



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2012年饭店行业竞争格局 与投资战略研究咨询报告

一、调研说明

《2009-2012年饭店行业竞争格局与投资战略研究咨询报告》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/134830.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

2009年上半年，中国饭店业经受了自非典以来最严峻的考验。当业界和消费者对金融危机已逐渐适应时，突如其来的甲型H1N1流感使人们再次陷于恐慌之中。金融危机影响人们的消费能力，对饭店中长期投资行为也造成影响；公共卫生危机对人们的心理形成威慑，也使得政府收紧入境签证。两大危机最终都降低了人们的旅游消费意愿和消费信心，抑制人们的旅游消费行为。两大危机对入境旅游的影响要大于国内旅游，对饭店企业的外需影响大于内需，而这将直接影响不同类型饭店的经营业绩。2009年2季度全国旅游星级饭店经营数据显示，与上年同期相比，2季度各项经营指标均为下降，其中营业收入下降13%，利润下降幅度最大，达到了53.07%。数据表明，金融危机、甲型流感对饭店业的影响依然严重。2009年2季度，纳入监测的413家星级饭店，平均每家星级饭店实现营业收入1101.48万元、同比下降12.99%。其中：五星级饭店3322.98万元、下降18.06%；四星级饭店1285.81万元、下降5.64%；三星级饭店404.81万元、下降2.61%；二星级饭店172.59万元、下降0.63%；一星级饭店58.01万元、下降7.22%。东部地区每家饭店营业收入1343.14万元、下降17.25%；中部地区732.88万元、下降2.95%；西部地区741.09万元、增长3.61%。平均每家星级饭店实现利润73.11万元、同比下降53.07%。其中五星级饭店386.21万元、下降46.99%；四星级饭店 - 32.74万元、下降178.44%；三星级饭店12.77万元、增长3.89%；二星级饭店3.44万元；一星级饭店2.16万元、增长27.82%。其中：东部地区365.03万元、下降52.34%；中部地区69.64万元、增长3.19%；西部地区 - 1.73万元、下降107.66%。

2009年，中国饭店产业在运行过程中出现了区域性、阶段性、结构性过剩问题。在一线门户城市，高星级饭店一定程度上已处于基本饱和的状态，但在大量的二三线城市，随着城市本身发展和农村城市化，这些地区市场广阔，机会众多。因此，虽然受金融危机的影响，部分饭店投资项目搁浅或步伐放缓或新店开业时间延后，但并未能阻挡饭店投资的步伐，反而激发了饭店投资的冲动。从投资主体上看，国内有实力的地产商仍然在大举进入酒店地产，其投资动机具有多重性：经济低迷时期投资成本最低，存在大量具有投资潜力的区域；借助高档酒店提升区域形象，提升商业地产或旅游地产的价值；受地方政府优惠政策吸引的非理性投资。国际品牌酒店管理公司，出于全球布局和资本市场业绩考虑，视中国市场为救命稻草，多数公司都制定了加速进入中国市场的战略，他们在很大程度上对中国饭店投资起到了推波助澜的作用。本土品牌的酒店管理公司紧抓机遇，投资步伐加快，力争从区域性饭店集团向全国性饭店集团转变。经济型酒店品牌也抓住时机进行升级换代，并寻求全国更大范围内的扩张。

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、国家旅游局、国家发改委、国务院发展研究中心、中国饭店业协会、中国烹饪协会、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，立足于全国饭店行业发展概况，从国外饭店的行业概况、发展方向，到我国饭店行业的发展策略、饭店行业的竞争格局、饭店行业未来发展趋势等多方面进行了深度剖析。本报告内容丰富、数据详细，在撰写的过程中，运用了大量的图、表，分析深入、透彻，且有独到的见解，是饭店企业、策划机构、运营管理公司及相关企业和单位、计划投资于饭店行业的企业等准确了解目前中国饭店行业市场发展动态，把握饭店行业发展趋势，制定市场策略的必备的精品。

目录

CONTENTS

第一部分 行业发展现状

第一章 饭店行业发展概述

第一节 饭店的定义及分类

一、饭店的定义

二、饭店的分类

三、饭店的特性

第二节 饭店产业链分析

一、市场特点

二、行业经济特性

三、产业链结构分析

第三节 饭店行业发展成熟度分析

一、行业发展周期分析

二、行业中外市场成熟度对比

三、行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 全球饭店市场发展分析

第一节 2008年全球饭店市场分析

一、2008年全球饭店市场回顾

二、2008年全球饭店市场环境

三、2008年全球饭店需求分析

四、2008年全球饭店市场规模

第二节 2009年全球饭店市场分析

- 一、2009年全球饭店需求分析
- 二、2009年全球饭店市场规模
- 三、2009年全球饭店品牌分析
- 四、2009年中外饭店市场对比

第三节 主要国家地区饭店市场分析

- 一、2008-2009年美国饭店市场分析
- 二、2008-2009年欧洲饭店市场分析
- 三、2008-2009年日本饭店市场分析
- 四、2008-2009年韩国饭店市场分析
- 五、2008-2009年其他国家饭店市场

第三章 我国饭店行业发展现状

第一节 我国饭店行业发展现状

- 一、饭店行业品牌发展现状
- 二、饭店行业消费市场现状
- 三、饭店市场消费层次分析
- 四、我国饭店市场走向分析

第二节 2007-2009年饭店业发展情况分析

- 一、2007年饭店行业发展情况分析
- 二、2008年饭店行业发展情况分析
- 三、2009年饭店行业发展特点分析
- 四、2009年上半年饭店行业发展情况

第四章 我国饭店市场发展研究

第一节 2008年我国饭店市场发展研究

- 一、2008年1季度我国饭店市场研究
- 二、2008年2季度我国饭店市场研究
- 三、2008年3季度我国饭店市场研究
- 四、2008年4季度我国饭店市场研究

第二节 2009年我国饭店市场情况

- 一、2009年上半年我国饭店市场需求情况

- 二、2009年上半年我国饭店市场价格情况
- 三、2009年上半年重点城市饭店市场分析
- 四、2009年上半年我国饭店市场发展情况
- 第三节 2009年我国饭店业市场发展特点分析
- 一、2009年上半年我国饭店市场格局特点
- 二、2009年上半年我国饭店产品创新特点
- 三、2009年上半年我国饭店市场服务特点
- 四、2009年上半年我国饭店市场品牌特点

第五章 宾馆酒店业市场发展分析

第一节 中国酒店行业发展的历史与现状

- 一、中国酒店业发展历史
- 二、中国星级酒店规模与增长速度分析
- 三、中国酒店的区域分布与发展状况
- 四、中国酒店市场结构分析

第二节 2008年中国酒店业发展分析

- 一、2008中国酒店业十大新闻
- 二、高星级酒店入住率下跌旅游低价救市
- 三、我国酒店业密谋二三线城市
- 四、酒店信息化竞争加剧智能化已定局

第三节 2009年中国酒店业发展分析

- 一、我国酒店高端市场供给量
- 二、国内推出"延迟退房"的酒店不断增加

第四节 酒店业的集群发展分析

- 一、集群理论国内外发展情况
- 二、酒店业集群的形成与发展
- 三、酒店业集群优势和竞争力提升分析

第五节 酒店行业信息化的方向与建议

- 一、酒店行业信息化方向
- 二、酒店信息化建议

第六章 饭店关联产业分析

第一节 旅游业发展分析

- 一、金融危机对旅游市场的影响分析
- 二、我国旅游资源开发分析
- 三、我国旅游规划现状特征分析
- 四、我国旅游市场需求预测分析
- 五、我国旅游市场网络营销创新与管理分析
- 六、2010年中国游客数量预测
- 七、2019年中国有望成为世界第一入境游目的国
- 八、2020年中国旅游收入将逾3000亿美元

第二节 餐饮业发展分析

- 一、金融危机冲击下我国餐饮业发展分析
- 二、餐饮业连续18年保持两位数增长
- 三、我国餐饮业改革开放30年的经验启示
- 四、未来五年餐饮业力争实现年均18%的增速
- 五、餐饮业集体"用功"吸引资本
- 六、我国特许经营餐饮业的现状及问题分析
- 七、未来餐饮业发展前景分析

第三节 会展业发展分析

- 一、会展与酒店业互动发展模式
- 二、2008年会展经济迎来新的发展机遇
- 三、会展业对唐山文化名城建设的促进作用
- 四、提升成都会展业竞争力路径分析
- 五、会展业在经济发展中的地位作用
- 六、我国实现会展与酒店互动发展的对策
- 七、未来中国会展业发展趋势预测

第七章 饭店区域市场情况分析

第一节 华北地区

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
- 二、2008-2009年市场需求情况分析
- 三、2008-2009年市场规模情况分析
- 四、2008-2009年行业竞争格局分析

五、2008-2009年消费者的偏好分析

六、2009-2012年行业发展趋势分析

第二节 东北地区

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场需求情况分析

三、2008-2009年市场规模情况分析

四、2008-2009年行业竞争格局分析

五、2008-2009年消费者的偏好分析

六、2009-2012年行业发展趋势分析

第三节 华东地区

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场需求情况分析

三、2008-2009年市场规模情况分析

四、2008-2009年行业竞争格局分析

五、2008-2009年消费者的偏好分析

六、2009-2012年行业发展趋势分析

第四节 华南地区

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场需求情况分析

三、2008-2009年市场规模情况分析

四、2008-2009年行业竞争格局分析

五、2008-2009年消费者的偏好分析

六、2009-2012年行业发展趋势分析

第五节 中南地区

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场需求情况分析

三、2008-2009年市场规模情况分析

四、2008-2009年行业竞争格局分析

五、2008-2009年消费者的偏好分析

六、2009-2012年行业发展趋势分析

第六节 西南地区

一、2008-2009年行业发展现状分析

- 二、2008-2009年市场需求情况分析
- 三、2008-2009年市场规模情况分析
- 四、2008-2009年行业竞争格局分析
- 五、2008-2009年消费者的偏好分析
- 六、2009-2012年行业发展趋势分析

第七节 西北地区

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
- 二、2008-2009年市场需求情况分析
- 三、2008-2009年市场规模情况分析
- 四、2008-2009年行业竞争格局分析
- 五、2008-2009年消费者的偏好分析
- 六、2009-2012年行业发展趋势分析

第八章 中国饭店行业消费市场分析

第一节 中国饭店消费者收入分析

- 一、中国人口、人民生活分析
- 二、2008-2009年消费者收入水平
- 三、2009年消费者信心指数分析

第二节 饭店行业产品目标客户群体调查

- 一、不同收入水平消费者偏好调查
- 二、不同年龄的消费者偏好调查
- 三、不同地区的消费者偏好调查

第三节 饭店市场消费需求分析

- 一、饭店市场的消费需求变化
- 二、饭店行业的需求情况分析
- 三、2009年饭店品牌市场消费需求分析

第四节 饭店消费市场状况分析

- 一、饭店行业消费特点
- 二、饭店消费者分析
- 三、饭店消费结构分析
- 四、饭店消费的市场变化
- 五、饭店市场的消费方向

第二部分 行业竞争格局

第九章 饭店行业竞争分析

第一节 旅游饭店业竞争力分析

- 一、潜在竞争对手的威胁
- 二、替代竞争对手的威胁
- 三、来自买方(顾客)的压力
- 四、来自供应厂商的压力
- 五、现有饭店之间的争夺

第二节 2009年饭店竞争分析

- 一、2008年饭店市场竞争情况分析
- 二、2009年饭店市场竞争形势分析

第三节 2008-2009年中国饭店行业竞争分析及预测

- 一、2008-2009年集中度分析及预测
- 二、2008-2009年SWOT分析及预测
- 三、2008-2009年进入退出状况分析及预测
- 四、2008-2009年生命周期分析及预测

第十章 饭店企业竞争策略分析

第一节 饭店市场竞争策略分析

- 一、2009年饭店市场增长潜力分析
- 二、2009年饭店主要潜力项目分析
- 三、现有饭店竞争策略分析
- 四、饭店潜力项目竞争策略选择
- 五、典型企业项目竞争策略分析

第二节 饭店企业竞争策略分析

- 一、金融危机对饭店行业竞争格局的影响
- 二、金融危机后饭店行业竞争格局的变化
- 三、2009-2012年我国饭店市场竞争趋势
- 四、2009-2012年饭店行业竞争格局展望
- 五、2009-2012年饭店行业竞争策略分析
- 六、2009-2012年饭店企业竞争策略分析

第十一章 饭店重点企业竞争分析

第一节 企业总体分析

第二节 景点类公司

一、桂林旅游股份有限公司

二、峨眉山旅游股份有限公司

第三节 酒店类公司

一、锦江酒店集团

二、华天集团

第四节 旅行社类公司

一、中青旅

二、首都旅游国际酒店集团

第三部分 行业前景预测

第十二章 饭店行业发展趋势分析

第一节 2009-2012年饭店市场趋势分析

一、2008-2009年饭店市场趋势总结

二、2009-2012年饭店发展趋势分析

三、2009-2012年饭店市场发展空间

四、2009-2012年饭店产业政策趋向

五、2009-2012年饭店价格走势分析

第二节 2009-2012年饭店市场预测

一、2009-2012年饭店市场结构预测

二、2009-2012年饭店市场需求前景

三、2009-2012年饭店市场价格预测

四、2009-2012年饭店行业集中度预测

第四部分 投资战略研究

第十三章 饭店行业投资现状分析

第一节 2008年饭店行业投资情况分析

一、2008年总体投资及结构

二、2008年投资规模情况

三、2008年投资增速情况

四、2008年分行业投资分析

五、2008年分地区投资分析

六、2008年外商投资情况

第二节 2009年上半年饭店行业投资情况分析

一、2009年上半年总体投资及结构

二、2009年上半年投资规模情况

三、2009年上半年投资增速情况

四、2009年上半年分行业投资分析

五、2009年上半年分地区投资分析

六、2009年上半年外商投资情况

第十四章 饭店行业投资环境分析

第一节 经济发展环境分析

一、2008-2009年我国宏观经济运行情况

二、2009-2012年我国宏观经济形势分析

三、2009-2012年投资趋势及其影响预测

第二节 政策法规环境分析

一、2009年饭店行业政策环境

二、2009年国内宏观政策对其影响

三、2009年行业产业政策对其影响

第三节 社会发展环境分析

一、国内社会环境发展现状

二、2009年社会环境发展分析

三、2009-2012年社会环境对行业的影响分析

第十五章 饭店行业投资机会与风险

第一节 饭店行业投资效益分析

一、2008-2009年饭店行业投资状况分析

二、2009-2012年饭店行业投资效益分析

三、2009-2012年饭店行业投资趋势预测

四、2009-2012年饭店行业的投资方向

五、2009-2012年饭店行业投资的建议

六、新进入者应注意的障碍因素分析

第二节 影响饭店行业发展的主要因素

- 一、2009-2012年影响饭店行业运行的有利因素分析
- 二、2009-2012年影响饭店行业运行的稳定因素分析
- 三、2009-2012年影响饭店行业运行的不利因素分析
- 四、2009-2012年我国饭店行业发展面临的挑战分析
- 五、2009-2012年我国饭店行业发展面临的机遇分析

第三节 饭店行业投资风险及控制策略分析

- 一、2009-2012年饭店行业市场风险及控制策略
- 二、2009-2012年饭店行业政策风险及控制策略
- 三、2009-2012年饭店行业经营风险及控制策略
- 四、2009-2012年饭店同业竞争风险及控制策略
- 五、2009-2012年饭店行业其他风险及控制策略

第十六章 饭店行业投资战略研究

第一节 饭店行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、业务组合战略
- 三、区域战略规划
- 四、产业战略规划
- 五、营销品牌战略
- 六、竞争战略规划

第二节 对饭店品牌的战略思考

- 一、企业品牌的重要性
- 二、饭店实施品牌战略的意义
- 三、饭店企业品牌的现状分析
- 四、饭店企业的品牌战略
- 五、饭店品牌战略管理的策略

第三节 饭店行业投资战略研究

- 一、2008年饭店行业投资战略
- 二、2009年饭店行业投资战略
- 三、2009-2012年饭店行业投资战略

四、2009-2012年细分行业投资战略

图表目录

图表：1982-2006年10家国际酒店管理集团在中国内地酒店数量扩张图

图表：1981-2006年10家国际酒店管理集团管理酒店发展情况表

图表：2001-2005年31省市旅游接待人数、旅游收入平均值

图表：2004年31省市4A景点数

图表：2004年31省市单位面积机场数

图表：1993-2007中国出境旅游人次

图表：1995-2007年中国入境旅游人次及分布

图表：1980-2006年我国旅游市场需求研究文献统计图

图表：2004-2007年中国星级酒店市场规模

图表：2006年中国五大地区酒店数量分布

图表：2006年中国酒店级别市场结构

图表：2006年中国经济型酒店各类住客比例图

图表：2000-2007年中国经济型连锁酒店数量增长情况

图表：2000-2007年中国经济型连锁酒店客房数增长情况

图表：2007年七大经济型酒店开业酒店数及客房数比较

图表：2007年七大经济型酒店平均房价比较

图表：1997-2008年锦江之星历年开店数

图表：2005年-2007年5月星级酒店供应结构图

图表：2003-2005年北京各星级酒店接待住宿者情况图

图表：2007年5月三星级（含）以上酒店价格情况表

图表：2008年第一季度万豪国际酒店集团经营业绩

图表：中国入境旅游市场分布

图表：中国入境旅游欧洲市场结构变化

图表：边际社会收益（1）

图表：边际社会收益（2）

图表：福利最大的游客规模或俱乐部成员规模

图表：旅游产品开发过程

图表：旅游资源适度开发指标示意图

图表：旅游资源开发的利益关系

图表：文献按照研究方法分类统计

图表：主要研究方法载文量的分时段统计（1984-2007）

图表：广义的酒店业集群业概念

图表：狭义的酒店业集群概念

图表：中国经济型酒店各类设施和服务比例情况

图表：消费者对经济型酒店的满意度

图表：经济型酒店消费者最满意及最关注的因素

图表：消费者了解酒店信息的途径

图表：酒店服务于商务客人的项目表

图表：消费行为因素分析图

图表：至2007年8月全国星级饭店数量

图表：管理饭店数量位居前五位的国际饭店

图表：如家酒店连锁门店区域分布表

图表：如家酒店连锁门店区域分布图

图表：锦江之星旅馆门店区域分布表

图表：锦江之星旅馆门店区域分布图

图表：7天连锁酒店门店区域分布表

图表：7天连锁酒店门店区域分布图

图表：莫泰尔168门店区域分布表

图表：莫泰尔168门店区域分布图

图表：速8酒店门店区域分布表

图表：速8酒店门店区域分布图

图表：汉庭快捷门店区域分布表

图表：汉庭快捷门店区域分布图

图表：格林豪泰连锁酒店门店区域分布表

图表：格林豪泰连锁酒店门店区域分布图

图表：北京各类别酒店比例图

图表：系数分析表

图表：方差分析表

图表：模型综述表

图表：2008-2009年华天酒店成长性分析

图表：2008-2009年华天酒店现金流量分析

图表：2008-2009年华天酒店经营能力分析

图表：2008-2009年华天酒店盈利能力分析

图表：2008-2009年华天酒店偿债能力分析

图表：2008-2009年锦江股份成长性分析

图表：2008-2009年锦江股份现金流量分析

图表：2008-2009年锦江股份经营能力分析

图表：2008-2009年锦江股份盈利能力分析

图表：2008-2009年锦江股份偿债能力分析

图表：2008-2009年东方宾馆成长性分析

图表：2008-2009年东方宾馆现金流量分析

图表：2008-2009年东方宾馆经营能力分析

图表：2008-2009年东方宾馆盈利能力分析

图表：2008-2009年东方宾馆偿债能力分析

图表：2008-2009年新都酒店成长性分析

图表：2008-2009年新都酒店现金流量分析

图表：2008-2009年新都酒店经营能力分析

图表：2008-2009年新都酒店盈利能力分析

图表：2008-2009年新都酒店偿债能力分析

图表：2008-2009年金陵饭店成长性分析

图表：2008-2009年金陵饭店现金流量分析

图表：2008-2009年金陵饭店经营能力分析

图表：2008-2009年金陵饭店盈利能力分析

图表：2008-2009年金陵饭店偿债能力分析

图表：2008年如家快捷酒店主要财务指标

图表：2009年第一季度如家快捷酒店主要财务指标

图表：美国各等级酒店的投资成本平均水平

图表：酒店企业国际化能力与跨国经营实施步骤的匹配

图表：影响商务旅游者入住率的因素分析

图表：1988-2008年中国旅游产业发展规模

图表：1988-2008年中国入境旅游人数和旅游收入的世界排名

图表：人均GDP与旅游业态存在一定对应关系（旅游范围视角）

图表：2009年我国人均GDP预测

图表：中国旅行社规模与增长率变化表

图表：主要旅行社旅游接待情况

图表：旅行社规模、有组织接待人数及利润率

图表：旅行社市场份额变化表

图表：旅行社业收入与平均利润表

图表：旅行社规模、营业收入及利润率

图表：旅行社集中度与利润的相互作用

图表：2008年"十一"黄金周全国各省接待游客数量及收入

图表：2008年"十一"黄金周旅游行业创近年最好增速

图表：2008年"十一"黄金周一日游显著增加

图表：2006-2008年纳入预报体系119个景区十一黄金周期间接待游客和门票收入情况

图表：2005-2008年十一黄金周全国旅游总体情况

图表：2006-2008年上市公司相关景区十一期间接待游客情况

图表：2009年1月入境旅游接待收汇情况

图表：2009年1月来华旅游入境人数（按年龄、性别分）

图表：2009年1月入境旅游外国人人数（按目的分）

图表：2009年1月来华旅游入境人数（按入境方式分）

图表：2009年2月入境旅游接待收汇情况

图表：2009年2月来华旅游入境人数（按入境方式分）

图表：2009年2月来华旅游入境人数（年龄性别）

图表：2009年2月入境旅游外国人人数（目的）

图表：2009年3月入境旅游接待收汇情况

图表：2009年3月来华旅游入境人数（按入境方式分）

图表：2009年3月来华旅游入境人数（按年龄、性别分）

图表：2009年3月入境旅游外国人人数（按目的分）

图表：2009年4月入境旅游外国人人数（按目的分）

图表：2009年4月来华旅游入境人数（按年龄、性别分）

图表：2009年4月来华旅游入境人数（按入境方式分）

图表：2009年4月入境旅游接待收汇情况

图表：2009年5月入境旅游外国人人数(目的)

图表：2009年5月来华旅游入境人数(年龄性别)

图表：2009年5月来华旅游入境人数（按入境方式分）

图表：2009年5月入境旅游接待收汇情况

图表：2009年6月入境旅游外国人人数(目的)

图表：2009年6月来华旅游入境人数(年龄性别)

图表：2009年6月入境旅游接待收汇情况

图表：2009年1-6月中国入境旅游地方接待情况(一)

图表：2009年1-6月中国入境旅游地方接待情况(二)

图表：2009年1-6月中国入境旅游主要城市接待情况(一)

图表：2009年1-6月中国入境旅游主要城市接待情况(二)

图表：2009年1-6月入境旅游外国人人数(目的累计)

图表：2009年1-6月来华旅游入境人数(年龄性别累计)

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/134830.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。