

2008年中国快餐业研究咨询报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2008年中国快餐业研究咨询报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/200807/4382.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

→内容简介

2007年5月1日《商业特许经营管理条例》施行，统计显示，目前，中国已有2320个特许体系，涉及行业60余种，加盟店铺总数达到16.8万个，从而一举成为世界上特许体系最多的国家。2007年12月1日，《餐饮企业经营规范》（SB/T10426 - 2007），将正式实施。《餐饮企业经营规范》从餐饮企业经营应具备的基本要求、经营场地、设备设施、规章制度、卫生安全和后续处理方面提出了规范要求，适用于各种经济类型的餐饮企业。标准在提倡餐饮业规模化经营的同时，兼顾了中小型餐饮企业的经营特点，具有较强的行业指导性和可操作性。

2007年1-8月份，全国住宿与餐饮业零售额累计实现7722亿元，同比增长18.1%，比2006年同期增幅高出2.4个百分点，占社会消费品零售总额的13.8%，拉动社会消费品零售总额增长2.4个百分点，对社会消费品零售总额的增长贡献率为15.5%。

自进入21世纪以来，中国快餐业就取得了持续快速地发展。据调查统计，我国快餐业年营业额已经超过2000亿元，连锁网点突破100万个，并以每年20%的增长速度快速发展着。随着中国餐饮业、特别是快餐业的发展，处在第二集团的中式快餐已经在发力。麦当劳和肯德基两大西式快餐巨头，已占据了我国快餐市场的半壁江山。如今，曼哈顿快餐又登陆中国。全球最大的中式快餐连锁店大家乐集团也卷土重来，再战中国内地市场。从2008年开始，肯德基开始全面实施本土化战略，在中国市场近2000家餐厅中，蒙牛牛奶将加入其产品线。原本火爆的快餐市场又面临一场新的战斗。而国内品牌真功夫为在港上市“搭梯”，正酝酿店面升级，已采用全球餐饮先进操作系统。

未来几年中国的快餐市场仍然充满机遇，快餐需求走向多样化，快餐企业经营空间不断拓宽，外延日趋扩大，服务领域更加宽广：快餐连锁店持续发展，店态风格更加丰富，连锁经营稳步推进；团体供餐异军突起，专业公司不断发展壮大，成为市场新的亮点；各地早餐工程纷纷启动，一批快餐连锁企业担当主力，迅速崛起；送餐和外卖发展势头强劲，市场需求不断增强，前景广阔；快餐食品加工发展速度加快，积极开拓面向家庭的需求服务，受到欢迎；快餐的休闲、便餐色彩有所强化，企业开拓创新与延伸经营力度加强，显示出我国快餐业发展的生机与活力。

本研究咨询报告依据国家统计局、中国消费者协会、中国烹饪协会、中国烹协快餐委员会、中国各省市餐饮协会、全国商业信息中心、国内外多种相关报刊杂志的基础信息以及专业研究单位等公布、提供的大量的内容翔实、统计精确的资料和数据，立足于全球快餐市场，从中国快餐业发展情况、中国快餐市场发展情况、主要城市快餐市场现状、快餐企业发展情况以及快餐业未来发展趋势、发展策略等多方面深度剖析，全面展快餐业现状，揭示快餐业

市场潜在需求与潜在机会。本报告是快餐企业、经营快餐的相关企业和单位以及计划投资于快餐业的企业和投资者等准确了解目前中国快餐市场发展动态，把握快餐行业消费现状与趋势，制定市场策略的必备的重要决策参考资料。

目录

CONTENTS

第一部分 行业发展概况

第一章 快餐业发展概况 1

第一节 餐饮业基本知识 1

一、餐饮业定义 1

二、国内餐饮业分类法 2

三、餐饮消费类型 5

第二节 快餐行业基本知识 7

一、快餐定义 7

二、快餐的主要分类 7

三、快餐的作用与地位 8

四、快餐产业化的内涵 8

五、快餐业的特性和发展的一般规律 9

第三节 我国快餐业发展环境分析 10

一、2007年1-8月宏观经济运行指标分析 10

二、2007年1-8月中国的贸易形势及特点分析 20

三、2007年三季度我国价格走势分析 31

第四节 我国快餐业法律法规分析 43

一、餐饮企业经营规范 43

二、2007年7月餐饮卫生监督公示制度试行 48

三、2007年《商业特许经营管理条例》开始实施 49

第二部分 餐饮业发展分析

第二章 我国餐饮业发展分析 51

第一节 我国餐饮业发展现状 51

- 一、2007年1-8月份全国餐饮业市场分析 51
- 二、我国餐饮业的快速发展 55
- 三、2007年中国餐饮业零售额展望 57
- 第二节 大众化餐饮发展现状及问题 58
 - 一、关于大众化餐饮的界定 58
 - 二、我国大众化餐饮市场的发展现状 59
 - 三、我国大众化餐饮存在的问题 60
 - 四、促进大众化餐饮发展的政策建议 62
- 第三节 2007年黄金周我国餐饮市场状况 65
 - 一、2007年“十一”黄金周全国餐饮市场情况分析 65
 - 二、2007年“五一”黄金周全国餐饮市场调查情况分析 66
- 第四节 我国餐饮市场运行分析 69
 - 一、2007年1-8月餐饮业市场状况 69
 - 二、2007年1-8月全国餐饮业投资状况 73
 - 三、2006年餐饮企业经济状况统计 73
 - 四、2010年中国餐饮规模预测 113

第三部分 行业市场状况

第三章 我国快餐业发展状况 117

第一节 我国快餐行业发展现状 117

- 一、快餐行业现阶段特点分析 117
- 二、快餐发展存在的主要问题 119
- 三、快餐发展取得的经验 120
- 四、快餐品牌热衷区域性加盟 124

第二节 我国快餐发展的误区及突破 125

- 一、中国快餐发展的误区 125
- 二、我国快餐业的制约因素 128
- 三、中国快餐业的突破 130

第三节 中国快餐市场的消费特征分析 134

- 一、快餐消费频率分析 135
- 二、各城市消费类型与时间对比分析 135
- 三、各年龄段快餐消费类型和时间对比分析 136

四、快餐选择考虑的主要因素	137
第四节 快餐连锁经营分析	137
一、快餐特许加盟	137
二、快餐业连锁经营的动因	142
三、快餐连锁企业人才培养体系构建	145
四、连锁快餐助阵大众化早点	148
第五节 我国快餐区域市场状况	151
一、长沙市快餐业市场现状与发展趋势	151
二、扬州快餐价格上涨分析	162
三、哈尔滨快餐市场分析	163
四、广州快餐市场价格分析	164
五、武汉快餐业标准化分析	165
六、石家庄快餐市场分析	167
七、厦门快餐市场价格分析	168
八、天津快餐业企业化分析	169
九、上海快餐区位化竞争分析	170
第四章 中式快餐市场分析	172
第一节 中式快餐的发展分析	172
一、中式快餐的发展阶段	172
二、中式快餐的竞争优势	173
三、食材涨价下中式快餐状况	176
四、中式快餐“蒸”模式分析	180
第二节 中式快餐发展存在问题	184
一、中式快餐发展的三道坎	184
二、中式快餐连锁问题解析	189
三、中式快餐SWOT分析	191
第三节 中式快餐市场特征及战略模式	196
一、由传统走向现代的中国快餐业	196
二、当前快餐业探索中的几种模式分析	198
三、市场区域特征决定战略模式的选择	200

第五章 西式快餐市场分析 203

第一节 西式快餐的发展状况 203

- 一、洋快餐开进机场分析 203
- 二、洋快餐全天候餐厅成为新宠 204
- 三、肯德基与麦当劳的启迪 205

第二节 西式快餐的发展策略 208

- 一、洋快餐的制胜之道 208
- 二、西式快餐本土化发展 210
- 三、美式快餐的中国市场战略 212

第四部分 行业包装发展分析

第六章 快餐餐具及包装市场分析 215

第一节 一次性快餐餐具 215

- 一、一次性餐饮具基本情况 215
- 二、一次性餐饮具存在的主要问题 216
- 三、2007年一次性筷子进出口统计 219

第二节 环保餐具发展的重任分析 227

- 一、环保餐具发展现状 227
- 二、环保餐具发展优势 228
- 三、环保餐具发展困境 229

第三节 其他快餐包装发展分析 229

- 一、快餐纸包装的发展趋势 229
- 二、快餐包装的发泡和环保餐具并举方针 234
- 三、发泡塑料袋的特点分析 236

第五部分 行业竞争分析

第七章 我国快餐业市场竞争分析 239

第一节 我国快餐的竞争格局分析 239

- 一、快餐行业三大分流状况分析 239
- 二、快餐行业的盈利保卫战分析 239

第二节 中式快餐与西式快餐的比较 242

- 一、中式快餐与西式快餐特许加盟比较 242

- 二、中西快餐连锁经营的比较 245
- 三、中西快餐饮食习惯的比较 251
- 四、中西快餐的优缺点对比 253
- 第三节 快餐企业的竞争动态 258
 - 一、真功夫升级店面战海外 258
 - 二、曼哈顿打造中国式西餐连锁品牌 261
 - 三、大家乐卷土重来中国市场 261
 - 四、嘉旺成为深圳餐饮企业连锁巨舰 263

第八章 我国快餐业优势企业分析 267

第一节 麦当劳公司 267

- 一、公司概况 267
- 二、2007年第3季麦当劳业绩 268
- 三、麦当劳加薪背后的思考 268
- 四、麦当劳成功营销策略分析 270

第二节 肯德基 274

- 一、肯德基简介 274
- 二、肯德基烹调中国版快餐 275
- 三、肯德基引蒙牛品牌进店 278
- 四、肯德基的成功经验 279

第三节 德克士 280

- 一、公司简介 280
- 二、公司加盟策略 282
- 三、公司品牌策略 284
- 四、公司转战二三线市场 287

第四节 丽华快餐 290

- 一、公司简介 290
- 二、公司全面升级 291
- 三、公司电子商务快餐 293

第五节 马兰拉面 295

- 一、公司简介 295
- 二、公司品牌化战略 296

- 三、公司拉起中国快餐旗帜 296
- 四、公司快餐发展优势 298
- 第六节 永和大王 299
 - 一、公司简介 299
 - 二、公司的成功之道 300
- 第七节 面点王 304
 - 一、公司简介 304
 - 二、公司发展的经营理念 305
 - 三、公司的营销感悟和经营哲学 306

第六部分 行业趋势及策略

第九章 我国快餐业发展趋势分析 311

第一节 我国餐饮业的发展趋势 311

- 一、餐饮业多元化发展趋势 311
- 二、饮食业的格局变化趋势 312
- 三、餐饮业的科学化趋势 313
- 四、餐饮业的管理趋势 314

第二节 快餐行业的发展趋势 315

- 一、中式快餐将成主流 315
- 二、网络快餐受上班族青睐 317
- 三、我国快餐的营养趋势 319
- 四、中西快餐相互融合趋势 319
- 五、瓦罐煨汤的快餐化趋势 322

第三节 我国快餐行业的未来展望 323

- 一、社会化趋势 323
- 二、国际化趋势 323
- 三、多样化趋势 323
- 四、产业化趋势 324

第十章 我国快餐业发展策略分析 328

第一节 快餐市场营销策略 328

- 一、快餐市场营销的内容 328

- 二、餐饮企业营销手段 329
- 三、快餐行业的市场营销策略 333
- 四、传统餐饮快餐化变革策略 336
- 第二节 中式快餐发展策略 337
 - 一、中式快餐的摆渡人 337
 - 二、中式快餐企业的绿色营销战略 341
- 第三节 中国快餐企业的“7加1”工程 344
 - 一、理念比悟性关键 344
 - 二、战略比战役关键 345
 - 三、教练比领导关键 346
 - 四、体系比兼职关键 347
 - 五、制度比说教关键 347
 - 六、管理比天赋关键 348
 - 七、文化比约束关键 349
- 第四节 部分企业快餐成功模式分析 350
 - 一、In-N-Out快餐店发展模式 350
 - 二、星期八连锁快餐店的成功经营之道 354
 - 三、南来顺嫁接洋快餐模式 357
 - 四、老娘舅等中式快餐的赚钱门道 359

图表目录

- 图表：1999年8月-2007年8月工业增加值月度同比增长率 11
- 图表：1999年8月-2007年8月社会消费品零售总额月度同比增长率 12
- 图表：1999年1-8月-2007年1-8月固定资产投资完成额月度累计同比增长率 14
- 图表：1999年8月-2007年8月出口总额月度同比增长率与进口总额月度同比增长率 15
- 图表：1999年8月-2007年8月居民消费价格指数 16
- 图表：1999年8月-2007年8月工业品出厂价格指数 18
- 图表：1999年8月-2007年8月货币供应量月度同比增长率 20
- 图表：2007年1-8月我国对外贸易进出口增幅 21
- 图表：2007年1-8月钢铁、铜及铝进口量增幅 24
- 图表：2007年1-8月纺织原料及制品类章进口额增长趋势 24
- 图表：2007年1-8月小麦及大麦进口数量增幅 25

图表：2007年1-8月资源类产品出口量增幅 27

图表：2007年1-8月我国贸易顺差变化 29

图表：2007年8月全国住宿和餐饮零售额增速 52

图表：2007年1-8月全国住宿和餐饮业零售额对比 52

图表：2007年限额上下企业经营对比 53

图表：餐饮业零售额相关年度“跨千亿元台阶”情况 53

图表：快餐经营模式图 54

图表：餐饮业细分行业和业态的发展 54

图表：餐饮业态类型 55

图表：2007年1月住宿和餐饮业总额 69

图表：2007年2月住宿和餐饮业总额 69

图表：2007年3月住宿和餐饮业总额 70

图表：2007年4月住宿和餐饮业总额 70

图表：2007年5月住宿和餐饮业总额 71

图表：2007年6月住宿和餐饮业总额 71

图表：2007年7月住宿和餐饮业总额 72

图表：2007年8月住宿和餐饮业总额 72

图表：2007年1-8月全国住宿和餐饮业城镇投资情况 73

图表：2006年按登记注册类型和业态分限额以上连锁餐饮业集团数 73

图表：2006年按行业和业态分限额以上连锁餐饮业集团数 75

图表：2006年按行业与登记注册类型分限额以上连锁餐饮业集团数 75

图表：2006年限额以上连锁餐饮企业基本情况 77

图表：2006年按业态分限额以上连锁餐饮企业基本情况（一） 78

图表：2006年按业态分限额以上连锁餐饮企业基本情况（二） 80

图表：2006年按注册类型分限额以上连锁餐饮企业基本情况（一） 82

图表：2006年按注册类型分限额以上连锁餐饮企业基本情况（二） 84

图表：2006年按注册类型分限额以上连锁餐饮企业基本情况（三） 86

图表：2006年按行业分限额以上连锁餐饮企业基本情况（一） 88

图表：2006年按行业分限额以上连锁餐饮企业基本情况（二） 89

图表：2006年按行业分限额以上连锁餐饮企业基本情况（三） 89

图表：2006年按地区与业态分限额以上连锁餐饮企业数 89

图表：2006年按地区与注册类型分限额以上连锁餐饮企业数（一） 90

图表：2006年按地区与注册类型分限额以上连锁餐饮企业数（二） 91

图表：2006年按地区与行业分限额以上连锁餐饮企业数 93

图表：2006年全国各地区限额以上连锁餐饮企业正餐门店数 94

图表：2006年全国各地区限额以上连锁餐饮企业快餐门店数 95

图表：2006年全国各地区限额以上连锁餐饮企业茶馆门店数 96

图表：2006年全国各地区限额以上连锁餐饮企业咖啡门店数 97

图表：2006年全国各地区限额以上连锁餐饮企业其他餐饮门店数 98

图表：2006年全国各地区限额以上连锁餐饮业收入统计 100

图表：2006年全国各地区限额以上连锁餐饮业正餐营业收入统计 101

图表：2006年全国各地区限额以上连锁餐饮业快餐营业收入统计 102

图表：2006年全国各地区限额以上连锁餐饮业茶馆营业收入统计 103

图表：2006年全国各地区限额以上连锁餐饮业咖啡店营业收入统计 104

图表：2006年全国各地区限额以上连锁餐饮业其他餐饮营业收入统计 105

图表：2006年全国各地区限额以上连锁餐饮业餐费收入统计 106

图表：2006年全国各地区限额以上连锁餐饮业正餐餐费收入统计 107

图表：2006年全国各地区限额以上连锁餐饮业快餐餐费收入统计 108

图表：2006年全国各地区限额以上连锁餐饮业茶馆餐费收入统计 110

图表：2006年全国各地区限额以上连锁餐饮业咖啡店餐费收入统计 111

图表：2006年全国各地区限额以上连锁餐饮业其他餐饮餐费收入统计 112

图表：不同城市的人最喜欢的快餐种类 135

图表：不同城市比较经常吃快餐的时间 136

图表：不同城市的市民在选择快餐时的较多考虑的因素的比例 137

图表：餐饮业部分连锁企业连锁店数量和连锁店销售额增长情况 139

图表：餐饮业部分企业特许经营配送额增长情况 139

图表：部分连锁餐饮业培训增长情况 139

图表：餐饮业部分企业多品牌经营情况 140

图表：餐饮业各行业部分企业多品牌和将开展多品牌经营情况 140

图表：部分连锁餐饮企业特许费收取方式 140

图表：部分连锁餐饮业特许经营保证金收取情况 141

图表：连锁餐饮企业特许经营单店投资额情况 141

图表：连锁餐饮业各行业部分企业特许经营模式 141

图表：餐饮业特许经营难点 142

图表：餐饮业各行业关注的主要问题 142

图表：2006年一季度一次性筷子进口统计 219

图表：2006年二季度一次性筷子进口统计 219

图表：2006年三季度一次性筷子进口统计 219

图表：2006年四季度一次性筷子进口统计 220

图表：2006年一季度一次性筷子出口统计 220

图表：2006年二季度一次性筷子出口统计 220

图表：2006年三季度一次性筷子出口统计 221

图表：2006年四季度一次性筷子出口统计 221

图表：2007年1月一次性筷子进口统计 221

图表：2007年2月一次性筷子进口统计 221

图表：2007年3月一次性筷子进口统计 222

图表：2007年4月一次性筷子进口统计 222

图表：2007年5月一次性筷子进口统计 222

图表：2007年6月一次性筷子进口统计 222

图表：2007年7月一次性筷子进口统计 223

图表：2007年8月一次性筷子进口统计 223

图表：2007年1月一次性筷子出口统计 223

图表：2007年2月一次性筷子出口统计 223

图表：2007年3月一次性筷子出口统计 224

图表：2007年4月一次性筷子出口统计 224

图表：2007年5月一次性筷子出口统计 224

图表：2007年6月一次性筷子出口统计 224

图表：2007年7月一次性筷子出口统计 225

图表：2007年8月一次性筷子出口统计 225

图表：2007年1月一次性筷子按一般贸易方式进出口总数 225

图表：2007年2月一次性筷子按一般贸易方式进出口总数 225

图表：2007年3月一次性筷子按一般贸易方式进出口总数 226

图表：2007年4月一次性筷子按一般贸易方式进出口总数 226

图表：2007年5月一次性筷子按一般贸易方式进出口总数 226

图表：2007年6月一次性筷子按一般贸易方式进出口总数 226

图表：2007年7月一次性筷子按一般贸易方式进出口总数 227

图表：2007年8月一次性筷子按一般贸易方式进出口总数 227

图表：麦当劳、肯德基特许方式对比 268

图表：德克士在中国门店数变化图 282

图表：现代快餐公司的营销功能 334

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200807/4382.html>