

2018-2024年中国餐饮业市场供需预测及投资战略 研究咨询报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2018-2024年中国餐饮业市场供需预测及投资战略研究咨询报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/371707.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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、报告目录及图表目录

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一部分产业环境透视

第一章餐饮行业发展综述

第一节餐饮行业的定义及分类

一、餐饮行业的定义

二、餐饮行业的分类

（一）传统正餐类

（二）快餐小吃类

（三）休闲餐饮类

（四）其他餐饮类

第二节餐饮行业特点分析

一、现代餐饮业的特征

二、餐饮业的周期特性

三、餐饮业要素密集性

四、餐饮业的行业壁垒

五、餐饮业发展驱动因素

第三节连锁餐饮业的概述

一、连锁餐饮产生背景

二、连锁餐饮历史起源

三、连锁餐饮发展历程

第四节餐饮行业关联行业发展分析

一、餐饮产业链分析

（一）连锁餐饮产业链的概述

（二）餐饮产业链各环节职责

（三）餐饮产业关联驱动方式

二、上游行业对餐饮业发展影响分析

（一）调味品

（二）畜牧业

（三）农作物种植业

三、关联行业对餐饮业发展影响分析

(一) 旅游业

(二) 酒店业

(三) 会展业

第二章 餐饮所属行业市场环境及影响分析

第一节 中国餐饮行业政策环境

一、中国餐饮行业管理体制分析

二、餐饮食品安全相关政策综述

三、餐饮企业连锁经营管理规范

四、中国餐饮行业重点政策解读

五、中央八项规定对餐饮业影响

第二节 中国餐饮业经济环境分析

一、中国gdp增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品零售总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第三节 中国餐饮业社会环境分析

一、人口环境分析

二、旅游发展情况分析

三、居民主要食品消费情况

第四节 中国饮食文化环境分析

一、中国传统饮食文化

二、中国饮食文化与历史

三、中国饮食文化在国外传播

四、中西方饮食文化分析差异

五、中国特色特色餐饮发展形式

(一) 北京烤鸭

(二) 河南烩面

(三) 云南过桥米线

(四) 新疆烤羊肉串

(五) 福建沙县小吃

(六) 陕西凉皮肉夹馍

（七）兰州牛肉拉面

第三章国际餐饮所属行业发展分析及经验借鉴

第一节全球餐饮市场总体情况分析

- 一、全球餐饮业发展历程
- 二、全球餐饮业发展现状
- 三、全球餐饮业市场竞争格局
- 四、全球餐饮业经营模式分析
- 五、跨国餐饮企业在华本土化营销策略分析

（一）跨国餐饮企业大量入华的原因

（二）跨国餐饮行业存在的经营困境

（三）跨国餐饮企业经营本土化策略

第二节全球主要国家（地区）餐饮行业发展分析

一、美国餐饮行业发展分析

二、法国餐饮行业发展分析

三、日本餐饮行业发展分析

四、意大利餐饮行业发展分析

第三节中餐业在国际市场的发展

一、中餐业进入国际市场的方式

二、中餐业进入国际市场的模式选择

（一）契约进入模式

（二）投资进入模式

（三）网络进入模式

三、中餐业在国际市场的发展

（一）美国中餐业发展分析

（二）欧洲中餐业发展分析

（三）俄罗斯中餐业发展分析

第二部分所属行业深度分析

第四章中国餐饮所属行业整体运行指标分析

第一节餐饮所属行业经济运行指标分析

一、全国及各省市餐饮业基本情况

（一）全国及各省市餐饮业企业单位数

（二）全国及各省市餐饮业企业从业人员数

二、全国及各省市餐饮业资产负债情况

（一）全国及各省市餐饮业资产总计

（二）全国及各省市餐饮业负债合计

(三) 全国及各省市餐饮业所有者权益总合计

三、全国及各省市餐饮业经营情况

(一) 全国及各省市餐饮业企业营业额

(二) 全国及各省市餐饮业企业餐费收入

四、全国及各省市餐饮业效益情况

(一) 全国及各省市餐饮业企业主营业务收入

(二) 全国及各省市餐饮业企业主营业务成本

(三) 全国及各省市餐饮业企业主营业务税金及附加

(四) 全国及各省市餐饮业企业主营业务利润

第二节 连锁餐饮所属行业经济运行指标分析

一、连锁餐饮企业基本情况

(一) 连锁餐饮企业总店数

(二) 连锁餐饮企业门店总数

(三) 连锁餐饮企业从业人数

(四) 连锁餐饮企业餐饮营业面积

二、各地区连锁餐饮企业基本情况

(一) 各地区连锁餐饮企业总店数

(二) 各地区连锁餐饮企业门店总数

(三) 各地区连锁餐饮企业从业人数

(四) 各地区连锁餐饮企业餐饮营业面积

(五) 36城市连锁餐饮企业基本情况

(六) 36城市连锁餐饮企业直营门店基本情况

(七) 36城市连锁餐饮企业加盟门店基本情况

三、连锁餐饮企业经营情况

(一) 营业额

(二) 餐位数

(三) 商品购进总额

(四) 统一配送商品购进额

四、各地区连锁餐饮企业经营情况

(一) 各地区连锁餐饮企业营业额

(二) 各地区连锁餐饮企业餐位数

(三) 各地区连锁餐饮企业商品购进总额

(四) 各地区连锁餐饮企业统一配送商品购进额

(五) 36城市连锁餐饮企业经营情况

(六) 36城市连锁餐饮企业直营门店经营情况

（七）36城市连锁餐饮企业加盟门店经营情况

第五章中国餐饮所属行业市场深度运行分析

第一节餐饮市场发展形势分析

一、餐饮行业发展整体态势分析

二、产业转型升级成为必然选择

三、大众化餐饮市场机会分析

四、国内餐饮企业转型升级加速

第二节餐饮所属行业o2o市场发展分析

一、中国餐饮行业o2o市场发展背景

二、中国餐饮行业o2o在线用户规模

三、中国餐饮行业o2o市场规模

四、团购网站餐饮交易规模排名

五、中国餐饮o2o网站移动端排名

六、中国餐饮行业o2o的发展趋势

第三节餐饮行业消费形态分析

一、消费群体分析

（一）餐饮行业消费群体研究

（二）居民人均餐饮消费支出

（三）中国餐饮消费趋势分析

二、不同餐饮业态的消费特征分析

三、消费行为分析

（一）餐饮消费者心理分析

（二）消费者餐饮决策分析

（三）餐饮消费者行为分析

第四节餐饮消费者品牌偏好分析

一、产品品牌偏好

（一）菜品的造型

（二）菜品的分量

（三）菜品的味道

（四）菜品的选材

（五）菜品的价格

（六）菜品的宣传

二、环境品牌偏好

（一）趋向自然

（二）文化包装

三、服务品牌偏好

四、餐馆的整体形象品牌偏好

五、品牌偏好的特性

第五节 餐饮行业浪费分析

一、餐饮行业浪费现状分析

二、餐饮浪费深层原因分析

三、餐饮浪费认识误区分析

四、遏制餐饮浪费的对策建议

第六节 餐饮所属行业信息化分析

一、餐饮信息化管理内容与作用

二、餐饮连锁企业信息化的现状

三、餐饮连锁信息化问题与挑战

四、餐饮连锁业信息化策略分析

第七节 餐饮产业发展的问题及对策

一、餐饮产业发展的问题

（一）餐饮结构失衡

（二）缺乏有竞争力的国际品牌

（三）从业人员素质不高

（四）政策待遇明显不公

（五）行业法规、标准建设滞后，资质认证失序

二、促进餐饮产业健康发展的策略

（一）将发展我国餐饮业提高到战略高度考虑

（二）优先发展大众化餐饮

（三）培养符合产业发展需要的高素质人才

（四）建立再就业培训基金

第六章 中国餐饮所属行业市场营销策略分析

第一节 餐饮目标市场分析

一、婚宴餐饮

二、寿宴餐饮

三、商务餐饮

第二节 餐饮行业市场营销策略分析

一、未来餐饮营销的发展方向

二、中国餐饮的特色营销方式

三、节假日餐饮营销战略分析

四、餐饮业微博营销分析

第三节 餐饮行业团购营销策略分析

- 一、餐饮团购发展现状
- 二、餐饮团购存在的问题
- 三、餐饮团购的发展策略
- 四、团购网站助推餐饮业增值
- 五、团购结合移动互联网势不可挡
- 六、餐饮业根据消费者“团购”习惯创新营销模式

第四节 餐饮行业移动营销策略分析

- 一、餐饮行业移动营销概述
- 二、餐饮行业移动营销应用

第三部分 市场全景调研

第七章 中国餐饮所属行业不同业态市场分析

第一节 中国火锅餐饮发展概况分析

- 一、火锅餐饮业运行概况
- 二、火锅餐饮业现状分析
- 三、火锅餐饮业现存问题
- 四、火锅行业的发展趋势
- 五、火锅餐饮发展趋势分析

第二节 西餐业市场分析

- 一、中国西餐的发展历程
 - (一) 西餐传入中国的简史
 - (二) 西餐在中国发展现状
- 二、西餐菜品原料在中国的变化
 - (一) 传统西餐常用原料
 - (二) 西餐原料的应用
 - (三) 西餐菜品的变化
- 三、西餐餐桌礼仪在中国的变化
 - (一) 西餐传统餐桌礼仪
 - (二) 本土化的西餐分餐制
- 四、未来西餐在中国的发展趋势

第三节 快餐业市场分析

- 一、快餐业的发展阶段
- 二、快餐业的发展现状
- 三、快餐市场发展特点
- 四、快餐业现存的问题

五、快餐业的发展趋势

六、快餐业的发展展望

第八章中国餐饮行业不同菜系市场分析

第一节中国主要菜系及文化简介

第二节中国鲁菜系发展状况分析

一、鲁菜系的发展现状分析

二、鲁菜产业的问题与对策

三、鲁菜产业发展应对策略

四、鲁菜产业发展前景展望

第三节中国粤菜系发展状况分析

一、粤菜发展现状分析

二、粤菜发展风味特色

三、粤菜发展制约瓶颈

四、粤菜发展创新策略

五、粤菜发展战略分析

第四节中国川菜系发展状况分析

一、川菜发展现状分析

二、川菜的类别及特色

三、川菜企业营销策略

四、电商对川菜的影响

五、川菜品牌定位策略

第五节中国湘菜系发展状况分析

一、湘菜系发展现状分析

二、湘菜系发展目标分析

三、湘菜系发展潜力分析

四、湘菜系品牌发展对策

第六节中国闽菜系发展状况分析

一、闽菜系发展现状分析

二、闽菜系发展风味特色

三、闽菜系发展特征分析

四、闽菜系发展制约瓶颈

五、闽菜系发展策略分析

第七节中国浙菜系发展状况分析

一、浙菜系发展现状分析

二、浙菜系品牌发展策略

三、浙菜系发展策略分析

第八节中国苏菜系发展状况分析

一、苏菜系发展现状分析

二、苏菜系形成特征分析

三、苏菜系用原材料解析

第九节中---菜系发展状况分析

一、徽菜系发展现状分析

二、徽菜局面及成因分析

三、徽菜局面的发展对策

四、徽菜系的标准化研究

第九章中国餐饮行业不同形式市场分析

第一节中国连锁餐饮行业分析

一、中国连锁餐饮行业发展概况

(一) 连锁餐饮发展背景与起源

(二) 连锁餐饮业发展历程分析

(三) 连锁餐饮业发展优势分析

(四) 连锁餐饮业发展现状分析

二、连锁餐饮业基本情况分析

(一) 连锁餐饮门店总数分析

(二) 连锁餐饮营业面积情况

(三) 连锁餐饮餐位数量分析

(四) 连锁餐饮营业总额分析

三、连锁餐饮企业竞争策略分析

(一) 连锁餐饮企业的核心竞争力

(二) 提升连锁餐饮战略决策能力

(三) 提高连锁餐饮技术开发能力

(四) 提升连锁餐饮市场营销能力

四、连锁餐饮业发展策略分析

(一) 连锁餐饮存在的问题分析

(二) 连锁餐饮发展对策与措施

(三) 连锁餐饮发展的对策建议

第二节酒店餐饮业经营分析

一、酒店餐饮业个性化服务分析

(一) 准备有特色的餐厅及餐位

(二) 提供个性化的菜单

- (三) 风格独特的儿童自助餐
- 二、星级酒店餐饮经营分析
 - (一) 星级酒店餐饮的swot分析
 - (二) 星级酒店餐饮业经营现状分析
 - (三) 星级酒店餐饮业经营策略分析
- 三、酒店餐饮业经营分析
 - (一) 酒店餐饮业现状
 - (二) 酒店与社会餐饮的优劣势对比
 - (三) 酒店战胜社会餐饮的“法宝”
- 四、酒店餐饮业经营策略
 - (一) 增加餐饮文化内涵，提高饭店餐饮品位
 - (二) 建立复合式多角经营方式，挖掘经营渠道
 - (三) 注重酒店餐饮经营的社会效益
- 第四部分竞争格局分析
- 第十章 餐饮行业区域市场分析
- 第一节 华北地区餐饮市场分析
 - 一、北京餐饮市场分析
 - 二、天津餐饮市场分析
 - 三、河北餐饮市场分析
 - 四、山西餐饮市场分析
 - 五、内蒙古餐饮市场分析
- 第二节 华东地区餐饮市场分析
 - 一、上海餐饮市场分析
 - 二、山东餐饮市场分析
 - 三、江苏餐饮市场分析
 - 四、浙江餐饮市场分析
 - 五、安徽餐饮市场分析
 - 六、江西餐饮市场分析
 - 七、福建餐饮市场分析
- 第三节 华南地区餐饮市场分析
 - 一、广东餐饮市场分析
 - 二、广西餐饮市场分析
 - 三、海南餐饮市场分析
- 第四节 华中地区餐饮市场分析
 - 一、河南餐饮市场分析

二、湖南餐饮市场分析

三、湖北餐饮市场分析

第五节东北地区餐饮市场分析

一、黑龙江餐饮市场分析

二、吉林餐饮市场分析

三、辽宁餐饮市场分析

第六节西北地区餐饮市场分析

一、陕西餐饮市场

二、甘肃餐饮市场

三、新疆餐饮市场

第七节西南地区餐饮市场

一、四川餐饮市场分析

二、重庆餐饮市场分析

三、贵州餐饮市场分析

四、云南餐饮市场分析

第十一章中国餐饮行业竞争形势及策略

第一节中国餐饮市场竞争概况

一、餐饮企业组织形式

二、餐饮行业竞争要素

三、餐饮市场竞争状况

第二节中国餐饮市场竞争格局

一、餐饮市场竞争态势

二、餐饮市场竞争格局

三、餐饮市场空间分析

四、餐饮业市场集中度

五、餐饮业区域集中度

第三节餐饮行业并购重组策略分析

一、餐饮企业兼并与收购成本分析

二、餐饮企业并购品牌整合的策略

三、餐饮企业并购整合的风险分析

四、企业并购与重组对策建议

第四节国内餐饮市场竞争策略

一、餐饮行业竞争趋势

二、餐饮市场竞争策略

三、应对餐饮竞争举措

四、提升餐饮核心竞争力

第十二章中国餐饮行业领先企业经营形势分析

第一节快餐类重点企业

一、肯德基

- (一) 企业基本情况介绍
- (二) 肯德基的成功经验
- (三) 肯德基的中国策略
- (四) 肯德基的选址策略
- (五) 肯德基在中国发展

二、麦当劳

- (一) 企业基本情况
- (二) 企业经营状况分析
- (三) 麦当劳的经营策略
- (四) 麦当劳的营销方式
- (五) 麦当劳的中国策略

三、真功夫餐饮管理有限公司

- (一) 企业基本情况介绍
- (二) 企业发展历程分析
- (三) 企业运营体系分析
- (四) 企业经营发展特点
- (五) 企业未来发展展望

四、乡村基国际快餐连锁有限公司

- (一) 企业基本情况介绍
- (二) 企业发展历程概要
- (三) 企业经营经济状况
- (四) 企业经营发展策略

五、顶新国际集团

- (一) 企业基本情况介绍
- (二) 企业发展历程分析
- (三) 企业经营网点分布
- (四) 企业食品发展展望

六、百胜餐饮集团

- (一) 企业基本情况介绍
- (二) 企业经营状况分析
- (三) 百胜餐饮转战中国市场

（四）百胜餐饮集团收购小肥羊

第二节 餐馆酒楼类重点企业

一、中国全聚德（集团）股份有限公司

（一）企业基本情况

（二）企业经营情况分析

（三）企业经济指标分析

（四）企业盈利能力分析

（五）企业偿债能力分析

（六）企业运营能力分析

（七）企业成本费用分析

二、华天酒店集团股份有限公司

（一）企业发展基本情况

（二）企业经营情况分析

（三）企业经济指标分析

（四）企业盈利能力分析

（五）企业偿债能力分析

（六）企业运营能力分析

（七）企业成本费用分析

三、上海杏花楼（集团）股份有限公司

（一）企业基本情况介绍

（二）企业营销网络分析

（三）企业主要经营品牌

（四）企业经营发展优势

（五）企业发展战略分析

四、广州酒家集团股份有限公司

（一）企业发展基本情况

（二）企业发展历程分析

（三）企业组织业务结构

（四）企业主要产品情况

（五）企业发展策略分析

五、重庆陶然居饮食文化集团

（一）企业基本情况介绍

（二）企业经营模式分析

（三）企业品牌优势分析

（四）企业投资项目分析

(五) 企业发展战略分析

六、上海锦江国际酒店发展股份有限公司

(一) 企业发展基本情况

(二) 企业经营情况分析

(三) 企业经济指标分析

(四) 企业盈利能力分析

(五) 企业偿债能力分析

(六) 企业运营能力分析

(七) 企业成本费用分析

第三节 火锅类重点企业

一、内蒙古小肥羊餐饮连锁有限公司

(一) 企业基本情况介绍

(二) 企业管理模式分析

(三) 企业经营网点分析

(四) 企业品牌管理分析

(五) 企业发展战略分析

二、重庆德庄实业(集团)有限公司

(一) 企业基本情况介绍

(二) 企业发展历程分析

(三) 企业生产食品基地

(四) 企业主要产品介绍

(五) 企业经营网点分布

三、北京东来顺集团有限责任公司

(一) 企业基本情况介绍

(二) 企业发展历程分析

(三) 企业经营网点分布

(四) 企业市场配送体系

四、重庆奇火哥快乐餐饮有限公司

(一) 企业基本情况介绍

(二) 企业竞争优势分析

(三) 企业经营网点分布

(四) 企业发展战略分析

五、重庆小天鹅投资控股(集团)有限公司

(一) 企业基本情况介绍

(二) 企业产业体系分析

(三) 企业管理模式分析

(四) 企业加盟服务分析

六、内蒙古小尾羊餐饮连锁股份有限公司

(一) 企业基本情况介绍

(二) 企业发展历程分析

(三) 企业经营网点分布

(四) 企业主要经营产品

(五) 企业制胜经营法则

第五部分发展前景展望

第十三章2018-2024年中国餐饮行业前景及趋势预测

第一节2018-2024年餐饮市场发展前景预测

一、未来餐饮业的发展格局分析

二、未来餐饮连锁发展方向分析

三、未来连锁餐饮发展前景展望

第二节2018-2024年餐饮市场发展趋势预测

一、未来餐饮企业营销趋势分析

二、餐饮市场需求变化趋势分析

三、未来中国餐饮市场发展趋势

第三节2018-2024年餐饮市场规模预测

一、中国餐饮市场规模预测分析

二、连锁餐饮市场规模预测分析

第四节2018-2024年中国餐饮行业市场前景预测

一、连锁餐饮的发展目标和重点

二、中国咖啡连锁市场前景分析

三、中国茶馆连锁市场前景分析

第五节“十三五”餐饮行业规划建议

一、餐饮行业“十三五”规划预测

二、“十三五”期间促进餐饮业科学发展规划

第六部分发展战略研究

第十四章中国餐饮企业投融资案例及策略分析

第一节餐饮企业资金来源分析

一、银行贷款

二、风投资本

三、私募基金

第二节餐饮企业主要融资方式

一、设立产业基金

二、民间借贷融资

三、股权出让融资

四、国内上市融资

第三节 餐饮行业投资案例分析

一、天图资本投资甘其食案例

二、今日资本投资老乡鸡案例

三、麦顿投资小南国餐饮案例

四、鼎晖创投投资俏江南案例

五、呷哺呷哺投资股权转让案例

六、莱恩资本投资心品印象案例

七、到家美食会融资案例分析

第四节 餐饮企业与资本融合策略分析

一、餐饮企业与金融资本现状分析

二、餐饮业与金融资本合作经验教训

三、餐饮企业与金融资本融合的建议

第十五章 2018-2024年中国餐饮行业投资风险与机会分析

第一节 2018-2024年连锁餐饮投资环境分析

一、“十三五”时期宏观经济形势预测

二、扩大内需将为餐饮业带来新空间

三、服务业发展为餐饮业带来新机遇

四、经济全球化为餐饮业带来新生机

第二节 2018-2024年中国餐饮行业投资风险分析

一、宏观经济风险

二、经营管理风险

三、人力资源风险

四、原料市场风险

五、食品安全风险

六、市场竞争风险

第三节 2018-2024年中国餐饮行业投资机会分析

一、中国餐饮市场投资机会分析

二、连锁餐饮市场投资潜力分析

三、餐饮细分市场投资机会分析

（一）中国火锅企业投资机会

（二）西式正餐企业投资机会

(三) 中国中餐企业投资机会

(四) 休闲餐饮企业投资机会

第四节2018-2024年中国餐饮行业投资策略及建议

一、国内餐饮投资选址建议分析

二、餐饮企业的风投与上市策略

三、餐饮行业投资经营策略分析

第十六章中国餐饮企业ipo上市策略指导及建议

第一节餐饮企业境内ipo上市目的及条件

一、餐饮企业境内上市主要目的

二、餐饮企业上市需满足的条件

(一) 企业境内主板ipo主要条件

(二) 企业境内中小板ipo主要条件

(三) 企业境内创业板ipo主要条件

三、餐饮企业上市存在问题解析

(一) 财务规范问题

(二) 人员流动问题

(三) 抗风险能力弱

(四) 投资架构问题

第二节餐饮企业ipo上市的相关准备

一、企业该不该上市

二、企业应何时上市

三、企业应何地上市

四、企业上市前准备

(一) 企业上市前综合评估

(二) 企业的内部规范重组

(三) 选择并配合中介机构

(四) 应如何选择中介机构

第三节餐饮类公司ipo信息披露指引

一、发行人业务发展状况和经营业绩

二、发行人经营模式及持续发展能力

三、发行人食品安全卫生信息的披露

四、发行人主要管理制度及执行情况

五、发行人公司治理、商标商号情况

第四节餐饮企业ipo上市的规划实施

一、上市费用规划和团队组建

二、尽职调查及问题解决方案

三、改制重组需关注重点问题

四、企业上市辅导及注意事项

五、上市申报材料制作及要求

六、网上路演推介及询价发行

第五节餐饮企业ipo上市审核工作流程

一、企业ipo上市基本审核流程

二、企业ipo上市具体审核环节

三、与发行审核流程相关的事项

图表目录：

图表1中国餐饮业发展驱动因素构成图

图表2中国餐饮行业产业链

图表3餐饮业产业关联驱动图

图表42012-2018年中国主要农作物种植面积统计

图表52012-2018年中国主要农作物产量统计表

图表6中国政府相关部门餐饮行业政策一览表

图表72012-2018年中国国内生产总值及增长变化趋势图

图表82012-2018年国内生产总值构成及增长速度统计

图表92018年规模以上工业增加值及增长速度趋势图

图表102012-2018年中国全社会固定资产投资增长趋势图

图表112012-2018年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图

图表122018年中国主要消费品零售额及增长速度统计

图表132012-2018年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图

图表142012-2018年中国农村居民人均纯收入及增长趋势图

图表152018年中国居民消费价格月度变化趋势图

图表162012-2018年中国进出口总额增长趋势图

图表172012-2018年中国人口总量增长趋势图

图表182018年中国人口数量及其构成情况统计

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/371707.html>