

2021年中国中式快餐市场调研报告- 市场深度分析与投资前景研究

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《2021年中国中式快餐市场调研报告-市场深度分析与投资前景研究》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://baogao.chinabaogao.com/canyin/533002533002.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：sales@chinabaogao.com

联系人：客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

2020年6月，西贝入股快餐品牌小女当家，北京“十八汆”、“秦小贤”等相继开业，老乡鸡、真功夫等疫情后逆势加速突围……我国快餐行业进入了“黄金时代”，中式快餐群雄割据、竞争变得异常激烈。目前，国内大型餐饮连锁企业的市场份额正在越来越小，2019年年收入超过200万的餐饮企业收入仅仅占我国餐饮市场全部收入的20%。

2012-2019年收入200万以上餐饮企业收入和市场比重 数据来源：公开资料整理

一、供应商的议价能力

我国中式快餐行业供应商基本上是经营大米、蔬菜、菌类、肉类等原料的农民或企业。通常而言，我国对于食品原料的物价还是有一定控制的，所以供应商的议价能力并不高。此外，由于此类供应商数量非常多，选择余地很大，即使原有的供应商抬价，企业也可以另择他路。因此，我国中式快餐行业供应商议价能力较弱。

二、购买者的议价能力

中式快餐行业在全国地区的价格基本上是统一的，因此单个消费者只有购买的选择而没有议价的可能。而在针对团体顾客议价时，中式快餐企业必须根据不同的目标市场、价格需求弹性和感知价值来确定具体的价格。既要稳定零散的个人客户，又要获得团体客户的大单，需要中式快餐在创新多元化产品与保留精品上下功夫，才能获得产品议价的主动权。

三、新进入者的威胁

新进入者在给行业带来新活力的同时，可能会与现有企业存在原材料与市场份额的竞争，最终导致行业中现有企业盈利水平降低，行业竞争更加激烈。由于我国中式快餐行业技术不高，进入和退出壁垒较低，从而使得许多企业进入中式快餐行业，对中式快餐行业新进入者的威胁较大。不过，中式快餐对厨房要求很高，尤其是油烟污水的排放处理，所以在门面装修、厨房设计方面成本更高。此外，中餐标准化连锁化必然会导致人力成本直线上升，比如厨师工资、员工培训成本以及服务人员成本。

各业态餐饮连锁化难度对比

品类

西式快餐

中式快餐

中式休闲（时尚）餐饮

中式正餐

产品

品类少，口味单一，以饱腹需求为主

品类较少，便捷的基础上提供更丰富的口味

品类适中（除单品类餐厅），相对简单的制作提供较好的口味

品类多，口味丰富，满足中国人的多样化饮食需求

标准化

较容易 (SKU少，冻品为主，烹饪简单)

较难 (SKU较少，烹饪较简单，但市场接受难度大)

较难 (SKU适中，烹饪难度适中，市场定位较困难)

难 (SKU多，多为鲜品，烹饪复杂)

品牌

国外龙头将成熟模型引入中国，持之以恒的好味道使得品牌树立起来

过去“持之以恒的好味道”做得不够好，且容易给人脏乱差的印象、品牌意识不浓厚。现在正走向品质化、品牌化，但是市场认可度依然有限，连锁化较困难

过去“持之以恒的好味道”做得不够好，现在越来越多餐厅少SKU、降低烹饪难度、并寻求差异化定位，从而树立品牌

由于有较为复杂手艺的加持，较为容易树立品牌（如百年老字号）；但由于不易标准化复制，难以扩大品牌影响力、并使品牌常青

文化

已经树立成熟品牌文化，但是品牌出现老龄化迹象

现在越来越多的品牌开始注重调性、赋予品牌文化内涵

较为容易赋予文化内涵，较为容易引发年轻消费者的共鸣

较为容易赋予文化内涵，但并不一定引发年轻消费者的共鸣
数据来源：公开资料整理

四、替代品的威胁

替代品是指那些与本行业的产品有同样功能的其他产品。目前，我国中式快餐行业替代品的威胁主要来自菜系类细分品种、不同地域间菜品味道和其他餐饮业的竞争。

(1) 不同地域间菜品味道的竞争

食物有不同的烹饪方法，例如蒸、煮、炒、煎炸、清炖等等，菜品的味道受地域的限制也有所不同，例如，南方的消费者是侧重于清淡的食品，北方人则喜欢口味较重的产品，川渝湘等地则喜欢辣的食物。因此，国内中式快餐行业相关企业必须明确定位目标市场，考虑不同地区的饮食文化和群众的喜好，积极开发能够赢得更多顾客的新品种和新口味。

不同菜品味道受欢迎程度 数据来源：公开资料整理

(2) 不同地域间菜系产品的竞争

我国餐饮菜品类型丰富，细分赛道极多，按照菜式可分为十多个类别，中式快餐市场在整个中式餐饮行业的市场占有率为12.2%。但最著名的有八大菜系，其中粤菜、川菜、鲁菜、湘菜受欢迎程度较高。因此，我国中式快餐行业相关企业若想打通全国市场，就必须考虑不同地区的饮食文化和群众的喜好。

中式快餐行业细分菜系市场份额占比情况 数据来源：公开资料整理

(3) 其他餐饮业的竞争

国外餐饮企业竞争：近年来，一些外国著名餐饮业瞄准中国市场，开始打造符合中国特

色的中式快餐，比如百盛餐饮的进驻及肯德基等打造的中式快餐食品。国内餐饮企业竞争：我国快餐企业如雨后春笋般蓬勃兴起，比如马兰拉面、傣妹火锅、兰州拉面、宁夏的手抓羊肉等连锁快餐企业纷纷拔地而起，这无疑对现有的中式快餐企业造成极大的替代产品威胁。而且，由于中式快餐趋于“平民化”，所以对于高端消费市场有所缺失。

五、同业竞争者的竞争程度

目前，我国中式快餐行业企业竞争主要集中在价格、产品介绍、服务质量、就餐环境、企业文化等方面，而这些恰好是消费者在选择餐饮企业品牌所考量的因素，所以也共同决定了中式快餐业界的市场竞争。

消费者在堂食中式快餐考量的因素 数据来源：公开资料整理

消费者在外卖中式快餐考量的因素 数据来源：公开资料整理

同时，在2020年疫情后，我国快餐行业发生了变革，越来越多的快餐品牌逐渐走连锁化、品牌化路线。而中式快餐作为餐饮市场未来增长的主引擎，不仅吸引了众多资本的目光，也被餐饮行业其他赛道的头部企业“盯上”，开始跨界打劫，这让中式快餐行业呈现多元化趋势，竞争赛道拥挤。

2020年我国正餐、零售、西式快餐涌入 数据来源：公开资料整理

综上所述，基于波特五力模型分析，我国中式快餐行业应当实施品牌战略与市场细分，做好自我定位，并开展合适的营销策略，从而促进中式快餐企业的成长。

我国中式快餐行业营销发展策略 数据来源：公开资料整理（WYD）

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2021年中国中式快餐市场调研报告-市场深度分析与投资前景研究》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。

它是业内企业、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。

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2017-2020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、中式快餐行业基本情况介绍
- 三、中式快餐行业发展特点分析
- 四、中式快餐行业经营模式

- 1、生产模式
- 2、采购模式
- 3、销售模式

五、中式快餐行业需求主体分析

第二节 中国中式快餐行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、中式快餐行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
 - 1、沟通协调机制
 - 2、风险分配机制
 - 3、竞争协调机制
- 四、中国中式快餐行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 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

第四节 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

第五节 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

第二章 2017-2020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 2021-2026年世界中式快餐行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球中式快餐行业市场规模预测

第三章 中国中式快餐产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品中式快餐总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节 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

第三节 中国中式快餐产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

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

第三节 中国中式快餐行业供应情况分析

第四节 中国中式快餐行业需求情况分析

第五节 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

三、其它细分市场

第六节 中国中式快餐行业供需平衡分析

第七节 中国中式快餐行业发展趋势分析

第五章 中国中式快餐所属行业运行数据监测

第一节 中国中式快餐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

第六章 2017-2020年中国中式快餐市场格局分析

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情况分析
 - 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

第五节 中国中式快餐行业钻石模型分析

- 一、生产要素
- 二、需求条件
- 三、支援与相关产业
- 四、企业战略、结构与竞争状态
- 五、政府的作用

第七章 2017-2020年中国中式快餐行业需求特点与动态分析

第一节 中国中式快餐行业消费市场动态情况

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、渠道因素
- 四、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、中国中式快餐行业价格影响因素
- 二、中国中式快餐行业平均价格走势预测
- 三、中国中式快餐行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020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布

第二节 中国华东地区中式快餐市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区中式快餐市场规模分析
- 四、华东地区中式快餐市场规模预测

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、华中地区中式快餐市场规模分析
- 四、华中地区中式快餐市场规模预测

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、华南地区中式快餐市场规模分析
- 四、华南地区中式快餐市场规模预测

第九章 2017-2020年中国中式快餐行业竞争情况

第一节 中国中式快餐行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 中国中式快餐行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

第三节 中国中式快餐行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 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、公司优劣势分析

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、公司优劣势分析

第四节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第五节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026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 中国中式快餐行业市场发展预测

- 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

- 一、中国中式快餐行业毛利润同比增速预测
- 二、中国中式快餐行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国中式快餐行业投资风险与营销分析

第一节 中式快餐行业投资风险分析

- 一、中式快餐行业政策风险分析
- 二、中式快餐行业技术风险分析
- 三、中式快餐行业竞争风险分析
- 四、中式快餐行业其他风险分析

第二节 中式快餐行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国中式快餐行业发展战略及规划建议

第一节 中国中式快餐行业品牌战略分析

- 一、中式快餐企业品牌的重要性
- 二、中式快餐企业实施品牌战略的意义
- 三、中式快餐企业品牌的现状分析
- 四、中式快餐企业的品牌战略

五、中式快餐品牌战略管理的策略

第二节 中国中式快餐行业市场的重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国中式快餐行业战略综合规划分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第四节 中式快餐行业竞争力提升策略

一、中式快餐行业产品差异性策略

二、中式快餐行业个性化服务策略

三、中式快餐行业的促销宣传策略

四、中式快餐行业信息智能化策略

五、中式快餐行业品牌化建设策略

六、中式快餐行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国中式快餐行业发展策略及投资建议

第一节 中国中式快餐行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国中式快餐行业营销渠道策略

一、中式快餐行业渠道选择策略

二、中式快餐行业营销策略

第三节 中国中式快餐行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国中式快餐行业重点投资区域分析

二、中国中式快餐行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<https://baogao.chinabaogao.com/canyin/533002533002.html>