



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2010年中国快餐行业市场 分析及投资咨询报告

一、调研说明

《2009-2010年中国快餐行业市场分析及投资咨询报告》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/125502.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

目录

第一章 快餐业的相关概述

一、餐饮业的介绍

- (一) 餐饮业的定义
- (二) 餐饮业的分类
- (三) 餐饮消费的六种类型
- (四) 餐饮业的经济地位和作用

二、快餐业的概述

- (一) 快餐的定义
- (二) 快餐简单分类
- (三) 快餐业的特点
- (四) 快餐的经营形式

第二章 2009-2010年中国快餐行业市场发展环境

一、2009-2010年中国快餐行业经济环境

- (一) 2009年第一季度中国宏观经济运行情况
- (二) 人均可支配收入持续增长推动餐饮消费需求
- (三) 奥运餐饮经济拉动营养快餐市场需求
- (四) 家庭私人消费比例攀升，大众餐饮市场持续扩大

二、2009-2010年中国快餐行业政策法规

- (一) 政府进一步规范连锁经营发展政策
- (二) 健全食品质量控制和安全监管制度

三、2009-2010年中国快餐行业技术创新

- (一) 规范化是快餐业以质制胜的关键
- (二) 标准化是企业持续发展的核心竞争力

第三章 2009-2010年国际快餐行业发展现状

一、2009-2010年国际快餐行业概况

- (一) 国际快餐行业发展历程
- (二) 国际快餐行业发展面临的问题

(三) 国际快餐行业技术发展现状及趋势

二、2009-2010年西式快餐的发展状况

(一) 洋快餐开进机场

(二) 洋快餐全天候餐厅成为新宠

(三) 肯德基与麦当劳的启迪

三、2009-2010年西式快餐的发展策略

(一) 洋快餐的制胜之道

(二) 西式快餐本土化发展

(三) 美式快餐的中国市场战略

四、2009-2010年主要国家快餐行业发展借鉴

(一) 美国

(二) 英国

(三) 日本

第四章 2009-2010年中国快餐行业发展现状

一、2009-2010年中国快餐行业整体发展概况

(一) 2008年餐饮业已步入微利时代

(二) 餐饮业经营陷入困境

(三) 餐饮业服务水平和餐饮卫生质量

(四) 方便快捷的要求

二、2009-2010年中国快餐行业现状与特点

(一) 快餐需求走向多样化，快餐企业不断拓宽经营空间

(二) 相关行业间的联合更加深入，出现新产业业态

(三) 西式快餐连锁企业迅速扩张，中西融合趋势增强

(四) 营销举措日益多样化，品牌意识明显增强

(五) 快餐存在营养缺陷，不利于扩大市场需求

三、2009-2010年影响中国快餐行业发展因素

(一) 经营品种过多、特色不突出

(二) 产品复杂难以标准化

(三) 配套产业不成熟等因素

(四) 开发新产品上难于和洋快餐比肩

四、2002-2008年中国连锁快餐店发展数据监测情况

- (一) 限额以上连锁快餐店数量增长情况
- (二) 限额以上连锁快餐店营业面积情况
- (三) 限额以上连锁快餐店从业人数情况
- (四) 限额以上连锁快餐店餐位数增长情况
- (五) 限额以上连锁快餐店营业额增长情况

第五章 2009-2010年中国快餐行业市场消费者调查

- 一、消费者对西式快餐的偏好程度
- 二、消费者对西式快餐就餐形式的选择
- 三、消费者到西式快餐店消费的周期
- 四、消费者中去西式快餐店消费的金额
- 五、北京写字楼里的公司员工人数分布情况
- 六、北京写字楼里的公司员工更换订餐公司的频繁程度
- 七、消费者对午饭的满意情况和抱怨因素
- 八、消费者对不同价格的午饭接受情况
- 九、消费者最喜欢的快餐食品
- 十、消费者选择快餐的决定因素

第六章 2009-2010年中国快餐行业市场竞争格局

- 一、2009-2010年中国快餐食品呈现区位化态势
 - (一) 洋快餐推出中式食品
 - (二) 中式快餐洋为中用
- 二、2009-2010年中国快餐行业竞争态势
 - (一) 中低档快餐企业仍占绝对优势
 - (二) 各区域快餐业发展不均衡
 - (三) 中西快餐差距呈加大趋势
- 三、2009-2010年中国快餐行业竞争行为
 - (一) 产品竞争
 - (二) 就餐环境
 - (三) 服务方式
 - (四) 新快餐运动
 - (五) 营销手段

第七章 2009-2010年中国地区特色快餐食品的发展形式

- 一、云南的过桥米线
- 二、新疆的烤羊肉串
- 三、北京的烤鸭
- 四、河南的烩面
- 五、福建的沙县小吃
- 六、陕西的凉皮肉夹馍
- 七、兰州的牛肉拉面

第八章 全球知名快餐企业

一、肯德基

- (一) 肯德基公司概况
- (二) 肯德基在中国的发展
- (三) 肯德基的成功经验
- (四) 肯德基立足中国的策略

二、麦当劳

- (一) 麦当劳概况
- (二) 麦当劳的中国策略
- (三) 麦当劳的营销方式

三、德克士

- (一) 德克士概况
- (二) 二三线城市成为德克士专攻目标
- (三) 德克士作为第三品牌的发展方式
- (四) 德克士中式产品比重将达到50%

四、吉野家

- (一) 吉野家人概况
- (二) 吉野家立足中国策略
- (三) 吉野家的经营策略

第九章 中国快餐行业顶尖企业

一、真功夫

- (一) 真功夫概况

- (二) 经营理念
- (三) 2008年真功夫食品价格走势
- (四) 2008年真功夫食品占有市场份额

二、面点王

- (一) 面点王概况
- (二) 深圳面点王快速发展背后的经营理念
- (三) 面点王企业的营销感悟和经营哲学

三、马兰拉面

- (一) 企业基本概况
- (二) 马兰拉面的经营理念及优势
- (三) 马兰拉面欲引领中国快餐业

四、大娘水饺

- (一) 企业基本概况
- (二) 大娘水饺优劣势
- (三) 大娘水饺经营启示

五、吉祥馄饨

- (一) 企业概况
- (二) 吉祥馄饨全国连锁事业的品牌管理机构
- (三) 吉祥混沌成功启示

六、丽华快餐

- (一) 丽华快餐公司概况
- (二) 丽华快餐打造中国驰名商标
- (三) 丽华快餐在北京的发展策略

七、永和豆浆

- (一) 永和大王概况
- (二) 永和大王的发展历程
- (三) 永和大王的成功之道

第十章 2009-2010年中国快餐行业餐具与包装概述

一、一次性快餐餐具——筷子

- (一) 一次性餐饮具基本情况
- (二) 一次性快餐餐具存在的问题

(三) 一次性筷子对人体三大危害

二、快餐餐具—发泡塑料盒

(一) 发泡塑料餐具使用

(二) 回收价值太低，难以形成全民参与的氛围

(三) 淘汰发泡塑料餐具时机尚不成熟

三、纸质快餐餐具

(一) 纸质快餐餐具定义

(二) 纸质快餐餐具的优势

(三) 纸质餐具取代塑料餐具成大势所趋

四、快餐包装的发展

(一) 快餐包装应实施发泡与环保餐具并举的方针

(二) 小麦淀粉及其秸秆纤维成为快餐包装新材料

(三) 铝箔餐具将成为快餐包装的主流产品

第十一章 2009 - 2012年中国快餐业发展趋势透视

一、2009-2012年中国快餐业发展趋势

(一) 快餐品牌特色将更加突出

(二) "绿色"餐饮将是快餐业的持续发展方向

(三) 连锁经营将继续成为快餐业的主攻方向

(四) 餐饮食品的功能向医药和保健延伸

二、2009-2012年中国快餐业市场预测

三、2009-2012年中国快餐行业投资

(一) 中国快餐行业投资环境

(二) 中国快餐行业投资机会

(三) 中国快餐行业投资风险

第十二章 2009-2012年中国快餐行业的发展策略

一、引进现代化大企业的经营观念和管理方法

(一) 广泛吸纳社会资金，提高经济实力

(二) 在经营管理层要注入新鲜血液

二、选择目标客户群，开拓洋快餐尚未占领的市场

(一) 研制开发中小学生的营养配餐

(二) 员工午餐

(三) 出租车司机用餐

(三) 临时就餐

三、中式快餐应该走出厅堂发展多种就餐形式

四、确定自己的特色产品

(一) 中式快餐在注重口味的同时

(二) 加强对快餐食品营养合理配比的研究

(三) 增强产品品质的稳定性和一致性

五、从细微之处挖掘经营潜力

(一) 中式快餐应对就餐环境

(二) 服务态度、等候时间

(三) 建立严格的卫生标准

六、发展连锁经营，实行集团化管理

图表目录（部分）：

图表：2007-2009年国内生产总值实际增长率（当季）

图表：2007-2009年三大产业增加值增长率（累计）

图表：2007-2009年工业增加值增长率（当月）

图表：2007-2009年城镇投资和房地产开发投资增速反弹

图表：2007-2009年社会消费品零售总额增长率

图表：2007-2009年居民消费价格指数与工业品出厂价格指数走势图

图表：2007-2009年进出口总值增长走势图

图表：2007-2009年货币供应量增长走势图

图表：略……

更多图表见报告正文

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/125502.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。