

2014-2020年中国快餐市场 监测与发展前景分析报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2014-2020年中国快餐市场监测与发展前景分析报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/201407/109686.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

随着社会的发展，快餐业也飞速地发展起来。这是人们改变生活，享受生活的一种方式；也是顺应社会发展的一种必然趋势。而这些也成为了很多善于发现商机的人赚钱的机会。能够发现市场需求，开一家快餐店成为了很多人想要实现的目标。而开店之前，必须对现今快餐业的特点和状况调查清楚，才能做出正确的选择。最初的快餐业是以西式快餐为主的。麦当劳和肯德基曾经吸引了多少年轻的顾客，而成为了特色餐饮连锁业的领导者。可是久而久之，西式快餐的弊端逐渐显露，很多人感觉汉堡包只是零食，更有人吃不惯那些油炸的东西。更有很多人对其营养产生了质疑。中式快餐就是在这样的条件下应运而生的。并且以迅雷不及掩耳的速度，占领了中国的主要市场，规模不断壮大，而且在快餐的式样上也不断地创新。也因此得到了很多白领和繁忙的人们的青睐。

现代中式快餐在上世纪八十年代末至九十年代的发展历程中，广大企业勇于实践、不畏挫折、克服困难、奋发进取、付出啦艰辛努力，在发展中也体现出啦摸索性和冲动型的特点。通过这一阶段的实践，广大企业积累经验，看到不足，不断总结与反思，使中式快餐进入新世纪以来，发展的更加坚实，以理性积累为主的发展特征表现的更加明显：第一，发展思路更趋客观性，更加注重从客观实际出发，减少发展中的盲目与冲动；第二，资本投入更趋合理性，企业讲求实效，投入注重回报，发展注重基础，扩张注重生存；第三，市场连接更趋紧密性，企业定位更加贴近市场，满足市场多元化需求；第四，开店分布更趋区域性，大多企业先立足当地和区域扩展，采取步步为营，逐步推进的策略，取得实效；第五，内在积累更趋深层性，加强自身基础建设和管理支撑体系建设，不断积累内在功力，追求和维系企业持久发展；第六，企业发展更趋稳定性，大起大落和过于炒作的现象明显减弱，讲求稳扎稳打、稳步发展和不断提升。

目前中式快餐的第一阵营有真功夫、永和大王、吉野家、大家乐、大快活等。真功夫的财富效应吸引了许多商家，很多企业拿着几千万雄心勃勃准备进入快餐行业，没两年亏得血本无归退出市场，这样的案例屡屡出现。中式快餐正处在一个快速蜕变期，新生代快餐和传统快餐开始角力，认不清当前的形势贸然进入中式快餐业非常危险。未来几年将会出现不少于10到20个中式快餐的品牌，而且随着市场竞争，品牌的集中度也会越来越高。中式快餐的市场规模已经从2009年的2638.90亿元，增长到2013年的6173.32亿元，其在快餐行业的市场占有率呈现出上升趋势，2013年中式快餐在快餐行业中的市场占有率已经到达78.64%。预计到2018年，中式快餐的市场规模将超过1万亿元，届时其在快餐行业中的市场份额也将超过80%。

本行业报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发

改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、中国烹饪协会、中国餐饮行业协会、以及国内外多种相关报刊杂志媒体提供的最新研究资料。本报告对国内中式快餐行业的发展状况进行了深入透彻地分析，对我国中式快餐行业市场情况、技术现状、供需形势作了详尽研究，重点分析了国内重点企业、行业发展趋势以及行业投资情况，是中式快餐及相关企业、投资部门、研究机构准确了解目前中国市场发展动态，把握中式快餐行业发展方向，为企业经营决策提供重要参考的依据。

报告目录

第一章 快餐行业概述

第一节 餐饮业的介绍

- 一、餐饮业的定义
- 二、餐饮业的分类
- 三、餐饮消费的六种类型
- 四、餐饮业的经济地位和作用

第二节 快餐业的概述

- 一、快餐的定义
- 二、快餐简单分类
- 三、快餐业的特点
- 四、快餐的经营形式

第三节 快餐的其他概念

- 一、快餐起源
- 二、我国快餐发展历程
- 三、现代快餐企业概述
- 四、快餐的作用与地位
- 五、快餐产业化的内涵
- 六、快餐业的发展规律
- 七、快餐的健康问题
- 八、中式快餐的概念

第二章 2013-2014年国际快餐行业发展现状分析

第一节 2013-2014年国际快餐行业概况

- 一、国际快餐行业发展历程
- 二、国际快餐行业发展面临的问题
- 三、国际快餐行业技术发展现状及趋势

第二节 2013-2014年西式快餐的发展状况

- 一、洋快餐开进机场分析
- 二、洋快餐全天候餐厅成为新宠
- 三、肯德基与麦当劳的启迪

第三节 2013-2014年西式快餐的发展策略

- 一、洋快餐的制胜之道
- 二、西式快餐本土化发展
- 三、美式快餐的中国市场战略

第四节 2014年主要国家快餐行业发展借鉴

- 一、美国
- 二、英国
- 三、日本

第三章 2013-2014年中国快餐行业发展现状分析

第一节 2013-2014年中国快餐行业整体发展概况

- 一、2013-2014年餐饮业利润情况
- 二、餐饮业经营陷入困境
- 三、餐饮业服务水平和餐饮卫生质量
- 四、方便快捷的要求

第二节 我国快餐业市场发展的状况

- 一、我国快餐业起步和发展速度
- 二、我国快餐业经营主体
- 三、我国快餐业经营方式分析
- 四、我国快餐业服务领域分析

第三节 2013-2014年我国快餐业市场发展分析

- 一、2013-2014年快餐市场价格情况
- 二、2013-2014年中式快餐价格分析
- 三、2013-2014年快餐业成本问题分析
- 四、2013-2014年休闲快餐产业发展潜力分析

第四节 中国快餐业市场形势分析

- 一、到2015年中国快餐业的市场发展态势
- 二、中式快餐品牌以集群形式发展态势
- 三、中式快餐的休闲化发展趋势

第五节 2013-2014年中国快餐行业市场消费者调查分析

- 一、消费者对西式快餐的偏好程度分析
- 二、消费者对西式快餐就餐形式的选择
- 三、消费者到西式快餐店消费的周期
- 四、消费者中去西式快餐店消费的金额
- 五、写字楼里的公司员工人数分布情况
- 六、写字楼里的公司员工更换订餐公司的频繁程度
- 七、消费者对午饭的满意情况和抱怨因素
- 八、消费者对不同价格的午饭接受情况
- 九、消费者最喜欢的快餐食品
- 十、消费者选择快餐的决定因素

第六节 2013年影响中国快餐行业发展因素

- 一、经营品种过多、特色不突出
- 二、产品复杂难以标准化
- 三、缺乏完善的经营管理体系
- 四、品牌塑造与建设不到位
- 五、市场定位不准确
- 六、缺乏有效的运行与扩张机制

第七节 2013年中国快餐行业运行现状分析

- 一、快餐行业基本情况
- 二、快餐行业经营情况
- 三、快餐行业资产负债情况
- 四、快餐行业损益及分配情况
- 五、快餐行业连锁情况分析

第四章 我国中式快餐市场发展分析

第一节 中式快餐市标准化分析

- 一、中式快餐产业化、标准化情况
- 二、中式快餐标准化问题及其影响
- 三、中式快餐市场标准化发展策略

第二节 中式快餐市场发展状况

- 一、2013-2014年中式快餐市场发展情况
- 二、中式快餐发展的有利因素

三、中式快餐发展制约因素

四、中式快餐的全球化发展

第三节 中式快餐发展前景和机遇

一、中式快餐长期发展前景分析

二、2014-2020年中式快餐市场发展前景

三、中式快餐发展的新机遇

第四节 2013-2014年中国地区特色快餐食品的发展形式

一、云南的过桥米线

二、新疆的烤羊肉串

三、北京的烤鸭

四、河南的烩面

五、福建的沙县小吃

六、陕西的凉皮肉夹馍

七、兰州的牛肉拉面

第五章 我国西式快餐市场发展分析

第一节 西式快餐市场发展状况

一、2014年西式快餐市场价格情况

二、2014年西式快餐市场发展动态

三、洋快餐加速本土化及其原因分析

四、快餐巨头麦可斯加速进军中国市场

第二节 西式快餐市场的前景和潜力研究

一、西式快餐市场前景

二、西式快餐早餐市场潜力

第六章 我国快餐行业区域市场分析

第一节 北京市

一、快餐行业现状

二、快餐市场格局

三、快餐消费者分析

四、快餐行业发展趋势

第二节 上海快餐市场发展情况

一、上海餐饮消费市场情况

二、上海举行中国快餐产业大会

三、西式快餐走进上海加油站

第三节 广州快餐市场发展情况

一、广州餐饮市场调查分析

二、东方既白叫板广州快餐市场

三、广州西式快餐扩张

四、广州快餐首设全国客服热线

第四节 深圳快餐市场发展情况

一、深圳快餐巨头启动让利促销

二、深圳用标准化管理快餐质量

三、深圳中式快餐市场三足鼎立

第五节 其它城市快餐市场发展情况

一、宁波中式快餐迅速崛起

二、南京中式快餐“红蓝”斗

第七章 快餐行业竞争分析

第一节 快餐业竞争分析

一、中国快餐业竞争格局

二、2014年快餐企业竞争优势分析

第二节 2014年快餐竞争分析

一、2013年快餐市场竞争情况分析

二、2014年快餐市场竞争形势分析

第八章 快餐企业竞争策略分析

第一节 餐饮业经济危机中“组合”营销分析

第二节 餐饮企业应积极打造核心竞争力

第三节 针对中国餐饮业竞争态势的相应对策

第四节 在餐饮竞争中适当调整战略定位

第五节 餐饮业竞争的顾客价值战略

第六节 餐饮业的特色竞争战略

第九章 世界快餐重点企业竞争分析

第一节 肯德基

一、肯德基发展概述

1、肯德基简介

2、肯德基发展历程

二、肯德基产品分析

- 1、肯德基产品结构
- 2、肯德基新产品分析
- 3、肯德基产品价格分析

三、肯德基在中国市场布局分析

- 1、肯德基选址分析
- 2、肯德基中国区域分布
- 3、肯德基加盟体系分析
- 4、肯德基餐厅外观及内部环境设计
- 5、肯德基安全卫生管理分析
- 6、肯德基标准化服务
- 7、肯德基人才培养
- 8、肯德基本土化进展

四、肯德基市场经营分析

- 1、肯德基门店数量
- 2、肯德基经营业绩
- 3、肯德基经营模式分析

五、肯德基市场发展战略分析

- 1、产品战略
- 2、目标市场战略
- 3、品牌形象战略
- 4、供应商管理战略
- 5、人才战略

六、肯德基市场营销策略分析

- 1、产品策略
- 2、价格策略
- 3、渠道策略
- 4、促销策略

第二节 麦当劳

一、麦当劳发展概述

- 1、麦当劳简介
- 2、麦当劳发展历程

二、麦当劳产品分析

- 1、麦当劳产品结构
- 2、麦当劳新产品分析
- 3、麦当劳产品价格分析

三、麦当劳在中国市场布局分析

- 1、麦当劳选址分析
- 2、麦当劳中国区域分布
- 3、麦当劳加盟体系分析
- 4、麦当劳餐厅外观及内部环境设计
- 5、麦当劳安全卫生管理分析
- 6、麦当劳标准化服务
- 7、麦当劳人才培养
- 8、麦当劳本土化进展

四、麦当劳市场经营分析

- 1、麦当劳门店数量
- 2、麦当劳经营业绩
- 3、麦当劳经营模式分析

五、麦当劳市场发展战略分析

- 1、产品战略
- 2、目标市场战略
- 3、品牌形象战略
- 4、供应商管理战略
- 5、人才战略

六、麦当劳市场营销策略分析

- 1、产品策略
- 2、价格策略
- 3、渠道策略
- 4、促销策略

第三节 汉堡王

一、汉堡王发展概述

- 1、汉堡王简介
- 2、汉堡王发展历程

二、汉堡王产品分析

- 1、汉堡王产品结构
- 2、汉堡王新产品分析
- 3、汉堡王产品价格分析

三、汉堡王在中国市场布局分析

- 1、汉堡王选址分析
- 2、汉堡王中国区域分布
- 3、汉堡王加盟体系分析
- 4、汉堡王餐厅外观及内部环境设计
- 5、汉堡王安全卫生管理分析
- 6、汉堡王标准化服务
- 7、汉堡王人才培养
- 8、汉堡王本土化进展

四、汉堡王市场经营分析

- 1、汉堡王门店数量
- 2、汉堡王经营业绩
- 3、汉堡王经营模式分析

五、汉堡王市场发展战略分析

- 1、产品战略
- 2、目标市场战略
- 3、品牌形象战略
- 4、供应商管理战略
- 5、人才战略

六、汉堡王市场营销策略分析

- 1、产品策略
- 2、价格策略
- 3、渠道策略
- 4、促销策略

第四节 乡村基

一、乡村基发展概述

- 1、企业简介
- 2、发展历程

二、乡村基产品分析

三、乡村基经营分析

1、中国门店数量及分布

2、2008-2012年经营情况

四、乡村基发展战略研究

1、向中式快餐转型

2、品牌形象战略

3、区域市场战略

4、经验借鉴

第十章 国内快餐重点企业竞争分析

第一节 真功夫餐饮管理有限公司

一、真功夫简介

二、经营理念

三、真功夫食品价格走势

四、真功夫食品占有市场份额

第二节 深圳面点王饮食连锁有限公司

一、面点王简介

二、深圳面点王快速发展背后的经营理念

三、面点王企业的营销感悟和经营哲学

第三节 马兰拉面快餐连锁有限责任公司

一、企业简介

二、马兰拉面的经营理念及优势

三、马兰拉面欲引领中国快餐业

第四节 大娘水饺餐饮集团股份有限公司

一、企业简介

二、市场出售食品价格走势

三、市场占有率分析

第五节 上海世好餐饮管理有限公司

一、吉祥混沌简介

二、吉祥馄饨全国连锁事业的品牌管理机构

三、市场占有率分析

第六节 常州丽华快餐集团有限公司

一、丽华快餐公司简介

二、丽华快餐打造中国驰名商标

三、丽华快餐在北京的发展策略

第七节 上海永和大王餐饮有限公司

一、永和大王简介

二、永和大王的发展历程

三、永和大王的成功之道

第八节 内蒙古小肥羊餐饮连锁有限公司

一、小肥羊简介

二、小肥羊的发展历程

三、小肥羊的成功之道

第十一章 快餐业发展趋势分析

第一节 2014-2020年中国中式快餐发展方向分析

一、改革中式快餐的制作工艺，发展特色

二、改进现代的经营模式，改善就餐环境

三、在快餐产品中走中西结合方式

第二节 2014-2020年中国中式快餐行业市场预测分析

一、中式快餐市场规模预测分析

二、中式快餐竞争格局预测分析

三、中式快餐需求预测分析

第三节 未来五年中国餐饮行业发展规划

一、餐饮业发展的发展目标

二、餐饮业发展的主要任务

三、中国餐饮业的发展格局

四、中国餐饮业的发展重点

五、中国餐饮业的发展政策

第四节 2014-2020年中国快餐行业发展趋势

一、快餐业的品牌发展趋势

二、快餐业的消费观念趋势

第五节 2014-2020年中国中式快餐行业盈利预测分析

第十二章 快餐行业发展预测

第一节 未来五年中国餐饮行业发展规划

一、餐饮业发展的发展目标

二、餐饮业发展的主要任务

三、中国餐饮业的发展格局

四、中国餐饮业的发展重点

五、中国餐饮业的发展政策

第二节 2014-2020年中国快餐行业发展趋势

一、快餐业的品牌发展趋势

二、快餐业的消费观念趋势

第三节 2014-2020年中国快餐市场规模预测

一、中国快餐行业门店数量预测

二、中国快餐行业市场规模预测

三、快餐业盈利预测分析

第十三章 2014-2020年中国中式快餐行业投资潜力分析

第一节 2014-2020年中国中式快餐行业投资机会分析

一、中式快餐行业吸引力分析

二、中式快餐行业区域投资潜力分析

第二节 2014-2020年中国中式快餐行业投资风险分析

一、宏观调控风险

二、行业竞争风险

三、供需波动风险

四、技术风险

五、经营管理风险

第三节 2014-2020年中国中式快餐行业投资战略分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、区域战略规划

四、产业战略规划

五、营销品牌战略

六、竞争战略规划

第四节 2014-2020年中国中式快餐行业投资策略分析

图表目录

图表：2002-2013年中国餐饮业收入及增速

图表：2013年全国餐饮收入月度增幅情况

图表：2013年全国餐饮收入分季度增幅情况

图表：2013年中国餐饮收入及增速

图表：西式快餐不同收入水平消费者偏好调查

图表：西式快餐不同年龄的消费者偏好调查

图表：西式快餐在中国的发展历程

图表：我国写字楼新增就业人数情况

图表：消费者对不同价格的午饭接受情况

图表：带馅产品受消费者（分年龄段）欢迎的程度

图表：各年龄段消费者对带馅食品的偏好趋势

图表：不带馅食品受消费者欢迎的程度

图表：不同年龄段消费者对烹制方式的喜好趋势

图表：2009-2013年全国限额以上快餐业法人单位数及增长

图表：2009-2013年全国限额以上快餐业法人单位数及增长

图表：2009-2013年北京限额以上快餐业法人单位数及增长

图表：2009-2013年天津限额以上快餐业法人单位数及增长

图表：2009-2013年河北限额以上快餐业法人单位数及增长

图表：2009-2013年山西限额以上快餐业法人单位数及增长

图表：2009-2013年内蒙古限额以上快餐业法人单位数及增长

图表：2009-2013年辽宁限额以上快餐业法人单位数及增长

图表：2009-2013年吉林限额以上快餐业法人单位数及增长

图表：2009-2013年黑龙江限额以上快餐业法人单位数及增长

图表：2009-2013年上海限额以上快餐业法人单位数及增长

图表：2009-2013年江苏限额以上快餐业法人单位数及增长

图表：2009-2013年浙江限额以上快餐业法人单位数及增长

图表：2009-2013年安徽限额以上快餐业法人单位数及增长

图表：2009-2013年福建限额以上快餐业法人单位数及增长

图表：2009-2013年江西限额以上快餐业法人单位数及增长

图表：2009-2013年山东限额以上快餐业法人单位数及增长

图表：2009-2013年河南限额以上快餐业法人单位数及增长

图表：2009-2013年湖北限额以上快餐业法人单位数及增长

图表：2009-2013年湖南限额以上快餐业法人单位数及增长

图表：2009-2013年广东限额以上快餐业法人单位数及增长

图表：2009-2013年广西限额以上快餐业法人单位数及增长

图表：2009-2013年海南限额以上快餐业法人单位数及增长

图表：2009-2013年重庆限额以上快餐业法人单位数及增长

图表：2009-2013年四川限额以上快餐业法人单位数及增长

图表：2009-2013年贵州限额以上快餐业法人单位数及增长

图表：2009-2013年云南限额以上快餐业法人单位数及增长

图表：2009-2013年西藏限额以上快餐业法人单位数及增长

图表：2009-2013年陕西限额以上快餐业法人单位数及增长

图表：2009-2013年甘肃限额以上快餐业法人单位数及增长

图表：2009-2013年宁夏限额以上快餐业法人单位数及增长

图表：2009-2013年新疆限额以上快餐业法人单位数及增长

图表：2009-2013年全国限额以上快餐服务业营业额及增长

图表：2009-2013年全国限额以上快餐业企业年末资产及增长

图表：2009-2013年全国限额以上快餐业企业年末负债及增长

图表：2009-2013年全国限额以上快餐业企业主营业务收入

图表：2009-2013年全国限额以上快餐业企业主营业务成本

图表：2009-2013年全国限额以上快餐业企业主营业务税金及附加

图表：2009-2013年全国限额以上快餐业企业主营业务利润

图表：2009-2013年全国限额以上快餐业企业其他业务利润

图表：2009-2013年全国限额以上快餐业企业营业费用

图表：2009-2013年全国限额以上快餐业企业管理费用

图表：2009-2013年全国限额以上快餐业企业财务费用

图表：2009-2013年全国限额以上快餐业企业营业利润

图表：2009-2013年全国限额以上快餐业企业利润总额

图表：2013年全国快餐门店数及结构分析

图表：2013年连锁快餐企业营业收入分析

图表：2013年北京快餐连锁企业门店数量分析

图表：2013年天津快餐连锁企业门店数量分析

图表：2013年山西快餐连锁企业门店数量分析

图表：2013年辽宁快餐连锁企业门店数量分析

图表：2013年黑龙江快餐连锁企业门店数量分析

图表：2013年上海快餐连锁企业门店数量分析

图表：2013年江苏快餐连锁企业门店数量分析

图表：2013年浙江快餐连锁企业门店数量分析

图表：2013年安徽快餐连锁企业门店数量分析

图表：2013年福建快餐连锁企业门店数量分析

图表：2013年江西快餐连锁企业门店数量分析

图表：2013年山东快餐连锁企业门店数量分析

图表：2013年河南快餐连锁企业门店数量分析

图表：2013年湖北快餐连锁企业门店数量分析

图表：2013年湖南快餐连锁企业门店数量分析

图表：2013年广东快餐连锁企业门店数量分析

图表：2013年广西快餐连锁企业门店数量分析

图表：2013年海南快餐连锁企业门店数量分析

图表：2013年重庆快餐连锁企业门店数量分析

图表：2013年四川快餐连锁企业门店数量分析

图表：2013年云南快餐连锁企业门店数量分析

图表：2013年西藏快餐连锁企业门店数量分析

图表：2013年陕西快餐连锁企业门店数量分析

图表：2013年甘肃快餐连锁企业门店数量分析

图表：2013年新疆快餐连锁企业门店数量分析

图表：2010-2014年西式快餐整体价格变动情况

图表：快餐市场竞争格局

图表：肯德基产品结构分析

图表：肯德基产品价格表（一）

图表：肯德基产品价格表（二）

图表：肯德基产品价格表（三）

图表：肯德基产品价格表（四）

图表：肯德基24小时门店中国区域分布情况

图表：肯德基加盟强大的支持体系

图表：肯德基加盟费用分析

图表：肯德基“CHAMPS”冠军计划

图表：2008-2012年百胜旗下快餐品牌全球门店数量统计

图表：2008-2013年上半年百胜中国门店数量统计

图表：2008-2013年上半年肯德基中国门店总数及增长

图表：2008-2013年上半年肯德基中国新增门店数量情况

图表：2008-2012年百胜集团全球经营主要经济指标

图表：2008-2013年上半年肯德基中国营业收入及增长

图表：麦当劳产品结构分析

图表：麦当劳产品价格表（一）

图表：麦当劳产品价格表（二）

图表：麦当劳产品价格表（三）

图表：麦当劳产品价格表（四）

图表：麦当劳产品价格表（五）

图表：麦当劳24小时门店中国区域分布情况

图表：2008-2013年上半年麦当劳中国门店总数及增长

图表：2008-2012年麦当劳全球经营主要经济指标

图表：2008-2013年上半年麦当劳中国营业收入及增长

图表：汉堡王明星产品结构分析

图表：汉堡王产品价格表（一）

图表：汉堡王产品价格表（二）

图表：汉堡王产品价格表（三）

图表：汉堡王门店中国区域分布情况

图表：2008-2013年上半年汉堡王中国门店总数及增长

图表：2008-2012年汉堡王全球经营主要经济指标

图表：2008-2013年上半年汉堡王中国营业收入及增长

图表：乡村基产品结构分析

图表：2008-2013年上半年乡村基门店总数及增长

图表：2010-2012年乡村基门店数量分地区统计

图表：2008-2013年一季度乡村基营业收入及增长

图表：2008-2012年乡村基单店营业收入变化走势图

图表：2008-2012年乡村基运营利润及运营利润率走势图

图表：2008-2012年乡村基净利润及净利润率变化走势图

图表：2009-2013年中式快餐市场规模及市场占有率

图表：2014-2020年中式快餐市场规模及市场占有率预测

图表：2014年我国快餐行业门店总数预测

图表：2015年我国快餐行业门店总数预测

图表：2016年我国快餐行业门店总数预测

图表：2017年我国快餐行业门店总数预测

图表：2018年我国快餐行业门店总数预测

图表：2014年我国快餐行业市场规模预测

图表：2015年我国快餐行业市场规模预测

图表：2016年我国快餐行业市场规模预测

图表：2017年我国快餐行业市场规模预测

图表：2018年我国快餐行业市场规模预测

图表：2014年我国快餐行业盈利预测

图表：2015年我国快餐行业盈利预测

图表：2016年我国快餐行业盈利预测

图表：2017年我国快餐行业盈利预测

图表：2018年我国快餐行业盈利预测

图表：2013年快餐行业营业收入过10亿元的省市

图表：2013年速冻米面食品产量全国合计

图表：2013年速冻米面食品产量北京统计

图表：2013年速冻米面食品产量天津统计

图表：2013年速冻米面食品产量河北统计

图表：2013年速冻米面食品产量山西统计

图表：2013年速冻米面食品产量内蒙古统计

图表：2013年速冻米面食品产量辽宁统计

图表：2013年速冻米面食品产量吉林统计

图表：2013年速冻米面食品产量黑龙江统计

图表：2013年速冻米面食品产量上海统计

图表：2013年速冻米面食品产量江苏统计

图表：2013年速冻米面食品产量浙江统计

图表：2013年速冻米面食品产量安徽统计

图表：2013年速冻米面食品产量福建统计

图表：2013年速冻米面食品产量山东统计

图表：2013年速冻米面食品产量河南统计

图表：2013年速冻米面食品产量湖北统计

图表：2013年速冻米面食品产量湖南统计

图表：2013年速冻米面食品产量广东统计

图表：2013年速冻米面食品产量重庆统计

图表：2013年速冻米面食品产量四川统计

图表：2013年速冻米面食品产量云南统计

图表：2013年速冻米面食品产量陕西统计

图表：2013年速冻米面食品产量宁夏统计

图表：2013年速冻米面食品产量新疆统计

图表：区域发展战略咨询流程图

图表：区域SWOT战略分析图

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201407/109686.html>