

中国西式快餐（洋快餐）行业商业运营现状全景 调研及十三五发展前景预测报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国西式快餐（洋快餐）行业商业运营现状全景调研及十三五发展前景预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/shipin/230471230471.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

中国餐饮市场这个庞大的“蛋糕”在吸引着越来越多的国际资本和实力雄厚的餐饮企业不断进入，在抢食市场“蛋糕”的同时，这些国际餐饮品牌也带来了许多先进经营管理理念与餐饮运营方式，丰富了国内市场餐饮经营业态。而本土餐饮企业经过市场竞争的洗礼，也在不断成长与成熟，这促使国内餐饮市场的竞争层次越来越高，餐饮企业都在想办法站在更高的层次上来提高自己的竞争力，都在想办法来如何更好的适应与满足消费需求的变化。餐饮竞争升级的同时，也让人们看到了一些趋势。

2012年1-3月全国餐饮业完成固定资产投资为633.51亿元，同比增长27.8%，较上年同期增幅扩大6.85个百分点，高出同期全国各行业固定资产投资增幅6.85个百分点，占1-3月全国城镇投资完成总额1.32%，该比重较上年略有上升0.07个百分点。餐饮业在2011年以来行业内投资保持相对稳定快速增长，截至目前其固定资产投资完成额较上年同期增加137.8亿元。

品牌对于餐饮企业而言，重要性不言而喻。餐饮市场的竞争最后必将是归结于品牌之间的竞争，谁的品牌力更强，谁就能拥有更广阔的市场，品牌力成为餐饮企业逐鹿市场的关键。品牌力也是吸引消费者最为关键的因素，随着人们对就餐环境、体验、服务等方面的要求越来越高，很多人都喜欢选择到一些“名气大”、“品牌响”的餐厅就餐，既能享受良好就餐体验，又很有面子，同时也吃的放心。一些本土餐饮企业之所以能够获得成功，除了产品力很强以外，品牌力可谓是其中的关键。西式快餐也正是重视并坚持对品牌进行打造，最终形成强势品牌力和市场影响力，从而实现企业持续、良性的发展。所以说，品牌是否具有足够的影响力决定了餐饮企业在市场竞争中是否能够胜出，没有品牌力的餐饮企业，最终将很难改变被市场、被消费者所淘汰的命运。

“方便”、“快捷”的西式快餐业态可以说是人们生活快节奏不断加快下的产物。而在我国，随着生活节奏不断加快、收入水平的不断提高，人们对西式快餐的需求量在日趋增大，西式快餐行业具有十分广阔的市场空间，对众多西式快餐企业而言，是一个非常好的发展机会。据相关部门统计，在北京、上海、江苏、浙江等经济比较发达的省市，西式快餐已经占到餐饮市场份额的30%以上。西式快餐正成为餐饮行业的一匹“黑马”，一支蓬勃发展的“生力军”。

中国报告网发布的《中国西式快餐（洋快餐）行业商业运营现状全景调研及十三五发展前景预测报告》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资

不可或缺的重要工具。

报告大纲：

第一部分发展环境分析

第一章2015年国际快餐行业发展现状分析

第一节2015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、国际快餐业发展影响因素

第二节2015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

第三节2015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

第四节2015年主要国家快餐行业发展借鉴

- 一、美国
- 二、英国
- 三、日本
- 四、法国
- 五、德国

第二章2015年中国西式快餐行业市场发展环境解析

第一节国内宏观经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2015年中国宏观经济发展预测分析

第二节2015年中国西式快餐市场政策环境分析

- 一、全国餐饮业发展规划纲要（2013-2015）
- 二、政府进一步规范连锁经营发展政策
- 三、健全食品质量控制和安全监管制度

第三节2015年中国西式快餐市场技术环境分析

第四节2015年中国西式快餐市场社会环境分析

- 一、中国人口规模及结构分析
- 二、人们生活节奏加快

三、中国卫生和社会服务分析

四、人均可支配收入持续增长推动餐饮消费需求

五、奥运餐饮经济拉动营养快餐市场需求

六、消费逐渐攀升，大众餐饮市场持续扩大

第二部分市场现状分析

第三章2015年中国西式快餐行业市场运行态势剖析

第一节2015年中国西式快餐行业发展动态分析

一、中国掀起西式快餐潮

二、西式快餐将进入微利时代

三、洋快餐再刮“传统中国风”

四、洋快餐加速本土化进程

第二节2015年中国西式快餐市场运行总况

一、西式快餐经营成本

二、西式快餐单品更新换代速度

三、成本压力波及洋快餐提价

第三节西式快餐在中国市场运营面临的热点问题——营养价值

一、“洋快餐”在中国发展路遇到问题

二、西式快餐面临的主要问题

三、洋快餐市场份额下滑

第四章2015年中国快餐行业市场消费者调查分析

第一节受访者基础情况分析

一、受访者职业分布

二、受访者及家族收入情况

三、消费者对午饭的满意情况和抱怨因素

四、消费者对不同价格的午饭接受情况

五、受访者对西式快餐的喜好程度

六、受访者对“洋快餐=洋垃圾”观点

七、快餐店经营调研结果

第二节消费者深度调研

一、消费者对六大西式快餐店偏好

二、您选择西式快餐最先考虑的是什么因素？

三、消费者吃西式快餐的频率

四、消费者对西式快餐单比喜了程度及占比

五、消费者去西式快餐厅一般会 and 谁一起去？

六、请问您吃西式快餐平均每人每次要花多少钱？

七、您认为影响汉堡口味的最主要因素是

八、西式快餐赠品对消费进行者的吸引力

九、关于西式快餐深度调查的其它结果

第三部分行业竞争分析

第五章2015年中国西式快餐市场竞争格局透析

第一节2015年中国西式快餐行业竞争动态分析

一、中洋快餐“跑马圈地”连锁扩张依然强劲

二、中洋快餐扩军备战拼人才

三、西式快餐打起“鸡翅战”

第二节2015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、价格竞争

六、促销手段

第三节2016-2020年中国西式快餐行业竞争趋势分析

一、中国快餐业发展趋势和竞争分析

二、中国“洋快餐”的竞争趋势

第六章2015年中国西式快餐品牌代表企业运营状况分析——肯德基

第一节肯德基发展概况

一、肯德基发展历程

二、肯德基特色企业文化

第二节2015年肯德基在中国市场布局分析

一、肯德基选址分析

二、肯德基中国区域分布

三、肯德基加盟体系分析

四、肯德基餐厅外观及内部环境设计

五、肯德基安全卫生管理分析

六、肯德基标准化服务

七、肯德基人才培养

八、肯德基本土化进展

第三节2015年肯德基在中国市场经营态势

一、肯德基供应链分析

二、肯德基产品开发分析

三、肯德基市场竞争力分析

1、肯德基的竞争优势分析

2、肯德基五力模型分析

四、肯德基市场盈利状况

第四节2015年肯德基在中国市场经营策略分析

一、西方文化和中国特色相结合的战略地制定

二、肯德基广告策略

三、肯德基促销策略

四、肯德基二三线城市经营战略

第七章2015年中国西式快餐品牌代表企业运营状况分析——麦当劳

第一节麦当劳发展概况

一、麦当劳发展综述

二、麦当劳产品特色

第二节2015年麦当劳经营与管理透析

一、经营理念与规范化管理

二、检查监督制度

三、培训体系

四、联合广告基金制度

五、以租赁为主的房地产经营策略

第三节2015年麦当劳在中国经营现状分析

一、麦当劳在中国内地的市场也有着迅猛的扩展

二、麦当劳进中国20年总投资超70亿

三、麦当劳——过度本土化非最佳模式

四、麦当劳发布开店计划

五、麦当劳本土化进展

六、麦当劳经营情况

第四节2015年麦当劳在中国运营状况分析

一、麦当劳供应链分析

二、麦当劳部分产品今提价0.5至1元

第五节2015年麦当劳在中国发展战略分析

一、麦当劳经营战略

二、麦当劳特许经营分析

三、麦当劳餐厅外观及内部环境设计

四、麦当劳广告策略

五、麦当劳促销策略

第八章中国西式快餐其它品牌代表企业分析

第一节德克士——顶新集团

- 一、德克士发展历程
- 二、德克士选址分析
- 三、德克士中国区域分布
- 四、德克士二三线城市经营战略
- 五、德克士特许经营分析
- 六、德克士加盟条件
- 七、德克士从1000家店到1万家店扩张

第二节汉堡王分析

- 一、汉堡王进入中国历史
- 二、汉堡王在中国发展现状
- 三、汉堡王在中国针对肯德基、麦当劳的竞争策略分析

第三节必胜客以及本土竞争对手分析

- 一、必胜客及竞争对手中国发展历程
- 二、必胜客经营策略
- 三、好伦哥竞争策略
- 四、棒！约翰的竞争策略
- 五、巴贝拉的竞争策略

第四节乡村基分析

- 一、乡村基发展历程
- 二、乡村基中西结合的经营特点
- 三、乡村基成功要素
- 四、乡村基区域布局以及各区域经营情况

第九章2015年中国本土西式快餐代表企业分析

第一节派乐汉堡

- 一、派乐汉堡竞争优势
- 二、派乐汉堡树立本土西式快餐新高度
- 三、派乐汉堡13年的“土狼”竞争

第二节华莱士

- 一、华莱士快餐店简介
- 二、华莱士用低价策略抢占洋快餐市场

第四部分投融资策略分析

第十章2016-2020年中国西式快餐行业发展趋势与前景展望分析

第一节2016-2020年中国西式快餐行业发展前景分析

第二节2016-2020年中国西式快餐行业发展趋势分析

- 一、快餐品牌特色将更加突出
- 二、连锁经营将继续成为快餐业的主攻方向
- 三、西式快餐本土化趋势研究

第三节2016-2020年中国西式快餐行业市场预测分析

- 一、西式快餐在中国市场规模预测
 - 1、中国西式快餐市场规模现状
 - 2、中国西式快餐市场规模预测
- 二、西式快餐在中国市场盈利预测分析
 - 1、中国西式快餐市场价值现状
 - 2、中国西式快餐市场价值预测

第四节中国市场肯德基麦当劳的本土模仿者分析

- 一、本土曾经模仿成功者失败经验总结
- 二、模仿者向麦当劳、肯德基学习经验总结

第十一章中国西式快餐行业发展战略分析

第一节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

第二节选择目标客户群，开拓洋西式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

第三节西式快餐发展多种就餐形式

第四节确定自己的特色产品

- 一、西式快餐在注重口味
- 二、加强对西式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

第五节从细微之处挖掘经营潜力

- 一、中式西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

第六节发展连锁经营，实行集团化管理

- 一、快速扩张的规模效应
- 二、完善的支持系统及人力资源
- 三、标准化与工业化的经营管理

四、组织与团队的运作

第十二章2016-2020年中国西式快餐行业投资战略研究

第一节2016-2020年中国西式快餐行业投资机会分析

一、加盟快餐行业将成为新的投资热点

二、快餐配送店前景广阔

第二节2016-2020年中国西式快餐行业投资风险预警

一、宏观调控政策风险

二、市场竞争风险

三、市场风险

第三节专家投资建议

一、行业

二、自检

三、具体的市场分析和调查

四、开设一个汉堡店的基本准备

五、真正迈出第一步

图表详见正文.....

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shipin/230471230471.html>