

# 2016-2022年中国快餐行业市场运营态势及发展前景预测报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2016-2022年中国快餐行业市场运营态势及发展前景预测报告》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：<https://www.chyxx.com/research/201609/449748.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

快餐店又称速食店，指提供快捷及款式一贯的食品及服务但不提供餐桌服务或餐桌服务极少的餐厅。快餐店通常设有专为快速点餐、烹调及上菜而设的专属点餐及烹调平台。如今，快餐已成为大众餐饮的主力业态，对带动餐饮市场的增长起着至关重要的作用，因此，快餐是朝阳产业和高频刚需。统计数据显示，2015年中国快餐行业的销售规模达7107亿元，年复合增长率达15.32%。

### 2011-2015年中国快餐行业销售规模

快餐业在全球餐饮中占据的比例包括美国35%、欧洲30%、日本 20%、香港10%等。而在中国，即使在北京、广州、上海，这一比例也仅有5%。由于国家八项规定的出台，中国餐饮业不可避免地受到冲击，增速继续下滑，降幅进一步扩大，高端餐饮更是受挫严重。

中式快餐是相对于西式快餐而言的，肯德基和麦当劳在中国的风行使本土餐饮产业结构迎来新的变化。随着国人生活形态的变化，传统中式正餐已不能满足国人快节奏的生活，逐渐受到冷落。而西式快餐由于自身的原因，不能面向大众推广。这样，以中国人饮食习惯为基础，结合快餐的某些元素，一种全新的属于中国本土的餐饮形式就诞生了。近年来，洋快餐在中国大行其道，虽然洋快餐一度受到中国消费者的青睐，但中式快餐仍以其品种优势、价格优势及在主要消费层次中的口味优势而占据了大部分的国内快餐市场。

据国家商务部统计显示，我国的快餐市场90%为中式快餐店，而西式快餐店仅占10%，未来发展趋势仍将以中式快餐食品占主导地位，洋快餐只能作为一种补充，无法成为主流。中式快餐与西式快餐相比，有着更为合理的营养和膳食搭配，口味上更符合中国大众饮食习惯，菜品的选择性更强；从消费水平来讲，也更符合中国国情。

智研咨询发布的《2016-2022年中国快餐行业市场运营态势及发展前景预测报告》共七章。首先介绍了快餐相关概念及发展环境，接着分析了中国快餐规模及消费需求，然后对中国快餐市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国快餐面临的机遇及发展前景。您若想对中国快餐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。

报告目录：

第一章 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) GDP 21
    - (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

## 第二章 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 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

### 第三章 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 2016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
第四章 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

第五章 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

第六章 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

永和大王餐饮集团于2004年被快乐蜂集团收购持有，目前已经在中国的十余个城市共开设连锁餐厅。快乐蜂集团成立于1978年，为菲律宾规模最大的餐饮集团，旗下四个品牌，于10余个国家拥有1000多家餐厅，并不断地继续在全球各地拓展集团的规模。2015年，永和大王荣获“C-BPI中国中式快餐连锁行业第一品牌”的美誉，永和大王也是餐饮业唯一连续五年蝉联第一的品牌，成为了中国市场上当之无愧的中式快餐领导品牌。

2014-2015年永和大王餐饮集团销售额情况

2014-2015年永和大王餐饮集团门店数情况

2014-2015年永和大王餐饮集团加盟店情况

(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

马兰拉面快餐连锁有限责任公司成立于1995年，在中国传统饮食文化的基础上，借鉴了现代快餐简捷、明快的风格，形成了中国传统餐饮与现代快餐相结合的中式快餐模式。马兰

拉面是极具个性化的中式快餐品牌，依托在北京、天津、山东等地直营店的成功经验，通过特许经营模式在全国各地发展迅速，成为国内规模较大的中式快餐连锁经营企业，也成为国内特许经营领域的佼佼者。

2012-2015年马兰拉面快餐连锁有限责任公司销售额情况

2012-2015年马兰拉面快餐连锁有限责任公司门店数情况

2012-2015年马兰拉面快餐连锁有限责任公司加盟店情况

(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

## 第七章 快餐行业投资分析及发展前景预测 177 (ZY ZM)

- 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：“十三五”期间我国餐饮业发展任务	19
图表7：2014-2016年中国国内生产总值及增长速度（单位：亿元，%）	22
图表8：2014-2016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9：2014-2016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13：2014-2016年中国快餐行业法人企业数量变化情况（单位：个，%） 27
- 图表14：2014-2016年中国快餐行业从业人员数量变化情况（单位：人，%） 28
- 图表15：2014-2016年中国快餐行业营业额变化情况（单位：亿元，%） 28
- 图表16：2014-2016年我国快餐行业主要经济指标分析（单位：亿元） 29
- 图表17：2014-2016年我国快餐行业偿债能力分析（单位：亿元） 29
- 图表18：2014-2016年中国快餐连锁行业总店数变化情况（单位：个） 30
- 图表19：2014-2016年中国快餐连锁行业门店总数变化情况（单位：个，%） 30
- 图表20：2014-2016年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21：2014-2016年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22：2014-2016年中国快餐连锁行业餐位数变化情况（单位：万个，%） 32
- 图表23：2014-2016年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33：2014-2016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35：2014-2016年中国国内旅游人数增长情况（单位：亿人次，%） 56
- 图表36：2014-2016年中国国内旅游收入增长情况（单位：万亿元，%） 57
- 图表37：2014-2016年我国入境过夜游客数变化情况（单位：万人次，%） 57
- 图表38：2014-2016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42：2014-2016年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45：2014-2016年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47：2014-2016年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54：2014-2016年我国调味品行业销售收入及增长情况（单位：亿元，%） 73

图表55：2014-2016年中国酱油、食醋行业销售收入及增长率（单位：亿元，%） 74

图表56：2014-2016年中国酱油产量及增长率（单位：万吨，%） 75

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201609/449748.html>