

2014-2019年中国咖啡连锁 市场监测与投资方向研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2014-2019年中国咖啡连锁市场监测与投资方向研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/201404/103098.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

随着经济的不断发展，在都市钢筋混凝土的丛林里，生活质量越来越高，生活节奏越来越快的人们需要环境优雅的咖啡馆，喝咖啡的人越来越多了。随之而来的“咖啡文化”充斥着人们生活的每个时刻。无论在家里、还是在办公室、或是各种社交场所，人们都在品着咖啡：它逐渐与时尚、现代生活联系在一起，成为了时尚和潮流的代名词。咖啡馆成为人们商务、休闲乃至谈恋爱的好地方，咖啡逐渐发展为时尚生活的代名词，并且已成为许多人生活中不可或缺的饮料。无论是新鲜研磨咖啡豆，还是刚刚冲好的热咖啡，都散发出馥郁的香气，令人沉醉。作为西方生活方式的一部分，咖啡已正式进入中国人的家庭和生活：在中国很多城市咖啡馆伴随着咖啡文化的成长也如雨后春笋般破土而出，成为追求品质生活的人群新的消费时尚，装点着都市风情。

随着世界著名咖啡品牌相继进入中国大陆，抢占中国市场，中国咖啡业将面临更快的发展；同时，也预示着新的机遇的到来。目前，咖啡消费在中国城市里，平均每人每年的咖啡消费量是4杯，即使是在北京、上海这样的大城市，每人每年的消费量也仅有20杯。而在日本和英国，平均每人每天就要喝一杯咖啡。日本和英国都是世界著名的茶文化国家，目前已经发展成了巨大的中国咖啡市场。拥有强大茶文化的中国具有广阔的咖啡消费潜力，正在成为世界上最大的咖啡消费市场。据调查，在国内许多大中城市咖啡专业场所数量每年在以25%左右的速度增长。正因为中国咖啡市场处于起步阶段，中国咖啡消费增速惊人，这意味着一个巨大的机遇已经降临，意味着有更多的机会，更大的利润回报空间。

目前，咖啡酒吧业2012年的消费额为231.5亿元，占全国餐饮服务业消费额5000亿元的4.63%，发展速度比同业高出3.63个百分点。按这个速度，在未来的五年内，中国的咖啡酒吧服务业市场份额将达到500亿元。咖啡酒吧产业市场将呈现出巨大的发展潜力。全球各界的有识之士均看到了中国咖啡酒吧产业市场呈现出的巨大潜力，一些国际知名的咖啡连锁店纷纷落户中国。咖啡市场在中国的消费仍处于草木萌动的阶段。在国民经济持续发展，生活水平不断提高，人们消费观念、生活习惯的转变，以及文化思潮的多元化等趋势，“咖啡经济”确实还有无可限量的发展空间。这一点，从以下数据中我们可以得到进一步的说明。虽然整个中国的咖啡消费仍处于起步阶段，年消费量只在3万至4万吨之间，而且由低价咖啡豆占据主导地位，但中国咖啡消费的增速惊人，每年保持在10%-15%之间。

本咖啡连锁行业研究报告，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、中国行业研究网、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、提供的大量的内容详实、统计精确的资料和数据，立足于全球

咖啡连锁市场，从中国咖啡连锁业发展情况、中国咖啡连锁市场发展情况、中国咖啡连锁区域市场现状、咖啡连锁关联行业市场发展情况以及咖啡连锁优势企业发展情况进行研究，同时对咖啡连锁业未来发展趋势、发展策略、咖啡连锁营销和投资等多方面深入剖析，全面展现咖啡连锁行业状况，揭示咖啡连锁业市场潜在需求与潜在机会。本报告是咖啡连锁企业、经营咖啡连锁的相关企业和单位以及计划投资于咖啡连锁业的企业和投资者等准确了解目前中国咖啡连锁市场发展动态，把握咖啡连锁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

第一部分 行业发展现状

第一章 咖啡连锁行业概述 1

第一节 餐饮业的介绍 1

一、餐饮业的定义 1

二、餐饮业的分类 1

三、餐饮消费的六种类型 1

四、餐饮业的经济地位和作用 3

第二节 咖啡连锁业的概述 4

一、咖啡连锁的定义 4

二、咖啡连锁简单分类 4

三、咖啡连锁业的特点 4

四、咖啡连锁的经营形式 5

第三节 咖啡连锁的其他概念 6

一、咖啡的起源 6

二、我国咖啡连锁发展历程 10

三、现代咖啡连锁企业概述 11

四、咖啡连锁产业化的内涵 14

五、咖啡连锁业的发展规律 17

六、咖啡连锁的健康问题 17

第二章 2012-2013年国际咖啡连锁行业发展现状分析 19

第一节 2012-2013年国际咖啡连锁行业概况 19

一、国际咖啡连锁行业发展历程 19

二、国际连锁经营中各个环节所涉及的法律问题 20

三、国际咖啡连锁行业技术发展现状及趋势 28

第二节 2012-2013年国际咖啡连锁的发展状况	29
一、国际咖啡连锁开进机场分析	29
二、国际全天候咖啡厅成为新宠	29
三、肯德基与麦当劳的启迪	30
第三节 2012-2013年国际咖啡连锁的发展策略	34
一、国际咖啡连锁的制胜之道	34
二、国际咖啡连锁本土化发展	36
三、美式咖啡连锁的中国市场战略	36
第四节 2012年主要国家咖啡连锁行业发展借鉴	40
一、美国	40
二、英国和日本	44
第三章 2012-2013年中国咖啡连锁行业发展现状分析	45
第一节 2012-2013年中国咖啡连锁行业整体发展概况	45
一、2012-2013年餐饮业利润情况	45
二、餐饮业经营陷入困境	47
三、餐饮业服务水平和餐饮卫生质量	48
四、方便快捷的要求	48
第二节 我国咖啡连锁业市场发展的状况	48
一、我国咖啡连锁业起步和发展速度	48
二、我国咖啡连锁业经营主体	49
三、我国咖啡连锁业经营方式分析	50
第三节 2012-2013年我国咖啡连锁业市场发展分析	54
一、2008年奥运会对咖啡连锁业市场发展的影响	54
二、2012-2013年咖啡市场价格情况	55
三、2012-2013年咖啡连锁业成本问题分析	55
四、2012-2013年休闲咖啡连锁产业发展潜力分析	55
第四节 中国咖啡连锁业市场形势分析	56
一、到2015年中国咖啡连锁业的市场发展态势	56
二、咖啡连锁品牌以集群形式发展态势	57
三、联合采购中的保密问题	58
四、咖啡连锁的休闲化发展趋势	59
第五节 2012-2013年中国咖啡连锁行业市场消费者调查分析	61

一、消费者对国际咖啡连锁的偏好程度分析	61
二、消费者对国际咖啡连锁就餐形式的选择	66
三、消费者到国际咖啡连锁消费的周期	66
四、消费者中去国际咖啡连锁消费量	66
五、写字楼里的公司员工更换订餐公司的频繁程度	67
六、消费者对咖啡的需求变化	69
七、消费者最喜欢的咖啡连锁食品	69
八、消费者选择咖啡连锁的决定因素	69
第四章 我国咖啡连锁市场发展分析	71
第一节 咖啡连锁市标准化分析	71
一、咖啡连锁产业化、标准化情况	71
二、咖啡连锁标准化问题及其影响	71
三、咖啡连锁市场标准化发展策略	74
第二节 咖啡连锁市场发展状况	76
一、2012-2013年咖啡连锁市场发展情况	76
二、咖啡连锁发展的有利因素	76
三、咖啡连锁发展制约因素	77
四、咖啡连锁的全球化发展	77
第三节 咖啡连锁发展前景和机遇	79
一、咖啡连锁长期发展前景分析	79
二、2014-2019年咖啡连锁市场前景	80
三、咖啡连锁发展的新机遇	81
第五章 咖啡连锁深度调研	83
第一节 现状分析	83
一、咖啡连锁特色	83
二、咖啡连锁装修装饰风格	84
三、咖啡连锁经营及前期投入	85
四、咖啡连锁利润	86
第二节 现有咖啡连锁调研	88
一、咖啡连锁企业经营情况	88
二、咖啡连锁行业门店数	89
三、咖啡连锁行业营业面积	89

四、咖啡连锁行业从业人员	90
五、咖啡连锁行业餐位数	90
六、咖啡连锁行业商品购进总额	91
七、咖啡连锁行业统一配送商品购进额	91
八、咖啡连锁行业自有配送中心配送商品购进额	92
九、咖啡连锁行业非自有配送中心配送商品购进额	92
十、咖啡连锁行业营业收入	92
第六章 我国咖啡连锁行业区域市场分析	93
第一节 北京市	93
一、咖啡连锁行业现状	93
二、咖啡连锁市场格局	93
三、咖啡连锁消费者分析	95
第二节 上海市	95
一、咖啡连锁行业现状	95
二、咖啡连锁市场格局	96
三、咖啡连锁消费者分析	97
四、咖啡连锁行业发展趋势	98
第三节 广州市	99
一、咖啡连锁行业现状	99
二、咖啡连锁市场格局	99
三、咖啡连锁消费者分析	100
第四节 深圳市	100
一、咖啡连锁行业现状	100
二、咖啡连锁消费者分析	101
第五节 成都市	101
一、咖啡连锁行业现状	101
二、咖啡连锁消费者分析	102
第七章 2012-2013年咖啡连锁业的经营管理	103
第一节 咖啡连锁业经营管理概况	103
一、咖啡连锁经营自身模式建立的探索	103
二、咖啡连锁业的员工管理方案探析	103
三、咖啡连锁经营的关键准备	104

第二节 咖啡连锁业的选址模式剖析	105
一、咖啡连锁选址中应当考虑的因素	105
二、咖啡连锁选址应遵循的基本原则	106
三、咖啡连锁选址的模式及方法运用	107
第三节 咖啡连锁经营的商圈分析	109
一、商圈的一般性原则	109
二、餐饮业商圈的特殊性	109
三、肯德基商圈策略的借鉴	110
四、咖啡连锁企业扩张过程中商圈情况分析	111
五、商圈内咖啡连锁单店取得相对竞争优势策略	112
第四节 咖啡连锁业顾客关系管理研究	113
一、顾客关系管理概念	113
二、顾客消费行为特征及影响就餐的因素	113
三、顾客需求信息的管理	114
四、顾客关系管理的对策建议	116
第五节 咖啡连锁企业外卖服务模式案例分析	118
一、麦当劳麦乐送业务供应链流程解析	118
二、星巴克强化中国市场供应链	120
第八章 2012-2013年咖啡连锁信息化分析	122
第一节 咖啡连锁业的信息化的信息化	122
一、咖啡连锁企业实施信息化的原则	122
二、咖啡连锁企业信息化平台的选择	125
三、信息化对咖啡连锁企业的利益回报	128
四、影响咖啡连锁企业信息系统建设因素	130
五、咖啡连锁信息化管理的三大趋势	131
第二节 2012-2013年咖啡连锁信息化分析	133
一、咖啡连锁信息化的模式	133
二、咖啡连锁企业的信息化管理	136
三、咖啡连锁信息化建议	138
第三节 咖啡连锁企业信息技术的运用分析	140
一、咖啡连锁业信息化技术应用概述	140
二、信息网络技术对咖啡连锁业的必要性	141

三、信息网络提升中餐连锁企业的规模效益	141
四、信息技术应用于咖啡连锁业的策略	142
第四节 咖啡连锁信息化集团管理	142
一、集团管理系统的组成	142
二、集团连锁信息化的目标	143
三、远程查询子系统	143
四、连锁管理子系统	143
第二部分 行业竞争格局	
第九章 咖啡连锁行业竞争分析	145
第一节 咖啡连锁业竞争分析	145
一、中国咖啡连锁业竞争格局	145
二、2013年咖啡连锁企业竞争优势分析	145
三、咖啡连锁行业中国际竞争现状	145
四、2013年外企早餐市场竞争动态	146
第二节 2013年咖啡连锁竞争分析	148
一、2012年咖啡连锁市场竞争情况分析	148
二、2013年咖啡连锁市场竞争形势分析	150
第三节 2012-2013年中国咖啡连锁行业竞争分析及预测	150
一、2012-2013年集中度分析及预测	150
二、2012-2013年SWOT分析及预测	151
三、2012-2013年进入退出状况分析及预测	152
四、2012-2013年生命周期分析及预测	152
第十章 咖啡连锁企业竞争策略分析	153
第一节 咖啡连锁市场竞争策略分析	153
一、2013年咖啡连锁市场增长潜力分析	153
二、2013年咖啡连锁主要潜力品种分析	153
三、现有咖啡连锁竞争策略分析	161
四、典型企业品种竞争策略分析	161
第二节 咖啡连锁企业竞争策略分析	162
一、欧债危机对咖啡连锁行业竞争格局的影响	162
二、欧债危机后咖啡连锁行业竞争格局的变化	162
三、2014-2019年我国咖啡连锁市场竞争趋势	162

四、2014-2019年咖啡连锁行业竞争格局展望	163
五、2014-2019年咖啡连锁行业竞争策略分析	164
六、2014-2019年咖啡连锁企业竞争策略分析	164
第十一章 咖啡连锁重点企业竞争分析	170
第一节 米萝	170
一、企业概况	170
二、竞争优势分析	170
三、2014-2019年发展战略	171
第二节 名典	172
一、企业概况	172
二、2014-2019年发展战略	172
第三节 上岛	174
一、企业概况	174
二、2014-2019年发展战略	174
第四节 真锅	175
一、企业概况	175
二、2012-2013年经营状况	176
三、2014-2019年发展战略	181
第五节 两岸	182
一、企业概况	182
二、2014-2019年发展战略	183
第六节 西堤岛	183
一、企业概况	183
二、2012-2013年经营状况	186
第七节 星巴克	187
一、企业概况	187
二、竞争优势分析	188
三、2012-2013年经营状况	191
四、2014-2019年发展战略	192
第八节 老树	193
一、企业概况	193
二、竞争优势分析	194

三、2012-2013年经营状况	195
四、2014-2019年发展战略	196
第九节 塞纳左岸	197
一、企业概况	197
二、竞争优势分析	198
三、2012-2013年经营状况	200
第十节 迪欧	200
一、企业概况	200
二、竞争优势分析	203
三、2012-2013年经营状况	204
四、2014-2019年发展战略	204
第十一节 COSTACOFFEE	206
一、企业概况	206
二、2014-2019年发展战略	206
第十二章 咖啡连锁业发展趋势分析	207
第一节 我国咖啡连锁业的发展预测	207
一、2012年咖啡连锁业的发展走势	207
二、2013年咖啡连锁业消费发展预测	209
三、2013年咖啡连锁业的市场发展预测	210
四、2013年咖啡连锁业的机遇发展预测	211
五、2014-2019年中国咖啡连锁业发展预测	214
第二节 我国咖啡连锁行业发展趋势分析	214
一、我国咖啡连锁业发展的趋势及对策	214
二、2012年中国咖啡连锁行业发展趋势	216
三、2013年我国咖啡连锁行业市场规模预测	217
四、2014-2019年咖啡连锁食品行业发展趋势	219
第三节 2014-2019年咖啡连锁市场发展趋势分析	224
一、咖啡连锁国内咖啡连锁市场竞争趋势	224
二、咖啡连锁标准化发展趋势	226
三、咖啡连锁品牌化进程趋势	227
四、咖啡连锁特色化趋势	227
五、咖啡连锁多元化趋势	228

第三部分 行业前景预测

第十三章 咖啡连锁行业发展预测 229

第一节 2014-2019年咖啡连锁市场趋势分析 229

一、2012-2013年咖啡连锁市场趋势总结 229

二、2014-2019年咖啡连锁发展趋势分析 230

三、2014-2019年咖啡连锁市场发展空间 232

第二节 2014-2019年咖啡连锁市场预测 232

一、2014-2019年咖啡连锁市场结构预测 232

二、2014-2019年咖啡连锁市场需求前景 233

三、2014-2019年咖啡连锁行业集中度预测 234

第四部分 投资战略研究

第十四章 咖啡连锁行业投资现状分析 235

第一节 2012年咖啡连锁行业投资情况分析 235

一、2012年总体投资及结构 235

二、2012年投资规模情况 235

三、2012年投资增速情况 237

四、2012年分行业投资分析 239

五、2012年分地区投资分析 240

六、2012年外商投资情况 243

第二节 2013年5月咖啡连锁行业投资情况分析 244

一、2013年5月总体投资及结构 244

二、2013年5月份行业投资分析 245

三、2013年5月份地区投资分析 246

四、2013年5月外商投资情况 248

第十五章 咖啡连锁行业投资环境分析 249

第一节 经济发展环境分析 249

一、2012-2013年我国宏观经济运行情况 249

二、2014-2019年我国宏观经济形势分析 274

三、2014-2019年投资趋势及其影响预测 277

第二节 政策法规环境分析 278

一、2013年咖啡连锁行业政策环境 278

二、2013年行业产业政策对其影响 279

第三节 社会发展环境分析 281

一、国内社会环境发展现状 281

二、2013年社会环境发展分析 281

三、2014-2019年社会环境对行业的影响分析 281

第十六章 咖啡连锁行业投资机会与风险 283

第一节 咖啡连锁行业投资效益分析 283

一、2012-2013年咖啡连锁行业投资状况分析 283

二、2014-2019年咖啡连锁行业投资效益分析 284

三、2014-2019年咖啡连锁行业投资趋势预测 286

四、2014-2019年咖啡连锁行业的投资方向 287

五、2014-2019年咖啡连锁行业投资的建议 288

第二节 影响咖啡连锁行业发展的主要因素 289

一、2014-2019年影响咖啡连锁行业运行的有利因素分析 289

二、2014-2019年影响咖啡连锁行业运行的稳定因素分析 290

三、2014-2019年影响咖啡连锁行业运行的不利因素分析 292

四、2014-2019年我国咖啡连锁行业发展面临的挑战分析 293

五、2014-2019年我国咖啡连锁行业发展面临的机遇分析 293

第三节 咖啡连锁行业投资风险及控制策略分析 295

一、2014-2019年咖啡连锁行业经营风险及控制策略 295

二、2014-2019年咖啡连锁同业竞争风险及控制策略 296

三、2014-2019年咖啡连锁行业其他风险及控制策略 300

第十七章 咖啡连锁行业投资战略研究 307

第一节 咖啡连锁行业发展战略研究 307

一、战略综合规划 307

二、区域战略规划 308

三、产业战略规划 309

四、营销品牌战略 310

第二节 中研对咖啡连锁品牌的战略思考 311

一、企业品牌的重要性 311

二、咖啡连锁实施品牌战略的意义 312

三、咖啡连锁企业品牌的现状分析 315

四、咖啡连锁企业的品牌战略 316

五、咖啡连锁品牌战略管理的策略	317
第三节 咖啡连锁行业投资战略研究	319
一、2013年咖啡连锁行业投资战略	319
二、2014-2019年咖啡连锁行业投资战略	326
三、2014-2019年细分行业投资战略	328
第十八章 咖啡连锁业发展策略分析	329
第一节 咖啡连锁行业发展策略	329
一、市场定位和本质特征的坚持策略	329
二、连锁扩张策略分析	330
三、特许连锁同直营连锁共同发展策略分析	334
四、人才策略分析	336
第二节 咖啡连锁行业中小企业发展战略	339
一、企业的战略规划	339
二、市场竞争策略	342
三、战略实施程度	347
第三节 咖啡连锁发展策略	349
一、连锁经营策略	349
二、促销策略	350
三、咖啡连锁企业发展壮大策略	351
第十九章 2014-2019年中国咖啡厅选址策略研究	353
第一节 商圈调查	353
一、商圈调查	353
二、确定客户群	354
三、同行业竞争分析	355
第二节 店面选择	356
一、地段评估	356
二、寻租店面要点	359
三、选址案例	360
第三节 签订租赁合同	361
一、租赁合同的主要内容	361
二、签订租赁合同注意事项	363
三、和业主合作的方式	365

第二十章 2014-2019年中国咖啡厅筹备策略研究 366

第一节 咖啡厅规划 366

一、营业额计划 366

二、商品计划 366

三、采购计划 366

四、促销计划 367

五、人员计划 367

六、经费计划 367

七、财务计划 367

第二节 咖啡厅设计 368

一、咖啡厅整体设计风格 368

二、门面与招牌设计 369

三、装修与装饰 371

四、色彩设计 373

第三节 证照办理 374

一、如何办理证照 374

二、咖啡厅要办理的几个证照 380

图表目录

图表：2011年我国咖啡连锁经营门店数量 49

图表：2012年我国咖啡连锁经营门店数量 49

图表：消费者认为每瓶咖啡产品最适合的价格 61

图表：男性消费者认为每瓶咖啡最合适的价格 61

图表：女性消费者认为每瓶咖啡最合适的价格 62

图表：不同性别消费者认为每瓶咖啡最合适的价格 62

图表：月收入1001-2000元消费者认为每瓶咖啡最合适的价格 63

图表：月收入2001-3000元消费者认为每瓶咖啡合适价格 63

图表：月收入3001-4000元消费者认为每瓶咖啡合适价格 64

图表：不同月收入消费者认为每瓶咖啡最合适的价格 64

图表：21-25岁消费者认为每瓶咖啡最合适的价格 64

图表：26-30岁消费者认为每瓶咖啡最合适的价格 65

图表：31-35岁消费者认为每瓶咖啡最合适的价格 65

图表：不同年龄消费者认为每瓶咖啡最适合的价格 65

图表：2013年1-5月北京写字楼上班人群每周更换订餐点频率 67

图表：2013年1-5月上海写字楼上班人群每周更换订餐点频率 67

图表：2013年1-5月深圳写字楼上班人群每周更换订餐点频率 68

图表：2013年1-5月广州写字楼上班人群每周更换订餐点频率 68

图表：2013年1-5月杭州写字楼上班人群每周更换订餐点频率 68

图表：2013年1-5月成都写字楼上班人群每周更换订餐点频率 69

图表：2011年我国咖啡连锁企业营业面积 89

图表：2012年我国咖啡连锁企业营业面积 89

图表：2010-2012年我国咖啡连锁企业从业人员数量 90

图表：2010-2012年我国咖啡连锁企业餐厅餐位数 90

图表：2010-2012年我国咖啡连锁行业商品购进总额 91

图表：2010-2012年我国咖啡连锁行业统一配送商品购进额 91

图表：2010-2012年我国咖啡连锁行业自有配送中心配送商品购进额 92

图表：2010-2012年我国咖啡连锁行业非自有配送中心配送商品购进额 92

图表：2011年北京咖啡行业消费量 95

图表：2012年北京咖啡行业消费量 95

图表：2011年上海咖啡行业消费量 97

图表：2012年上海咖啡行业消费量 98

图表：2011年广州咖啡行业消费量 100

图表：2012年广州咖啡行业消费量 100

图表：2011年深圳咖啡行业消费量 101

图表：2012年深圳咖啡行业消费量 101

图表：2011年成都咖啡行业消费量 102

图表：2012年成都咖啡行业消费量 102

图表：2013年我国咖啡连锁经营门店数量预测 164

图表：2008-2012年我国咖啡消费量及增长率 209

图表：2014-2019年星巴克在我国的店数增长预测 218

图表：2008-2012年中国咖啡馆家数及增长 237

图表：2008-2012年中国咖啡馆家数及增长 238

图表：2008-2012年中国茶馆和咖啡馆市场总值及增长率 239

图表：2006-2012年中国国内生产总值（GDP）总体走势 249

图表：2006-2012年中国国内生产总值季度分析（1） 249

图表：2006-2012年中国国内生产总值季度分析（2） 249

图表：2006-2012年中国国内生产总值季度分析（3） 250

图表：2006-2012年中国国内生产总值季度分析（4） 250

图表：2006-2012年中国国内生产总值季度分析（5） 250

图表：2006-2012年中国国内生产总值季度分析（6） 250

图表：2006-2012年中国国内生产总值季度分析（7） 250

图表：2006-2012年中国国内生产总值季度分析（8） 251

图表：2006-2012年中国国内生产总值季度分析（9） 251

图表：经济增长处于复苏期的调整阶段 253

图表：2012年一季度GDP同比增速大幅下滑 253

图表：2012年一季度GDP环比增速继续下滑 254

图表：2012年上半年消费增速不断下滑 255

图表：2012年上半年固定资产投资增速持续下滑 255

图表：2012年上半年出口增速底部徘徊 256

图表：2012年工业增速大幅下滑 257

图表：2012年6月汇丰PMI创新低反映中小企业经营状况恶化 257

图表：2012年7月形成CPI低点概率大 258

图表：2012年上半年CPI涨幅总体趋向回落 259

图表：2003-2011年全社会固定资产投资情况 260

图表：2008-2012年中国居民消费价格指数（CPI）总体走势 265

图表：2011-2012年全国、城市、农村月CPI（1） 265

图表：2011-2012年全国、城市、农村月CPI（2） 265

图表：2011-2012年全国、城市、农村月CPI（3） 265

图表：2011-2012年全国、城市、农村月CPI（4） 265

图表：2011-2012年全国、城市、农村月CPI（5） 266

图表：2011-2012年全国、城市、农村月CPI（6） 266

图表：2011-2012年全国、城市、农村月CPI（7） 266

图表：2011-2012年全国、城市、农村月CPI（8） 266

图表：2011年城乡居民人均收入平均数与中位数比较情况 269

图表：2011年农村居民人均纯收入构成 269

图表：2011年城镇居民人均总收入构成 269

图表：历年城乡居民人均收入及人均国内生产总值实际增长率 270

图表：历年城乡居民收入差距 270

图表：2008-2012年中国社会消费品零售总额总体走势 270

图表：2011-2012年中国社会消费品零售总额分析（1） 271

图表：2011-2012年中国社会消费品零售总额分析（2） 271

图表：2011-2012年中国社会消费品零售总额分析（3） 271

图表：2011-2012年中国社会消费品零售总额分析（4） 271

图表：2011-2012年中国社会消费品零售总额分析（5） 271

图表：2011-2012年中国社会消费品零售总额分析（6） 271

图表：2011-2012年中国社会消费品零售总额分析（7） 272

图表：2008-2012年中国中国海关进出口增减总体走势 272

图表：2011-2012年中国中国海关进出口增减（1） 272

图表：2011-2012年中国中国海关进出口增减（2） 272

图表：2011-2012年中国中国海关进出口增减（3） 273

图表：2011-2012年中国中国海关进出口增减（4） 273

图表：2011-2012年中国中国海关进出口增减（5） 273

图表：2011-2012年中国中国海关进出口增减（6） 273

图表：2011-2012年中国中国海关进出口增减（7） 273

图表：2011-2012年中国中国海关进出口增减（8） 274

图表：全国进出口简要情况表 274

图表：全球主要咖啡期货合约一览 286

图表：全球十大咖啡出产国 287

图表：我国咖啡市场竞争风险 296

图表：2008-2012年迪欧咖啡连锁店数及增长率 320

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201404/103098.html>