



艾凯咨询
ICAN Consulting

2012-2016年中国快餐业市场运营态势及投资战略研究报告

一、调研说明

《2012-2016年中国快餐业市场运营态势及投资战略研究报告》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/213780.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

第一章、快餐业的相关概述

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、快餐的概述

- 一、快餐的定义
- 二、快餐简单分类
- 三、快餐的特点
- 四、快餐的经营形式

第二章、餐饮业的发展

第一节、中国餐饮业的发展概况

- 一、我国餐饮业的发展历程
- 二、我国餐饮业发展总体状况
- 三、我国餐饮业发展的主要特征
- 四、促进我国餐饮业发展的因素

第二节、2008年我国餐饮行业发展分析

- 一、2008年中国餐饮业发展状况分析
- 二、2008年中国餐饮百强企业发展概况
- 三、2008年中国餐饮业特许经营发展状况分析
- 四、2008年"十一"黄金周餐饮市场增长强劲

第三节、2009年我国餐饮行业发展分析

- 一、2009年我国餐饮业发展情况
- 二、2009年中国餐饮百强企业发展特点解析
- 三、2009年中国餐饮企业调查情况分析

第四节、2010年我国餐饮行业发展分析

- 一、2010年我国餐饮业的发展现状
- 二、2010年我国餐饮百强企业经营总体情况

- 三、2010年我国餐饮百强企业业绩综合表现
- 四、2010年我国餐饮百强企业各业态业绩情况
- 第五节、2011年中国餐饮行业发展分析
 - 一、2011年中国餐饮业市场运营状况
 - 二、2011年中国餐饮行业重要事件盘点
 - 三、2011年我国餐饮业新政策法规盘点
- 第六节、中国餐饮业发展中的问题分析
 - 一、中国当代餐饮业的问题
 - 二、制约中国餐饮业发展的主要问题
 - 三、中国餐饮业持续健康发展面临的新挑战
- 第七节、促进中国餐饮业健康发展的对策
 - 一、当前餐饮业发展的对策建议
 - 二、餐饮业发展需要三大平台
 - 三、餐饮业向规模经济发展对策分析
 - 四、中国餐饮业的个性化服务策略
 - 五、国内餐饮业品牌打造的策略

第三章、快餐行业分析

第一节、中国快餐业概况

- 一、我国快餐业发展阶段
- 二、我国快餐业的发展概况
- 三、我国快餐业的发展特点
- 四、2009年中国快餐五十强分析
- 五、2010年我国快餐业发展概况
- 六、2011年中国快餐业发展综述
- 七、中国快餐业发展的经验与体会

第二节、中国快餐业发展连锁经营分析

- 一、中国餐饮连锁企业的标准观和上市观综述
- 二、快餐企业发展连锁经营的动因浅析
- 三、快餐连锁发展的竞争全面展开
- 四、中国快餐连锁企业人才培养体系构建

第三节、中国快餐市场需求研究

- 一、快餐市场需求构成分析
- 二、从时间角度分析快餐市场需求
- 三、从空间角度分析快餐市场需求
- 四、快餐业扩大需求的经营策略

第四节、中国快餐发展存在的问题

- 一、中国快餐业存在的主要问题
- 二、中国快餐连锁业发展面临的困难
- 三、我国快餐业发展存在的不足
- 四、衡量中国快餐业发展水平的误区
- 五、制约中国快餐业发展的社会因素

第五节、中国快餐业的发展策略

- 一、快餐行业应适应市场发展建立科学体系
- 二、注重市场细分化和个性化
- 三、应提倡"小、专、多"的路子
- 四、连锁经营推进要谨防冒进
- 五、管理与人才是关键
- 六、中西快餐优势互补
- 七、加强行业组织作用

第四章、中式快餐业分析

第一节、中式快餐业发展概况

- 一、中式快餐的主要模式及特点
- 二、中国中式快餐迎来品牌时代
- 三、中式快餐业发展态势良好
- 四、中式快餐市场吸引力日渐增强
- 五、中式快餐的SWOT简析

第二节、中国中式快餐市场区域特征与战略模式选择

- 一、中国快餐业由传统走向现代
- 二、当前快餐业探索中的几种模式分析
- 三、市场区域特征决定战略模式的选择
- 四、大市场才能孕育大品牌

第三节、中式快餐发展存在的问题

一、中式快餐业发展面临的主要问题

二、中式快餐发展面临的三道坎

三、中式快餐直营连锁面临的难题

第四节、中式快餐的发展对策

一、中式快餐业发展问题的解决对策

二、中式快餐业连锁经营中标准化建设的对策

三、中式快餐业在品牌消费时代的发展途径

四、中式快餐创造竞争优势的战略

五、中式快餐企业应联手合作谋求规模发展

六、中式快餐企业的发展策略分析

第五节、中式快餐发展趋势预测

一、中式快餐业前景探析

二、中式快餐连锁的新趋向

三、特色中式快餐经营将面临四大变革

第五章、西式快餐

第一节、西式快餐的相关概述

一、西式快餐发展简介

二、西式快餐的分类及特点

三、西式快餐的主要优势

第二节、中国西式快餐市场发展概况

一、西式快餐市场总体发展分析

二、洋快餐挺进中国早餐市场

三、国内新型西式快餐市场启动

四、2012年洋快餐欲延续涨价态势

五、西式快餐在中国发展制胜的优势

六、西式快餐行业发展存在的问题及对策

第三节、中国西式快餐市场的竞争格局

一、肯德基稳居中国西式快餐市场榜首

二、麦当劳与肯德基争雄中国西式快餐市场

三、德克士意欲突围现有竞争局势

四、2012年洋快餐加大马力开拓二三线市场

第四节、西式快餐本土化

- 一、西式快餐本土化发展综述
- 二、肯德基加快本土化步伐
- 三、西式快餐本土化发展策略

第五节、中国各地区西式快餐的发展

- 一、广州西式快餐大幅增长
- 二、成都西式快餐市场竞争日趋激烈
- 三、西式快餐进军海口推动其快餐业的发展
- 四、武汉西式快餐市场竞争趋向饱和

第六章、中国主要地区快餐业的发展

第一节、北京

- 一、北京快餐业逐步走向规范化
- 二、北京快餐市场消费潜力大
- 三、快餐业促进北京餐饮市场发展提速
- 四、北京市主要中式快餐品牌共性分析
- 五、北京快餐速递市场分析

第二节、上海

- 一、上海快餐市场的总体分析
- 二、上海快餐业呈现区位化及差异化竞争
- 三、新兴快餐企业步入上海市场的策略
- 四、上海快餐业市场空间广阔
- 五、快餐企业乡村基上海扩张受挫

第三节、广州

- 一、广州快餐企业纷纷圈地交通要塞
- 二、广州快餐市场竞争加剧
- 三、2012年初广州快餐纷纷涨价

第四节、深圳

- 一、深圳快餐行业发展的优势
- 二、深圳中式快餐市场呈现"三足鼎立"
- 三、深圳超市快餐异军突起
- 四、2011年深圳餐饮新规及影响分析

第五节、天津

- 一、天津快餐业趋向企业化发展
- 二、天津快餐业纷纷圈占滨江商圈
- 三、天津快餐业已进入高速发展期
- 四、天津快餐市场发展格局有所变化

第六节、长沙

- 一、长沙快餐行业发展概况
- 二、长沙快餐连锁业SWOT分析
- 三、长沙快餐业的发展途径
- 四、长沙中式快餐企业应内外兼修
- 五、长沙快餐企业发展趋势

第七节、武汉

- 一、外来品牌在武汉中高端快餐市场的发展
- 二、武汉本土快餐业以低价战略抢占市场
- 三、武汉快餐业标准化缺失
- 四、武汉快餐业遭遇发展困境

第七章、主要快餐企业

第一节、肯德基

- 一、肯德基公司简介
- 二、肯德基在华布局概况
- 三、2011年肯德基母公司百胜集团经营状况
- 四、肯德基在中国成功战略分析
- 五、肯德基的特许经营策略分析
- 六、肯德基的"本土化"策略

第二节、麦当劳

- 一、公司简介
- 二、2009年麦当劳公司经营状况
- 三、2010年麦当劳公司经营状况
- 四、2011年麦当劳经营状况
- 五、未来几年麦当劳的扩张计划
- 六、麦当劳的经营理念

七、麦当劳高效服务的流程

第三节、德克士

- 一、公司简介
- 二、德克士的远期战略目标
- 三、德克士的三大发展战略解析
- 四、德克士大力发展战略投资者

第四节、丽华快餐

- 一、丽华快餐公司简介
- 二、丽华快餐的标准化发展
- 三、丽华快餐的成功经验
- 四、丽华快餐在北京的发展策略

第五节、味千（中国）控股有限公司

- 一、公司简介
- 二、2009年1-12月味千经营状况分析
- 三、2010年1-12月味千经营状况分析
- 四、2011年1-6月味千经营状况分析

第六节、大家乐集团

- 一、公司简介
- 二、2010财年大家乐经营状况分析
- 三、2011财年大家乐经营状况分析
- 四、2012财年上半年大家乐经营状况分析

第七节、上海永和大王餐饮有限公司

- 一、公司简介
- 二、永和大王标准化发展模式
- 三、永和大王自建加工厂完善原材料供应
- 四、未来几年永和大王的发展战略与规划

第八节、广州市真功夫餐饮管理有限公司

- 一、公司简介
- 二、真功夫扩张进展及未来规划
- 三、真功夫的创新过程与成果
- 四、真功夫快速发展存在的问题

第九节、深圳面点王饮食连锁有限公司

- 一、公司简介
- 二、深圳面点王迅速发展背后的经营理念
- 三、面点王的营销策略解析
- 四、面点王快速发展的成功之道

第八章、快餐餐具及包装概述

第一节、一次性快餐餐具

- 一、一次性快餐餐具的种类
- 二、一次性快餐餐具的发展概况
- 三、一次性快餐餐具存在的问题
- 四、我国一次性餐具市场监管缺位问题探析

第二节、发泡塑料快餐餐具

- 一、发泡塑料快餐餐具四大特点
- 二、一次性发泡塑料餐具发展的政策背景与市场现状
- 三、一次性发泡餐具政策或将有变

第三节、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、纸质快餐餐具推广难的原因
- 四、纸质快餐餐具的趋势

第四节、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、自加热包装挺进快餐业

第九章、快餐业的竞争分析

第一节、中国快餐业的竞争状况

- 一、快餐业竞争进入新阶段
- 二、中国快餐市场的竞争概况
- 三、洋快餐在华市场竞争正在激化
- 四、2011年我国中西快餐市场竞争升级
- 五、国外中小快餐企业分羹中国市场蛋糕

第二节、中式快餐与西式快餐的对比分析

- 一、中西快餐的不同点
- 二、中西快餐营养对比
- 三、中西快餐产品优势比较

第三节、中式快餐业的市场竞争力分析

- 一、中式快餐业产业竞争力的实证分析
- 二、中式快餐竞争力不足的原因
- 三、中式快餐竞争力提升的对策

第四节、餐饮业的竞争战略

- 一、餐饮业市场竞争战略选择之顾客价值战略
- 二、餐饮业市场竞争战略之卫生战略
- 三、餐饮业市场竞争战略选择之特色战略
- 四、餐饮业市场竞争战略选择之标准化战略

第十章、快餐业的投资分析

第一节、餐饮业投资现状

- 一、中国餐饮业资本市场投资概况
- 二、中国餐饮业的投资特性
- 三、餐饮业投资的主要优势
- 四、连锁餐饮成为投资热点
- 五、较具投资价值的餐饮业态
- 六、中国餐饮业的投资风险

第二节、快餐业投资机会

- 一、我国快餐业的投资机遇分析
- 二、快餐连锁业倍受PE投资青睐
- 三、特许加盟已成为快餐业发展的主流模式
- 四、女性主题餐厅成餐饮投资新方向

第三节、快餐投资模式及策略

- 一、中式快餐连锁经营
- 二、小型中式快餐店投资模式
- 三、快餐速递投资运营策略

第四节、快餐业投资前景

- 一、中式快餐业未来潜力大
- 二、快餐配送店前景广阔

第十一章、快餐业发展趋势

第一节、中国餐饮业的发展趋势

- 一、“十二五”我国餐饮业发展前景看好
- 二、我国餐饮业发展趋势分析
- 三、餐饮市场发展前景展望
- 四、我国餐饮业的发展方向

第二节、快餐业发展预测

- 一、2012-2016年中国快餐业市场规模预测分析
- 二、我国快餐业未来发展趋势分析
- 三、未来我国快餐行业发展格局走势
- 四、中国快餐业发展走势已逐渐清晰
- 五、中国快餐市场发展的趋势分析
- 六、休闲快餐业发展空间广阔

附录

附录一：全国餐饮业发展规划纲要（2009-2013）

附录二：餐饮企业经营规范

附录三：餐饮业和集体用餐配送单位卫生规范

附录四：餐饮业食品卫生管理办法

附录五：个体饮食业监督管理办法（试行）

附录六：食品卫生行政处罚办法

附录七：中央厨房许可审查规范

图表目录：

图表1 2008年餐饮业月度零售额对比情况

图表2 2008年各季度餐饮业零售额比重

图表3 2008年全国东中西部地区餐饮业发展情况比较

图表4 2008年全国各省市餐饮业发展情况

图表5 2008年中国特许经营百强上榜餐饮企业（按业态）

图表6 2008年中国特许经营百强上榜餐饮企业（按地区）

- 图表7 2008年中国特许经营百强上榜餐饮企业（总店数>500）
- 图表8 2008年中国特许经营百强上榜餐饮企业（按总就业人数）
- 图表9 2009年餐饮业发展状况
- 图表10 2009年9月-2010年5月餐饮业增长率比较
- 图表11 2005-2009年三产就业比例变化
- 图表12 近年企业品牌融资情况
- 图表13 餐饮企业上市融资情况
- 图表14 2009年中国餐饮行业50强企业名单
- 图表15 2006-2010年中国住宿餐饮业发展状况
- 图表16 2006-2010年度百强餐饮业营业额情况
- 图表17 2006-2010年度餐饮百强企业入围门槛比较
- 图表18 2004-2010年度餐饮百强企业营业占全社会住宿餐饮业营业额的比重
- 图表19 2010年我国餐饮百强企业按营业额划分
- 图表20 2010年我国餐饮百强企业中各经营业态基本情况表
- 图表21 2010年我国百强餐饮企业各业态直营占比
- 图表22 2010年度我国餐饮百强企业按区域划分
- 图表23 2010年我国餐饮百强企业不同餐饮业态经营增长能力比较
- 图表24 2010年我国百强餐饮企业各业态的业绩指标
- 图表25 2009年度中国快餐50强
- 图表26 人均GDP800-3000美元的发展进程
- 图表27 人均GDP800美元时的产业结构
- 图表28 人均GDP3000美元时的产业结构
- 图表29 消费者对西式快餐就餐形式的选择
- 图表30 消费者到西式快餐店消费的周期
- 图表31 消费者中去西式快餐店消费的金额
- 图表32 2011年-2012年初洋快餐提价动态
- 图表33 上海写字楼里的公司员工人数分布情况
- 图表34 上海写字楼里的公司员工更换订餐公司的频繁程度
- 图表35 消费者对午饭的满意情况和抱怨因素
- 图表36 消费者对不同价格的午饭接受情况
- 图表37 2007-2009年麦当劳合并损益表
- 图表38 2007-2009年麦当劳不同地区收入和营业利润情况

- 图表39 2007-2009年麦当劳餐厅数量情况
- 图表40 2008-2010年麦当劳合并损益表
- 图表41 2008-2010年麦当劳不同类型店面总数
- 图表42 2008-2010年麦当劳不同地区收入和营业利润情况
- 图表43 2009-2011年麦当劳合并损益表
- 图表44 2009-2011年麦当劳不同类型店面总数
- 图表45 2010-2011年麦当劳不同地区收入和营业利润情况
- 图表46 2009年味千拉面综合损益表
- 图表47 2009年味千拉面零售连锁餐厅数量
- 图表48 2009年味千拉面餐厅经营主要营运比率
- 图表49 2010年1-12月味千综合全面收益表
- 图表50 2010年1-12月味千主营业务分类资料
- 图表51 2010年1-12月味千主营业务分地区情况
- 图表52 2011年1-6月味千综合全面收益表
- 图表53 2011年1-6月味千主营业务分行业、产品情况
- 图表54 2011年1-6月味千主营业务分地区情况
- 图表55 2010财年大家乐主要财务数据
- 图表56 2010财年大家乐收入分业务情况
- 图表57 2010财年大家乐收入分地区情况
- 图表58 2010-2011财年大家乐综合损益表
- 图表59 2010-2011财年大家乐收入分业务情况
- 图表60 2011财年大家乐收入分地区情况
- 图表61 2011年4-9月大家乐综合损益表
- 图表62 2010-2011年4-9月大家乐收入分业务情况
- 图表63 2011年4-9月大家乐收入分地区情况
- 图表64 全国一次性快餐盒生产、使用等基本情况
- 图表65 北京一次性餐具生产使用情况
- 图表66 快餐竞争集中领域消费者调查
- 图表67 消费者最喜欢的快餐食品
- 图表68 快餐连锁行业投资事例
- 图表69 2012-2016年中国餐饮业销售额预测

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/213780.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。