

快餐 - 中国 - 2014年 5月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变



“中国快餐种类繁多，从传统西式品牌到国内各类专卖连锁店，对于快餐竞争者来说中国市场十分复杂。目前，独立快餐店仍占市场主体。新入者和现有快餐连锁店提高市场渗透率的机会依然存在。随着城市家庭收入持续增加，越来越多的人更能接受价格更高和创新的快餐。快餐公司应该探索长期发展；营养均衡餐食是基础。”

- 刘欣琪 (研究分析师)

在这篇报告中我们回答了以下问题:

- 中国快餐市场的重要驱动力及挑战何在？
- 中国快餐消费者的共同特性是什么？
- 品牌如何为女性和男性消费者订制不同日常菜品？
- 品牌如何使用环保概念作为营销区分点，以增加竞争优势？
- 品牌如何才能更有效地利用数字渠道？
- 品牌如何才能更有效地服务二三线城市消费者

定义

本报告涵盖菜单有限或固定的快餐，以及餐厅座位有限、外卖食品销售占营业额很大份额的外卖餐厅。其中可能包括披萨店、烤肉及热狗店、美式快餐店、食品吧、街边小快餐店/售货亭、自助门店、仅提供外卖食品的门店以及炸鱼薯条店。这些门店的销售额基于包含营业税在内的开支来计算，销售量则基于门店数量。

包括

包括菜单有限或固定的快餐店；以及餐厅座位有限、外卖食品销售占营业额很大份额的外卖餐厅。通常提供丰富多样、定期改变的菜式以及配有服务生的全套服务餐厅。

不包括

咖啡馆/咖啡店以及食品销售仅占营业额很少份额的其他门店；自动售货机；学校、医院等机构和 workplaces 的餐厅；面包房、三明治店、百吉饼和甜甜圈店。

购买
这篇报告地址:
store.mintel.com电话:
欧洲, 中东, 非洲
+44 (0) 20 7606 4533巴西
0800 095 9094美洲
+1 (312) 943 5250亚洲
+61 (0) 2 8284 8100邮件:
oxygen@intel.com

想要了解更多内容？

这篇报告只是一系列报告中其中的一篇，整个系列可以提供你整个市场的历史

快餐 - 中国 - 2014年 5月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

目录

引言

本报告中，我们回答了以下关键问题：

定义

包括

不包括

研究方法

缩写

综述

市场

数据 1: 中国快餐和外卖食品市场，按销售额统计，2008-2018年

数据 2: 中国快餐和外卖食品市场，按门店数量统计，2008-2018年

企业和品牌

数据 3: 中国快餐和外卖食品市场龙头企业，按销售量（门店数量）统计，2012年-13年

消费者

中式快餐：国内市场赢家

数据 4: 过去六个月食用的快餐（包括在快餐店里用餐或者叫外卖的情况），2014年2月

繁忙的现代生活推动快餐的流行

数据 5: 过去六个月食用快餐（包括在快餐店里用餐或者叫外卖的情况）的原因，2014年2月

消费者对有机食材和均衡营养最感兴趣

数据 6: 对快餐店提供的产品创新或附加服务的兴趣程度，2014年2月

快餐做日常主食是主流

数据 7: 过去六个月食用快餐（包括在快餐店里用餐或者叫外卖的情况）的场合，2014年2月

口碑引导快餐消费者的用餐决定

数据 8: 选择快餐店/餐馆时的考虑因素，2014年2月

中式快餐是关注健康人群的大本营

数据 9: 对快餐的态度，2014年2月

关键议题

中式快餐市场概况

订制餐食引领新时尚

环保品牌的认可作为关键市场营销手段

开发新增数字渠道的能力

我们的观点

议题和洞察

中国快餐消费者的共同特质是什么？

事实

启示

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

邮件: oxygen@mintel.com

快餐 - 中国 - 2014年 5月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

快餐竞争者在中国面临的主要挑战是什么？

事实

启示

有希望通过利用有机食材与健康的关联提高快餐吸引力

事实

启示

环保营销能给快餐品牌形象重新注入活力

事实

启示

如何瞄准二三线城市的快餐消费者

事实

启示

趋势应用

趋势：唯我独有

趋势：道德品牌

趋势：进入所有领域

市场规模及预测

要点

中国快餐市场

数据 10: 中国快餐和外卖食品市场，销售额和门店数量，2008-2018年

预测市场将继续增长

数据 11: 中国快餐和外卖食品市场，按销售额统计，2008-2018年

数据 12: 中式快餐和外卖食品市场，按门店数量统计，2008-2018年

市场驱动因素

农村和城市家庭收入增长

数据 13: 农村和城市家庭年收入，中国，2009-13年

城市化和就业的可持续增长，以及健康意识的重要性

特许经营模式和激烈竞争

发展面临的挑战

新食品安全标准和检查规定

中国食品成本上涨

市场细分

要点

按食用目的区分

按口味区分

中国快餐市场高度分散

数据 14: 中国快餐市场销售额和门店数量，按市场细分统计，2008-13年

谁在创新？

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

邮件: oxygen@mintel.com

快餐 - 中国 - 2014年 5月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

要点

北京环保披萨店实行“绿色”标准
 美国Sweet Green创造社会福祉
 必胜客交互触屏提高店内体验
 阿尔迪 (Aldi) 的“便当计划”
 荷兰杂货店放弃传统摆放形式

公司和品牌

要点

西式快餐仍是领头羊

数据 15: 中式快餐和外卖食品市场龙头企业，按销售量 (门店数量) 统计，2011年-13年

百胜餐饮集团

肯德基

必胜客

东方既白

麦当劳

华莱士餐饮管理服务有限公司

上海世好餐饮管理有限公司

顶新国际集团

德克士

康师傅私房牛肉面

真功夫餐饮管理有限公司

快乐蜂集团

消费者——快餐食用情况

要点

中式快餐：国内市场的赢家

数据 16: 过去六个月食用的快餐 (包括在快餐店里用餐或者叫外卖的情况)，2014年2月

目标消费者分析

数据 17: 过去六个月食用的洋快餐 (包括在快餐店里用餐或者叫外卖的情况)，按人口特征统计，2014年2月

消费者将重点从全套服务餐厅转向快餐店

关键分析：国内快餐店的共同特点：更大连锁店和更小特色店

消费者——食用快餐的原因

要点

繁忙的现代生活推动快餐的流行

数据 18: 过去六个月食用快餐 (包括在快餐店里用餐或者叫外卖的情况) 的原因，2014年2月

目标消费者分析

数据 19: 过去六个月食用快餐 (包括在快餐店里用餐或者叫外卖的情况) 的最多的原因，按人口特征统计，2014年2月

关键分析：通过儿童营养餐吸引二三线城市的妈妈们

数据 20: 同意“作为给孩子的奖励”，按城市线级，2014年2月

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

邮件: oxygen@mintel.com

快餐 - 中国 - 2014年 5月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

消费者——对快餐店产品和服务创新的兴趣

要点

消费者对有机食材和营养均衡最感兴趣

数据 21: 对快餐店提供的产品创新或附加服务的兴趣程度, 2014年2月

目标消费者分析

数据 22: 对快餐店提供的产品创新或附加服务的兴趣程度 — 使用更多有机/无公害食材, 按性别和年龄统计, 2014年2月

数据 23: 对快餐店提供的产品创新或附加服务的兴趣程度 — 更多依照传统方法制成的中式快餐& 提供更多异域风情的菜色, 按个人月收入统计, 2014年2月

关键分析: 通过“混搭”实现个性化

消费者——快餐的食用场合

要点

快餐做日常主食是主流

数据 24: 过去六个月食用快餐(包括在快餐店里用餐或者叫外卖的情况)的场合, 2014年2月

目标消费者分析

数据 25: 过去六个月食用快餐(包括在快餐店里用餐或者叫外卖的情况)的普遍的场合, 按人口特征统计, 2014年2月

工作日PK周末

数据 26: 过去六个月食用快餐(包括在快餐店里用餐或者叫外卖的情况)的场合, 在工作日时间, 按食用快餐一周几次统计, 2014年2月

数据 27: 过去六个月食用快餐(包括在快餐店里用餐或者叫外卖的情况)的场合, 在周末时间, 按食用快餐一周几次统计, 2014年2月

关键分析: 为女士提供较小份量餐食

数据 28: 过去六个月食用快餐(包括在快餐店里用餐或者叫外卖的情况)的场合, 下午茶时和在非正餐时间当零食吃, 按性别和年龄统计, 2014年2月

数据 29: 同意“尝试新上市的快餐食品(如肯德基新出的鸡翅产品)”, 按过去六个月食用快餐的场合(包括在快餐店里用餐或者叫外卖)统计, 2014年2月

关键分析: 为男性提供的“高端”中式晚餐是未来所在

数据 30: 同意“自己做饭不方便”(如与人合租没有厨房设施), 按性别和年龄统计, 2014年2月

数据 31: 同意“提供营养搭配更为均衡的餐食(如卡路里/纤维素/蛋白质/盐分符合每日摄入标准)”, 按性别和年龄, 2014年2月

数据 32: 同意“和洋快餐相比, 中式快餐更对我的口味”, 按性别和年龄统计, 2014年2月

消费者——影响快餐选择的因素

要点

口碑引导消费者做决定

数据 33: 选择快餐店/餐馆时的考虑因素, 2014年2月

目标消费者分析

数据 34: 选择快餐店/餐馆时最重要的考虑因素—排名第一, 按人口特征统计, 2014年2月

数据 35: 选择快餐店/餐馆时的考虑因素, 按食用频率, 每周几次统计, 2014年2月

关键分析: 通过网络平台公布营养信息

关键分析: 有望用二维码推进店内创新

数据 36: 对快餐店提供的产品创新或附加服务的兴趣程度 — 更多样化的数字订餐方式, 按家庭月收入统计, 2014年2月

消费者——对快餐的态度

要点

关注健康人群以中式快餐为主

数据 37: 对快餐的态度, 2014年2月

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

邮件: oxygen@mintel.com

快餐 - 中国 - 2014年 5月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

目标消费者分析

数据 38: 最普遍的快餐的态度 (按人口统计区分), 按人口特征统计, 2014年2月

关键分析: 洋快餐品牌的机会

数据 39: 对快餐的其他态度—我通常中式快餐和洋快餐轮流着吃, 按家庭月收入, 2014年2月

卡方自动交互检测分析

方法论

有机快餐受富有中国女性的青睐

数据 40: 快餐—卡方自动交互检测—树, 2014年5月

数据 41: 快餐-卡方自动交互检测-表格结果, 2014年5月

附录——消费者部分: 快餐食用情况

数据 42: 过去6个月中的快餐食用情况 (含店内用餐和叫外卖), 2014年2月

数据 43: 过去6个月中的快餐食用情况 (含店内用餐和叫外卖)——中式快餐 (按人口统计区分), 2014年2月

数据 44: 过去6个月中的快餐食用情况 (含店内用餐和叫外卖)——洋快餐 (按人口统计区分), 2014年2月

数据 45: 过去6个月中的快餐食用情况 (含店内用餐和叫外卖)——街边快餐小店 (按人口统计区分), 2014年2月

数据 46: 过去6个月中的快餐食用情况——工作日 (按过去6个月中最普遍的吃快餐的场合区分), 2014年2月

数据 47: 过去6个月中的快餐食用情况——工作日 (按过去6个月中第二普遍的吃快餐的场合区分), 2014年2月

数据 48: 过去6个月中的快餐食用情况——周末/休息日 (按过去6个月中最普遍的吃快餐的场合区分), 2014年2月

数据 49: 过去6个月中的快餐食用情况——周末/休息日 (按过去6个月中第二普遍的吃快餐的场合区分), 2014年2月

数据 50: 过去6个月中的快餐食用情况 (按最普遍的过去6个月内吃快餐的原因区分), 2014年2月

数据 51: 过去6个月中的快餐食用情况 (按第二普遍的过去6个月内吃快餐的原因区分), 2014年2月

数据 52: 过去6个月中的快餐食用情况 (按最普遍的第一重要的影响快餐店选择的因素区分), 2014年2月

数据 53: 过去6个月中的快餐食用情况 (按第二普遍的第一重要的影响快餐店选择的因素区分), 2014年2月

数据 54: 过去6个月中的快餐食用情况 (按最普遍的第二重要的影响快餐店选择的因素区分), 2014年2月

数据 55: 过去6个月中的快餐食用情况 (按第二普遍的第二重要的影响快餐店选择的因素区分), 2014年2月

数据 56: 过去6个月中的快餐食用情况 (按最普遍的第三重要的影响快餐店选择的因素区分), 2014年2月

数据 57: 过去6个月中的快餐食用情况 (按第二普遍的第三重要的影响快餐店选择的因素区分), 2014年2月

数据 58: 过去6个月中的快餐食用情况 (按对快餐店所提供的产品创新和附加服务的感兴趣程度区分)——店内有甜品站, 2014年2月

数据 59: 过去6个月中的快餐食用情况 (按对快餐店所提供的产品创新和附加服务的感兴趣程度区分)——延长营业时间, 2014年2月

数据 60: 过去6个月中的快餐食用情况 (按对快餐店所提供的产品创新和附加服务的感兴趣程度区分)——提供更多饮料选择, 2014年2月

数据 61: 过去6个月中的快餐食用情况 (按对快餐店所提供的产品创新和附加服务的感兴趣程度区分)——在餐品中加入中草药/滋补成分, 2014年2月

数据 62: 过去6个月中的快餐食用情况 (按对快餐店所提供的产品创新和附加服务的感兴趣程度区分)——使用更多有机/无公害食材, 2014年2月

数据 63: 过去6个月中的快餐食用情况 (按对快餐店所提供的产品创新和附加服务的感兴趣程度区分)——提供营养搭配更为均衡的餐食, 2014年2月

数据 64: 过去6个月中的快餐食用情况 (按对快餐店所提供的产品创新和附加服务的感兴趣程度区分)——提供更多中西合璧的菜色, 2014年2月

数据 65: 过去6个月中的快餐食用情况 (按对快餐店所提供的产品创新和附加服务的感兴趣程度区分)——提供更多异域风情的菜色, 2014年2月

数据 66: 过去6个月中的快餐食用情况 (按对快餐店所提供的产品创新和附加服务的感兴趣程度区分)——提供更多样化的中国菜系菜色, 2014年2月

数据 67: 过去6个月中的快餐食用情况 (按对快餐店所提供的产品创新和附加服务的感兴趣程度区分)——更多依照传统方法制成的中式快餐, 2014年2月

数据 68: 过去6个月中的快餐食用情况 (按对快餐店所提供的产品创新和附加服务的感兴趣程度区分)——更多样化的数字订餐方式, 2014年2月

数据 69: 过去6个月中的快餐食用情况 (按对快餐店所提供的产品创新和附加服务的感兴趣程度区分)——提供更灵活的支付方式, 2014年2月

数据 70: 过去6个月中的快餐食用情况 (按最普遍的对待快餐的态度区分), 2014年2月

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

邮件: oxygen@mintel.com

快餐 - 中国 - 2014年 5月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

数据 71: 过去6个月中的快餐食用情况 (按第二普遍的对待快餐的态度区分), 2014年2月

附录——消费者部分：快餐的食用场合

数据 72: 过去6个月中吃快餐的场合 (含店内用餐和叫外卖), 2014年2月

数据 73: 最普遍的去6个月中吃快餐的场合——工作日 (按人口统计区分), 2014年2月

数据 74: 第二普遍的去6个月中吃快餐的场合——工作日 (按人口统计区分), 2014年2月

数据 75: 最普遍的去6个月中吃快餐的场合——周末/休息日 (按人口统计区分), 2014年2月

数据 76: 第二普遍的去6个月中吃快餐的场合——周末/休息日 (按人口统计区分), 2014年2月

数据 77: 对快餐店所提供的产品创新和附加服务的感兴趣程度 (按最普遍的去6个月中吃快餐的场合区分)——工作日, 2014年2月

数据 78: 对快餐店所提供的产品创新和附加服务的感兴趣程度 (按第二普遍的去6个月中吃快餐的场合区分)——工作日, 2014年2月

数据 79: 对快餐店所提供的产品创新和附加服务的感兴趣程度 (按最普遍的去6个月中吃快餐的场合区分)——周末/休息日, 2014年2月

数据 80: 对快餐店所提供的产品创新和附加服务的感兴趣程度 (按第二普遍的去6个月中吃快餐的场合区分)——周末/休息日, 2014年2月

附录——消费者部分：食用快餐的原因

数据 81: 过去6个月内吃快餐的原因 (含店内用餐和叫外卖), 2014年2月

数据 82: 最普遍的去6个月内吃快餐的原因 (按人口统计区分), 2014年2月

数据 83: 第二普遍的去6个月内吃快餐的原因 (按人口统计区分), 2014年2月

数据 84: 过去6个月内吃快餐的其他原因 (按人口统计区分), 2014年2月

附录——消费者部分：影响快餐选择的因素

数据 85: 影响快餐店选择的因素, 2014年2月

数据 86: 最普遍的影响快餐店选择的因素——第一重要的因素 (按人口统计区分), 2014年2月

数据 87: 第二普遍的影响快餐店选择的因素——第一重要的因素 (按人口统计区分), 2014年2月

数据 88: 最普遍的影响快餐店选择的因素——其他第一重要的因素 (按人口统计区分), 2014年2月

数据 89: 影响快餐店选择的其他因素——第二重要的因素 (按人口统计区分), 2014年2月

数据 90: 第二普遍的影响快餐店选择的因素——第二重要的因素 (按人口统计区分), 2014年2月

数据 91: 影响快餐店选择的其他因素——其他第二重要的因素 (按人口统计区分), 2014年2月

数据 92: 最普遍的影响快餐店选择的因素——第三重要的因素 (按人口统计区分), 2014年2月

数据 93: 第二普遍的影响快餐店选择的因素——第三重要的因素 (按人口统计区分), 2014年2月

数据 94: 影响快餐店选择的其他因素——其他第三重要的因素 (按人口统计区分), 2014年2月

附录——消费者部分：对快餐店产品和服务创新的兴趣

数据 95: 对快餐店所提供的产品创新和附加服务的感兴趣程度, 2014年2月

数据 96: 对快餐店所提供的产品创新和附加服务的感兴趣程度——店内有甜品站 (按人口统计区分), 2014年2月

数据 97: 对快餐店所提供的产品创新和附加服务的感兴趣程度——延长营业时间 (按人口统计区分), 2014年2月

数据 98: 对快餐店所提供的产品创新和附加服务的感兴趣程度——提供更多饮料选择 (按人口统计区分), 2014年2月

数据 99: 对快餐店所提供的产品创新和附加服务的感兴趣程度——在餐品中加入中草药/滋补成分 (按人口统计区分), 2014年2月

数据 100: 对快餐店所提供的产品创新和附加服务的感兴趣程度——使用更多有机/无公害食材 (按人口统计区分), 2014年2月

数据 101: 对快餐店所提供的产品创新和附加服务的感兴趣程度——提供营养搭配更为均衡的餐食 (按人口统计区分), 2014年2月

数据 102: 对快餐店所提供的产品创新和附加服务的感兴趣程度——提供更多中西合璧的菜色 (按人口统计区分), 2014年2月

数据 103: 对快餐店所提供的产品创新和附加服务的感兴趣程度——提供更多异域风情的菜色 (按人口统计区分), 2014年2月

数据 104: 对快餐店所提供的产品创新和附加服务的感兴趣程度——提供更多样化的中国菜系菜色 (按人口统计区分), 2014年2月

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

邮件: oxygen@mintel.com

快餐 - 中国 - 2014年 5月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

数据 105: 对快餐店所提供的产品创新和附加服务的感兴趣程度——更多依照传统方法制成的中式快餐 (按人口统计区分), 2014年2月

数据 106: 对快餐店所提供的产品创新和附加服务的感兴趣程度——更多样化的数字订餐方式 (按人口统计区分), 2014年2月

数据 107: 对快餐店所提供的产品创新和附加服务的感兴趣程度——提供更灵活的支付方式 (按人口统计区分), 2014年2月

附录——消费者部分：对快餐的态度

数据 108: 对待快餐的态度, 2014年2月

数据 109: 最普遍的对待快餐的态度 (按人口统计区分), 2014年2月

数据 110: 第二普遍的对待快餐的态度 (按人口统计区分), 2014年2月

数据 111: 对待快餐的其他态度 (按人口统计区分), 2014年2月

现在购买这篇报告网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

邮件: oxygen@mintel.com