

2016-2022年中国快餐市场 供需分析及投资前景研究报告

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

《2016-2022年中国快餐市场供需分析及投资前景研究报告》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/canyin1510/057504NFYI.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2015-10-27

【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《2016-2022年中国快餐市场供需分析及投资前景研究报告》共七章。报告介绍了快餐行业相关概述、中国快餐产业运行环境、分析了中国快餐行业的现状、中国快餐行业竞争格局、对中国快餐行业做了重点企业经营状况分析及中国快餐产业发展前景与投资预测。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。

快餐作为当今中国餐饮行业的排头兵，以其适应大众化消费水平，快速应变能力强等特点，越来越受到广大消费者的青睐，逐步成为餐饮市场的主体力量。

中国的快餐业起步较晚，以1987年肯德基快餐连锁店进入北京市场为契机，揭开了中国现代快餐快速发展的序幕。近年来，在餐饮业高速发展的大好形势下，快餐业也加速发展。东部省市快餐的营业规模明显超过正餐。从2010年开始，中国快餐业的黄金时期已经到来，并以北京等大城市和发达地区为中心，逐渐向全国蔓延开来，走向一个成熟的发展阶段。

近年来，中国快餐市场规模呈现快速发展的态势。快餐市场价值于2007年至2014年间翻了一番达到人民币一万亿元，门店数量自2007年以来实现了80%的增长。

报告目录:

第一章 快餐行业发展综述 16

1.1 快餐行业概述 16

1.1.1 快餐的定义和特点 16

1.1.2 快餐产品分类 16

1.1.3 快餐行业一般规律 17

1.1.4 快餐行业生命周期 17

1.1.5 快餐的作用和地位 18

1.2 快餐行业发展环境分析 18

1.2.1 快餐行业政策环境分析 18

(1) 行业管理体制分析 18

(2) 《中国快餐发展纲要》 18

(3) 餐饮业发展规划 19

1.2.2 快餐行业经济环境分析 21

(1) GDP 21

(2) 居民可支配收入 22

1.2.3 快餐行业社会环境分析 23

(1) 文化环境 23

(2) 科技环境 24

(3) 自然环境 24

1.2.4 快餐行业消费环境分析 25

(1) 人口密度 25

(2) 人口结构 25

(3) 社会环境对快餐行业的影响 25

第二章 快餐行业发展分析 26

2.1 快餐行业发展状况 26

2.1.1 快餐行业发展阶段分析 26

2.1.2 快餐行业发展情况 27

(1) 快餐行业发展规模 27

(2) 快餐行业经营情况 29

2.1.3 快餐连锁行业发展情况 29

(1) 总店数 29

(2) 门店总数 30

(3) 从业人员数 31

(4) 营业面积 31

(5) 餐位数 32

(6) 营业额 32

2.1.4 快餐行业五力分析 33

(1) 潜在进入者分析 33

(2) 替代因素分析 33

(3) 购买者分析 33

(4) 供应商分析 33

(5) 行业内竞争者分析 34

2.2 中式与西式快餐对比分析 34

- 2.2.1 中式与西式快餐优势对比 34
- 2.2.2 中式与西式快餐经营模式对比 35
- 2.2.3 中式与西式快餐其他方面对比 36
- 2.2.4 西式快餐对中式快餐的启示 36
- 2.2.5 中式与西式快餐竞争策略分析 38
- 2.3 年我国快餐行业发展大事件 40
- 2.3.1 餐饮受冲击高端转型大众快餐 40
- 2.3.2 中式快餐企业呈现爆发式增长 40
- 2.3.3 洋快餐流年不利遇到新的挑战 40
- 2.3.4 麦当劳本土化进程高调卖米饭 41
- 2.3.5 习主席去吃包子引发轰动效应 41
- 2.3.6 德克士回归一线开店超2000家 41
- 2.3.7 赛百味凭借加盟模式加速扩张 42
- 2.3.8 乡村基退出北京上海发力双品牌 42
- 2.3.9 “上市热”急剧降温暴露顽疾 42
- 2.3.10 快餐机器人、售卖机带来生机 43

第三章 快餐行业消费市场分析 44

- 3.1 快餐行业主要消费产品分析 44
- 3.2 快餐行业消费群体分析 45
- 3.2.1 快餐行业消费者群体分析 45
 - (1) 餐饮消费者消费类型分析 45
 - (2) 快餐行业消费者消费群体分析 46
 - (3) 从中西快餐的角度分析快餐消费群体 46
- 3.2.2 不同消费者消费特征分析 47
- 3.3 快餐行业消费行为分析 47
- 3.3.1 餐饮消费者心理分析 47
 - (1) 餐饮消费前的心理效应 47
 - (2) 餐饮消费过程中的心理效应 48
- 3.3.2 消费者餐饮决策分析 49
- 3.3.3 餐饮消费行为分析 50
- 3.4 年上半年快餐行业消费者调研分析 50

3.4.1 调研方法 50

3.4.2 调研发现 51

- (1) 82%的消费者选择中式快餐 51
- (2) 46%的消费者选择早餐时段购买快餐 51
- (3) 面条以26%的点单率成为消费者的最爱 52

3.4.3 调研总结 53

第四章 快餐行业关联行业发展分析 54

4.1 餐饮业发展分析 54

4.1.1 餐饮业收入分析 54

4.1.2 餐饮业发展趋势分析 55

4.1.3 餐饮业对快餐行业的影响 56

4.2 旅游业发展分析 56

4.2.1 旅游业发展情况 56

- (1) 国内游发展情况 56
 - (2) 入境游发展情况 57
- ##### 4.2.2 旅游市场消费格局 58
- (1) 旅游市场高、中、低端协同发展 58
 - (2) 高、中、低端旅游市场特点及细分市场情况 59

4.2.3 旅游行业发展趋势分析 61

4.2.4 旅游业对快餐行业的影响 62

4.3 会展业发展分析 62

4.3.1 中国会展业发展规模 63

- (1) 展览会数量 63
- (2) 展出面积 65
- (3) 会展业产值 67

4.3.2 中国展会分布情况 68

- (1) 展会时间分布 68
- (2) 展会行业分布 68
- (3) 展期特征分布 69

4.3.3 中国会展行业发展趋势分析 71

4.3.4 会展业对快餐行业的影响 72

4.4 调味品行业发展分析	73
4.4.1 调味品行业发展概况	73
4.4.2 调味品市场竞争分析	73
4.4.3 调味品细分产品市场分析	74
(1) 酱油、食醋市场分析	74
(2) 味精产品市场分析	77
4.4.4 调味品行业未来发展趋势	78
4.4.5 调味品行业对快餐行业的影响	79
4.5 快餐餐具及包装市场分析	80
4.5.1 一次性餐具市场分析	80
(1) 一次性餐具发展情况	80
(2) 一次性餐具存在问题	80
4.5.2 环保餐具市场分析	81
(1) 环保餐具发展优势	81
(2) 环保餐具发展困境	82
4.5.3 快餐包装市场分析	82
4.5.4 快餐餐具及包装对快餐行业的影响	82
4.6 咖啡店连锁市场分析	83
4.6.1 咖啡连锁经营发展规模分析	83
(1) 咖啡店连锁企业开店总数分析	83
(2) 咖啡店连锁企业营业面积分析	84
(3) 咖啡店连锁企业从业人员分析	84
(4) 咖啡店连锁企业餐位数分析	84
(5) 咖啡店连锁企业商品购进总额分析	84
(6) 咖啡店连锁企业营业收入分析	85
(7) 咖啡店连锁企业配送中心分析	85
4.6.2 咖啡连锁新兴商业模式案例分析——雕刻时光商业模式分析	85
(1) 雕刻时光发展历程分析	85
(2) 雕刻时光经营理念分析	87
(3) 雕刻时光发展规模分析	87
(4) 雕刻时光连锁模式分析	89
(5) 雕刻时光客户定位与细分	91

- (6) 雕刻时光价值主张分析 91
- (7) 雕刻时光收入来源分析 91
- (8) 雕刻时光成本结构分析 91
- (9) 雕刻时光的创新点分析 92
- (10) 雕刻时光核心竞争力分析 92

第五章 快餐行业运营分析 93

5.1 快餐店的前期投资建设 93

5.1.1 快餐经营品种的选择 93

- (1) 选择经营品种的目的 93
- (2) 选择经营品种的依据 93

5.1.2 快餐店的定位及选址 93

- (1) 快餐店的不同定位 93
- (2) 快餐店的选址依据 94

5.1.3 快餐店的规模及装修 94

- (1) 快餐店经营规模分类 94
- (2) 快餐店经营规模及装修的考虑因素 94

5.2 快餐店的标准化运营管理 94

5.2.1 产品标准化 95

- (1) 源头选材及用料标准化 95
- (2) 产品库存及运输标准化 95
- (3) 产品制作标准化 95

5.2.2 流程标准化 96

- (1) 厨房制作标准化 96
- (2) 服务标准化 96
- (3) 销售体系标准化 97
- (4) 库存管理标准化 97

5.2.3 连锁经营管理标准化 97

- (1) 经营模式 97
- (2) 营销策略 99
- (3) 标准化管理 105

第六章 领先快餐企业经营分析 110

6.1 快餐企业发展总体状况 110

6.2 西式快餐企业经营分析 110

6.2.1 胜餐饮集团经营情况分析 110

- (1) 企业发展简况分析 110
- (2) 企业在华经营分析 111
- (3) 企业经营规模分析 113
- (4) 企业经营模式分析 113
- (5) 企业营销策略分析 115
- (6) 企业经营状况优劣势分析 116
- (7) 企业投资兼并与重组分析 116
- (8) 企业最新发展动向分析 116

6.2.2 麦当劳公司经营情况分析 116

- (1) 企业发展简况分析 116
- (2) 企业在华经营分析 116
- (3) 企业经营规模分析 117
- (4) 企业经营模式分析 118
- (5) 企业营销策略分析 119
- (6) 企业经营状况优劣势分析 119
- (7) 企业投资兼并与重组分析 120
- (8) 企业最新发展动向分析 120

6.2.3 德克士经营情况分析 120

- (1) 企业发展简况分析 120
- (2) 企业在华经营分析 121
- (3) 企业经营规模分析 121
- (4) 企业经营模式分析 121
- (5) 企业营销策略分析 122
- (6) 企业经营状况优劣势分析 123

6.3 中式快餐企业经营分析 123

6.3.1 味千(中国)控股有限公司经营情况分析 123

- (1) 企业发展简况分析 123
- (2) 企业主营产品分析 124

- (3) 企业经营情况分析 124
 - 1) 主要经济指标分析 124
 - 2) 企业盈利能力分析 125
 - 3) 企业运营能力分析 125
 - 4) 企业偿债能力分析 125
 - 5) 企业发展能力分析 126
- (4) 企业经营模式分析 126
- (5) 单个味千拉面门店经营情况分析 127
- (6) 企业经营优劣势分析 129
- (7) 企业最新发展动向分析 129
- 6.3.2 真功夫餐饮管理有限公司经营情况分析 130
 - (1) 企业发展简况分析 130
 - (2) 企业主营产品分析 130
 - (3) 企业经营情况分析 130
 - (4) 企业经营模式分析 130
 - (5) 企业营销策略分析 130
 - (6) 企业经营优劣势分析 131
 - (7) 企业发展战略分析 131
 - (8) 企业最新发展动向分析 131
- 6.3.3 合兴餐饮集团经营情况分析 131
 - (1) 企业发展简况分析 131
 - (2) 企业经营品牌分析 132
 - (3) 企业经营情况分析 133
 - (4) 企业经营模式分析 133
 - (5) 企业经营优劣势分析 133
 - (6) 企业发展战略分析 133
 - (7) 企业最新发展动向分析 133
- 6.3.4 天津狗不理集团有限公司经营情况分析 133
 - (1) 企业发展简况分析 133
 - (2) 企业经营规模分析 137
 - (3) 企业经营模式分析 137
 - (4) 企业营销策略分析 137

(5) 企业经营状况优劣势分析 138

(6) 企业投资兼并与重组分析 138

(7) 企业最新发展动向分析 138

6.3.5 聚德华天控股有限公司经营情况分析 138

(1) 企业发展简况分析 139

(2) 企业主营产品分析 139

(3) 企业经营模式分析 139

(4) 企业营销策略分析 139

(5) 企业经营优劣势分析 139

6.3.6 大娘水饺餐饮集团股份有限公司经营情况分析 140

(1) 企业发展简况分析 140

(2) 企业主营产品分析 140

(3) 企业经营情况分析 140

(4) 企业经营模式分析 140

(5) 企业营销策略分析 140

(6) 企业经营优劣势分析 141

(7) 企业投资兼并与重组分析 141

(8) 企业最新发展动向分析 141

6.3.7 河北千喜鹤饮食股份有限公司经营情况分析 142

(1) 企业发展简况分析 142

(2) 企业主营产品分析 142

(3) 企业经营情况分析 142

(4) 企业经营模式分析 142

(5) 企业经营优劣势分析 142

(6) 企业发展战略分析 143

6.3.8 浙江五芳斋实业股份有限公司经营情况分析 143

(1) 企业发展简况分析 143

(2) 企业主营产品分析 143

(3) 企业经营情况分析 143

(4) 企业经营模式分析 143

(5) 企业营销策略分析 143

(6) 企业经营优劣势分析 144

(7) 企业发展战略分析	144
(8) 企业投资兼并与重组分析	144
6.3.9 索迪斯中国经营情况分析	145
(1) 企业发展简况分析	145
(2) 企业主营业务分析	145
(3) 企业经营情况分析	145
(4) 企业经营优劣势分析	145
(5) 企业发展战略分析	146
6.3.10 永和大王集团经营情况分析	146
(1) 企业发展简况分析	146
(2) 企业主营产品分析	146
(3) 企业经营情况分析	146
(4) 企业营销策略分析	147
(5) 企业经营优劣势分析	147
(6) 企业发展战略分析	147
(7) 企业最新发展动向分析	147
6.3.11 乡村基(中国)餐饮管理有限公司经营情况分析	148
(1) 企业发展简况分析	148
(2) 企业主营产品分析	148
(3) 企业经营情况分析	148
1) 利润分析	149
2) 资产负债分析	149
3) 现金流量分析	149
(4) 企业经营模式分析	150
(5) 企业成功经验分析	150
(6) 企业经营优劣势分析	151
(7) 企业发展战略分析	151
(8) 企业最新发展动向分析	152
6.3.12 江西中快餐饮(集团)发展有限公司经营情况分析	152
(1) 企业发展简况分析	152
(2) 企业主营产品分析	152
(3) 企业经营情况分析	152

(4) 企业经营模式分析	152
(5) 企业经营优劣势分析	153
(6) 企业发展战略分析	153
6.3.13 蚌埠包天下餐饮管理有限公司经营情况分析	153
(1) 企业发展简况分析	153
(2) 企业主营产品分析	153
(3) 企业经营规模分析	153
(4) 企业经营模式分析	154
(5) 企业营销策略分析	154
(6) 企业经营优劣势分析	154
(7) 企业发展战略分析	154
6.3.14 大连亚惠快餐有限公司经营情况分析	154
(1) 企业发展简况分析	155
(2) 企业主营业务分析	155
(3) 企业经营模式分析	155
(4) 企业经营优劣势分析	155
6.3.15 北京首都机场餐饮发展有限公司经营情况分析	156
(1) 企业发展简况分析	156
(2) 企业主营业务分析	156
(3) 企业经营情况分析	156
(4) 企业经营模式分析	157
(5) 企业经营优劣势分析	157
(6) 企业发展战略分析	157
6.3.16 上海世好餐饮管理有限公司经营情况分析	157
(1) 企业发展简况分析	157
(2) 企业主营产品分析	158
(3) 企业经营情况分析	158
(4) 企业经营模式分析	158
(5) 企业经营优劣势分析	159
(6) 企业发展战略分析	159
(7) 企业最新发展动向分析	159
6.3.17 宁波市海曙顺旺基餐饮经营管理有限公司经营情况分析	159

(1) 企业发展简况分析	159
(2) 企业主营产品分析	160
(3) 企业经营情况分析	160
(4) 企业经营模式分析	160
(5) 企业营销策略分析	160
(6) 企业经营优劣势分析	161
(7) 企业发展战略分析	161
6.3.18 马兰拉面快餐连锁有限责任公司经营情况分析	161
(1) 企业发展简况分析	161
(2) 企业主营产品分析	162
(3) 企业经营模式分析	162
(4) 企业营销策略分析	162
(5) 企业经营优劣势分析	163
(6) 企业投资兼并与重组分析	163
(7) 企业最新发展动向分析	163
6.3.19 宁波海曙新四方美食有限公司经营情况分析	163
(1) 企业发展简况分析	163
(2) 企业主营产品分析	164
(3) 企业经营模式分析	164
(4) 企业经营优劣势分析	164
(5) 企业最新发展动向分析	164
6.3.20 北京呷哺呷哺餐饮管理有限公司经营情况分析	165
(1) 企业发展简况分析	165
(2) 企业主营产品分析	165
(3) 企业经营情况分析	165
(4) 企业经营模式分析	165
(5) 企业营销策略分析	165
(6) 企业经营优劣势分析	166
(7) 企业发展战略分析	166
(8) 企业投资兼并与重组分析	166
(9) 企业最新发展动向分析	167
6.3.21 深圳市嘉旺餐饮连锁有限公司经营情况分析	167

- (1) 企业发展简况分析 167
- (2) 企业主营产品分析 167
- (3) 企业经营模式分析 167
- (4) 企业营销策略分析 167
- (5) 企业经营优劣势分析 168
- (6) 企业发展战略分析 168
- (7) 企业最新发展动向分析 168
- 6.3.22 深圳面点王饮食连锁有限公司经营情况分析 169
 - (1) 企业发展简况分析 169
 - (2) 企业主营产品分析 169
 - (3) 企业经营模式分析 169
 - (4) 企业营销策略分析 169
 - (5) 企业经营优劣势分析 170
 - (6) 企业最新发展动向分析 170
- 6.3.23 常州丽华快餐有限公司经营情况分析 170
 - (1) 企业发展简况分析 170
 - (2) 企业经营规模分析 171
 - (3) 企业经营模式分析 172
 - (4) 企业营销策略分析 172
 - (5) 企业经营状况优劣势分析 172
- 6.3.24 北京老家快餐有限责任公司经营情况分析 173
 - (1) 企业发展简况分析 173
 - (2) 企业主营产品分析 173
 - (3) 企业经营情况分析 174
 - (4) 企业经营模式分析 174
 - (5) 企业营销策略分析 174
 - (6) 企业定位分析 174
 - (7) 企业投资兼并与重组分析 175
 - (8) 企业经营优劣势分析 176

第七章 快餐行业投资分析及发展前景预测 177

7.1 快餐行业投资现状分析 177

7.2 快餐行业投资风险分析	177
7.2.1 政策风险	177
7.2.2 原材料供求风险	177
7.2.3 宏观经济波动风险	178
7.2.4 其他风险	178
7.3 快餐行业投资机会分析	178
7.3.1 国家扩大内需的方针为快餐业发展带来新空间	178
7.3.2 国家加快服务业发展战略为快餐业带来新机遇	178
7.3.3 经济全球化为快餐业的发展带来新生机	178
7.4 快餐行业投资建议分析	179
7.4.1 社会化	179
7.4.2 国际化	179
7.4.3 多样化	179
7.4.4 产业化	179
7.5 快餐行业发展趋势	180
7.5.1 中式快餐将成主流	180
7.5.2 快餐业的移动电商	180
(1) 互联网用户规模的迅速扩大	180
(2) 手机网民占互联网网民比重不断提高	181
(3) 快餐店内设免费WIFI入口	182
(4) 移动服务	182
(5) 快餐行业移动O2O市场规模快速增长	182
7.5.3 中西快餐相互融合趋势	183
7.5.4 捆绑体育运动，开展跨国营销	184
7.6 快餐行业发展前景预测	184
7.6.1 快餐行业竞争加剧	184
7.6.2 经营模式向O2O转型，快餐行业市场规模快速增长	184

图表目录:

图表1：快餐的定义和特点	16
图表2：我国快餐产品的分类	16
图表3：快餐行业的一般规律	17

图表4：我国快餐行业的管理体制	18
图表5：中国快餐业发展的主要任务	19
图表6：“十二五”期间我国餐饮业发展任务	19
图表7：2013-2015年中国国内生产总值及增长速度（单位：亿元，%）	22
图表8：2013-2015年我国城镇居民人均可支配收入增长趋势图（单位：元，%）	22
图表9：2013-2015年我国农村居民人均纯收入增长趋势图（单位：元，%）	23
图表10：影响快餐业发展的文化环境因素	23
图表11：影响快餐业发展的自然环境因素	24
图表12：我国快餐行业发展阶段分析	26
图表13：2013-2015年中国快餐行业法人企业数量变化情况（单位：个，%）	27
图表14：2013-2015年中国快餐行业从业人员数量变化情况（单位：人，%）	28
图表15：2013-2015年中国快餐行业营业额变化情况（单位：亿元，%）	28
图表16：2013-2015年我国快餐行业主要经济指标分析（单位：亿元）	29
图表17：2013-2015年我国快餐行业偿债能力分析（单位：亿元）	29
图表18：2013-2015年中国快餐连锁行业总店数变化情况（单位：个）	30
图表19：2013-2015年中国快餐连锁行业门店总数变化情况（单位：个，%）	30
图表20：2013-2015年中国快餐连锁行业从业人员数量变化情况（单位：万人，%）	31
图表21：2013-2015年中国快餐连锁行业营业面积变化情况（单位：万平方米，%）	31
图表22：2013-2015年中国快餐连锁行业餐位数变化情况（单位：万个，%）	32
图表23：2013-2015年中国快餐连锁行业营业额变化情况（单位：亿元，%）	32
图表24：中式与西式快餐优势对比分析	34
图表25：中式与西式快餐经营模式对比分析	35
图表26：中式与西式快餐其他方面对比分析	36
图表27：西式快餐对中式快餐的启示	37
图表28：快餐行业主要消费产品介绍	44
图表29：消费者选择哪个渠道吃快餐（单位：%）	51
图表30：调研对象选择快餐的形式（单位：%）	52
图表31：消费者在快餐上的人均花费（单位：元）	52
图表32：快餐菜式5大金刚——按点单率排名（单位：%）	53
图表33：2013-2015年我国餐饮业收入变化情况（单位：亿元，%）	54
图表34：我国餐饮业发展趋势分析	55
图表35：2013-2015年中国国内旅游人数增长情况（单位：亿人次，%）	56

图表36：2013-2015年中国国内旅游收入增长情况（单位：万亿元，%） 57

图表37：2013-2015年我国入境过夜游客数变化情况（单位：万人次，%） 57

图表38：2013-2015年中国入境旅游外汇收入变化情况（单位：亿美元，%） 58

图表39：旅游市场高、中、低端协同发展 59

图表40：高、中、低端旅游市场特点分析 59

图表41：高、中、低端旅游市场特点及细分市场情况 61

图表42：2013-2015年中国展览会数量及增长率（单位：场，%） 63

图表43：我国各省市展览会数量（单位：场） 64

图表44：我国各省市展馆数量（单位：座） 65

图表45：2013-2015年中国展览会展出面积及增长率（单位：万平方米，%） 66

图表46：我国各省市展览会展出面积（单位：万平方米） 66

图表47：2013-2015年中国会展业直接产值及增长率（单位：亿元，%） 67

图表48：2010年以来中国会展业拉动其他产业收入及增长率（单位：亿元，%） 67

图表49：展会数量月度分布（单位：个） 68

图表50：展会行业数量分布情况（单位：个） 69

图表51：展会按举办时长分类的数量分布（单位：个） 69

图表52：展会按举办时长分布图（单位：%） 71

图表53：会展行业发展趋势分析 71

图表54：2013-2015年我国调味品行业销售收入及增长情况（单位：亿元，%） 73

图表55：2013-2015年中国酱油、食醋行业销售收入及增长率（单位：亿元，%） 74

图表56：2013-2015年中国酱油产量及增长率（单位：万吨，%） 75

图表57：酱油行业竞争格局 75

图表58：2013年酱油行业十大品牌 76

图表59：2013年食醋行业十大品牌 76

图表60：2013-2015年中国味精行业销售收入及增长率（单位：亿元，%） 77

图表61：2013年味精行业十大品牌 78

图表62：我国调味品行业发展趋势分析 78

图表63：2007年以来我国咖啡馆数量变化趋势图（单位：家） 83

图表64：2016-2022年我国连锁咖啡馆数量变化趋势图（单位：家） 84

图表65：2016-2022年我国连锁咖啡馆零售市场规模及预测 85

图表66：雕刻时光发展历程 86

图表67：雕刻时光全国分店一览表 87

图表68：雕刻时光加盟店主要选择类型及要求 90

图表69：雕刻时光加盟店选址的基本要求 90

图表70：雕刻时光加盟店相关加盟费用 91

图表71：现代快餐公司的营销功能 100

图表72：百胜餐饮集团基本信息 111

图表73：百胜餐饮集团旗下品牌在中国经营情况 112

图表74：百胜餐饮集团经营策略 114

图表75：百胜餐饮集团经营策略 115

图表76：百胜餐饮集团优劣势分析 116

图表77：麦当劳公司基本信息 116

图表78：麦当劳在中国的发展历程 117

图表79：2013-2015年麦当劳公司利润表（单位：百万美元） 117

图表80：2013-2015年麦当劳公司资产负债表（单位：百万美元） 118

图表81：2013-2015年麦当劳公司现金流量表（单位：百万美元） 118

图表82：麦当劳公司优劣势分析 119

图表83：德克士获得荣誉统计 120

图表84：德克士在中国的发展历程 121

图表85：德克士营销策略分析 122

图表86：德克士优劣势分析 123

图表87：味千（中国）控股有限公司基本信息 124

图表88：2011-2013年味千（中国）控股有限公司主要经济指标分析（单位：万港元） 124

图表89：2011-2013年味千（中国）控股有限公司盈利能力分析（单位：%） 125

图表90：2011-2013年味千（中国）控股有限公司运营能力分析（单位：次） 125

图表91：2011-2013年味千（中国）控股有限公司偿债能力分析（单位：%） 126

图表92：2012-2013年味千（中国）控股有限公司发展能力分析（单位：%） 126

图表93：截至2013年底味千（中国）控股有限公司连锁经营店铺分地区数量情况（单位：家） 127

图表94：单个味千拉面门店前期投资所需资金情况简表（单位：元） 128

图表95：单个味千拉面可变成本数额如下（单位：元） 129

图表96：味千（中国）控股有限公司优劣势分析 129

图表97：真功夫餐饮管理有限公司基本信息 130

图表98：真功夫餐饮管理有限公司优劣势分析 131

图表99：合兴餐饮集团基本信息 131

图表100：合兴餐饮集团优劣势分析 133

图表101：天津狗不理集团有限公司发展历程图（一） 134

图表102：天津狗不理集团有限公司发展历程图（二） 135

图表103：天津狗不理集团有限公司发展历程图（三） 136

图表104：天津狗不理集团有限公司组织结构图 137

图表105：天津狗不理集团有限公司优劣势分析 138

图表106：聚德华天控股有限公司基本信息 139

图表107：聚德华天控股有限公司优劣势分析 139

图表108：大娘水饺餐饮集团股份有限公司基本信息 140

图表109：大娘水饺餐饮集团股份有限公司优劣势分析 141

图表110：河北千喜鹤饮食股份有限公司基本信息 142

图表111：浙江五芳斋实业股份有限公司优劣势分析 142

图表112：浙江五芳斋实业股份有限公司基本信息 143

图表113：浙江五芳斋实业股份有限公司优劣势分析 144

图表114：索迪斯中国基本信息 145

图表115：索迪斯中国优劣势分析 146

图表116：永和大王集团基本信息 146

图表117：永和大王集团优劣势分析 147

图表118：乡村基（中国）餐饮管理有限公司基本信息 148

图表119：乡村基（中国）餐饮管理有限公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图
148

图表120：2013-2015年乡村基（中国）餐饮管理有限公司利润表（单位：百万元） 149

略……

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/canyin1510/057504NFYI.html>