快餐店 - 中国 - 2023年

报告价格: £3695.00 | $4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动

在这篇报告中我们探讨了以下议题

- 快餐店销售额及总销售额预测。
- 品牌营销活动。
- 新产品趋势。
- 快餐店的消费频率和价格区间。
- 尝新驱动因素、食品饮品偏好以及健康优化因素。

在经常吃西式快餐的消费者中，30-39岁人群的比例最高。相反，18-24岁人群对西式快餐的兴趣较低。除炸鸡外，18-24岁人群的西式快餐消费频率与其父母代际（即40-49岁和50-59岁人群）相当或略高。

由于新冠疫情突然爆发，快餐业在2020年遭受重创，销售额下降9%。然而，由于快餐业具有高度标准化和规模化的特性，过去两年整体销售额回升较快，超过了2019年的水平。

随着全服务餐厅、快餐店和路边小摊之间的界限越来越模糊，预计快餐店所处的竞争格局将变得更加复杂和激烈。在寻求业务延伸以期收获长期增长的同时，各品牌应调整品牌战略，保持在当前品类中的竞争优势。

现制茶饮在中式和西式快餐店均受到38%消费者的青睐。随着现制茶饮的持续流行，快餐店迎来了新的发展机遇。

“快餐店行业预计将保持增长，且面临更加激烈的竞争。全服务餐厅和路边小摊对快餐企业构成了额外挑战。各品牌必须保持其便利性优势，密切关注品类延伸和产品优化机遇，并通过更加人性化的营销来吸引年轻人。”

– 顾一凡，研究副总监

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

© 2023 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有

快餐店 - 中国 - 2023年

报告价格: £3695.00 | $4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动.

目录

概述

- 您所需要了解的
- 报告关键议题
- 报告定义

综述

- 市场
  数据1: 快餐店零售销售额，中国，2017-2027年
- 公司与品牌
- 西式快餐品牌的集中度更高
  数据2: 头部品牌的门店数量及占比，中国，2022年
- 有趣的营销和持续的创新都是必不可少的
- 消费者
- 西式快餐品牌应确保在年轻群体中占得一席之地
  数据3: 消费频率——部分选项，高频（按年龄区分），中国，2023年
- 与全服务餐厅之间的界限正趋于模糊
  数据4: 价格上限，中国，2023年
- 菜单仍然是主要吸引力
  数据5: 尝新驱动因素，中国，2023年
- 茶饮渠道在快餐店具有发展潜力
  数据6: 食品饮品偏好，中国，2023年
- 食材和烹饪方式对健康认知至关重要
  数据7: 健康优化因素，中国，2023年
- 预制菜是可接受的，但现制食品可实现溢价
  数据8: 行为态度——部分选项，中国，2023年
- 我们的观点

议题与洞察

- 西式快餐品牌应将与年轻人建立联系放在优先位置
  数据9: 对年轻人有吸引力的联名活动示例
- 将饮品纳入业务延伸计划
  数据10: 将业务延伸至饮品的示例
- 品牌可考虑开拓更高端的市场
  数据11: 探索高端市场的品牌示例

市场规模与预测

- 快餐业高度成熟且竞争激烈
  数据12: 快餐店零售销售额，中国，2017-2027年
- 中式快餐店的市场潜力更大

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

互动式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解 。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

© 2023 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有

报告价格: £3695.00 | $4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动.

数据13: 快餐店销售额的市场份额（按细分市场区分），中国，2021-2022年

市场因素

- 刺激消费和强化食品安全的政策出台
- 界限的模糊化导致跨品类竞争迫在眉睫

数据14: 提供快餐服务的全服务餐厅示例

- 预制菜的快速发展有助于实现口味标准化并降低成本

数据15: 预制菜示例

市场份额

- 西式快餐品牌的集中度更高

数据16: 头部品牌的门店数量及占比，中国，2022年

营销活动

- 社交媒体成为品牌营销的重要载体

数据17: 品牌社交媒体营销示例

- 互动营销满足年轻人的玩趣需求

数据18: 互动营销示例

- 联名有助于扩大品牌的消费群

数据19: 联名活动示例

- 持续的菜单创新对于保持品牌认知度至关重要

数据20: 菜单创新示例

新产品趋势

- 西式创新巩固西式快餐的品牌定位

数据21: 西式创新示例

- 小份菜受消费者欢迎

数据22: 小份菜品示例

- 饮品对于品牌延伸至关重要

数据23: 快餐店的饮料示例

- 门店设计驱动品牌形象传播

数据24: 门店设计示例

消费频率

- 西式快餐尚未成为日常饮食

数据25: 消费频率，中国，2023年

数据26: 消费频率，中国，2023年

- 西式快餐品牌应确保在年轻群体中占得一席之地

数据27: 消费频率——部分选项，高频（按年龄区分），中国，2023年

数据28: 必胜客与《原神》的联名活动示例

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

互动式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解 。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

© 2023 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有

报告价格: £3695.00 | $4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动.

- 调整品牌定位以吸引更多常客
  数据29: 消费频率——高频（按家庭月收入区分），中国，2023年
  数据30: 消费频率——高频（按教育程度区分），中国，2023年

价格上限

- 与全服务餐厅之间的界限正趋于模糊
  数据31: 价格上限，中国，2023年
  数据32: 价格上限（按家庭月收入区分），中国，2023年
  数据33: 星巴克"沿街取"示例
- 品牌应更好地利用学生折扣
  数据34: 价格上限（按年龄区分），中国，2023年
  数据35: 快餐店提供的学生折扣示例
- 提供专门面向老年人的菜单有助于市场扩张
  数据36: 长者食堂示例

尝新驱动因素

- 菜单仍然是主要吸引力
  数据37: 尝新驱动因素，中国，2023年
  数据38: 菜单创新示例
  数据39: 尝新驱动因素——套餐内菜品搭配丰富（按城市线级区分），中国，2023年
  数据40: 套餐示例
- 评分app是最重要的营销工具
  数据41: 尝新驱动因素——部分选项（按年龄区分），中国，2023年
  数据42: 尝新驱动因素——部分选项（按价格上限区分），中国，2023年
- 海外品牌更能吸引预算较高的消费者
  数据43: 尝新驱动因素——部分选项（按价格上限区分），中国，2023年
  数据44: 海外知名品牌示例

食品饮品偏好

- 甜品可以更好地帮助西式快餐品牌实现本土化
  数据45: 食品偏好，中国，2023年
  数据46: 本土化甜品示例
- 中式快餐店可提供全天候早餐食品
  数据47: 食品偏好——中式早餐食品（按地区区分），中国，2023年
  数据48: 快餐店中式早餐食品示例
- 茶饮渠道在快餐店具有发展潜力
  数据49: 饮品偏好，中国，2023年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

互动式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解 。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

© 2023 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有

报告价格: £3695.00 | $4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动.

数据50: 快餐店现制茶饮示例
数据51: 饮品偏好——现制茶饮（按地区区分），中国，2023年

健康优化因素

- 食材和烹饪方式对健康认知至关重要
数据52: 健康优化因素，中国，2023年
数据53: 强调优质食材的示例
数据54: 健康优化因素——采用更优质食材（按年龄区分），中国，2023年
数据55: 健康优化因素——采用更优质食材（按年龄和性别区分），中国，2023年
- 可调整菜品口味可以作为差异化切入点
数据56: TURF（累积无重复到达率和频次）分析——健康优化因素
数据57: 健康优化因素——可调整菜品口味（按居住成员区分），中国，2023年
数据58: 标注口味等级的菜单示例
- 通过标注热量的菜单挖掘涨价机遇
数据59: 健康优化因素——菜单标注热量（按家庭月收入区分），中国，2023年
数据60: 健康优化因素——菜单标注热量（按价格上限区分），中国，2023年
数据61: 标注热量的菜单示例

行为态度

- 预制菜是可接受的，但现制食品可挖掘溢价机遇
数据62: 行为态度——部分选项，中国，2023年
数据63: 行为态度——部分选项（按家庭月收入区分），中国，2023年
数据64: 提供现制食品的品牌示例
- 小众还是经典？消费者想要二者兼得
数据65: 行为态度——部分选项，中国，2023年
数据66: 部分行为态度——表示"同意"的被访者占比（按年龄区分），中国，2023年
- 小吃可作为年轻人的正餐
数据67: 行为态度——部分选项，中国，2023年
数据68: 行为态度——部分选项（按年龄区分），中国，2023年

美食达人

- 他们是谁？
数据69: 美食达人，中国，2023年
数据70: 美食达人（按年龄区分），中国，2023年
数据71: 美食达人（按家庭月收入区分），中国，2023年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

互动式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解 。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

© 2023 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有

报告价格: £3695.00 | $4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动.

- 潮流追随者愿意在快餐上花费更多
  数据72: 价格上限（按美食达人区分），中国，2023年
  数据73: 行为态度——部分选项（按美食达人区分），中国，2023年
- 情绪化食客期待吃到更多的烧烤/炸物
  数据74: 食品偏好——烧烤/炸物（按美食达人区分），中国，2023年

附录——市场规模与预测

数据75: 快餐店总销售额，中国，2017-2027年

附录——研究方法与缩写

- 研究方法
- 缩写

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

互动式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解 。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

© 2023 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有

关于英敏特

英敏特是洞悉消费者需求、熟谙背后原因的专家。作为世界领先的市场情报公司，我们对消费者、市场、产品创新和竞争形势进行分析，提供关于全球和各国经济的独特视角。自1972年起，英敏特通过预测分析和专家推荐，让客户更快 做出更优的商业决策。

我们的目标是助力企业与人的成长。要了解我 们如何实现这一目标，请点击**mintel.com.** 。

© 2023 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有