

2014-2019年中国快餐市场 深度调研与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2014-2019年中国快餐市场深度调研与投资前景研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/canyin1406/831984RN9E.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2014-06-06

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2014-2019年中国快餐市场深度调研与投资前景研究报告》共十一章。首先介绍了快餐相关概述、中国快餐市场运行环境等，接着分析了中国快餐市场发展的现状，然后介绍了中国快餐重点区域市场运行形势。随后，报告对中国快餐重点企业经营状况分析，最后分析了中国快餐行业发展趋势与投资预测。您若想对快餐产业有个系统的了解或者想投资快餐行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

数据显示，2013年全国餐饮业收入累计25392亿元，同比增长9%。其中限额以上企业(单位)餐饮收入累计达到8181亿元，同比下降1.8%。我国餐饮业结束了连续23年来的两位数增长，首次出现个位数增长。

近年来，快餐企业之所以获得快速发展，与快餐企业的投资回报率较高有关。由于快餐行业的经营模式具有标准化、规模化的特点，因此，企业在货料的统一采购、统一配送、批量生产方面比正餐企业具有更低成本优势。此外，一些快餐店采用特许加盟的方式扩店，扩张速度及市场占有情况比正餐店要快得多。重视快餐以其营养与味美兼容的特性更加受到国人欢迎。

随着社会经济发展和人民生活水平的不断提高，人们的餐饮消费观念逐步改变，外出就餐更趋经常化和理性化，选择性增强，对消费质量要求不断提高，更加追求品牌质量、品位特色、卫生安全、营养健康和简便快捷。快餐的社会需求随之不断扩大，市场的消费大众性和基本需求性特点表现得更加充分。可以预见，未来几年中国的快餐市场仍然充满机遇，会为投资者带来丰厚的回报。

第一章 快餐业的相关概述

1.1 餐饮业的介绍

1.1.1 餐饮业的定义

1.1.2 餐饮业的分类

1.1.3 餐饮消费的六种类型

1.1.4 餐饮业的经济地位和作用

1.2 快餐的概述

1.2.1 快餐的定义

1.2.2 快餐简单分类

1.2.3 快餐的特点

1.2.4 快餐的经营形式

第二章 2011-2013年中国餐饮业的发展

2.1 中国餐饮业的发展综述

2.1.1 我国餐饮业的发展历程

2.1.2 我国餐饮业发展总体分析

2.1.3 我国餐饮业发展的主要特征

2.1.4 促进我国餐饮业发展的因素

2.1.5 中国餐饮业进入网络时代

2.2 2011年中国餐饮行业发展分析

2.2.1 2011年中国餐饮业市场运营状况

2.2.2 2011年餐饮百强企业经营分析

2.2.3 2011年中国餐饮行业重要事件盘点

2.2.4 2011年我国餐饮业政策法规盘点

2.3 2012年中国餐饮行业发展分析

2.3.1 2012年餐饮行业发展规模及效益

2.3.2 2012年餐饮行业发展结构分析

2.3.3 2012年餐饮行业现代化程度状况

2.3.4 2012年餐饮百强企业运营状况

2.3.5 2012年餐饮行业发展焦点

2.4 2013年中国餐饮行业发展状况

2.4.1 2013年中国餐饮业市场运营状况

2.4.2 2013年大众化餐饮市场表现强劲

2.4.3 2013年餐饮业互联网市场发展状况

2.4.4 2013年我国餐饮业政策法规盘点

2.5 中国餐饮业发展中的问题分析

2.5.1 制约中国餐饮业发展的因素

2.5.2 中国餐饮业持续健康发展面临的新挑战

2.5.3 中国餐饮业IPO面临的困境

2.5.4 中国餐饮企业生存压力大

2.6 促进中国餐饮业健康发展的对策

2.6.1 保障我国餐饮业发展的政策措施

2.6.2 当前餐饮业发展的对策建议

2.6.3 餐饮业发展需要三大平台

- 2.6.4 餐饮业向规模经济发展对策分析
- 2.6.5 中国餐饮业的个性化服务策略
- 2.6.6 我国餐饮业应对“微利时代”的策略
- 2.6.7 中国餐饮业提升产业安全的措施

第三章 2011-2013年快餐行业发展分析

- 3.1 国外快餐业的发展状况
 - 3.1.1 法国
 - 3.1.2 阿联酋
 - 3.1.3 智利
 - 3.1.4 俄罗斯
- 3.2 2011-2013年中国快餐业总析
 - 3.2.1 我国快餐业发展阶段
 - 3.2.2 我国快餐业的发展特点
 - 3.2.3 2011年中国快餐业发展综述
 - 3.2.4 2012年中国快餐业发展简况
 - 3.2.5 2013年我国快餐业发展状况
 - 3.2.6 中国中西式快餐发展对比分析
 - 3.2.7 中国快餐业发展的经验与体会
- 3.3 中国快餐业发展连锁经营分析
 - 3.3.1 中国餐饮连锁企业的标准化和上市观综述
 - 3.3.2 快餐企业发展连锁经营的动因浅析
 - 3.3.3 快餐连锁发展的竞争全面展开
 - 3.3.4 快餐连锁经营模式分析
 - 3.3.5 中国快餐连锁企业人才培养体系构建
- 3.4 中国快餐市场需求研究
 - 3.4.1 快餐市场需求构成分析
 - 3.4.2 现代快餐行业需求特点分析
 - 3.4.3 从时间角度分析快餐市场需求
 - 3.4.4 从空间角度分析快餐市场需求
 - 3.4.5 快餐业扩大需求的经营策略
- 3.5 中国快餐发展存在的问题

- 3.5.1 中国快餐业存在的主要问题
- 3.5.2 中国快餐连锁业发展面临的困难
- 3.5.3 我国快餐业发展存在的不足
- 3.5.4 衡量中国快餐业发展水平的误区
- 3.5.5 制约中国快餐业发展的社会因素
- 3.6 中国快餐业的发展策略
 - 3.6.1 快餐行业应适应市场发展建立科学体系
 - 3.6.2 注重市场细分化和个性化
 - 3.6.3 应提倡“小、专、多”的路子
 - 3.6.4 连锁经营推进要谨防冒进
 - 3.6.5 管理与人才是关键
 - 3.6.6 中西快餐优势互补
 - 3.6.7 加强行业组织作用

第四章 2011-2013年中式快餐业发展分析

- 4.1 中式快餐业发展概况
 - 4.1.1 中式快餐的主要模式及特点
 - 4.1.2 中式快餐市场吸引力日渐增强
 - 4.1.3 2012年中式快餐业发展状况
 - 4.1.4 2013年中式快餐业发展分析
 - 4.1.5 中式快餐市场面临“分水岭”
 - 4.1.6 中国烹饪协会助推中式快餐跨越发展
 - 4.1.7 中式快餐SWOT分析
- 4.2 中式快餐标准化发展分析
 - 4.2.1 中式快餐标准化发展的重要性
 - 4.2.2 中式快餐的标准化模式
 - 4.2.3 中式快餐标准化现状及发展方向
- 4.3 中式快餐发展存在的问题
 - 4.3.1 中式快餐业发展面临的主要问题
 - 4.3.2 中式快餐发展面临的三道坎
 - 4.3.3 中式快餐发展存在的软肋
 - 4.3.4 中式快餐经营面临的挑战

- 4.3.5 中式快餐直营连锁面临的难题
- 4.4 中式快餐的发展对策
 - 4.4.1 解决中式快餐业发展问题的对策
 - 4.4.2 中式快餐的突围策略
 - 4.4.3 中式快餐业在品牌消费时代的发展途径
 - 4.4.4 中式快餐创造竞争优势的战略
 - 4.4.5 中式快餐企业应联手合作谋求规模发展
 - 4.4.6 中式快餐企业的发展策略分析
 - 4.4.7 中式快餐品牌定位策略分析

第五章 2011-2013年西式快餐市场分析

- 5.1 西式快餐的相关概述
 - 5.1.1 西式快餐发展简介
 - 5.1.2 西式快餐的分类及特点
 - 5.1.3 西式快餐的主要优势
- 5.2 中国西式快餐市场发展概况
 - 5.2.1 西式快餐市场总体发展分析
 - 5.2.2 国内洋快餐频频涨价
 - 5.2.3 中国西式快餐店迅速扩张
 - 5.2.4 洋快餐市场发展态势分析
 - 5.2.5 中国西式快餐消费分析
 - 5.2.6 西式快餐发力“汽车餐厅”市场
 - 5.2.7 洋快餐在中国迅速发展的原因探析
 - 5.2.8 国内洋快餐市场发展遇阻
- 5.3 中国西式快餐市场的竞争格局
 - 5.3.1 肯德基稳居中国西式快餐市场榜首
 - 5.3.2 麦当劳在中国市场扩张提速
 - 5.3.3 德克士意欲突围现有竞争局势
 - 5.3.4 洋快餐积极开拓中国市场
 - 5.3.5 洋快餐转战国内晚餐市场
 - 5.3.6 赛百味加速扩张在华市场
- 5.4 西式快餐本土化发展

- 5.4.1 西式快餐本土化发展综述
- 5.4.2 外资快餐企业加速本土化进程
- 5.4.3 西式快餐本土化发展策略
- 5.5 中国各地区西式快餐的发展
- 5.5.1 北京西式快餐发展迅速
- 5.5.2 海南省西式快餐加紧布局市场
- 5.5.3 武汉市西式快餐备受市场青睐
- 5.5.4 绍兴市西式快餐市场发展态势良好

第六章 2011-2013年中国主要地区快餐业的发展

6.1 北京

- 6.1.1 北京快餐行业发展概况
- 6.1.2 北京快餐市场消费潜力大
- 6.1.3 2012年北京快餐业发展简况
- 6.1.4 2013年北京快餐业发展简况
- 6.1.5 北京市主要中式快餐品牌共性分析
- 6.1.6 北京快餐速递市场分析
- 6.1.7 北京快餐市场存在的问题

6.2 上海

- 6.2.1 上海快餐市场的总体分析
- 6.2.2 上海快餐业呈现区位化及差异化竞争
- 6.2.3 新兴快餐企业步入上海市场的策略
- 6.2.4 上海小吃快餐团购受关注
- 6.2.5 上海快餐业市场空间广阔
- 6.2.6 快餐企业乡村基上海扩张受挫

6.3 广州

- 6.3.1 广州快餐市场竞争加剧
- 6.3.2 2012年初广州快餐纷纷涨价
- 6.3.3 2013年广州快餐业发展动态
- 6.3.4 广州中式快餐品牌竞争激烈

6.4 深圳

- 6.4.1 深圳快餐行业发展的优势

6.4.2 深圳中式快餐市场呈现“三足鼎立”

6.4.3 深圳餐饮新规及影响分析

6.4.4 深圳本土快餐品牌发展迅猛

6.4.5 深圳市台式自选快餐发展现状

6.5 天津

6.5.1 天津快餐业已进入高速发展期

6.5.2 天津快餐市场发展格局有所变化

6.5.3 2013年天津快餐业发展动态

6.6 长沙

6.6.1 长沙老牌快餐重回快餐业

6.6.2 2013年长沙快餐开启网络服务

6.6.3 长沙快餐连锁业SWOT分析

6.6.4 长沙快餐业的发展途径

6.6.5 长沙中式快餐企业应内外兼修

6.6.6 长沙快餐企业发展趋势

6.7 武汉

6.7.1 武汉本土快餐业以低价战略抢占市场

6.7.2 武汉本土小吃抢占快餐市场

6.7.3 2012年武汉快餐业发展状况

6.7.4 武汉快餐企业打造一站式服务

6.7.5 武汉团膳协会掘金快餐市场

6.7.6 武汉快餐业遭遇发展困境

第七章 2011-2013年主要快餐企业发展分析

7.1 肯德基

7.1.1 肯德基公司简介

7.1.2 肯德基品牌升级改造

7.1.3 肯德基本土化运作分析

7.1.4 2011-2013财年肯德基母公司百胜集团经营状况

7.1.5 肯德基在中国成功战略分析

7.1.6 肯德基的特许经营策略分析

7.2 麦当劳

- 7.2.1 公司简介
- 7.2.2 2011年麦当劳经营状况
- 7.2.3 2012年麦当劳经营状况
- 7.2.4 2013年麦当劳经营状况
- 7.2.5 麦当劳本土化发展分析
- 7.2.6 麦当劳开放连锁加盟体系
- 7.2.7 麦当劳高效服务的流程
- 7.3 德克士
 - 7.3.1 公司简介
 - 7.3.2 德克士的发展模式
 - 7.3.3 德克士的发展现状
 - 7.3.4 德克士携手百事构建商业战略联盟
 - 7.3.5 德克士的远期战略目标
 - 7.3.6 德克士的三大发展战略解析
- 7.4 丽华快餐
 - 7.4.1 公司简介
 - 7.4.2 丽华快餐的标准化发展
 - 7.4.3 丽华快餐的成功经验
 - 7.4.4 丽华快餐在北京的发展策略
- 7.5 味千（中国）控股有限公司
 - 7.5.1 公司简介
 - 7.5.2 2011年1-12月味千经营状况分析
 - 7.5.3 2012年1-12月味千经营状况分析
 - 7.5.4 2013年1-12月味千（中国）经营状况分析
- 7.6 大家乐集团
 - 7.6.1 公司简介
 - 7.6.2 2012财年大家乐经营状况分析
 - 7.6.3 2013财年大家乐经营状况分析
 - 7.6.4 2014财年上半年大家乐集团经营状况分析
- 7.7 上海永和大王餐饮有限公司
 - 7.7.1 公司简介
 - 7.7.2 永和大王标准化发展模式

- 7.7.3 永和大王自建加工厂完善原材料供应
- 7.7.4 2012年永和大王启动加盟战略
- 7.7.5 未来几年永和大王的发展战略与规划
- 7.8 广州市真功夫餐饮管理有限公司
 - 7.8.1 公司简介
 - 7.8.2 真功夫扩张进展
 - 7.8.3 真功夫引领快餐行业创新发展
 - 7.8.4 真功夫的创新过程与成果
 - 7.8.5 真功夫快速发展存在的问题
- 7.9 深圳面点王饮食连锁有限公司
 - 7.9.1 公司简介
 - 7.9.2 深圳面点王迅速发展背后的经营理念
 - 7.9.3 面点王的营销策略解析
 - 7.9.4 面点王快速发展的成功之道

第八章 2011-2013年快餐餐具及包装概述

- 8.1 一次性快餐餐具
 - 8.1.1 一次性快餐餐具的种类
 - 8.1.2 一次性快餐餐具的发展概况
 - 8.1.3 一次性快餐餐具存在的问题
 - 8.1.4 我国一次性餐具市场监管缺位问题探析
- 8.2 发泡塑料快餐餐具
 - 8.2.1 发泡塑料快餐餐具四大特点
 - 8.2.2 一次性发泡塑料餐具发展的政策背景与市场现状
 - 8.2.3 塑料一次性快餐盒质量有所提升
 - 8.2.4 一次性发泡塑料餐盒迎来新政
 - 8.2.5 塑料一次性餐具行业存在的不足
 - 8.2.6 一次性塑料餐具行业发展的建议
- 8.3 纸质快餐餐具
 - 8.3.1 纸质快餐餐具定义
 - 8.3.2 纸质快餐餐具的优势
 - 8.3.3 中国纸质餐具行业标准状况

- 8.3.4 纸质快餐餐具推广难的原因
- 8.3.5 纸质快餐餐具的趋势
- 8.4 快餐包装的发展
 - 8.4.1 快餐包装基本介绍
 - 8.4.2 快餐包装应实施发泡与环保餐具并举的方针
 - 8.4.3 小麦淀粉及其秸秆纤维成为快餐包装新材料
 - 8.4.4 自加热包装挺进快餐业

第九章 2011-2013年快餐业的竞争分析

- 9.1 中国快餐业的竞争状况
 - 9.1.1 快餐业竞争进入新阶段
 - 9.1.2 中国快餐市场的竞争概况
 - 9.1.3 洋快餐在华市场竞争正在激化
 - 9.1.4 我国中西快餐市场竞争升级
 - 9.1.5 未来我国快餐业竞争的焦点及趋势
- 9.2 我国快餐业行业竞争结构分析
 - 9.2.1 现有者之间的分析
 - 9.2.2 供应商分析
 - 9.2.3 顾客分析
 - 9.2.4 替代品的威胁分析
 - 9.2.5 潜在的新进入者分析
- 9.3 中式快餐与西式快餐的对比分析
 - 9.3.1 中西快餐的不同点
 - 9.3.2 中西快餐营养对比
 - 9.3.3 中西快餐市场竞争优劣势对比
 - 9.3.4 中西快餐产品优势比较
- 9.4 中式快餐业的市场竞争力分析
 - 9.4.1 中式快餐业产业竞争力的实证分析
 - 9.4.2 中式快餐竞争力不足的原因
 - 9.4.3 中式快餐竞争力提升的对策
- 9.5 餐饮业的竞争战略
 - 9.5.1 餐饮业市场竞争战略选择之顾客价值战略

- 9.5.2 餐饮业市场竞争战略之卫生战略
- 9.5.3 餐饮业市场竞争战略选择之特色战略
- 9.5.4 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

- 10.1 餐饮业投资现状
 - 10.1.1 中国餐饮业资本市场投资概况
 - 10.1.2 中国餐饮业的投资特性
 - 10.1.3 餐饮业投资的主要优势
 - 10.1.4 连锁餐饮成为投资热点
 - 10.1.5 较具投资价值的餐饮业态
 - 10.1.6 中国餐饮业的投资风险
- 10.2 快餐业投资机会
 - 10.2.1 我国快餐业的投资机遇分析
 - 10.2.2 快餐和中档饭店受投资者青睐
 - 10.2.3 特许加盟已成为快餐业发展的主流模式
 - 10.2.4 女性主题餐厅成餐饮投资新方向
- 10.3 快餐投资模式及策略
 - 10.3.1 中式快餐连锁经营
 - 10.3.2 小型中式快餐店投资模式
 - 10.3.3 快餐速递投资运营策略
- 10.4 快餐业投资前景
 - 10.4.1 中式快餐业未来潜力大
 - 10.4.2 快餐配送店前景广阔

第十一章 快餐业发展趋势分析

- 11.1 中国餐饮业的发展趋势
 - 11.1.1 “十二五”我国餐饮业发展规划分析
 - 11.1.2 中国餐饮业发展前景巨大
 - 11.1.3 我国餐饮业发展趋势分析
 - 11.1.4 我国餐饮业的发展方向
- 11.2 快餐业发展预测

- 11.2.1 2014-2019年中国快餐业预测分析
- 11.2.2 未来我国快餐行业发展格局走势
- 11.2.3 中国快餐业发展走势已逐渐清晰
- 11.2.4 中国快餐市场发展的趋势分析
- 11.2.5 休闲快餐业发展空间广阔
- 11.3 中式快餐发展趋势预测
- 11.3.1 中式快餐业前景探析
- 11.3.2 中式快餐连锁的新趋向
- 11.3.3 特色中式快餐经营将面临四大变革

图表目录：

- 图表1 2006-2013年百强餐饮企业营业额及同比增幅
- 图表2 2006-2013年餐饮百强企业营业额占全社会住宿餐饮业营业额的比重
- 图表3 2011-2013年餐饮百强企业营业额增长率及平均利润增长率
- 图表4 2002-2013年中国餐饮业零售总额增长速度
- 图表5 2013年餐饮企业基本情况统计表
- 图表6 2013年餐饮企业数量按行业类别分类构成
- 图表7 2013年餐饮企业从业人数按行业类别分类构成
- 图表8 2013年餐饮企业营业收入按行业类别分类构成
- 图表9 2013年连锁餐饮企业营业收入按行业类别分类构成
- 图表10 2013年餐饮企业电子商务交易额按行业类别分类构成
- 图表11 2002-2013年中国餐饮收入及增速
- 图表12 2013年全国餐饮收入月度增幅状况
- 图表13 2013年全国餐饮收入季度增幅状况
- 图表14 2013年中国快餐企业前十名
- 图表15 餐饮市场客流增长率分析
- 图表16 午餐时段中/西式快餐客流占总体客流量的比例
- 图表17 早餐时段中/西式快餐客流占总体客流量的比例
- 图表18 消费者对西式快餐就餐形式的选择
- 图表19 消费者到西式快餐店消费的周期
- 图表20 消费者中去西式快餐店消费的金额
- 图表21 2011年-2012年初洋快餐提价动态

图表22 上海写字楼里的公司员工人数分布情况

图表23 上海写字楼里的公司员工更换订餐公司的频繁程度

图表24 消费者对午饭的满意情况和抱怨因素

图表25 消费者对不同价格的午饭接受情况

图表26 肯德基在中国发展三个阶段

图表27 2011-2013财年百胜餐饮合并损益

图表28 2011-2013年麦当劳合并损益表

图表29 2011-2013年麦当劳不同类型店面总数

图表30 2011-2013年麦当劳不同地区收入和营业利润情况

图表31 2011-2013年麦当劳合并损益表

图表32 2011-2013年麦当劳不同类型店面总数

图表33 2011-2013年麦当劳不同地区收入和营业利润情况

图表34 2011-2013年麦当劳合并损益表

图表35 2011-2013年味千综合损益表

图表36 2011年1-12月味千不同业务收益情况

图表37 2011-2013年味千不同类型门店数情况

图表38 2011-2013年味千不同地区门店数情况

图表39 2011-2013年味千综合损益表（未审计）

图表40 2011-2013年味千不同类型门店数情况

图表41 2011-2013年味千不同地区门店数情况

图表42 2013年1-12月味千（中国）综合收益表

图表43 2013年1-12月味千（中国）分部资料

图表44 2011-2012财年大家乐综合损益表

图表45 2011-2012财年大家乐收入分业务情况

图表46 2012财年大家乐分类资料

图表47 2012-2013财年大家乐综合损益表

图表48 2012-2013财年大家乐收入分业务情况

图表49 2012-2013财年大家乐分类资料

图表50 2014财年上半年大家乐集团综合收益表

图表51 全国一次性快餐盒生产、使用等基本情况

图表52 北京一次性餐具生产使用情况

图表53 快餐竞争集中领域消费者调查

图表54 消费者最喜欢的快餐食品

图表55 2014-2019年中国餐饮业销售额预测

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/canyin1406/831984RN9E.html>