
- 10.9 深圳面点王饮食连锁有限公司
- 10.9.1 企业发展概况
- 10.9.2 企业发展成就
- 10.9.3 企业营销策略
- 10.9.4 企业成功经验
- 10.10 德克士西式快餐连锁
- 10.10.1 企业发展概况
- 10.10.2 企业发展状况
- 10.10.3 布局餐饮O2O
- 10.10.4 推出无人餐厅
- 10.10.5 品牌经营对策

## 第十一章 餐饮连锁行业投资分析及发展趋势（ZY ZM）

- 11.1 餐饮连锁业投资分析
- 11.1.1 连锁餐饮业投资机遇及挑战
- 11.1.2 连锁餐饮业投资风险的规避
- 11.1.1 餐饮连锁店的投资考察事项
- 11.2 餐饮连锁业未来发展展望
- 11.2.1 餐饮连锁行业发展前景
- 11.2.2 餐饮连锁品牌发展方向
- 11.2.3 餐饮连锁的国际化导向
- 11.2.4 社区餐饮连锁的发展突破

附录：

附录一：中华人民共和国食品安全法

附录二：餐饮企业经营规范

附录三：商业特许经营管理条例

图表目录：

- 图表1 2012-2016年中国餐饮业规模
  - 图表2 中国餐饮服务行业监管相关的法律法规
  - 图表3 中国餐饮服务行业监管的相关标准
  - 图表4 2015年按登记注册类型和行业分限额以上餐饮业企业主要指标
  - 图表5 2015年按登记注册类型分连锁餐饮企业基本情况
  - 图表6 2015年按行业分连锁餐饮企业基本情况
  - 图表7 2015年分地区限额以上餐饮业企业主要指标
  - 图表8 2016年按登记注册类型和行业分限额以上餐饮业企业主要指标
  - 图表9 2016年按登记注册类型分连锁餐饮企业基本情况
  - 图表10 2016年按行业分连锁餐饮企业基本情况
  - 图表11 2016年分地区限额以上餐饮业企业主要指标
  - 图表12 2016年中国餐饮百强企业盈利能力
  - 图表13 连锁快餐行业经营格局分析
  - 图表14 各个餐饮业态直营加盟比例
  - 图表15 手机外卖主要购买的食物类型
  - 图表16 肯德基智能点餐设备
  - 图表17 中国市场主要现磨咖啡连锁品牌的门店数量和价格
  - 图表18 餐饮连锁选址考虑的问题
  - 图表19 连锁餐饮企业微信公众账号的基本运作状况
  - 图表20 连锁餐饮企业微信营销传播力状况
  - 图表21 国内餐饮企业餐饮产品的创新
  - 图表22 国内连锁餐饮企业服务市场的创新
  - 图表23 国内连锁餐饮企业服务理念的创新
  - 图表24 国内连锁餐饮企业服务技术的创新
  - 图表25 海底捞O2O官网建设和网购网站建设问题的比例
  - 图表26 基于电商平台和客户端问题的比例
  - 图表27 百胜集团在华大事记
- 更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R09/R0903/201905/07-294723.html>