

<<金德利发展战略研究>>

图书基本信息

书名：<<金德利发展战略研究>>

13位ISBN编号：9787109143890

10位ISBN编号：7109143899

出版时间：2010-3

出版时间：李会宝 中国农业出版社 (2010-03出版)

作者：李会宝

页数：175

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<金德利发展战略研究>>

前言

改革开放以来,随着我国经济、社会的发展和人们生活水平的不断提高,中式快餐经历了孕育、探索、成长的发展阶段,走过了30年的风雨历程。

进入20世纪80年代,面对肯德基、麦当劳等洋快餐的冲击,中式快餐在继承和发扬中华五千年餐饮文化的同时,运用现代科技手段,借鉴国际餐饮企业经营模式,实现了快速发展。

中式快餐经营业态,已由初期的摆摊设点和单一经营早餐,逐步向满足人们一日三餐的大众化餐饮、团膳、送餐、小吃城和休闲慢餐等多业态经营转变。

经营方式也由原来的前店后厂式,逐步转变为由中央厨房集中研发、生产、配送和委托加工配送,由初期的单店经营实现了连锁化、规模化、集团化经营,涌现出了一大批具有较强实力和较高知名度的中式快餐品牌企业。

目前,我国餐饮业已经形成了正餐、快餐和火锅三足鼎立的态势。

据统计,自1991年以来,我国餐饮营业额连续17年保持了两位数的高速增长,2007年达到12 352亿元,是1978年的225倍,快餐营业额占到了1 / 3。

在全国餐饮业大发展的过程中,中式快餐迎来了其快速发展的黄金期。

<<金德利发展战略研究>>

内容概要

本书在对金德利发展历程进行回顾总结的基础上，通过对其内外部环境分析，找出影响其发展的关键因素，按照战略管理的要求，结合我国快餐市场的发展实际，在学习和借鉴国内外快餐企业成功经验的基础上，提出了其发展战略，并围绕如何实现这一战略，制定了具有针对性的战略措施，以期对其科学发展有所帮助，对中式快餐理论的探索与研究有所贡献。

<<金德利发展战略研究>>

作者简介

李会宝，山东济南人，生于1962年12月12日，天津大学管理科学与工程博士研究生在读，获清华大学高级工商管理硕士学位，现任济南市粮食局党委书记、局长。在做好粮食工作的同时，深入进行粮食安全保障体系建设研究和中式快餐理论与实践研究，并多次发表论文。

<<金德利发展战略研究>>

书籍目录

前言序言第1章 引言1.1 问题的提出1.2 选题的背景和意义1.3 文献综述1.4 研究方法1.5 结构安排第2章 行业分析2.1 宏观经济政策分析2.2 快餐行业趋势分析2.3 快餐企业发展分析2.4 中式快餐与洋快餐之比较分析2.5 中式快餐发展趋势第3章 金德利基本情况3.1 金德利发展历程3.2 金德利现状第4章 金德利SWOT分析4.1 优势(Strengths)4.2 劣势(Weakness)4.3 机会(Opportunities)4.4 威胁(Threats)第5章 制约金德利发展的主要因素5.1 外部竞争因素5.2 内部主要制约因素第6章 发展战略6.1 制定金德利发展战略的意义6.2 制定金德利发展战略的原则6.3 战略目标6.4 战略选择6.5 金德利企业精神第7章 战略措施7.1 深化体制机制改革，建立现代企业制度7.2 创新经营模式，实现多层次发展7.3 强化配送物流建设，加快工业化发展步伐7.4 推进产品标准化，确保质量长期稳定7.5 实施科学化管理，全面提升服务水平7.6 强化品牌意识，创建国内一流品牌7.7 强化人力资源管理，提高市场竞争力7.8 创新发展方式，壮大企业规模7.9 强化资本运营，优化资产结构7.10 加快推进信息化，提升科学决策水平7.11 强化危机意识，提高企业应对突发事件的能力7.12 加强企业文化建设，推进企业可持续发展结束语参考文献附文一 粮食流通产业的“济南模式附文二 济南市巩固粮食流通体制改革成果加快“八个体系”建设附文三 加快产业发展确保粮食安全附文四 浅谈金德利快餐店店面精细化管理

<<金德利发展战略研究>>

章节摘录

插图：2.2.2 部分城市快餐市场分析1.北京市快餐市场分析。

2007年，北京市住宿餐饮实现收入248.6亿元，同比增长了12.1%，紧跟上海、广州之后。

北京餐饮市场有与国际接轨前沿阵地的优势，百胜、麦当劳等国际餐饮品牌巨头都将北京视为发展重地；外来资本、技术和人才不断涌现，全聚德等本土餐饮实力不断壮大，提升了北京餐饮业整体竞争力。

其主要特点是：（1）汇集了国内外几乎所有的快餐品牌。

北京作为我国的首都，经济迅速发展，2007年全市人均GDP达到56044元（按年平均汇率折合7370美元），消费水平高，同时也是流动人口聚集的城市。

目前北京市场汇集了肯德基、麦当劳等国外知名快餐企业，国内的真功夫、面点王、大娘水饺、丽华快餐等品牌快餐也都进入了北京市场。

同时北京也形成了不少本地快餐品牌，像和合谷、金三元、老家肉饼、金白领、今日味等，而且还汇集了各地的风味小吃，像四川的小吃店就有上千家，王府井小吃一条街汇集了众多地方特色。

可以说北京是国内快餐品牌最多的城市，也是快餐企业兵家必争之地。

（2）消费水平相对较高。

目前北京人均每餐快餐消费基本在20元左右。

如吉野家、和合谷、永和大王的米饭系列产品，单点的价格基本都在15元左右，而米饭套餐（加上小凉菜和汤等配餐）的价格则多在20元左右。

其他快餐品牌的产品价格也大多集中于这一价格区间，洋快餐价位略比中式快餐高一点。

与其他城市相比，消费水平相对较高。

（3）经营品种主要是以米饭套餐和面制品为主。

北京市快餐业经营的主要品种是米饭套餐、自助火锅、带馅面食和面条类食品，这四大类食品也是消费者消费最多的中式快餐品种。

<<金德利发展战略研究>>

编辑推荐

《金德利发展战略研究》由中国农业出版社出版。

<<金德利发展战略研究>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>