



艾凯咨询
ICAN Consulting

2012-2016年中国餐饮连锁业行 情态势及发展前景预测报告

一、调研说明

《2012-2016年中国餐饮连锁业行情态势及发展前景预测报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/213717.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.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、摘要、目录、图表

第一章、连锁经营概述

第一节、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

第二节、连锁经营三类形式主要特点

- 一、直营连锁（Regular Chain简称RC）
- 二、特许连锁（Franchise Chain简称FC）
- 三、自由连锁（Voluntary Chain简称VC）

第二章、中国餐饮业发展分析

第一节、中国餐饮业发展概况

- 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
- 五、我国餐饮业发展的现状与新态势分析

第二节、2007-2010年中国餐饮市场发展情况

- 一、2007中国餐饮业发展状况
- 二、2008年全国餐饮市场继续保持高位增长
- 三、2009年中国餐饮业发展分析
- 四、2010年中国餐饮业运行状况解析

第三节、中国餐饮业的政策法规分析

- 一、2007年《餐饮企业经营规范》颁布实施
- 二、2009年我国餐饮服务许可证制度正式启用
- 三、2010年我国餐饮业两大新规出台
- 四、2010年我国餐饮行业其它相关新规
- 五、我国餐饮业添加剂使用标准缺失

第四节、部分地区餐饮业发展状况分析

- 一、2010年北京餐饮业发展特点解析
- 二、2010年上海餐饮业发展特点解析
- 三、2010年山西餐饮业快速发展
- 四、2010年郑州餐饮业发展现况
- 五、天津餐饮业呈现快速增长势头
- 六、云南省餐饮业发展思路解析

第五节、餐饮业存在的问题及发展对策

- 一、中国餐饮业存在的主要问题
- 二、中国餐饮业持续健康发展面临的新挑战
- 三、中国餐饮业的九大发展战略
- 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

第三章、中国餐饮连锁行业分析

第一节、中国餐饮连锁行业发展概况

- 一、中国餐饮连锁经营进入高速增长期
- 二、中国餐饮业连锁经营的法律规范情况
- 三、国内外餐饮连锁发展比较分析
- 四、连锁餐饮企业进驻一线城市发展剖析
- 五、餐饮企业实施连锁的路径分析

第二节、2006-2010年中国餐饮连锁业发展状况分析

- 一、2006年餐饮业特许经营呈现四大特征
- 二、2007年我国连锁餐饮业调查情况
- 三、2008年中国餐饮连锁业成长十强出炉
- 四、2009年我国餐饮业连锁经营状况分析
- 五、2010年菜价上涨连锁餐饮企业经营形势及策略分析

第三节、中国部分地区餐饮连锁业的发展

- 一、重庆餐饮连锁业领先全国
- 二、资本助力武汉连锁餐饮业快速发展
- 三、2009年安徽省连锁酒店餐饮业发展简况
- 四、2009年广东限额以上连锁住宿餐饮业经营数据统计

五、2010年福建连锁住宿餐饮企业运营状况

六、北京鼓励连锁餐饮企业经营早餐业务

第四节、中国连锁餐饮市场竞争分析

一、我国餐饮连锁业竞争日趋激烈

二、康师傅私房牛肉面馆欲改写连锁餐饮业竞争格局

三、日本餐饮连锁巨头将大力进军中国市场

四、标准细化可避免加盟和直营内斗

第五节、餐饮连锁市场品牌及营销策略

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、餐饮连锁企业的"统一性"战略

四、餐饮连锁酒店抢占旅游市场应重视营销策略的创新

第六节、餐饮连锁业物流分析

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

第七节、餐饮连锁行业面临的问题及对策

一、餐饮连锁业面临的五大困惑

二、连锁餐饮业面临的主要问题

三、餐饮连锁企业面临快速成长与风险控制的两难困境

四、中国餐饮连锁业发展对策

第四章、2006-2009年限额以上中国连锁餐饮业企业数据

第一节、2006年限额以上连锁餐饮业企业数据

一、2006年限额以上连锁餐饮业集团（企业）数分布情况

二、2006年限额以上连锁餐饮业情况

三、2006年限额以上连锁餐饮业门店数分布

四、2006年限额以上连锁餐饮业营业收入分布

五、2006年限额以上连锁餐饮业餐费收入分布

第二节、2007年限额以上连锁餐饮业企业数据

一、2007年限额以上连锁餐饮业集团（企业）数分布情况

二、2007年限额以上连锁餐饮业集团（企业）门店基本情况

三、2007年限额以上连锁餐饮业集团（企业）餐费及商品销售情况

四、2007年限额以上连锁餐饮业集团（企业）商品购进情况

第三节、2008年限额以上连锁餐饮业企业数据

一、2008年我国连锁餐饮企业总体情况

二、2008年我国连锁餐饮业集团（企业）数分布情况

三、2008年我国连锁餐饮企业总部（总店）数分布情况

四、2008年我国各地区连锁餐饮企业情况

第四节、2009年连锁餐饮业企业数据

一、2009年连锁餐饮业各类型企业经营情况

二、2009年连锁餐饮企业各业态经营情况

三、2009年我国各地区连锁餐饮企业情况

第五章、餐饮连锁细分市场分析

第一节、中餐连锁业发展概况

一、美式中餐连锁企业积极拓展海外市场

二、中国中餐连锁企业发展概况

三、中式连锁餐饮受资本市场青睐

四、2009年华南区中餐连锁市场增添竞争新力量

五、中西餐饮文化差异解析

第二节、连锁快餐业

一、2009年我国快餐连锁行业发展状况

二、中式连锁快餐业迅速发展

三、国内中式快餐连锁企业的SWOT分析

四、快餐连锁业管理信息系统的结构和功能设计研究

第三节、各地区快餐连锁业发展状况

一、温州市连锁快餐企业看好24小时营业模式

二、杭州连锁快餐企业加速布局全国版图

三、宁波快餐连锁企业发展势头迅猛

四、大庆市快餐连锁企业竞相抢占早餐市场份额

第四节、其它餐饮连锁业

一、我国咖啡市场连锁竞争激烈

二、中外品牌糕点连锁发展状况分析

- 三、中国市场冰淇淋连锁竞争加剧
- 四、2010年冰淇淋连锁知名品牌入杭

第六章、餐饮连锁业的经营管理

第一节、餐饮连锁业经营管理概况

- 一、酒店餐饮连锁经营自身模式建立的探索
- 二、连锁餐饮业的员工管理方案探析
- 三、餐饮连锁经营的关键准备

第二节、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

第三节、餐饮连锁经营的商圈分析

- 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

第四节、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

第五节、连锁餐饮企业外卖服务模式案例分析

- 一、麦当劳麦乐送业务供应链流程解析
- 二、嘉和一品外卖业务供应链流程解析
- 三、连锁餐饮企业外卖服务面临的难点及挑战

第七章、餐饮连锁信息化分析

第一节、餐饮业的信息化

- 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、影响餐饮企业信息系统建设因素
- 六、餐饮信息化管理的三大趋势

第二节、餐饮连锁信息化分析

- 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

第三节、中餐连锁企业信息技术的运用分析

- 一、中餐连锁业信息化技术应用概述
- 二、信息网络技术对中餐连锁业的必要性
- 三、先进信息技术运用促进现代化中餐连锁业发展
- 四、信息技术应用于中餐连锁业的策略

第四节、餐饮连锁信息化集团管理

- 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

第五节、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

第八章、国外餐饮连锁重点企业

第一节、百胜餐饮集团

- 一、公司简介

- 二、2009财年百胜经营状况
- 三、2010财年百胜餐饮经营状况
- 四、2011财年第一季度百胜餐饮经营状况
- 五、百胜中国打造供应链新模式
- 六、百胜中国发力我国西部地区餐饮市场

第二节、肯德基

- 一、公司简介
- 二、肯德基的营运模式
- 三、肯德基在中国"不从零开始"特许经营策略解读
- 四、肯德基在中国的快速发展及其战略分析

第三节、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、必胜客中国变脸迎合消费者需求

第四节、麦当劳

- 一、公司简介
- 二、2009年麦当劳经营状况
- 三、2010年麦当劳经营状况
- 四、2011年第一季度麦当劳经营状况
- 五、麦当劳的经营理念
- 六、麦当劳高效服务的流程

第五节、棒约翰

- 一、公司简介
- 二、2009财年棒约翰经营状况
- 三、2010财年棒约翰经营状况
- 四、2011财年第一季度棒约翰经营状况
- 五、棒约翰注重差异化竞争
- 六、棒约翰在中国市场的扩张
- 七、棒约翰针对必胜客的竞争策略分析

第六节、星巴克

- 一、公司简介

- 二、2009财年星巴克经营状况
- 三、2010财年星巴克经营状况
- 四、2011财年上半年星巴克经营状况
- 五、巴克的经营之道
- 六、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

第一节、味千（中国）控股有限公司

- 一、公司简介
- 二、2008年味千拉面经营状况分析
- 三、2009年1-12月味千经营状况分析
- 四、2010年1-12月味千经营状况分析

第二节、大家乐（中国）有限公司

- 一、公司简介
- 二、大家乐集团品牌发展历程
- 三、2009财年大家乐经营状况分析
- 四、2010财年大家乐经营状况分析
- 五、2011财年大家乐经营状况分析

第三节、内蒙古小肥羊餐饮连锁有限公司

- 一、公司简介
- 二、2008年1-12月小肥羊经营状况分析
- 三、2009年1-12月小肥羊经营状况分析
- 四、2010年1-12月小肥羊经营状况分析

第四节、西安饮食股份有限公司

- 一、公司简介
- 二、2009年1-12月西安饮食经营状况分析
- 三、2010年1-12月西安饮食经营状况分析
- 四、2011年1-3月西安饮食经营状况分析

第五节、中国全聚德（集团）股份有限公司

- 一、公司简介
- 二、2009年1-12月全聚德经营状况分析
- 三、2010年1-12月全聚德经营状况分析

四、2011年1-3月全聚德经营状况分析

五、全聚德连锁经营发展分析

第六节、北京湘鄂情股份有限公司

一、公司简介

二、2009年1-12月湘鄂情经营状况分析

三、2010年1-12月湘鄂情经营状况分析

四、2011年1-3月湘鄂情经营状况分析

第七节、重庆乡村基快餐连锁有限公司

一、公司简介

二、乡村基的经营理念

三、乡村基的快速发展与扩张分析

四、2009年重庆乡村基经营状况

五、2010年重庆乡村基经营状况

第八节、康师傅私房牛肉面

一、公司简介

二、康师傅私房牛肉面发展概况

三、2010年康师傅私房牛肉面成都再落新子

四、2011年初康师傅私房牛肉面涨价

五、康师傅私房牛肉面的发展计划

第九节、上海永和大王餐饮有限公司

一、公司简介

二、菲律宾餐饮连锁巨头全资收购永和大王

三、永和大王发展现状及未来规划

第十节、广州市真功夫餐饮管理有限公司

一、公司简介

二、真功夫欲打造全球中式快餐霸主

三、真功夫的创新过程与成果

四、真功夫快速发展存在的问题

第十一节、深圳面点王饮食连锁有限公司

一、公司简介

二、深圳面点王迅速发展背后的经营理念

三、面点王的营销策略解析

四节、面点王快速发展的成功之道

第十二节、德克士西式快餐连锁

- 一、公司简介
- 二、德克士实施的加盟策略分析
- 三、德克士发布2030战略加速布局西式快餐领域
- 四、"德克士"品牌经营发展对策
- 五、德克士的三大发展战略

第十章、餐饮连锁行业投资分析及发展趋势

第一节、餐饮连锁业投资分析

- 一、我国餐饮业面临的机遇分析
- 二、我国餐饮连锁业受风险投资青睐
- 三、餐饮连锁业投资风险加剧
- 四、连锁经营的风险及规避对策
- 五、餐饮连锁店的投资考察事项

第二节、连锁经营及餐饮业发展趋势

- 一、连锁经营的四个发展趋势
- 二、新形势下我国餐饮市场展望
- 三、未来餐饮业竞争形势分析
- 四、未来几年中国餐饮业的几个发展趋势
- 五、未来餐饮业营销的的几大发展方向
- 六、2012-2016年中国餐饮连锁业市场规模预测分析

第三节、2009-2013年全国餐饮业发展规划纲要

- 一、发展目标和主要任务
- 二、餐饮业发展格局
- 三、餐饮业发展重点
- 四、主要政策和措施

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 2008年我国餐饮业月度零售额对比情况
- 图表2 2008年各季度餐饮业零售额比重
- 图表3 2008年全国东中西部地区餐饮业发展情况比较
- 图表4 2008年全国各省市餐饮业发展情况
- 图表5 2009年餐饮业发展状况
- 图表6 2006-2010年中国住宿餐饮业发展状况
- 图表7 2006-2010年度百强餐饮业营业额情况
- 图表8 2006-2010年度餐饮百强企业入围门槛比较
- 图表9 2004-2010年度餐饮百强企业营业占全社会住宿餐饮业营业额的比重
- 图表10 2010年餐饮百强企业按营业额划分
- 图表11 2010年餐饮百强企业中各经营业态基本情况表
- 图表12 2010年百强餐饮企业各业态直营占比
- 图表13 2010年度餐饮百强企业按区域划分
- 图表14 2010年不同餐饮业态经营增长能力比较
- 图表15 2010年百强餐饮企业各业态的业绩指标
- 图表16 云南、湖南、四川、重庆餐饮业基本情况对比一览表
- 图表17 2009年广东限额以上连锁住宿餐饮业经营情况
- 图表18 2009年广东限额以上连锁住宿餐饮业经营情况（续）
- 图表19 2006年限额以上连锁餐饮业集团（企业）数（按登记注册类型和业态分）
- 图表20 2006年限额以上连锁餐饮企业（集团）数（按行业和业态分）
- 图表21 2006年限额以上连锁餐饮企业（集团）数（按行业与登记注册类型分）
- 图表22 2006年限额以上连锁餐饮业集团（企业）数（按地区与业态分）
- 图表23 2006年限额以上连锁餐饮企业（集团）数（按地区与登记注册类型分）
- 图表24 2006年限额以上连锁餐饮企业（集团）数（续,按地区与登记注册类型分）
- 图表25 2006年限额以上连锁餐饮企业（集团）数（按地区与行业分）
- 图表26 2006年限额以上连锁餐饮业基本情况
- 图表27 2006年限额以上连锁餐饮业情况（按业态分）
- 图表28 2006年限额以上连锁餐饮业基本情况（按登记注册类型分）
- 图表29 2006年限额以上连锁餐饮业商品购进总额情况（按登记注册类型分）
- 图表30 2006年限额以上连锁餐饮业营业收入情况（按登记注册类型分）
- 图表31 2006年限额以上连锁餐饮业基本情况（按行业分）

- 图表32 2006年限额以上连锁餐饮业商品购进总额情况（按行业分）
- 图表33 2006年限额以上连锁餐饮业营业收入情况（按行业分）
- 图表34 2006年限额以上连锁餐饮业门店数（按地区与业态分）
- 图表35 2006年限额以上连锁餐饮业营业收入（按地区与业态分）
- 图表36 2006年限额以上连锁餐饮业餐费收入（按地区与业态分）
- 图表37 2006-2007年限额以上连锁餐饮业集团（企业）基本情况（按登记注册类型分）
- 图表38 2004-2007年限额以上连锁餐饮业集团（企业）基本情况
- 图表39 2007年限额以上连锁餐饮业集团（企业）基本情况（按地区分）
- 图表40 2007年限额以上连锁餐饮业集团（企业）基本情况（按行业分）
- 图表41 2006-2007年限额以上连锁餐饮业集团（企业）门店总数（按业态分）
- 图表42 2006-2007年限额以上连锁餐饮业集团（企业）营业面积（按业态分）
- 图表43 2006-2007年限额以上连锁餐饮业集团（企业）从业人数（按业态分）
- 图表44 2006-2007年限额以上连锁餐饮业集团（企业）餐位数（按业态分）
- 图表45 2006-2007年限额以上连锁餐饮业集团（企业）餐费及商品销售收入（按业态分）
- 图表46 2006-2007年限额以上连锁餐饮业集团（企业）商品购进总额（按业态分）
- 图表47 2007-2008年我国连锁餐饮企业总体情况
- 图表48 2007-2008年我国连锁餐饮企业情况（按业态分）
- 图表49 2007-2008年我国连锁餐饮企业情况（按登记注册类型分）
- 图表50 2007-2008年我国连锁餐饮企业情况（按行业分）
- 图表51 2008年我国连锁餐饮企业（集团）数（按行业与登记注册类型分）
- 图表52 2008年我国连锁餐饮企业（集团）数（按地区与行业分）
- 图表53 2008年连锁餐饮企业总部（总店）数（按登记注册类型和业态分）
- 图表54 2008年我国连锁餐饮企业总部（总店）数（按行业和业态分）
- 图表55 2008年我国连锁餐饮企业总部（总店）数（按地区与业态分）
- 图表56 2008年我国连锁餐饮企业总部（总店）数（按地区与登记注册类型分）
- 图表57 2008年我国各地区连锁餐饮企业情况
- 图表58 2009年按登记注册类型分连锁餐饮企业基本情况
- 图表59 2009年按餐饮活动分连锁餐饮企业基本情况
- 图表60 2009年各地区连锁餐饮企业基本情况
- 图表61 2004-2009年快餐连锁店和独立快餐店数量变化比较
- 图表62 2004-2009年快餐连锁店和独立快餐店近年来销售收入比较
- 图表63 企业的信息处理系统的物理结构方案

图表64 管理信息系统的局部实施图

图表65 管理信息系统的核心模块体系

图表66 2007-2009财年百胜综合损益表

图表67 2007-2009财年百胜不同部门收入情况

图表68 2009财年百胜经营餐厅数量

图表69 2006-2010财年百胜餐饮主要财务指标

图表70 2006-2010财年百胜餐饮不同业务类型店面个数

图表71 2008-2010财年百胜餐饮不同地区事业部收入与利润情况

图表72 2011财年第一季度百胜餐饮合并损益

图表73 2011财年第一季度百胜餐饮不同地区事业部收入与利润情况

图表74 麦当劳与肯德基的品牌定位、消费群体、餐厅环境及人均消费情况

图表75 2007-2009年麦当劳综合损益表

图表76 2007-2009年麦当劳不同地区收入和营业利润情况

图表77 2007-2009年麦当劳餐厅数量情况

图表78 2008-2010年麦当劳合并损益表

图表79 2008-2010年麦当劳不同类型店面总数

图表80 2008-2010年麦当劳不同地区收入和营业利润情况

图表81 2011年第一季度麦当劳合并损益表

图表82 2010-2011年第一季度麦当劳不同地区收入情况

图表83 2009财年棒约翰合并损益表

图表84 2009财年棒约翰餐厅数量情况

图表85 2008-2010财年棒约翰合并损益表

图表86 2011财年第一季度棒约翰合并损益表

图表87 2007-2009财年星巴克合并损益表

图表88 2009财年星巴克不同部门不同类型收入情况

图表89 2008-2010财年星巴克合并损益表

图表90 2011财年上半年星巴克合并损益表

图表91 2007-2008年味千拉面综合损益表

图表92 2007-2008年末味千拉面零售连锁餐厅数量

图表93 2007-2008年味千拉面按地区和标准分类的餐厅数量

图表94 2007-2008年味千拉面经营的主要营运比率

图表95 2007-2008年味千拉面营业额（分地区）

图表96 2007-2008年味千拉面营业额（分业务）

图表97 2009年1-12月味千综合全面收益表

图表98 2009年1-12月味千主营业务情况（分业务）

图表99 2009年1-12月味千主营业务分地区情况

图表100 2010年1-12月味千综合全面收益表

图表101 2010年1-12月味千主营业务分类资料

图表102 2010年1-12月味千主营业务分地区情况

图表103 2009财年大家乐主要财务数据

图表104 2009财年大家乐收入分业务情况

图表105 2009财年大家乐收入分地区情况

图表106 2010财年大家乐主要财务数据

图表107 2010财年大家乐收入分业务情况

图表108 2010财年大家乐收入分地区情况

图表109 2011财年大家乐综合损益表

图表110 2011财年大家乐收入分业务情况

图表111 2011财年大家乐收入分地区情况

图表112 2007-2008年小肥羊综合损益表

图表113 2008年小肥羊分部收益情况

图表114 2008年小肥羊分地区收益情况

图表115 2007-2008年12月31日小肥羊分地区餐厅数目

图表116 2009年1-12月小肥羊综合收益表

图表117 2009年1-12月小肥羊主营业务分行业情况

图表118 2009年1-12月小肥羊主营业务分地区情况

图表119 2010年1-12月小肥羊综合全面收益表

图表120 2010年1-12月小肥羊主营业务分部资料

图表121 2010年1-12月小肥羊主营业务分地区情况

图表122 2009年1-12月西安饮食非经常性损益项目及金额

图表123 2007年-2009年西安饮食主要会计数据和主要财务指标

图表124 2009年1-12月西安饮食主营业务分行业情况

图表125 2010年1-12月西安饮食非经常性损益项目及金额

图表126 2008年-2010年西安饮食主要会计数据

图表127 2010年1-12月西安饮食主营业务分行业情况

图表128 2011年1-3月西安饮食主要会计数据及财务指标

图表129 2011年1-3月西安饮食非经常性损益项目及金额

图表130 2009年1-12月全聚德主要财务数据

图表131 2007年-2009年全聚德主要会计数据

图表132 2007年-2009年全聚德主要财务指标

图表133 2009年1-12月全聚德主营业务分行业情况

图表134 2009年1-12月全聚德主营业务分地区情况

图表135 2010年1-12月全聚德主要财务数据

图表136 2008年-2010年全聚德主要会计数据

图表137 2008年-2010年全聚德主要财务指标

图表138 2010年1-12月全聚德主营业务分行业情况

图表139 2010年1-12月全聚德主营业务分地区情况

图表140 2011年1-3月全聚德主要会计数据及财务指标

图表141 2011年1-3月全聚德非经常性损益项目及金额

图表142 2009年1-12月湘鄂情非经常性损益项目及金额

图表143 2007年-2009年湘鄂情主要会计数据

图表144 2007年-2009年湘鄂情主要财务指标

图表145 2009年1-12月湘鄂情主营业务分行业情况

图表146 2009年1-12月湘鄂情主营业务分地区情况

图表147 2010年1-12月湘鄂情非经常性损益项目及金额

图表148 2008年-2010年湘鄂情主要会计数据

图表149 2008年-2010年湘鄂情主要财务指标

图表150 2010年1-12月湘鄂情主营业务分行业情况

图表151 2010年1-12月湘鄂情主营业务分地区情况

图表152 2011年1-3月湘鄂情主要会计数据及财务指标

图表153 2011年1-3月湘鄂情非经常性损益项目及金额

图表154 2008-2009年重庆乡村基损益表

图表155 2008-2010年重庆乡村基损益表

图表156 2008-2010年重庆乡村基连锁店数量

图表157 近年品牌餐饮企业投融资情况

图表158 2012-2016年中国餐饮业销售额预测

图表159 2012-2016年中国餐饮百强企业营业额预测

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/213717.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。