



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2012-2016年快餐行业投资价值 分析及深度研究报告

## 一、调研说明

《2012-2016年快餐行业投资价值分析及深度研究报告》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/209042.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

2011年，中国餐饮业跌宕起伏，历经物价上涨、人员短缺、食品安全事件等考验，但在产业结构、管理水平、经营理念上有了很好的提升，顺利开启“十二五”初期的餐饮业繁荣经济、服务民生、展现文化的历史使命。2010年全国住宿餐饮业零售额约21000亿元。2010年全国餐饮收入达17648亿元，同比增长18.1%，占社会消费品零售总额的11.24%。数据表明，我国餐饮业保持着平稳快速增长的态势，餐饮消费持续成为消费品市场的一大亮点。2011年我国住宿餐饮业继续2010年的发展势头，2011年我国住宿餐饮业零售额达到24885亿元，同比增长18.5%，快餐市场规模达到6910亿元。

纵观目前中国餐饮业的发展现状，可以发现一个特点，那就是餐饮市场上消费者需求正在发生悄然的变化，快捷性，个性化正在成为趋势，餐饮连锁企业将围绕这种变化，展开变革。由于中国人长期以来养成的饮食习惯和中餐不可抗拒的美味，尽管目前洋快餐在我国有良好的发展，但是未来的发展趋势仍将是中式快餐食品占主导地位。“调查显示，目前我国的快餐市场，78.9%为中式快餐店，而21.1%是西式快餐店。连锁经营不仅是企业提高效率、降低成本的经营方式，更重要的是能够帮助企业突破发展中的管理瓶颈。连锁经营具有成本优势、价格优势、服务优势、品牌优势，有着极强的竞争能力，也应该是我国餐饮业经营模式的主要发展方向。餐饮市场的竞争最后必将归结于品牌之间的竞争，谁的品牌力更强，谁就能具有更广阔的市场，品牌力成为餐饮企业逐鹿市场的要害。品牌力也是吸收消费者最为要害的要素，随着人们对就餐环境、体验、办事等方面的请求越来越高。

快餐的社会和行业地位得到确立，作用更加突出。现代快餐的操作标准化、配送工厂化、连锁规模化和科学化管理的理念，经过从探讨到实践的深化过程，目前已被接受和认同，并从快餐业扩展到餐饮业，成为我国餐饮现代化的一个发展目标与方向。从近年我国快餐业的发展看，快餐需求走向多样化，快餐企业经营空间不断拓宽，外延日趋扩大，服务领域更加宽广。首先，快餐连锁店持续发展，店态风格更加丰富，连锁经营稳步推进，团体供餐，专业公司异军突起，成为市场新的亮点。就餐时认为知名度比较重要的消费者占到了56%，消费者就餐的品牌意识，必然使口碑好的餐饮连锁企业在竞争中处于优势，同时能利用品牌的特许经营迅速壮大。“全聚德”的直营回归，以及真功夫的全部直营化经营模式。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。中国消费经济的发展带动快餐行业的市场发展壮大，中国的快餐市场已占餐饮市场超过1/4的份额，这是多大的市场规模，是各快餐企业非常好的发展机会。

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、中国各省市餐饮协会、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。

## 第一部分 行业概况

### 第一章 快餐行业概述 1

#### 第一节 餐饮行业阐述 1

##### 一、餐饮业的分类 1

##### 二、现代餐饮业的特点分析 4

##### 三、餐饮业的成本核算 6

#### 第二节 快餐行业 8

##### 一、快餐的特点与分类 8

##### 二、快餐的经营形式 11

### 第二章 2011年中国餐饮业整体运行新形势透析 14

#### 第一节 2011年中国餐饮市场发展统计 14

##### 一、中国住宿与餐饮业零售额情况 14

##### 二、中国餐饮业市场规模统计 14

##### 三、中国餐饮业资产负债统计 15

##### 四、中国餐饮业市场结构分析 15

##### 五、中国餐饮行业发展情况 17

#### 第二节 2011年中国餐饮行业发展分析 19

##### 一、中国餐饮行业发展特点分析 19

##### 二、中国餐饮市场进入品牌消费时代 22

##### 三、餐饮业将保持高速发展 23

#### 第三节 2011年中国快餐行业经济指标统计 24

##### 一、中国快餐业资产总额统计 24

|                          |    |
|--------------------------|----|
| 二、中国快餐行业负债总额统计           | 25 |
| 三、中国快餐行业经营情况统计           | 25 |
| 四、中国快餐行业市场规模统计           | 26 |
| 第二部分 行业发展分析              |    |
| 第三章 2011年中国快餐市场运行新态势分析   | 27 |
| 第一节 2011年中国快餐行业门店数量统计    | 27 |
| 一、中国快餐行业门店总数统计           | 27 |
| 二、中国面包类快餐门店数量            | 27 |
| 三、中国汉堡类快餐门店数量            | 27 |
| 四、中国鸡肉类快餐门店数量            | 27 |
| 五、中国冰激凌快餐门店数量            | 28 |
| 六、中国便利店快餐门店数量            | 28 |
| 第二节 2011年中国快餐行业市场规模      | 28 |
| 一、中国便利店快餐市场规模            | 28 |
| 二、中国面包类快餐市场规模            | 28 |
| 三、中国汉堡类快餐市场规模            | 29 |
| 四、中国鸡肉类快餐市场规模            | 29 |
| 五、中国冰激凌快餐市场规模            | 29 |
| 第三节 2011年中国快餐行业投资情况分析    | 29 |
| 一、中国快餐市场涌现出投资热潮          | 29 |
| 二、康师傅欲开万家西式快餐连锁          | 31 |
| 三、外资快餐企业投资早餐市场           | 31 |
| 四、巴西最大快餐企业设中国总部          | 32 |
| 第四章 2011年中国快餐细分市场运行新形势分析 | 34 |
| 第一节 西式快餐                 | 34 |
| 一、中国西餐业发展概况              | 34 |
| 二、中国成全球西式快餐发展最快市场        | 39 |
| 三、跨国餐饮企业纷纷投资西式快餐市场       | 39 |
| 四、多家西式快餐企业启动降价促销战略       | 41 |
| 五、本土与外资西式快餐竞争对比分析        | 43 |
| 六、本土西式快餐企业经营经验分析         | 47 |
| 七、外资西式快餐经营发展经验分析         | 49 |

## 第二节 中式快餐 49

一、中式快餐呈快速扩张趋势 49

二、中餐连锁标准化进程分析 53

三、中式快餐发展SWOT分析 55

四、中式快餐发展趋势分析 60

五、中国中式快餐发展之路 61

## 第三节 日式快餐 64

一、日式快餐业加快在中国拓展步伐 64

二、顶新集团进军日式连锁快餐市场 65

三、味千(中国)经营启示 66

## 第五章 2011年中国重点区域快餐市场运行动态分析 67

### 第一节 北京快餐市场发展情况 67

一、北京市餐饮市场概况 67

二、北京呷哺呷哺快餐获巨额投资 68

三、北京建设市内最大快餐加工厂 69

四、菲律宾快餐巨头进入北京市场 70

### 第二节 上海快餐市场发展情况 71

一、上海餐饮消费市场情况 71

二、上海举行中国快餐产业大会 72

三、西式快餐走进上海加油站 72

### 第三节 广州快餐市场发展情况 73

一、广州餐饮市场调查分析 73

二、东方既白叫板广州快餐市场 74

三、广州西式快餐扩张 77

四、广州快餐首设全国客服热线 77

### 第四节 深圳快餐市场发展情况 78

一、深圳快餐巨头启动让利促销 78

二、深圳用标准化管理快餐质量 78

三、深圳中式快餐市场三足鼎立 79

### 第五节 其它城市快餐市场发展情况 80

一、宁波中式快餐迅速崛起 80

二、南京中式快餐“红蓝”斗 83

## 第六章 2011年中国快餐行业管理分析 86

### 第一节 2011年中国连锁快餐经营管理概况 86

#### 一、快餐行业管理概述 86

#### 二、快餐企业的人事管理 87

#### 三、快餐企业的供应管理 93

#### 四、快餐企业的货仓管理 95

### 第二节 2011年中国快餐连锁化经营分析 95

#### 一、直营连锁 95

#### 二、特许连锁 98

#### 三、自由连锁 102

#### 四、直营与特许经营对比分析 103

#### 五、连锁快餐企业的加盟管理 104

### 第三节 2011年中国连锁快餐配送管理分析 106

#### 一、中国连锁快餐配送中心的建设思路 106

#### 二、中国连锁快餐配送中心的必要性 110

#### 三、中国连锁快餐配送中心的问题分析 111

#### 四、中国连锁快餐配送中心的建设途径 114

### 第四节 2011年中国连锁快餐信息化管理分析 118

#### 一、连锁快餐信息化管理介绍 118

#### 二、连锁快餐信息化的必要性 119

#### 三、连锁快餐信息化建设原则 121

#### 四、连锁快餐企业信息化的误区 123

## 第三部分 行业竞争分析

## 第七章 2011年中国餐饮业竞争新格局透析 125

### 第一节 2011年中国快餐企业市场竞争格局 125

#### 一、快餐业竞争趋于白热化 125

#### 二、中国快餐市场品牌格局分析 126

#### 三、中西快餐竞争焦点在于营养 126

#### 四、市场细分加剧快餐竞争快餐多样化发展 127

#### 五、中外快餐核心竞争力对比 128

### 第二节 2011年中国餐饮业竞争新特点 132

#### 一、洋快餐与中快餐竞争随行就市 132

## 二、信息化将成为餐饮业竞争法宝 134

### 第三节 2011年中国餐饮企业竞争对策分析 137

#### 一、餐饮业经济危机中“组合”营销分析 137

#### 二、餐饮企业应积极打造核心竞争力 147

#### 三、针对中国餐饮业竞争态势的相应对策 161

#### 四、在餐饮竞争中适当调整战略定位 170

#### 五、餐饮业竞争的顾客价值战略 177

#### 六、餐饮业的特色竞争战略 178

### 第八章 2011年快餐行业重点企业运行分析 181

#### 第一节 百胜餐饮集团 181

##### 一、企业基本情况 181

##### 二、百胜入股内蒙古小肥羊 182

##### 三、百胜推出成本定价模式 182

##### 四、百胜中国市场扩张成绩 183

#### 第二节 麦当劳 184

##### 一、企业基本情况 184

##### 二、企业经营状况 184

##### 三、竞争力分析 184

##### 四、麦当劳将加快中国发展速度 198

##### 五、麦当劳与VANCL展开合作 199

#### 第三节 顶新国际集团德克士食品 199

##### 一、企业基本情况 199

##### 二、公司经营情况 200

##### 三、公司营销战略分析 203

##### 四、德克士店铺数量达1000家 205

##### 五、德克士发布2030发展战略 206

#### 第四节 味千（中国）控股有限公司 209

##### 一、企业基本情况 209

##### 二、企业经营状况 209

##### 三、企业发展战略 210

##### 四、味千中国店面将增加 210

#### 第五节 广州市真功夫餐饮管理有限公司 211



|                  |     |
|------------------|-----|
| 一、企业基本情况         | 211 |
| 二、企业经营状况         | 212 |
| 三、真功夫白领市场营销策略    | 213 |
| 四、企业发展战略分析       | 214 |
| 第六节 丽华快餐         | 222 |
| 一、企业基本情况         | 222 |
| 二、丽华快餐进入快餐工厂化时代  | 223 |
| 三、丽华成为北京奥运快餐提供商  | 224 |
| 四、丽华快餐获千万风险投资资金  | 225 |
| 第七节 马兰拉面         | 225 |
| 一、企业基本情况         | 225 |
| 二、企业发展历程         | 226 |
| 三、企业营销概况         | 227 |
| 四、企业产品特色         | 237 |
| 第八节 深圳面点王        | 238 |
| 一、企业基本情况         | 238 |
| 二、企业产品简介         | 239 |
| 三、面点王推出营养指标菜单    | 239 |
| 四、面点王严格控制食品安全    | 241 |
| 第九节 永和大王         | 242 |
| 一、企业基本情况         | 242 |
| 二、企业经营理念         | 243 |
| 三、企业产品简介         | 243 |
| 四、永和大王信息化战略      | 244 |
| 五、永和大王发展战略分析     | 247 |
| 第十节 吉野家          | 250 |
| 一、企业基本情况         | 250 |
| 二、吉野家销售额锐减       | 251 |
| 三、吉野家快餐价格上调      | 251 |
| 四、合兴集团收购吉野家内地经营权 | 251 |
| 五、2015年吉野家海外开店规划 | 252 |
| 第十一节 康师傅         | 254 |

|                            |     |
|----------------------------|-----|
| 一、企业基本情况                   | 254 |
| 二、企业产品简介                   | 255 |
| 三、2011-2012年企业经营情况         | 255 |
| 四、康师傅快餐连锁发展规划              | 256 |
| 第四部分 行业趋势及投资分析             |     |
| 第九章 2012-2016年中国快餐行业发展趋势分析 | 257 |
| 第一节 未来五年中国餐饮行业发展规划         | 257 |
| 一、餐饮业发展的发展目标               | 257 |
| 二、餐饮业发展的主要任务               | 257 |
| 三、中国餐饮业的发展格局               | 260 |
| 四、中国餐饮业的发展重点               | 261 |
| 五、中国餐饮业的发展政策               | 264 |
| 第二节 2012-2016年中国快餐行业发展趋势   | 265 |
| 一、快餐业的品牌发展趋势               | 265 |
| 二、快餐业的消费观念趋势               | 267 |
| 第三节 2012-2016年中国快餐市场规模预测   | 268 |
| 一、中国快餐行业门店数量预测             | 268 |
| 二、中国快餐行业市场规模预测             | 268 |
| 三、快餐业盈利预测分析                | 269 |
| 第十章 2012-2016年中国快餐行业投资战略研究 | 271 |
| 第一节 2011年中国快餐行业投资环境        | 271 |
| 一、中国居民餐饮消费比例不断提高           | 271 |
| 二、中国外出用餐消费市场不断增长           | 271 |
| 三、中国家庭私人消费比例继续攀升           | 272 |
| 四、中国经济运行情况                 | 272 |
| 第二节 2011年中国快餐业投资前景分析       | 332 |
| 一、中式快餐业未来潜力大               | 332 |
| 二、加盟快餐行业将成为新的投资热点          | 334 |
| 三、快餐配送店前景广阔                | 335 |
| 第三节 2012-2016年中国快餐行业投资风险预警 | 337 |
| 一、宏观调控政策风险                 | 337 |
| 二、市场竞争风险                   | 337 |

### 三、市场运营机制风险 339

#### 第四节 权威专家投资建议 339

##### 图表目录

|                        |     |
|------------------------|-----|
| 图表：2011年我国餐饮业资产负债情况    | 15  |
| 图表：2011年我国快餐行业负债总额情况   | 25  |
| 图表：2011年我国快餐行业收入总额情况   | 25  |
| 图表：2011年快餐行业市场规模结构     | 26  |
| 图表：2011年我国快餐行业门店总数情况   | 27  |
| 图表：2011年我国面包类快餐门店总数情况  | 27  |
| 图表：2011年我国汉堡类快餐门店总数情况  | 27  |
| 图表：2011年我国鸡肉类快餐门店总数情况  | 27  |
| 图表：2011年我国冰激凌类快餐门店总数情况 | 28  |
| 图表：2011年我国便利店快餐门店总数情况  | 28  |
| 图表：2011年我国便利店快餐市场规模情况  | 28  |
| 图表：2011年我国面包类快餐市场规模情况  | 28  |
| 图表：2011年我国汉堡类快餐市场规模情况  | 29  |
| 图表：2011年我国鸡肉类快餐市场规模情况  | 29  |
| 图表：2011年我国冰激凌快餐市场规模情况  | 29  |
| 图表：2011年真功夫与麦当劳经营对比    | 212 |
| 图表：2012年我国快餐行业门店总数预测   | 268 |
| 图表：2013年我国快餐行业门店总数预测   | 268 |
| 图表：2014年我国快餐行业门店总数预测   | 268 |
| 图表：2015年我国快餐行业门店总数预测   | 268 |
| 图表：2016年我国快餐行业门店总数预测   | 268 |
| 图表：2012年我国快餐行业市场规模预测   | 268 |
| 图表：2013年我国快餐行业市场规模预测   | 269 |
| 图表：2014年我国快餐行业市场规模预测   | 269 |
| 图表：2015年我国快餐行业市场规模预测   | 269 |
| 图表：2016年我国快餐行业市场规模预测   | 269 |
| 图表：2012年我国快餐行业盈利预测     | 269 |
| 图表：2013年我国快餐行业盈利预测     | 269 |
| 图表：2014年我国快餐行业盈利预测     | 269 |

图表：2015年我国快餐行业盈利预测 270

图表：2016年我国快餐行业盈利预测 270

图表：2011年各月份经济指标情况 281

图表：2010-2011年GDP同比增长情况 282

图表：2010-2011年规模以上工业增加值增速 282

图表：2011年固定资产投资（不含农户）同比增长情况 283

图表：2010-2011年社会消费品零售总额情况 283

图表：2011年GDP全国合计 283

图表：2011年GDP北京合计 284

图表：2011年GDP天津合计 284

图表：2011年GDP河北省合计 284

图表：2011年GDP山西省合计 284

图表：2011年GDP内蒙古合计 284

图表：2011年GDP辽宁省合计 284

图表：2011年GDP吉林省合计 284

图表：2011年GDP黑龙江合计 284

图表：2011年GDP上海合计 285

图表：2011年GDP江苏省合计 285

图表：2011年GDP浙江省合计 285

图表：2011年GDP安徽省合计 285

图表：2011年GDP江西省合计 285

图表：2011年GDP福建省合计 285

图表：2011年GDP山东省合计 285

图表：2011年GDP河南省合计 285

图表：2011年GDP湖北省合计 286

图表：2011年GDP湖南省合计 286

图表：2011年GDP广东区合计 286

图表：2011年GDP广西区合计 286

图表：2011年GDP海南合计 286

图表：2011年GDP重庆市合计 286

图表：2011年GDP四川省合计 286

图表：2011年GDP云南省合计 286

图表：2011年GDP贵州省合计 287

图表：2011年GDP陕西省合计 287

图表：2011年GDP宁夏合计 287

图表：2011年GDP新疆合计 287

图表：2011年GDP青海合计 287

图表：2011年GDP西藏合计 287

图表：2011年GDP甘肃合计 287

图表：2010-2011年农村居民人均收入实际增长情况 292

图表：2011年城乡居民收入对比情况 295

图表：2011年城市居民收入分类情况 296

图表：2011年农村居民收入分类情况 296

图表：多年城乡人均可支配收入和纯收入对比情况 297

图表：2010-2011年城镇居民人均可支配收入实际增长情况 297

图表：多年城乡居民收入比情况 298

图表：2010年GDP和人均GDP北京市合计 299

图表：2010年GDP和人均GDP天津市合计 300

图表：2010年GDP和人均GDP河北省合计 300

图表：2010年GDP和人均GDP山西省合计 300

图表：2010年GDP和人均GDP内蒙古合计 300

图表：2010年GDP和人均GDP辽宁省合计 300

图表：2010年GDP和人均GDP吉林省合计 300

图表：2010年GDP和人均GDP黑龙江合计 300

图表：2010年GDP和人均GDP上海市合计 300

图表：2010年GDP和人均GDP江苏省合计 301

图表：2010年GDP和人均GDP浙江省合计 301

图表：2010年GDP和人均GDP安徽省合计 301

图表：2010年GDP和人均GDP福建省合计 301

图表：2010年GDP和人均GDP江西省合计 301

图表：2010年GDP和人均GDP山东省合计 301

图表：2010年GDP和人均GDP河南省合计 301

图表：2010年GDP和人均GDP湖北省合计 301

图表：2010年GDP和人均GDP湖南省合计 302

图表：2010年GDP和人均GDP广东省合计 302

图表：2010年GDP和人均GDP广西区合计 302

图表：2010年GDP和人均GDP海南省合计 302

图表：2010年GDP和人均GDP重庆市合计 302

图表：2010年GDP和人均GDP四川省合计 302

图表：2010年GDP和人均GDP贵州省合计 302

图表：2010年GDP和人均GDP云南省合计 302

图表：2010年GDP和人均GDP西藏合计 303

图表：2010年GDP和人均GDP陕西省合计 303

图表：2010年GDP和人均GDP甘肃省合计 303

图表：2010年GDP和人均GDP青海省合计 303

图表：2010年GDP和人均GDP宁夏区合计 303

图表：2010年GDP和人均GDP新疆区合计 303

图表：2010年居民消费水平北京市合计 303

图表：2010年居民消费水平天津市合计 303

图表：2010年居民消费水平河北省合计 304

图表：2010年居民消费水平山西省合计 304

图表：2010年居民消费水平内蒙古合计 304

图表：2010年居民消费水平辽宁省合计 304

图表：2010年居民消费水平吉林省合计 304

图表：2010年居民消费水平黑龙江省合计 304

图表：2010年居民消费水平上海市合计 304

图表：2010年居民消费水平江苏省省合计 304

图表：2010年居民消费水平浙江省合计 305

图表：2010年居民消费水平安徽省合计 305

图表：2010年居民消费水平福建省合计 305

图表：2010年居民消费水平江西省合计 305

图表：2010年居民消费水平山东省合计 305

图表：2010年居民消费水平河南省合计 305

图表：2010年居民消费水平湖北省合计 305

图表：2010年居民消费水平湖南省合计 305

图表：2010年居民消费水平广东省合计 306

图表：2010年居民消费水平广西省合计 306

图表：2010年居民消费水平海南省合计 306

图表：2010年居民消费水平重庆市合计 306

图表：2010年居民消费水平四川省合计 306

图表：2010年居民消费水平贵州省合计 306

图表：2010年居民消费水平云南省合计 306

图表：2010年居民消费水平西藏合计 306

图表：2010年居民消费水平陕西省合计 307

图表：2010年居民消费水平甘肃省合计 307

图表：2010年居民消费水平青海省合计 307

图表：2010年居民消费水平宁夏合计 307

图表：2010年居民消费水平新疆合计 307

图表：城镇固定资产投资完成额-按产业 308

图表：城镇固定资产投资完成额-按隶属关系 309

图表：2011年固定资产增速情况（不含农户） 311

图表：固定资产来源增速情况 311

图表：东、中、西部固定资产增速情况 312

图表：2010年各省市社会消费品零售总额北京市合计 313

图表：2010年各省市社会消费品零售总额天津市合计 313

图表：2010年各省市社会消费品零售总额河北省合计 314

图表：2010年各省市社会消费品零售总额山西省合计 314

图表：2010年各省市社会消费品零售总额内蒙古合计 314

图表：2010年各省市社会消费品零售总额辽宁省合计 314

图表：2010年各省市社会消费品零售总额吉林省合计 314

图表：2010年各省市社会消费品零售总额黑龙江合计 314

图表：2010年各省市社会消费品零售总额上海市合计 314

图表：2010年各省市社会消费品零售总额江苏省合计 314

图表：2010年各省市社会消费品零售总额浙江省合计 315

图表：2010年各省市社会消费品零售总额安徽省合计 315

图表：2010年各省市社会消费品零售总额福建省合计 315

图表：2010年各省市社会消费品零售总额江西省合计 315

图表：2010年各省市社会消费品零售总额山东省合计 315

图表：2010年各省市社会消费品零售总额河南省合计 315  
图表：2010年各省市社会消费品零售总额湖北省合计 315  
图表：2010年各省市社会消费品零售总额湖南省合计 315  
图表：2010年各省市社会消费品零售总额广东省合计 316  
图表：2010年各省市社会消费品零售总额广西区合计 316  
图表：2010年各省市社会消费品零售总额海南省合计 316  
图表：2010年各省市社会消费品零售总额重庆市合计 316  
图表：2010年各省市社会消费品零售总额四川省合计 316  
图表：2010年各省市社会消费品零售总额贵州省合计 316  
图表：2010年各省市社会消费品零售总额云南省合计 316  
图表：2010年各省市社会消费品零售总额西藏合计 316  
图表：2010年各省市社会消费品零售总额陕西省合计 317  
图表：2010年各省市社会消费品零售总额甘肃省合计 317  
图表：2010年各省市社会消费品零售总额青海省合计 317  
图表：2010年各省市社会消费品零售总额宁夏区合计 317  
图表：2010年各省市社会消费品零售总额新疆区合计 317  
图表：2008年以来中国基准利率变化情况 318  
图表：2011年7月7日开始的存款利率情况 319  
图表：2011年7月7日开始的贷款利率情况 320  
图表：我国2003-2011年城乡居民人均可支配收入 324  
图表：我国2003-2011年城乡居民家庭的恩格尔系数 325  
略.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/209042.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](http://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提供专业投资咨询报告、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。