



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2012年中国大豆深加工行业投资策略分析及竞争战略研究 咨询报告

一、调研说明

《2009-2012年中国大豆深加工行业投资策略分析及竞争战略研究咨询报告》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/136475.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

→内容简介

广阔前景的大豆蛋白质及大豆深加工产品食品行业是永不衰退的朝阳产业，人们的消费需求从以动物蛋白为主向植物蛋白转变，大豆含有极丰富的蛋白质。食品作为消耗性工业产品，在国民经济发展中需求弹性系数较大，食品工业的增长将会与GDP保持同步增长的趋势。随着我国人民生活向更加宽裕的小康生活过渡，大豆深加工产业是具有广阔发展前景的长青产业。人们的生活水平和消费观念逐渐提高，并且对食品的品质和营养层次的要求也越来越高，日常的膳食结构也发生了变化。从温饱型转向了优质化、高档化，对高蛋白质、低脂肪、低热量、精深加工的大豆蛋白食品需求十分旺盛。大豆蛋白制品众多，如大豆蛋白粉、大豆浓缩蛋白、大豆分离蛋白、大豆组织蛋白等。这些产品可作为蛋白质原料，添加到肉制品、面制品、儿童食品、糕点、冷饮等各种食品中。卵磷脂已经被现代医学界确认为人体"三大"营养素之一（蛋白质、维他命、卵磷脂）。它是由甘油、脂肪酸、磷酸、胆碱组成的一种磷脂，是保证人体新陈代谢和健康不可缺少的物质，在医药上用于治疗神经系统、心血管系统和贫血等疾病，也用于营养保健品的制造，对人体细胞活化、生存及心脏器官功能的维持、肌肉关节活动及脂肪代谢、预防脂肪肝等都起到非常重要的作用。在食品、化工、轻工等行业也有广泛应用。大豆其他深加工其它产品：异黄酮、皂甙、低聚糖、多肽等也有很好的营养保健功能和广泛的应用领域，市场前景远大。

大豆营养极为丰富，是惟一能够代替动物蛋白的植物性食物，对女性尤其是更年期女性的健康十分有益。大豆对女性健康的影响主要决定于其所含的大豆异黄酮。它是大豆生长中形成的一类次生代谢产物，是生物黄酮中的一种。它是一种结构与雌激素相似，具有雌激素活性的植物雌激素。它对低雌激素水平者能发挥弱的雌激素样作用，可防治一些和雌激素水平下降有关的病症，如更年期综合征、骨质疏松、血脂升高等；而对于高雌激素水平者（如乳腺癌患者），表现为抗雌激素活性，可防治乳腺癌、子宫内膜癌，预防早老性痴呆、减轻女性更年期症状、降低人体胆固醇浓度、促进人体骨骼对钙的吸收、保护心血管系统，具有双向调节平衡功能。此外，大豆异黄酮还可以作为新型饲料添加剂，如猪鸡饲料添加剂。其生产方法是利用现代分离技术从豆粕或大豆胚芽中提取。由于大豆异黄酮具有上述诸多保健作用，近年来，美国、日本、德国、英国出现了大豆异黄酮热，以大豆异黄酮为主要成分的保健食品已成为一种新型畅销食品，国外市场上含有大豆异黄酮的保健食品达数十种之多，大豆异黄酮的各种制剂，如片剂、口服液、粉剂等异彩纷呈，高纯度的大豆异黄酮已应用于医药产品的开发。在中国，大豆异黄酮作为食品、保健品、特别是医药的中间体，也被用作食品添加剂、保健食品和药物组分。

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、国家海关总署、

国家商务部、国家农业部、国家粮食局、国家粮油信息中心、中国粮食行业协会、中国粮食经济学会、中国保健协会、全国及海外多种相关报刊杂志的基础信息以及大豆深加工专业研究单位等公布和提供的大量资料，结合对大豆深加工相关企业和科研单位等的实地调查，对国内外大豆深加工行业的供给与需求状况、各子行业的发展状况、进出口形势等进行了分析。报告重点研究了主要大豆深加工企业的发展状况，以及中国大豆深加工行业将面临的冲击以及企业的应对策略。报告还分析了大豆深加工市场的竞争格局、行业的发展动向，并对国家大豆深加工相关政策进行了介绍和政策趋向研判，是大豆深加工生产企业、科研单位、零售企业等单位准确了解目前大豆深加工行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

→报告目录

目 录

CONTENTS

第一部分 行业发展现状分析

第一章 大豆深加工行业发展概述 1

第一节 大豆深加工概述 1

一、大豆深加工定义 1

二、产品分类 1

三、大豆深加工产业概况 2

第二节 大豆的深加工及综合利用 3

一、大豆食品加工的类别 3

二、传统豆制品的加工 3

三、新兴豆制品的加工 4

四、大豆中生物活性物质的研究开发 5

五、大豆食品的营养功能 6

第二章 全球大豆深加工行业发展分析 8

第一节 世界大豆行业发展分析 8

一、2009年度全球大豆供需模型分析 8

二、2009/10年度全球大豆贸易格局 9

三、2009/10年度全球大豆产业预测 11

第二节 美国大豆深加工行业发展分析 12

一、大豆产业协会 12

二、农业合作社 14

三、2009年美国大豆深加工行业发展分析 16

第三节 其他国家大豆深加工行业发展分析 17

一、阿根廷 17

二、巴西 18

三、印度 18

第三章 我国大豆深加工行业发展分析 20

第一节 中国大豆深加工行业发展状况 20

一、中国大豆加工行业发展状况 20

二、大豆深加工产业发展方向分析 26

三、中国大豆深加工产业发展商机分析 27

第二节 大豆深加工产业发展现状 29

一、大豆深加工产业现状 29

二、大豆深加工产业发展问题分析 29

三、大豆深加工产业面临形势分析 30

第三节 2009年大豆深加工产业发展挑战分析 32

一、2009年中国大豆深加工产业发展挑战分析 32

二、2009年发改委扶持内资大豆加工企业措施分析 40

三、2009年中国大豆深加工产业应对挑战策略 43

第四章 大豆深加工产业技术分析 48

第一节 中国大豆深加工技术现状 48

一、中国大豆深加工技术分析 48

二、中国大豆深加工技术水平分析 52

三、中国大豆深加工技术突破情况分析 52

第二节 几种技术在大豆深加工中的应用 55

一、微波技术在大豆深加工中的应用 55

二、膜分离技术在大豆深加工中的应用 57

三、低聚肽新技术在大豆深加工中的应用 59

第三节 其他大豆深加工技术分析 60

一、几种大豆深加工技术 60

二、大豆蛋白质的应用及其高新加工技术 62

三、大豆深加工制备大豆多肽 65

四、大豆肽食品的开发 66

第五章 我国大豆深加工产业进出口分析 69

第一节 2008年我国大豆产品进出口分析 69

一、2008年进口总量分析 69

二、2008年出口总量分析 73

第二节 2009年我国大豆产品进口分析 77

一、2009年大豆进口对我国大豆加工业影响 77

二、2009年上半年我国大豆进口状况 79

三、2009年1-8月大豆进口状况 81

四、2009年中国大豆进口预测 82

第三节 2009年我国大豆进口依存度分析 83

一、我国大豆进出口转变分析 83

二、外资掌控下的大豆产业危机 84

三、大豆深加工产业进出口扶持政策分析 85

第六章 大豆深加工细分市场情况分析 86

第一节 卵磷脂 86

一、卵磷脂市场分析 86

二、卵磷脂市场潜力分析 86

三、卵磷脂市场问题及对策分析 87

第二节 异黄酮 88

一、大豆异黄酮的保健功能 88

二、2009年大豆异黄酮政策分析 89

三、大豆异黄酮市场分析 89

第三节 皂甙 92

一、人参皂甙组合物保健品市场分析 92

二、人参皂甙对动物学习记忆影响的研究 93

第四节 低聚糖 96

一、低聚糖在功能性食品生产中的应用 96

二、低聚糖市场现状分析 98

三、低聚糖市场前景 102

第五节 多肽 107

一、2009年多肽市场动态分析 107

二、多肽类药物研发销售市场前景分析 109

第七章 大豆深加工区域市场情况分析 112

第一节 东北地区 112

一、2009年黑龙江大豆深加工产业分析 112

二、2009年东北大豆深加工产业分析 121

第二节 未来大豆深加工产业布局 124

一、东北地区和内蒙古 124

二、华北地区 124

三、沿海地区 125

四、其他地区 125

第八章 我国大豆深加工市场发展研究 126

第一节 中国大豆深加工产业变革研究 126

一、大豆产业变革预备期 126

二、变革开始起步与发展期 128

三、产业整体洗牌分析 132

四、大豆产业困境探究 133

第二节 中国大豆深加工产业发展困境研究 135

一、中国大豆加工产业困境分析 135

二、大豆深加工产业外资重新定位分析 142

三、2009年大豆深加工产业扶持政策预测 144

四、我国大豆产业引导与扶持政策走向分析 147

第二部分 行业竞争格局分析

第九章 大豆深加工行业竞争格局分析 151

第一节 我国大豆深加工产业竞争格局分析 151

- 一、2009年大豆市场竞争格局分析 151
- 二、2009年大豆蛋白市场竞争格局分析 154
- 三、2009年大豆分离蛋白市场竞争格局分析 157
- 四、2009年大豆粕市场竞争格局分析 160
- 五、2009年大豆色拉油市场竞争格局分析 163
- 六、2009年大豆异黄酮市场竞争格局分析 167
- 七、2009年大豆油市场竞争格局分析 170
- 八、2009年环氧大豆市场竞争格局分析 173

第二节 国产大豆产业链竞争分析 176

- 一、国产大豆豆制品深加工竞争格局分析 176
- 二、国产大豆豆制品深加工竞争战略分析 177
- 三、中国非转基因大豆竞争分析 178

第三节 外资吞食我国大豆产业路线图 179

- 一、全球原料市场控制权 179
- 二、期货市场定价权 179
- 三、借机控制我国大豆产业 180

第四节 2009年大豆深加工产业竞争分析 180

- 一、我国大豆加工产业竞争现状 180
- 二、我国大豆加工企业竞争分析 181
- 三、2009年大豆加工企业竞争问题及对策 182

第十章 大豆深加工企业竞争策略分析 186

第一节 领先者市场竞争策略 186

- 一、维护高质量形象 186
- 二、扩大市场需求总量 186
- 三、保护市场份额 187
- 四、扩大市场份额 187

第二节 挑战者市场竞争策略 188

- 一、正面进攻 188
- 二、侧翼攻击 188

三、包围进攻 188

四、迂回攻击 189

五、游击战 189

第三节 追随者的市场竞争策略 189

一、紧密追随策略 189

二、距离追随策略 189

三、选择追随策略 190

第四节 补缺者的市场竞争策略 190

一、市场补缺者的特征 190

二、市场补缺者的策略 190

第五节 2009年大豆深加工企业发展策略 191

一、社企联手打造有机大豆深加工品牌策略 191

二、中国大豆加工产业突出重围策略 192

第十一章 主要大豆深加工企业竞争分析 195

第一节 中科天雌激素 195

一、企业概况 195

二、公司天雌激素分析 196

三、公司发展战略分析 198

第二节 北京青春态 203

一、企业概况 203

二、公司发展战略 203

三、公司产品分析 203

第三节 华北制药 204

一、企业概况 204

二、2008-2009年财务分析 207

三、2009年公司发展战略及动向 211

第四节 四川牧甫 215

一、企业概况 215

二、公司发展战略分析 215

第五节 浙江欣欣 216

一、企业概况 216

二、公司产品分析 216

第六节 哈高科 217

一、企业概况 217

二、2008-2009年财务分析 218

三、公司发展战略分析 222

第七节 实发冠华 226

一、企业概况 226

二、公司新产品动向分析 227

三、公司发展战略分析 227

第八节 黑龙江九三油脂集团 230

一、企业概况 230

二、公司发展动向分析 231

三、公司发展战略分析 233

第三部分 行业发展趋势分析

第十二章 大豆深加工行业发展趋势分析 243

第一节 2009年大豆深加工行业发展趋势分析 243

一、大豆深加工产业发展前景 243

二、大豆深加工产业研究趋势 246

三、关键技术及发展趋势 247

第二节 大豆主食化趋势分析 249

一、大豆主食化技术分析 249

二、高科技加工前景分析 250

三、国内加工问题及未来走向 251

第十三章 未来大豆深加工行业发展预测 252

第一节 未来大豆深加工发展预测 252

一、2009/10年度国产大豆产业发展走向 252

二、国内外大豆深加工技术发展趋势 254

第二节 2009-2012年大豆深加工行业发展目标分析 255

一、指导思想 255

二、基本原则 255

三、2009-2012年发展目标 256

第四部分 行业投资策略分析

第十四章 大豆深加工行业投资现状分析 259

第一节 行业准入条件分析 259

一、项目核准 259

二、企业资格 259

三、行业竞争 259

四、外商投资管理 259

五、资源节约与环境保护 260

第二节 大豆深加工行业投资项目分析 260

一、大豆系列产品深加工投资项目分析 260

二、大豆磷脂综合深加工投资项目分析 263

三、用于添加面制食品的大豆粉投资项目 266

四、植物膳食纤维粉和富含膳食纤维大豆食品投资项目 268

第十五章 大豆深加工行业投资环境分析 271

第一节 我国宏观经济环境分析 271

一、2009年我国宏观经济运行情况 271

二、2009-2012年我国宏观经济形势分析 278

三、2009-2012年投资趋势及其影响预测 293

第二节 社会发展环境分析 300

一、2009年全国居民收入情况分析 300

二、2009年全国社会消费品零售总额 301

三、2009年全国居民消费价格分析 301

第三节 2009-2012年行业发展政策分析 308

第十六章 大豆深加工行业投资机会与风险 312

第一节 大豆深加工行业投资机遇分析 312

一、2009年政府补贴北方四省区玉米大豆加工厂 312

二、2009年发改委扶持大豆加工产业政策 312

第二节 大豆深加工行业投资风险分析 318

- 一、大豆加工行业投资风险分析 318
- 二、2009年发改委叫停大豆加工新建项目 322
- 三、2009年我国大豆加工产能风险分析 323

第十七章 大豆深加工行业投资战略研究 325

第一节 大豆深加工行业发展战略研究 325

- 一、技术开发战略 325
- 二、产业战略规划 328
- 三、业务组合战略 330
- 四、营销战略规划 333
- 五、区域战略规划 335
- 六、企业信息化战略规划 344

第二节 对我国大豆深加工品牌的战略思考 346

- 一、品牌的基本含义 346
- 二、品牌战略在企业发展中的重要性 346
- 三、大豆深加工品牌的特性和作用 347
- 四、大豆深加工品牌的价值战略 348
- 五、我国大豆深加工品牌竞争趋势 348
- 六、大豆深加工企业品牌发展战略 349
- 七、大豆深加工行业品牌竞争策略 350

第三节 大豆深加工企业战略规划不确定性风险分析 351

- 一、客观事件的不确定性风险 352
- 二、市场的不确定性风险 352
- 三、行业发展的不确定性风险 353
- 四、技术发展的不确定性风险 353
- 五、战略规划者的主观不确定性风险 354
- 六、执行过程的不确定性风险 354
- 七、工具方法的局限性风险 354
- 八、战略规划系统的不确定性风险 355

第四节 2009-2012年我国大豆深加工企业发展策略 356

- 一、坚守核心主业 356
- 二、构建优质渠道 356

- 三、整合优质资源 357
- 四、提升经营能力 358
- 五、明确品牌形象 358
- 六、调整市场策略 359

图表目录

- 图表：两种不同工艺生产成本对照表 49
- 图表：连续提取工艺是产品质量分析表 50
- 图表：低温豆粕指标 67
- 图表：大豆肽复合产品指标 68
- 图表：2008年我国大豆进口统计 69
- 图表：2008年1季度我国大豆进口统计 69
- 图表：2008年1月我国大豆进口统计 69
- 图表：2008年2月我国大豆进口统计 69
- 图表：2008年3月我国大豆进口统计 70
- 图表：2008年2季度我国大豆进口统计 70
- 图表：2008年4月我国大豆进口统计 70
- 图表：2008年5月我国大豆进口统计 70
- 图表：2008年6月我国大豆进口统计 71
- 图表：2008年3季度我国大豆进口统计 71
- 图表：2008年7月我国大豆进口统计 71
- 图表：2008年8月我国大豆进口统计 71
- 图表：2008年9月我国大豆进口统计 72
- 图表：2008年4季度我国大豆进口统计 72
- 图表：2008年10月我国大豆进口统计 72
- 图表：2008年11月我国大豆进口统计 72
- 图表：2008年12月我国大豆进口统计 73
- 图表：2008年我国大豆出口统计 73
- 图表：2008年1季度我国大豆出口统计 73
- 图表：2008年1月我国大豆进口统计 73
- 图表：2008年2月我国大豆出口统计 74

图表：2008年3月我国大豆出口统计 74

图表：2008年2季度我国大豆出口统计 74

图表：2008年4月我国大豆出口统计 74

图表：2008年5月我国大豆出口统计 75

图表：2008年6月我国大豆出口统计 75

图表：2008年3季度我国大豆出口统计 75

图表：2008年7月我国大豆出口统计 75

图表：2008年8我国大豆出口统计 76

图表：2008年9月我国大豆出口统计 76

图表：2008年4季度我国大豆出口统计 76

图表：2008年10月我国大豆出口统计 76

图表：2008年11月我国大豆出口统计 77

图表：2008年12月我国大豆出口统计 77

图表：2003-2007年美豆指数历史走势图 129

图表：2004-2007年黑龙江哈尔滨地区大豆历史收购价格 130

图表：1999至2004年我国大豆产业供需情况 131

图表：2003-2007年中国大豆进口情况 132

图表：2009年中国大豆企业市场份额示意图 151

图表：2009年中国大豆企业市场份额表 151

图表：2009年中国大豆企业产品畅销指数示意图 152

图表：2009年中国大豆企业产品畅销指数表 152

图表：2009年中国大豆企业竞争指数示意图 153

图表：2009年中国大豆企业竞争指数表 153

图表：2009年中国大豆蛋白企业市场份额示意图 154

图表：2009年中国大豆蛋白企业市场份额表 154

图表：2009年中国大豆蛋白企业产品畅销指数示意图 155

图表：2009年中国大豆蛋白企业产品畅销指数表 155

图表：2009年中国大豆蛋白企业竞争指数示意图 156

图表：2009年中国大豆蛋白企业竞争指数表 156

图表：2009年中国大豆分离蛋白企业市场份额示意图 157

图表：2009年中国大豆分离蛋白企业市场份额表 157

图表：2009年中国大豆分离蛋白企业产品畅销指数示意图 158

图表：2009年中国大豆分离蛋白企业产品畅销指数表 158

图表：2009年中国大豆分离蛋白企业竞争指数示意图 159

图表：2009年中国大豆分离蛋白企业竞争指数表 159

图表：2009年中国大豆粕企业市场份额示意图 160

图表：2009年中国大豆粕企业市场份额表 160

图表：2009年中国大豆粕企业产品畅销指数示意图 161

图表：2009年中国大豆粕企业产品畅销指数表 161

图表：2009年中国大豆粕企业竞争指数示意图 162

图表：2009年中国大豆粕企业竞争指数表 163

图表：2009年中国大豆色拉油企业市场份额示意图 163

图表：2009年中国大豆色拉油企业市场份额表 164

图表：2009年中国大豆色拉油企业产品畅销指数示意图 164

图表：2009年中国大豆色拉油企业产品畅销指数表 165

图表：2009年中国大豆色拉油企业竞争指数示意图 166

图表：2009年中国大豆色拉油企业竞争指数表 166

图表：2009年中国大豆异黄酮企业市场份额示意图 167

图表：2009年中国大豆异黄酮企业市场份额表 167

图表：2009年中国大豆异黄酮企业产品畅销指数示意图 168

图表：2009年中国大豆异黄酮企业产品畅销指数表 168

图表：2009年中国大豆异黄酮企业竞争指数示意图 169

图表：2009年中国大豆异黄酮企业竞争指数表 169

图表：2009年中国大豆油企业市场份额示意图 170

图表：2009年中国大豆油企业市场份额表 170

图表：2009年中国大豆油企业产品畅销指数示意图 171

图表：2009年中国大豆油企业产品畅销指数表 171

图表：2009年中国大豆油企业竞争指数示意图 172

图表：2009年中国大豆油企业竞争指数表 172

图表：2009年中国环氧大豆企业市场份额示意图 173

图表：2009年中国环氧大豆企业市场份额表 173

图表：2009年中国环氧大豆企业产品畅销指数示意图 174

图表：2009年中国环氧大豆企业产品畅销指数表 174

图表：2009年中国环氧大豆企业竞争指数示意图 175

图表：2009年中国环氧大豆企业竞争指数表 175

图表：中科生物的系列产品分析 198

图表：2009年2季度华北制药股份有限公司主营构成 207

图表：2008-2009年华北制药股份有限公司投资收益分析 207

图表：2008-2009年华北制药股份有限公司获利能力分析 208

图表：2008-2009年华北制药股份有限公司经营能力分析 208

图表：2008-2009年华北制药股份有限公司偿债能力分析 208

图表：2008-2009年华北制药股份有限公司资本结构 209

图表：2008-2009年华北制药股份有限公司发展能力分析 209

图表：2008-2009年华北制药股份有限公司现金流量分析 209

图表：2008-2009年华北制药股份有限公司主营业务收入 209

图表：2008-2009年华北制药股份有限公司主营业务利润 210

图表：2008-2009年华北制药股份有限公司营业利润 210

图表：2008-2009年华北制药股份有限公司利润总额 210

图表：2008-2009年华北制药股份有限公司净利润 211

图表：2009年2季度哈尔滨高科技(集团)股份有限公司主营构成 218

图表：2008-2009年哈尔滨高科技(集团)股份有限公司投资收益分析 219

图表：2008-2009年哈尔滨高科技(集团)股份有限公司获利能力分析 219

图表：2008-2009年哈尔滨高科技(集团)股份有限公司经营能力分析 219

图表：2008-2009年哈尔滨高科技(集团)股份有限公司偿债能力分析 220

图表：2008-2009年哈尔滨高科技(集团)股份有限公司资本结构 220

图表：2008-2009年哈尔滨高科技(集团)股份有限公司发展能力分析 220

图表：2008-2009年哈尔滨高科技(集团)股份有限公司现金流量分析 220

图表：2008-2009年哈尔滨高科技(集团)股份有限公司主营业务收入 221

图表：2008-2009年哈尔滨高科技(集团)股份有限公司主营业务利润 221

图表：2008-2009年哈尔滨高科技(集团)股份有限公司营业利润 221

图表：2008-2009年哈尔滨高科技(集团)股份有限公司利润总额 222

图表：2008-2009年哈尔滨高科技(集团)股份有限公司净利润 222

图表：2012年大豆加工业主要目标 257

图表：大豆与大豆油加工相关能耗消耗标准 260

图表：面制品专用大豆蛋白设备清单 267

图表：快餐豆腐产品结构效益分析 269

图表：快餐豆腐脑粉设备清单 270

图表：大豆膳食纤维设备清单 270

图表：2009年1月中国宏观经济景气度 272

图表：2009年2月中国宏观经济景气度 273

图表：2009年3月中国宏观经济景气度 273

图表：2009年4月中国宏观经济景气度 273

图表：2009年5月中国宏观经济景气度 273

图表：2009年6月中国宏观经济景气度 273

图表：2009年1月中国宏制造业采购经理指数 274

图表：2009年2月中国宏制造业采购经理指数 274

图表：2009年3月中国宏制造业采购经理指数 274

图表：2009年4月中国宏制造业采购经理指数 274

图表：2009年5月中国宏制造业采购经理指数 274

图表：2009年6月中国宏制造业采购经理指数 274

图表：2008年2月我国固定资产投资完成额 295

图表：2008年3月我国固定资产投资完成额 296

图表：2008年4月我国固定资产投资完成额 296

图表：2008年5月我国固定资产投资完成额 296

图表：2008年6月我国固定资产投资完成额 296

图表：2008年7月我国固定资产投资完成额 296

图表：2008年8月我国固定资产投资完成额 296

图表：2008年9月我国固定资产投资完成额 296

图表：2008年10月我国固定资产投资完成额 297

图表：2008年11月我国固定资产投资完成额 297

图表：2008年12月我国固定资产投资完成额 297

图表：2009年2月我国固定资产投资完成额 297

图表：2009年3月我国固定资产投资完成额 297

图表：2009年4月我国固定资产投资完成额 297

图表：2008年2月我国固定资产投资资金来源 298

图表：2008年3月我国固定资产投资资金来源 298

图表：2008年4月我国固定资产投资资金来源 298

图表：2008年5月我国固定资产投资资金来源 298

图表：2008年6月我国固定资产投资资金来源 298

图表：2008年7月我国固定资产投资资金来源 298

图表：2008年8月我国固定资产投资资金来源 298

图表：2008年9月我国固定资产投资资金来源 299

图表：2008年10月我国固定资产投资资金来源 299

图表：2008年11月我国固定资产投资资金来源 299

图表：2008年12月我国固定资产投资资金来源 299

图表：2009年2月我国固定资产投资资金来源 299

图表：2009年3月我国固定资产投资资金来源 299

图表：2009年4月我国固定资产投资资金来源 299

图表：2008-2009年3月全国居民消费价格指数 304

图表：2009年1月我国消费者预期指数 305

图表：2009年2月我国消费者预期指数 305

图表：2009年3月我国消费者预期指数 306

图表：2009年4月我国消费者预期指数 306

图表：2009年5月我国消费者预期指数 306

图表：2009年6月我国消费者预期指数 306

图表：2009年1月我国消费者满意指数 306

图表：2009年2月我国消费者满意指数 306

图表：2009年3月我国消费者满意指数 306

图表：2009年4月我国消费者满意指数 306

图表：2009年5月我国消费者满意指数 307

图表：2009年6月我国消费者满意指数 307

图表：2009年1月我国消费者信心指数 307

图表：2009年2月我国消费者信心指数 307

图表：2009年3月我国消费者信心指数 307

图表：2009年4月我国消费者信心指数 307

图表：2009年5月我国消费者信心指数 307

图表：2009年6月我国消费者信心指数 307

图表：区域发展战略咨询流程图 341

图表：区域SWOT战略分析图 343

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/136475.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。