

2009-2010年中国快餐行业 市场研究及投资趋势展望报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2009-2010年中国快餐行业市场研究及投资趋势展望报告》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.cction.com/report/200906/18621.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

第一章 2008-2009年中国快餐行业市场发展环境分析

一、2008-2009年中国快餐行业经济环境分析

- (一) 2009年第一季度中国宏观经济运行情况
- (二) 人均可支配收入持续增长推动餐饮消费需求
- (三) 奥运餐饮经济拉动营养快餐市场需求
- (四) 家庭私人消费比例攀升，大众餐饮市场持续扩大

二、2008-2009年中国快餐行业政策法规

- (一) 政府进一步规范连锁经营发展政策
- (二) 健全食品质量控制和安全监管制度

三、2008-2009年中国快餐行业技术创新

- (一) 规范化是快餐业以质制胜的关键
- (二) 标准化是企业持续发展的核心竞争力

第二章 快餐业的相关概述

一、餐饮业的介绍

- (一) 餐饮业的定义
- (二) 餐饮业的分类
- (三) 餐饮消费的六种类型
- (四) 餐饮业的经济地位和作用

二、快餐业的概述

- (一) 快餐的定义
- (二) 快餐简单分类
- (三) 快餐业的特点
- (四) 快餐的经营形式

第三章 2008-2009年国际快餐行业发展现状分析

一、2008-2009年国际快餐行业概况

- (一) 国际快餐行业发展历程
- (二) 国际快餐行业发展面临的问题
- (三) 国际快餐行业技术发展现状及趋势

二、2008-2009年西式快餐的发展状况

- (一) 洋快餐开进机场分析

(二) 洋快餐全天候餐厅成为新宠

(三) 肯德基与麦当劳的启迪

三、2008-2009年西式快餐的发展策略

(一) 洋快餐的制胜之道

(二) 西式快餐本土化发展

(三) 美式快餐的中国市场战略

四、2008-2009年主要国家快餐行业发展借鉴

(一) 美国

(二) 英国

(三) 日本

第四章 2008-2009年中国快餐行业发展现状分析

一、2008-2009年中国快餐行业整体发展概况

(一) 2008年餐饮业已步入微利时代

(二) 餐饮业经营陷入困境

(三) 餐饮业服务水平和餐饮卫生质量

(四) 方便快捷的要求

二、2008-2009年中国快餐行业现状与特点

(一) 快餐需求走向多样化，快餐企业不断拓宽经营空间

(二) 相关行业间的联合更加深入，出现新产业业态

(三) 西式快餐连锁企业迅速扩张，中西融合趋势增强

(四) 营销举措日益多样化，品牌意识明显增强

(五) 快餐存在营养缺陷，不利于扩大市场需求

三、2008-2009年影响中国快餐行业发展因素

(一) 经营品种过多、特色不突出

(二) 产品复杂难以标准化

(三) 配套产业不成熟等因素

(四) 开发新产品上难于和洋快餐比肩

四、2002-2008年中国连锁快餐店发展数据监测情况

(一) 限额以上连锁快餐店数量增长情况

(二) 限额以上连锁快餐店营业面积情况

(三) 限额以上连锁快餐店从业人数情况

(四) 限额以上连锁快餐店餐位数增长情况

（五）限额以上连锁快餐店营业额增长情况

第五章 2008-2009年中国快餐行业市场消费者调查分析

- 一、消费者对西式快餐的偏好程度分析
- 二、消费者对西式快餐就餐形式的选择
- 三、消费者到西式快餐店消费的周期
- 四、消费者中去西式快餐店消费的金额
- 五、北京写字楼里的公司员工人数分布情况
- 六、北京写字楼里的公司员工更换订餐公司的频繁程度
- 七、消费者对午饭的满意情况和抱怨因素
- 八、消费者对不同价格的午饭接受情况
- 九、消费者最喜欢的快餐食品
- 十、消费者选择快餐的决定因素

第六章 2008-2009年中国快餐行业市场竞争格局分析

- 一、2008-2009年中国快餐食品呈现区位化态势
 - （一）洋快餐推出中式食品
 - （二）中式快餐洋为中用
- 二、2008-2009年中国快餐行业竞争态势
 - （一）中低档快餐企业仍占绝对优势
 - （二）各区域快餐业发展不均衡
 - （三）中西快餐差距呈加大趋势
- 三、2008-2009年中国快餐行业竞争行为
 - （一）产品竞争
 - （二）就餐环境
 - （三）服务方式
 - （四）新快餐运动
 - （五）营销手段

第七章 2008-2009年中国地区特色快餐食品的发展形式

- 一、云南的过桥米线
- 二、新疆的烤羊肉串
- 三、北京的烤鸭
- 四、河南的烩面
- 五、福建的沙县小吃

六、陕西的凉皮肉夹馍

七、兰州的牛肉拉面

第八章 全球知名快餐企业分析

一、肯德基

（一）肯德基公司概况

（二）肯德基在中国的发展

（三）肯德基的成功经验

（四）肯德基立足中国的策略

二、麦当劳

（一）麦当劳概况

（二）麦当劳的中国策略

（三）麦当劳的营销方式

三、德克士

（一）德克士概况

（二）二三线城市成为德克士专攻目标

（三）德克士作为第三品牌的发展方式

（四）德克士中式产品比重将达到50%

四、吉野家

（一）吉野家人概况

（二）吉野家立足中国策略

（三）吉野家的经营策略

第九章 中国快餐行业顶尖企业分析

一、真功夫

（一）真功夫概况

（二）经营理念

（三）2008年真功夫食品价格走势

（四）2008年真功夫食品占有市场份额

二、面点王

（一）面点王概况

（二）深圳面点王快速发展背后的经营理念

（三）面点王企业的营销感悟和经营哲学

三、马兰拉面

- (一) 企业基本概况
- (二) 马兰拉面的经营理念及优势
- (三) 马兰拉面欲引领中国快餐业

四、大娘水饺

- (一) 企业基本概况
- (二) 大娘水饺优劣势分析
- (三) 大娘水饺经营启示

五、吉祥馄饨

- (一) 企业概况
- (二) 吉祥馄饨全国连锁事业的品牌管理机构
- (三) 吉祥馄饨成功启示

六、丽华快餐

- (一) 丽华快餐公司概况
- (二) 丽华快餐打造中国驰名商标
- (三) 丽华快餐在北京的发展策略

七、永和豆浆

- (一) 永和大王概况
- (二) 永和大王的发展历程
- (三) 永和大王的成功之道

第十章 2008-2009年中国快餐行业餐具与包装概述

一、一次性快餐餐具——筷子

- (一) 一次性餐饮具基本情况
- (二) 一次性快餐餐具存在的问题
- (三) 一次性筷子对人体三大危害

二、快餐餐具——发泡塑料盒

- (一) 发泡塑料餐具使用分析
- (二) 回收价值太低，难以形成全民参与的氛围
- (三) 淘汰发泡塑料餐具时机尚不成熟

三、纸质快餐餐具

- (一) 纸质快餐餐具定义
- (二) 纸质快餐餐具的优势
- (三) 纸质餐具取代塑料餐具成大势所趋

四、快餐包装的发展

- (一) 快餐包装应实施发泡与环保餐具并举的方针
- (二) 小麦淀粉及其秸秆纤维成为快餐包装新材料
- (三) 铝箔餐具将成为快餐包装的主流产品

第十一章 2009 - 2012年中国快餐业发展趋势透视

一、2009-2012年中国快餐业发展趋势分析

- (一) 快餐品牌特色将更加突出
- (二) “绿色”餐饮将是快餐业的持续发展方向
- (三) 连锁经营将继续成为快餐业的主攻方向
- (四) 餐饮食品的功能向医药和保健延伸

二、2009-2012年中国快餐业市场预测分析

三、2009-2012年中国快餐行业投资分析

- (一) 中国快餐行业投资环境分析
- (二) 中国快餐行业投资机会分析
- (三) 中国快餐行业投资风险分析

第十二章 2009-2012年中国快餐行业的发展策略分析

一、引进现代化大企业的经营观念和管理方法

- (一) 广泛吸纳社会资金，提高经济实力
- (二) 在经营管理层要注入新鲜血液

二、选择目标客户群，开拓洋快餐尚未占领的市场

- (一) 研制开发中小学生的营养配餐
- (二) 员工午餐
- (三) 出租车司机用餐
- (三) 临时就餐

三、中式快餐应该走出厅堂发展多种就餐形式

四、确定自己的特色产品

- (一) 中式快餐在注重口味的同时
- (二) 加强对快餐食品营养合理配比的研究
- (三) 增强产品品质的稳定性和一致性

五、从细微之处挖掘经营潜力

- (一) 中式快餐应对就餐环境
- (二) 服务态度、等候时间

（三）建立严格的卫生标准

六、发展连锁经营，实行集团化管理

图表目录（部分）：

图表：2007-2009年国内生产总值实际增长率（当季）

图表：2007-2009年三大产业增加值增长率（累计）

图表：2007-2009年工业增加值增长率（当月）

图表：2007-2009年城镇投资和房地产开发投资增速反弹

图表：2007-2009年社会消费品零售总额增长率

图表：2007-2009年居民消费价格指数与工业品出厂价格指数走势图

图表：2007-2009年进出口总值增长走势图

图表：2007-2009年货币供应量增长走势图

图表：略……

更多图表见报告正文

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200906/18621.html>