



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2012年快餐行业竞争格局 与投资战略研究咨询报告

一、调研说明

《2009-2012年快餐行业竞争格局与投资战略研究咨询报告》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/134844.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

2009年6月，肯德基中国市场第2600家店在郑州开业，肯德基方面表示，将保持年开店300家的速度在中国发展，2010年开店数还有望突破；与此同时，麦当劳也将以前所未有的速度在中国发展壮大，2010年计划在中国新开175家店。在金融危机的影响下，许多跨国食品企业都陷入惨淡经营的局面，但洋快餐却加速扩张。目前中国已成为洋快餐们发展最快、最重要的市场，在经济不景气的大环境之下，中国经济比其他国家和地区稳定，而这些也将吸引洋快餐在中国开展业务。金融危机削减的只是高端的餐饮市场消费，许多奢华大餐的消费者在当前的环境下会转而寻求实惠的大众化消费，这对于洋快餐来说，是非常好的发展机会。拥有最大消费基数的中国市场，在近年来逐渐被全球资金认为是最重要的投放地。尽管受到经济萧条背景的影响，国内消费出现紧缩，但作为大众消费的快餐业收入却不降反升，成为投资抵御经营风险的避风港。中国市场是快餐业良好发展的沃土，肯德基、麦当劳取得的成绩就是例子。这一投资热是当前经济形势下的必然趋势，中国市场的巨大消费基数给快餐企业以良好发展前景。

2008年，我国餐饮业年产值近两万亿元，餐饮业连续18年实现两位数高速增长成定局，餐饮的消费继续成为拉动消费需求快速增长的重要力量，其中快餐占到了1/3。2009年餐饮消费会继续成为拉动消费需求快速增长的重要力量，尤其是快餐，在金融危机席卷全球的情况下，将成为拉动内需的前锋。继真功夫、呷哺呷哺、永和大王、一茶一坐等快餐吸引风险投资，迅速抢占快餐地盘后，多家原本专攻正餐市场的餐饮企业也按捺不住转投快餐，追求利润最大化：谭鱼头火锅店在个别店面旁同样开出川菜小吃；眉州东坡酒楼也通过正餐品牌培育“眉州小吃”，目前已经实现小吃的24小时营业，并继续增加小吃店数量；另外，粤菜企业小土豆通过其正餐品牌小土豆、渔公渔婆孵化了两个快餐小吃品牌郭大佬和小豆面馆，将在2010年进行资源整合，进一步增加布点店数。同时，稳坐中国江山的洋快餐巨头也表示，即使金融危机波及全球却阻挡不了中国扩展步伐甚至是加速扩张：麦当劳在2009年将新张150家店面；肯德基则将原本新张300家店的计划扩展到近500家。国内较早获得风险投资的真功夫快餐企业预计在2009年投资新增100到150家餐厅、呷哺呷哺小火锅也在以每月5-6家新店的速度加速布局。大娘水饺、大家乐、大快活、一茶一坐等快餐企业也都表示趁着目前良好的发展势头，继续进行新店投资。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、中国消费者协会、中国烹饪协会、中国烹协快餐委员会、各省市餐饮协会、中国经济景气监测中心、全国商业信息中心、国内外多种相关报刊杂志的基础信息以及专业研究单位等公布、提供的大量的内容翔实、统计精确的资料和数据，立足于全球快餐市场，从中国快餐业发展情况、中国快餐市场发展情况、中国快餐区域市场现状、快餐关联行业市场发展情况以及快

餐优势企业发展情况进行研究，同时对快餐业未来发展趋势、发展策略、快餐营销和投资等多方面深入剖析，全面展现快餐行业状况，揭示快餐业市场潜在需求与潜在机会。本报告是快餐企业、经营快餐的相关企业和单位以及计划投资于快餐业的企业和投资者等准确了解目前中国快餐市场发展动态，把握快餐行业消费现状与趋势，制定市场策略的必备的重要决策参考资料。

目录

CONTENTS

第一部分 行业发展现状

第一章 快餐行业概述

第一节 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

第二节 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

第三节 快餐的其他概念

一、快餐起源

二、我国快餐发展历程

三、现代快餐企业概述

四、快餐的作用与地位

五、快餐产业化的内涵

六、快餐业的发展规律

七、快餐的健康问题

八、中式快餐的概念

第二章 2008-2009年国际快餐行业发展现状分析

第一节 2008-2009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

第二节 2008-2009年西式快餐的发展状况

- 一、洋快餐开进机场分析
- 二、洋快餐全天候餐厅成为新宠
- 三、肯德基与麦当劳的启迪

第三节 2008-2009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

第四节 2008年主要国家快餐行业发展借鉴

- 一、美国
- 二、英国
- 三、日本

第三章 2008-2009年中国快餐行业发展现状分析

第一节 2008-2009年中国快餐行业整体发展概况

- 一、2008-2009年餐饮业利润情况
- 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

第二节 我国快餐业市场发展的状况

- 一、我国快餐业起步和发展速度
- 二、我国快餐业经营主体
- 三、我国快餐业经营方式分析
- 四、我国快餐业服务领域分析

第三节 2008-2009年我国快餐业市场发展分析

- 一、2008年奥运会对快餐业市场发展的影响
- 二、2008-2009年快餐市场价格情况
- 三、2008-2009年中式快餐价格分析

四、2008-2009年快餐业成本问题分析

五、2008-2009年休闲快餐产业发展潜力分析

第四节 中国快餐业市场形势分析

一、到2015年中国快餐业的市场发展态势

二、中式快餐品牌以集群形式发展态势

三、联合采购中的保密问题

四、中式快餐的休闲化发展趋势

第五节 2008-2009年中国快餐行业市场消费者调查分析

一、消费者对西式快餐的偏好程度分析

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、写字楼里的公司员工人数分布情况

六、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

第四章 我国中式快餐市场发展分析

第一节 中式快餐市标准化分析

一、中式快餐产业化、标准化情况

二、中式快餐标准化问题及其影响

三、中式快餐市场标准化发展策略

第二节 中式快餐市场发展状况

一、2008-2009年中式快餐市场发展情况

二、中式快餐发展的有利因素

三、中式快餐发展制约因素

四、中式快餐的全球化发展

第三节 中式快餐发展前景和机遇

一、中式快餐长期发展前景分析

二、2009-2012年中式快餐市场发展前景

三、中式快餐发展的新机遇

第四节 2008-2009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

第五章 我国西式快餐市场发展分析

第一节 西式快餐市场发展状况

- 一、2009年西式快餐市场价格情况
- 二、2009年西式快餐市场发展动态
- 三、洋快餐加速本土化及其原因分析
- 四、快餐巨头麦可斯加速进军中国市场

第二节 西式快餐市场的前景和潜力研究

- 一、西式快餐市场前景
- 二、西式快餐早餐市场潜力

第六章 我国快餐行业区域市场分析

第一节 北京市

- 一、快餐行业现状
- 二、快餐市场格局
- 三、快餐消费者分析
- 四、快餐行业发展趋势

第二节 上海市

- 一、快餐行业现状
- 二、快餐市场格局
- 三、快餐消费者分析
- 四、快餐行业发展趋势

第三节 广州市

- 一、快餐行业现状
- 二、快餐市场格局
- 三、快餐消费者分析
- 四、快餐行业发展趋势

第四节 深圳市

- 一、快餐行业现状
- 二、快餐市场格局
- 三、快餐消费者分析
- 四、快餐行业发展趋势

第五节 成都市

- 一、快餐行业现状
- 二、快餐市场格局
- 三、快餐消费者分析
- 四、快餐行业发展趋势

第二部分 行业竞争格局

第七章 快餐行业竞争分析

第一节 快餐业竞争分析

- 一、中国快餐业竞争格局
- 二、2009年快餐企业竞争优势分析
- 三、快餐行业中西式竞争现状
- 四、2009年外企早餐市场竞争动态
- 五、2009年中外企业奥运快餐市场竞争分析

第二节 2009年快餐竞争分析

- 一、2008年快餐市场竞争情况分析
- 二、2009年快餐市场竞争形势分析

第三节 2008-2009年中国快餐行业竞争分析及预测

- 一、2008-2009年集中度分析及预测
- 二、2008-2009年SWOT分析及预测
- 三、2008-2009年进入退出状况分析及预测
- 四、2008-2009年生命周期分析及预测

第八章 快餐企业竞争策略分析

第一节 快餐市场竞争策略分析

- 一、2009年快餐市场增长潜力分析
- 二、2009年快餐主要潜力品种分析
- 三、现有快餐竞争策略分析
- 四、快餐潜力品种竞争策略选择
- 五、典型企业品种竞争策略分析

第二节 快餐企业竞争策略分析

- 一、金融危机对快餐行业竞争格局的影响
- 二、金融危机后快餐行业竞争格局的变化
- 三、2009-2012年我国快餐市场竞争趋势
- 四、2009-2012年快餐行业竞争格局展望
- 五、2009-2012年快餐行业竞争策略分析
- 六、2009-2012年快餐企业竞争策略分析

第九章 世界快餐重点企业竞争分析

第一节 肯德基

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2008-2009年经营状况
- 四、2009-2012年发展战略

第二节 麦当劳

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2008-2009年经营状况
- 四、2009-2012年发展战略

第三节 德克士

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2008-2009年经营状况
- 四、2009-2012年发展战略

第四节 吉野家

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2008-2009年经营状况
- 四、2009-2012年发展战略

第十章 国内快餐重点企业竞争分析

第一节 真功夫

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2008-2009年经营状况
- 四、2009-2012年发展战略

第二节 面点王

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2008-2009年经营状况
- 四、2009-2012年发展战略

第三节 马兰拉面

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2008-2009年经营状况
- 四、2009-2012年发展战略

第四节 大娘水饺

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2008-2009年经营状况
- 四、2009-2012年发展战略

第五节 吉祥馄饨

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2008-2009年经营状况
- 四、2009-2012年发展战略

第六节 丽华快餐

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2008-2009年经营状况
- 四、2009-2012年发展战略

第七节 永和豆浆

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2008-2009年经营状况
- 四、2009-2012年发展战略

第三部分 行业前景预测

第十一章 快餐业发展趋势分析

第一节 我国餐饮业的发展预测

- 一、2008年餐饮业的发展走势
- 二、2009年餐饮业消费发展预测
- 三、2009年餐饮业的市场发展预测
- 四、2009年餐饮业的机遇发展预测
- 五、2009-2012年中国餐饮业发展预测

第二节 我国快餐行业发展趋势分析

- 一、我国快餐业发展的趋势及对策
- 二、2008年中国快餐行业发展趋势
- 三、2009年我国快餐行业市场规模预测
- 四、2008-2010年快餐食品行业发展趋势

第三节 2009-2012年中式快餐市场发展趋势分析

- 一、中式快餐国内快餐市场竞争趋势
- 二、中式快餐标准化发展趋势
- 三、中式快餐产业化进程趋势
- 四、中式快餐市场发展趋势
- 五、中式快餐企业联合发展趋势

第十二章 快餐行业发展预测

第一节 2009-2012年快餐市场趋势分析

- 一、2008-2009年快餐市场趋势总结
- 二、2009-2012年快餐发展趋势分析
- 三、2009-2012年快餐市场发展空间
- 四、2009-2012年快餐产业政策趋向
- 五、2009-2012年快餐价格走势分析
- 第二节 2009-2012年快餐市场预测
- 一、2009-2012年快餐市场结构预测
- 二、2009-2012年快餐市场需求前景
- 三、2009-2012年快餐市场价格预测
- 四、2009-2012年快餐行业集中度预测

第四部分 投资战略研究

第十三章 快餐行业投资现状分析

第一节 2008年快餐行业投资情况分析

- 一、2008年总体投资及结构
- 二、2008年投资规模情况
- 三、2008年投资增速情况
- 四、2008年分行业投资分析
- 五、2008年分地区投资分析
- 六、2008年外商投资情况

第二节 2009年上半年快餐行业投资情况分析

- 一、2009年上半年总体投资及结构
- 二、2009年上半年投资规模情况
- 三、2009年上半年投资增速情况
- 四、2009年上半年分行业投资分析
- 五、2009年上半年分地区投资分析
- 六、2009年上半年外商投资情况

第十四章 快餐行业投资环境分析

第一节 经济发展环境分析

- 一、2008-2009年我国宏观经济运行情况
- 二、2009-2012年我国宏观经济形势分析

三、2009-2012年投资趋势及其影响预测

第二节 政策法规环境分析

一、2009年快餐行业政策环境

二、2009年国内宏观政策对其影响

三、2009年行业产业政策对其影响

第三节 社会发展环境分析

一、国内社会环境发展现状

二、2009年社会环境发展分析

三、2009-2012年社会环境对行业的影响分析

第十五章 快餐行业投资机会与风险

第一节 快餐行业投资效益分析

一、2008-2009年快餐行业投资状况分析

二、2009-2012年快餐行业投资效益分析

三、2009-2012年快餐行业投资趋势预测

四、2009-2012年快餐行业的投资方向

五、2009-2012年快餐行业投资的建议

六、新进入者应注意的障碍因素分析

第二节 影响快餐行业发展的主要因素

一、2009-2012年影响快餐行业运行的有利因素分析

二、2009-2012年影响快餐行业运行的稳定因素分析

三、2009-2012年影响快餐行业运行的不利因素分析

四、2009-2012年我国快餐行业发展面临的挑战分析

五、2009-2012年我国快餐行业发展面临的机遇分析

第三节 快餐行业投资风险及控制策略分析

一、2009-2012年快餐行业市场风险及控制策略

二、2009-2012年快餐行业政策风险及控制策略

三、2009-2012年快餐行业经营风险及控制策略

四、2009-2012年快餐同业竞争风险及控制策略

五、2009-2012年快餐行业其他风险及控制策略

第十六章 快餐行业投资战略研究

第一节 快餐行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、业务组合战略

三、区域战略规划

四、产业战略规划

五、营销品牌战略

六、竞争战略规划

第二节 对快餐品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、快餐实施品牌战略的意义

三、快餐企业品牌的现状分析

四、快餐企业的品牌战略

五、快餐品牌战略管理的策略

第三节 快餐行业投资战略研究

一、2008年快餐行业投资战略

二、2009年快餐行业投资战略

三、2009-2012年快餐行业投资战略

四、2009-2012年细分行业投资战略

第十七章 快餐业发展策略分析

第一节 快餐行业发展策略

一、市场定位和本质特征的坚持策略

二、标准化、工厂化、规模化和科学化目标的树立策略

三、开拓创新策略

四、连锁扩张策略分析

五、特许连锁同直营连锁共同发展策略分析

六、规模效益策略分析

七、人才策略分析

第二节 快餐行业中小企业发展战略

一、企业的战略规划

二、市场竞争策略

三、战略实施程度

第三节 中式快餐发展策略

一、产品开发策略

二、连锁经营策略

三、促销策略

四、中式快餐企业发展壮大策略

图表目录

图表：餐饮业的细分行业分类

图表：餐饮业细分行业和业态的发展

图表：餐饮业态类型

图表：餐饮业成本结构表

图表：2007-2009年餐饮业增长贡献率和拉动率变化情况

图表：全国餐饮业零售额中居民餐饮消费比例

图表：每平方米单位面积快餐营业额

图表：不同城市的人最喜欢的快餐种类

图表：不同城市比较经常吃快餐的时间

图表：不同城市的市民在选择快餐时的较多考虑的因素的比例

图表：2008年肯德基价格走势

图表：2008年肯德基市场占有率

图表：2008年真功夫食品价格走势

图表：2008年真功夫食品占有市场份额

图表：2008年面点王食品价格走势

图表：2008年面点王食品占有市场份额

图表：2008年大娘水饺食品价格走势

图表：2008年大娘水饺食品占有市场份额

图表：2008年吉祥馄饨食品价格走势

图表：2008年吉祥馄饨食品占有市场份额

图表：2008年丽华快餐食品价格走势

图表：2008年丽华快餐食品占有市场份额

图表：2008年永和豆浆食品价格走势

图表：2008年永和豆浆食品占有市场份额

图表：消费者对西式快餐的偏好程度分析

图表：消费者对西式快餐就餐形式的选择

图表：消费者到西式快餐店消费的周期

图表：消费者中去西式快餐店消费的金额

图表：北京写字楼里的公司员工人数分布情况

图表：北京写字楼里的公司员工更换订餐公司的频繁程度

图表：消费者对午饭的满意情况和抱怨因素

图表：消费者对不同价格的午饭接受情况

图表：消费者最喜欢的快餐食品

图表：消费者选择快餐的决定因素

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/134844.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专业提供投资咨询报告、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。