

2012-2016年中国快餐行业竞争格局与投资潜力研究报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2012-2016年中国快餐行业竞争格局与投资潜力研究报告》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：<https://www.chyxx.com/research/201208/I5271644AU.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

快餐业的发展是由社会进步和经济发展决定的，是人民生活水平提高与生活方式改善的迫切需要，是人们为适应社会经济建设，工作与生活节奏加快，家庭服务和单位后勤服务走向社会化的必然产物。

智研咨询发布的《2012-2016年中国快餐行业竞争格局与投资潜力研究报告》共十二章。首先介绍了中国快餐行业的概念，接着分析了中国快餐行业发展环境，然后对中国快餐行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国快餐行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国快餐行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

第一章 快餐业的相关概述

第一节 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

第二节 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

第二章 2011年国际快餐行业发展现状分析

第一节 2011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

第二节 2011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 2011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 2011年主要国家快餐行业发展借鉴

一、美国

二、英国

三、日本

第三章 2011年世界知名快餐企业运营状况浅析

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将达到50%

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

第四章 中国快餐行业市场发展环境分析

第一节 国内快餐经济环境分析

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、2012年中国快餐经济发展预测分析

第二节 中国快餐行业政策环境分析

第五章 2011年中国快餐行业发展现状分析

第一节 2011年中国快餐行业整体发展概况

一、2011年餐饮业已步入微利时代

二、餐饮业经营陷入困境

三、业服务水平 and 餐饮卫生质量

四、方便快捷的要求

第二节 2011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

第三节 2011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 2011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額

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 2011年中国快餐行业市场竞争格局解析

第一节 2011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 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 2011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 2011年中国地区特色快餐食品的发展形式

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 2011年引领中国快餐行业顶尖企业竞争力分析

第一节 真功夫

一、真功夫简介

二、经营理念

三、2011年真功夫食品价格走势

四、2011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 2011年中国快餐行业餐具与包装概述

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 2012-2016中国快餐业发展趋势透视

第一节 2012-2016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

第二节 2012-2016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 2012-2016年中国快餐业市场盈利预测分析

第十二章 2012-2016年中国快餐行业投资机会与风险分析

第一节 2012-2016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 2012-2016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：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2011年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2011年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2012年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2012年中国GDP增速预测

图表：.....

更多图表详见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201208/I5271644AU.html>