

2010-2015年中国快餐行业市场深度调研与投资盈利预测研究报告

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《2010-2015年中国快餐行业市场深度调研与投资盈利预测研究报告》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/canyin/8881188811.html>

报告价格：电子版: 6800元 纸介版：7000元 电子和纸介版: 7200

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

摘要

快餐 (a quick lunch (or meal); a snack; fast food) 即预先做好的能够迅速提供顾客食用的饭食, 如汉堡包、盒饭等。又叫盒饭。港台一带获译作速食、即食、便当等, 而消费者对快餐的理解是多种多样的, 远不止外来语原意所能包容。但无外乎这么几点, 即快餐是由食品工厂生产或大中型餐饮企业加工的, 大众化、节时、方便, 可以充当主食。快餐已成为了一种生活方式, 并因此出现了“快餐文化”和“速食主义”。

最早出现于西方世界, 英语称为 quickmeal“或 fastfood。引入中国之后, 中文名称就叫 快餐, 即烹饪好了的, 能随时供应的饭食。其实通常我们所说的 快餐 准确地来说应该叫中式快餐, 俗称盒饭。它是中餐吸收外国饮食文化而形成的饮食方式。它以明快、方便、节约的显著特征走进了千家万户

唐代市场有一种叫“立办”的酒席, 这“立办”, 便是唐代的快餐。据李肇的《国史补》记载: 唐德宗临时召见吴凑, 任命他为“京兆尹”, 而且要他立即赴任。吴凑在上任前, 邀请亲朋好友家中聚餐, 虽然时间很紧迫, 可是接到邀请的客人到来时, 酒宴已在桌上摆好了。有些客人大惑不解, 吴府的人回答道: “两市日有礼席, 举铛釜而取之, 故三五百人之馔, 可立办也。”到了宋代, 在东京、杭城等地, 市场上有一种比比皆是叫“逐时施行索唤”和“咄嗟可办”的餐饮, 如同今日所谓的方便快餐了。

目录

第一章 快餐行业相关概述

第一节 餐饮业阐述

一、餐饮业经营

二、餐饮业消费的六种类型

三、餐饮业的经济地位和作用

第二节 快餐业的概述

一、快餐发特色

1、西式快餐

2、中式快餐

二、快餐简单分类

三、快餐的经营形式

第二章 2009-2010年中国快餐行业市场运行环境分析

第一节 2009-2010年中国快餐行业经济环境分析

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、2010年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2009-2010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

第三节 2009-2010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

第三章 2009-2010年国际快餐行业发展现状分析

第一节 2009-2010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 2009-2010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 2009-2010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 2009-2010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 2009-2010年世界知名快餐企业竞争分析

第一节 肯德基

- 一、肯德基公司简介
- 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

第二节 麦当劳

- 一、麦当劳简介
- 二、麦当劳的中国策略
- 三、麦当劳的经营策略
- 四、麦当劳的营销方式

第三节 德克士

一、德克士简介

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

第四节 吉野家

一、吉野家人简介

二、吉野家立足中国策略

三、吉野家的经营策略

第五章 2009-2010年中国快餐行业运行形势分析

第一节 2009-2010年中国快餐行业整体发展概况

一、2009-2010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

第二节 2009-2010年中国快餐行业现状综述

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

六、菜价上涨对中式快餐的影响

第三节 2009-2010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

第六章 2009-2010年中国快餐行业市场消费者调查分析

第一节 消费者对西式快餐的偏好程度分析

第二节 消费者对西式快餐就餐形式的选择

第三节 消费者到西式快餐店消费的周期

第四节 消费者中去西式快餐店消费的金额

第五节 北京写字楼里的公司员工人数分布情况

第六节 北京写字楼里的公司员工更换订餐公司的频繁程度

第七节 消费者对午饭的满意情况和抱怨因素

第八节 消费者对不同价格的午饭接受情况

第九节 消费者最喜欢的快餐食品

第十节 消费者选择快餐的决定因素

第七章 2009-2010年中国快餐行业市场竞争格局分析

第一节 2009-2010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

第二节 2009-2010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

第三节 2009-2010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

第八章 2009-2010年中国地区特色快餐食品市场透析

第一节 云南的过桥米线

第二节 新疆的烤羊肉串

第三节 北京的烤鸭

第四节 河南的烩面

第五节 福建的沙县小吃

第六节 陕西的凉皮肉夹馍

第七节 兰州的牛肉拉面

第九章 2009-2010年引领中国快餐行业优势企业竞争力分析

第一节 真功夫

一、真功夫简介

二、经营理念

三、2009-2010年真功夫食品价格走势

四、2009-2010年真功夫食品占有市场份额

第二节 面点王

一、面点王简介

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

第三节 马兰拉面

一、企业简介

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

第四节 大娘水饺

一、企业简介

二、市场出售食品价格走势

三、市场占有率分析

第五节 吉祥馄饨

一、企业简介

二、吉祥馄饨全国连锁事业的品牌管理机构

三、市场占有率分析

第六节 丽华快餐

一、丽华快餐公司简介

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

第七节 永和豆浆

一、永和大王简介

二、永和大王的发展历程

三、永和大王的成功之道

第十章 2009-2010年中国快餐行业餐具与包装概述分析

第一节 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

第二节 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

第三节 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

第四节 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、卫生、方便、实用、成本低廉

第十一章 2010-2015年中国快餐业前景展望与趋势预测分析

第一节 2010-2015年中国快餐业新趋势透析

- 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

第二节 2010-2015年中国快餐业市场预测分析

- 一、市场供给预测分析
- 二、需求预测分析
- 三、市场竞争预测分析

第三节 2010-2015年中国快餐业市场盈利预测分析

第十二章 2010-2015年中国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 中式快餐应该走出厅堂发展多种就餐形式

第四节 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

第五节 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。

第六节 发展连锁经营，实行集团化管理

第十三章 2010-2015年中国快餐行业投资机会与投资风险分析

第一节 2010-2015年中国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 2010-2015年中国快餐行业投资风险预警

一、政策风险

二、经营风险

三、技术风险

四、进入退出风险

五、原材料分析

六、外资进入风险

第三节 专家投资建议

图表目录：（部分）

图表：2005-2009年国内生产总值

图表：2005-2009年居民消费价格涨跌幅度

图表：2009年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2009年年末国家外汇储备

图表：2005-2009年财政收入

图表：2005-2009年全社会固定资产投资

图表：2009年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2009年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2009年肯德基价格走势

图表：2009年肯德基市场占有率

图表：2009年麦当劳价格走势

图表：2009年麦当劳市场占有率

图表：2009年德克士价格走势

图表：2009年德克士市场占有率

图表：2009年真功夫食品价格走势

图表：2009年真功夫食品占有市场份额

图表：2009年面点王食品价格走势

图表：2009年面点王食品占有市场份额

图表：2009年大娘水饺食品价格走势

图表：2009年大娘水饺食品占有市场份额

图表：2009年吉祥馄饨食品价格走势

图表：2009年吉祥馄饨食品占有市场份额

图表：2009年丽华快餐食品价格走势

图表：2009年丽华快餐食品占有市场份额

图表：2009年永和豆浆食品价格走势

图表：2009年永和豆浆食品占有市场份额

图表：消费者对西式快餐的偏好程度分析

图表：消费者对西式快餐就餐形式的选择

图表：消费者到西式快餐店消费的周期

图表：消费者中去西式快餐店消费的金额

图表：北京写字楼里的公司员工人数分布情况

图表：北京写字楼里的公司员工更换订餐公司的频繁程度

图表：消费者对午饭的满意情况和抱怨因素

图表：消费者对不同价格的午饭接受情况

图表：消费者最喜欢的快餐食品

图表：消费者选择快餐的决定因素

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/canyin/8881188811.html>