

2024-2030年中国快餐市场 深度分析与市场供需预测报告

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

《2024-2030年中国快餐市场深度分析与市场供需预测报告》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/202401/432999.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

餐饮业是我国较早开放的行业。国际知名餐饮企业的不断涌进，对我国餐饮业的经营理念、服务质量标准、文化氛围、饮食结构、从业人员素质要求等产生了深刻影响。可以预见，未来我国餐饮行业竞争局面激烈仍将维持。

中国餐饮行业历史悠久，行业发展前景广阔，市场空间巨大。过去一年中国餐饮市场规模已达4.2万亿！报告从行业、品类、品牌、外卖、消费者、城市、趋势多角度，全面立体具象化解构餐饮行业，并揭示了餐饮行业发展趋势。

对于中国近14亿的人口来说，餐饮市场的份额可是非常巨大的，就看你有没有能力和信心。可以说，餐饮业真正成为消费升级背景下拉动内需的重要产业。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国快餐市场深度分析与市场供需预测报告》共十三章。首先介绍了中国快餐行业市场发展环境、快餐整体运行态势等，接着分析了中国快餐行业市场运行的现状，然后介绍了快餐市场竞争格局。随后，报告对快餐做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国快餐行业发展趋势与投资预测。您若想对快餐产业有个系统的了解或者想投资中国快餐行业，本报告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：

第一章快餐行业概述

第一节餐饮业概述

一、餐饮业的定义

二、餐饮业的分类

三、餐饮业的特征

四、餐饮业生命周期

五、餐饮业对国民经济的作用

第二节快餐的定义和分类

一、快餐的定义

二、快餐的分类

第三节快餐的其他概念

- 一、快餐起源
- 二、我国快餐业的发展状况
- 三、现代快餐企业概述
- 四、快餐的作用与地位
- 五、快餐产业化的内涵
- 六、快餐业的发展规律
- 七、快餐的健康问题
- 八、中式快餐的概念

第二章餐饮业整体市场发展分析

第一节中国餐饮行业发展状况分析

- 一、中国餐饮行业发展历程
- 二、2020年中国餐饮业发展现状分析
- 三、2020年餐饮行业企业经济效益分析
- 四、2020年餐饮行业财务情况分析
- 五、中国餐饮业行业总体竞争状况分析
 - (一) 中国餐饮服务行业集中度分析
 - (二) 中国餐饮服务业不同所有制企业竞争格局分析
- 六、2020年餐饮市场分析及下半年预测

第二节2024-2030年中国餐饮百强企业发展情况

- 一、餐饮百强企业营业规模分析
- 二、餐饮百强企业经营业态分析
- 三、餐饮百强企业性质结构分析
- 四、餐饮百强企业地区分布分析
- 五、餐饮百强企业经营模式分析
- 六、餐饮百强企业综合业绩分析
- 七、餐饮百强企业竞争力分析

第三节餐饮业中电子商务的应用分析

- 一、餐饮业适合电子商务发展的特性
- 二、国内餐饮业的电子商务存在方式
- 三、电子商务给餐饮业带来的机遇和挑战
- 四、电子商务在餐饮业中的运用策略

五、2019年中国餐饮行业电子商务营销趋势分析

第四节中国餐饮业发展中的问题分析

- 一、中国当代餐饮业的主要问题
- 二、中国集团饮食供应存在问题分析
- 三、酒店餐饮业人才问题分析
- 四、中国餐饮业发展存在问题分析
- 五、餐饮业发展三大瓶颈

第五节促进中国餐饮业健康发展的对策

- 一、餐饮业发展需要三大平台
- 二、餐饮业向规模经济发展对策分析
- 三、中国餐饮业的个性化服务策略
- 四、国内餐饮业品牌打造的策略
- 五、中国餐饮业可持续发展的建议

第三章我国快餐行业发展分析

第一节我国快餐业市场发展分析

- 一、我国快餐业起步和发展速度
- 二、我国快餐业经营主体
- 三、我国快餐业经营方式分析
- 四、我国快餐业服务领域分析

第二节我国快餐业市场发展分析

- 一、行业经营情况分析
- 二、行业财务指标分析
- 三、2020年休闲快餐产业发展潜力分析

第三节中国快餐业市场形势分析

- 一、到2020年中国快餐业的市场发展态势
- 二、中式快餐品牌以集群形式发展态势
- 三、联合采购中的保密问题
- 四、中式快餐的休闲化发展趋势

第四章我国中式快餐市场发展分析

第一节中式快餐市场发展状况

- 一、中式快餐市场发展情况
- 二、中式快餐发展的有利因素
- 三、中式快餐发展制约因素
- 四、中式快餐的产业化发展情况
- 五、中式快餐发展瓶颈分析
- 六、中式快餐的全球化发展

第二节对中国中式快餐的SWOT分析

- 一、优势
- 二、劣势
- 三、机遇

第三节中式快餐业竞争分析

- 一、中式快餐市场竞争分析
- 二、中式快餐赶超洋快餐
- 三、中式快餐的竞争策略

第四节中式快餐低弥原因和对策分析

- 一、导致中式快餐低弥的主观原因
- 二、导致中式快餐低弥的客观原因
- 三、完善中式快餐的应对对策措施

第五节中式快餐发展前景与策略

- 一、布局连锁化经营
- 二、推广标准化操作
- 三、找准定位主动出击
- 四、中式快餐发展建议

第五章我国西式快餐市场发展分析

第一节西式快餐市场发展状况

- 一、中国西式快餐市场发展分析
- 二、2020年洋快餐集体抢食晚餐市场
- 三、2020年洋快餐本土化趋势分析

第二节西式快餐市场的前景和潜力研究

- 一、西式快餐市场前景
- 二、西式快餐市场建议

第六章快餐企业连锁经营分析

第一节餐饮连锁运作分析

- 一、连锁餐饮发展模式
- 二、餐饮连锁特许商的标准
- 三、餐饮业连锁经营的选址特点
- 四、餐饮业连锁经营经济指标分析

第二节餐饮连锁发展概况

- 一、2020年快餐连锁行业发展情况分析
- 二、连锁经营成为餐饮业主导模式

第三节中餐连锁

- 一、中式餐饮的连锁经营现状分析
- 二、中餐连锁竞争力分析
- 三、发展中餐连锁应重视中西文化差别
- 四、中餐连锁企业运营障碍及对策分析

第四节餐饮连锁经营的商圈及相关理论

- 一、商圈的一般性原则与特点
- 二、国外餐饮巨头商圈策略借鉴
- 三、商圈状况分类与特征分析
- 四、商圈内连锁餐饮企业获得竞争优势的途径

第五节餐饮连锁的问题及对策

- 一、中式餐饮连锁业的症结
- 二、餐饮连锁经营的策略分析
- 三、餐饮连锁经营模式研析
- 四、餐饮业连锁经营应注重品牌战略

第七章快餐企业连锁经营

第一节湖北

- 一、湖北餐饮业零售额
- 二、湖北省高端餐饮转型大众化
- 三、湖北餐企营收情况
- 四、湖北开展五大专项整治保障饮食安全

第二节 武汉

- 一、武汉餐饮业发展特征
- 二、湖北餐饮业年销售额
- 三、武汉人均餐饮消费
- 四、湖北武汉对餐饮行业进行规范整改
- 五、武汉小餐饮行业基本实现分级管理
- 六、十一黄金周武汉餐饮销售额

第八章 快餐业竞争分析

第一节 餐饮业竞争分析

- 一、中国餐饮业竞争情况
- 二、餐饮业竞争新热点分析
- 三、餐饮业竞争焦点分析
- 四、餐饮业信息化竞争分析
- 五、餐饮业核心竞争力分析
- 六、中国餐饮业的文化竞争

第二节 快餐业竞争分析

- 一、中国快餐业竞争格局
- 二、2020年我国中式快餐市场竞争分析
- 三、米饭产品成为洋快餐争夺正餐市场的杀手锏
- 四、国内快餐连锁市场盯上“咖啡时光”
- 五、高端餐饮企业进入快餐市场分析
- 六、便利店抢滩白领午餐市场

第三节 快餐业竞争策略

- 一、快餐行业中西式竞争现状
- 二、创造中式快餐竞争优势
- 三、中国快餐业竞争取胜方式分析

第九章 快餐业重点企业分析

第一节 肯德基发展概况

- 一、肯德基发展概况
 - (一) 肯德基发展历程

(二) 肯德基特色企业文化

二、肯德基在中国市场布局分析

(一) 肯德基选址分析

(二) 肯德基中国区域分布

(三) 肯德基餐厅外观及内部环境设计

(四) 肯德基安全卫生管理分析

(五) 肯德基标准化服务

(六) 肯德基人才培训

(七) 肯德基本土化进展

三、肯德基在中国市场经营态势

(一) 肯德基供应链分析

(二) 肯德基产品开发分析

(三) 肯德基市场竞争力分析

四、肯德基在中国市场经营策略分析

(一) 西方文化和中国特色相结合的战略地制定

(二) 肯德基广告策略

(三) 肯德基促销策略

第二节 麦当劳

一、麦当劳发展综述

二、麦当劳产品特色

三、麦当劳经营与管理透析

(一) 经营理念与规范化管理

(二) 检查监督制度

(三) 培训体系

(四) 联合广告基金制度

(五) 以租赁为主的房地产经营策略

四、麦当劳在中国发展战略分析

(一) 麦当劳经营战略

(二) 麦当劳特许经营分析

(三) 麦当劳餐厅外观及内部环境设计

(四) 麦当劳广告策略

(五) 麦当劳促销策略

第三节德克士

- 一、公司简介
- 二、德克士推出米汉堡
- 三、选址战略：农村包围城市
- 四、连锁战略：以特许加盟主导
- 五、营销战略：差异化营销

第四节丽华快餐

- 一、公司简介
- 二、公司的发展历程
- 三、公司电子商务分析

第五节马兰拉面

- 一、公司简介
- 二、公司品牌化战略
- 三、公司的人才战略
- 四、公司优势

第六节永和大王

- 一、公司简介
- 二、公司的成功之道
- 三、永和大王进入加盟元年

第七节面点王

- 一、公司简介
- 二、公司发展的经营理念
- 三、公司的营销感悟和经营哲学

第十章2024-2030年快餐业发展趋势分析

第一节中国餐饮行业发展趋势

- 一、中国餐饮行业发展影响因素分析
- 二、中国餐饮行业发展趋势预测分析
- 三、中国餐饮行业发展模式趋势分析

第二节我国快餐行业发展趋势分析

- 一、未来我国快餐连锁行业发展趋势
- 二、2020年中国快餐和外卖市场规模预测

第三节中式快餐市场发展趋势分析

- 一、中式快餐标准化发展趋势
- 二、中式快餐市场发展趋势
- 三、中式快餐企业联合发展趋势

第十一章2024-2030年快餐业发展策略分析

第一节快餐行业发展策略

- 一、市场定位和本质特征的坚持策略
- 二、标准化、工厂化、规模化和科学化目标的树立策略
- 三、开拓创新策略
- 四、连锁扩张策略分析
- 五、特许连锁同直营连锁共同发展策略分析
- 六、规模效益策略分析
- 七、人才策略分析
- 八、发展中要形成合力和发挥规模效应。

第二节快餐企业品牌战略分析

- 一、品牌的重要性
- 二、创建著名品牌的要素分析
- 三、快餐企业创建中国中式快餐名牌策略

第三节中式快餐发展策略

- 一、产品开发策略
- 二、连锁经营策略
- 三、促销策略
- 四、中式快餐企业发展壮大策略

第四节创中国快餐名牌发展策略

- 一、中国快餐业的发展需要创名牌快餐
- 二、创建中国名牌的策略
- 三、中式快餐的品牌发展策略

第五节快餐企业品牌策略之虚拟代言人

- 一、同质化竞争需要建立品牌差异
- 二、虚拟代言的优势
- 三、虚拟代言策略分析

第十二章2024-2030年快餐业营销策略分析

第一节餐饮业市场营销分析

一、餐饮企业经营成败的决定因素

二、中国餐饮需要大营销

三、餐饮业营销技巧

四、餐饮业经营策略

五、餐饮业企业营销建议

六、餐饮经营变革四大趋势

第二节快餐业营销分析

一、快餐营销前提意识分析

二、快餐企业的营销战略

三、快餐市场营销的内容

四、快餐市场营销的原则

五、中式快餐的营销对策分析与探讨

六、快餐业营销的十个发展方向

七、快餐企业的系统营销和策略选择

第十三章2024-2030年快餐业

第一节餐饮行业投资特性分析（）

一、餐饮行业进入壁垒分析

二、餐饮行业盈利模式分析

三、餐饮行业盈利因素分析

第二节中国餐饮行业投资建议

一、国内餐饮业商机巨大

二、餐饮行业整体投资原则

三、投资餐饮业需做足竞争的准备

四、餐饮投资八个锦囊

五、餐饮需抓好的四个关键

六、甄别餐饮投资的建议

七、凸现饮食文化打造餐饮企业标志

第三节快餐行业投资分析

- 一、快餐业的投资潜力分析（）
- 二、中式快餐投资策略分析
- 三、中式快餐投资潜力分析

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202401/432999.html>