

2016-2022年中国快餐市场运营态势与投资前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2016-2022年中国快餐市场运营态势与投资前景预测报告》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：<https://www.chyxx.com/research/201606/424325.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

衣、食、住、行，构成了人们的基本生活，而“民以食为天”的俗语，又使“吃”最密切地与每一个人相关联。随着中国社会经济的不断发展，人们生活逐步从温饱型向小康型过渡。

随着快餐行业竞争的不断加剧，国内的快餐企业越来越重视对行业连锁经营管理的研究，特别是对行业标准化和工业化的深入研究。正因为如此，一大批国内优秀的快餐企业迅速崛起，逐渐成为中国快餐行业中的翘楚!

智研咨询发布的《2016-2022年中国快餐市场运营态势与投资前景预测报告》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，具有重要的参考价值!

智研咨询是中国权威的产业研究机构之一，提供各个行业分析，市场分析，市场预测，行业发展趋势，行业发展现状，及各行业产量、进出口，经营状况等统计数据，中国产业研究、中国研究报告，具体产品有行业分析报告，市场分析报告，年鉴，名录等。

报告目录：

第1章：快餐行业发展综述16

1.1 快餐行业概述16

1.1.1 快餐的定义和特点16

1.1.2 快餐产品分类16

1.1.3 快餐行业一般规律17

1.1.4 快餐行业生命周期17

1.1.5 快餐的作用和地位18

1.2 快餐行业发展环境分析18

1.2.1 快餐行业政策环境分析18

(1) 行业管理体制分析18

(2) 《中国快餐发展纲要》18

(3) 餐饮业发展规划19

1.2.2 快餐行业经济环境分析21

(1) GDP21

(2) 居民可支配收入22

1.2.3 快餐行业社会环境分析23

(1) 文化环境23

(2) 科技环境24

(3) 自然环境24

- 1.2.4 快餐行业消费环境分析25
 - (1) 人口密度25
 - (2) 人口结构25
 - (3) 社会环境对快餐行业的影响25
- 第2章：快餐行业发展分析26
- 2.1 快餐行业发展状况26
- 2.1.1 快餐行业发展阶段分析26
- 2.1.2 快餐行业发展情况27
 - (1) 快餐行业发展规模27
 - (2) 快餐行业经营情况29
- 2.1.3 快餐连锁行业发展情况29
 - (1) 总店数29
 - (2) 门店总数30
 - (3) 从业人员数31
 - (4) 营业面积31
 - (5) 餐位数32
 - (6) 营业额32
- 2.1.4 快餐行业五力分析33
 - (1) 潜在进入者分析33
 - (2) 替代因素分析33
 - (3) 购买者分析33
 - (4) 供应商分析33
 - (5) 行业内竞争者分析34
- 2.2 中式与西式快餐对比分析34
- 2.2.1 中式与西式快餐优势对比34
- 2.2.2 中式与西式快餐经营模式对比35
- 2.2.3 中式与西式快餐其他方面对比36
- 2.2.4 西式快餐对中式快餐的启示36
- 2.2.5 中式与西式快餐竞争策略分析38
- 2.3 年我国快餐行业发展大事件40
- 2.3.1 餐饮受冲击高端转型大众快餐40
- 2.3.2 中式快餐企业呈现爆发式增长40
- 2.3.3 洋快餐流年不利遇到新的挑战40
- 2.3.4 麦当劳本土化进程高调卖米饭41
- 2.3.5 习主席去吃包子引发轰动效应41

- 2.3.6 德克士回归一线开店超2000家41
- 2.3.7 赛百味凭借加盟模式加速扩张42
- 2.3.8 乡村基退出北京上海发力双品牌42
- 2.3.9 “上市热”急剧降温暴露顽疾42
- 2.3.10 快餐机器人、售卖机带来生机43
- 第3章：快餐行业消费市场分析44
- 3.1 快餐行业主要消费产品分析44
- 3.2 快餐行业消费群体分析45
- 3.2.1 快餐行业消费者群体分析45
 - (1) 餐饮消费者消费类型分析45
 - (2) 快餐行业消费者消费群体分析46
 - (3) 从中西快餐的角度分析快餐消费群体46
- 3.2.2 不同消费者消费特征分析47
- 3.3 快餐行业消费行为分析47
- 3.3.1 餐饮消费者心理分析47
 - (1) 餐饮消费前的心理效应47
 - (2) 餐饮消费过程中的心理效应48
- 3.3.2 消费者餐饮决策分析49
- 3.3.3 餐饮消费行为分析50
- 3.4 年上半年快餐行业消费者调研分析50
- 3.4.1 调研方法50
- 3.4.2 调研发现51
 - (1) 82%的消费者选择中式快餐51
 - (2) 46%的消费者选择早餐时段购买快餐51
 - (3) 面条以26%的点单率成为消费者的最爱52
- 3.4.3 调研总结53
- 第4章：快餐行业关联行业发展分析54
- 4.1 餐饮业发展分析54
- 4.1.1 餐饮业收入分析54
- 4.1.2 餐饮业发展趋势分析55
- 4.1.3 餐饮业对快餐行业的影响56
- 4.2 旅游业发展分析56
- 4.2.1 旅游业发展情况56
 - (1) 国内游发展情况56
 - (2) 入境游发展情况57

- 4.2.2 旅游市场消费格局58
 - (1) 旅游市场高、中、低端协同发展58
 - (2) 高、中、低端旅游市场特点及细分市场情况59
- 4.2.3 旅游行业发展趋势分析61
- 4.2.4 旅游业对快餐行业的影响62
- 4.3 会展业发展分析62
 - 4.3.1 中国会展业发展规模63
 - (1) 展览会数量63
 - (2) 展出面积65
 - (3) 会展业产值67
 - 4.3.2 中国展会分布情况68
 - (1) 展会时间分布68
 - (2) 展会行业分布68
 - (3) 展期特征分布69
 - 4.3.3 中国会展行业发展趋势分析71
 - 4.3.4 会展业对快餐行业的影响72
- 4.4 调味品行业发展分析73
 - 4.4.1 调味品行业发展概况73
 - 4.4.2 调味品市场竞争分析73
 - 4.4.3 调味品细分产品市场分析74
 - (1) 酱油、食醋市场分析74
 - (2) 味精产品市场分析77
 - 4.4.4 调味品行业未来发展趋势78
 - 4.4.5 调味品行业对快餐行业的影响79
- 4.5 快餐餐具及包装市场分析80
 - 4.5.1 一次性餐具市场分析80
 - (1) 一次性餐具发展情况80
 - (2) 一次性餐具存在问题80
 - 4.5.2 环保餐具市场分析81
 - (1) 环保餐具发展优势81
 - (2) 环保餐具发展困境82
 - 4.5.3 快餐包装市场分析82
 - 4.5.4 快餐餐具及包装对快餐行业的影响82
- 4.6 咖啡店连锁市场分析83
 - 4.6.1 咖啡连锁经营发展规模分析83

- (1) 咖啡店连锁企业开店总数分析83
- (2) 咖啡店连锁企业营业面积分析84
- (3) 咖啡店连锁企业从业人员分析84
- (4) 咖啡店连锁企业餐位数分析84
- (5) 咖啡店连锁企业商品购进总额分析84
- (6) 咖啡店连锁企业营业收入分析85
- (7) 咖啡店连锁企业配送中心分析85
- 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85
 - (1) 雕刻时光发展历程分析85
 - (2) 雕刻时光经营理念分析87
 - (3) 雕刻时光发展规模分析87
 - (4) 雕刻时光连锁模式分析89
 - (5) 雕刻时光客户定位与细分91
 - (6) 雕刻时光价值主张分析91
 - (7) 雕刻时光收入来源分析91
 - (8) 雕刻时光成本结构分析91
 - (9) 雕刻时光的创新点分析92
 - (10) 雕刻时光核心竞争力分析92
- 第5章：快餐行业运营分析93
 - 5.1 快餐店的前期投资建设93
 - 5.1.1 快餐经营品种的选择93
 - (1) 选择经营品种的目的93
 - (2) 选择经营品种的依据93
 - 5.1.2 快餐店的定位及选址93
 - (1) 快餐店的不同定位93
 - (2) 快餐店的选址依据94
 - 5.1.3 快餐店的规模及装修94
 - (1) 快餐店经营规模分类94
 - (2) 快餐店经营规模及装修的考虑因素94
 - 5.2 快餐店的标准化运营管理94
 - 5.2.1 产品标准化95
 - (1) 源头选材及用料标准化95
 - (2) 产品库存及运输标准化95
 - (3) 产品制作标准化95
 - 5.2.2 流程标准化96

- (1) 厨房制作标准化96
- (2) 服务标准化96
- (3) 销售体系标准化97
- (4) 库存管理标准化97
- 5.2.3 连锁经营管理标准化97
 - (1) 经营模式97
 - (2) 营销策略99
 - (3) 标准化管理105
- 第6章：领先快餐企业经营分析110
 - 6.1 快餐企业发展总体状况110
 - 6.2 西式快餐企业经营分析110
 - 6.2.1 胜餐饮集团经营情况分析110
 - (1) 企业发展简况分析110
 - (2) 企业在华经营分析111
 - (3) 企业经营规模分析113
 - (4) 企业经营模式分析113
 - (5) 企业营销策略分析115
 - (6) 企业经营状况优劣势分析116
 - (7) 企业投资兼并与重组分析116
 - (8) 企业最新发展动向分析116
 - 6.2.2 麦当劳公司经营情况分析116
 - (1) 企业发展简况分析116
 - (2) 企业在华经营分析116
 - (3) 企业经营规模分析117
 - (4) 企业经营模式分析118
 - (5) 企业营销策略分析119
 - (6) 企业经营状况优劣势分析119
 - (7) 企业投资兼并与重组分析120
 - (8) 企业最新发展动向分析120
 - 6.2.3 德克士经营情况分析120
 - (1) 企业发展简况分析120
 - (2) 企业在华经营分析121
 - (3) 企业经营规模分析121
 - (4) 企业经营模式分析121
 - (5) 企业营销策略分析122

- (6) 企业经营状况优劣势分析123
- 6.3 中式快餐企业经营分析123
 - 6.3.1 味千(中国)控股有限公司经营情况分析123
 - (1) 企业发展简况分析123
 - (2) 企业主营产品分析124
 - (3) 企业经营情况分析124
 - 1) 主要经济指标分析124
 - 2) 企业盈利能力分析125
 - 3) 企业运营能力分析125
 - 4) 企业偿债能力分析125
 - 5) 企业发展能力分析126
 - (4) 企业经营模式分析126
 - (5) 单个味千拉面门店经营情况分析127
 - (6) 企业经营优劣势分析129
 - (7) 企业最新发展动向分析129
 - 6.3.2 真功夫餐饮管理有限公司经营情况分析130
 - (1) 企业发展简况分析130
 - (2) 企业主营产品分析130
 - (3) 企业经营情况分析130
 - (4) 企业经营模式分析130
 - (5) 企业营销策略分析130
 - (6) 企业经营优劣势分析131
 - (7) 企业发展战略分析131
 - (8) 企业最新发展动向分析131
 - 6.3.3 合兴餐饮集团经营情况分析131
 - (1) 企业发展简况分析131
 - (2) 企业经营品牌分析132
 - (3) 企业经营情况分析133
 - (4) 企业经营模式分析133
 - (5) 企业经营优劣势分析133
 - (6) 企业发展战略分析133
 - (7) 企业最新发展动向分析133
 - 6.3.4 天津狗不理集团有限公司经营情况分析133
 - (1) 企业发展简况分析133
 - (2) 企业经营规模分析137

- (3) 企业经营模式分析137
- (4) 企业营销策略分析137
- (5) 企业经营状况优劣势分析138
- (6) 企业投资兼并与重组分析138
- (7) 企业最新发展动向分析138
- 6.3.5 聚德华天控股有限公司经营情况分析138
 - (1) 企业发展简况分析139
 - (2) 企业主营产品分析139
 - (3) 企业经营模式分析139
 - (4) 企业营销策略分析139
 - (5) 企业经营优劣势分析139
- 6.3.6 大娘水饺餐饮集团股份有限公司经营情况分析140
 - (1) 企业发展简况分析140
 - (2) 企业主营产品分析140
 - (3) 企业经营情况分析140
 - (4) 企业经营模式分析140
 - (5) 企业营销策略分析140
 - (6) 企业经营优劣势分析141
 - (7) 企业投资兼并与重组分析141
 - (8) 企业最新发展动向分析141
- 6.3.7 河北千喜鹤饮食股份有限公司经营情况分析142
 - (1) 企业发展简况分析142
 - (2) 企业主营产品分析142
 - (3) 企业经营情况分析142
 - (4) 企业经营模式分析142
 - (5) 企业经营优劣势分析142
 - (6) 企业发展战略分析143
- 6.3.8 浙江五芳斋实业股份有限公司经营情况分析143
 - (1) 企业发展简况分析143
 - (2) 企业主营产品分析143
 - (3) 企业经营情况分析143
 - (4) 企业经营模式分析143
 - (5) 企业营销策略分析143
 - (6) 企业经营优劣势分析144
 - (7) 企业发展战略分析144

- (8) 企业投资兼并与重组分析144
- 6.3.9 索迪斯中国经营情况分析145
 - (1) 企业发展简况分析145
 - (2) 企业主营业务分析145
 - (3) 企业经营情况分析145
 - (4) 企业经营优劣势分析145
 - (5) 企业发展战略分析146
- 6.3.10 永和大王集团经营情况分析146
 - (1) 企业发展简况分析146
 - (2) 企业主营产品分析146
 - (3) 企业经营情况分析146
 - (4) 企业营销策略分析147
 - (5) 企业经营优劣势分析147
 - (6) 企业发展战略分析147
 - (7) 企业最新发展动向分析147
- 6.3.11 乡村基(中国)餐饮管理有限公司经营情况分析148
 - (1) 企业发展简况分析148
 - (2) 企业主营产品分析148
 - (3) 企业经营情况分析148
 - 1) 利润分析149
 - 2) 资产负债分析149
 - 3) 现金流量分析149
 - (4) 企业经营模式分析150
 - (5) 企业成功经验分析150
 - (6) 企业经营优劣势分析151
 - (7) 企业发展战略分析151
 - (8) 企业最新发展动向分析152
- 6.3.12 江西中快餐饮(集团)发展有限公司经营情况分析152
 - (1) 企业发展简况分析152
 - (2) 企业主营产品分析152
 - (3) 企业经营情况分析152
 - (4) 企业经营模式分析152
 - (5) 企业经营优劣势分析153
 - (6) 企业发展战略分析153
- 6.3.13 蚌埠包天下餐饮管理有限公司经营情况分析153

- (1) 企业发展简况分析153
- (2) 企业主营产品分析153
- (3) 企业经营规模分析153
- (4) 企业经营模式分析154
- (5) 企业营销策略分析154
- (6) 企业经营优劣势分析154
- (7) 企业发展战略分析154
- 6.3.14 大连亚惠快餐有限公司经营情况分析154
 - (1) 企业发展简况分析155
 - (2) 企业主营业务分析155
 - (3) 企业经营模式分析155
 - (4) 企业经营优劣势分析155
- 6.3.15 北京首都机场餐饮发展有限公司经营情况分析156
 - (1) 企业发展简况分析156
 - (2) 企业主营业务分析156
 - (3) 企业经营情况分析156
 - (4) 企业经营模式分析157
 - (5) 企业经营优劣势分析157
 - (6) 企业发展战略分析157
- 6.3.16 上海世好餐饮管理有限公司经营情况分析157
 - (1) 企业发展简况分析157
 - (2) 企业主营产品分析158
 - (3) 企业经营情况分析158
 - (4) 企业经营模式分析158
 - (5) 企业经营优劣势分析159
 - (6) 企业发展战略分析159
 - (7) 企业最新发展动向分析159
- 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159
 - (1) 企业发展简况分析159
 - (2) 企业主营产品分析160
 - (3) 企业经营情况分析160
 - (4) 企业经营模式分析160
 - (5) 企业营销策略分析160
 - (6) 企业经营优劣势分析161
 - (7) 企业发展战略分析161

6.3.18 马兰拉面快餐连锁有限责任公司经营情况分析161

- (1) 企业发展简况分析161
- (2) 企业主营产品分析162
- (3) 企业经营模式分析162
- (4) 企业营销策略分析162
- (5) 企业经营优劣势分析163
- (6) 企业投资兼并与重组分析163
- (7) 企业最新发展动向分析163

6.3.19 宁波海曙新四方美食有限公司经营情况分析163

- (1) 企业发展简况分析163
- (2) 企业主营产品分析164
- (3) 企业经营模式分析164
- (4) 企业经营优劣势分析164
- (5) 企业最新发展动向分析164

6.3.20 北京呷哺呷哺餐饮管理有限公司经营情况分析165

- (1) 企业发展简况分析165
- (2) 企业主营产品分析165
- (3) 企业经营情况分析165
- (4) 企业经营模式分析165
- (5) 企业营销策略分析165
- (6) 企业经营优劣势分析166
- (7) 企业发展战略分析166
- (8) 企业投资兼并与重组分析166
- (9) 企业最新发展动向分析167

6.3.21 深圳市嘉旺餐饮连锁有限公司经营情况分析167

- (1) 企业发展简况分析167
- (2) 企业主营产品分析167
- (3) 企业经营模式分析167
- (4) 企业营销策略分析167
- (5) 企业经营优劣势分析168
- (6) 企业发展战略分析168
- (7) 企业最新发展动向分析168

6.3.22 深圳面点王饮食连锁有限公司经营情况分析169

- (1) 企业发展简况分析169
- (2) 企业主营产品分析169

- (3) 企业经营模式分析169
- (4) 企业营销策略分析169
- (5) 企业经营优劣势分析170
- (6) 企业最新发展动向分析170
- 6.3.23 常州丽华快餐有限公司经营情况分析170
 - (1) 企业发展简况分析170
 - (2) 企业经营规模分析171
 - (3) 企业经营模式分析172
 - (4) 企业营销策略分析172
 - (5) 企业经营状况优劣势分析172
- 6.3.24 北京老家快餐有限责任公司经营情况分析173
 - (1) 企业发展简况分析173
 - (2) 企业主营产品分析173
 - (3) 企业经营情况分析174
 - (4) 企业经营模式分析174
 - (5) 企业营销策略分析174
 - (6) 企业定位分析174
 - (7) 企业投资兼并与重组分析175
 - (8) 企业经营优劣势分析176
- 第7章：快餐行业投资分析及发展前景预测177
 - 7.1 快餐行业投资现状分析177
 - 7.2 快餐行业投资风险分析177
 - 7.2.1 政策风险177
 - 7.2.2 原材料供求风险177
 - 7.2.3 宏观经济波动风险178
 - 7.2.4 其他风险178
 - 7.3 快餐行业投资机会分析178
 - 7.3.1 国家扩大内需的方针为快餐业发展带来新空间178
 - 7.3.2 国家加快服务业发展战略为快餐业带来新机遇178
 - 7.3.3 经济全球化为快餐业的发展带来新生机178
 - 7.4 快餐行业投资建议分析179
 - 7.4.1 社会化179
 - 7.4.2 国际化179
 - 7.4.3 多样化179
 - 7.4.4 产业化179

7.5 快餐行业发展趋势180

7.5.1 中式快餐将成主流180

7.5.2 快餐业的移动电商180

- (1) 互联网用户规模的迅速扩大180
- (2) 手机网民占互联网网民比重不断提高181
- (3) 快餐店内设免费WIFI入口182
- (4) 移动服务182
- (5) 快餐行业移动O2O市场规模快速增长182

7.5.3 中西快餐相互融合趋势183

7.5.4 捆绑体育运动，开展跨国营销184

7.6 快餐行业发展前景预测184

7.6.1 快餐行业竞争加剧184

7.6.2 经营模式向O2O转型，快餐行业市场规模快速增长184

图表目录：

图表1：快餐的定义和特点16

图表2：我国快餐产品的分类16

图表3：快餐行业的一般规律17

图表4：我国快餐行业的管理体制18

图表5：中国快餐业发展的主要任务19

图表6：“十二五”期间我国餐饮业发展任务19

图表7：2010-2015年中国国内生产总值及增长速度（单位：亿元，%）22

图表8：2010-2015年我国城镇居民人均可支配收入增长趋势图（单位：元，%）22

图表9：2010-2015年我国农村居民人均纯收入增长趋势图（单位：元，%）23

图表10：影响快餐业发展的文化环境因素23

图表11：影响快餐业发展的自然环境因素24

图表12：我国快餐行业发展阶段分析26

图表13：2011年以来中国快餐行业法人企业数量变化情况（单位：个，%）27

图表14：2011年以来中国快餐行业从业人员数量变化情况（单位：人，%）28

图表15：2011年以来中国快餐行业营业额变化情况（单位：亿元，%）28

图表16：2011年以来我国快餐行业主要经济指标分析（单位：亿元）29

图表17：2011年以来我国快餐行业偿债能力分析（单位：亿元）29

图表18：2011年以来中国快餐连锁行业总店数变化情况（单位：个）30

图表19：2011年以来中国快餐连锁行业门店总数变化情况（单位：个，%）30

图表20：2011年以来中国快餐连锁行业从业人员数量变化情况（单位：万人，%）31

图表21：2011年以来中国快餐连锁行业营业面积变化情况（单位：万平方米，%）31

- 图表22：2011年以来中国快餐连锁行业餐位数变化情况（单位：万个，%）32
- 图表23：2011年以来中国快餐连锁行业营业额变化情况（单位：亿元，%）32
- 图表24：中式与西式快餐优势对比分析34
- 图表25：中式与西式快餐经营模式对比分析35
- 图表26：中式与西式快餐其他方面对比分析36
- 图表27：西式快餐对中式快餐的启示37
- 图表28：快餐行业主要消费产品介绍44
- 图表29：消费者选择哪个渠道吃快餐（单位：%）51
- 图表30：调研对象选择快餐的形式（单位：%）52
- 图表31：消费者在快餐上的人均花费（单位：元）52
- 图表32：快餐菜式5大金刚——按点单率排名（单位：%）53
- 图表33：2010-2015年我国餐饮业收入变化情况（单位：亿元，%）54
- 图表34：我国餐饮业发展趋势分析55
- 图表35：2010-2015年中国国内旅游人数增长情况（单位：亿人次，%）56
- 图表36：2010-2015年中国国内旅游收入增长情况（单位：万亿元，%）57
- 图表37：2010-2015年我国入境过夜游客数变化情况（单位：万人次，%）57
- 图表38：2010-2015年中国入境旅游外汇收入变化情况（单位：亿美元，%）58
- 图表39：旅游市场高、中、低端协同发展59
- 图表40：高、中、低端旅游市场特点分析59
- 图表41：高、中、低端旅游市场特点及细分市场情况61
- 图表42：2011年以来中国展览会数量及增长率（单位：场，%）63
- 图表43：我国各省市展览会数量（单位：场）64
- 图表44：我国各省市展馆数量（单位：座）65
- 图表45：2011年以来中国展览会展出面积及增长率（单位：万平方米，%）66
- 图表46：我国各省市展览会展出面积（单位：万平方米）66
- 图表47：2011年以来中国会展业直接产值及增长率（单位：亿元，%）67
- 图表48：2010年以来中国会展业拉动其他产业收入及增长率（单位：亿元，%）67
- 图表49：展会数量月度分布（单位：个）68
- 图表50：展会行业数量分布情况（单位：个）69
- 图表51：展会按举办时长分类的数量分布（单位：个）69
- 图表52：展会按举办时长分布图（单位：%）71
- 图表53：会展行业发展趋势分析71
- 图表54：2010-2015年我国调味品行业销售收入及增长情况（单位：亿元，%）73
- 图表55：2010-2015年中国酱油、食醋行业销售收入及增长率（单位：亿元，%）74
- 图表56：2010-2015年中国酱油产量及增长率（单位：万吨，%）75

- 图表57：酱油行业竞争格局75
- 图表58：2015年酱油行业十大品牌76
- 图表59：2015年食醋行业十大品牌76
- 图表60：2010-2015年中国味精行业销售收入及增长率（单位：亿元，%）77
- 图表61：2015年味精行业十大品牌78
- 图表62：我国调味品行业发展趋势分析78
- 图表63：2010年以来我国咖啡馆数量变化趋势图（单位：家）83
- 图表64：2016-2022年我国连锁咖啡馆数量变化趋势图（单位：家）84
- 图表65：2016-2022年我国连锁咖啡馆零售市场规模及预测85
- 图表66：雕刻时光发展历程86
- 图表67：雕刻时光全国分店一览表87
- 图表68：雕刻时光加盟店主要选择类型及要求90
- 图表69：雕刻时光加盟店选址的基本要求90
- 图表70：雕刻时光加盟店相关加盟费用91
- 图表71：现代快餐公司的营销功能100
- 图表72：百胜餐饮集团基本信息111
- 图表73：百胜餐饮集团旗下品牌在中国经营情况112
- 图表74：百胜餐饮集团经营策略114
- 图表75：百胜餐饮集团经营策略115
- 图表76：百胜餐饮集团优劣势分析116
- 图表77：麦当劳公司基本信息116
- 图表78：麦当劳在中国的发展历程117
- 图表79：2010-2015年麦当劳公司利润表（单位：百万美元）117
- 图表80：2010-2015年麦当劳公司资产负债表（单位：百万美元）118
- 图表81：2010-2015年麦当劳公司现金流量表（单位：百万美元）118
- 图表82：麦当劳公司优劣势分析119
- 图表83：德克士获得荣誉统计120
- 图表84：德克士在中国的发展历程121
- 图表85：德克士营销策略分析122
- 图表86：德克士优劣势分析123
- 图表87：味千（中国）控股有限公司基本信息124
- 图表88：2011-2015年味千（中国）控股有限公司主要经济指标分析（单位：万港元）124
- 图表89：2011-2015年味千（中国）控股有限公司盈利能力分析（单位：%）125
- 图表90：2011-2015年味千（中国）控股有限公司运营能力分析（单位：次）125
- 图表91：2011-2015年味千（中国）控股有限公司偿债能力分析（单位：%）126

- 图表92：2012-2015年味干（中国）控股有限公司发展能力分析（单位：%）126
- 图表93：截至2015年底味干（中国）控股有限公司连锁经营店铺分地区数量情况（单位：家）127
- 图表94：单个味干拉面门店前期投资所需资金情况简表（单位：元）128
- 图表95：单个味干拉面可变成本数额如下（单位：元）129
- 图表96：味干（中国）控股有限公司优劣势分析129
- 图表97：真功夫餐饮管理有限公司基本信息130
- 图表98：真功夫餐饮管理有限公司优劣势分析131
- 图表99：合兴餐饮集团基本信息131
- 图表100：合兴餐饮集团优劣势分析133
- 图表101：天津狗不理集团有限公司发展历程图（一）134
- 图表102：天津狗不理集团有限公司发展历程图（二）135
- 图表103：天津狗不理集团有限公司发展历程图（三）136
- 图表104：天津狗不理集团有限公司组织结构图137
- 图表105：天津狗不理集团有限公司优劣势分析138
- 图表106：聚德华天控股有限公司基本信息139
- 图表107：聚德华天控股有限公司优劣势分析139
- 图表108：大娘水饺餐饮集团股份有限公司基本信息140
- 图表109：大娘水饺餐饮集团股份有限公司优劣势分析141
- 图表110：河北千喜鹤饮食股份有限公司基本信息142
- 图表111：浙江五芳斋实业股份有限公司优劣势分析142
- 图表112：浙江五芳斋实业股份有限公司基本信息143
- 图表113：浙江五芳斋实业股份有限公司优劣势分析144
- 图表114：索迪斯中国基本信息145
- 图表115：索迪斯中国优劣势分析146
- 图表116：永和大王集团基本信息146
- 图表117：永和大王集团优劣势分析147
- 图表118：乡村基（中国）餐饮管理有限公司基本信息148
- 图表119：乡村基（中国）餐饮管理有限公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图148
- 图表120：2010-2015年乡村基（中国）餐饮管理有限公司利润表（单位：百万元）149
-略

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201606/424325.html>