



艾凯咨询
ICAN Consulting

中国快餐连锁行业市场研究与战略投资前景分析报告(2011-2015年)

一、调研说明

《中国快餐连锁行业市场研究与战略投资前景分析报告(2011-2015年)》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/189286.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

近年来，我国的餐饮业发展非常迅速，据有关方面的统计，餐饮业的增长率要比其它行业高出十个百分点以上。可以说我国正迎来一个餐饮业大发展的时期，市场潜力巨大，前景非常广阔。但从另一个方面来看，餐饮需求又是复杂多变的，其消费口味和消费心理，都可能随着社会环境的变化而变化。餐饮企业必须根据自身条件和环境条件的要求，看清餐饮市场的发展趋势，选择适当的营销方法，才有可能在激烈的市场竞争中获得成功。

随着快餐连锁市场竞争的愈发激烈，快速有效的掌握市场发展情况成为企业决策成功与否的关键。近些年各行业市场的规模和特点都出现了很大的变革，如何从专业的眼光认识快餐连锁行业的发展和市场的转变，将成为企业未来生存和发展的首要问题。

《中国快餐连锁行业市场研究与战略投资前景分析报告(2011-2015年)》在对快餐连锁产品行业的市场现状、发展环境、全球市场境况、竞争调查、区域竞争调查、企业竞争调查进行全面、细致研究的基础上，并对快餐连锁产品行业内重点企业的产品竞争策略和发展动向进行了深入剖析，另外为还对快餐连锁产品行业未来市场发展趋势进行了判断，旨在为投资者提供高价值的决策参考。

正文目录

第一章 快餐连锁定义及行业特征 21

第一节 快餐连锁的定义 21

一、快餐连锁定义 21

二、快餐连锁分类 21

三、餐饮消费的六种业态 21

第二节 快餐连锁行业特征分析 23

一、网络铺设方式多样化 23

二、对资本量要求高 23

三、快餐连锁要求标准化经营 23

四、品牌化管理效应突出 24

五、快餐连锁行业生命周期分析 24

第二章 2010年中国快餐连锁行业发展环境分析 27

第一节 2010年中国快餐连锁行业发展政治环境分析 27

一、餐饮行业管理体系逐步完善 27

二、行业相关法律分析 27

第二节 2010年中国快餐连锁行业发展经济环境分析 29

一、2010年中国经济增长形势分析 29

二、2010年中国居民可支配收入及恩格尔系数分析 47

三、2010年人均餐饮消费水平增长状况分析 49

第三节 2010年中国快餐连锁行业发展社会环境分析 49

一、餐饮消费观念逐步改变 49

二、行业发展裂变速度加快，快餐已深入影响大众生活形态 50

第三章 2010年全球快餐连锁行业发展现状分析 51

第一节 2010年全球快餐连锁行业发展环境PEST分析 51

一、2010年全球经济增长形势分析 51

二、金砖四国经济增长普遍趋缓 56

三、2010年主要经济体经济形势分析 57

四、经济全球化进程加快 57

五、发展中国家经济发展迅速但区域差异依旧明显 58

六、食品危机影响到快餐连锁行业的发展 59

第二节 2010年全球快餐连锁行业发展现状分析 59

一、2010年全球餐饮业发展规模 59

二、2010年各国餐饮业发展情况对比 59

三、连锁式发展已经成为全球快餐行业的主流方向 60

四、西式快餐与地区性质的快餐文化相互融合 60

五、全球快餐连锁行业持续增长 60

第三节 2010年主要国家快餐连锁业发展态势分析 60

一、美国 60

二、欧盟 62

五、日本 62

六、印度 64

第四节 2011-2015年全球快餐连锁行业发展趋势分析 64

一、跨国快餐连锁巨头将面临全球化危机 64

二、快餐连锁消费区域特征将日益明显 65

三、快餐连锁行业投融资与并购增加 65

四、全球快餐连锁经营模式多样化 65

五、快餐消费多元化 66

第四章 2010年快餐连锁行业国际主体企业主体竞争力分析 67

第一节 百胜 67

一、公司的全球业务概况 67

二、公司在华业务模块发展现状 67

三、百胜在中国快餐连锁市场竞争策略分析 70

四、百胜在中国快餐连锁市场运营模式分析 71

五、公司在华快餐连锁市场竞争力SWOT分析 71

六、公司发展趋势分析 72

第二节 麦当劳 72

一、公司的全球业务概况 72

二、公司在华业务模块发展现状 73

三、麦当劳在中国快餐连锁市场竞争策略分析 73

四、麦当劳在中国快餐连锁市场运营模式分析 75

五、公司在华快餐连锁市场竞争力SWOT分析 77

六、公司发展趋势分析 78

第三节 德克士 79

一、公司的全球业务概况 79

二、公司在华业务模块发展现状 80

三、德克士在中国快餐连锁市场竞争策略分析 81

四、德克士在中国快餐连锁市场运营模式分析 82

五、公司在华快餐连锁市场竞争力SWOT分析 83

六、公司发展趋势分析 84

第四节 吉野家 84

一、公司的全球业务概况 84

二、公司在华业务模块发展现状 85

三、吉野家在中国快餐连锁市场竞争策略分析 86

四、吉野家在中国快餐连锁市场运营模式分析 86

五、公司在华快餐连锁市场竞争力SWOT分析 87

六、公司发展趋势分析 87

第五节 快乐蜂 88

- 一、公司的全球业务概况 88
- 二、公司在华业务模块发展现状 88
- 三、快乐蜂在中国快餐连锁市场竞争策略分析 89
- 四、快乐蜂在中国快餐连锁市场运营模式分析 90
- 五、公司在华快餐连锁市场竞争力SWOT分析 90
- 六、公司发展趋势分析 91

第六节 味千拉面 91

- 一、公司的全球业务概况 91
- 二、公司在华业务模块发展现状 91
- 三、快乐蜂在中国快餐连锁市场竞争策略分析 92
- 四、快乐蜂在中国快餐连锁市场运营模式分析 93
- 五、公司在华快餐连锁市场竞争力SWOT分析 93
- 六、公司发展趋势分析 94

第七节 康师傅私房牛肉面 94

- 一、公司的全球业务概况 94
- 二、公司在华业务模块发展现状 95
- 三、快乐蜂在中国快餐连锁市场竞争策略分析 95
- 四、快乐蜂在中国快餐连锁市场运营模式分析 96
- 五、公司在华快餐连锁市场竞争力SWOT分析 97
- 六、公司发展趋势分析 98

第五章 2010年中国快餐连锁行业发展现状分析 99

第一节 2010年中国快餐连锁行业发展概况分析 99

- 一、中国快餐连锁行业取得持续快速地发展 99
- 二、中国快餐连锁行业发展大事记综述 99
- 三、中国快餐连锁行业的特性点评 101
- 四、快餐连锁运营模式不断创新 102
- 五、针对快餐连锁行业的思考和理性总结 102

第二节 2010年中国快餐连锁行业发展特点分析 106

- 一、中式快餐发展由感性认识向理性积累阶段转化 106
- 二、快餐的社会和行业地位得到确立，作用更加突出 106

三、快餐连锁行业与企业规模继续扩大，发展质量和水平明显提高 107

四、快餐领域不断开拓创新，发展空间继续延伸拓展 107

五、相关行业间的联合更加深入，产业连接逐步形成 107

第三节 2010年中国快餐业发展连锁经营分析 108

一、中国快餐连锁企业的标准关和上市观综述 108

二、快餐企业发展连锁经营的动因浅析 109

三、快餐连锁行业的市场竞争全面展开 109

四、中国快餐连锁企业人才培养体系构建 110

第四节 2010年中国快餐连锁行业投资现状分析 115

一、餐饮业的投资特性概述 115

二、加盟连锁成为快餐行业的主流运作模式 126

三、佛罗仑比萨成为西式快餐市场投资的新宠 126

第五节 2010年中国快餐连锁行业面临的主要问题分析 128

一、中国快餐连锁行业发展面临的两道坎 128

二、中国快餐连锁行业的误区与突破 129

三、标准化制约中国快餐产业化进程破 134

第六节 2010年制约中国快餐连锁行业发展的主要问题分析 134

一、行业和企业运作理论滞后的问题较为突出 134

二、企业联合和行业组织的作用发挥不够 135

三、制约行业发展的深层次因素亟待解决 135

四、发展思路、模式和途径有待进一步探索 135

第六章 2010年中国快餐连锁细分市场发展现状分析 136

第一节 西式快餐连锁 136

一、西式快餐的经营特点 136

二、西式快餐在中国市场的目标消费群体 137

三、西式快餐在中国市场的主要业态现状 137

四、2010年中国西式快餐市场规模分析 139

五、2010年中国西式快餐市场的竞争分析 139

六、西式快餐在中国快餐市场竞争力SWOT分析 139

第二节 中式快餐连锁 140

一、中式快餐的经营特点 140

二、中式快餐在中国市场的目标消费群体	141
三、中式快餐在中国市场的主要业态现状	141
四、2010年中国中式快餐市场规模分析	144
五、2010年中国中式快餐市场的竞争分析	144
六、中式快餐在中国快餐市场竞争力SWOT分析	145
第三节 日式快餐连锁	146
一、日式快餐的经营特点	147
二、日式快餐在中国市场的目标消费群体	147
三、日式快餐在中国市场的主要业态现状	147
四、2010年中国日式快餐市场规模分析	147
五、2010年中国日式快餐市场的竞争分析	148
六、日式快餐在中国快餐市场竞争力SWOT分析	148
第四节 韩式快餐连锁	148
一、韩式快餐的经营特点	148
二、韩式快餐在中国市场的目标消费群体	149
三、韩式快餐在中国市场的主要业态现状	149
四、2010年中国韩式快餐市场规模分析	149
五、2010年中国韩式快餐市场的竞争分析	149
六、韩式快餐在中国快餐市场竞争力SWOT分析	150
第五节 伊斯兰式快餐连锁	150
一、伊斯兰式快餐的经营特点	150
二、伊斯兰式快餐在中国市场的目标消费群体	150
三、伊斯兰式快餐在中国市场的主要业态现状	151
四、2010年中国伊斯兰式快餐市场规模分析	151
五、2010年中国伊斯兰式快餐市场的竞争分析	151
六、伊斯兰式快餐在中国快餐市场竞争力SWOT分析	152
第六节 城市网络快餐连锁	152
一、城市网络快餐的经营特点	152
二、城市网络快餐在中国市场的目标消费群体	152
三、城市网络快餐在中国市场的主要业态现状	152
四、2010年中国城市网络快餐市场规模分析	152
五、2010年中国城市网络快餐市场的竞争分析	153

六、城市网络快餐在中国快餐市场竞争力SWOT分析 153

第七章 2010年中国快餐连锁行业竞争格局分析 154

第一节 2010年中国快餐连锁行业竞争格局分析 154

一、2010年快餐连锁企业不断获得融资，进行扩张 154

二、中西快餐企业间差距呈加大趋势 154

三、2010年主要快餐连锁企业营业规模对比 155

四、2010年主要快餐连锁企业市场定位对比 155

第二节 2010年中国快餐连锁行业竞争行为分析 155

一、产品竞争 155

二、就餐环境 155

三、服务方式 156

四、新快餐运动 156

五、营销手段 156

第八章 2010年中国主要城市快餐连锁市场现状分析 157

第一节 北京地区快餐连锁市场 157

一、北京地区快餐连锁市场宏观环境PEST分析 157

二、2010年北京地区快餐连锁市场规模分析 157

三、北京地区快餐连锁市场发展特征分析 157

四、北京地区快餐连锁细分市场发展现状与规模 158

五、2010年北京地区快餐连锁市场竞争分析 159

六、北京地区快餐连锁市场发展趋势分析 160

第二节 上海地区快餐连锁市场 161

一、上海地区快餐连锁市场宏观环境PEST分析 161

二、2010年上海地区快餐连锁市场规模分析 161

三、上海地区快餐连锁市场发展特征分析 162

四、上海地区快餐连锁细分市场发展现状与规模 162

五、2010年上海地区快餐连锁市场竞争分析 163

六、上海地区快餐连锁市场发展趋势分析 163

第三节 广州地区快餐连锁市场 163

一、广州地区快餐连锁市场宏观环境PEST分析 163

二、2010年广州地区快餐连锁市场规模分析	164
三、广州地区快餐连锁市场发展特征分析	164
四、广州地区快餐连锁细分市场发展现状与规模	164
五、2010年广州地区快餐连锁市场竞争分析	164
六、广州地区快餐连锁市场发展趋势分析	165
第四节 深圳地区快餐连锁市场	165
一、深圳地区快餐连锁市场宏观环境PEST分析	165
二、2010年深圳地区快餐连锁市场规模分析	165
三、深圳地区快餐连锁市场发展特征分析	165
四、深圳地区快餐连锁细分市场发展现状与规模	166
五、2010年深圳地区快餐连锁市场竞争分析	166
六、深圳地区快餐连锁市场发展趋势分析	166
第五节 西安地区快餐连锁市场	166
一、西安地区快餐连锁市场宏观环境PEST分析	167
二、2010年西安地区快餐连锁市场规模分析	167
三、西安地区快餐连锁市场发展特征分析	167
四、西安地区快餐连锁细分市场发展现状与规模	167
五、2010年西安地区快餐连锁市场竞争分析	168
六、西安地区快餐连锁市场发展趋势分析	168
第六节 重庆地区快餐连锁市场	168
一、重庆地区快餐连锁市场宏观环境PEST分析	168
二、2010年重庆地区快餐连锁市场规模分析	169
三、重庆地区快餐连锁市场发展特征分析	169
四、重庆地区快餐连锁细分市场发展现状与规模	169
五、2010年重庆地区快餐连锁市场竞争分析	169
六、重庆地区快餐连锁市场发展趋势分析	169
第七节 天津	170
一、天津地区快餐连锁市场宏观环境PEST分析	170
二、2010年天津地区快餐连锁市场规模分析	170
三、天津地区快餐连锁市场发展特征分析	170
四、天津地区快餐连锁细分市场发展现状与规模	171
五、2010年天津地区快餐连锁市场竞争分析	171

六、天津地区快餐连锁市场发展趋势分析 171

第八节 武汉 172

一、武汉地区快餐连锁市场宏观环境PEST分析 172

二、2010年武汉地区快餐连锁市场规模分析 173

三、武汉地区快餐连锁市场发展特征分析 173

四、武汉地区快餐连锁细分市场发展现状与规模 173

五、2010年武汉地区快餐连锁市场竞争分析 173

六、武汉地区快餐连锁市场发展趋势分析 174

第九节 杭州 174

一、杭州地区快餐连锁市场宏观环境PEST分析 174

二、2010年杭州地区快餐连锁市场规模分析 174

三、杭州地区快餐连锁市场发展特征分析 174

四、杭州地区快餐连锁细分市场发展现状与规模 175

五、2010年杭州地区快餐连锁市场竞争分析 175

六、杭州地区快餐连锁市场发展趋势分析 175

第十节 成都 176

一、成都地区快餐连锁市场宏观环境PEST分析 176

二、2010年成都地区快餐连锁市场规模分析 176

三、成都地区快餐连锁市场发展特征分析 176

四、成都地区快餐连锁细分市场发展现状与规模 176

五、2010年成都地区快餐连锁市场竞争分析 176

六、成都地区快餐连锁市场发展趋势分析 177

第十一节 苏州 177

一、苏州地区快餐连锁市场宏观环境PEST分析 177

二、2010年苏州地区快餐连锁市场规模分析 178

三、苏州地区快餐连锁市场发展特征分析 178

四、苏州地区快餐连锁细分市场发展现状与规模 179

五、2010年苏州地区快餐连锁市场竞争分析 179

六、苏州地区快餐连锁市场发展趋势分析 179

第十二节 青岛 179

一、青岛地区快餐连锁市场宏观环境PEST分析 179

二、2010年青岛地区快餐连锁市场规模分析 181

- 三、青岛地区快餐连锁市场发展特征分析 181
- 四、青岛地区快餐连锁细分市场发展现状与规模 182
- 五、2010年青岛地区快餐连锁市场竞争分析 182
- 六、青岛地区快餐连锁市场发展趋势分析 182

第九章 2010年快餐连锁行业国内主体企业竞争力分析 183

第一节 真功夫餐饮连锁 183

- 一、企业概况 183
- 二、企业收入及盈利指标 185
- 三、企业资产状况分析 186
- 四、企业成本费用构成情况 188
- 五、企业竞争力分析 189

第二节 马兰拉面 190

- 一、企业概况 190
- 二、企业收入及盈利指标 191
- 三、企业资产状况分析 193
- 四、企业成本费用构成情况 195
- 五、企业竞争力分析 195

第三节 大娘水饺 196

- 一、企业概况 196
- 二、企业收入及盈利指标 197
- 三、企业资产状况分析 199
- 四、企业成本费用构成情况 201
- 五、企业竞争力分析 201

第四节 丽华快餐 204

- 一、企业概况 204
- 二、企业收入及盈利指标 205
- 三、企业资产状况分析 207
- 四、企业成本费用构成情况 209
- 五、企业竞争力分析 209

第五节 深圳面点王 211

- 一、企业概况 211

二、企业收入及盈利指标 212

三、企业资产状况分析 214

四、企业成本费用构成情况 216

五、企业竞争力分析 216

第六节 永和大王 217

一、企业概况 217

二、企业收入及盈利指标 219

三、企业资产状况分析 221

四、企业成本费用构成情况 223

五、企业竞争力分析 223

第十章 2011-2015年中国快餐行业发展趋势分析 225

第一节 2011-2015年中国快餐连锁行业的发展趋势分析 225

一、中式快餐由感性认识向理性思考转变 225

二、多元化、细分化和个性化趋势逐步加强 226

三、品牌企业不断壮大，连锁扩张逐步发展 226

四、中西快餐融合步伐加快 227

五、快餐连锁行业的专业人才队伍逐步扩大 227

六、行业组织作用加强，促进行业规范与服务平台建设步伐 228

第二节 2011年中国快餐连锁行业投资前景分析 228

一、快餐连锁行业的发展势头良好 228

二、快餐行业加盟将成为新的投资热点 229

三、快餐配送店的市场前景广阔 230

第三节 2011-2015年中国快餐连锁行业市场规模预测分析 230

一、2011-2015年中国快餐连锁行业市场规模预测分析 230

二、2011-2015年中国快餐连锁市场需求特性及结构预测分析 231

第十一章 2011-2015年中国快餐连锁行业投资前景分析 233

第一节 2011-2015年中国快餐连锁行业投资机会分析 233

第二节 2011-2015年中国快餐连锁行业投资风险分析 233

一、市场风险 233

二、政策风险 234

三、管理风险	235
四、区域经济风险	235
五、原材料价格风险	236
第三节 2011-2015年中国快餐连锁企业经营策略建议	236
一、明确设立公司的愿景	236
二、快餐连锁的选址策略	237
三、快餐连锁经营的模式	238
四、建立标准化产品和服务体系	238
五、建立集中供应、统一配送体系	239
六、快餐连锁的营销策略	240
七、快餐连锁企业的管理和培训	241
八、快餐连锁的企业文化	242
第四节 专家建议	242

图表目录

图表 1 2010年百强企业中各经营业态基本情况表	18
图表 2 百强餐饮企业各业态直营占比	18
图表 3 2010年度百强企业按区域划分	19
图表 4 快餐连锁产业行业所处生命周期示意图	21
图表 5 行业生命周期、战略及其特征	23
图表 6 我国餐饮行业标准	24
图表 7 2005-2010年我国内生产总值	27
图表 8 2003-2010年11月中国社会消费品零售总额增长趋势图	27
图表 9 2008-2010年餐饮业零售总额	28
图表 10 十一五期间（2006～2010年）中国住宿餐饮业发展状况	29
图表 11 1978-2010中国城乡居民恩格尔系数对比表	30
图表 12 我国限额以上快餐企业发展情况	106
图表 13我国主要快餐企业盈利能力	106
图表 14 我国主要快餐企业投资回报率	106
图表 15 我国主要快餐企业运营效率	107
图表 16 消费者满意度调查	148
图表 17 消费者喜欢吃西式快餐的原因	148

图表 18 消费者就餐形势 149

图表 19 消费频率 150

图表 20 平均消费金额 151

图表 21 消费类型 152

图表 22 2007-2010年味千（中国）控股有限公司 164

图表 23 近4年真功夫餐饮连锁销售毛利率变化情况 203

图表 24 近3年真功夫餐饮连锁销售毛利率变化情况 203

图表 25 近4年真功夫餐饮连锁资产负债率变化情况 203

图表 26 近3年真功夫餐饮连锁资产负债率变化情况 204

图表 27 近4年真功夫餐饮连锁流动资产周转次数变化情况 204

图表 28 近3年真功夫餐饮连锁流动资产周转次数变化情况 205

图表 29 近4年真功夫餐饮连锁总资产周转次数变化情况 205

图表 30 近3年真功夫餐饮连锁总资产周转次数变化情况 205

图表 31 近4年真功夫餐饮连锁固定资产周转次数情况 206

图表 32 近3年真功夫餐饮连锁固定资产周转次数情况 206

图表 33 近4年马兰拉面销售毛利率变化情况 209

图表 34 近3年马兰拉面销售毛利率变化情况 210

图表 35 近4年马兰拉面资产负债率变化情况 210

图表 36 近3年马兰拉面资产负债率变化情况 210

图表 37 近4年马兰拉面流动资产周转次数变化情况 211

图表 38 近3年马兰拉面流动资产周转次数变化情况 211

图表 39 近4年马兰拉面总资产周转次数变化情况 212

图表 40 近3年马兰拉面总资产周转次数变化情况 212

图表 41 近4年马兰拉面固定资产周转次数情况 213

图表 42 近3年马兰拉面固定资产周转次数情况 213

图表 43 近4年大娘水饺销售毛利率变化情况 215

图表 44 近3年大娘水饺销售毛利率变化情况 215

图表 45 近4年大娘水饺资产负债率变化情况 216

图表 46 近3年大娘水饺资产负债率变化情况 216

图表 47 近4年大娘水饺流动资产周转次数变化情况 217

图表 48 近3年大娘水饺流动资产周转次数变化情况 217

图表 49 近4年大娘水饺总资产周转次数变化情况 218

图表 50 近3年大娘水饺总资产周转次数变化情况 218

图表 51 近4年大娘水饺固定资产周转次数情况 219

图表 52 近3年大娘水饺固定资产周转次数变化情况 219

图表 53 近4年丽华快餐销售毛利率变化情况 224

图表 54 近3年丽华快餐销售毛利率变化情况 224

图表 55 近4年丽华快餐资产负债率变化情况 224

图表 56 近3年丽华快餐资产负债率变化情况 225

图表 57 近4年丽华快餐流动资产周转次数变化情况 225

图表 58 近3年丽华快餐流动资产周转次数变化情况 225

图表 59 近4年丽华快餐总资产周转次数变化情况 226

图表 60 近3年丽华快餐总资产周转次数变化情况 226

图表 61 近4年丽华快餐固定资产周转次数情况 227

图表 62 近3年丽华快餐固定资产周转次数变化情况 227

图表 63 近4年深圳面点王销售毛利率变化情况 230

图表 64 近3年深圳面点王销售毛利率变化情况 231

图表 65 近4年深圳面点王资产负债率变化情况 231

图表 66 近3年深圳面点王资产负债率变化情况 232

图表 67 近4年深圳面点王流动资产周转次数变化情况 232

图表 68 近3年深圳面点王流动资产周转次数变化情况 232

图表 69 近4年深圳面点王总资产周转次数变化情况 233

图表 70 近3年深圳面点王总资产周转次数变化情况 233

图表 71 近4年深圳面点王固定资产周转次数情况 234

图表 72 近3年深圳面点王固定资产周转次数变化情况 234

图表 73 近4年永和大王销售毛利率变化情况 237

图表 74 近3年永和大王销售毛利率变化情况 237

图表 75 近4年永和大王资产负债率变化情况 238

图表 76 近3年永和大王资产负债率变化情况 238

图表 77 近4年永和大王流动资产周转次数变化情况 239

图表 78 近3年永和大王流动资产周转次数变化情况 239

图表 79 近4年永和大王总资产周转次数变化情况 240

图表 80 近3年永和大王总资产周转次数变化情况 240

图表 81 近4年永和大王固定资产周转次数情况 241

图表 82 近3年永和大王固中国快餐连锁行业市场规模预测分析 248

图表 84 2011中国快定资产周转次数变化情况 241

图表 83 2011-2015年餐连锁市场结构预测 250

图表 85 2011-2015年我国快餐连锁行业同业竞争风险及控制策略 251

图表 86 快餐连锁企业对付竞争者降价的程序 253

图表 87 快餐连锁技术应用注意事项分析 260

图表 88 快餐连锁项目投资注意事项图 262

图表 89 快餐连锁行业生产开发注意事项 263

图表 90 快餐连锁销售注意事项 264

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/189286.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。