

中国中式快餐行业现状深度分析与投资前景预测报告（2023-2030年）

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国中式快餐行业现状深度分析与投资前景预测报告（2023-2030年）》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：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202310/670002.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

一、中式快餐行业概述

中国餐饮市场细分赛道众多，其中中式餐饮占比超过8成。餐饮行业主要包括西式餐饮、中式餐饮、休闲饮品等赛道。其中中式餐饮2019年占比接近8成，整体规模3.7万亿，中式餐饮又可以进一步划分为中式正餐及中式快餐两大类型。其中，中式快餐是以我国本土的餐饮习惯为主借鉴并吸收西式快餐文化，而形成的一大饮食特色，也是餐饮市场增长的“基石”赛道。

对比中式正餐，快餐主要满足大众化日常刚性、基本型消费，效率优先，追求性价比。不同于正餐以堂食为主，满足消费者改善型、聚会型、社交型需求，快餐即刻食用、对餐桌服务的需求度较低、价格合理，具有快速便捷、标准化，外卖占比更高等特点，能够满足消费者日常生活需要的大众化用餐需求，呈现快速增长趋势。中国烹饪协会发布的《2022快餐品类分析报告》数据显示，近3年，从品牌规模化的开店速率看，年均增长超过300家的中式快餐连锁品牌达到60个，年均增长超500家门店的品牌达到48个。

正餐与快餐对比	-	正餐	快餐	消费者需求	改善型、聚会型和社交型的需求
		满足刚需、基本型消费	服务方式		提供相对周到的餐桌服务
		提供快捷和款式一致的食品及服务，追求出餐效率	外卖占比	低	高
		客单价	高	低	门店
		单体门店投入相对较大，不易复制	单体门店投入相对较小，易复制		

资料来源：消费界、观研天下数据中心整理

二、米饭类快餐赛道热度高涨，头部企业快速开疆扩土

1、米饭类快餐赛道持续扩容，品牌数量位列榜首

中式快餐赛道内部细分品类较多，按食材与烹饪工艺的不同，可以划分为粥饭、粉面、捞烫以及面点四大类。

资料来源：欧睿数据、观研天下整理

其中米饭类快餐刚需性强，拥有较高的消费认知度和广泛的受众人群，产品东西南北兼容，没有地域束缚，在外卖配送过程中产生的口味差异也比较小，有着非常广阔的市场空间。近年来，我国米饭类快餐市场规模逐步扩大。据红餐大数据，2022年我国中式米饭快餐的市场规模约为2290亿元，同比增长了5.3%。

资料来源：红餐大数据、观研天下整理

赛道持续扩容，创业者们也闻声而来，再加上传统正餐、团餐巨头、西式快餐品牌，参与者众多，让一度沉寂的赛道再次被点燃。当前中式米饭快餐的品牌数量位列榜首，市场规模接近40%，截止2022年2月16日的可统计品牌数量超过2400个，远高于粉面、面点、烫捞的市场份额。

资料来源：窄门餐眼、观研天下整理

2、去区域化趋势明显，头部品牌加速资本化助力门店扩张

过去，由于不同地区的消费者具有不同的口味偏好，米饭快餐品牌要打破不同地域消费者的口味壁垒并不容易。另外，建立覆盖全国的供应链体系和直营门店需要大量的组织管理、物流配送、原料供给等方面的能力，对应的成本也更加高昂，因此，大多数米饭快餐品牌都是以区域发展为主。这几年，随着米饭快餐品牌不断夯实后端供应链，去区域化趋势明显，而为了能快速扩张突围，目前头部品牌如老乡鸡、乡村基、老娘舅均在寻求上市，关于“中式快餐第一股”的讨论不绝于耳。

2023年，这三家企业上市进入加速跑阶段：老娘舅、乡村基分别于2023年2月和4月更新了招股说明书，老乡鸡主板IPO则于2023年3月获上交所受理。头部品牌加速资本化助力门店扩张，其中乡村基2022/2023年计划新开门店90-110/140-160家，其中川渝地区两年内新增70-90家，其他一线及新一线城市布局速度明显加快，计划两年内新增160-180家。大米先生2022/2023年计划新开门店160-180/200-240家，其中新市场占比约60%。

三、“现炒快餐”---更符合当代人的“正餐”尝试

1、“锅气”强势回归，品牌纷纷主打“现炒快餐”

长期以来，中式快餐采用预制食材和半成品的方式进行加工。这些预制食材和半成品通常是在中央厨房或者工厂进行批量生产，然后在快餐店进行简单的加工和烹饪，这种方式可以降低成本和提高效率，但是往往牺牲了口味和新鲜度，经常受到食客吐槽。随着中式快餐脱离了以“去厨师化、中央厨房加工”为最大特点的2.0时代，“锅气”开始强势回归，更注重口味和品质的现炒模式成了中式快餐发展的新追求。

现炒即现场炒制，称重自选。有温度、有锅气、菜品丰富、自由度高的现炒快餐十分具有杀伤力。美团数据显示，2022年下半年以来，“锅气”关键词搜索指数显著增加。截至2022年底，平台收录门店中有超过300家门店名称自带“锅气”。其中既有排骨饭、热卤店等市井小店，也有超过百家门店的连锁品牌。在此背景下，大米先生、小女当家、吾虎将等品牌纷纷开始布局“现炒快餐”，进行“快餐正餐化”尝试，推出更符合中餐“锅气”传统的现炒快餐。虽然快餐的效率受制约，但众多品牌的尝试反映了消费者对新鲜、锅气的较大需求。

品牌	门店数	创立时间	主要分布区域
大米先生	640+	2011	湖北、上海、四川、湖南
湘口福12道湘式现炒木桶饭	60+	2017	江苏、浙江、上海
宴小碗·超级现炒	50+	2018	江苏、北京、上海
小女当家	30+	2017	广东、江西
吾虎将·现炒快餐	30+	2006	广东
饱李李现炒	25+	2019	湖南
两餐秀大厨现炒	12	2014	广东
义泰昌	8	2014	广东

资料来源：观研天下数据中心整理

观研天下分析师观点：现炒模式虽然能赢得消费者的喜爱，但这份“好吃”是有代价的。第一，效率层面比较难跟上；第二，模型很重，对厨师的要求比较高，难以复制连锁。未来，社

区小店将是这类主打现炒、锅气的中式快餐最主要的店型，兼顾好吃与效率，同时投资成本低，可快速复制连锁。

2、夯实爆品地位，快餐品牌不断加深与调味品供应商的战略合作

品牌不仅围绕现炒下功夫，还力求打造品牌特色的爆品。例如，老乡鸡，作为中式米饭快餐的代表品牌，以安徽特产肥西老母鸡为特色做餐饮，主营鸡肉等中式菜品，围绕鸡，不断衍生出了肥西老母鸡汤、香辣鸡杂、竹笋蒸鸡翅、鸡汤娃娃菜、鸡汁辣鱼等招牌菜。一年30亿，做成了中国第一鸡餐，在局域市场已经超越肯德基和麦当劳，也带动了肥西老母鸡的产业化规模化大发展。可以说，土鸡是老乡鸡的立身之本；深耕上海市场的谷田稻香主打瓦锅米饭，将最基础的大米作为“爆品”打造品牌特色。公司在黑龙江五常拥有自己的大米种植、加工和生产基地。店家以“致力于做全球最好的米饭”为目标，每一份瓦锅米饭都精选国宴级专供大米之称的稻花香二号大米，用水浸泡40分钟后与香油混合，单份煲制，谷田稻香略带焦香的锅巴饭，让原本是配角的米饭成为了鲜明的品牌印记。

优质调味料是锁定餐桌味道标准化的关键，为建立品牌独有的产品记忆点，不少针对快餐连锁进行专业调味料定制的风味解决方案服务商应运而生。例如，雀巢专业餐饮就是这样的服务商，他们通过“雀巢+餐饮品牌+加工厂”三方联动的模式，来满足中式快餐企业“特色出品”的个性化需求。这一模式不仅确保品牌在规模化扩张的进程中能保持菜品口味及品质的稳定，更重要的是能够提升菜品的差异性和独特性，帮助中式快餐品牌在日益同质化的产品竞争中脱颖而出；日前，五爷拌面和仟味高汤双方的战略合作正式进入了崭新的阶段。仟味高汤也是一家致力于开展与快餐品牌的深度合作的调味料服务商，根据不同品牌需求进行定制化服务，在菜品研发、产品配方、制作工艺等方面提供全方位支持，助力更多优秀快餐品牌成长与发展。这种深度合作的方式，可以帮助快餐品牌在短时间内实现菜品品质和口感的提升，同时也为消费者带来了更好的就餐体验。

四、中式快餐赛道异军突起，不少正餐企业跨界开店

中式快餐市场发展空间巨大，吸引了不少正餐企业跨界开店。2022年3月，海底捞开始试卖盒饭套餐，菜单每日更新且均价定在13-15元之间。由于口味好，价格实惠，吸引了不少顾客在购买，据内部人士透露每天可以卖出500份左右，主要搭配有“主食+凉茶+水果+汤品”等。这不是海底捞第一次进军快餐，早在2019年5月，海底捞就在北京朝阳区酒仙桥低调推出了主打“自动化”的面食快餐品牌“十八余”。此外，在推出“十八余”不到半年的时间内，海底捞还相继推出了主打汤面+干拌面的“捞派有面儿”，主打盖浇饭的“饭饭林”和主打陕西风味小吃的“秦小贤”等中式快餐品牌。海底捞在中式快餐渠道紧锣密鼓地布局，也从侧面反映了中式快餐正在成为餐企巨头们发掘第二增长点的黄金赛道。

此外，喜家德（凯里鲜蔬锅）、眉州东坡（毛血旺小火锅）、南城香（巴沙鱼肉锅）、甲乙饼（金汤鲜蔬锅）、米村拌饭（安格斯肥牛），这些都是主食快餐跨界。全家、盒马、家乐福、便利蜂、天天智慧、猩便利、Today等多个零售品牌，也在加码“抢食”快餐市场，甚至

连麦当劳、肯德基这样的西式快餐品牌也在中式快餐赛道异军突起，表现亮眼。

观研天下分析师观点：虽然中式快餐的群众基础如此深厚，但从市场占有率来看，这么多年始终没有一个所谓的领导品牌，即使是已经处于头部位置的老乡鸡、乡村基，也分别才1000多家门店。这一方面体现出国内品牌在供应链、标准化、管理能力等方面的不足，也表明这个市场还蕴藏着巨大潜力。（LZC）

注：上述信息仅供参考，具体内容请以报告正文为准。

观研报告网发布的《中国中式快餐行业现状深度分析与投资前景预测报告（2023-2030年）》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，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。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

【目录大纲】

第一章 2019-2023年中国中式快餐行业发展概述

第一节 中式快餐行业发展情况概述

一、中式快餐行业相关定义

二、中式快餐特点分析

三、中式快餐行业基本情况介绍

四、中式快餐行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、中式快餐行业需求主体分析

第二节 中国中式快餐行业生命周期分析

一、中式快餐行业生命周期理论概述

二、中式快餐行业所属的生命周期分析

第三节中式快餐行业经济指标分析

一、中式快餐行业的赢利性分析

二、中式快餐行业的经济周期分析

三、中式快餐行业附加值的提升空间分析

第二章 2019-2023年全球中式快餐行业市场发展现状分析

第一节全球中式快餐行业发展历程回顾

第二节全球中式快餐行业市场规模与区域分布情况

第三节亚洲中式快餐行业地区市场分析

一、亚洲中式快餐行业市场现状分析

二、亚洲中式快餐行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲中式快餐行业市场前景分析

第四节北美中式快餐行业地区市场分析

一、北美中式快餐行业市场现状分析

二、北美中式快餐行业市场规模与市场需求分析

三、北美中式快餐行业市场前景分析

第五节欧洲中式快餐行业地区市场分析

一、欧洲中式快餐行业市场现状分析

二、欧洲中式快餐行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲中式快餐行业市场前景分析

第六节 2023-2030年世界中式快餐行业分布走势预测

第七节 2023-2030年全球中式快餐行业市场规模预测

第三章 中国中式快餐行业产业发展环境分析

第一节我国宏观经济环境分析

第二节我国宏观经济环境对中式快餐行业的影响分析

第三节中国中式快餐行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

三、主要行业标准

第四节政策环境对中式快餐行业的影响分析

第五节中国中式快餐行业产业社会环境分析

第四章 中国中式快餐行业运行情况

第一节中国中式快餐行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节中国中式快餐行业市场规模分析

一、影响中国中式快餐行业市场规模的因素

二、中国中式快餐行业市场规模

三、中国中式快餐行业市场规模解析

第三节中国中式快餐行业供应情况分析

一、中国中式快餐行业供应规模

二、中国中式快餐行业供应特点

第四节中国中式快餐行业需求情况分析

一、中国中式快餐行业需求规模

二、中国中式快餐行业需求特点

第五节中国中式快餐行业供需平衡分析

第五章 中国中式快餐行业产业链和细分市场分析

第一节中国中式快餐行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、中式快餐行业产业链图解

第二节中国中式快餐行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对中式快餐行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对中式快餐行业的影响分析

第三节我国中式快餐行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2019-2023年中国中式快餐行业市场竞争分析

第一节中国中式快餐行业竞争现状分析

一、中国中式快餐行业竞争格局分析

二、中国中式快餐行业主要品牌分析

第二节中国中式快餐行业集中度分析

一、中国中式快餐行业市场集中度影响因素分析

二、中国中式快餐行业市场集中度分析

第三节中国中式快餐行业竞争特征分析

一、企业区域分布特征

二、企业规模分布特征

三、企业所有制分布特征

第七章 2019-2023年中国中式快餐行业模型分析

第一节中国中式快餐行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、波特五力模型原理

二、供应商议价能力

三、购买者议价能力

四、新进入者威胁

五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节中国中式快餐行业SWOT分析

一、SOWT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国中式快餐行业SWOT分析结论

第三节中国中式快餐行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2019-2023年中国中式快餐行业需求特点与动态分析

第一节中国中式快餐行业市场动态情况

第二节中国中式快餐行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节中式快餐行业成本结构分析

第四节中式快餐行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节中国中式快餐行业价格现状分析

第六节中国中式快餐行业平均价格走势预测

一、中国中式快餐行业平均价格趋势分析

二、中国中式快餐行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国中式快餐行业所属行业运行数据监测

第一节中国中式快餐行业所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节中国中式快餐行业所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节中国中式快餐行业所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十章 2019-2023年中国中式快餐行业区域市场现状分析

第一节中国中式快餐行业区域市场规模分析

一、影响中式快餐行业区域市场分布的因素

二、中国中式快餐行业区域市场分布

第二节中国华东地区中式快餐行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区中式快餐行业市场分析

- (1) 华东地区中式快餐行业市场规模
- (2) 华南地区中式快餐行业市场现状
- (3) 华东地区中式快餐行业市场规模预测

第三节华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区中式快餐行业市场分析

- (1) 华中地区中式快餐行业市场规模
- (2) 华中地区中式快餐行业市场现状
- (3) 华中地区中式快餐行业市场规模预测

第四节华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区中式快餐行业市场分析

- (1) 华南地区中式快餐行业市场规模
- (2) 华南地区中式快餐行业市场现状
- (3) 华南地区中式快餐行业市场规模预测

第五节华北地区中式快餐行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区中式快餐行业市场分析

- (1) 华北地区中式快餐行业市场规模
- (2) 华北地区中式快餐行业市场现状
- (3) 华北地区中式快餐行业市场规模预测

第六节东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区中式快餐行业市场分析

- (1) 东北地区中式快餐行业市场规模
- (2) 东北地区中式快餐行业市场现状
- (3) 东北地区中式快餐行业市场规模预测

第七节西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区中式快餐行业市场分析

- (1) 西南地区中式快餐行业市场规模
- (2) 西南地区中式快餐行业市场现状
- (3) 西南地区中式快餐行业市场规模预测

第八节西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区中式快餐行业市场分析

- (1) 西北地区中式快餐行业市场规模
- (2) 西北地区中式快餐行业市场现状
- (3) 西北地区中式快餐行业市场规模预测

第十一章 中式快餐行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第六节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第七节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第八节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第九节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十二章 2023-2030年中国中式快餐行业发展前景分析与预测

第一节 中国中式快餐行业未来发展前景分析

一、中式快餐行业国内投资环境分析

二、中国中式快餐行业市场机会分析

三、中国中式快餐行业投资增速预测

第二节 中国中式快餐行业未来发展趋势预测

第三节 中国中式快餐行业规模发展预测

一、中国中式快餐行业市场规模预测

二、中国中式快餐行业市场规模增速预测

三、中国中式快餐行业产值规模预测

四、中国中式快餐行业产值增速预测

五、中国中式快餐行业供需情况预测

第四节 中国中式快餐行业盈利走势预测

第十三章 2023-2030年中国中式快餐行业进入壁垒与投资风险分析

第一节 中国中式快餐行业进入壁垒分析

一、中式快餐行业资金壁垒分析

二、中式快餐行业技术壁垒分析

三、中式快餐行业人才壁垒分析

四、中式快餐行业品牌壁垒分析

五、中式快餐行业其他壁垒分析

第二节 中式快餐行业风险分析

一、中式快餐行业宏观环境风险

二、中式快餐行业技术风险

三、中式快餐行业竞争风险

四、中式快餐行业其他风险

第三节 中国中式快餐行业存在的问题

第四节 中国中式快餐行业解决问题的策略分析

第十四章 2023-2030年中国中式快餐行业研究结论及投资建议

第一节 观研天下中国中式快餐行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节 中国中式快餐行业进入策略分析

一、行业目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节 中式快餐行业营销策略分析

一、中式快餐行业产品策略

二、中式快餐行业定价策略

三、中式快餐行业渠道策略

四、中式快餐行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202310/670002.html>