

中国烧烤行业现状深度研究与投资前景分析报告 (2023-2030年)

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国烧烤行业现状深度研究与投资前景分析报告（2023-2030年）》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：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202305/634090.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

一、烧烤行业概述及分类

烧烤作为历史较为悠久的餐饮品类，在我国拥有人数众多的拥趸者。依据不同的烤制方式，烧烤主要分为烤串和烤肉两大产品形态。

烤串指将食材切成块状，穿在竹签或铁签上，再经由炭火或燃气炉烤制而成的产品形态。常见的烤串有羊肉串、鸡肉串、牛肉串、烤茄子、烤玉米等种类。由于地域的不同，烤串在食材、分量、调味和吃法上存在显著的差异，也衍生出了不同的派系。其拥有东北烧烤、西南烧烤、东南烧烤、西北烧烤等主流派系，并且在每一个主流派系之下，还分化出了不同的细分派系，如川派烧烤、新疆烧烤、锦州烧烤、湛江烧烤、淄博烧烤等。

而烤肉则是指将整块腌制或调味后的肉类放置在炭火或电炉上慢慢烤制而成的产品形态。依据不同的地域流派，烤肉主要分为中式烤肉、韩式烤肉、日式烤肉以及融合烤肉。其中，中式烤肉的细分流派较多，包括北京炙子烤肉、内蒙烤肉、湘派烤肉等。种类繁多的烧烤细分派系呈现出了各具特色的口感和味道，极大地丰富了我国烧烤品类的产品库，给消费者带来了多样化的消费体验。

资料来源：红餐大数据、观研天下整理

二、疫情下烧烤业表现更具韧性，2023年必将迎来新一轮上涨

近年来，烧烤业作为餐饮业的重要组成部分，一直保持强劲的发展势头。在人均消费支出和消费频次的双向推动下，过去八年我国烧烤市场增速CAGR为11%，即使在疫情打击严重的2020年，烧烤市场仍保持正增（其它餐饮品类降幅在20%-30%），高于行业整体。

分年份来看，2018年，我国烧烤业在消费升级的推动下，正式迈入以高质量发展为主要方向的新时代；2019年，新冠疫情爆发，行业规模出现大幅下降，但随着党中央高效统筹防控和经济社会发展的决策部署下，行业企业积极自救互救，成为近年来餐饮业态中利润最高、增长最快的品类。美团数据显示，2021年烧烤订单量大幅回暖，总线上消费同比增长48.3%，外卖年同比涨幅35.79%，到店消费增幅尤为明显，同比涨幅73.6%。2021年烧烤行业市场规模达2149亿元，基本恢复至疫情前水平。

资料来源：美团、观研天下整理

2022年奥密克戎变株来势汹汹。国内疫情散点频发，人们的活动范围出现不同程度的收缩，社交频次也有所减少，在此背景下，人们更加热爱烟火气，对美好生活的追求体现在烧烤这一烟火气十足的餐饮品类上。2022年烧烤市场规模突破了2200亿元，依然是我国餐饮消费市场的中坚力量。

2022年12月7日，国务院联防联控机制相继出台“二十条”、“新十条”措施，进一步优化调整疫情防控工作。2023年，在我国国民整体消费复苏的大背景下，烧烤火爆开局，随着优化

疫情防控措施的进一步落实以及扩大内需战略的深入实施、经济逐步复苏，消费需求将继续释放，预计2023年的烧烤市场规模势必会有一波上涨。此外，参考历史增速，按照未来4年11%的市场增速，2026年我国烧烤市场规模将会将近4000亿元。

资料来源：红餐大数据、观研天下整理

二、供应链集中度低，竞争格局尚未成型

烧烤企业在供应链上的管理能力对其拓店、产品创新和盈利能力起到决定性作用。目前我国烧烤上游主食材羊肉供应链尚不成熟，同时，市场烧烤烤串供应商多为定位中低端的中小加工厂，缺乏供应高品质的各类烤串食材的成熟供应链企业，竞争格局较为分散。此外，烧烤核心“穿串”环节目前也无法完全使用机器替代人工，标准化程度低，这也是烧烤供应链发展的一大挑战。

1、上游主食材羊肉、牛肉供应链尚不成熟

羊肉方面，长期以来，我国肉羊主要以散养户为主，绝大多数农户肉羊饲养规模在100只以下，且无法从源头上保证肉羊加工企业的原料品种优良、品质优秀、经济性状好等要求，造成生产销售中数量、质量无法控制，难以形成规模化供应。同时，产业链涉及环节较多，利益主体复杂，除养殖户和消费者，还包括饲料企业、活羊贩运商、屠宰加工企业、批发商和零售商等，并且生产、加工、销售各环节连接不紧密，尚未形成“利益共享、风险共担”的产业化机制，同样难以形成规模性供应。另外，标准化的产品及服务体系的欠缺亦不利于品质把控。数据显示，当前我国肉羊产量增长速度不能完全满足需求的增长，2012年我国羊肉产量为 404.5 万吨，需求量为 416.4 万吨，供需缺口为 11.9 万吨；至2022年供需缺口扩大至 35.6万吨。

资料来源：观研天下整理

牛肉方面，由于缺乏高档肉牛优良品种和有效饲养技术、肉牛产业化程度较低、国产牛肉加工企业之间未形成统一的行业执行规范、分销过程复杂混乱等因素影响，当前我国肉牛业链条松散，所提供牛肉品质达不到消费者需求，因此我国高端牛肉主要依赖进口。日本掌握全球绝大多数的优质和牛，但由于我国对日本牛肉在2019年底前一直处于禁运状态，再加上和牛价格的高企，令即使在盛产和牛且消费能力更强的日本，以和牛为主要食材的高端烤肉只能是小众市场。因此我国大部分高端牛肉的消费主要通过从澳大利亚、新西兰、阿根廷等国家进口来满足。其中，澳大利亚是主要和牛进口国家，在我国进口和牛贸易中占有83%的市场份额。从牛肉进口总量来看，尽管2022年国内市场面临消费长期萎靡、人民币贬值等诸多不利因素，中国大陆牛肉进口量依然维持强劲增长态势，累计进口牛肉269万吨，赶超2021年全年进口总量（233万吨），同比增幅达15%，我国对高端牛肉的进口需求量持续旺盛。

资料来源：观研天下整理

2、缺乏供应高品质的各类烤串食材的成熟供应链企业

与其他餐饮品类相比，烧烤所需食材种类繁多且细分，水产品、猪肉、牛肉等不同食材通常需要不同的供应商。对供应商而言，下游对接火锅店等多类餐饮门店，烧烤店目前无绝对头部企业，多为分散小客户；且烧烤供应链中需要经过切块和穿串环节。即使在中央工厂，“穿串”环节目前也无法完全使用机器替代人工，标准化程度低。机器穿串采用模具切块，受模具限制损耗较大，且肉块规整较大，影响口感；而手工穿串损耗小，但是人工成本较高。对于品质要求较高的工厂目前只能采用人工方式穿串，穿串环节难以实现规模效应，食材供应商缺乏将食材串好售卖给烧烤店的动力。此外，由于烧烤行业本身的产品差异化空间较小，食材的品质和腌制、烤制秘方是产品差异化的主要抓手，当前很多品牌选择自行腌制，在此背景之下，供应商在烤串食材腌制环节的参与程度不高。烤串食材供应商仅承担着提供食材的角色，盈利空间相对有限，烤串供应商缺乏规模化发展的动力。目前市场烧烤烤串供应商多为定位中低端的中小加工厂，缺乏供应高品质的各类烤串食材的成熟供应链企业。综上所述，在烧烤的供应链体系中，烤串品牌与上游食材供应链之间难以找到较好的合作利益点，导致二者耦合度不高，限制了品类的品牌化、规模化发展。

资料来源：观研天下整理

观研天下分析师观点：目前来看，供应链在带来巨大挑战的同时也带来巨大机会。越来越多的新锐品牌有助于反向倒逼供应链的升级转型，这符合餐饮行业整体的发展规律，例如火锅行业依托海底捞，把供应链带动起来，有了蜀海；以杨国福为代表的麻辣烫企业，则逐渐完善了麻辣烫行业的供应链；烧烤行业也是同理，当头部品牌体量足够大的时候，品牌或第三方才有动力建设中央厨房，打造成成熟而完善的供应链体系。当前烧烤行业聚焦到某个单品的供应链企业越来越多，例如有的工厂，只提供烤串所需要的鱼豆腐，有的工厂只提供羊肉串等等；有的则只提供无烟设备，其余不涉及。预计未来行业供应链将会更加成熟，与此同时，烧烤行业标准化程度也将迎来巨大提升。

四、烧烤业态呈连锁化、细分化趋势

在消费者消费需求多样化及消费升级的背景下，烧烤市场逐渐向连锁化、细分化发展，连锁化和细分化具有很强的集聚性和优势性，未来必将成为烧烤行业发展的大趋势。

1、连锁化程度不断加深

近年来我国烧烤业连锁化程度不断加深，一方面，我国烧烤业供应链环节逐步完善，在为品牌提供更标准、更安全、更优化的产品同时，也推动整个烧烤行业连锁化扩张；另一方面，80/90/00后作为目前烧烤消费“主力军”，对消费的要求越来越严苛，同时也越来越理性，越来越注重品牌效应，消费者观念的转变促使过去粗放低廉的烧烤摊逐渐被连锁品牌所取代。数据显示，我国烧烤品牌的连锁化率正在以每年20%的速度提升，2021年行业连锁化率达

到14.2%，同比提升3.9%。

观研天下分析师观点：总的来看，烧烤行业发展的核心就在于成熟的供应链，优质高效的供应链能够帮助烧烤门店实现品牌化、连锁化的发展，也是帮助烧烤店降本增效的关键。此外，随着烧烤连锁化率的提升，越来越多的烧烤店将更注重品牌调性，打造更强有力的连锁品牌，烧烤品牌化趋势也是发展重要方向之一。

2、细分化趋势更加明显

由于烧烤行业竞争加剧，行业同质化现象严重，有选择性地在一款产品上发力，更容易形成品牌记忆点，因此烧烤业的细分化趋势更加明显。一批主打某一单品或者更聚焦的烧烤品牌脱颖而出，例如：野火烧烤、管式翅吧聚焦鸡翅、蚝之味聚焦生蚝、北京的眼镜望京小腰聚焦猪腰、重庆的九村烤脑花主打川渝特色脑花、阿拉提聚焦羊肉串等。

每个品类细分的背后，都是烧烤品牌对定位和产品的雕琢。由于烧烤行业标准化程度高，对厨师依赖程度低，产品差异化很大程度来自食材，烧烤企业突出主打食材和品牌名称强相关，一方面可以降低消费者的消费决策成本，想吃羊肉串、烤鸡生蚝都有对应的品牌可选；另一方面，还可以增进该主打品的销量，单品销量的增加益于供应链的建设，供应链规模效率提升，能促进烧烤主打品更优性价比的形成。烤串类品牌对不同的食材做了大串和小串的区分，给消费者更好的体验，比如羊肉串中的红柳大串，给人大块推串的酣畅感和实惠感；猪腰子中的小腰是将腰子切成小块，然后再将猪肥油切成片状，将小腰包裹住，这样不仅保证了腰子的味道，也直接降低了单串小腰的价格，迎合了消费者的接受度。

观研天下分析师观点：未来烧烤行业向高质量发展，除了供应链问题外，经营也是需要关注的重点，目前大多数烧烤品牌的创始人大都是烧烤师傅出身或者曾经在烧烤店打工的人，他们大多不具有专业化的经营能力，无论在品牌建设初期还是门店运营上，其思维的宽度和维度都有很大的局限性，因此企业想要在竞争激烈的市场中立足，还需要一个专业的队伍。（LZC）

注：上述信息仅供参考，具体内容以报告正文为准。

观研报告网发布的《中国烧烤行业现状深度研究与投资前景分析报告（2023-2030年）》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，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。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【目录大纲】

第一章 2019-2023年中国烧烤行业发展概述

第一节 烧烤行业发展情况概述

- 一、烧烤行业相关定义
- 二、烧烤特点分析
- 三、烧烤行业基本情况介绍
- 四、烧烤行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售/服务模式
- 五、烧烤行业需求主体分析

第二节 中国烧烤行业生命周期分析

- 一、烧烤行业生命周期理论概述
- 二、烧烤行业所属的生命周期分析

第三节 烧烤行业经济指标分析

- 一、烧烤行业的赢利性分析
- 二、烧烤行业的经济周期分析
- 三、烧烤行业附加值的提升空间分析

第二章 2019-2023年全球烧烤行业市场发展现状分析

第一节全球烧烤行业发展历程回顾

第二节全球烧烤行业市场规模与区域分布情况

第三节亚洲烧烤行业地区市场分析

一、亚洲烧烤行业市场现状分析

二、亚洲烧烤行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲烧烤行业市场前景分析

第四节北美烧烤行业地区市场分析

一、北美烧烤行业市场现状分析

二、北美烧烤行业市场规模与市场需求分析

三、北美烧烤行业市场前景分析

第五节欧洲烧烤行业地区市场分析

一、欧洲烧烤行业市场现状分析

二、欧洲烧烤行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲烧烤行业市场前景分析

第六节 2023-2030年世界烧烤行业分布走势预测

第七节 2023-2030年全球烧烤行业市场规模预测

第三章 中国烧烤行业产业发展环境分析

第一节我国宏观经济环境分析

第二节我国宏观经济环境对烧烤行业的影响分析

第三节中国烧烤行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

三、主要行业标准

第四节政策环境对烧烤行业的影响分析

第五节中国烧烤行业产业社会环境分析

第四章 中国烧烤行业运行情况

第一节中国烧烤行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节中国烧烤行业市场规模分析

一、影响中国烧烤行业市场规模的因素

二、中国烧烤行业市场规模

三、中国烧烤行业市场规模解析

第三节中国烧烤行业供应情况分析

一、中国烧烤行业供应规模

二、中国烧烤行业供应特点

第四节中国烧烤行业需求情况分析

一、中国烧烤行业需求规模

二、中国烧烤行业需求特点

第五节中国烧烤行业供需平衡分析

第五章 中国烧烤行业产业链和细分市场分析

第一节中国烧烤行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、烧烤行业产业链图解

第二节中国烧烤行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对烧烤行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对烧烤行业的影响分析

第三节我国烧烤行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2019-2023年中国烧烤行业市场竞争分析

第一节中国烧烤行业竞争现状分析

一、中国烧烤行业竞争格局分析

二、中国烧烤行业主要品牌分析

第二节中国烧烤行业集中度分析

一、中国烧烤行业市场集中度影响因素分析

二、中国烧烤行业市场集中度分析

第三节中国烧烤行业竞争特征分析

一、企业区域分布特征

二、企业规模分布特征

三、企业所有制分布特征

第七章 2019-2023年中国烧烤行业模型分析

第一节中国烧烤行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、波特五力模型原理
- 二、供应商议价能力
- 三、购买者议价能力
- 四、新进入者威胁
- 五、替代品威胁
- 六、同业竞争程度
- 七、波特五力模型分析结论

第二节中国烧烤行业SWOT分析

- 一、SOWT模型概述
- 二、行业优势分析
- 三、行业劣势
- 四、行业机会
- 五、行业威胁
- 六、中国烧烤行业SWOT分析结论

第三节中国烧烤行业竞争环境分析（PEST）

- 一、PEST模型概述
- 二、政策因素
- 三、经济因素
- 四、社会因素
- 五、技术因素
- 六、PEST模型分析结论

第八章 2019-2023年中国烧烤行业需求特点与动态分析

第一节中国烧烤行业市场动态情况

第二节中国烧烤行业消费市场特点分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

第三节烧烤行业成本结构分析

第四节烧烤行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节中国烧烤行业价格现状分析

第六节中国烧烤行业平均价格走势预测

一、中国烧烤行业平均价格趋势分析

二、中国烧烤行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国烧烤行业所属行业运行数据监测

第一节中国烧烤行业所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节中国烧烤行业所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节中国烧烤行业所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十章 2019-2023年中国烧烤行业区域市场现状分析

第一节中国烧烤行业区域市场规模分析

一、影响烧烤行业区域市场分布的因素

二、中国烧烤行业区域市场分布

第二节中国华东地区烧烤行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区烧烤行业市场分析

(1) 华东地区烧烤行业市场规模

(2) 华南地区烧烤行业市场现状

(3) 华东地区烧烤行业市场规模预测

第三节华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区烧烤行业市场分析

(1) 华中地区烧烤行业市场规模

(2) 华中地区烧烤行业市场现状

(3) 华中地区烧烤行业市场规模预测

第四节华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区烧烤行业市场分析

(1) 华南地区烧烤行业市场规模

(2) 华南地区烧烤行业市场现状

(3) 华南地区烧烤行业市场规模预测

第五节华北地区烧烤行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区烧烤行业市场分析

(1) 华北地区烧烤行业市场规模

(2) 华北地区烧烤行业市场现状

(3) 华北地区烧烤行业市场规模预测

第六节东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区烧烤行业市场分析

(1) 东北地区烧烤行业市场规模

(2) 东北地区烧烤行业市场现状

(3) 东北地区烧烤行业市场规模预测

第七节西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区烧烤行业市场分析

(1) 西南地区烧烤行业市场规模

(2) 西南地区烧烤行业市场现状

(3) 西南地区烧烤行业市场规模预测

第八节西北地区市场分析

- 一、西北地区概述
- 二、西北地区经济环境分析
- 三、西北地区烧烤行业市场分析
 - (1) 西北地区烧烤行业市场规模
 - (2) 西北地区烧烤行业市场现状
 - (3) 西北地区烧烤行业市场规模预测

第十一章 烧烤行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析
 - 3、企业偿债能力分析
 - 4、企业运营能力分析
 - 5、企业成长能力分析
- 四、公司优势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第三节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第四节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第五节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析
- 第六节 企业
 - 一、企业概况
 - 二、主营产品
 - 三、运营情况
 - 四、公司优势分析
- 第七节 企业
 - 一、企业概况
 - 二、主营产品
 - 三、运营情况
 - 四、公司优势分析
- 第八节 企业
 - 一、企业概况
 - 二、主营产品
 - 三、运营情况
 - 四、公司优势分析
- 第九节 企业
 - 一、企业概况
 - 二、主营产品
 - 三、运营情况
 - 四、公司优势分析
- 第十节 企业
 - 一、企业概况
 - 二、主营产品
 - 三、运营情况
 - 四、公司优势分析

第十二章 2023-2030年中国烧烤行业发展前景分析与预测

第一节 中国烧烤行业未来发展前景分析

- 一、烧烤行业国内投资环境分析
- 二、中国烧烤行业市场机会分析
- 三、中国烧烤行业投资增速预测

第二节中国烧烤行业未来发展趋势预测

第三节中国烧烤行业规模发展预测

- 一、中国烧烤行业市场规模预测
- 二、中国烧烤行业市场规模增速预测
- 三、中国烧烤行业产值规模预测
- 四、中国烧烤行业产值增速预测
- 五、中国烧烤行业供需情况预测

第四节中国烧烤行业盈利走势预测

第十三章 2023-2030年中国烧烤行业进入壁垒与投资风险分析

第一节中国烧烤行业进入壁垒分析

- 一、烧烤行业资金壁垒分析
- 二、烧烤行业技术壁垒分析
- 三、烧烤行业人才壁垒分析
- 四、烧烤行业品牌壁垒分析
- 五、烧烤行业其他壁垒分析

第二节烧烤行业风险分析

- 一、烧烤行业宏观环境风险
- 二、烧烤行业技术风险
- 三、烧烤行业竞争风险
- 四、烧烤行业其他风险

第三节中国烧烤行业存在的问题

第四节中国烧烤行业解决问题的策略分析

第十四章 2023-2030年中国烧烤行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国烧烤行业研究综述

- 一、行业投资价值
- 二、行业风险评估

第二节中国烧烤行业进入策略分析

- 一、行业目标客户群体
- 二、细分市场选择
- 三、区域市场的选择

第三节 烧烤行业营销策略分析

- 一、烧烤行业产品策略
- 二、烧烤行业定价策略

三、烧烤行业渠道策略

四、烧烤行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202305/634090.html>