



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2012年中国快餐行业投资 策略分析及竞争战略研究咨询报 告

一、调研说明

《2009-2012年中国快餐行业投资策略分析及竞争战略研究咨询报告》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/135873.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

→内容简介

2009年6月，肯德基中国市场第2600家店在郑州开业，肯德基方面表示，将保持年开店300家的速度在中国发展，2010年开店数还有望突破；与此同时，麦当劳也将以前所未有的速度在中国发展壮大，2010年计划在中国新开175家店。在金融危机的影响下，许多跨国食品企业都陷入惨淡经营的局面，但洋快餐却加速扩张。目前中国已成为洋快餐们发展最快、最重要的市场，在经济不景气的大环境之下，中国经济比其他国家和地区稳定，而这些也将吸引洋快餐在中国开展业务。金融危机削减的只是高端的餐饮市场消费，许多奢华大餐的消费者在当前的环境下会转而寻求实惠的大众化消费，这对于洋快餐来说，是非常好的发展机会。拥有最大消费基数的中国市场，在近年来逐渐被全球资金认为是最重要的投放地。尽管受到经济萧条背景的影响，国内消费出现紧缩，但作为大众消费的快餐业收入却不降反升，成为投资抵御经营风险的避风港。中国市场是快餐业良好发展的沃土，肯德基、麦当劳取得的成绩就是例子。这一投资热是当前经济形势下的必然趋势，中国市场的巨大消费基数给快餐企业以良好发展前景。

2008年，我国餐饮业年产值近两万亿元，餐饮业连续18年实现两位数高速增长成定局，餐饮的消费继续成为拉动消费需求快速增长的重要力量，其中快餐占到了1/3。2009年餐饮消费会继续成为拉动消费需求快速增长的重要力量，尤其是快餐，在金融危机席卷全球的情况下，将成为拉动内需的前锋。继真功夫、呷哺呷哺、永和大王、一茶一坐等快餐吸引风险投资，迅速抢占快餐地盘后，多家原本专攻正餐市场的餐饮企业也按捺不住转投快餐，追求利润最大化：谭鱼头火锅店在个别店面旁同样开出川菜小吃；眉州东坡酒楼也通过正餐品牌培育"眉州小吃"，目前已经实现小吃的24小时营业，并继续增加小吃店数量；另外，粤菜企业小土豆通过其正餐品牌小土豆、渔公渔婆孵化了两个快餐小吃品牌郭大佬和小豆面馆，将在2010年进行资源整合，进一步增加布点店数。同时，稳坐中国江山的洋快餐巨头也表示，即使金融危机波及全球却阻挡不了中国扩展步伐甚至是加速扩张：麦当劳在2009年将新张150家店面；肯德基则将原本新张300家店的计划扩展到近500家。国内较早获得风险投资的真功夫快餐企业预计在2009年投资新增100到150家餐厅、呷哺呷哺小火锅也在以每月5-6家新店的速度加速布局。大娘水饺、大家乐、大快活、一茶一坐等快餐企业也都表示趁着目前良好的发展势头，继续进行新店投资。

在中国，快餐业有着极大的发展空间。中国目前正处于城市扩张的高峰期，每年有大约1800万农村人口进入城市。城乡壁垒松动并多有突破，城乡之间人口流动规模不断扩大。到2015年，中国的城市人口将首次超过农村人口。城市化不仅意味着人民生活水平的全面改

善，也意味着人民生活方式的巨变和资源消耗的提高。由此也就不难看出城市化与快餐业发展的关系尤为密切。中国快餐业近年来表现活跃，发展步伐加快。与此同时，业界也多有新思路、新观点出现，展望快餐业的发展变化，令人鼓舞。长远来看，随着中国社会经济稳定发展和人民生活水平继续提高，将使快餐业的发展环境和条件更趋成熟，市场需求将进一步增强，中国快餐业的发展前景将更加广阔。中国的经济增长前景使得中国市场成为未来在全球市场中的黄金增长点。这也意味着中国快餐业将面临前所未有的激烈竞争。

本研究咨询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、中国消费者协会、中国烹饪协会、中国烹协快餐委员会、各省市餐饮协会、中国经济景气监测中心、全国商业信息中心、国内外多种相关报刊杂志的基础信息以及专业研究单位等公布、提供的大量的内容翔实、统计精确的资料和数据，立足于全球快餐市场，从中国快餐业发展情况、中国快餐市场发展情况、中国快餐区域市场现状、快餐关联行业市场发展情况以及快餐优势企业发展情况进行研究，同时对快餐业未来发展趋势、发展策略、快餐营销和投资等多方面深入剖析，全面展现快餐行业状况，揭示快餐业市场潜在需求与潜在机会。本报告是快餐企业、经营快餐的相关企业和单位以及计划投资于快餐业的企业和投资者等准确了解目前中国快餐市场发展动态，把握快餐行业消费现状与趋势，制定市场策略的必备的重要决策参考资料。

→报告目录

目录

CONTENTS

第一部分 行业发展现状

第一章 快餐行业概述 1

第一节 餐饮业的定义及分类 1

一、餐饮业的定义 1

二、餐饮业的分类 2

三、餐饮业对国民经济的作用 7

四、餐饮业的成本核算特点 11

五、餐饮业基本特征 12

六、餐饮业生命周期 13

七、餐饮业要素密集性 14

八、餐饮业经营风险 14

第二节 快餐的定义和分类 16

一、快餐的定义	16
二、快餐的分类	17
三、快餐的作用与地位	17
第三节 快餐的其他概念	18
一、快餐起源	18
二、我国快餐业发展历程	19
三、现代快餐企业概述	25
四、快餐的作用与地位	26
五、快餐产业化的内涵	27
六、快餐业的发展规律	27
七、快餐的健康问题	28
八、中式快餐的概念	30
第二章 国际快餐行业发展现状分析	31
第一节 国际快餐行业概况	31
一、国际快餐行业发展面临的问题	31
二、世界快餐在中国的发展	33
三、日本快餐对中国快餐业发展的启示	35
第二节 西式快餐的发展状况	39
一、洋快餐开进机场分析	39
二、洋快餐全天候餐厅成为新宠	40
三、麦当劳与肯德基的启迪	41
第三节 西式快餐的发展策略	46
一、洋快餐的制胜之道	46
二、西式快餐本土化发展	50
三、美式快餐的中国的发展	50
第四节 2008-2009年主要国家快餐行业发展借鉴	52
一、日本	52
二、美国	59
三、法国	60
第三章 2008-2009年中国快餐行业发展分析	61
第一节 我国快餐原料市场发展分析	61
一、2009年我国主要粮食产品产量情况	61

二、2009年我国快餐配料产量情况	78
三、我国肉类食品产业发展方向	100
四、2009年1-6月国内粮食市场价格分析	102
五、2009年稻谷市场预测	104
第二节 中国快餐行业发展现状	106
一、中国的快餐业的发展现状	106
二、行业发展的现状特点分析	107
三、发展中存在的主要问题	109
四、取得的经验与体会	111
五、我国快餐连锁业发展走势	114
第三节 中国快餐市场分析	115
一、2009年盒饭快点快餐市场分析	115
二、2009年快餐业市场竞争分析	116
三、2009年快餐外卖市场分析	117
四、2009年两大洋快餐市场竞争分析	118
五、到2015年中国快餐业的市场发展态势	120
第四节 我国快餐消费者调查分析	121
第四章 我国中式快餐市场发展分析	127
第一节 2009年我国中式快餐发展分析	127
一、2009年我国中式快餐发展现状	127
二、我国中式连锁快餐发展情况	131
三、中式快餐行业发展特点分析	134
四、金融危机下中式快餐业发展分析	135
第二节 2009年中式快餐发展制约因素	137
一、标准化发展因素	137
二、多样化发展因素	139
三、中式快餐发展制约因素综述	141
第三节 2009年我国中式快餐快速发展的原因	142
一、2009年我国中式快餐快速发展	142
二、中式快餐发展的有利因素	142
三、2009年我国中式快餐快速发展的原因	143
第四节 2009年我国部分城市中式快餐发展情况	145

一、浙江省诸暨市	145
二、宁波市	148
三、温州市	152
第五节 中国地区特色快餐食品发展分析	154
一、云南的过桥米线	154
二、新疆的烤羊肉串	161
三、北京的烤鸭	163
四、河南的烩面	170
五、福建的沙县小吃	172
六、兰州的牛肉拉面	174
第五章 我国西式快餐市场发展分析	177
第一节 中国西式快餐发展状况	177
一、我国西式快餐发展历史与现状	177
二、2009年西式快餐在华扩张发展分析	179
三、中国人对西式快餐的态度变化分析	182
第二节 中国西式快餐市场分析	182
一、中国洋快餐市场发展分析	182
二、金融危机我国西式快餐市场分析	183
三、金融危机对中国西式快餐市场的影响	184
第三节 国产西式快餐欲与洋快餐竞争分析	185
一、国产西式快餐欲与洋快餐竞争分析	185
二、国产西式快餐挑战洋快餐的实例	187
三、肯德基的本土与非本土对中国快餐业的启示	190
第六章 我国快餐行业区域市场分析	196
第一节 长沙市快餐业市场发展情况	196
一、长沙快餐行业现状	196
二、长沙市快餐市场格局	199
三、长沙快餐发展的SWOT分析	199
四、长沙中式快餐企业发展的局限性	201
五、长沙快餐发展策略	203
六、长沙快餐行业面临的挑战	204
七、长沙快餐企业发展策略	209

第二节 深圳市快餐业发展情况	212
一、深圳中式快餐市场格局	212
二、2009年深圳快餐行业市场竞争分析	214
第三节 2009年其他地区快餐市场发展分析	215
一、北京市	215
二、天津市	216
三、杭州市	217
四、广州市	218
第七章 餐饮业市场发展分析	221
第一节 我国餐饮业发展现状	221
一、我国餐饮业发展取得的成就	221
二、我国餐饮业发展格局	222
三、国内餐饮连锁业发展现状	224
四、我国餐饮业特许经营发展概况	225
五、目前中餐饮发展的资金和人才问题分析	237
六、今后我国餐饮业发展重点	239
第二节 2008-2009年中国餐饮市场发展分析	242
一、2008年中国餐饮市场发展概况	242
二、从1978年到2008年中国餐饮业发展及改革分析	243
三、2008年中国餐饮市场消费主体	243
四、2009年我国餐饮业发展分析	244
第三节 我国餐饮业发展面临的机遇与挑战	245
一、历史机遇	245
二、主要挑战	246
第四节 我国餐饮业发展的原则、目标及任务	247
一、指导思想	247
二、发展原则	247
三、发展目标	248
四、主要任务	248
第五节 2009年中国连锁餐饮业发展战略趋势	250
一、国际金融危机对中国餐饮业的影响	250
二、餐饮组合差异化的方法	254

三、发展战略趋势与调查总结	256
第八章 关联行业发展分析	258
第一节 旅游业	258
一、2008年我国入境旅游发展分析	258
二、2008年我国入境旅游市场情况	260
三、2009年我国入境旅游市场情况	290
四、2008-2009年国内旅游市场分析	305
五、2009年我国旅游业发展目标	307
六、2009年旅游业发展的机遇和挑战	308
第二节 餐具业	309
一、西方餐具的发展史	309
二、中国一次性快餐具行业现状与发展趋势	310
三、我国环保餐具发展状况	312
四、2008年我国木制餐具及厨房用具进出口情况	315
五、2009年5-6月国内各地餐具市场价格情况	322
六、2009年我国餐具市场分析	323
第二部分 行业竞争格局	
第九章 快餐行业竞争分析	325
第一节 未来餐饮业竞争形势分析	325
一、产品结构竞争形势	325
二、业态竞争形势	325
三、市场区域竞争走势	325
四、中外餐饮企业竞争形势	326
第二节 2009年快餐市场竞争分析	327
一、2009年暑假期间快餐市场竞争分析	327
二、2009年我国快餐市场竞争形势	328
三、2009年快餐行业的外卖市场竞争分析	329
四、2009年中式快餐与洋快餐竞争分析	334
五、中式快餐渠道竞争分析	336
第十章 快餐企业竞争策略分析	338
第一节 快餐行业品牌竞争策略分析	338
一、产品策略	338

二、价格策略	339
三、渠道策略	339
四、推广策略	340
五、信息策略	342
六、服务策略	343
第二节 我国快餐企业竞争策略分析	343
一、坚守核心主业	343
二、构建优质渠道	344
三、整合优质资源	344
四、提升经营能力	345
五、明确品牌形象	346
六、调整市场策略	346
第十一章 世界快餐重点企业竞争分析	348
第一节 麦当劳	348
一、企业简介	348
二、公司营销策略	349
三、2008-2009年公司经营情况	349
四、2009年公司市场动态	351
第二节 肯德基	352
一、肯德基简介	352
二、肯德基在中国发展情况	353
三、肯德基中国市场定位分析	355
四、肯德基在中国成功战略分析	356
第三节 德克士	360
一、企业简介	360
二、德克士的发展历史	362
三、德克士在中国的发展	363
四、2009-2030年公司发展战略	365
五、公司品牌战略分析	366
第四节 吉野家	369
一、企业概况	369
二、公司历史	370

三、经营理念	373
四、2009-2014年发展战略	374
第十二章 国内快餐重点企业竞争分析	375
第一节 丽华快餐	375
一、公司简介	375
二、公司的发展历程	376
三、公司电子商务分析	377
四、2009年公司新动态	379
第二节 马兰拉面	380
一、公司简介	380
二、公司品牌化战略	381
三、公司拉起中国快餐旗帜	381
四、公司快餐发展优势	383
第三节 永和大王	384
一、公司简介	384
二、公司的成功之道	384
三、2009年发展新战略	389
第四节 面点王	390
一、公司简介	390
二、公司发展的经营理念	391
三、公司的营销策略	392
第五节 真功夫	395
一、企业概况	395
二、公司连锁店发展状况	396
三、公司新动态	397
第六节 大娘水饺	399
一、企业概况	399
二、竞争优势分析	399
三、2009年公司动态	400
第七节 吉祥馄饨	400
一、企业概况	400
二、竞争优势分析	401

三、2008-2009年公司动态分析 401

第八节 永和豆浆 403

一、企业概况 403

二、永和豆浆的品种与特点 404

三、永和豆浆文化 405

四、2009-2012年发展战略 406

第三部分 行业趋势预测

第十三章 快餐业发展趋势与预测分析 409

第一节 金融危机下我国餐饮业发展趋势分析 409

一、金融危机冲击下我国餐饮业"本色化"经营趋势 409

二、金融危机下中国高端餐饮企业大众化发展趋势 410

三、经济危机下餐饮自建原料基地发展趋势 410

第二节 我国快餐业的发展趋势 411

一、2009年中国餐饮业的发展走势 411

二、未来餐饮业的市场发展趋势 413

三、我国快餐业发展的趋势及对策 413

四、未来中式快餐业发展趋势 416

五、快餐类食品网络销售趋势分析 417

第三节 我国快餐行业发展预测 418

一、2009年我国快餐行业市场规模预测 418

二、2010年快餐食品行业发展趋势 418

三、2020年中国餐饮业发展预测 419

第四部分 投资战略研究

第十四章 快餐行业投资现状分析 423

第一节 餐饮业的投资分析 423

一、我国餐饮业投资前景分析 423

二、金融危机下餐饮业投资新趋势 424

三、餐饮业市场投资建议 425

第二节 2008-2009年我国快餐市场投资分析 427

第十五章 快餐行业投资环境分析 430

第一节 经济发展环境分析 430

一、2008年我国宏观经济运行情况分析 430

- 二、2008-2009年我国宏观经济景气指数分析 444
- 三、2008-2009年我国固定资产投资及投资走势分析 450
- 四、2009年上半年我国经济运行分析 458
- 五、2009-2012年我国经济趋势分析 473
- 第二节 社会发展环境分析 478
 - 一、人口规模与年龄结构分析 478
 - 二、学历结构分析 478
 - 三、2008-2009年我国居民收入水平 479
 - 四、2008-2009年消费者信心指数分析 482
 - 五、2009年居民生活水平分析 485
 - 六、2009年零售市场情况分析 497
- 第三节 政策法规环境分析 501
 - 一、中国餐饮业主要政策 501
 - 二、餐饮业食品卫生管理办法 503
 - 三、调味品卫生管理办法 509
- 第十六章 快餐行业投资机会与风险 511
 - 第一节 快餐行业投资潜力分析 511
 - 一、2009-2012年快餐业的投资潜力 511
 - 二、中式快餐投资潜力分析 511
 - 第二节 快餐行业投资机遇与风险分析 512
 - 一、快餐行业风险投资分析 512
 - 二、金融危机下我国快餐行业发展机遇 515
 - 第三节 快餐企业战略规划风险分析 517
 - 一、客观事件的不确定性风险 518
 - 二、市场的不确定性风险 518
 - 三、行业发展的不确定性风险 519
 - 四、技术发展的不确定性风险 519
 - 五、战略规划者的主观不确定性风险 520
 - 六、执行过程的不确定性风险 520
 - 七、工具方法的局限性风险 520
 - 八、战略规划系统的不确定性风险 521
 - 第四节 中式快餐发展前景和机遇 522

- 一、中式快餐长期发展前景分析 522
- 二、2010年中式快餐市场发展前景 522
- 三、中式快餐发展的新机遇 526
- 第十七章 快餐行业投资战略研究 528
- 第一节 2009年快餐行业投资战略研究 528
- 第二节 金融危机下快餐发展与投资策略分析 528
 - 一、对症下药 529
 - 二、程序科学 529
 - 三、控制成本 529
 - 四、以市场为中心 529
 - 五、讲求效益 530
 - 六、可持续发展 530
 - 七、遵守法律 530
- 第三节 中式快餐标准化投资战略分析 530
 - 一、产品标准化 531
 - 二、管理标准化 532
 - 三、服务标准化 532
- 第十八章 快餐业发展策略分析 533
- 第一节 快餐企业市场发展策略 533
 - 一、市场定位和本质特征的坚持策略 533
 - 二、标准化、工厂化、规模化和科学化目标的树立策略 533
 - 三、开拓创新策略 534
 - 四、连锁扩张策略分析 534
 - 五、特许连锁同直营连锁共同发展策略分析 535
 - 六、规模效益策略分析 535
 - 七、人才策略分析 535
- 第二节 快餐行业中小企业发展战略 536
 - 一、企业的战略规划 536
 - 二、市场竞争策略 536
 - 三、战略实施程度 537
- 第三节 快餐企业品牌战略分析 538
 - 一、品牌的重要性 538

- 二、创建著名品牌的要素分析 538
- 三、快餐企业创建中国中式快餐名牌策略 540

第四节 中式快餐企业发展策略 542

- 一、产品开发策略 542
- 二、连锁经营策略 543
- 三、促销策略 544
- 四、中式快餐企业发展壮大策略 546

图表目录

- 图表：餐饮业的细分行业分类 5
- 图表：餐饮业细分行业和业态的发展 6
- 图表：餐饮业态类型 7
- 图表：1976-2005年餐饮业增长贡献率和拉动率变化情况 8
- 图表：全国餐饮业零售额中居民餐饮消费比例 10
- 图表：餐饮业成本结构表 14
- 图表：2009年1-7月大米产量全国合计 61
- 图表：2009年1-7月大米产量河北合计 61
- 图表：2009年1-7月大米产量吉林合计 61
- 图表：2009年1-7月大米产量江苏合计 62
- 图表：2009年1-7月大米产量福建合计 62
- 图表：2009年1-7月大米产量河南合计 62
- 图表：2009年1-7月大米产量广东合计 62
- 图表：2009年1-7月大米产量重庆合计 63
- 图表：2009年1-7月大米产量云南合计 63
- 图表：2009年1-7月大米产量新疆合计 63
- 图表：2009年1-7月大米产量北京合计 64
- 图表：2009年1-7月大米产量山西合计 64
- 图表：2009年1-7月大米产量黑龙江合计 64
- 图表：2009年1-7月大米产量浙江合计 64
- 图表：2009年1-7月大米产量江西合计 65
- 图表：2009年1-7月大米产量湖北合计 65
- 图表：2009年1-7月大米产量广西合计 65
- 图表：2009年1-7月大米产量四川合计 65

图表：2009年1-7月大米产量陕西合计 66
图表：2009年1-7月大米产量宁夏合计 66
图表：2009年1-7月大米产量天津合计 66
图表：2009年1-7月大米产量辽宁合计 67
图表：2009年1-7月大米产量上海合计 67
图表：2009年1-7月大米产量安徽合计 67
图表：2009年1-7月大米产量山东合计 67
图表：2009年1-7月大米产量湖南合计 68
图表：2009年1-7月大米产量海南合计 68
图表：2009年1-7月大米产量贵州合计 68
图表：2009年1-7月大米产量甘肃合计 68
图表：2009年1-7月大米产量内蒙古合计 69
图表：2009年1-7月小麦粉产量全国合计 69
图表：2009年1-7月小麦粉产量河北合计 69
图表：2009年1-7月小麦粉产量吉林合计 70
图表：2009年1-7月小麦粉产量江苏合计 70
图表：2009年1-7月小麦粉产量福建合计 70
图表：2009年1-7月小麦粉产量河南合计 70
图表：2009年1-7月小麦粉产量广东合计 71
图表：2009年1-7月小麦粉产量重庆合计 71
图表：2009年1-7月小麦粉产量云南合计 71
图表：2009年1-7月小麦粉产量新疆合计 71
图表：2009年1-7月小麦粉产量青海合计 72
图表：2009年1-7月小麦粉产量北京合计 72
图表：2009年1-7月小麦粉产量山西合计 72
图表：2009年1-7月小麦粉产量黑龙江合计 73
图表：2009年1-7月小麦粉产量浙江合计 73
图表：2009年1-7月小麦粉产量湖北合计 73
图表：2009年1-7月小麦粉产量广西合计 73
图表：2009年1-7月小麦粉产量四川合计 74
图表：2009年1-7月小麦粉产量陕西合计 74
图表：2009年1-7月小麦粉产量宁夏合计 74

图表：2009年1-7月小麦粉产量西藏合计 74
图表：2009年1-7月小麦粉产量天津合计 75
图表：2009年1-7月小麦粉产量辽宁合计 75
图表：2009年1-7月小麦粉产量上海合计 75
图表：2009年1-7月小麦粉产量安徽合计 76
图表：2009年1-7月小麦粉产量山东合计 76
图表：2009年1-7月小麦粉产量湖南合计 76
图表：2009年1-7月小麦粉产量海南合计 76
图表：2009年1-7月小麦粉产量贵州合计 77
图表：2009年1-7月小麦粉产量甘肃合计 77
图表：2009年1-7月小麦粉产量内蒙古合计 77
图表：2009年1-7月食用植物油产量全国合计 78
图表：2009年1-7月食用植物油产量河北合计 78
图表：2009年1-7月食用植物油产量吉林合计 78
图表：2009年1-7月食用植物油产量江苏合计 78
图表：2009年1-7月食用植物油产量福建合计 79
图表：2009年1-7月食用植物油产量河南合计 79
图表：2009年1-7月食用植物油产量广东合计 79
图表：2009年1-7月食用植物油产量重庆合计 80
图表：2009年1-7月食用植物油产量云南合计 80
图表：2009年1-7月食用植物油产量新疆合计 80
图表：2009年1-7月食用植物油产量青海合计 80
图表：2009年1-7月食用植物油产量北京合计 81
图表：2009年1-7月食用植物油产量山西合计 81
图表：2009年1-7月食用植物油产量黑龙江合计 81
图表：2009年1-7月食用植物油产量浙江合计 81
图表：2009年1-7月食用植物油产量江西合计 82
图表：2009年1-7月食用植物油产量湖北合计 82
图表：2009年1-7月食用植物油产量广西合计 82
图表：2009年1-7月食用植物油产量四川合计 83
图表：2009年1-7月食用植物油产量陕西合计 83
图表：2009年1-7月食用植物油产量宁夏合计 83

图表：2009年1-7月食用植物油产量西藏合计 83
图表：2009年1-7月食用植物油产量天津合计 84
图表：2009年1-7月食用植物油产量辽宁合计 84
图表：2009年1-7月食用植物油产量上海合计 84
图表：2009年1-7月食用植物油产量安徽合计 84
图表：2009年1-7月食用植物油产量山东合计 85
图表：2009年1-7月食用植物油产量湖南合计 85
图表：2009年1-7月食用植物油产量贵州合计 85
图表：2009年1-7月食用植物油产量甘肃合计 86
图表：2009年1-7月食用植物油产量内蒙古合计 86
图表：2009年1-7月味精产量全国合计 86
图表：2009年1-7月味精产量河北合计 86
图表：2009年1-7月味精产量江苏合计 87
图表：2009年1-7月味精产量福建合计 87
图表：2009年1-7月味精产量河南合计 87
图表：2009年1-7月味精产量广东合计 88
图表：2009年1-7月味精产量重庆合计 88
图表：2009年1-7月味精产量云南合计 88
图表：2009年1-7月味精产量新疆合计 88
图表：2009年1-7月味精产量黑龙江合计 89
图表：2009年1-7月味精产量浙江合计 89
图表：2009年1-7月味精产量江西合计 89
图表：2009年1-7月味精产量湖北合计 89
图表：2009年1-7月味精产量广西合计 90
图表：2009年1-7月味精产量四川合计 90
图表：2009年1-7月味精产量宁夏合计 90
图表：2009年1-7月味精产量天津合计 91
图表：2009年1-7月味精产量辽宁合计 91
图表：2009年1-7月味精产量上海合计 91
图表：2009年1-7月味精产量山东合计 91
图表：2009年1-7月味精产量湖南合计 92
图表：2009年1-7月味精产量内蒙古合计 92

图表：2009年1-7月酱油产量全国合计 92

图表：2009年1-7月酱油产量河北合计 92

图表：2009年1-7月酱油产量吉林合计 93

图表：2009年1-7月酱油产量江苏合计 93

图表：2009年1-7月酱油产量福建合计 93

图表：2009年1-7月酱油产量河南合计 94

图表：2009年1-7月酱油产量广东合计 94

图表：2009年1-7月酱油产量重庆合计 94

图表：2009年1-7月酱油产量云南合计 94

图表：2009年1-7月酱油产量新疆合计 95

图表：2009年1-7月酱油产量北京合计 95

图表：2009年1-7月酱油产量山西合计 95

图表：2009年1-7月酱油产量黑龙江合计 95

图表：2009年1-7月酱油产量浙江合计 96

图表：2009年1-7月酱油产量江西合计 96

图表：2009年1-7月酱油产量湖北合计 96

图表：2009年1-7月酱油产量广西合计 97

图表：2009年1-7月酱油产量四川合计 97

图表：2009年1-7月酱油产量陕西合计 97

图表：2009年1-7月酱油产量天津合计 97

图表：2009年1-7月酱油产量辽宁合计 98

图表：2009年1-7月酱油产量上海合计 98

图表：2009年1-7月酱油产量安徽合计 98

图表：2009年1-7月酱油产量山东合计 98

图表：2009年1-7月酱油产量湖南合计 99

图表：2009年1-7月酱油产量贵州合计 99

图表：2009年1-7月酱油产量甘肃合计 99

图表：2009年1-7月酱油产量内蒙古合计 100

图表：餐饮业部分连锁企业连锁店数量和连锁店销售额增长情况 226

图表：餐饮业部分企业特许经营配送额增长情况 228

图表：部分连锁餐饮业培训增长情况 228

图表：餐饮业部分企业多品牌经营情况 229

图表：餐饮业各行业部分企业多品牌和将开展多品牌经营情况 229

图表：部分连锁餐饮企业特许费收取方式 230

图表：部分连锁餐饮业特许经营保证金收取情况（1） 231

图表：部分连锁餐饮业特许经营保证金收取情况（2） 231

图表：连锁餐饮企业特许经营单店投资额情况 232

图表：连锁餐饮业各行业部分企业特许经营模式 232

图表：特许经营部分餐饮行业代表性企业发展情况表 233

图表：餐饮业各行业关注的主要问题 235

图表：餐饮业特许经营难点 237

图表：消费者受经济危机影响减少支出产品分布情况 251

图表：各餐饮业态受经济危机影响情况 251

图表：各区域餐饮业态受影响情况 252

图表：当前不同价位餐厅采取的经营策略分析 253

图表：被调查餐饮企业销售额、毛利增长情况 253

图表：消费者食用时机特点 255

图表：消费者关注的流行议题 256

图表：2008年1月入境旅游人数情况 260

图表：2008年1月过夜旅游人数情况 260

图表：2008年1月入境旅游（外汇）收入情况 260

图表：2008年2月入境旅游人数情况 261

图表：2008年2月过夜旅游人数情况 261

图表：2008年2月入境旅游（外汇）收入情况 262

图表：2008年3月入境旅游人数情况 262

图表：2008年3月过夜旅游人数情况 263

图表：2008年3月入境旅游（外汇）收入情况 263

图表：2008年4月入境旅游人数情况 264

图表：2008年4月过夜旅游人数情况 264

图表：2008年4月入境旅游（外汇）收入情况 264

图表：2008年5月入境旅游人数情况 265

图表：2008年5月过夜旅游人数情况 265

图表：2008年5月入境旅游（外汇）收入情况 265

图表：2008年6月入境旅游人数情况 266

图表：2008年6月过夜旅游人数情况 266

图表：2008年6月入境旅游（外汇）收入情况 266

图表：2008年7月入境旅游人数情况 266

图表：2008年7月过夜旅游人数情况 267

图表：2008年7月入境旅游（外汇）收入情况 267

图表：2008年8月入境旅游人数情况 267

图表：2008年8月过夜旅游人数情况 268

图表：2008年8月入境旅游（外汇）收入情况 268

图表：2008年9月入境旅游人数情况 268

图表：2008年9月过夜旅游人数情况 269

图表：2008年9月入境旅游（外汇）收入情况 269

图表：2008年10月入境旅游人数情况 269

图表：2008年10月过夜旅游人数情况 270

图表：2008年10月入境旅游（外汇）收入情况 270

图表：2008年11月入境旅游人数情况 270

图表：2008年11月过夜旅游人数情况 271

图表：2008年11月入境旅游（外汇）收入情况 271

图表：2008年12月入境旅游人数情况 271

图表：2008年12月过夜旅游人数情况 272

图表：2008年12月入境旅游（外汇）收入情况 272

图表：2008年12月我国入境旅游主要客源市场情况（一） 272

图表：2008年12月我国入境旅游主要客源市场情况（二） 273

图表：2008年12月我国入境旅游人数总情况（按目的分） 273

图表：2008年12月我国入境旅游人数亚洲情况（按目的分） 273

图表：2008年12月我国入境旅游人数美洲情况（按目的分） 274

图表：2008年12月我国入境旅游人数欧洲情况（按目的分） 274

图表：2008年12月我国入境旅游人数大洋洲情况（按目的分） 274

图表：2008年12月我国入境旅游人数非洲与其他国家情况（按目的分） 275

图表：2008年1-12月我国入境旅游人数总情况（按目的分） 275

图表：2008年1-12月我国入境旅游人数亚洲情况（按目的分） 275

图表：2008年1-12月我国入境旅游人数美洲情况（按目的分） 276

图表：2008年1-12月我国入境旅游人数欧洲情况（按目的分） 276

图表：2008年1-12月我国入境旅游人数大洋洲情况（按目的分） 276

图表：2008年1-12月我国入境旅游人数非洲与其他国家情况（按目的分） 277

图表：2008年1-12月我国入境旅游人数总情况（按年龄、性别分） 277

图表：2008年1-12月我国入境旅游人数亚洲情况（按年龄、性别分） 277

图表：2008年1-12月我国入境旅游人数美洲情况（按年龄、性别分） 278

图表：2008年1-12月我国入境旅游人数欧洲情况（按年龄、性别分） 278

图表：2008年1-12月我国入境旅游人数大洋洲情况（按年龄、性别分） 279

图表：2008年1-12月我国入境旅游人数非洲与其他国家情况（按年龄、性别分） 279

图表：2008年12月我国入境旅游人数总情况（按入境方式分） 279

图表：2008年12月我国入境旅游人数亚洲情况（按入境方式分） 280

图表：2008年12月我国入境旅游人数美洲情况（按入境方式分） 280

图表：2008年12月我国入境旅游人数欧洲情况（按入境方式分） 281

图表：2008年12月我国入境旅游人数大洋洲情况（按入境方式分） 281

图表：2008年12月我国入境旅游人数非洲与其他国家情况（按入境方式分） 281

图表：2008年1-12月我国入境旅游人数总情况（按入境方式分） 282

图表：2008年1-12月我国入境旅游人数亚洲情况（按入境方式分） 282

图表：2008年1-12月我国入境旅游人数美洲情况（按入境方式分） 283

图表：2008年1-12月我国入境旅游人数欧洲情况（按入境方式分） 283

图表：2008年1-12月我国入境旅游人数大洋洲情况（按入境方式分） 283

图表：2008年1-12月我国入境旅游人数非洲与其他国家情况（按入境方式分） 284

图表：2008年1-12月我国入境旅游按人次计地方接待情况（一） 284

图表：2008年1-12月我国入境旅游按人次计地方接待情况（二） 284

图表：2008年1-12月我国入境旅游按人次计地方接待情况（三） 285

图表：2008年1-12月我国入境旅游按人次计地方接待情况（四） 285

图表：2008年1-12月我国入境旅游按人次计地方接待情况（五） 285

图表：2008年1-12月我国入境旅游按人天计地方接待情况（一） 285

图表：2008年1-12月我国入境旅游按人天计地方接待情况（二） 286

图表：2008年1-12月我国入境旅游按人天计地方接待情况（三） 286

图表：2008年1-12月我国入境旅游按人天计地方接待情况（四） 287

图表：2008年1-12月我国入境旅游按人天计地方接待情况（五） 287

图表：2008年1-12月我国入境旅游按人次计主要城市接待情况（一） 287

图表：2008年1-12月我国入境旅游按人次计主要城市接待情况（二） 288

图表：2008年1-12月我国入境旅游按人次计主要城市接待情况（三） 288

图表：2008年1-12月我国入境旅游按人次计主要城市接待情况（四） 288

图表：2008年1-12月我国入境旅游按人天计主要城市接待情况（一） 289

图表：2008年1-12月我国入境旅游按人天计主要城市接待情况（二） 289

图表：2008年1-12月我国入境旅游按人天计主要城市接待情况（三） 289

图表：2008年1-12月我国入境旅游按人天计主要城市接待情况（四） 290

图表：2009年1月入境旅游人数情况 290

图表：2009年1月过夜旅游人数情况 291

图表：2009年1月入境旅游（外汇）收入情况 291

图表：2009年2月入境旅游人数情况 291

图表：2009年2月过夜旅游人数情况 291

图表：2009年2月入境旅游（外汇）收入情况 292

图表：2009年3月入境旅游人数情况 292

图表：2009年3月过夜旅游人数情况 292

图表：2009年3月入境旅游（外汇）收入情况 292

图表：2009年4月入境旅游人数情况 292

图表：2009年4月过夜旅游人数情况 293

图表：2009年4月入境旅游（外汇）收入情况 293

图表：2009年5月入境旅游人数情况 293

图表：2009年5月过夜旅游人数情况 293

图表：2009年5月入境旅游（外汇）收入情况 293

图表：2009年1月我国入境旅游主要客源市场情况 294

图表：2009年2月我国入境旅游主要客源市场情况（一） 294

图表：2009年2月我国入境旅游主要客源市场情况（一） 295

图表：2009年3月我国入境旅游主要客源市场情况 295

图表：2009年4月我国入境旅游主要客源市场情况 296

图表：2009年5月我国入境旅游主要客源市场情况 296

图表：2009年6月我国入境旅游主要客源市场情况 297

图表：2009年7月我国入境旅游主要客源市场情况 298

图表：2009年1月我国入境旅游按人次计地方接待情况（一） 298

图表：2009年1月我国入境旅游按人次计地方接待情况（二） 299

图表：2009年1月我国入境旅游按人次计地方接待情况（三） 299

图表：2009年1月我国入境旅游按人次计地方接待情况（四） 299

图表：2009年1月我国入境旅游按人次计地方接待情况（五） 300

图表：2009年1月我国入境旅游按人天计地方接待情况（一） 300

图表：2009年1月我国入境旅游按人天计地方接待情况（二） 301

图表：2009年1月我国入境旅游按人天计地方接待情况（三） 301

图表：2009年1月我国入境旅游按人天计地方接待情况（四） 301

图表：2009年1月我国入境旅游按人天计地方接待情况（五） 302

图表：2009年1-2月我国入境旅游按人次计地方接待情况（一） 302

图表：2009年1-2月我国入境旅游按人次计地方接待情况（二） 302

图表：2009年1-2月我国入境旅游按人次计地方接待情况（三） 303

图表：2009年1-2月我国入境旅游按人次计地方接待情况（四） 303

图表：2009年1-2月我国入境旅游按人次计地方接待情况（五） 303

图表：2009年1-6月我国入境旅游按人次计地方接待情况（一） 304

图表：2009年1-6月我国入境旅游按人次计地方接待情况（二） 304

图表：2009年1-6月我国入境旅游按人次计地方接待情况（三） 304

图表：2009年1-6月我国入境旅游按人次计地方接待情况（四） 305

图表：2009年1-6月我国入境旅游按人次计地方接待情况（五） 305

图表：2008年1月我国木制餐具及厨房用具进口情况 315

图表：2008年1月我国木制餐具及厨房用具出口情况 315

图表：2008年2月我国木制餐具及厨房用具进口情况 315

图表：2008年2月我国木制餐具及厨房用具出口情况 315

图表：2008年3月我国木制餐具及厨房用具进口情况 315

图表：2008年3月我国木制餐具及厨房用具出口情况 316

图表：2008年1季度我国木制餐具及厨房用具进口情况 316

图表：2008年1季度我国木制餐具及厨房用具出口情况 316

图表：2008年4月我国木制餐具及厨房用具进口情况 316

图表：2008年4月我国木制餐具及厨房用具出口情况 316

图表：2008年5月我国木制餐具及厨房用具进口情况 317

图表：2008年5月我国木制餐具及厨房用具出口情况 317

图表：2008年6月我国木制餐具及厨房用具进口情况 317

图表：2008年6月我国木制餐具及厨房用具出口情况 317

图表：2008年2季度我国木制餐具及厨房用具进口情况 317

图表：2008年2季度我国木制餐具及厨房用具出口情况 318

图表：2008年7月我国木制餐具及厨房用具进口情况 318

图表：2008年7月我国木制餐具及厨房用具出口情况 318

图表：2008年8月我国木制餐具及厨房用具进口情况 318

图表：2008年8月我国木制餐具及厨房用具出口情况 318

图表：2008年9月我国木制餐具及厨房用具进口情况 319

图表：2008年9月我国木制餐具及厨房用具出口情况 319

图表：2008年3季度我国木制餐具及厨房用具进口情况 319

图表：2008年3季度我国木制餐具及厨房用具出口情况 319

图表：2008年10月我国木制餐具及厨房用具进口情况 319

图表：2008年10月我国木制餐具及厨房用具出口情况 320

图表：2008年11月我国木制餐具及厨房用具进口情况 320

图表：2008年11月我国木制餐具及厨房用具出口情况 320

图表：2008年12月我国木制餐具及厨房用具进口情况 320

图表：2008年12月我国木制餐具及厨房用具出口情况 320

图表：2008年4季度我国木制餐具及厨房用具进口情况 321

图表：2008年4季度我国木制餐具及厨房用具出口情况 321

图表：2008年全年我国木制餐具及厨房用具进口情况 321

图表：2008年全年我国木制餐具及厨房用具出口情况 321

图表：2009年5月8日我国各地餐具市场价格 322

图表：2009年6月22日我国各地餐具市场价格 323

图表：历年德克士店数扩张与2010年预测 366

图表：顶新国际集团投资架构 366

图表：2008年1-4季度国内生产总值 431

图表：2004-2008年国内生产总值增长趋势图 431

图表：2000-2008年城镇固定资产投资名义增速及实际增速 432

图表：2006-2008年我国出口累计同比增速对比 432

图表：2008年2-11月我国CPI情况 434

图表：2008年1-12月中国PPI发展情况 434

图表：2008年1-12月中国PPI和CPI走势图 435

图表：2007-2008年我国规模以上工业增加值情况 435

图表：2007年6月-2008年我国轻重工业增加值情况 436

图表：2007-2008年我国工业出口交货值情况 436

图表：2006-2008年我国工业企业实现利润情况 436

图表：2006-2008年我国工业企业亏损情况 437

图表：2007-2008年我国工业生产资料价格变化情况 437

图表：2007-2008年我国工业品和原燃料价格变化情况 437

图表：2008年12月23日金融机构人民币存款利率表 438

图表：2008年12月23日金融机构人民币贷款利率表 439

图表：2008年我国月度进、出口值及增速走势图 440

图表：2008年我国对主要贸易伙伴进出口总值表 440

图表：2008年12月我国进出口总值简要情况表 440

图表：2008年12月我国前十位出口市场 441

图表：2008年12月我国前十位进口来源地 441

图表：2008年12月我国进出口贸易方式情况 442

图表：2008年12月我国进出口企业性质及其总值情况 443

图表：2008年我国月度进出口总值情况 443

图表：2008年1月国家宏观经济景气指数 444

图表：2008年2月国家宏观经济景气指数 444

图表：2008年3月国家宏观经济景气指数 444

图表：2008年4月国家宏观经济景气指数 444

图表：2008年5月国家宏观经济景气指数 444

图表：2008年6月国家宏观经济景气指数 445

图表：2008年7月国家宏观经济景气指数 445

图表：2008年8月国家宏观经济景气指数 445

图表：2008年9月国家宏观经济景气指数 445

图表：2008年10月国家宏观经济景气指数 445

图表：2008年10月国家宏观经济景气指数 446

图表：2008年11月国家宏观经济景气指数 446

图表：2008年12月国家宏观经济景气指数 446

图表：2008年1季度我国企业景气指数 446

图表：2008年2季度我国企业景气指数 446

图表：2008年3季度我国企业景气指数 447

图表：2008年4季度我国企业景气指数 447

图表：2009年2月我国宏观经济景气指数 448

图表：2009年3月我国宏观经济景气指数 449

图表：2009年4月我国宏观经济景气指数 449

图表：2009年5月我国宏观经济景气指数 449

图表：2009年6月我国宏观经济景气指数 450

图表：2009年7月我国宏观经济景气指数 450

图表：2004-2008年我国固定资产投资及其增长速度 451

图表：2008年分行业城镇固定资产投资及其增长速度 451

图表：2008年固定资产投资新增主要生产能力 453

图表：2008年房地产开发和销售主要指标完成情况 453

图表：2009年1-7月我国城镇固定投资情况 454

图表：2008-2009年5月CPI、PPI涨幅走势图 461

图表：2008-2009年5月全国70大中城市房价涨幅走势图 461

图表：2008-2009年5月进出口总值 462

图表：2009年上半年GDP累计增速 462

图表：2009年6月CPI增速情况 462

图表：2009年上半年货币供应量情况 463

图表：2009年上半年投资、消费及出口增长情况 463

图表：2009年上半年工业增加值增速情况 463

图表：2009年上半年经济数据分析 464

图表：2009年上半年宏观经济价格指数 464

图表：2009年上半年宏观经济增长指标 464

图表：2009年上半年宏观经济外贸指标 465

图表：2009年上半年宏观经济金融指标 465

图表：1995-2009年6月我国CPI走势图 465

图表：1995-2009年6月我国PPI走势图 465

图表：1991-2009年上半年GDP增长趋势 466

图表：2008-2009年6月CPI&PPI走势图 466

图表：2008-2009年上半年银行新增信贷走势 467

图表：2008-2009年上半年我国进出口增幅走势图 467

图表：2008-2009年上半年外储余额走势图 468

图表：2008-2009年上半年FDI走势图 468

图表：2008-2009年上半年工业增加值增幅走势 469

图表：2008-2009年上半年我国主要税种同比增幅 469

图表：2008-2009年7月我国财政收入同比、环比增长速度走势图 470

图表：2008-2009年7月进出口总值 470

图表：2008-2009年7月CPI、PPI涨幅走势图 471

图表：2009年7月工业增加值增幅走势 471

图表：2008-2009年7月房价走势图 472

图表：2008-2009年7月银行新增信贷走势 472

图表：1993年7月-2009年7月我国宏观经济预警指数走势图 472

图表：2004年7月-2009年7月我国利率差走势图 473

图表：2004年7月-2009年7月我国物流指数走势图 473

图表：2008年我国人口数及其构成 478

图表：2004-2008年我国农村居民人均纯收入及其增长速度 479

图表：2004-2008年我国城镇居民人均可支配收入及其增长速度 480

图表：1993年7月-2009年7月我国社会需求与社会收入指数 482

图表：2008年1月我国消费者信心指数 482

图表：2008年2月我国消费者信心指数 482

图表：2008年3月我国消费者信心指数 482

图表：2008年4月我国消费者信心指数 483

图表：2008年5月我国消费者信心指数 483

图表：2008年6月我国消费者信心指数 483

图表：2008年7月我国消费者信心指数 483

图表：2008年8月我国消费者信心指数 483

图表：2008年9月我国消费者信心指数 483

图表：2008年10月我国消费者信心指数 484

图表：2008年11月我国消费者信心指数 484

图表：2008年12月我国消费者信心指数 484

图表：2009年1月我国消费者信心指数 484

图表：2009年2月我国消费者信心指数 484

图表：2009年3月我国消费者信心指数 484

图表：2009年4月我国消费者信心指数 484

图表：2009年5月我国消费者信心指数 485

图表：2009年6月我国消费者信心指数 485

图表：2009年7月我国消费者信心指数 485

图表：2009年1月我国居民消费价格分类指数 485

图表：2009年2月我国居民消费价格分类指数 486

图表：2009年3月我国居民消费价格分类指数 486

图表：2009年4月我国居民消费价格分类指数 486

图表：2009年5月我国居民消费价格分类指数 487

图表：2009年6月我国居民消费价格分类指数 487

图表：2009年7月我国居民消费价格分类指数 488

图表：2009年1月我国各地居民消费价格指数（一） 488

图表：2009年1月我国各地居民消费价格指数（二） 488

图表：2009年1月我国各地居民消费价格指数（三） 488

图表：2009年1月我国各地居民消费价格指数（四） 489

图表：2009年1月我国各地居民消费价格指数（五） 489

图表：2009年2月我国各地居民消费价格指数（一） 489

图表：2009年2月我国各地居民消费价格指数（二） 489

图表：2009年2月我国各地居民消费价格指数（三） 490

图表：2009年2月我国各地居民消费价格指数（四） 490

图表：2009年2月我国各地居民消费价格指数（五） 490

图表：2009年3月我国各地居民消费价格指数（一） 490

图表：2009年3月我国各地居民消费价格指数（二） 491

图表：2009年3月我国各地居民消费价格指数（三） 491

图表：2009年3月我国各地居民消费价格指数（四） 491

图表：2009年3月我国各地居民消费价格指数（五） 492

图表：2009年4月我国各地居民消费价格指数（一） 492

图表：2009年4月我国各地居民消费价格指数（二） 492

图表：2009年4月我国各地居民消费价格指数（三） 492

图表：2009年4月我国各地居民消费价格指数（四） 493

图表：2009年4月我国各地居民消费价格指数（五） 493

图表：2009年5月我国各地居民消费价格指数（一） 493

图表：2009年5月我国各地居民消费价格指数（二） 493

图表：2009年5月我国各地居民消费价格指数（三） 494

图表：2009年5月我国各地居民消费价格指数（四） 494
图表：2009年5月我国各地居民消费价格指数（五） 494
图表：2009年6月我国各地居民消费价格指数（一） 494
图表：2009年6月我国各地居民消费价格指数（二） 495
图表：2009年6月我国各地居民消费价格指数（三） 495
图表：2009年6月我国各地居民消费价格指数（四） 495
图表：2009年6月我国各地居民消费价格指数（五） 495
图表：2009年7月我国各地居民消费价格指数（一） 496
图表：2009年7月我国各地居民消费价格指数（二） 496
图表：2009年7月我国各地居民消费价格指数（三） 496
图表：2009年7月我国各地居民消费价格指数（四） 496
图表：2009年7月我国各地居民消费价格指数（五） 497
图表：2009年1月我国社会消费品零售总额情况 497
图表：2009年2月我国社会消费品零售总额情况 498
图表：2009年3月我国社会消费品零售总额情况 498
图表：2009年4月我国社会消费品零售总额情况 499
图表：2009年5月我国社会消费品零售总额情况 499
图表：2009年6月我国社会消费品零售总额情况 500
图表：2009年7月我国社会消费品零售总额情况 500

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/135873.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。