

# 2024-2030年中国餐饮连锁 产业发展现状与投资分析报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2024-2030年中国餐饮连锁产业发展现状与投资分析报告》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/202401/437627.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

中企顾问网发布的《2024-2030年中国餐饮连锁产业发展现状与投资分析报告》共十一章。首先介绍了餐饮连锁行业市场发展环境、餐饮连锁整体运行态势等，接着分析了餐饮连锁行业市场运行的现状，然后介绍了餐饮连锁市场竞争格局。随后，报告对餐饮连锁做了重点企业经营状况分析，最后分析了餐饮连锁行业发展趋势与投资预测。您若想对餐饮连锁产业有个系统的了解或者想投资餐饮连锁行业，本报告是您不可或缺的重要工具。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 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 餐饮服务行业税务政策动态 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 2018-2022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  
2018-2022年限额以上中国连锁餐饮业企业数据 4.1 2020年限额以上连锁餐饮业企业数据  
4.1.1 2020年限额以上餐饮业企业主要指标 4.1.2 2020年限额以上连锁餐饮业集团（企业）  
数分布情况 4.1.3 2020年不同行业连锁餐饮企业基本情况 4.1.4 2020年不同地区限额以上连  
锁餐饮业营业收入 4.2 2022年限额以上连锁餐饮业企业数据 4.2.1 2022年限额以上餐饮业企  
业主要指标 4.2.2 2022年限额以上连锁餐饮业集团（企业）数分布情况 4.2.3 2022年不同行  
业连锁餐饮企业基本情况 4.2.4 2022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 西式连锁快餐业营运管理分析 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 营运管理启示 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 9.2 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 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 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 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 企业经营状况分析 10.1.4 企业经营状况分析 10.1.5 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 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 10.4 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 10.5 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 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 2018-2022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 更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202401/437627.html>