



艾凯咨询
ICAN Consulting

“十一五”期间中国冰箱市场深度研究与“十二五”发展趋势预测报告

一、调研说明

《“十一五”期间中国冰箱市场深度研究与“十二五”发展趋势预测报告》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/179172.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

一种使食物或其他物品保持冷态、内有压缩机、制冰机用以结冰的柜或箱；带有制冷装置的储藏箱。家用电冰箱的容积通常为20~500升。1910年世界上第一台压缩式制冷的家用冰箱在美国问世。1925年瑞典丽都公司开发了家用吸收式冰箱。1927年美国通用电气公司研制出全封闭式冰箱。1930年采用不同加热方式的空气冷却连续扩散吸收式冰箱投放市场。1931年研制成功新型制冷剂氟利昂12。50年代后半期开始生产家用热电冰箱。中国从50年代开始生产电冰箱。

随着人民生活水平的提高，电冰箱的需求量增长速度非常迅速。根据对消费者的调查来看，消费者对大容量冰箱的购买倾向在近几年发生了不小的变化。5年前，绝大多数消费者都不会考虑大容量冰箱，但是如今选择大容量冰箱的消费者却越来越多。随着现代生活节奏加快，消费者形成集中购买食物的新趋势，因而大容量冰箱越来越受到消费者青睐。

《“十一五”期间中国冰箱市场深度研究与“十二五”发展趋势预测报告》立足于冰箱市场发展现状分析，通过对冰箱行业环境、冰箱产业链、冰箱市场供需、冰箱价格、冰箱生产企业的详尽剖析，以使投资者达到对冰箱产品市场发展现状的全面、深入掌握；同时为使投资者把握冰箱未来的市场发展趋势，我中心还对冰箱行业未来发展趋势和市场前景进行科学、严谨的分析与预测；另外在投资分析部分，针对企业投资决策依据进行了重点分析，并综合给出投资建议。

第一章 “十一五”期间中国家电行业市场分析

第一节 “十一五”期间中国家电行业发展总体概况

- 一、中国家电行业30年历程回顾
- 二、中国家电行业发展的宏观政策分析
- 三、家电下乡拉动家电行业需求增长
- 四、中国家电行业兴起3C化潮流
- 五、家电行业的发展特点

第二节 “十一五”期间中国家电行业的发展

- 一、2007年中国家电行业发展综述
- 二、2008年中国家电行业进入历史新阶段
- 三、2008年中国家电行业发展热点分析
- 四、2009年家电行业面临全面洗牌局面
- 五、节能环保成为2009年家电行业主旋律

第三节 "十一五"期间中国家电行业竞争情况

- 一、家电市场竞争升级主打服务战
- 二、家电下乡或将改变农村家电市场竞争格局
- 三、中国家电制造市场竞争战略的综述
- 四、提升中国家电业核心竞争能力的对策

第二章 "十一五"期间中国冰箱发展环境及政策回顾

第一节 2006年中国实体经济及货币信贷环境回顾

- 一、2006年中国农业发展回顾
- 二、2006年中国工业和建筑业发展回顾
- 三、2006年中国固定资产投资发展回顾
- 四、2006年中国国内贸易发展回顾
- 五、2006年中国对外经济发展回顾
- 六、2006年中国交通、邮电和旅游发展回顾
- 七、2006年中国教育和科学技术发展回顾
- 八、2006年中国文化、卫生和体育发展回顾
- 九、2006年中国人口、人民生活和社会保障发展回顾
- 十、2006年中国资源、环境和安全生产发展回顾
- 十一、2006年中国货币信贷环境发展回顾

第二节 2007年中国实体经济及货币信贷环境回顾

- 一、2007年中国农业发展回顾
- 二、2007年中国工业和建筑业发展回顾
- 三、2007年中国固定资产投资发展回顾
- 四、2007年中国国内贸易发展回顾
- 五、2007年中国对外经济发展回顾
- 六、2007年中国交通、邮电和旅游发展回顾
- 七、2007年中国教育和科学技术发展回顾
- 八、2007年中国文化、卫生和体育发展回顾
- 九、2007年中国人口、人民生活和社会保障发展回顾
- 十、2007年中国资源、环境和安全生产发展回顾
- 十一、2007年中国货币信贷环境发展回顾

第三节 2008年中国实体经济及货币信贷环境回顾

- 一、2008年中国农业发展回顾
 - 二、2008年中国工业和建筑业发展回顾
 - 三、2008年中国固定资产投资发展回顾
 - 四、2008年中国国内贸易发展回顾
 - 五、2008年中国对外经济发展回顾
 - 六、2008年中国交通、邮电和旅游发展回顾
 - 七、2008年中国教育和科学技术发展回顾
 - 八、2008年中国文化、卫生和体育发展回顾
 - 九、2008年中国人口、人民生活和社会保障发展回顾
 - 十、2008年中国资源、环境和安全生产发展回顾
 - 十一、2008年中国货币信贷环境发展回顾
- 第四节 2009年中国实体经济及货币信贷环境回顾

- 一、2009年中国农业发展回顾
- 二、2009年中国工业和建筑业发展回顾
- 三、2009年中国固定资产投资发展回顾
- 四、2009年中国国内贸易发展回顾
- 五、2009年中国对外经济发展回顾
- 六、2009年中国交通、邮电和旅游发展回顾
- 七、2009年中国教育和科学技术发展回顾
- 八、2009年中国文化、卫生和体育发展回顾
- 九、2009年中国人口、人民生活和社会保障发展回顾
- 十、2009年中国资源、环境和安全生产发展回顾
- 十一、2009年中国货币信贷环境发展回顾

第三章 “十一五”期间中国冰箱细分产品发展概况

第一节 “十一五”期间中国对开门冰箱市场回顾

- 一、美国法式高端对开门冰箱市场逐渐增长
- 二、中国对开门冰箱市场发展状况
- 三、对开门冰箱市场发展特点
- 四、未来中国对开门冰箱市场增长态势看好

第二节 “十一五”期间中国对三开门冰箱市场回顾

- 一、巨头推动三开门冰箱步入市场井喷期

二、国内三开门冰箱市场表现不凡

三、未来三开门冰箱市场新格局显现

第三节 “十一五”期间中国小冰箱市场回顾

一、小冰箱的概述

二、中国迷你冰箱市场发展状况

三、小冰箱外型独特占据市场商机

四、面对欧盟环保令小冰箱出口有隐忧

五、浅析小冰箱市场前景

第四节 “十一五”期间中国对高端冰箱市场回顾

一、2008年中国冰箱产品呈现高端化态势

二、高端冰箱市场竞争状况分析

三、国内企业应当加大高端冰箱领域的布局

四、中国冰箱企业开拓高端领域存在的问题及对策

第五节 “十一五”期间中国儿童冰箱市场回顾

一、从容声儿童冰箱探析市场细分

二、儿童冰箱发展商机巨大

第六节 “十一五”期间中国车载冰箱市场回顾

一、中国车载冰箱市场状况

二、中国车载冰箱市场亟待预热

第四章 “十一五”期间中国农村冰箱市场动态分析

第一节 “十一五”期间中国农村冰箱市场的发展情况

一、中国农村市场渐成冰箱企业争夺焦点

二、中国农村冰箱市场开始启动

三、家电下乡农村市场发展分析

四、2008年高端冰箱在农村市场发展势头上升

五、家电下乡中农村冰箱市场竞争格局

六、中国农村冰箱市场有较大发展空间

第二节 “十一五”期间中国主要冰箱企业对农村市场的开拓

一、海尔冰箱在农村市场表现突出

二、美菱冰箱对农村市场的拓展

三、容声冰箱积极把握家电下乡机遇

四、索伊冰箱大力开拓农村市场

五、新飞冰箱农村市场销售情况

第五章 "十一五"期间中国冰箱相关产业分析

第一节 "十一五"期间中国冰箱压缩机行业市场概况

一、五大企业划分世界冰箱压缩机市场

二、国内冰箱压缩机市场发展综述

三、高能效引导冰箱压缩机行业产品升级

四、2007年国内冰箱压缩机市场竞争加剧

五、2008年中国修订冰箱压缩机国家标准

第二节 "十一五"期间中国制冷剂行业市场概况

一、制冷剂的定义及性能要求

二、制冷剂的分类及特性

三、制冷剂的发展阶段

四、金融危机影响下制冷剂销售价格回落

第六章 "十一五"期间中国冰箱营销策略分析

第一节 "十一五"期间中国家电营销渠道分析

一、中国家电渠道的演变动因与过程

二、中国家电企业销售渠道种类特点及选择

三、国内家电企业销售渠道酝酿深度变革

四、中国家电渠道的发展趋势

第二节 "十一五"期间中国冰箱营销渠道总体概况

一、中国冰箱营销渠道的演变

二、中国冰箱营销渠道发展概况

三、中国农村市场冰箱营销的渠道分析

四、美菱冰箱携手国外连锁创新营销渠道

五、中国冰箱营销渠道的趋势

第三节 "十一五"期间中国冰箱营销渠道对比分析

一、区域多家代理制模式

二、区域总代理制模式

三、直供分销模式

第四节 "十一五"期间中国冰箱行业营销策略

一、中国冰箱行业营销策略分析

二、重点冰箱品牌的营销策略

三、国内冰箱市场的价格策略

第七章 "十一五"期间中国冰箱市场竞争态势分析

第一节 "十一五"期间中国冰箱市场总体竞争格局

一、国内冰箱业进入巷战期形成新产业集群

二、高端冰箱市场竞争进一步加剧

三、农村市场竞争对冰箱业格局影响力提升

四、中国冰箱市场差异化竞争愈发激烈

第二节 "十一五"期间中国冰箱市场竞争状况

一、2006年中国冰箱市场硝烟弥漫

二、2007年国内冰箱市场的格局变化

三、2008年中国冰箱行业竞争态势

四、2009年冰箱高端市场成为竞争焦点

第三节 "十一五"期间中国冰箱市场的企业竞争概况

一、外国品牌决战冰箱高端市场

二、中国冰箱企业市场竞争升温

三、本土新军拓展冰箱市场

四、国内五大巨头竞逐冰箱高端市场

五、海尔冰箱决夺得市场霸主地位

第四节 "十一五"期间中国冰箱行业的技术竞争回顾

一、中国冰箱市场激战节能技术

二、冰箱变频化成国内市场竞争大热门

三、中国冰箱保鲜技术从单门冷藏到变频保鲜

第八章"十一五"期间中国家用制冷电器具制造行业主要数据监测分析

第一节2006-2010年11月中国家用制冷电器具制造行业规模分析

一、企业数量增长分析

二、从业人数增长分析

三、资产规模增长分析

第二节2010年11月中国家用制冷电器具制造行业结构分析

一、企业数量结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

二、销售收入结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

第三节2006-2010年11月中国家用制冷电器具制造行业产值分析

一、产成品增长分析

二、工业销售产值分析

三、出口交货值分析

第四节2006-2010年11月中国家用制冷电器具制造行业成本费用分析

一、销售成本分析

二、费用分析

第五节2006-2010年11月中国家用制冷电器具制造行业盈利能力分析

一、主要盈利指标分析

二、主要盈利能力指标分析

第九章"十一五"期间中国家用电冰箱产量统计分析

第一节 2006-2009年全国家用电冰箱产量分析

第二节 2010年1-11月全国及主要省份家用电冰箱产量分析

第三节 2010年1-11月家用电冰箱产量集中度分析

第十章"十一五"期间中国冷藏箱、冷冻箱及其他制冷设备进出口数据监测分析

第一节 2006-2009年中国冷藏箱、冷冻箱及其他制冷设备进口数据分析

一、进口数量分析（8418）

二、进口金额分析

第二节 2006-2009年中国冷藏箱、冷冻箱及其他制冷设备出口数据分析

一、出口数量分析

二、出口金额分析

第三节 2006-2009年中国冷藏箱、冷冻箱及其他制冷设备进出口平均单价分析

第四节 2006-2009年中国冷藏箱、冷冻箱及其他制冷设备进出口国家及地区分析

一、进口国家及地区分析

二、出口国家及地区分析

第十一章"十一五"期间中国冰箱重点企业竞争性财务数据分析

第一节 青岛海尔股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节 合肥美菱股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节 海信科龙电器股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第四节 河南新飞电器有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十二章 "十二五"期间世界及中国经济预测

第一节 "十二五"期间世界经济发展趋势

- 一、"十二五"期间世界经济将逐步恢复增长
- 二、"十二五"期间经济全球化曲折发展
- 三、"十二五"期间新能源与节能环保将引领全球产业
- 四、"十二五"期间跨国投资再趋活跃
- 五、"十二五"期间气候变化与能源资源将制约世界经济
- 六、"十二五"期间美元地位继续削弱
- 七、"十二五"期间世界主要新兴经济体大幅提升

第二节 "十二五"期间中国经济面临的形势

- 一、"十二五"期间中国经济将长期趋好
- 二、"十二五"期间中国经济将围绕"三个转变"
- 三、"十二五"期间中国工业产业将全面升级
- 四、"十二五"期间中国以绿色发展战略为基调

第三节 "十二五"期间中国对外经济贸易预测

- 一、"十二五"期间中国劳动力结构预测
- 二、"十二五"期间中国贸易形式和利用外资方式预测
- 三、"十二五"期间中国自主创新结构预测
- 四、"十二五"期间中国产业体系预测
- 五、"十二五"期间中国产业竞争力预测
- 六、"十二五"期间中国经济国家化预测
- 七、"十二五"期间中国经济将面临的贸易障碍预测
- 八、"十二五"期间人民币区域化和国际化预测
- 九、"十二五"期间中国对外贸易与城市发展关系预测
- 十、"十二五"期间中国中小企业面临的外需环境预测

第十三章 "十二五"期间中国政策体系预测

第一节 "十二五"规划重点倾斜内容预测

- 一、大消费
- 二、高铁及城轨建设
- 三、生产性服务
- 四、战略新兴产业

第二节 "十二五"期间中国主要政策预测

- 一、"十二五"期间将进一步劳动力市场政策
- 二、"十二五"期间将进一步充实扩大就业的财税政策
- 三、"十二五"期间将进一步丰富扩大就业的金融政策
- 四、"十二五"期间将进一步完善扩大就业的社会保障政策

第三节 "十二五"期间中国经济社会发展阶段预测

- 一、"十二五"期间中国将加速全面建设小康社会
- 二、"十二五"期间中国将全方位改革综合推进阶段
- 三、"十二五"期间中国工业化中期向工业化后期转变

第十四章 "十二五"期间中国经济将面临的问题及对策

第一节 "十二五"期间影响投资因素分析

- 一、财政预算内资金对全社会融资贡献率的分析
- 二、信贷资金变动对投资来源变动的贡献率分析
- 三、外商投资因素对未来投资来源的贡献率分析
- 四、自筹投资增长对投资来源的贡献率分析

第二节 "十二五"期间中国经济稳定发展面临的问题

- 一、经济结构失衡
- 二、产业结构面临的问题
- 三、资本泡沫过度膨胀
- 四、收入差距进一步扩大
- 五、通货膨胀风险加剧
- 六、生态环境总体恶化趋势未改

第三节 "十二五"期间中国经济形势面临的问题

- 一、世界政治、经济格局的新变化
- 二、国际竞争更加激烈
- 三、投资的作用将下降
- 四、第三产业对经济增长的作用显著增加
- 五、迫切需要解决深层次体制机制问题
- 六、劳动力的供给态势将发生转折

第十五章 "十二五"期间中国区域经济面临的问题及对策

第一节 "十二五"期间促进区域协调发展的重点任务

- 一、健全区域协调发展的市场机制与财政体制
- 二、培育多极带动的国土空间开发格局
- 三、积极开展全方位多层次的区域合作
- 四、创新各具特色的区域发展模式
- 五、建立健全区域利益协调机制

第二节 "十二五"期间中国区域协调发展存在的主要问题

- 一、空间无序开发问题依然比较突出
- 二、东中西产业互动关系有待进一步加强
- 三、落后地区发展仍然面临诸多困难
- 四、财税体制尚需完善
- 五、区际利益矛盾协调机制不健全

第三节 "十二五"期间促进区域协调发展的政策建议

- 一、编制全国性的空间开发利用规划
- 二、以经济圈为基础重塑国土空间组织框架
- 三、制定基础产业布局战略规划
- 四、加紧制定促进区域合作的政策措施

第十六章 "十二五"期间中国冰箱行业投资分析及前景预测

第一节 "十二五"期间中国家电行业前景展望

- 一、全球家电市场发展趋势分析
- 二、家电行业发展潜力分析
- 三、营养小家电未来市场前景广阔
- 四、2010年家电业发展预测

第二节 "十二五"期间中国冰箱行业发展趋势分析

- 一、冰箱行业的发展趋势及扩展方向
- 二、节能冰箱前景看好
- 三、太阳能冰箱研究及应用前景分析
- 四、未来冰箱市场发展态势探讨

第十七章 "十二五"期间中国冰箱市场面临的问题及对策

第一节 "十二五"期间中国家电行业存在的问题及对策

- 一、中国家电行业大而不强
- 二、2008年家电产品出口遭遇困境
- 三、中国家电业要靠创新发展品牌
- 四、中国家电行业应对欧盟"绿色壁垒"的对策

第二节 "十二五"期间中国冰箱市场存在的问题及对策

- 一、本土高端品牌冰箱难获消费者钟爱
- 二、国产冰箱存在市场短板
- 三、冰箱企业面临新一轮淘汰危机
- 四、平静中国冰箱行业面临四大发展隐患
- 五、中国冰箱产业发展的突破口

第三节 "十二五"期间中国农村冰箱市场发展存在的问题及对策

- 一、中国农村冰箱市场存在的风险
- 二、"十二五"期间中国冰箱企业进攻农村市场需整合资源
- 三、"十二五"期间中国冰箱企业进攻农村市场需解决产品问题
- 四、"十二五"期间中国冰箱企业进攻农村市场需解决品牌推广问题
- 五、"十二五"期间中国冰箱企业进攻农村市场需解决售后服务问题
- 六、"十二五"期间中国进攻农村冰箱市场对三级市场的开发策略

图表目录：

图表：十二五规划重点政策倾斜内容预测

图表：2010年部分中央领导人在省部级干部贯彻科学发展观加快经济发展方式转变研讨班的讲话

图表：城镇化和战略性新兴产业是加快转变经济发展方式的重点

图表：房地产投资需求拉动多个行业发展

图表：中国区域发展阶段差异概况

图表：金融危机以来中国出台的区域规划

图表：2008年中国各省城市化率与人均GDP的对数曲线关系

图表：城市化进程的三个阶段

图表：不同城市化阶段及其特征

图表：2011-2015中国城市化水平预测

图表：国家战略性战略格局维度布局

图表：2011-2015各省城市化率变化情况

图表：“十二五”时期各省市城市化率变动及城市化带动的投资空间分布

图表：美国经济刺激计划中的绿色投资

图表：主要国家经济刺激计划中的绿色投资

图表：主要耗能设施的生命周期

图表：不同领域对减排的贡献

图表：“十一五”各行业营收增长

图表：“十一五”各行业盈利增长

图表：“十一五”各行业ROE提升

图表：“十一五”各行业市场表现

图表：“十二五”规划预期重点及措施

图表：历次五年规划主要任务目标及实现情况

图表：“一五”至“十一五”中国经济发展

图表：“十二五”时期战略性新兴产业七大领域

图表：2020年电源预计规模

图表：低碳技术创新和应用的路线图

图表：动力电池成本的国际比较

图表：中国动力电池技术与国际水平比较

图表：中国90年代以来城镇居民家庭消费支出结构变化趋势

图表：2006-2010年11月中国家用制冷电器具制造行业企业数量及增长率分析 单位：个

图表：2006-2010年11月中国家用制冷电器具制造行业亏损企业数量及增长率分析 单位：个

图表：2006-2010年11月中国家用制冷电器具制造行业从业人数及同比增长分析 单位：个

图表：2006-2010年11月中国家用制冷电器具制造企业总资产分析 单位：亿元

图表：2010年中国家用制冷电器具制造行业不同类型企业数量 单位：个

图表：2010年中国家用制冷电器具制造行业不同所有制企业数量 单位：个

图表：2010年中国家用制冷电器具制造行业不同类型销售收入 单位：千元

图表：2010年中国家用制冷电器具制造行业不同所有制销售收入 单位：千元

图表：2006-2010年11月中国家用制冷电器具制造产成品及增长分析 单位：亿元

图表：2006-2010年11月中国家用制冷电器具制造工业销售产值分析 单位：亿元

图表：2006-2010年11月中国家用制冷电器具制造出口交货值分析 单位：亿元

图表：2006-2010年11月中国家用制冷电器具制造行业销售成本分析 单位：亿元

图表：2006-2010年11月中国家用制冷电器具制造行业费用分析 单位：亿元

图表：2006-2010年11月中国家用制冷电器具制造行业主要盈利指标分析 单位：亿元

图表：2006-2010年11月中国家用制冷电器具制造行业主要盈利能力指标分析

图表：2006-2009年全国家用电冰箱产量分析

图表：2010年1-11月全国及主要省份家用电冰箱产量分析

图表：2010年1-11月家用电冰箱产量集中度分析

图表：2006-2009年中国冷藏箱、冷冻箱及其他制冷设备进口数量分析

图表：2006-2009年中国冷藏箱、冷冻箱及其他制冷设备进口金额分析

图表：2006-2009年中国冷藏箱、冷冻箱及其他制冷设备出口数量分析

图表：2006-2009年中国冷藏箱、冷冻箱及其他制冷设备出口金额分析

图表：2006-2009年中国冷藏箱、冷冻箱及其他制冷设备进出口平均单价分析

图表：2006-2009年中国冷藏箱、冷冻箱及其他制冷设备进口国家及地区分析

图表：2006-2009年中国冷藏箱、冷冻箱及其他制冷设备出口国家及地区分析

图表：青岛海尔股份有限公司主要经济指标走势图

图表：青岛海尔股份有限公司经营收入走势图

图表：青岛海尔股份有限公司盈利指标走势图

图表：青岛海尔股份有限公司负债情况图

图表：青岛海尔股份有限公司负债指标走势图

图表：青岛海尔股份有限公司运营能力指标走势图

图表：青岛海尔股份有限公司成长能力指标走势图

图表：合肥美菱股份有限公司主要经济指标走势图

图表：合肥美菱股份有限公司经营收入走势图

图表：合肥美菱股份有限公司盈利指标走势图

图表：合肥美菱股份有限公司负债情况图

图表：合肥美菱股份有限公司负债指标走势图

图表：合肥美菱股份有限公司运营能力指标走势图

图表：合肥美菱股份有限公司成长能力指标走势图

图表：海信科龙电器股份有限公司主要经济指标走势图

图表：海信科龙电器股份有限公司经营收入走势图

图表：海信科龙电器股份有限公司盈利指标走势图

图表：海信科龙电器股份有限公司负债情况图

图表：海信科龙电器股份有限公司负债指标走势图

图表：海信科龙电器股份有限公司运营能力指标走势图

图表：海信科龙电器股份有限公司成长能力指标走势图

通过《"十一五"期间中国冰箱市场深度研究与"十二五"发展趋势预测报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/179172.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。