



艾凯咨询
ICAN Consulting

2010-2015年中国快餐业市场调研与发展前景预测报告

一、调研说明

《2010-2015年中国快餐业市场调研与发展前景预测报告》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/154653.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

摘要

通过对快餐业行业进行深入的调查研究，结合国家统计局、工商、税务、海关、各级行业协会及专业调研机构等部门的数据、资料以及现阶段的宏观经济和政策环境，采用文案调研、电话访谈、实地调研等多种调研方式，以"数据+图表+论述"的形式，对快餐业行业的发展状况进行了全面的总结论述，在此基础上对快餐业行业的发展趋势进行了深层次、多角度的分析、预测和论证。

（报告以具体数据为基础，辅助以定量与定性分析相结合，在深入挖掘数据蕴含的内在规律和潜在信息同时采用统计图表、分析图示等多种形式将结果清晰、直观的展现出来，以方便读者解读分析。报告内容涉及快餐业行业的国内外及周边地区的发展概况、产业集群、市场规模、需求和供给、价格、市场集中度、竞争格局、用户需求、产业链上下游、渠道、进出口状况……等，并对快餐业行业规模以上竞争企业进行了详细的调查研究，同时分析了当前全球金融危机、我国扩大内需政策和经济刺激方案对快餐业行业的发展影响，报告最后还对快餐业行业的营销、投资、应对金融危机等给出了专家意见。）

本报告有助于企业和投资机构准确了解目前快餐业行业的发展现状和趋势，把握快餐业行业发展所面临的优势、劣势、机会和威胁，抓住潜在的投资机会。（在报告的附件里赠送有全国规模以上快餐业酸行业竞争企业的信用状况及财务数据，）是企业和投资机构进行投资决策的重要参考依据。

目录

第一章 快餐行业概述

1.1 餐饮行业概述

1.1.1 餐饮业的分类

1.1.2 现代餐饮业的特点分析

1.1.3 餐饮业的成本核算

1.1.4 餐饮业的消费方式

1.1.5 餐饮业的经济地位和作用

1.2.6 餐饮行业的经营模式

1.2 快餐行业概述

1.2.1 快餐的特点与分类

1.2.2 快餐的经营形式

第二章 2009-2010年中国餐饮业整体运行新形势透析

2.1 2009-2010年中国餐饮市场发展统计

2.1.1 中国住宿与餐饮业零售额情况

2.1.2 中国餐饮业市场规模统计

2.1.3 中国餐饮业资产负债统计

2.1.4 中国餐饮业经营效益统计

2.1.5 中国餐饮业市场结构分析

2.1.6 2009-2010年1-5月中国餐饮行业发展情况

2.2 2009-2010年中国餐饮行业发展分析

2.2.1 中国餐饮行业发展特点分析

2.2.2 中国餐饮市场进入品牌消费时代

2.2.3 餐饮业将保持高速发展

2.3 2009-2010年中国快餐行业经济指标统计

2.3.1 中国快餐业资产总额统计

2.3.2 中国快餐行业负债总额统计

2.3.3 中国快餐行业经营情况统计

第三章 2009-2010年中国快餐市场运行新态势分析

3.1 2009-2010年中国快餐行业门店数量统计

3.1.1 中国快餐行业门店总数统计

3.1.2 中国面包类快餐门店数量

3.1.3 中国汉堡类快餐门店数量

3.1.4 中国鸡肉类快餐门店数量

3.1.5 中国冰激凌快餐门店数量

3.1.6 中国便利店快餐门店数量

3.2 2009-2010年中国快餐行业市场规模

3.2.1 中国便利店快餐市场规模

3.2.2 中国面包类快餐市场规模

3.2.3 中国汉堡类快餐市场规模

3.2.4 中国鸡肉类快餐市场规模

3.2.5 中国冰激凌快餐市场规模

3.3 2009-2010年中国快餐行业投资情况分析

- 3.3.1 中国快餐市场涌现出投资热潮
- 3.3.2 康师傅欲开万家西式快餐连锁
- 3.3.3 外资快餐企业投资早餐市场
- 3.3.4 巴西最大快餐企业设中国总部

第四章 2009-2010年中国快餐细分市场运行新形势分析

4.1 西式快餐

- 4.1.1 中国西餐业发展概况
- 4.1.2 中国成全球西式快餐发展最快市场
- 4.1.3 跨国餐饮企业纷纷投资西式快餐市场
- 4.1.4 多家西式快餐企业启动降价促销战略
- 4.1.5 本土与外资西式快餐竞争对比分析
- 4.1.6 本土西式快餐企业经营经验分析
- 4.1.7 外资西式快餐经营发展经验分析

4.2 中式快餐

- 4.2.1 中式快餐呈快速扩张趋势
- 4.2.2 中餐连锁标准化进程分析
- 4.2.3 中式快餐发展SWOT分析
- 4.2.4 中式快餐发展趋势分析
- 4.2.5 中国中式快餐发展之路

4.3 日式快餐

- 4.3.1 日式快餐业加快在中国拓展步伐
- 4.3.2 顶新集团进军日式连锁快餐市场
- 4.3.3 味千(中国)经营启示

第五章 2009-2010年中国重点区域快餐市场运行动态分分析

5.1 北京快餐市场发展情况

- 5.1.1 北京市餐饮市场概况
- 5.1.2 北京呷哺呷哺快餐获巨额投资
- 5.1.3 北京建设市内最大快餐加工厂
- 5.1.4 菲律宾快餐巨头进入北京市场

5.2 上海快餐市场发展情况

- 5.2.1 上海餐饮消费市场情况
- 5.2.1 上海举行中国快餐产业大会
- 5.2.2 西式快餐走进上海加油站
- 5.3 广州快餐市场发展情况
- 5.3.1 度广州餐饮市场调查分析
- 5.3.2 东方既白叫板广州快餐市场
- 5.3.3 广州西式快餐启动降价促销
- 5.3.4 广州快餐首设全国客服热线
- 5.4 深圳快餐市场发展情况
- 5.4.1 深圳快餐巨头启动让利促销
- 5.4.2 深圳用标准化管理快餐质量
- 5.4.3 深圳中式快餐市场三足鼎立
- 5.4.4 外资巨头投资深圳快餐市场
- 5.5 其它城市快餐市场发展情况
- 5.5.1 宁波中式快餐迅速崛起
- 5.5.2 沈阳中式快餐大幅降价

第六章 2009-2010年中国快餐行业管理分析

- 6.1 2009-2010年中国连锁快餐经营管理概况
- 6.1.1 快餐行业管理概述
- 6.1.2 快餐企业的人事管理
- 6.1.3 快餐企业的供应管理
- 6.1.4 快餐企业的货仓管理
- 6.2 2009-2010年中国快餐连锁化经营分
- 6.2.1 直营连锁
- 6.2.2 特许连锁
- 6.2.3 自由连锁
- 6.2.4 直营与特许经营对比分析
- 6.2.5 连锁快餐企业的加盟管理
- 6.3 2009-2010年中国连锁快餐配送管理分析
- 6.3.1 中国连锁快餐配送中心的建设思路
- 6.3.2 中国连锁快餐配送中心的必要性

6.3.3 中国连锁快餐配送中心的问题分析

6.3.4 中国连锁快餐配送中心的建设途径

6.4 2009-2010年中国连锁快餐信息化管理分析

6.4.1 连锁快餐信息化管理介绍

6.4.2 连锁快餐信息化的必要性

6.4.3 连锁快餐信息化建设原则

6.4.4 连锁快餐企业信息化的误区

第七章 2009-2010年中国餐饮业竞争新格局透析

7.1 2009-2010年中国快餐企业市场竞争格局

7.1.1 快餐业竞争趋于白热化

7.1.2 中国快餐市场品牌格局分析

7.1.3 中西快餐竞争焦点在于营养

7.1.4 市场细分加剧快餐竞争快餐多样化发展

7.1.5 中外快餐核心竞争力对比

7.2 2009-2010年中国餐饮业竞争新特点

7.2.1 洋快餐与中快餐竞争随行就市

7.2.2 信息化将成为餐饮业竞争法宝

7.3 2009-2010年中国餐饮企业竞争对策分析

7.3.1 餐饮业经济危机中"组合"营销分析

7.3.2 餐饮企业应积极打造核心竞争力

7.3.3 针对中国餐饮业竞争态势的相应对策

7.3.4 在餐饮竞争中适当调整战略定位

7.3.5 餐饮业竞争的顾客价值战略

7.3.6 餐饮业的特色竞争战略

第八章 2009-2010年快餐行业重点企业运行分析

8.1 百胜餐饮集团

8.1.1 企业基本情况

8.1.2 百胜入股内蒙古小肥羊

8.1.3 百胜推出成本定价模式

8.1.4 百胜中国市场扩张放缓

8.2 麦当劳

8.2.1 企业基本情况

8.2.2 企业经营状况

8.2.3 竞争竞争力分析

8.2.4 麦当劳将加快中国发展速度

8.2.5 麦当劳与VANCL展开合作

8.3 顶新国际集团德克士食品

8.3.1 企业基本情况

8.3.2 公司经营情况

8.3.3 公司营销战略分析

8.3.4 德克士店铺数量达1000家

8.3.5 德克士发布2030发展战略

8.4 味千（中国）控股有限公司

8.4.1 企业基本情况

8.4.2 企业经营状况

8.4.3 企业发展战略

8.4.4 味千中国店面将增至400家

8.5 广州市真功夫餐饮管理有限公司

8.5.1 企业基本情况

8.5.2 企业经营状况

8.5.3 真功夫推出自由品牌饮料

8.5.4 2009-2010年真功夫白领市场营销策略

8.5.5 企业发展战略分析

8.6 丽华快餐

8.6.1 企业基本情况

8.6.2 丽华快餐进入快餐工厂化时代

8.6.3 丽华成为北京奥运快餐提供商

8.6.4 丽华快餐获千万风险投资资金

8.7 马兰拉面

8.7.1 企业基本情况

8.7.2 企业发展历程

8.7.3 企业营销概况

8.7.4 企业产品特色

8.8 深圳面点王

8.8.1 企业基本情况

8.8.2 企业产品简介

8.8.3 面点王推出营养指标菜单

8.8.4 面点王严格控制食品安全

8.9 永和大王

8.9.1 企业基本情况

8.9.2 企业经营理念

8.9.3 企业产品简介

8.9.4 永和大王信息化战略

8.9.5 永和大王发展战略分析

第九章 2010-2015年中国快餐行业发展趋势分析

9.1 2009-2013年中国餐饮行业发展规划

9.1.1 餐饮业发展的发展目标

9.1.2 餐饮业发展的主要任务

9.1.3 中国餐饮业的发展格局

9.1.4 中国餐饮业的发展重点

9.1.5 中国餐饮业的发展政策

9.2 2010-2015年中国快餐行业发展趋势

9.2.1 快餐业的品牌发展趋势

9.2.2 快餐业的消费观念趋势

9.3 2010-2015年中国快餐市场规模预测

9.3.1 中国快餐行业门店数量预测

9.3.2 中国快餐行业市场规模预测

9.3.3 快餐业盈利预测分析

第十章 2010-2015年中国快餐行业投资分析

10.1 2010-2015年中国快餐行业投资环境

10.1.1 中国居民餐饮消费比例不断提高

10.1.2 中国外出用餐消费市场不断增长

- 10.1.3 中国家庭私人消费比例继续攀升
- 10.1.4 2009-2010年1季度中国经济运行情况
- 10.2 2009-2013年中国快餐业投资前景分析
 - 10.2.1 中式快餐业未来潜力大
 - 10.2.2 加盟快餐行业将成为新的投资热点
 - 10.2.3 快餐配送店前景广阔
- 10.3 2010-2015年中国快餐行业投资风险预警
 - 10.3.1 宏观调控政策风险
 - 10.3.2 市场竞争风险
 - 10.3.3 市场运营机制风险

图表目录：（部分）

- 图表：2005-2009年国内生产总值
- 图表：2005-2009年居民消费价格涨跌幅度
- 图表：2009年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）
- 图表：2005-2009年年末国家外汇储备
- 图表：2005-2009年财政收入
- 图表：2005-2009年全社会固定资产投资
- 图表：2009年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）
- 图表：2009年固定资产投资新增主要生产能力
- 图表：中国肯德基开店数增长情况
- 图表：2003-2010年1季度我国GDP总量及增长趋势图
- 图表：2003-2010年1季度我国农村人均纯收入增长趋势图
- 图表：2003-2010年1季度我国城镇居民可支配收入增长趋势图
- 图表：2003-2007年1季度餐饮百强的平均利润率
- 图表：2000-2009年肯德基、麦当劳在中国连锁店数量
- 图表：2009-2010年我国肯德基餐单变化情况
- 图表：2002-2009年中国限额以上连锁快餐店数量增长趋势图
- 图表：2009年中国限额以上连锁餐饮业态增长率对比图
- 图表：2009年中国限额以上连锁餐饮业态构成情况
- 图表：2002-2009年中国限额以上连锁快餐店营业面积增长趋势图
- 图表：2002-2009年中国限额以上连锁快餐店从业人员增长趋势图

图表：2004-2009年中国限额以上连锁快餐店餐位数增长趋势图

图表：2003-2009年中国规模以上连锁快餐店营业收入增长趋势图

图表：2003-2009年中国规模以上连锁快餐店餐费及销售收入增长趋势图

图表：消费者对西式快餐的偏好程度调研

图表：消费者对西式快餐就餐形式的选择调研

图表：消费者到西式快餐店消费的周期调研

图表：消费者西式快餐店消费的金额调研

图表：北京写字楼里的公司员工更换订餐公司的频繁程度调研

图表：消费者对午饭的满意情况和抱怨因素调研

图表：消费者对不同价格的午饭接受情况调研

图表：中国快餐市场受欢迎品牌调研

图表：中国地方小吃受欢迎程度调研

图表：消费者选择快餐的决定因素调研

图表：全国一次性快餐盒生产、使用等基本情况

图表：北京一次性快餐盒生产、使用等基本情况

图表：国各省限额以上连锁快餐门店数量分布单位：个

图表：中国各省限额以上企业数量分布单位：个

图表：中国各省限额以上连锁快餐业营业收入一览 单位：万元

图表：中国各省限额以上连锁快餐业餐费及商品销售收入单位：万元

图表：中国经济刺激计划4万亿资金分配图

图表：以来存贷款基准利率变化

图表：存款准备金率历次调整

图表：略……

更多图表见报告正文

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/154653.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。