

# 2009-2012年中国快餐行业 调研及投资前景预测报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

[www.bosidata.com](http://www.bosidata.com)

# 报告报价

《2009-2012年中国快餐行业调研及投资前景预测报告》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/dianli1101/59128539AW.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2024-12-23

【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

2009-2012年中国快餐行业调研及投资前景预测报告 内容介绍：

民以食为天。我国改革开放30年餐饮业营业额增长200多倍，餐饮消费成为拉动我国消费需求增长的重要力量。在我国改革开放30年中，餐饮业是起步最早、开拓发展最快，收效最明显、市场化程度最高的行业之一。2006年超过1万亿，2007年达到12352亿元，同比增长19.4%，。2008年我国餐饮业产值达15390亿元，这较2007年上涨26%。据预测，到2010年我国餐饮业产值将达到2万亿。现在，我国餐饮业已经连续18年以两位数的速度增长，成为了我国国民经济中非常重要的一部分。

快餐业作为餐饮业中重要组成部分，其发展速度也非常惊人。到目前为止，肯德基中国分店已经超过了2000家，麦当劳达到了1000家，德克士达到了950家。2009年肯德基计划还将增加100-150家，麦当劳也将增加80-100家。西式快餐在中国得到了飞速的发展。但是在我国，中式快餐依旧是我国快餐业的主体，在据调查显示，78.9%为中式快餐店，而21.1%是西式快餐店。尽管西式快餐日益受到欢迎，中式快餐仍以其价格优势和在主要消费层次中的口味优势，占据大部分国内快餐(快餐市场考察)市场。

在中国，快餐业有着极大的发展空间。中国目前正处于城市扩张的高峰期，每年有大约1800万农村人口进入城市。城乡壁垒松动并多有突破，城乡之间人口流动规模不断扩大。到2015年，中国的城市人口将首次超过农村人口。城市化不仅意味着人民生活水平的全面改善，也意味着生活方式的巨变和资源消耗的提高。由此也就不难看出城市化与快餐业发展的关系尤为密切。中国快餐业近年来表现活跃，发展步伐加快。与此同时，业界也多有新思路、新观点出现，展望快餐业的发展变化，令人鼓舞。

在越来越激烈的竞争中，要把握市场先机，做出英明的决策，就要求企业对行业信息有足够的了解。目前正值中国快餐行(快餐行市场调研)发展的关键时期，在当前局势下认识局势掌控方向，对快餐行业所处环境和未来的发展态势予以翔实的剖析，无论是对于中国快餐(快餐行业调研分析)行业的长远发展，还是对快餐行业在具体工作中的突破都具有积极的指导作用。那么，在当前快餐行业发展形势下，我国快餐企业该如何分析当前行业发展形势、把握未来市场发展方向，及时调整产品结构和根据行业趋势制定发展战略呢？

“2009-2012年中国快餐(快餐行业调研分析)行业调研及投资前景预测报告”主要依据国家统计局、国家商务部、中国消费者协会、中国烹饪协会、中国烹协快餐委员会、中国各省市餐饮协会、中国经济景气监测中心、全国商业信息中心、国内外相关刊物的基础信息以及快餐行业研究单位等公布和提供的大量资料，结合深入的市场调查资料，对中国快餐(快餐行业调研分析)行业的发展情况、经济运行数据、主要细分市场、市竞争格局、重点企业等进行

了分析及预测，并对未来快餐行业发展的整体环境及发展趋势进行探讨和研判，最后在前面大量分析、预测的基础上，研究了快餐行业今后的发展与投资策略，为快餐企业在激烈的市场竞争中洞察先机，根据市场需求及时调整经营策略，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供了准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

## 第一部分 行业发展分析

### 第一章 快餐(快餐行业研究)行业概述

#### 第一节 餐饮业概述

- 一、餐饮业的定义
- 二、餐饮业的分类
- 三、餐饮业的特征
- 四、餐饮业成本控制
- 五、餐饮业对国民经济的作用

#### 第二节 快餐的定义和分类

- 一、快餐的定义
- 二、快餐的分类

#### 第三节 快餐的其他概念

- 一、快餐起源
- 二、我国快餐业的发展状况
- 三、现代快餐企业概述
- 四、快餐的作用与地位
- 五、快餐产业化的内涵
- 六、快餐业的发展规律
- 七、快餐的健康问题
- 八、中式快餐的概念

### 第二章 中国快餐(快餐行业调研分析)行业发展分析

#### 第一节 中国快餐(快餐行业调研分析)行业的政策环境分析

- 一、北京餐饮具清洗人员工作期间不允许佩戴饰物
- 二、餐饮企业应免费提供卫生餐具
- 三、火锅底料国家标准出台
- 四、食品安全法草案
- 五、餐饮企业经营法律规范

## 第二节 中国快餐业(快餐业市场发展分析)市场发展分析

### 一、中国快餐业起步和(快餐业起步和市场调研)发展速度

### 二、我国快餐业经营主体

### 三、我国快餐业经营方式分析

### 四、我国快餐业服务领域分析

## 第三节 2008-2009年中国快餐业(快餐业市场发展分析)市场发展分析

### 一、2008年奥运会对快餐业市场发展的影响

### 二、2008年快餐市场价格情况

### 三、2008年中式快餐市场涨价分析

### 四、2008年快餐业成本问题分析

### 五、2009年休闲快餐产业发展潜力分析

## 第四节 中国快餐业(快餐业市场发展分析)市场形势分析

### 一、到2015年中国快餐业的市场发展态势

### 二、中式快餐品牌以集群形式发展态势

### 三、联合采购中的保密问题

### 四、中式快餐的休闲化发展趋势

## 第二部分 细分市场分析

## 第三章 中国中式快餐(中式快餐市场发展分析)市场发展分析

### 第一节 中式快餐市标准化分析

#### 一、中式快餐产业化、标准化情况

#### 二、中式快餐标准化问题及其影响

#### 三、中式快餐市场标准化发展策略

### 第二节 中式快餐市场发展状况

#### 一、中式快餐市场发展情况

#### 二、中式快餐发展的有利因素

#### 三、中式快餐发展制约因素

#### 四、中式快餐的产业化发展情况

#### 五、中式快餐发展瓶颈分析

#### 六、中式快餐的全球化发展

#### 七、中式快餐发展建议

### 第三节 中式快餐低弥原因和对策分析

#### 一、导致中式快餐低弥的主观原因

二、导致中式快餐低弥的客观原因

三、完善中式快餐的应对对策措施

#### 第四节 中式快餐发展前景和机遇

一、中式快餐长期发展前景分析

二、2009年中式快餐将加速扩张

三、金融海啸带来的机遇

### 第四章 中国西式快餐(西式快餐市场发展分析)市场发展分析

#### 第一节 西式快餐市场发展状况

一、洋快餐转型开发休闲市场消费

二、洋快餐盯上早餐市场

三、土洋快餐抢占节日市场

四、金融危机影响西式快餐消费

五、洋快餐加速本土化及其原因分析

六、快餐巨头麦可斯加速进军中国市场

#### 第二节 西式快餐市场的前景和潜力研究

一、西式快餐市场前景

二、西式快餐早餐市场潜力

### 第五章 中国快餐(快餐行业调研分析)行业区域市场分析

#### 第一节 长沙市快餐业市场发展情况

一、长沙快餐行业现状

二、长沙市快餐市场格局

三、长沙快餐发展的SWOT分析

四、长沙快餐发展策略

五、长沙快餐行业面临的挑战

六、长沙快餐企业发展趋势

#### 第二节 深圳市快餐业发展情况

一、深圳中式快餐市场格局

二、深圳快餐连锁店营业趋势

#### 第三节 其他地区快餐业发展情况

一、上海市

二、西安市

三、广州市

- 四、杭州市
- 五、哈尔滨市
- 六、四川省
- 七、天津市
- 八、武汉市

### 第三部分 相关市场分析

## 第六章 餐饮业整体(餐饮业整体市场调查分析)市场发展分析

### 第一节 餐饮原料市场发展分析

- 一、2008-2009年全球粮食产量突破历史纪录
- 二、2008-2009年世界粮食(粮食市场调研)市场形势分析
- 三、2008-2009年稻米市场行情回顾与后市展望
- 四、2008-2009年我国主要粮食产品产量情况
- 五、2008-2009年我国粮食价格走势分析
- 六、2008年国际粮价回顾及2009年展望
- 七、我国肉类食品标准化情况

### 第二节 中国餐饮业(餐饮业市场调研)发展情况

- 一、2008-2009年我国住宿与餐饮业零售额情况
- 二、中国餐饮业跨越30年的发展特点
- 三、中国餐饮特许经营(餐饮特许经营行业调研分析)行业经营现状
- 四、2008-2009年我国餐饮业产值分析
- 五、2008-2009年中国餐饮(餐饮行业调研分析)行业盘点
- 六、风投首次试水中国中小餐饮业连锁项目
- 七、国内餐饮连锁业发展态势
- 八、餐饮业启动扩大内需10项行动

### 第三节 餐饮业发展问题

- 一、餐饮业发展的挑战
- 二、餐饮业大发展的隐忧

### 第四节 中国餐饮业(餐饮业市场发展分析)市场发展前景和机遇

- 一、餐饮业市场发展前景
- 二、餐饮业市场机遇

## 第七章 关联(关联行业研究)行业市场分析

### 第一节 旅游业发展分析

- 一、2008年旅游业取得的成绩分析
- 二、中国旅游业改革开放30年发展回顾
- 三、2009年我国入境游接待收汇情况
- 四、2009年中国旅行社业(旅行社业市场调研)发展综述
- 五、中国旅游业应对危机的战略分析
- 六、中国旅游(旅游市场发展分析)市场主体分析
- 七、2009年旅游需求预测
- 八、2010年中国旅游预测
- 九、2020年中国旅游(旅游市场发展分析)市场发展预测

## 第二节 方便面行业发展分析

- 一、2008-2009年我国方便面产量情况
- 二、方便面国标报批稿已删除蛋白质指标
- 三、中小方便面企业发展战略分析
- 四、中小方便面企业的营销策略分析
- 五、2008我国方便面业(方便面业竞争力)竞争格局分析

## 第三节 餐具业

- 一、中国一次性环保餐具的现状及未来发展趋势
- 二、一次性餐具被限产限售
- 三、我国一次性塑料餐具现状
- 四、2008年我国木制餐具及厨房用具进出口情况

## 第四部分 行业竞争分析

### 第八章 快餐业竞争分析

#### 第一节 餐饮业竞争分析

- 一、中国餐饮业竞争情况
- 二、餐饮业竞争新热点分析
- 三、餐饮业竞争焦点分析
- 四、餐饮业信息化竞争分析
- 五、餐饮业核心竞争力分析
- 六、中国餐饮业的文化竞争

#### 第二节 快餐业竞争分析

- 一、我国快餐业(快餐业竞争力)竞争格局
- 二、2008年快餐企业竞争优势分析



三、中国快餐业竞争取胜方式分析

四、快餐行业中西式竞争现状

五、2008年外企早餐市场竞争动态

六、创造中式快餐竞争优势

第九章 快餐业重点企业分析

第一节 麦当劳

一、公司概况

二、麦当劳逆势增长的逻辑

三、步步高与麦当劳结成战略联盟伙伴

四、麦当劳在中国的成功之道

五、麦当劳的管理模式

第二节 肯德基

一、肯德基简介

二、肯德基开汽车餐厅

三、肯德基省钱策略分析

四、肯德基麦当劳等洋快餐逆市圈地

五、肯德基连锁店在中国成功战略

六、肯德基的选址策略

七、肯德基在中国特许经营方式

第三节 德克士

一、公司简介

二、2009年德克士炸鸡开店放缓

三、选址战略：农村包围城市

四、连锁战略：以特许加盟主导

五、营销战略：差异化营销

第四节 丽华快餐

一、公司简介

二、公司的发展历程

三、公司电子商务分析

四、公司新动态

第五节 马兰拉面

一、公司简介

二、公司品牌化战略

三、公司的人才战略

四、公司优势

第六节 永和大王

一、公司简介

二、公司的成功之道

三、2008年公司新动态

第七节 面点王

一、公司简介

二、公司发展的经营理念

三、公司的营销感悟和经营哲学

第八节 真功夫

一、企业概况

二、经营发展状况

三、公司新计划

四、公司上市计划

五、公司快餐理念

第五部分 发展趋势及战略

第十章 快餐业发展趋势分析

第一节 我国餐饮业的发展预测

一、中国餐饮连锁业(餐饮连锁业市场调研)发展前景分析

二、2010年中国餐饮业规模预测

三、2008-2020年中国餐饮业(餐饮业市场调研)发展预测

第二节 中国快餐(快餐行业调研分析)行业发展趋势分析

一、未来中国快餐(快餐行业调研分析)行业市场前景分析

二、2008-2010年快餐食品行业发展趋势

三、到2011年早餐网点建设情况预测

第三节 中式快餐市场发展趋势分析

一、中式快餐标准化发展趋势

二、中式快餐市场发展趋势

三、中式快餐企业联合发展趋势

第十一章 快餐业发展策略分析

## 第一节 快餐行业发展策略

- 一、市场定位和本质特征的坚持策略
- 二、标准化、工厂化、规模化和科学化目标的树立策略
- 三、开拓创新策略
- 四、连锁扩张策略分析
- 五、特许连锁同直营连锁共同发展策略分析
- 六、规模效益策略分析
- 七、人才策略分析
- 八、发展中要形成合力和发挥规模效应。

## 第二节 快餐企业品牌战略分析

- 一、品牌的重要性
- 二、创建著名品牌的要素分析
- 三、快餐企业创建中国中式快餐名牌策略

## 第三节 中式快餐发展策略

- 一、产品开发策略
- 二、连锁经营策略
- 三、促销策略
- 四、中式快餐企业发展壮大策略

## 第四节 创中国快餐名牌(快餐名牌市场调研)发展策略

- 一、中国快餐业的发展需要创名牌快餐
- 二、创建中国名牌的策略
- 三、中式快餐的品牌发展策略

## 第五节 快餐企业品牌策略之虚拟代言人

- 一、同质化竞争需要建立品牌差异
- 二、虚拟代言的优势
- 三、虚拟代言策略分析

## 第十二章 快餐业营销策略分析

### 第一节 餐饮业市场营销分析

- 一、餐饮企业经营成败的决定因素
- 二、中国餐饮需要大营销
- 三、餐饮业营销技巧
- 四、餐饮业经营策略

五、餐饮业企业营销建议

六、餐饮经营变革四大趋势

第二节 快餐业营销分析

一、快餐营销前提意识分析

二、快餐企业的营销战略

三、快餐市场营销的内容

四、快餐市场营销的原则

五、中式快餐的营销对策分析与探讨

六、快餐业营销的十个发展方向

七、快餐企业的系统营销和策略选择

第十三章 快餐业投资策略分析

第一节 餐饮业的投资分析

一、国内高端餐饮业的投资分析

二、餐饮业市场投资建议

三、海外风投投资我国餐饮连锁业情况分析

四、小投资做出“大市场”的餐饮业策略分析

五、金融危机餐饮业投资的影响

第二节 快餐行业投资分析

一、快餐业的投资潜力分析

二、中式快餐投资策略分析

三、中式快餐投资潜力分析

四、快餐行业风险投资分析

图表目录

图表：餐饮业成本结构图

图表：在我国吃得最多的快餐类型

图表：不同城市的人最喜欢的快餐种类

图表：不同城市的人最常吃快餐的时间

图表：不同年龄的人最常吃快餐的时间

图表：不同企业类型的偏爱的快餐类型

图表：快餐消费者考虑的因素

图表：2008年末主要粮食产品的出口价格（美元/吨）

图表：2008/09年季的粮食供需情况

图表：2008-2009年大米产量全国合计

图表：2008-2009年大米产量北京市合计

图表：2008-2009年大米产量天津市合计

图表：2008-2009年大米产量河北省合计

图表：2008-2009年大米产量山西省合计

图表：2008-2009年大米产量辽宁省合计

图表：2008-2009年大米产量吉林省合计

图表：2008-2009年大米产量黑龙江合计

图表：2008-2009年大米产量上海市合计

图表：2008-2009年大米产量江苏省合计

图表：2008-2009年大米产量浙江省合计

图表：2008-2009年大米产量安徽省合计

图表：2008-2009年大米产量福建省合计

图表：2008-2009年大米产量江西省合计

图表：2008-2009年大米产量山东省合计

图表：2008-2009年大米产量河南省合计

图表：2008-2009年大米产量湖北省合计

图表：2008-2009年大米产量湖南省合计

图表：2008-2009年大米产量广东省合计

图表：2008-2009年大米产量广西区合计

图表：2008-2009年大米产量重庆市合计

图表：2008-2009年大米产量四川省合计

图表：2008-2009年大米产量贵州省合计

图表：2008-2009年大米产量云南省合计

图表：2008-2009年大米产量陕西省合计

图表：2008-2009年大米产量甘肃省合计

图表：2008-2009年大米产量新疆区合计

图表：2008-2009年大米产量宁夏区合计

图表：2008-2009年大米产量内蒙古合计

图表：2008-2009年小麦粉产量全国合计

图表：2008-2009年小麦粉产量北京市合计

图表：2008-2009年小麦粉产量天津市合计

图表：2008-2009年小麦粉产量河北省合计

图表：2008-2009年小麦粉产量山西省合计

图表：2008-2009年小麦粉产量辽宁省合计

图表：2008-2009年小麦粉产量吉林省合计

图表：2008-2009年小麦粉产量黑龙江合计

图表：2008-2009年小麦粉产量上海市合计

图表：2008-2009年小麦粉产量江苏省合计

图表：2008-2009年小麦粉产量浙江省合计

图表：2008-2009年小麦粉产量安徽省合计

图表：2008-2009年小麦粉产量福建省合计

图表：2008-2009年小麦粉产量山东省合计

图表：2008-2009年小麦粉产量河南省合计

图表：2008-2009年小麦粉产量湖北省合计

图表：2008-2009年小麦粉产量湖南省合计

图表：2008-2009年小麦粉产量广东省合计

图表：2008-2009年小麦粉产量广西区合计

图表：2008-2009年小麦粉产量重庆市合计

图表：2008-2009年小麦粉产量四川省合计

图表：2008-2009年小麦粉产量贵州省合计

图表：2008-2009年小麦粉产量云南省合计

图表：2008-2009年小麦粉产量陕西省合计

图表：2008-2009年小麦粉产量甘肃省合计

图表：2008-2009年小麦粉产量新疆区合计

图表：2008-2009年小麦粉产量宁夏区合计

图表：2008-2009年小麦粉产量内蒙古合计

图表：2008-2009年食用植物油产量全国合计

图表：2008-2009年食用植物油产量北京市合计

图表：2008-2009年食用植物油产量天津市合计

图表：2008-2009年食用植物油产量河北省合计

图表：2008-2009年食用植物油产量山西省合计

图表：2008-2009年食用植物油产量辽宁省合计

图表：2008-2009年食用植物油产量吉林省合计

图表：2008-2009年食用植物油产量黑龙江合计

图表：2008-2009年食用植物油产量上海市合计

图表：2008-2009年食用植物油产量江苏省合计

图表：2008-2009年食用植物油产量浙江省合计

图表：2008-2009年食用植物油产量安徽省合计

图表：2008-2009年食用植物油产量福建省合计

图表：2008-2009年食用植物油产量江西省合计

图表：2008-2009年食用植物油产量山东省合计

图表：2008-2009年食用植物油产量河南省合计

图表：2008-2009年食用植物油产量湖北省合计

图表：2008-2009年食用植物油产量湖南省合计

图表：2008-2009年食用植物油产量广东省合计

图表：2008-2009年食用植物油产量广西区合计

图表：2008-2009年食用植物油产量重庆市合计

图表：2008-2009年食用植物油产量四川省合计

图表：2008-2009年食用植物油产量贵州省合计

图表：2008-2009年食用植物油产量云南省合计

图表：2008-2009年食用植物油产量陕西省合计

图表：2008-2009年食用植物油产量甘肃省合计

图表：2008-2009年食用植物油产量新疆区合计

图表：2008-2009年食用植物油产量宁夏区合计

图表：2008-2009年食用植物油产量内蒙古合计

图表：2008-2009年食用植物油产量青海省合计

图表：2008-2009年食用植物油产量西藏区合计

图表：2007-2008年1-11月全国住宿和餐饮业零售额对比

图表：1999年8月—2009年4月社会消费品零售总额月度 同比增长率（%）

图表：2009年1-4月入境旅游接待收汇情况

图表：2009年1-4月主要客源市场情况

图表：2009年1-3月主要客源市场情况

图表：2009年1-3月来华旅游入境人数（按年龄、性别分）

图表：2009年1-3月来华旅游入境人数（按入境方式分）

图表：2009年1-3月入境旅游外国人人数（按目的分）

图表：2009年1-3月主要城市接待情况(一)

图表：2009年1-3月主要城市接待情况(二)

图表：2009年1-3月地方接待情况(一)

图表：2009年1-3月地方接待情况(二)

图表：2008-2009年方便面产量全国合计

图表：2008-2009年方便面产量北京市合计

图表：2008-2009年方便面产量天津市合计

图表：2008-2009年方便面产量河北省合计

图表：2008-2009年方便面产量山西省合计

图表：2008-2009年方便面产量辽宁省合计

图表：2008-2009年方便面产量吉林省合计

图表：2008-2009年方便面产量黑龙江合计

图表：2008-2009年方便面产量上海市合计

图表：2008-2009年方便面产量江苏省合计

图表：2008-2009年方便面产量浙江省合计

图表：2008-2009年方便面产量安徽省合计

图表：2008-2009年方便面产量福建省合计

图表：2008-2009年方便面产量江西省合计

图表：2008-2009年方便面产量山东省合计

图表：2008-2009年方便面产量河南省合计

图表：2008-2009年方便面产量湖北省合计

图表：2008-2009年方便面产量湖南省合计

图表：2008-2009年方便面产量广东省合计

图表：2008-2009年方便面产量广西区合计

图表：2008-2009年方便面产量重庆市合计

图表：2008-2009年方便面产量四川省合计

图表：2008-2009年方便面产量贵州省合计

图表：2008-2009年方便面产量云南省合计

图表：2008-2009年方便面产量陕西省合计

图表：2008-2009年方便面产量新疆区合计

图表：2008-2009年方便面产量内蒙古合计

图表：肯德基、麦当劳特许经营方式比较



图表：2000-2010年德克士加盟总店数

详细请访问：<http://www.bosidata.com/dianli1101/59128539AW.html>