

2009年中国快餐行业市场分析及 投资趋势展望报告

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

《2009年中国快餐行业市场分析及投资趋势展望报告》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/200901/10520.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

第一章 2008年中国快餐行业市场发展环境分析

一、2008年中国经济发展环境分析

- (一) 2008年前三季度经济运行情况
- (二) 全球金融危机对中国产业格局影响
- (三) 中国应对金融危机的措施

二、2008年中国快餐行业政策法规

- (一) 政府进一步规范连锁经营发展政策
- (二) 健全食品质量控制和安全监管制度

三、2008年中国快餐行业社会环境分析

- (一) 奥运餐饮经济拉动营养快餐市场需求
- (二) 家庭私人消费比例攀升，大众餐饮市场持续扩大

四、2008年中国快餐行业技术创新

- (一) 规范化是快餐业以质制胜的关键
- (二) 标准化是企业持续发展的核心竞争力

第二章 快餐业的相关概述

一、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

二、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

第三章 2008年全球快餐行业发展现状分析

一、2008年全球快餐行业概况

- (一) 全球快餐行业发展历程
- (二) 全球快餐行业发展面临的问题

(三) 全球快餐行业技术发展现状及趋势

二、2008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

三、2008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

四、2008年主要国家快餐行业发展借鉴

(一) 美国

(二) 英国

(三) 日本

第四章 2008年中国快餐行业发展现状分析

一、2008年中国快餐行业整体发展概况

(一) 2008年餐饮业已步入微利时代

(二) 餐饮业经营陷入困境

(三) 餐饮业服务水平和餐饮卫生质量

(四) 方便快捷的要求

二、2008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

三、2008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

第五章 2008年中国快餐行业市场消费者调查分析

- 一、消费者对西式快餐的偏好程度分析
- 二、消费者对西式快餐就餐形式的选择
- 三、消费者到西式快餐店消费的周期
- 四、消费者中去西式快餐店消费的金额
- 五、北京写字楼里的公司员工人数分布情况
- 六、北京写字楼里的公司员工更换订餐公司的频繁程度
- 七、消费者对午饭的满意情况和抱怨因素
- 八、消费者对不同价格的午饭接受情况
- 九、消费者最喜欢的快餐食品
- 十、消费者选择快餐的决定因素

第六章 2008年中国快餐行业市场竞争格局解析

- 一、2008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
- 二、2008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
- 三、2008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

第七章 2008年中国地区特色快餐食品的发展形式

- 一、云南的过桥米线
- 二、新疆的烤羊肉串
- 三、北京的烤鸭
- 四、河南的烩面

五、福建的沙县小吃

六、陕西的凉皮肉夹馍

七、兰州的牛肉拉面

第八章 全球知名快餐企业分析

一、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

二、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

三、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%

四、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

第九章 引领中国快餐行业顶尖企业分析

一、真功夫

（一）真功夫简介

（二）经营理念

（三）2008年真功夫食品价格走势

（四）2008年真功夫食品占有市场份额

二、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

三、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

四、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

五、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

六、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

七、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 2008年中国快餐行业餐具与包装概述

一、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

二、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

三、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

四、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 2009-2012年中国快餐行业的发展策略分析

一、引进现代化大企业的经营观念和管理方法

(一) 广泛吸纳社会资金，提高经济实力；

(二) 在经营管理层要注入新鲜血液

二、选择目标客户群，开拓洋快餐尚未占领的市场

(一) 研制开发中小学生的营养配餐

(二) 员工午餐

(三) 出租车司机用餐

三、中式快餐应该走出厅堂发展多种就餐形式

四、确定自己的特色产品

(一) 中式快餐在注重口味的同时

(二) 加强对快餐食品营养合理配比的研究

(三) 增强产品品质的稳定性和一致性

五、从细微之处挖掘经营潜力

(一) 中式快餐应对就餐环境

(二) 服务态度、等候时间

(三) 建立严格的卫生标准。

六、发展连锁经营，实行集团化管理

第十二章 2009-2012年中国快餐业发展及投资分析一、2009-2012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

二、2009-2012年中国快餐业市场预测分析

(一) 市场供给预测分析

(二) 市场需求预测分析

(三) 市场竞争预测分析

三、2009-2012年中国快餐行业投资分析

(一) 中国快餐行业投资环境分析

(二) 中国快餐行业投资机会分析

(三) 中国快餐行业投资风险分析

图表目录 (部分) :

图表：2006-2008年三季度中国GDP增长情况

图表：2008年前三季度中国三大产业结构

图表：2003-2008年中国工业增加值增长率

图表：2005-2008年中国固定资产投资及消费品零售增长情况

图表：2007年9月-2008年9月中国CPI、PPI走势

图表：2008年1-9月中国外贸增长情况

图表：2008年1-9月份我国部分行业调整变化 (同比增长率%)

图表：2008年1-9月份我国周期性行业调整变化 (同比增长率%)

图表：2008年1-9月份耐用消费类产业出现负增长 (同比增长率%)

图表：近期公布的刺激经济的政策一览表

图表：提高出口退税率的商品清单

图表：略……

更多图表见报告正文

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200901/10520.html>