

# 基于 SCP 范式的晋菜餐馆发展研究

黄永胜

(太原师范学院 管理系,山西 晋中 030619)

**摘要:** 用产业组织理论的 SCP 分析范式对晋菜餐馆产业组织内部市场结构、市场行为与市场绩效等生产要素之间的相互关系进行分析,揭示存在的问题。提出加强产业政策支持,打造晋菜产业经济;实施品牌战略,促进企业连锁化发展;改革企业制度,实现资本运作;依靠创新驱动企业发展;建设研发团队等建议。以期促进晋菜餐馆的产业发展。

**关键词:** 晋菜餐馆; SCP 范式分析; 发展对策

中图分类号: TS 972.182.25

文献标识码: A

文章编号: 2095-8730(2017)02-0035-06

餐饮业对于拉动消费、促进就业、提高人民生活水平具有直接作用,国内许多专家学者对餐饮业进行了深入研究,研究内容主要分为餐饮产品、餐饮组织、餐饮产业和饮食文化四大领域<sup>[1]</sup>。对于餐饮产业的研究主要集中于餐饮产业竞争力、餐饮产业集群、餐饮产业转型升级和餐饮产业发展四个方面。如杨柳首次明确界定了餐饮产业竞争力的内涵,并将波特钻石模型进行修正与补充,从七个方面阐述了餐饮产业竞争力的形成机制<sup>[2]</sup>;赖怡琳研究广州市餐饮产业集群的空间格局形成机理<sup>[3]</sup>;于千千、杜晓春通过产业升级的相关理论,对餐饮产业内部结构进行分析,提出推动云南省餐饮产业转型升级的建议<sup>[4]</sup>;邓念武研究改革开放以来东莞餐饮产业发展历程,并归纳各个阶段的发展特点及发展动因,理清其发展脉络<sup>[5]</sup>。山西菜被称作晋菜,晋菜餐馆分为以经营山西菜品为主的晋菜菜馆和以经营山西面食为主的晋菜面馆两大类。学者们对“晋菜”的研究主要集中于晋菜文化、晋菜菜系的发展,如刘海鸿,李冠瑶对晋菜文化的传承与发展进行了研究<sup>[6]</sup>;秦茂林将晋菜与其他菜系进行比较,指出晋菜与其他菜系的发展差距,并且提出晋菜发展的方向<sup>[7]</sup>。但是,至目前还没有学者从餐饮产业视角对晋菜餐馆进行过研究。

国内学者运用产业组织理论的 SCP 分析范

式研究过餐饮及相关产业,如周安宁、孙新章运用 SCP 分析范式对我国餐饮产业进行了初步探索<sup>[8]</sup>;魏洁文运用 SCP 分析范式研究了浙江省饭店产业的组织优化<sup>[9]</sup>;石建中、王新越运用 SCP 分析范式对我国旅游产业进行分析并提出建议<sup>[10]</sup>。SCP 分析范式(market structure—conduct—performance paradigm)是产业组织理论体系的主流学派——哈佛学派的核心理论体系,该体系将特定产业组织内部的市场结构、市场行为、市场绩效作为主要研究对象,揭示各生产要素之间的相互关系及内在机理,为经济活动的参与者和政策的制定者提供科学的依据和指导。在山西经济转型发展的背景下,本文运用产业组织理论的 SCP 分析范式对晋菜餐馆产业进行研究,提出晋菜餐馆资源优化配置及良性发展的对策与建议,以期促进晋菜餐馆产业的发展,为山西产业结构调整,改变“一煤独大”的经济结构提供理论依据。

## 1 晋菜餐馆市场结构分析

影响晋菜餐馆市场结构的主要因素包括市场集中度、进入和退出壁垒、产品差异化等。

### 1.1 市场集中度低,无法实现规模经济

市场集中度反映了市场具有的规模经济程度,其常用的衡量方法是  $CR_n$ ,即该产业的相关市

收稿日期:2016-10-21

基金项目:国家自然科学基金项目(41201122)

作者简介:黄永胜(1968-)男,山西晋城人,太原师范学院管理系副教授,从事餐饮经济、餐旅企业战略管理研究。

场内前  $n$  家最大企业所占市场份额的总和,计算公式为:

$$CR_n = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{\sum_{i=1}^N X_i}$$

式中:  $CR_n$  表示规模最大的前  $n$  家企业的行业集中度,  $X_i$  表示第  $i$  家企业的产值、产量、销售额、销售量、资产总额等,  $n$  表示产业内规模最大的前  $n$  家企业,  $N$  表示产业内的企业总数。中国烹饪协会发布的数据显示: 2015 年全国餐饮收入实现 32310 亿元, 餐饮百强企业营业收入 2210.5 亿元<sup>[11]</sup>, 餐饮产业的市场集中度为:  $CR_{100} = 6.8\%$ 。根据日本学者植草益市场结构的分类理论, 产业内前八位的产业集中度指标  $C_8 < 20\%$ , 该产业即为分散竞争型市场结构, 故餐饮产业为分散竞争型市场结构<sup>[12]</sup>。对于晋菜餐馆来说, 截至 2016 年 5 月份, 根据大众点评网的统计, 全国 34 个省会城市晋菜餐馆的数量为 7383 家, 选取规模最大、涉及 16 个城市的 8 家晋菜餐馆企业的 315 个门店为研究对象<sup>[13]</sup> (详见表 1), 据此计算晋菜餐馆产业的市场集中度为:  $CR_8 = 4.48\%$ , 所以, 晋菜餐馆为分散竞争型市场结构。这是由于受餐饮产业分散竞争型市场结构、山西“一煤独大”经济结构及晋菜餐馆大众化的消费结构等制约因素形成的。可见, 晋菜餐馆在全国餐饮市场的占有率低, 处于低水平竞争阶段, 具有很大的发展空间。

表 1 2016 年 5 月 16 个省会城市 8 家连锁晋菜餐馆分布

晋菜餐馆	分布城市	餐馆数量	晋菜餐馆	分布城市	餐馆数量
山西饭店	9	93	老大同刀削面	6	30
九毛九山西面馆	7	77	晋风庄园	2	9
顺溜削面	5	53	三晋春秋	1	8
山西人家	6	37	晋阳饭庄	2	8

数据来源: 根据 2016 年 5 月大众点评网省会城市美食频道中的晋菜餐馆统计

## 1.2 进入及退出壁垒较低 经济型餐馆多

衡量行业最低规模门槛的指标是规模壁垒系数, 魏洁文曾指出, 规模壁垒系数即最低总规模与市场总规模之比<sup>[9]</sup>。截至 2016 年 5 月份, 根据大众点评网的统计, 全国 34 个省会城市的餐馆数量为 2058586 家, 晋菜餐馆的数量为 7383 家<sup>[13-14]</sup>, 规模壁垒系数为 0.4%, 根据日本学者植草益对市场结构的分析, 规模壁垒系数  $d < 5\%$ , 属于进

入壁垒较低的产业<sup>[15]</sup>, 因此, 晋菜餐馆属于进入壁垒较低的产业。主要原因是: 第一, 晋菜没有一整套完整并实际运行的体系文件, 产品不能标准化生产, 形不成规模经济; 第二, 晋菜餐馆面向大众消费, 店面规模较小, 专用设备投入少, 资金投入不大; 第三, 晋菜餐馆多经营山西面食、普通晋菜菜品等一些食材成本不高的产品, 技术含量低, 聘用的厨师工资低, 创立晋菜餐馆成本不高。因此晋菜餐馆进入及退出壁垒并不高, 这为经济型晋菜餐馆的市场扩张提供了可能性。

## 1.3 产品差别化显著 面馆区域特色明显

晋菜餐馆在菜品、服务、环境和文化因素上体现了其区域特色, 面馆的差别化更加显著。菜馆在菜品命名、摆盘装饰、餐馆布置及特色表演等方面均展现了山西古老的文化。如老太原菜馆在提供传统晋菜的同时, 还为顾客提供地方曲艺太原莲花落表演, 强化了产品差别化程度。山西是“面食之乡”, 晋菜面馆大多体现了山西特色, 许多产品为山西民间独有, 如顺溜削面馆主推山西刀削面, 面馆的装修、布置均展现了山西传统文化。晋菜面馆在出品、环境和文化因素上与其他区域餐馆形成显著差别。差别化的产品是形成涨价的强烈诱因, 本文选取的晋菜餐馆的前八大品牌中(表 1), 三家品牌面馆九毛九山西面馆、顺溜削面和老大同刀削面门店发展到 160 家占 51%, 而五家品牌菜馆只有 155 家占 49%, 面馆超过菜馆门店数量, 面馆的快速发展就是很好的例证。

## 2 晋菜餐馆的市场行为分析

晋菜餐馆在餐饮市场上总体存在市场占有率低、知名度不高的现象。虽然山西面食有一定知名度, 但标准化、产业化程度不够, 在国内外市场发展较慢, 晋菜餐馆的发展不能满足市场要求。

### 2.1 餐馆产品品牌多, 企业品牌少

晋菜餐馆中虽有一些知名企业品牌, 但省内品牌多, 全国性品牌少。表 1 中晋菜餐馆除山西饭店、九毛九山西面馆、顺溜削面、山西人家、老大同刀削面分布在全国约 16 个城市之外, 晋风庄园、晋阳饭庄主要分布在北京, 三晋春秋主要分布在上海。更多的经济型晋菜餐馆还没有企业品牌意识, 仅满足于山西面食及山西家常菜的营销, 以产品品牌经营为主。根据 2016 年 5 月大众点评网的统计, 西安叫“山西刀削面”的餐馆有 60 家,

济南叫“山西刀削面”的餐馆有 28 家,石家庄叫“山西面馆”的餐馆有 64 家<sup>[16]</sup>,这些餐馆都使用了产品品牌进行发展。虽然这些企业都使用了“山西”和“面”两个词作为餐馆的品牌,但都是独立发展、各自为政,并未形成统一的、标准化运作的餐馆,无法像“兰州拉面”“沙县小吃”“桂林米粉”一样形成知名产品品牌,不能产生品牌效应,影响了企业的发展。也有少数晋菜餐馆从产品塑造过渡到了品牌塑造,树立企业的良好形象。如九毛九山西面馆,通过优质服务吸引了更多消费者,获得了更多的“回头客”,打造出企业的金字招牌。2015 年,广州九毛九餐饮连锁股份有限公司入选中国餐饮百强企业<sup>[17]</sup>,老太原菜馆入选“中国服务”十佳创意主题文化餐厅,顺溜削面从省内走向全国,其成功都离不开企业品牌化运营的功劳。

2.2 单体经营企业多,连锁经营企业少

根据大众点评网相关数据整理统计,截至 2016 年 5 月份,全国 34 个省会城市晋菜餐馆的数量为 7383 家,经营三家以上门店的晋菜餐馆有 578 家<sup>[13]</sup>。据此计算经营两个门店以下的餐馆占 92.2%,经营三个门店面以上的餐馆约占 7.8%。可见,晋菜餐馆单体经营企业多,连锁经营企业少。近几年,也有一些晋菜企业借助餐饮大众化的发展趋势,快速发展连锁经营,形成了一定的规模效益。“九毛九”作为全国最大的山西手工面品牌连锁企业,经过 17 年开设 19 家分店的经验累积,近两年以 35 倍的速度开了 80 家分店,实现了从单店经营到多店连锁,现有分店 135 家,实现了“一碗面一年卖到十个亿”<sup>[18]</sup>。晋阳饭庄先后开设了七家分店,建立了中央厨房,开展了多店经营,向连锁化发展<sup>[19]</sup>。但大多数晋菜餐馆仍以单店形式经营,没有实现连锁化经营以获得规模效益。

3 市场绩效分析

市场绩效反映了在特定的市场结构和市场行为条件下市场运行的效果。通过市场结构和市场行为的分析,可知晋菜餐馆的市场竞争力还不强,面馆与菜馆还有很大的发展空间。

3.1 晋菜餐馆产品质量一般,消费者满意度不高

根据大众点评网 2016 年 5 月的统计数据整理得表 2 和表 3,晋菜餐馆的产品质量(菜品口

味、就餐环境和餐厅服务)、人均消费、满意度取各家连锁饭店的平均分值,性价比由产品质量与人均消费相比而得。根据表 2 和表 3 统计可知,晋菜菜馆的产品质量中的口味、环境和服务为 7.5、7.6 与 7.3,该类餐厅的满意度为 3.8(换算成十分制为 7.6)。晋菜面馆产品质量中的口味、环境和服务为 7.6、7.6 与 7.5,该类餐厅的满意度为 3.7(换算成十分制为 7.4)。设分值为 X,如果按照 1≤X≤2 为非常不满意,2<X<4 为不满意,4≤X≤7 为一般,7<X<9 为比较满意,9≤X≤10 为非常满意,则晋菜菜馆和晋菜面馆整体上只能算比较满意。晋菜餐馆的产品质量在 6-7 分的餐馆占 22%,7-9 分的占 78%,可见在晋菜餐馆的产品质量项目中有 22%的餐馆为一般,有 78%的餐馆为比较满意,没有非常满意的餐馆。在比较满意的晋菜餐馆中,虽然九毛九山西面馆、晋风庄园和老太原菜馆的菜品和环境能得到 8 分以上,但餐厅服务都在 8 分以下,揭示了晋菜餐馆经营中的“短板”,服务急需改进。

表 2 晋菜菜馆评价统计

名称	口味	环境	服务	人均消费	满意度	性价比
山西饭店	6.8	6.9	6.8	146.50	3.3	0.14
山西人家	7.4	7.3	7.4	50.75	3.7	0.44
晋风庄园	8.2	8.2	7.8	73.80	4.2	0.33
三晋春秋	6.9	6.8	6.7	69.00	3.5	0.3
晋阳饭庄	7.7	7.8	7.4	101.33	3.8	0.23
老太原菜馆	8.2	8.5	7.6	56.14	4.0	0.43
平均值	7.5	7.6	7.3	82.92	3.8	0.31

数据来源:根据 2016 年 5 月大众点评网省会城市美食频道相关数据整理而得,同一晋菜餐馆评价指标取平均数统计

表 3 晋菜面馆评价统计

名称	口味均分	环境均分	服务均分	人均消费	满意度	性价比
九毛九山西面馆	8.0	8.1	7.9	48.86	4.0	0.49
老大同刀削面	7.1	7.0	7.0	17.5	3.4	1.2
顺溜削面	7.7	7.6	7.6	15.3	3.8	1.5
平均值	7.6	7.6	7.5	27.22	3.7	1.1

数据来源:根据 2016 年 5 月大众点评网省会城市美食频道相关数据整理而得,同一晋菜餐馆评价指标取平均数统计

### 3.2 晋菜餐馆的产品价格低,成本高,利润薄

从表2可见,晋菜餐馆的人均消费为82.92元,性价比为0.31,属于中低端消费。从表3可见,晋菜面馆的人均消费为27.22元,性价比为1.1,属于低端消费。目前,不管是山西菜馆还是山西面馆的产品价格都比较低,但均面临农产品原材料持续走高、人力成本不断上涨、水电气价格上升、房租增加的困境,晋菜餐馆的利润空间越来越小,有些餐馆更是难以维持。

## 4 促进晋菜餐馆产业发展的建议

面对激烈的竞争环境,为促进晋菜餐馆产业结构合理化和产业资源优化配置,提高晋菜餐馆产业的运行效率,需采取以下措施,以实现晋菜餐馆的持续健康发展。

### 4.1 打造晋菜产业经济,提高晋菜餐馆的市场份额

晋菜餐馆的发展表面上是餐馆企业的发展,实质上是晋菜产业的发展。晋菜产业的发展可带动种植、畜牧、加工、教育等相关产业的联动发展。山西在探索“以煤为基,多元发展”的产业转型之路中,应把晋菜作为产业来规划,出台优惠政策,为晋菜产业发展提供支持。这样,一方面可以培养山西新的经济增长点,另一方面可以扩大社会就业。湖南省早在2010年就把“发展壮大湘菜产业”作为实现富民强省战略目标的重要举措,还以“重视和发展湘菜产业刻不容缓”作为产业政策的指导<sup>[20]</sup>,因此,湘菜产业取得了长足的进步。“2015年湘菜产业营业收入1259亿元,成为湖南省千亿产值产业之一”<sup>[21]</sup>。借鉴湘菜产业发展的经验,山西省政府应把晋菜产业作为经济转型的重点产业来发展,中国烹饪协会相关市场分析报告指出:2016年上半年山西省餐饮收入同比增长6.5%,增速比上年同期提升2.3个百分点,结束了自2013年“中央八项规定”以来增速持续下跌的颓势<sup>[22]</sup>,事实也证明了这一点。如此,晋菜产业化必将增加晋菜餐馆的市场竞争力。

晋菜产业化将解决农村人口城市化后的就业问题。三晋都市报曾报到过:2014年山西全省餐饮服务业总收入407.4亿元人民币,从业人员达到107万人,而同期煤矿行业的从业人员只有110万人<sup>[23]</sup>,从解决就业人口角度看,随着山西城市化的发展,山西省政府把晋菜产业提高到与

煤炭产业一样的高度重视,产业政策上给予支持,将会解决大量城市化后的人口就业问题,确保社会稳定,实现富民强省。政府产业政策的支持,必将提高晋菜餐馆的市场占有率。

### 4.2 实施品牌战略,促进企业连锁化发展,实现规模化经营

一是统一产品品牌标识,集中推广“山西面馆”品牌。“世界面食在中国,中国面食在山西”。政府要重视和挖掘山西面食资源,学习福建“沙县小吃”的做法,通过注册“山西面馆”商标,将“山西面馆”作为山西面食统一的产品品牌进行宣传和推广,实现企业连锁化发展。“山西面馆”品牌店要统一店面设计、品种质量、餐厅服务、就餐环境、人员标准,新老晋菜面馆均可申请“零费用”使用“山西面馆”品牌,并由此培育出“山西面馆”标准示范店。对使用“山西面馆”品牌又不按标准经营的晋菜面馆老店进行整顿;对率先达到标准化的餐馆悬挂达标标识进行激励。山西省政府要支持和鼓励城乡居民到省外开设山西面馆,通过发展和壮大“山西面馆”,实现山西面馆的规模化经营。2014年,“兰州拉面”在全国有门店两万多家,从业人员20多万人,年产值300多亿元<sup>[24]</sup>。“沙县小吃”在全国有门店两万多家,年产值达50亿元,并走向了世界,而同期山西面食餐饮店在全国总量不足2000家,年产值仅10亿元<sup>[25]</sup>。这些全国闻名的产品品牌很值得晋菜餐馆借鉴。2015年山西刀削面馆“山西面家”落户美国是晋菜餐馆发展的良好开端。

二是发展企业品牌,实施晋菜餐馆的品牌连锁。优秀的餐饮企业品牌不仅在于优质的产品和服务,更可以通过深厚的文化底蕴来提升其附加价值。发展企业品牌包括两方面的内容:第一,培养品牌。上规模、有特色、能创新的晋菜餐馆要打造自己的企业品牌,塑造品牌旗舰店,发挥企业的品牌示范带动作用,促进晋菜餐馆的发展。第二,推广品牌。晋菜餐馆省内知名品牌多、省内连锁经营多。山西省政府要鼓励这些企业开展全国连锁经营,帮助企业实施“走出去”战略,形成全国知名品牌,提高整个晋菜餐馆产业的集约化、规模化水平,增强晋菜餐馆的总体竞争力。晋菜餐馆要根据政策环境对企业的总体发展战略进行定位,并据此制定科学的连锁经营战略,合理规划企业连锁扩张的速度和规模。顺溜削面就是通过连

锁经营发展壮大,由省内走向省外的晋菜餐馆。

三是改革企业制度,实现资本运作,提高行业集中度。2016年以来,餐饮企业红鼎豆捞、香草香草、丰收日、颐海国际陆续登陆资本市场,广州酒家、九毛九、同庆楼和小尾羊也谋求上市运营,呈现出2012年后餐饮企业再次密集进军资本市场的态势<sup>[25]</sup>。面对现代企业的资本运作,晋菜餐馆既没有传承晋商的“财东”与“掌柜”制度,也没有建立起“现代企业制度”,无法实现企业的资本运作。山西省内的一些晋菜餐馆虽然有一定规模、有一些名气,但却不能走向全国,根本的原因在于其家族式管理企业制度的制约。企业要快速发展就需解决资本运作问题,现代企业制度为企业实现资本运营奠定了基础。企业通过资本化运作可实现实业投资、上市融资、业务重组。晋菜餐馆企业如果能够建立现代企业制度,便可实现以资产为纽带,通过兼并、重组、对外持股等方式扩张经营规模,形成企业集群,提高行业集中度。味千拉面2007年在香港上市后,既解决了企业发展的资金问题,也实现了企业的快速扩张。味千拉面官网显示,截至2015年底,味千(中国)控股有限公司集团旗下拥有673家连锁餐厅,餐厅遍布30个省份的120个城市,营业额达到31.29亿港元<sup>[26]</sup>。

四是依靠创新驱动企业发展,提高晋菜餐馆的市场份额。晋菜餐馆要想实现持续快速发展,就要在产品、服务、环境和营销方面做好创新。晋菜餐馆要本着绿色、营养、健康的原则对产品进行创新。可在传统晋菜的基础上研究和吸收其他菜系的工艺和元素,利用其丰富的小杂粮资源为消费者创作出既保留三晋特色、又营养健康的菜肴。如创新晋菜“小米扣辽参”就很受欢迎。晋菜餐馆在餐厅服务中要把服务与本土文化有机结合,增加服务内涵,提高服务标准,创新服务形式,提高餐厅服务的满意度。如晋韵楼的餐厅服务与山西面艺表演、民歌民乐表演相结合就取得了良好的效果。在就餐环境设计中,既要体现餐馆的档次,又要体现晋菜餐馆的特征,特别是要把三晋文化与环境装修相结合,例如山西会馆将山西大院的经典建筑文化浓缩于餐厅,让客人在享用地道美食的同时,领略到山西大院的独特魅力,形成晋菜餐馆的特有风格。在企业营销中,晋菜餐馆要善于利用互联网工具和智能技术,实现线上点餐、

等位、支付,线下快捷配送的服务,满足新生代消费者的需求。总之,晋菜餐馆的创新,就是要根据消费者不断变化的需求,从产品口味、服务质量、环境氛围及便利设施等方面不断改进,打造更具体验感的餐厅。创新驱动发展必将形成晋菜餐馆的核心竞争力,为晋菜餐馆提高市场份额奠定坚实基础。

五是建设研发团队,提高晋菜餐馆绩效。餐饮企业的发展和越来越依靠企业的研发团队,山西省政府相关部门与企业要把研发团队的建设作为晋菜餐馆发展的重要工作。马兰拉面快餐连锁有限责任公司从20世纪90年代起就开始从事手工拉面的快餐化研究,研发人员从原料选定、营养配方、工艺流程和设备制造等方面都进行了标准化设计,铸就了马兰拉面的中国连锁快餐业的领头羊地位<sup>[27]</sup>。广州九毛九餐饮连锁股份有限公司是目前全国面食品种最多,规模最大的面食专营企业,公司用17年时间研究和规范产品的配方和标准,厚积薄发,造就了企业近两年的快速发展。政府建立的研发团队可帮助小型餐馆规范与创新,为其节省研发费用;企业建设的研发团队可实现餐馆产品和工艺流程的创新,提高利润、降低成本。良好的研发团队,不仅能保证企业持续健康发展,更能推动晋菜餐馆的标准化生产、专业化管理,扩大企业的经营规模,由此保证企业组织绩效的提升。

#### 参考文献:

- [1] 冯俊,刘倩洁.我国餐饮研究现状分析[J].北京工商大学学报:社会科学版,2012,27(4):104-109.
- [2] 杨柳.中国餐饮产业竞争力研究[D].北京:北京交通大学,2007.
- [3] 赖怡琳.广州市城市餐饮产业集群空间格局的形成机理研究[J].江西建材,2014(19):21.
- [4] 于千千,杜晓春.产业政策推动餐饮产业升级的实证分析——以云南省为例[J].扬州大学烹饪学报,2011(3):34-40.
- [5] 邓念武.改革开放以来东莞餐饮产业发展历程研究[J].东莞理工学院学报,2008,15(6):7-11.
- [6] 刘海鸿,李冠瑶.晋菜文化传承与发展的思考[J].烹调知识,2007(9):34-36.
- [7] 秦茂林.晋菜的发展现状及对策[J].烹调知识,2007(12):32-34.
- [8] 周安宁,孙新章.我国餐饮行业的SCP模式分析[J].

- 商业经济 2007, 11(33): 45-47.
- [9] 魏洁文. 基于 SCP 范式的浙江省饭店产业组织优化研究[J]. 旅游学刊 2008, 23(7): 56-61.
- [10] 石建中, 王新越. 我国旅游产业的 SCP 范式分析及建议[J]. 中国海洋大学学报: 社会科学版, 2011(3): 69-72.
- [11] 2015 年度中国餐饮百强企业和餐饮五百强门店分析报告 [EB/OL]. [2016-06-04]. <http://mp.weixin.qq.com/s/LdFRvidZ006jqtQmqx2wTQ>.
- [12] 苏东水. 产业经济学[M]. 北京: 高等教育出版社, 2000: 125.
- [13] 大众点评网. 省会城市 [EB/OL]. [2016-05-31]. <http://www.dianping.com/search/category/城市代码/10/g26484>.
- [14] 大众点评网. 晋菜 [EB/OL]. [2016-05-31]. <http://www.dianping.com/城市代码/food>.
- [15] 李孟刚, 蒋志敏. 产业经济学[M]. 北京: 高等教育出版社 2008: 43.
- [16] 大众点评网. 西安, 济南 [EB/OL]. [2016-05-10]. [http://www.dianping.com/search/keyword/0\\_山西刀削面](http://www.dianping.com/search/keyword/0_山西刀削面).
- [17] 2015 年度中国餐饮百强企业 [EB/OL]. [2016-06-04]. <http://www.ccas.com.cn/Article/HTML/107750.html>.
- [18] 山西商务厅孙跃进厅长: 一碗面, 这个山西人一年卖到十个亿 [EB/OL]. [2016-01-30]. <http://mp.weixin.qq.com/s/qRdcm9xrnUsZ-kQy-QqPAQ>.
- [19] 晋味名店迈出连锁步伐 [EB/OL]. [2012-08-14]. <http://www.ccas.com.cn/Article/HTML/18318.html>.
- [20] 李重臣, 朱继军. 调整结构抓源头, 湘菜产业上水平 [N]. 湖南日报 2010-03-31(10).
- [21] 和婷婷. “匠心”搬上餐桌, 心理标签取代菜系 [N]. 三湘都市报 2016-07-17(A4).
- [22] 2016 年 1-7 月份全国餐饮市场分析报告 [EB/OL]. [2016-08-25]. [http://www.ccas.com.cn/Article/HTML/107916\\_2.html](http://www.ccas.com.cn/Article/HTML/107916_2.html).
- [23] 李尚鸿. 提振“白银经济”打造面食王国 [N]. 三晋都市报 2016-08-29(A6).
- [24] 郭靖. “标准”能否助力削面突围 [N]. 山西市场导报 2016-10-27(A1).
- [25] 郑亦工. 给山西面食一张更亮丽的名片 [N]. 山西经济日报 2016-06-16(1).
- [26] 味千拉面“千店计划”二度搁浅 [EB/OL]. [2016-03-30]. <http://www.changjiangtimes.com/2016/03/530215.html>.
- [27] 马兰拉面官网. 公司简介 [EB/OL]. [2016-12-25]. <http://chinamlan.360500.com/introduction-21026-6-46.aspx>.

## A study on the development of Jin cuisine restaurant industry based on SCP theory

HUANG Yongsheng

( Management Department , Taiyuan Normal University , Jinzhong , 030619 China)

**Abstract:** The industry development of Jin cuisine restaurant industry was investigated using SCP paradigm of industrial organization theory to indicate the existing problems. Recommendations to promote the development of Jin cuisine restaurant industry were proposed in respect of strengthening supports of industrial policy to create Jin cuisine industry economy , implementing brand strategy to promote development of enterprises chain , reforming the enterprise system to achieve capital operation , driving development of enterprise on innovation , and constructing R&D team.

**Key words:** Jin cuisine restaurant industry; SCP paradigm; development recommendations

( 责任编辑: 王芙蓉)