

2021-2027年中国快餐市场 发展趋势与投资策略报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2021-2027年中国快餐市场发展趋势与投资策略报告》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.abaogao.com/b/canyin/F29847LIBV.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

快餐是指由商业企业快速供应、即刻食用、价格合理以满足人们日常生活需要的大众化餐饮。具有快速、方便、标准化、环保等特点。快餐产品是快餐企业各项生产活动的终端，是企业各种能力的综合体现，产品质量的好坏直接影响着该企业的形象，快餐产品的研发是快餐发展的基础。目前，中国的快餐产品的主要分类有：我国快餐产品的分类： 分类方法类别 按经营方式分 传统快餐、现代快餐 按菜品风味分 西式快餐、中式快餐 按品种形式分 单一品种快餐、组合品种快餐 资料来源：公开资料整理

2017年我国快餐行业市场规模为12111亿元，2018年我国快餐市场规模增长至13028亿元。快餐行业作为我国餐饮产业的重要组成部分，其占我国餐饮业规模比重维持在30%以上。

2009-2018年我国快餐行业市场规模及占餐饮业比重走势图 资料来源：智研数据研究中心整理

本中国快餐行业研究报告是智研数据研究中心公司的研究成果，通过文字、图表向您详尽描述您所处的行业形势，为您提供详尽的内容。智研数据研究中心在其多年的行业研究经验基础上建立起了完善的产业研究体系，一整套的产业研究方法一直在业内处于领先地位。本中国快餐行业研究报告是2018-2019年度，目前国内最全面、研究最为深入、数据资源最为强大的研究报告产品，为您的投资带来极大的参考价值。

本研究咨询报告由智研数据研究中心公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、中国产业信息网提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了中国快餐行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国快餐行业做了重点企业经营状况分析，并分析了中国快餐行业发展前景预测。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。

报告目录：

第一章 快餐行业发展综述

1.1 快餐行业概述

1.1.1 快餐的定义和特点

1.1.2 快餐产品分类

1.1.3 快餐行业一般规律

- 1.1.4 快餐行业生命周期
- 1.1.5 快餐的作用和地位
- 1.2 快餐行业发展环境分析
 - 1.2.1 快餐行业政策环境分析
 - (1) 行业管理体制分析
 - (2) 《中国快餐发展纲要》
 - (3) 餐饮业发展规划
 - 1.2.2 快餐行业经济环境分析
 - (1) GDP
 - (2) 居民可支配收入
 - 1.2.3 快餐行业社会环境分析
 - (1) 文化环境
 - (2) 科技环境
 - (3) 自然环境
 - 1.2.4 快餐行业消费环境分析
 - (1) 人口密度
 - (2) 人口结构
 - (3) 社会环境对快餐行业的影响

第二章 快餐行业发展分析

- 2.1 快餐行业发展状况
 - 2.1.1 快餐行业发展阶段分析
 - 2.1.2 快餐行业发展情况
 - (1) 快餐行业发展规模
 - (2) 快餐所属行业经营情况

2018年快餐行业营业额达到13028亿元，占同期国内餐饮业收入总额的30.5%。其中，中式快餐收入总额为10660亿元，西式快餐收入总额为2368亿元。 2009-2018年我国中式快餐及西式快餐营收对比 资料来源：智研数据研究中心整理

- 2.1.3 快餐连锁行业发展情况
 - (1) 总店数
 - (2) 门店总数
 - (3) 从业人员数

2018年，我国快餐连锁行业的从业人员数为49.6万人，较2017年的45.1万人增加了4.5万人，同比增长率为9.98%。 2011-2018年我国快餐连锁行业从业人员数 资料来源：国家统计局

(2) 营业面积

(5) 餐位数

(6) 营业额

2.1.4 快餐行业五力分析

(1) 潜在进入者分析

(2) 替代因素分析

(3) 购买者分析

(4) 供应商分析

(5) 行业内竞争者分析

2.2 中式与西式快餐对比分析

2.2.1 中式与西式快餐优势对比

2.2.2 中式与西式快餐经营模式对比

2.2.3 中式与西式快餐其他方面对比

2.2.4 西式快餐对中式快餐的启示

2.2.5 中式与西式快餐竞争策略分析

2.3 我国快餐行业发展大事件

2.3.1 老乡鸡收购武汉永和

2.3.2 麦当劳引入战略投资者

2.3.3 资本继续青睐快餐品牌

2.3.4 抖音营销席卷餐饮业

2.3.5 快餐现炒模式回归

2.3.6 社保入税

2.3.7 百胜中国拆分独立上市

2.3.8 便利店在快餐“跑马圈地”

2.3.9 永和大王要做全品快餐

2.3.10 快餐转型出现“去快餐化”

第三章 快餐行业消费市场分析

3.1 快餐行业主要消费产品分析

3.2 快餐行业消费群体分析

3.2.1 快餐行业消费者群体分析

- (1) 餐饮消费者消费类型分析
- (2) 快餐行业消费者消费群体分析
- (3) 从中西快餐的角度分析快餐消费群体

3.2.2 不同消费者消费特征分析

3.3 快餐行业消费行为分析

3.3.1 餐饮消费者心理分析

- (1) 餐饮消费前的心理效应
- (2) 餐饮消费过程中的心理效应

3.3.2 消费者餐饮决策分析

3.3.3 餐饮消费行为分析

3.4 快餐行业消费者调研分析

3.4.1 调研方法

3.4.2 调研发现

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

3.4.3 调研总结

第四章 快餐行业关联行业发展分析

4.1 餐饮业发展分析

4.1.1 餐饮业收入分析

4.1.2 餐饮业发展趋势分析

4.1.3 餐饮业对快餐行业的影响

4.2 旅游业发展分析

4.2.1 旅游业发展情况

- (1) 国内游发展情况
- (2) 入境游发展情况

4.2.2 旅游市场消费格局

- (1) 旅游市场高、中、低端协同发展
- (2) 高、中、低端旅游市场特点及细分市场情况

- 4.2.3 旅游行业发展趋势分析
- 4.2.4 旅游业对快餐行业的影响
- 4.3 会展业发展分析
 - 4.3.1 中国会展业发展规模
 - (1) 展览会数量
 - (2) 展出面积
 - (3) 会展业产值
 - 4.3.2 中国展会分布情况
 - (1) 展会时间分布
 - (2) 展会行业分布
 - (3) 展期特征分布
 - 4.3.3 中国会展行业发展趋势分析
 - 4.3.4 会展业对快餐行业的影响
- 4.4 调味品行业发展分析
 - 4.4.1 调味品行业发展概况
 - 4.4.2 调味品市场竞争分析
 - 4.4.3 调味品细分产品市场分析
 - (1) 酱油、食醋市场分析
 - (2) 味精产品市场分析
 - 4.4.4 调味品行业未来发展趋势
 - 4.4.5 调味品行业对快餐行业的影响
- 4.5 快餐餐具及包装市场分析
 - 4.5.1 一次性餐具市场分析
 - (1) 一次性餐具发展情况
 - (2) 一次性餐具存在问题
 - 4.5.2 环保餐具市场分析
 - (1) 环保餐具发展优势
 - (2) 环保餐具发展困境
 - 4.5.3 快餐包装市场分析
 - 4.5.4 快餐餐具及包装对快餐行业的影响
- 4.6 咖啡店连锁市场分析
 - 4.6.1 咖啡连锁经营发展规模分析

- (1) 咖啡店连锁企业开店总数分析
- (2) 咖啡店连锁企业营业面积分析
- (3) 咖啡店连锁企业从业人员分析
- (4) 咖啡店连锁企业餐位数分析
- (5) 咖啡店连锁企业商品购进总额分析
- (6) 咖啡店连锁企业营业收入分析
- (7) 咖啡店连锁企业配送中心分析

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

- (1) 雕刻时光发展历程分析
- (2) 雕刻时光经营理念分析
- (3) 雕刻时光发展规模分析
- (4) 雕刻时光连锁模式分析
- (5) 雕刻时光客户定位与细分
- (6) 雕刻时光价值主张分析
- (7) 雕刻时光收入来源分析
- (8) 雕刻时光成本结构分析
- (9) 雕刻时光的创新点分析
- (10) 雕刻时光核心竞争力分析

第五章 快餐行业运营分析

5.1 快餐店的前期投资建设

5.1.1 快餐经营品种的选择

- (1) 选择经营品种的目的
- (2) 选择经营品种的依据

5.1.2 快餐店的定位及选址

- (1) 快餐店的不同定位
- (2) 快餐店的选址依据

5.1.3 快餐店的规模及装修

- (1) 快餐店经营规模分类
- (2) 快餐店经营规模及装修的考虑因素

5.2 快餐店的标准化运营管理

5.2.1 产品标准化

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

5.2.2 流程标准化

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

5.2.3 连锁经营管理标准化

- (1) 经营模式
- (2) 营销策略
- (3) 标准化管理

第六章 领先快餐企业经营分析

6.1 快餐企业发展总体状况

6.2 西式快餐企业经营分析

6.2.1 百胜餐饮集团经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业在华经营分析
- (3) 企业经营规模分析
- (4) 企业经营模式分析

6.2.2 麦当劳公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业在华经营分析
- (3) 企业经营规模分析
- (4) 企业经营模式分析

6.2.3 德克士经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业在华经营分析
- (3) 企业经营规模分析
- (4) 企业经营模式分析

6.3 中式快餐企业经营分析

6.3.1 味千（中国）控股有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业主营产品分析
- (3) 企业经营情况分析
- (4) 企业经营模式分析
- (5) 单个味千拉面门店经营情况分析
- (6) 企业经营优劣势分析
- (7) 企业最新发展动向分析

6.3.2 真功夫餐饮管理有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业主营产品分析
- (3) 企业经营情况分析
- (4) 企业经营模式分析

6.3.3 合兴餐饮集团经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营品牌分析
- (3) 企业经营情况分析
- (4) 企业经营模式分析

6.3.4 狗不理集团股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营规模分析
- (3) 企业经营模式分析
- (4) 企业营销策略分析

6.3.5 聚德华天控股有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业主营产品分析
- (3) 企业经营模式分析
- (4) 企业营销策略分析
- (5) 企业经营优劣势分析

6.3.6 大娘水饺餐饮集团有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业主营产品分析

(3) 企业经营情况分析

6.3.7 河北千喜鹤饮食股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业主营产品分析

(3) 企业经营情况分析

(4) 企业经营模式分析

6.3.8 浙江五芳斋实业股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业主营产品分析

(3) 企业经营情况分析

(4) 企业经营模式分析

6.3.9 索迪斯中国经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业主营业务分析

(3) 企业经营情况分析

(4) 企业经营优劣势分析

6.3.10 永和大王集团经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业主营产品分析

(3) 企业经营情况分析

(4) 企业营销策略分析

6.3.11 乡村基(重庆)投资有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业主营产品分析

(3) 企业经营情况分析

(4) 企业经营模式分析

(5) 企业成功经验分析

(6) 企业经营优劣势分析

(7) 企业发展战略分析

(8) 企业最新发展动向分析

6.3.12 深圳中快餐饮集团有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业主营产品分析

(3) 企业经营情况分析

(4) 企业经营模式分析

6.3.13 安徽包天下餐饮管理有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业主营产品分析

(3) 企业经营规模分析

(4) 企业经营模式分析

6.3.14 亚惠美食有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业主营业务分析

(3) 企业经营模式分析

(4) 企业经营优劣势分析

6.3.15 北京首都机场餐饮发展有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业主营业务分析

(3) 企业经营情况分析

(4) 企业经营模式分析

6.3.16 上海世好餐饮管理有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业主营产品分析

(3) 企业经营情况分析

(4) 企业经营模式分析

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

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业主营产品分析

(3) 企业经营情况分析

(4) 企业经营模式分析

6.3.18 马兰拉面快餐连锁有限责任公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业主营产品分析

(3) 企业经营模式分析

(4) 企业营销策略分析

6.3.19 宁波海曙新四方美食有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业主营产品分析

(3) 企业经营模式分析

(4) 企业经营优劣势分析

6.3.20 北京呷哺呷哺餐饮管理有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业主营产品分析

(3) 企业经营情况分析

(4) 企业经营模式分析

6.3.21 深圳市嘉旺餐饮连锁有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业主营产品分析

(3) 企业经营模式分析

(4) 企业营销策略分析

6.3.22 深圳面点王饮食连锁有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业主营产品分析

(3) 企业经营模式分析

(4) 企业营销策略分析

(5) 企业经营优劣势分析

6.3.23 常州丽华快餐集团有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营规模分析

(3) 企业经营模式分析

(4) 企业营销策略分析

6.3.24 北京老家快餐有限责任公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(3) 企业经营情况分析

(4) 企业经营模式分析

第七章 快餐行业投资分析及发展前景预测（ ）

7.1 快餐行业投资现状分析

7.2 快餐行业投资风险分析

7.2.1 政策风险

7.2.2 原材料供求风险

7.2.3 宏观经济波动风险

7.2.4 其他风险

7.3 快餐行业投资机会分析

7.3.1 国家扩大内需的方针为快餐业发展带来新空间

7.3.2 国家加快服务业发展战略为快餐业带来新机遇

7.3.3 经济全球化为快餐业的发展带来新生机

7.4 快餐行业投资建议分析

7.4.1 社会化

7.4.2 国际化

7.4.3 多样化

7.4.4 产业化

7.5 快餐行业发展趋势

7.5.1 中式快餐将成主流

7.5.2 快餐业的移动电商

(1) 互联网用户规模的迅速扩大

(2) 手机网民占互联网网民比重不断提高

(3) 快餐店内设免费WIFI入口

(4) 移动服务

(5) 快餐行业移动O2O市场规模快速增长

7.5.3 中西快餐相互融合趋势

7.5.4 捆绑体育运动，开展跨国营销

7.6 快餐行业发展前景预测

7.6.1 快餐行业竞争加剧

7.6.2 经营模式向O2O转型，快餐行业市场规模快速增长

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/canyin/F29847LIBV.html>