

2007年中国快餐业研究咨询报告

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《2007年中国快餐业研究咨询报告》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://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/2875228752.html>

报告价格：电子版: 6300元 纸介版：6800元 电子和纸介版: 7300

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

2007年2月国务院总理温家宝签署第485号国务院令，公布《商业特许经营管理条例》，自2007年5月1日起施行，届时特许零售企业将面临大洗牌。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。目前，特许加盟经营已成快餐业主流模式，其发展前景看好，预测2007年及未来几年快餐业特许加盟经营将呈现快速增长的趋势。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。2006年中国餐饮业市场运行以17%左右的速度增长，并突破1万亿元大关。而商务部的调查显示，东部省市快餐营业规模明显超过正餐，广东快餐的市场份额高达90%，江苏、上海、辽宁、北京、浙江、山东等省市也已达到50%以上。2006年11月初，真功夫全球华人餐饮连锁北京新世界店正式开业，真功夫总裁蔡达标表示，到2008年要在北京开到35家店，2010年在全国开到1000家店。像真功夫这样曾高调宣布开店的国内快餐连锁企业不在少数，且都曾生意红火一时，然而经营几年后，却相继出现收缩店面或销声匿迹的情况。那么中式快餐怎样才能避免再出现类似的情况，并根据市场发展趋势制定发展策略呢？预测2007年及未来几年快餐业仍将保持快速增长。近年来，快餐企业之所以获得快速发展，与快餐企业的投资回报率较高有关。由于快餐行业的经营模式具有标准化、规模化的特点，因此，企业在货料的统一采购、统一配送、批量生产方面比正餐企业具有更低的成本优势。此外，一些快餐店采用特许加盟的方式扩店，扩张速度及市场占有率比正餐店要快得多。重视快餐以其营养与味美兼容的特性更加受到国人欢迎。随着社会经济发展和人民生活水平的不断提高，人们的餐饮消费观念逐步改变，外出就餐更趋经常化和理性化，选择性增强，对消费质量要求不断提高，更加追求品牌质量、品位特色、卫生安全、营养健康和简便快捷。快餐的社会需求随之不断扩大，市场的消费大众性和基本需求性特点表现得更加充分。可以预见，2007年及未来几年中国的快餐市场仍然充满机遇，当然竞争也将更加激烈，那么中国及来华投资者该如何把握市场趋势并在未来的发展中获得丰厚回报呢？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、中国行业研究网、国内外多种相关报纸杂志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，全面展示快餐业现状，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 行业发展分析第一章 全球快餐业发展分析 1第一节

全球快餐业发展历程	1一、美、日两国快餐业发展的历史背景
1二、美、日两国快餐业实现快速市场扩张的经济条件	
2三、从跨国快餐业的营销看全球化趋势	4第二节 美国快餐业发展趋势
8一、2006年美国快餐业正经历考验	8二、2006年美国快餐集团瞄准早餐市场
10三、2007年美国餐饮业规模预测	10第三节 日本快餐业发展情况
11一、2006年日本餐饮业发展情况	11二、日本快餐业巨头拓展海外市场
11三、日本快餐市场具备强大发展潜力	12第四节 中式快餐全球发展情况
13一、中式快餐店在美扩张迅速	13二、中式快餐在东南亚发展情况
14三、中式快餐在非洲发展情况	16第二章 中国快餐业发展分析 19第一节
宏观经济环境分析	19一、2006年经济运行形势分析
19二、2006年经济运行的主要变化及存在问题	22三、2007年经济政策基本走势
25四、2010年中国人均GDP预测	28第二节 我国快餐行业发展情况分析
29一、中国快餐业现状分析	29二、行业发展的现状特点分析
45三、2006年度中国快餐业发展大事记	48四、快餐业发展前景光明 49第三节
中国快餐业规模分析	51一、中国快餐业规模分析 51二、中国快餐业规模远超正餐
52三、2007年节假日餐饮业消费情况	52四、2010年中国餐饮规模预测 54第四节
中国快餐业经营模式分析	56一、中国快餐业主要经营模式
56二、特许加盟已成快餐业主流模式	56第五节 中国快餐业连锁化经营分析
59一、中国餐饮连锁经营步入高速增长期	59二、2006年连锁餐饮业八大热点事件回顾
87三、2006年中国连锁餐饮高速增长引发风投热	
90四、我国快餐业发展特许经营的优势分析	95五、快餐企业连锁经营的动因分析
99六、中国餐饮连锁企业的标准关和上市观	
103七、2007年《商业特许经营管理条例》开始实施	104八、2007年餐饮连锁发展情况预测
105第六节 中国快餐业发展中存在的主要问题	109第二部分 快餐市场分析第三章
中国快餐市场分析	111第一节 中国餐饮市场的整体状况 111一、餐饮市场运行情况分析
111二、餐饮市场主要特点分析	114三、2006年全国餐饮业整体发展情况
117四、2006年住宿和餐饮业企业景气指数	119第二节 中国快餐市场供需方分析
119一、中国餐饮业的细分市场	119二、中国快餐市场供应方分析
122三、中国快餐市场的客源结构分析	122第三节 中国快餐市场的消费特征分析
122一、快餐消费频率分析	122二、主要城市快餐消费类型与时间对比分析
123三、各年龄段快餐消费类型和时间对比分析	124四、快餐选择考虑的主要因素
125第四节 中国快餐市场竞争态势与竞争策略	125一、市场竞争态势分析 125二、市场定位
126三、行销定位策略	126四、行销组合策略
127五、2006年国内餐饮业亟待构筑核心竞争力	
137六、2006年香港中式餐饮内地反击洋快餐	139第四章 中国主要城市快餐市场现状

141第一节	北京快餐市场现状	141一、自然环境	141二、面积和行政划分
141三、人口和民族	142四、居民消费水平	143五、2006年北京经济增长实现历史性突破	
143六、2006年北京3.4万餐饮企业纳入分级管理	144七、2008年京城西餐业的最大机遇		
144八、北京市中式快餐行业市场调研报告	147九、北京餐饮市场进入策略分析	155第二节	
上海快餐市场现状	159一、自然环境	159二、面积和行政划分	161三、人口
162四、产业结构		165五、2006年上海市国民经济发展情况分析	
166六、2006年上海餐饮业概况		169七、上海快餐业市场调查分析	
173八、新兴快餐企业进入上海市场的策略	175第三节	广州快餐市场现状	180一、自然环境
180二、面积和行政划分	180三、2006年广州餐饮业概况	182四、广州餐饮的市场格局	
184五、广东快餐市场份额分析	185第四节	深圳快餐市场现状	186一、自然环境
186二、人口和民族	186三、经济增长	187四、产业结构	191五、基础设施建设
192六、居民消费水平	193七、深圳餐饮业概况	193八、深圳餐饮市场格局	
196九、深圳外送餐饮市场潜力巨大空间广阔	197第五节	2006年其他省市快餐市场发展情况	
197一、南京	197二、四川	197三、天津	198四、湖北
199五、重庆	200六、山西	200七、宁波	201第三部分
快餐企业分析第五章	中国快餐企业分析	203第一节	
2005年度我国餐饮百强企业分析		203一、百强企业经营情况分析	
203二、百强企业所有制性质分析		207三、百强企业业态发展情况分析	
207四、中国快餐领先企业分析		208五、百强企业营业额增长速度分析	
211六、百强企业连锁经营情况分析	211七、存在的问题及趋势	212第二节	
对快餐企业的调查结果分析	212一、快餐市场的经营主体	213二、快餐企业所有制形式	
213三、不同快餐品种的目标客户群体		213四、快餐企业经营方式	
213五、快餐企业经营模式		214六、快餐连锁经营的加盟店数量分布	
214七、连锁快餐企业投资额		214八、连锁快餐企业加盟店主要地区分布	
214九、快餐企业日销售额		215十、快餐企业采取的生产体制	
215十一、快餐企业主要经营操作方式	215第三节	中式快餐企业的发展现状	
216一、中式快餐的SWOT分析		216二、中式快餐——迎来品牌时代	
221三、浅谈中式快餐店的经营管理		229四、中式快餐发展的三道坎	
232五、中式快餐：连锁与信息化需同步	236六、论中式快餐企业的绿色营销战略		
240七、2008年北京奥运中式快餐竞争策略	243八、中式快餐企业发展策略分析	245第四节	
西式快餐企业的发展现状		249一、西式快餐巨头错位竞争避免恶战	
249二、汽车餐厅成为洋快餐市场竞争新焦点	250第五节	中、中西快餐经营模式比较	
250一、西式快餐	251二、中式快餐	252三、西式快餐与中式快餐比较	
253四、中洋竞争的局势	253五、思考	254第六章	快餐企业案例分析
256第一节	肯德基经验对促进我国餐饮业现代化发展的启示	256一、肯德基进入中国的基本情况	
256二、肯德基在中国的发展经验	256三、肯德基经验的启示	260第二节	

成功中西式快餐企业案例分析	261一、麦当劳在中国的特许经营
261二、德克士三大战略成就西式快餐第三品牌	264三、马兰拉面--挑中式快餐大梁
267四、丽华快餐成功案例	268五、永和大王-要做中式快餐第一店
269六、大娘水饺走过十年创业发展的历程	269第三节 失败案例分析—红高粱快餐兴亡反思
271第四部分	发展趋势及策略第七章
加入WTO后国内快餐业的发展趋势	275第一节
275二、以品牌为纽带，着力组建餐饮连锁店，走规模化道路	
278三、建立现代餐饮企业管理制度	279第二节
281一、我国餐饮业正在走向多元化和国际化	281二、中国餐饮业：发展与创新并重
282三、国内快餐业生产应走标准化和专业化道路	288四、我国快餐业取得的经验与体会
291五、快餐发展遇到了前所未有的良好时机	294第三节
297一、2007年两大洋快餐巨头再战本土化	297二、麦当劳力争北京奥运年成千家店
298三、美国第二大快餐企业汉堡王进军中国大陆	299四、2007年丽华进军楼宇商务市场
299五、2007年丽华快餐服务引进GPS全球卫星定位系统	
300六、2007年真功夫拟引亿元风投谋全球扩张	301第八章 中国快餐业发展策略
快餐市场营销策略	302第一节
302一、快餐市场营销的内容	302二、浅谈餐饮企业营销手段
303三、快餐行业的市场营销策略	307第二节
310一、我国中式快餐连锁企业发展历程	310二、我国中式快餐连锁企业的SWOT分析
311三、我国中式快餐连锁企业的发展之道	314第三节
中式快餐市场区域特征及战略模式的选择	316一、由传统走向现代的中国快餐业
316二、当前快餐业探索中的几种模式分析	317三、市场区域特征决定战略模式的选择
320四、大市场才能孕育大品牌	321附录附录一 《中国快餐业发展纲要》摘录
324附录二	中式快餐企业适用技术总体规划要点
333附录三	2007年《商业特许经营管理条例》
338附录四	国家计委关于规范餐饮连锁企业价格管理的通知
345图表目录	图表：美国五、六十年代几项经济指标
2图表：日本七、八十年代几项经济指标	2图表：美国国内生产总值在各产业的分布
3图表：美国日本就业比重在各产业的分布	3图表：美国在快餐业发展时期的恩格尔系数值
4图表：2006年第四季度国内生产总值	19图表：2002年-2006年GDP变化趋势
20图表：2002-2006年三次产业季度累计增长率	20图表：快餐企业的发展现状
30图表：每平方米单位面积快餐营业额	
31图表：2005年各地区限额以上批发和零售业、住宿和餐饮业法人企业数	
33图表：2005年各地区限额以上批发和零售业、住宿和餐饮业产业活动单位数	
34图表：2005年各地区限额以上批发和零售业、住宿和餐饮业从业人数	
35图表：2005年按登记注册类型和行业分限额以上餐饮企业资产及负债	
36图表：2005年各地区限额以上餐饮业经营情况	

- 37图表：2005年各地区限额以上餐饮企业资产及负债
- 38图表：2005年按登记注册类型和行业分限额以上餐饮企业主要财务指标
- 39图表：2005年各地区限额以上餐饮企业主要财务指标
- 40图表：2006年1-12月木筷出口分关别统计
- 41图表：2006年1-12月卫生筷子出口与2005年分贸易方式同比
- 42图表：2006年1-12月卫生筷子出口与2005年分关别同比
- 42图表：2006年1-12月卫生筷子出口与2005年分国别同比
- 43图表：2006年1-12月木筷出口分贸易方式统计
- 44图表：2006年1-12月木筷出口分运输方式统计
- 44图表：2006年1-12月竹筷出口分运输方式统计
- 45图表：2006年1-12月竹筷出口分关别统计
- 45图表：2005年按登记注册类型分限额以上连锁餐饮企业基本情况（一）
- 60图表：2005年按登记注册类型分限额以上连锁餐饮企业基本情况（二）
- 61图表：2005年按业态分限额以上连锁餐饮企业基本情况
- 62图表：2005年各地区限额以上连锁餐饮业配送中心数（按业态分）
- 63图表：2005年各地区限额以上连锁餐饮业营业收入（按业态分）（一）
- 64图表：2005年各地区限额以上连锁餐饮业营业收入（按业态分）（二）
- 65图表：2005年各地区限额以上连锁餐饮业门店数（按业态分）（一）
- 66图表：2005年各地区限额以上连锁餐饮业门店数（按业态分）（二）
- 67图表：2005年各地区限额以上连锁餐饮业集团（企业）数（按业态分）
- 68图表：2005年限额以上连锁餐饮业情况（按业态分）（一）
- 69图表：2005年限额以上连锁餐饮业情况（按业态分）（二）
- 71图表：2005年限额以上连锁餐饮业情况（按登记注册类型分）（一）
- 72图表：2005年限额以上连锁餐饮业情况（按登记注册类型分）（二）
- 75图表：2005年限额以上连锁餐饮业情况（按登记注册类型分）（三）
- 78图表：2005年限额以上连锁餐饮业集团（企业）数(按登记注册类型，业态分)
- 81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
- 82图表：餐饮业部分企业特许经营配送额增长情况 83图表：部分连锁餐饮业培训增长情况
- 83图表：餐饮业部分企业多品牌经营情况
- 83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
- 84图表：部分连锁餐饮企业特许费收取方式
- 84图表：部分连锁餐饮业特许经营保证金收取情况
- 84图表：连锁餐饮企业特许经营单店投资额情况
- 85图表：连锁餐饮业各行业部分企业特许经营模式
- 85图表：餐饮业特许经营难点
- 85图表：餐饮业各行业关注的主要问题

86图表：2004年特许经营部分餐饮行业代表性企业发展情况表

86图表：餐饮业与零售业增长速度 111图表：2005年各月餐饮业零售额与增长速度

112图表：2005年全国三大区域餐饮业发展情况比较

112图表：“十五”时期全国是三大区域餐饮业零售额

113图表：2005年全国各省市餐饮业发展排序113图表：2005年全国各城市餐饮业发展排序

114图表：“八五”以来我国人均餐饮消费变化情况

115图表：1976-2005年餐饮业增长贡献率和拉动率变化情况

116图表：餐饮业零售额相关年度“跨千亿元台阶”情况

117图表：2006年1-10月全国住宿和餐饮业零售总额

118图表：2006年1-10月份全国住宿和餐饮业零售额同比增长

118图表：2006年住宿和餐饮业企业景气指数 119图表：餐饮业的细分行业分类

120图表：餐饮业细分行业和业态的发展 121图表：餐饮业态类型

121图表：不同城市的人最喜欢的快餐种类 123图表：不同城市比较经常吃快餐的时间

123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

125图表：2005年上海市气象状况 160图表：上海市行政区划示意图

161图表：2005年末各区、县土地面积 162图表：2005年上海市男女人口比例图

162图表：2000-2005年上海市人口出生率、死亡率及自然增长率

163图表：2005年末上海市各区、县户籍人口与人口密度164图表：2005年上海产业结构图

165图表：2006年上海市城市居民消费支出情况

169图表：2003-2005年上海市限额以上餐饮业主要财务指标

169图表：2005年上海城市居民家庭人均在外饮食支出（按收入水平分组）

170图表：1978-2005年上海餐饮业产业活动单位

170图表：1978-2005年上海餐饮业从业人员

171图表：2003-2005年限额以上餐饮业主要财务指标

172图表：2006年1-10月上海餐饮业总额

172图表：上海市写字楼里的公司员工人数分布如表

176图表：上海市写字楼员工更换快餐公司频率

177图表：上海市写字楼消费者对午饭的满意情况和抱怨因素

177图表：上海市写字楼消费者对不同价格的午饭接受情况

178图表：2003—2006年广州市国民经济主要指标

180图表：2006年12月广州市职工工资、城市居民人均收入和支出

182图表：2006年2月广东餐饮业零售总额 183图表：2006年3-10月广东餐饮业零售总额

183图表：广东省各时期批零贸易餐饮业增加值增长速度（%）

183图表：广东1979-2005年批发零售贸易餐饮业增长情况

184图表：2006年12月深圳市主要经济指标 190图表：2005年度中国餐饮百强企业名单

203图表：2005年度中国特色酒楼20强

206图表：2005年度中国火锅企业20强

206图表：2005年百强企业营业额在不同业态的分布

208图表：2005年度中国快餐企业20强

208图表：2006年中国快餐十佳品牌企业

210图表：2006年中国快餐品牌企业

210图表：2006年中国快餐具有影响力企业

210图表：2006年中国快餐最具成长性企业

211图表：主要业态投资收益比较

211图表：快餐店和便利店的优势与劣势比较 221图表：现代快餐公司的营销功能 308

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/2875228752.html>