



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2010年中国快餐业市场分 析及发展趋势研究报告

一、调研说明

《2009-2010年中国快餐业市场分析及发展趋势研究报告》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/70455.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

2009-2010年中国快餐业市场分析及发展趋势研究报告

目录：

第一部分 行业发展概况 1

第一章 快餐业发展概况 1

第一节 餐饮业基本知识 1

一、餐饮业定义 1

二、国内餐饮业分类法 1

三、餐饮消费类型 5

第二节 快餐行业基本知识 7

一、快餐定义 7

二、快餐的主要分类 7

三、快餐的作用与地位 7

四、快餐产业化的内涵 8

五、快餐业的特性和发展的一般规律 8

第三节 我国快餐业发展环境分析 10

一、2008年宏观经济运行指标分析 10

二、2009年中国的贸易形势及特点分析 20

三、2009年三季度我国价格走势分析 23

第四节 我国快餐业法律法规分析 28

一、餐饮企业经营规范 28

二、2007年7月餐饮卫生监督公示制度试行 34

三、2007年《商业特许经营管理条例》开始实施 35

第二部分 餐饮业发展分析 36

第二章 我国餐饮业发展分析 36

第一节 我国餐饮业发展现状 36

一、2008年份全国餐饮业市场分析 36

二、我国餐饮业的快速发展 38

三、2009年中国餐饮业零售额展望 41

第二节 大众化餐饮发展现状及问题 42

- 一、关于大众化餐饮的界定 42
- 二、我国大众化餐饮市场的发展现状 42
- 三、我国大众化餐饮存在的问题 44
- 四、促进大众化餐饮发展的政策建议 46

第三节 2007年黄金周我国餐饮市场状况 49

- 一、2007年"十一"黄金周全国餐饮市场情况分析 49
- 二、2007年"五一"黄金周全国餐饮市场调查情况分析 50

第四节 我国餐饮市场运行分析 53

- 一、2008年餐饮业市场状况 53
- 二、2008年全国餐饮业投资状况 53
- 三、2008年餐饮企业经济状况统计 54
- 四、2010年中国餐饮规模预测 56

第三部分 行业市场状况 57

第三章 我国快餐业发展状况 57

第一节 我国快餐行业发展现状 57

- 一、快餐行业现阶段特点分析 57
- 二、快餐发展存在的主要问题 60
- 三、快餐发展取得的经验 61
- 四、快餐品牌热衷区域性加盟 65

第二节 我国快餐发展的误区及突破 67

- 一、中国快餐发展的误区 67
- 二、我国快餐业的制约因素 67
- 三、中国快餐业的突破 68

第三节 中国快餐市场的消费特征分析 69

- 一、快餐消费频率分析 69
- 二、各城市消费类型与时间对比分析 70
- 三、各年龄段快餐消费类型和时间对比分析 71
- 四、快餐选择考虑的主要因素 72

第四节 快餐连锁经营分析 75

- 一、快餐特许加盟 75

- 二、快餐业连锁经营的动因 82
- 三、快餐连锁企业人才培养体系构建 85
- 四、连锁快餐助阵大众化早点 90
- 第五节 我国快餐区域市场状况 93
 - 一、长沙市快餐业市场现状与发展趋势 93
 - 二、扬州快餐价格上涨分析 105
 - 三、哈尔滨快餐市场分析 106
 - 四、广州快餐市场价格分析 107
 - 五、武汉快餐业标准化分析 108
 - 六、石家庄快餐市场分析 109
 - 七、厦门快餐市场价格分析 112
 - 八、天津快餐业企业化分析 114
 - 九、上海快餐区位化竞争分析 115

第四章 中式快餐市场分析 117

- 第一节 中式快餐的发展分析 117
 - 一、中式快餐的发展阶段 117
 - 二、中式快餐的竞争优势 118
 - 三、食材涨价下中式快餐状况 121
 - 四、中式快餐“蒸”模式分析 125
- 第二节 中式快餐发展存在问题 127
 - 一、中式快餐发展的三道坎 127
 - 二、中式快餐连锁问题解析 129
 - 三、中式快餐SWOT分析 131
- 第三节 中式快餐市场特征及战略模式 137
 - 一、由传统走向现代的中国快餐业 137
 - 二、当前快餐业探索中的几种模式分析 138
 - 三、市场区域特征决定战略模式的选择 142

第五章 西式快餐市场分析 143

- 第一节 西式快餐的发展状况 143
 - 一、洋快餐开进机场分析 143

二、洋快餐全天候餐厅成为新宠 144

三、肯德基与麦当劳的启迪 144

第二节 西式快餐的发展策略 148

一、洋快餐的制胜之道 148

二、西式快餐本土化发展 150

三、美式快餐的中国市场战略 152

第四部分 国内快餐企业排名 154

第六章 国内快餐企业排名 154

第五部分 行业竞争分析(LI) 156

第七章 我国快餐业市场竞争分析 156

第一节 我国快餐的竞争格局分析 156

一、快餐行业三大分流状况分析 156

二、快餐行业的盈利保卫战分析 157

第二节 中式快餐与西式快餐的比较 159

一、中式快餐与西式快餐特许加盟比较 159

二、中西快餐连锁经营的比较 160

三、中西快餐饮食习惯的比较 162

四、中西快餐的优缺点对比 163

第三节 快餐企业的竞争动态 168

一、真功夫升级店面战海外 168

二、曼哈顿打造中国式西餐连锁品牌 169

三、大家乐卷土重来中国市场 170

四、嘉旺成为深圳餐饮企业连锁巨舰 171

第八章 我国快餐业优势企业分析 173

第一节 麦当劳公司 173

一、公司概况 173

二、2008年麦当劳业绩 174

三、麦当劳加薪背后的思考 175

四、麦当劳成功营销策略分析 176

第二节 肯德基 181

一、肯德基简介 181

二、肯德基烹调中国版快餐 183

三、肯德基引蒙牛品牌进店 185

四、肯德基的成功经验 187

第三节 德克士 190

一、公司简介 190

二、公司加盟策略 191

三、公司品牌策略 192

四、公司转战二三线市场 193

第四节 丽华快餐 196

一、公司简介 196

二、公司全面升级 196

三、公司电子商务快餐 198

第五节 马兰拉面 201

一、公司简介 201

二、公司品牌化战略 202

三、公司拉起中国快餐旗帜 202

四、公司快餐发展优势 204

第六节 永和大王 205

一、公司简介 205

二、公司的成功之道 206

第七节 面点王 212

一、公司简介 212

二、公司发展的经营理念 212

三、公司的营销感悟和经营哲学 213

第六部分 行业趋势及策略 216

第九章 我国快餐业发展趋势分析 216

第一节 我国餐饮业的发展趋势 216

一、餐饮业多元化发展趋势 216

二、饮食业的格局变化趋势 217

三、	餐饮业的科学化趋势	218
四、	餐饮业的管理趋势	219
第二节	快餐行业的发展趋势	221
一、	中式快餐将成主流	221
二、	网络快餐受上班族青睐	222
三、	我国快餐的营养趋势	223
四、	中西快餐相互融合趋势	224
五、	瓦罐煨汤的快餐化趋势	224
第三节	我国快餐行业的未来展望	225
一、	社会化趋势	225
二、	国际化趋势	225
三、	多样化趋势	226
四、	产业化趋势	226
第十章	我国快餐业发展策略分析	227
第一节	快餐市场营销策略	227
一、	快餐市场营销的内容	227
二、	餐饮企业营销手段	228
三、	快餐行业的市场营销策略	234
四、	传统餐饮快餐化变革策略	237
第二节	中式快餐发展策略	239
一、	中式快餐的摆渡人	239
二、	中式快餐企业的绿色营销战略	242
第三节	中国快餐企业的"7加1"工程	247
一、	理念比悟性关键	247
二、	战略比战役关键	248
三、	教练比领导关键	248
四、	体系比兼职关键	249
五、	制度比说教关键	250
六、	管理比天赋关键	251
七、	文化比约束关键	252
第四节	部分企业快餐成功模式分析	253

- 一、In-N-Out快餐店发展模式 253
- 二、星期八连锁快餐店的成功经营之道 257
- 三、南来顺嫁接洋快餐模式 261
- 四、老娘舅等中式快餐的赚钱门道 263

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/70455.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。