



艾凯咨询
ICAN Consulting

2011-2015年中国婴幼儿用品连锁经营态势及投资前景预测分析报告

一、调研说明

《2011-2015年中国婴幼儿用品连锁经营态势及投资前景预测分析报告》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/160736.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

【报告前言】

近些年，得益于计划生育的宏观调控政策，中国大陆的婴儿出生率逐年下降，目前生育率仅在1%左右。但是投资在每个婴儿身上的花费却在不断增加。主要是因为：每个家庭现在基本上只生育一个孩子，对于孩子的养育消费，不仅仅是孩子的父母，包括他的祖父母和外祖父母，都为他进行了相应的消费支出，出现了"六个钱包"的现象；再加上这个孩子的叔父（伯父）、叔母（伯母）为他所支付的服装、用品等方面的花费，往往就会产生"六个钱包+"的效应。

2009年，中国内地诞生了逾1600万个婴儿。学者们认为，中国正在经历新中国建国以来的第四波"婴儿潮"，时间将持续到2015年。内地"婴童经济"的强力支撑点是中国特有的家庭结构和"望子成龙"的文化观念。目前中国内地城市普遍是"4+2+1"的家庭模式，即4位老人、一对夫妻加一个孩子。这就可以理解内地"婴童经济"的社会行为基础。

新一波"婴儿潮"的出现形成了一个庞大且充满潜力的需求市场。目前内地0至6岁婴童人数近1.7亿，其中城镇婴童逾7000万。根据国家统计局公布的资料分析，中国城镇婴童消费支出在家庭总支出中占逾20%。其中食品消费约占婴童总消费的50%，教育消费占约25%，服装消费占近5%，其它用品用具20%。2009年底，内地婴童市场规模估计达9500亿元，到2010年将超过1.3万亿，保持高速的增长态势。

"婴儿潮"带动市场活跃，超市内各种婴童产品热卖，婴童连锁品牌店在一、二线城市迅速扩张，针对母婴市场的B2C网站大获成功，如红孩子、乐友等。并且婴幼儿产品经营细分化趋势明显，出现了专业婴幼儿摄影、婴幼儿早教、婴儿浴房等新兴业态。

在各类婴童产品中，服装、玩具、生活类纺织品的销售毛利约为30%，家居用品的销售毛利接近40%。婴童产品的利润主要集中在中间和销售环节，生产领域的利润很低，多在5%到10%之间。以北京中档商场婴童用品价格为例，各品牌童装的售价在100到500元之间，公仔售价在50到400元之间，模型玩具的售价在150到800元之间，其中生产成本仅占四分之一到五分之一左右。

在婴童市场中，婴幼儿早教领域目前发展最快，也被认为回报最高。金宝贝、红黄蓝和东方爱婴三大品牌占据了内地大中型城市六成以上市场份额。这些早教课程收费不菲，45分钟的课程平均收取120元以上，但报名者甚众。市场未成熟仍大有可为。

【报告目录】

第一章 婴幼儿用品连锁业相关概述 14

第一节 婴幼儿用品的几种连锁业态 14

第二节 婴幼儿用品连锁行业特征分析 14

一、行业发展迅速 14

二、适宜于个人投资 15

三、产品品质要求 15

四、品牌创立还处于初步尝试阶段 15

五、婴幼儿用品连锁行业生命周期分析 16

第三节 各种婴幼儿用品连锁优缺点比较 17

一、优点比较 17

二、总结 18

三、连锁经营的三种形式 20

第二章 2009-2010年国际婴儿用品行业运行态势分析 21

第一节 2009-2010年国际人口生育状况分析 21

一、法国迎来最大婴儿潮 21

二、英国提倡一个家庭只生两个孩子 21

三、俄罗斯用经济手段提高生育率 22

四、日本人口出生率回升 22

第二节 2009-2010年国际婴儿用品市场运行态势分析 22

一、美国婴儿用品市场进入新时代 22

二、中东婴儿用品市场分析 23

三、欧盟婴儿护理用品市场浅析 25

第三节 2011-2015年国际婴儿护理用品行业发展趋势分析 26

第三章 2009-2010年中国婴幼儿用品连锁行业运行环境解析 29

第一节 2009-2010年中国婴幼儿用品连锁行业经济环境分析 29

一、中国GDP分析 29

二、消费价格指数分析 31

三、城乡居民收入分析 33

四、社会消费品零售总额 35

五、全社会固定资产投资分析 37

六、进出口总额及增长率分析 41

第二节 2009-2010年中国婴幼儿用品连锁行业政策环境分析 45

一、中国连锁行业发展政策 45

二、中国玩具标准与国际接轨 51

三、6类玩具将实施强制性产品认证 51

四、婴幼儿纺织品检测实行最严格的标准 52

五、婴幼儿食品安全危机与政府加强食品安全管理及处罚 53

第三节 2009-2010年中国婴幼儿用品连锁行业社会环境分析 72

一、婴幼儿用品安全问题引发社会关注 72

二、中国婴幼儿数量持续增长 72

三、绝大部分居民对婴儿用品的认知程度比较落后 75

四、大城市居民对婴幼儿用品的品质要求日益增高 75

五、独生子女父母消费水平提高 76

第四章 2009-2010年中国婴幼儿用品连锁整体动态形势分析 78

第一节 2009-2010年中国婴幼儿用品连锁行业运行总况 78

一、经营规模小 78

二、尚处于发展初期，连锁发展十分迅速 78

三、连锁的运营模式不断改进 78

四、婴幼儿用品连锁未来趋势 78

第二节 影响中国婴幼连锁发展因素分析 79

一、中国婴幼连锁行业发展的制约因素 79

二、中国婴幼连锁行业发展的有利因素 79

第五章 2009-2010年中国婴幼连锁行业竞争态势分析 81

第一节 2009-2010年中国婴幼连锁行业竞争现状 81

一、品牌竞争意识提高 81

二、居民消费习惯及市场辐射能力竞争行为 81

三、周边消费水平的制约 81

四、购物地理环境局限大 82

第二节 2009-2010年中国婴幼连锁行业竞争行为 82

一、产品竞争 82

二、价格竞争 83

- 三、运营模式竞争 83
- 四、购物环境竞争 84
- 五、营销方式竞争 84
- 第三节 2011-2015年中国婴幼儿用品连锁业竞争趋势 86

第六章 2009-2010年中国婴幼儿用品市场深度剖析 92

第一节 2009-2010年中国婴幼儿用品市场总况 92

- 一、婴儿用品行业所处阶段及其特性 92
- 二、中国婴幼儿用品市场规模分析 92
- 三、婴幼儿用品市场结构分析 93
- 四、婴幼儿用品市场品种齐全 94

第二节 2009-2010年中国婴儿用品市场深度剖析 94

- 一、中国婴儿用品市场品牌集中格局有待形成 94
- 二、婴儿用品市场更趋成熟 94
- 三、婴儿用品消费者购买行为分析 95

第三节 2009-2010年中国婴儿用品部分区域市场分析 103

- 一、上海婴儿用品市场发展分析 103
- 二、北京婴儿用品市场的发展动态 103
- 三、成都婴儿用品市场发展概况 104

第七章 2009-2010年中国婴幼儿用品细分市场透析 105

第一节 婴幼儿食品市场 105

- 一、婴幼儿食品进口关税下调 105
- 二、中国首部婴童行业CAS标准即将出台 105
- 三、中国婴幼儿食品市场现状及规模 105
- 四、中国婴幼儿食品市场营销渠道分布现状 105
- 五、婴幼儿食品市场竞争分析 107
- 六、婴幼儿食品连锁业态发展可行性分析 109
- 七、婴幼儿食品专卖店业态发展可行性分析 109

第二节 婴幼儿玩具市场 110

- 一、中国国际玩具、模型及婴儿用品展亮点解析 110
- 二、“婴儿潮”引爆“淘金潮” 市场规模约8500亿元 111

三、国内玩具市场年增长速度快	112
四、中国玩具市场亟待深耕细作	112
五、中国玩具市场期待建设大型零售连锁	113
第三节 婴幼儿服装纺织市场	115
一、童装发展成为服装业新的增长点	115
二、国内童装业优化布局已现雏形	117
三、中国童装产业结构及产业链分析	118
四、童装品牌加盟三大误区及五大策略分析	120
五、2009-2010年中国童装产业优化布局分析	122
第四节 婴幼儿教育市场	124
一、我国婴幼儿教育市场发展现状	124
二、婴幼儿早期教育市场将成为投资新热点	124
三、婴幼儿在线教育市场呈现蓝海趋势	125
第五节 婴幼儿护理用品市场	126
一、婴幼儿日化品市场格局或将改变	127
二、儿童护理品产品趋势和发展瓶颈	128
三、我国婴儿用品呼吁加强管理	129
第八章 2009-2010年中国婴幼儿用品连锁区域市场运行分析	133
第一节 华北地区	133
一、婴幼儿用品连锁市场发展特征分析	133
二、区域消费水平分析	133
三、婴幼儿用品市场消费群体分析	133
四、华北地区婴幼儿用品连锁业投资优势分析	134
第二节 东北地区	135
第三节 华东地区	136
第四节 华中地区	139
第五节 华南地区	140
第六节 西南地区	141
第七节 西北地区	143
第九章 2009-2010年中国婴幼儿用品主体供应商竞争力分析	145

第一节 伊利集团 145

一、企业概况 145

二、主要经济指标情况 145

三、产值及存货产成品分析 145

四、主营成本及其它费用分析 145

五、偿债能力分析 146

六、盈利能力分析 146

七、经营效益分析 146

第二节 恒安集团 146

一、企业概况 147

二、主要经济指标情况 147

三、产值及存货产成品分析 147

四、主营成本及其它费用分析 147

五、偿债能力分析 148

六、盈利能力分析 148

七、经营效益分析 148

第三节 好孩子公司 148

一、企业概况 149

二、主要经济指标情况 149

三、产值及存货产成品分析 149

四、主营成本及其它费用分析 149

五、偿债能力分析 150

六、盈利能力分析 150

七、经营效益分析 150

第四节 强生公司 150

一、企业概况 151

二、主要经济指标情况 151

三、产值及存货产成品分析 151

四、主营成本及其它费用分析 151

五、偿债能力分析 152

六、盈利能力分析 152

七、经营效益分析 152

第五节 天津郁美净 152

- 一、企业概况 152
- 二、主要经济指标情况 153
- 三、产值及存货产成品分析 153
- 四、主营成本及其它费用分析 153
- 五、偿债能力分析 153
- 六、盈利能力分析 154
- 七、经营效益分析 154

第十章 2009-2010年中国婴幼儿用品连锁企业主体竞争力分析 155

第一节 点亿科技的华婴连锁 155

- 一、企业发展概况 155
- 二、连锁经营产品目录 155
- 三、公司连锁经营模式分析 155
- 四、公司连锁业务发展现状 155
- 五、连锁业态厂商合作现状 156

第二节 贝奇贝贝佳 157

- 一、企业发展概况 157
- 二、连锁经营产品目录 157
- 三、公司连锁经营模式分析 157
- 四、公司连锁业务发展现状 157
- 五、连锁业态厂商合作现状 158

第三节 阳光贝贝 158

- 一、企业发展概况 158
- 二、连锁经营产品目录 158
- 三、公司连锁经营模式分析 159
- 四、公司连锁业务发展现状 159
- 五、连锁业态厂商合作现状 159

第四节 贝因美 160

- 一、企业概况 160
- 二、主要经济指标情况 160
- 三、产值及存货产成品分析 160

四、主营成本及其它费用分析 160

五、偿债能力分析 161

六、盈利能力分析 161

七、经营效益分析 161

第五节 爱婴岛 162

一、企业发展概况 162

二、连锁经营产品目录 162

三、公司连锁经营模式分析 163

第十一章2011-2015年中国婴幼连锁市场战略分析 164

第一节 2009-2010年中国婴幼连锁业投资概况 164

一、婴幼连锁业投资特性 164

二、婴幼连锁业投资环境分析 169

三、婴幼连锁市场机会分析 170

第二节 2011-2015年中国婴幼连锁业投资机会分析 170

一、中国婴幼连锁投资规模将迅速增长 170

二、婴幼连锁业区域投资潜力分析 171

第三节 2011-2015年中国婴幼连锁市场风险分析 171

一、市场风险 171

二、政策风险 172

三、管理风险 172

四、区域经济风险 172

五、货源供应风险 172

第四节 专家投资建议 173

第十二章2011-2015年中国婴幼儿用品连锁行业发展趋势与前景展望 175

第一节 2011-2015年中国婴儿用品行业趋势前景分析 175

一、中国婴儿用品行业前景展望 175

二、婴儿用品及经营方式发展趋势 176

第二节 2011-2015年中国婴幼儿用品连锁行业发展前景分析 177

一、婴幼儿用品连锁市场前景及发展空间预测 178

二、健康和儿童连锁产业前景广阔 178

第三节 2011-2015年中国婴幼儿用品连锁行业市场预测分析 178

第四节 2011-2015年中国婴幼儿用品连锁业盈利预测分析 179

【图表目录】

图表 1 2007-2009年中国婴幼儿用品连锁业资产增长速度情况 16

图表 2 行业生命周期图 18

图表 3 婴幼儿用品连锁经营模式设计图 19

图表 4 2010年第一季度中国主要宏观经济数据增长表 31

图表 5 2000-2010年第一季度中国GDP及其增长率统计表 31

图表 6 2003-2010年中国分产业GDP增长率季度统计表 32

图表 7 2003-2009年中国GDP增长率季度走势图 33

图表 8 2008-2010年6月中国价格指数统计表 33

图表 9 2008-2010年6月中国价格指数月度走势图 34

图表 10 1978-2009年中国居民收入及恩格尔系数统计表 35

图表 11 中国城乡居民收入走势对比 36

图表 12 2003-2009年中国社会消费品零售总额增长趋势图 37

图表 13 2009年中国社会消费品零售总额月度统计表 38

图表 14 2007-2009年中国社会消费品零售总额月度增长率走势图 38

图表 15 2003-2009年中国社会固定投资额增长 39

图表 16 2006-2009年各月中国房地产开发投资额月度统计表 40

图表 17 2006-2009年中国各类房地产开发投资月度走势图 41

图表 18 2006-2009年中国各类房地产开发投资累计额环比走势 42

图表 19 2006-2009年中国新开工项目个数（个）及累计同比增速情况 42

图表 20 2000-2009年中国货物进出口额统计表 43

图表 21 1970-2009年中国货物对外贸易总额走势图 44

图表 22 1970-2009年中国货物进口形势图 44

图表 23 1970-2009年中国货物出口形势图 46

图表 24 1970-2009年中国货物对外贸易顺逆差状况 46

图表 25 1978-2009年中国人口构成统计表 75

图表 26 1990-2009年我国人口出生率、死亡率及自然增长率 76

图表 27 1978-2009年我国总人口增长趋势图 76

图表 28 2009年人口数及其构成 77

- 图表 29 1978-2008中国城乡居民恩格尔系数对比表 78
- 图表 30 1978-2008中国城乡居民恩格尔系数走势图 79
- 图表 31 行业波特五力模型 90
- 图表 32 波特五力模型与一般战略的关系 91
- 图表 33 消费者提出的一些商品方面的个性化需求情况 99
- 图表 34 2008-2009年度华北地区人均收入统计表 136
- 图表 35 2008年华北主要人口及出生率情况 136
- 图表 36 2008年华北主要新增人口情况 137
- 图表 37 2008-2009年度东北地区人均收入统计表 138
- 图表 38 2008年东北主要人口及出生率情况 138
- 图表 39 2008年东北主要新增人口情况 138
- 图表 40 2008-2009年度华东地区人均收入统计表 140
- 图表 41 2008年华东主要人口及出生率情况 140
- 图表 42 2008年华东主要新增人口情况 141
- 图表 43 2008-2009年度华中地区人均收入统计表 142
- 图表 44 2008年华中主要人口及出生率情况 142
- 图表 45 2008年华中主要新增人口情况 142
- 图表 46 2008-2009年度华南地区人均收入统计表 143
- 图表 47 2008年华南主要人口及出生率情况 143
- 图表 48 2008年华南主要新增人口情况 144
- 图表 49 2008-2009年度西南地区人均收入统计表 144
- 图表 50 2008年西南主要人口及出生率情况 145
- 图表 51 2008年西南主要新增人口情况 145
- 图表 52 2008-2009年度西北地区人均收入统计表 146
- 图表 53 2008年西北主要人口及出生率情况 146
- 图表 54 2008年西北主要新增人口情况 147
- 图表 55 内蒙古伊利实业集团股份有限公司概况 148
- 图表 56 2008-2009年内蒙古伊利实业集团股份有限公司主要经济指标（单位：千元、人） 148
- 图表 57 2008-2009年 内蒙古伊利实业集团股份有限公司工业总产值及存货产成品指标表（千元） 148
- 图表 58 2008-2009年内蒙古伊利实业集团股份有限公司主营收入及各项成本指标表 148
- 图表 59 2008-2009年内蒙古伊利实业集团股份有限公司偿债能力指标表 149

图表 60 2008-2009年内蒙古伊利实业集团股份有限公司偿债比率指标表 149

图表 61 2008-2009年内蒙古伊利实业集团股份有限公司利润指标表 149

图表 62 2008-2009年内蒙古伊利实业集团股份有限公司盈利比率（能力）指标表 149

图表 63 恒安（天津）卫生用品有限公司概况 150

图表 64 2008-2009年恒安（天津）卫生用品有限公司主要经济指标（单位：千元、人） 150

图表 65 2008-2009年 恒安（天津）卫生用品有限公司工业总产值及存货产成品指标表（千元）
150

图表 66 2008-2009年恒安（天津）卫生用品有限公司主营收入及各项成本指标表 150

图表 67 2008-2009年恒安（天津）卫生用品有限公司偿债能力指标表 151

图表 68 2008-2009年恒安（天津）卫生用品有限公司偿债比率指标表 151

图表 69 2008-2009年恒安（天津）卫生用品有限公司利润指标表 151

图表 70 2008-2009年恒安（天津）卫生用品有限公司盈利比率（能力）指标表 151

图表 71 好孩子集团有限公司概况 152

图表 72 2008-2009年好孩子集团有限公司主要经济指标（单位：千元、人） 152

图表 73 2008-2009年 好孩子集团有限公司工业总产值及存货产成品指标表（千元） 152

图表 74 2008-2009年好孩子集团有限公司主营收入及各项成本指标表 152

图表 75 2008-2009年好孩子集团有限公司偿债能力指标表 153

图表 76 2008-2009年好孩子集团有限公司偿债比率指标表 153

图表 77 2008-2009年好孩子集团有限公司利润指标表 153

图表 78 2008-2009年好孩子集团有限公司盈利比率（能力）指标表 153

图表 79 强生(中国)有限公司概况 154

图表 80 2008-2009年强生(中国)有限公司主要经济指标（单位：千元、人） 154

图表 81 2008-2009年 强生(中国)有限公司工业总产值及存货产成品指标表（千元） 154

图表 82 2008-2009年强生(中国)有限公司主营收入及各项成本指标表 154

图表 83 2008-2009年强生(中国)有限公司偿债能力指标表 155

图表 84 2008-2009年强生(中国)有限公司偿债比率指标表 155

图表 85 2008-2009年强生(中国)有限公司利润指标表 155

图表 86 2008-2009年强生(中国)有限公司盈利比率（能力）指标表 155

图表 87 天津郁美净集团概况 156

图表 88 2008-2009年天津郁美净集团主要经济指标（单位：千元、人） 156

图表 89 2008-2009年 天津郁美净集团工业总产值及存货产成品指标表（千元） 156

图表 90 2008-2009年天津郁美净集团主营收入及各项成本指标表 156

图表 91 2008-2009年天津郁美净集团偿债能力指标表 156

图表 92 2008-2009年天津郁美净集团偿债比率指标表 157

图表 93 2008-2009年天津郁美净集团利润指标表 157

图表 94 2008-2009年天津郁美净集团盈利比率（能力）指标表 157

图表 95 杭州贝因美豆逗儿童营养食品有限公司概况 162

图表 96 2008-2009年杭州贝因美豆逗儿童营养食品有限公司主要经济指标（单位：千元、人）
162

图表 97 2008-2009年 杭州贝因美豆逗儿童营养食品有限公司工业总产值及存货产成品指标表（千元） 162

图表 98 2008-2009年杭州贝因美豆逗儿童营养食品有限公司主营收入及各项成本指标表 163

艾凯数据研究中心发布的《2011-2015年中国婴幼儿用品连锁经营态势及投资前景预测分析报告》，内容严谨、数据翔实，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研究分析。它是业内企业、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。

图表 99 2008-2009年杭州贝因美豆逗儿童营养食品有限公司偿债能力指标表 163

图表 100 2008-2009年杭州贝因美豆逗儿童营养食品有限公司偿债比率指标表 163

图表 101 2008-2009年杭州贝因美豆逗儿童营养食品有限公司利润指标表 163

图表 102 2008-2009年杭州贝因美豆逗儿童营养食品有限公司盈利比率（能力）指标表 163

图表 103 婴儿用品旗舰店启动资金费用拆解 166

图表 104 标准婴儿用品七大类铺货预算 167

图表 105 标准婴儿用品启动资金费用拆解 168

图表 106 婴儿用品超市建议铺货类别和铺货量 169

图表 107 启动资金费用拆解 170

图表 108 婴儿用品产品消费群分析 172

图表 109 2011-2015年中国婴幼连锁投资规模增长率预测 172

图表 110 2009年中国城镇婴童消费支出构成情况 177

图表 111 2010年婴童产品利润环节分析 178

图表 112 2011-2015年中国婴幼儿用品连锁行业市场规模（万亿元）预测 180

图表 113 2011-2015年中国婴幼儿用品连锁业产品销售利润率预测 181

图表 114 2011-2015年中国婴幼儿用品连锁行业利润规模（亿元）预测 182

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/160736.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。