

快餐 - 中国 - 2016年10月

报告价格: £3273.17 | \$3990.00 | €3636.82

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



“拥抱健康饮食、体验式餐饮的潮流，是不久的将来快餐品牌发展之关键。与此同时，加强创新可以让品牌赢得年轻消费者的心。”

— 陈杨之，研究分析师

在这篇报告中我们回答了以下问题：

- 体验式餐饮的崛起：挑战与机遇并存
- 什么才算是健康的菜单？
- 创新求变，赢得年轻消费者的心

消费者信心遭受一系列食品安全事件的沉重打击之后，中国快餐市场开始呈现复苏迹象。由于成本日益增加、来自休闲餐厅等其他类别餐厅的竞争与日俱增，快餐品牌巨头重新自我定位为偏向休闲的餐厅，主要投资店面的重新装修设计，以显得更时髦高档。

由于当今的消费者很少将它们与时髦和创新求变联系在一起，所以快餐品牌的重新定位过程，可谓“路漫漫其修远兮”。但是，随着中国消费者健康意识的增强，快餐品牌可以在健康食品创新（例如均衡营养、选用健康原料和烹饪方法等）方面大有所为。

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中国
+86 (21) 6032 7300亚洲
+61 (0) 2 8284 8100邮件：
reports@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 - 2016年10月

报告价格: £3273.17 | \$3990.00 | €3636.82

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

概述

您所需要了解的

报告定义

包括

不包括

定义

数据1: 低/中/高家庭月收入群体的定义 (按城市线级区分)

综述

市场

正在逐渐复苏

数据2: 中国快餐和外卖市场销售额的最好和最差预测, 2011-2021年

重点企业

竞争格局的变化不大

数据3: 中国快餐和外卖食品市场的领先企业, 按门店数量统计, 2014-2015年

领先企业调整自我定位, 偏向更休闲的风格

国际巨头进一步本土化

消费者

快餐店虽然轻松休闲, 但不被认为是适合聚会的场所

数据4: 对快餐店的认知, 2016年5月

等待时间长是亟需解决的问题

数据5: 不愉快的快餐经历, 2016年5月

健康食品创新的需求甚高

数据6: 对健康食品创新的态度, 2016年5月

数据7: 对超级食物的认知, 2016年8月

消费者正在用叫外卖代替快餐店就餐

数据8: 外卖业务来源, 2016年5月

我们的观点

议题与洞察

体验式餐饮的崛起: 挑战与机遇并存

现状

启示

什么才算是健康的菜单?

现状

启示

创新求变, 赢得年轻消费者的心

现状

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 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

快餐 - 中国 - 2016年10月

报告价格: £3273.17 | \$3990.00 | €3636.82

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

启示

市场——您所需了解的

自2016年市场开始复苏

市场竞争激烈、经营成本上升，快餐品牌寻求增长契机

独立品牌将比连锁品牌增长更快

市场规模与预测

数据9: 快餐和外卖食品市场销售额和增长率，中国，2011-16年

数据10: 中国快餐和外卖市场销售额的最好和最差预测，2011-2021年

数据11: 中国快餐和外卖市场容量的最好和最差预测，2011-2021年

市场因素

在外用餐成为重要开支

数据12: 餐饮业收入，中国，2011-2016年

品牌重新定位，快餐店适合更多不同场合的就餐需要

健康食品创新的需求甚高

来自其他餐饮类别的竞争激化

成本上升带来挑战

市场细分...

连锁快餐店在增长，但是压力重重

数据13: 中国快餐和外卖市场销售额（按市场细分区分），中国，2011-2016年

数据14: 中国连锁快餐和外卖市场销售额的最好和最差预测，2011-2021年

独立快餐店将持续稳健增长

数据15: 中国独立快餐和外卖市场销售额的最好和最差预测，2011-2021年

主要竞争者——您所需了解的

竞争格局的变化不大

大部分品牌调整自我定位，偏向更休闲的风格

国际巨头百胜餐饮集团和麦当劳进一步追求本地化

创新亮点

市场份额

百胜餐饮集团居第一位

数据16: 中国快餐和外卖食品市场的领先连锁企业，按市场容量（门店数量）统计，2014和2015年

华莱士紧随其后

麦当劳：业绩不佳，但是未来的发展计划雄心勃勃

真功夫：扩张有困难

赛百味：品牌形象健康，保持高速增长

竞争战略

全新的店面设计将提升店内体验

更健康的食材吸引着富裕的消费者

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 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

快餐 - 中国 - 2016年10月

报告价格: £3273.17 | \$3990.00 | €3636.82

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

“自己搭配”的服务模式丰富个性化体验

国际品牌进一步本土化

谁在创新？

麦当劳

创意推出“麦麦全席”，展现健康理念

通过社交媒体定位年轻消费者

在韩国开始供应含酒精饮料

肯德基

引入机器人接单

推出跨界产品吸引消费者

汉堡王

电影预告片风格的广告流行英国

消费者——您需要了解的

快餐店虽然轻松休闲，但不被认为是适合聚会的场所

等待时间长是亟需解决的问题

健康食品创新的需求甚高

消费者可能正在用外卖代替去快餐店就餐

对快餐店的认知

快节奏的和轻松休闲是最突出的认知

数据17: 对快餐店的态度，2016年5月

年轻一代尤其认为快餐适合自己

数据18: 认为快餐店适合年轻人的消费者比例，2016年5月

不够创新和时髦——快餐店不适合聚会

性别差异

数据19: 对快餐店的态度（按性别区分），2016年5月

最常去的快餐店

肯德基处于无懈可击的领先地位，其次是麦当劳

数据20: 最常光顾的快餐店，2016年5月

数据21: 最常光顾的快餐店（按城市线级区分），2016年5月

城市差异

数据22: 最常光顾的快餐店（按城市线级区分），2016年5月

休闲餐厅和咖啡厅也在名列之中

数据23: 最常光顾的快餐店（其他类别），2016年5月

急需解决的问题

最不能忍受过长的等待时间

数据24: 不愉快的快餐经历，2016年5月

堂吃很难找到空位，令人不爽

年轻消费者对不愉快的快餐经历反应更突出

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 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

快餐 - 中国 - 2016年10月

报告价格: £3273.17 | \$3990.00 | €3636.82

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25: 遇到过并且觉得很不开心的) 最不愉快的快餐经历 (按人口统计区分) , 2016年5月

健康食品创新

消费者希望快餐店提供营养搭配均衡的套餐

数据26: 对健康食品创新的态度, 2016年5月

女性似乎比男性健康意识强

数据27: 认为健康食品创新非常必要的消费者比例 (按性别区分) , 2016年5月

上海消费者希望有更多更好的饮品

数据28: 认为健康食品创新有必要 (包括非常必要和有一些必要) 的消费者比例 (按城市区分) , 2016年5月

对超级食物的认识

公众对蓝莓和枸杞的认知度高

数据29: 对超级食物的认知, 2016年8月

蓝莓在25-29岁的年轻女性中尤其受欢迎

数据30: 女性中对蓝莓的认知, 2016年8月

高收入人群对其他超级水果、蔬菜和古早谷物更了解

数据31: 所选超级食物的认知 (按收入水平区分) , 2016年8月

外卖场合

工作日午餐时间的高渗透率

数据32: 外卖场合, 2016年5月

年轻消费者更喜欢在休息日叫外卖

数据33: 外卖场合 (按年龄区分) , 2016年5月

外卖业务来源

快餐店很可能由于外卖业务的崛起而失去市场份额

数据34: 外卖业务来源, 2016年5月

认识英敏特城市精英人群

对健康膳食有更强烈的渴望

数据35: 认为健康食品创新非常必要和有一些必要的消费者比例 (按消费者分类区分) , 2016年5月

满足英敏特城市精英人群, 要下更大功夫

数据36: 遇到过并且觉得很不开心的) 不愉快的快餐经历 (按消费者分类区分) , 2016年5月

叫外卖通常在工作日午餐时间

数据37: 外卖场合 (按消费者分类区分) , 2016年5月

数据38: 外卖业务来源 (按消费者分类区分) , 2016年5月

附录——研究方法和缩写

研究方法

扇形图预测

缩写

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 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com