



艾凯咨询
ICAN Consulting

2012-2016年焙烤食品行业全景 调研与发展战略咨询报告

一、调研说明

《2012-2016年焙烤食品行业全景调研与发展战略咨询报告》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/217737.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

2012年1-3月全国焙烤食品制造业销售产值为418.57亿元，较2011年同期销售产值增加90.85亿元，同比增长30.64%。其销售产值占1-3月食品制造业销售产值12.05%，较2011年同期比重上升0.49个百分点。2012年1-4月全国焙烤食品制造业销售产值为554.46亿元，较2011年同期销售产值增加110.95亿元，同比增长27.37%。其销售产值占1-4月食品制造业销售产值12%。全球经济和区域经济一体化进程的加快以及农业产业化进程的提高，为我国焙烤食品工业的发展带来巨大的需求空间。同时国家对烘焙食品工业的高度重视以及西部大开发、振兴东北地区、促进中部崛起、建设社会主义新农村等重要战略和举措，也将为我国烘焙食品工业创造新的发展机遇。随着我国经济的发展，人们生活水平的提高，生活方式和消费结构的改变，焙烤食品以其易于携带、方便快捷、时尚等特点越来越成为消费者青睐，人们外出旅游休闲活动的增多，都为焙烤食品的发展带来了前所未有的机会。焙烤食品是以小麦等谷物粉料为基本原料，通过发面、高温焙烤过程而熟化的一大类食品，又称烘烤食品。中国自改革开放以来，焙烤食品行业得到了较快的发展，产品的门类、花色品种、数量质量、包装装潢以及生产工艺和装备，都有了显著的提高。

随着我国经济的发展，人们生活水平的提高，生活方式和消费结构的改变，焙烤食品以其易于携带、方便快捷、时尚等特点越来越成为消费者青睐，人们外出旅游休闲活动的增多，都为焙烤食品的发展带来了前所未有的机会。尤其近几年来，外国企业来华投资猛增，都看好中国市场，合资、独资发展迅速。如饼干、糕点、面包等行业，都有逐步增强的势头。当前国内烘焙行业呈现出健康、快速、可持续发展的良好态势，企业规模扩大，在食品原辅料涨价的严峻时期，仍然保持了规模效益的提高；企业产品质量、卫生、安全状况得到重大改善；随着烘焙企业对技术交流、技术创新概念的深入实践，烘焙产品更加多元化，同时所带来的效益用于企业扩大再生产的投资比例也大幅度提高，既促进企业发展，又有力的推动了行业的发展。中国焙烤食品市场空间广阔。随着经济快速发展、城市化进程加快以及全面小康社会与新农村建设的不断深入，人民生活水平将显著提高，生活方式和消费结构也将显著改变。这将给中国焙烤行业的进一步发展带来挑战和机遇。据预测，我国焙烤食品在今后一定时期内，仍将保持10%以上的年增长速度。

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、国家食品药品监督管理局、中国食品工业协会、中国焙烤食品糖制品工业协会、中国经济景气监测中心、全国及海外多种相关报纸杂志的基础信息等公布和提供的大量资料和数据，客观、多角度地对中国焙烤食品市场进行了分析研究。报告对国际、国内焙烤食品行业市场发展状况、行业细分市场发展现状、行业消费现状、企业竞争格局、行业营销

策略以及行业发展趋势进行了深入的分析。报告在总结中国焙烤食品行业发展历程的基础上，结合新时期的各方面因素，对中国焙烤食品行业的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。报告资料详实，图表丰富，既有深入的分析，又有直观的比较，为焙烤食品企业在激烈的市场竞争中洞察先机，能准确及时的针对自身环境调整经营策略。报告同时对于行业研究规律、行业政策制定和欲进入的投资集团提供了准确的情报信息及科学的决策依据。

第一部分 行业运行现状

第一章 焙烤食品行业相关概述 1

第一节 焙烤食品的定义及分类 1

一、焙烤食品的定义 1

二、焙烤食品的分类 1

三、焙烤食品的特性 4

第二节 焙烤食品产业链分析 4

一、市场特点 4

二、行业经济特性 5

三、产业链结构分析 8

第二章 中国焙烤食品行业发展现状分析 11

第一节 2011-2012年焙烤食品行业发展现状 11

一、焙烤食品行业发展概况 11

二、焙烤食品行业生产状况分析 47

第二节 2011-2012年焙烤食品企业发展分析 48

一、焙烤食品企业发展动态分析 48

二、焙烤食品企业发展存在的问题 49

三、焙烤食品企业战略发展分析 50

第三节 2011-2012年焙烤食品行业经济运行分析 54

一、2011-2012年焙烤食品行业产值分析 54

二、2011-2012年焙烤食品行业效益分析 54

三、2011-2012年焙烤食品行业出口分析 57

第四节 2011-2012年焙烤食品市场发展分析 58

一、2011年焙烤食品市场分析 58

二、2011年焙烤食品市场变化分析 59

三、2012-2016年焙烤食品市场走势分析 60

第五节 焙烤食品行业面临的挑战及发展建议 60

一、焙烤食品行业发展面临的难题 60

二、：焙烤食品行业发展建议 64

第三章 我国焙烤食品销售市场分析 67

第一节 我国焙烤食品行业采购经理人指数分析 67

第二节 我国焙烤食品批发市场分析 69

第三节 我国焙烤食品零售市场分析 70

第四章 中国焙烤食品行业市场营销战略分析 82

第一节 焙烤食品企业营销分析 82

一、焙烤食品市场营销现状 82

二、焙烤食品品牌成功因素分析 91

三、焙烤食品企业营销战略研究 95

第二节 焙烤食品营销渠道分析 110

一、焙烤食品销售渠道构成 110

二、焙烤食品营销渠道策略分析 110

第二部分 行业全景调研

第五章 中国焙烤食品行业数据监测 113

第一节 2011-2012年焙烤食品行业总体规模分析 113

一、2011-2012年焙烤食品企业数量结构分析 113

二、2011-2012年焙烤食品行业生产规模分析 113

第二节 2011-2012年焙烤食品行业产销分析 114

一、2011-2012年焙烤食品行业产成品情况总体分析 114

二、2011-2012年焙烤食品行业产品销售收入总体分析 115

第三节 2011-2012年焙烤食品行业盈利能力分析 115

一、焙烤食品行业销售利润率 115

二、焙烤食品行业成本费用售利润率 116

三、焙烤食品行业亏损面 116

第四节 2011-2012年焙烤食品行业偿债能力分析 117

- 一、焙烤食品行业资产负债比率 117
- 二、焙烤食品行业利息保障倍数 117
- 第五节 2011-2012年焙烤食品行业营运能力分析 118
 - 一、焙烤食品行业应收帐款周转率 118
 - 二、焙烤食品行业总资产周转率 118
- 第六节 2011-2012年焙烤食品行业发展能力分析 119
 - 一、焙烤食品行业总资产增长率 119
 - 二、焙烤食品行业利润总额增长率 119
 - 三、焙烤食品行业主营业务收入增长率 120

第六章 中国焙烤食品行业发展分析 121

第一节 2011-2012年焙烤食品行业发展现状 121

- 一、焙烤食品行业的发展史 121
- 二、焙烤食品市场变化分析 122
- 三、2011年焙烤食品市场运行分析 122
- 四、2011年焙烤食品市场发展分析 123
- 五、焙烤食品质量情况分析 123
- 六、焙烤食品市场现状分析 128

第二节 2011-2012年焙烤食品市场供需分析 128

- 一、焙烤食品产值分析 128
- 二、焙烤食品需求分析 128
- 三、影响焙烤食品市场需求的因素 129

第三节 焙烤食品行业产量分析 131

- 一、2010-2012年焙烤食品产量分析 131
- 二、2012-2016年焙烤食品产量预测 132

第七章 中国焙烤食品行业发展分析 134

第一节 2011-2012年焙烤食品市场发展分析 134

- 一、焙烤食品发展分析 134
- 二、焙烤食品市场发展有利因素分析 135
- 三、焙烤食品市场消费特点分析 138

第二节 2011-2012年焙烤食品出口状况分析 146

- 一、焙烤食品出口数量及金额分析 146
- 二、焙烤食品主要出口市场分析 146
- 第三节 2011-2012年焙烤食品行业存在的问题及对策 147
- 一、焙烤食品产品问题分析 147
- 二、焙烤食品行业存在的问题 147

第三部分 行业竞争格局

第八章 中国焙烤食品行业竞争格局分析 148

第一节 2011-2012年焙烤食品行业竞争结构分析 148

- 一、焙烤食品种类品牌竞争 148
- 二、焙烤食品技术创新竞争 152
- 三、焙烤食品销售渠道竞争 152

第二节 2011-2012年焙烤食品区域市场格局分析 155

第九章 中国焙烤食品市场竞争分析 157

第一节 2011-2012年焙烤食品行业集中度分析 157

- 一、焙烤食品市场集中度分析 157
- 二、焙烤食品区域集中度分析 157
- 三、焙烤食品企业集中度分析 158

第二节 2011-2012年焙烤食品市场竞争分析 159

- 一、焙烤食品市场竞争现状分析 159
- 二、焙烤食品企业竞争动态分析 159
- 三、焙烤食品行业竞争策略研究 161

第十章 焙烤食品地区销售状况分析统计 170

第一节 华北地区 170

- 一、北京 170
- 二、山西 170
- 三、天津 171
- 四、内蒙古 171

第二节 华南地区 172

- 一、海南 172

二、广西 172

三、广东 173

第三节 华中地区 173

一、湖南 173

二、湖北 174

三、河南 174

第四节 华东地区 175

一、上海 175

二、江苏 175

三、浙江 176

四、安徽 176

五、福建 177

六、山东 177

第五节 西北地区 178

一、陕西 178

二、甘肃 178

三、新疆 179

四、青海 179

第六节 东北地区 180

一、黑龙江 180

二、吉林 180

三、辽宁 181

第七节 西南地区 181

一、贵州 181

二、四川 182

三、云南 182

四、重庆 183

五、西藏 183

第十一章 焙烤食品行业竞争格局分析 184

第一节 行业竞争结构分析 184

一、现有企业间竞争 184

- 二、潜在进入者分析 185
- 三、替代品威胁分析 185
- 四、供应商议价能力 186
- 五、客户议价能力 186
- 第二节 行业集中度分析 187
 - 一、市场集中度分析 187
 - 二、企业集中度分析 188
 - 三、区域集中度分析 189
- 第三节 中国焙烤食品行业竞争格局综述 190
 - 一、2011年焙烤食品行业竞争程度 190
 - 二、2011年焙烤食品企业与品牌数量 191
 - 三、2011年焙烤食品行业竞争格局分析 191
- 第四节 2011-2012年焙烤食品行业竞争格局分析 192
 - 一、2011-2012年国内外焙烤食品竞争分析 192
 - 二、2011-2012年我国焙烤食品市场竞争分析 197
 - 三、2012-2016年国内主要焙烤食品企业动向 198
 - 四、2012年国内焙烤食品拟在建项目分析 199

第十二章 焙烤食品企业竞争策略分析 201

第一节 焙烤食品市场竞争策略分析 201

- 一、2012年焙烤食品市场增长潜力分析 201
- 二、2012年焙烤食品主要潜力品种分析 202
- 三、现有焙烤食品产品竞争策略分析 203
- 四、潜力焙烤食品品种竞争策略选择 205
- 五、典型企业产品竞争策略分析 215

第二节 焙烤食品企业竞争策略分析 219

- 一、欧债危机对焙烤食品行业竞争格局的影响 219
- 二、欧债危机后焙烤食品行业竞争格局的变化 220
- 三、2012-2016年我国焙烤食品市场竞争趋势 220
- 四、2012-2016年焙烤食品行业竞争格局展望 221
- 五、2012-2016年焙烤食品行业竞争策略分析 222

第十三章 主要焙烤食品企业竞争分析 228

第一节 广东嘉士利集团股份有限公司 228

一、企业概况 228

二、竞争优势分析 229

三、2011-2012年经营状况 230

四、2010-2012年发展战略 230

第二节 上海达能饼干食品有限公司 232

一、企业概况 232

二、竞争优势分析 233

三、2011-2012年经营状况 233

四、2010-2012年发展战略 234

第三节 福建达利食品集团有限公司 238

一、企业概况 238

二、竞争优势分析 240

三、2011-2012年经营状况 241

四、2010-2012年发展战略 242

第四节 徐福记国际集团 245

一、企业概况 245

二、竞争优势分析 246

三、2011-2012年经营状况 246

四、2010-2012年发展战略 247

第五节 好利来实业发展有限公司 250

一、企业概况 250

二、竞争优势分析 250

三、2011-2012年经营状况 251

四、2010-2012年发展战略 252

第六节 北京稻香村食品有限责任公司 265

一、企业概况 265

二、竞争优势分析 266

三、2011-2012年经营状况 266

四、2010-2012年发展战略 268

第七节 上好佳(中国)有限公司 269

- 一、企业概况 269
- 二、竞争优势分析 270
- 三、2011-2012年经营状况 271
- 四、2010-2012年发展战略 272
- 第八节 卡夫食品（中国）有限公司 275
- 一、企业概况 275
- 二、竞争优势分析 276
- 三、2011-2012年经营状况 276
- 四、2010-2012年发展战略 276

第四部分 行业趋势预测

- 第十四章 中国焙烤食品行业发展前景分析 285
- 第一节 2012-2016年焙烤食品市场前景分析 285
- 一、2012-2016年焙烤食品市场发展潜力分析 285
- 二、2012-2016年焙烤食品市场前景分析 285
- 第二节 2012-2016年焙烤食品产品市场前景分析 286
- 一、2012年焙烤食品市场走势分析 286
- 二、2012-2016年焙烤食品市场发展趋势分析 288

第十五章 中国焙烤食品行业发展趋势分析 290

- 第一节 对焙烤食品市场发展预测 290
- 一、2012-2016年焙烤食品市场供给预测 290
- 二、2012-2016年焙烤食品市场需求预测 291
- 三、2012-2016年焙烤食品市场规模预测 291
- 第二节 2012-2016年焙烤食品市场发展趋势 292
- 一、2012-2016年焙烤食品行业发展趋势 292
- 二、2012-2016年焙烤食品市场发展趋势 296

第五部分 投资战略研究

- 第十六章 焙烤食品整体行业发展规划分析 298
- 第一节 2012-2016年焙烤食品行业发展规划分析 298
- 一、焙烤食品行业发展机会分析 298

- 二、焙烤食品行业发展机遇分析 299
- 三、焙烤食品行业发展规划分析 302
- 第二节 2012-2016年焙烤食品行业投资风险分析 317
 - 一、2012-2016年焙烤食品行业市场风险预测 317
 - 二、2012-2016年焙烤食品行业政策风险预测 318
 - 三、2012-2016年焙烤食品行业经营风险预测 328
 - 四、2012-2016年焙烤食品行业竞争风险预测 329
 - 五、2012-2016年焙烤食品行业其他风险预测 329

第十七章 焙烤食品行业投资现状与建议 330

- 第一节 焙烤食品行业投资现状分析 330
 - 一、焙烤食品市场投资现状 330
 - 二、焙烤食品市场投资机会分析 332
 - 三、对焙烤食品市场投资分析 333
- 第二节 2012-2016年焙烤食品行业投资战略分析 336
 - 一、焙烤食品市场投资策略分析 336
 - 二、焙烤食品细分市场投资策略分析 338
 - 三、对焙烤食品行业的投资建议 347

第十八章 中国焙烤食品行业投资战略研究 348

- 第一节 市场策略分析 348
 - 一、焙烤食品价格策略分析 348
 - 二、焙烤食品渠道策略分析 349
- 第二节 对我国焙烤食品品牌的战略思考 349
 - 一、企业品牌的重要性分析 349
 - 二、焙烤食品实施品牌战略的意义 351
 - 三、焙烤食品企业品牌的现状分析 351
 - 四、我国焙烤食品企业的品牌战略 352
 - 五、焙烤食品品牌战略管理的策略 353
- 第三节 焙烤食品企业经营管理策略 357
 - 一、定价策略 357
 - 二、竞争策略 361

三、营销策略 362

四、人力资源 364

图表目录

图表：面包生产工艺 15

图表：面包工艺流程 16

图表：消费者最喜欢吃的饼干品牌 39

图表：购买饼干产品首先考虑的三个因素 40

图表：被访者平均每月会吃几包饼干 40

图表：每包饼干的价格是多少最合适 41

图表：2011-2012年上半年焙烤食品制造总产值 54

图表：2011-2012年上半年焙烤食品制造亏损企业数 54

图表：2011-2012年上半年焙烤食品制造亏损企业亏损总额 55

图表：2011-2012年上半年焙烤食品制造应收帐款净额 55

图表：2011-2012年上半年焙烤食品制造主营业务收入 56

图表：2011-2012年上半年焙烤食品制造主营业务成本 56

图表：2011-2012年上半年焙烤食品制造利润总额 57

图表：2011-2012年上半年焙烤食品制造出口交货值 57

图表：2011年8月-2012年8月制造业PMI指数 67

图表：中国制造业PMI分类指数 69

图表：面包主要渠道类型优缺点比较 72

图表：嘉顿公司渠道模式 74

图表：面包新语和嘉顿公司比较分析 75

图表：2012年1月居民消费价格指数 77

图表：2012年2月居民消费价格指数 77

图表：2012年3月居民消费价格指数 77

图表：2012年4月居民消费价格指数 77

图表：2012年5月居民消费价格指数 78

图表：2012年6月居民消费价格指数 78

图表：2012年7月居民消费价格指数 78

图表：2012年8月居民消费价格指数 78

图表：2012年1月食品零售价格指数 78

图表：2012年2月食品零售价格指数 79

图表：2012年3月食品零售价格指数 79

图表：2012年4月食品零售价格指数 79

图表：2012年5月食品零售价格指数 79

图表：2012年6月食品零售价格指数 79

图表：2012年7月食品零售价格指数 79

图表：2012年8月食品零售价格指数 80

图表：2012年3月粮油、食品类零售值 80

图表：2012年4月粮油、食品类零售值 80

图表：2012年5月粮油、食品类零售值 80

图表：2012年6月粮油、食品类零售值 81

图表：2012年7月粮油、食品类零售值 81

图表：2012年8月粮油、食品类零售值 81

图表：2011-2012年1-8月焙烤食品制造企业单位数 113

图表：2011-2012年1-6月焙烤食品制造从业人员平均人数 113

图表：2011-2012年1-6月焙烤食品制造资产 114

图表：2011-2012年1-6月焙烤食品制造产成品 114

图表：2011-2012年1-6月焙烤食品制造工业销售产值 115

图表：2011-2012年上半年焙烤食品制造销售利润率 115

图表：2011-2012年上半年焙烤食品制造成本费用利润率 116

图表：2011-2012年上半年焙烤食品制造亏损面 116

图表：2011-2012年上半年焙烤食品制造资产负债比率 117

图表：2011-2012年上半年焙烤食品制造利息保障倍数 117

图表：2011-2012年上半年焙烤食品制造应收帐款周转率 118

图表：2011-2012年上半年焙烤食品制造总资产周转率 118

图表：2011-2012年上半年焙烤食品制造总资产增长率 119

图表：2011-2012年上半年焙烤食品制造利润总额增长率 119

图表：2011-2012年上半年焙烤食品制造主营业务收入增长率 120

图表：2008-2012年1-8月糕点产量及增长 131

图表：2008-2012年1-8月饼干产量及增长 132

图表：2012-2016年糕点产量预测 132

图表：2012-2016年饼干产量预测 133

图表：法式面包材料选择 136

图表：我国不同年龄的消费者对于月饼的喜好程度比较表 142

图表：我国消费者对月饼口味的偏好度比较 143

图表：我国月饼消费者购买月饼目的比较 144

图表：我国城市消费者对月饼价格的接受范围比较 144

图表：不同年龄的消费者对于中、西糕点爱好的比例情况 145

图表：影响面包消费者购买的因素比较 146

图表：国内焙烤市场的竞争情况 148

图表：焙烤行业中网络商业营销的情况 151

图表：2011年糕点、面包制造销售产值集中度 157

图表：2011年饼干及其他焙烤食品制造销售产值集中度 158

图表：2011年焙烤食品制造利润总额集中度 158

图表：2011-2012年1-8月北京市焙烤食品制造工业销售产值 170

图表：2011-2012年1-8月山西省焙烤食品制造工业销售产值 170

图表：2011-2012年1-8月天津市焙烤食品制造工业销售产值 171

图表：2011-2012年1-8月内蒙古区焙烤食品制造工业销售产值 171

图表：2011-2012年1-8月海南省焙烤食品制造工业销售产值 172

图表：2011-2012年1-8月广西区焙烤食品制造工业销售产值 172

图表：2011-2012年1-8月广东省焙烤食品制造工业销售产值 173

图表：2011-2012年1-8月湖南省焙烤食品制造工业销售产值 173

图表：2011-2012年1-8月湖北省焙烤食品制造工业销售产值 174

图表：2011-2012年1-8月河南省焙烤食品制造工业销售产值 174

图表：2011-2012年1-8月上海市焙烤食品制造工业销售产值 175

图表：2011-2012年1-8月江苏省焙烤食品制造工业销售产值 175

图表：2011-2012年1-8月浙江省焙烤食品制造工业销售产值 176

图表：2011-2012年1-8月安徽省焙烤食品制造工业销售产值 176

图表：2011-2012年1-8月福建省焙烤食品制造工业销售产值 177

图表：2011-2012年1-8月山东省焙烤食品制造工业销售产值 177

图表：2011-2012年1-8月陕西省焙烤食品制造工业销售产值 178

图表：2011-2012年1-8月甘肃省焙烤食品制造工业销售产值 178

图表：2011-2012年1-8月新疆区焙烤食品制造工业销售产值 179

图表：2011-2012年1-8月青海省焙烤食品制造工业销售产值 179

图表：2011-2012年1-8月黑龙江省焙烤食品制造工业销售产值 180

图表：2011-2012年1-8月吉林省焙烤食品制造工业销售产值 180

图表：2011-2012年1-8月辽宁省焙烤食品制造工业销售产值 181

图表：2011-2012年1-8月贵州省焙烤食品制造工业销售产值 181

图表：2011-2012年1-8月四川省焙烤食品制造工业销售产值 182

图表：2011-2012年1-8月云南省焙烤食品制造工业销售产值 182

图表：2011-2012年1-8月重庆市焙烤食品制造工业销售产值 183

图表：2011-2012年1-8月西藏区焙烤食品制造工业销售产值 183

图表：2011年焙烤食品制造主营业务收入集中度 187

图表：2011年焙烤食品制造总资产集中度 188

图表：2012年1-8月糕点、面包制造销售产值集中度 189

图表：2012年1-8月饼干及其他焙烤食品制造销售产值集中度 189

图表：年产21万吨高档休闲面制烘焙食品拟在建项目 199

图表：年产500吨烘焙类食品建设项目 200

图表：年产2400吨面包糕点类烘焙食品、3000吨预拌粉生产拟在建项目 200

图表：广东嘉士利集团股份有限公司国内销售区域 229

图表：好利来发展促进、影响因素的变化 252

图表：好利来领导风格测试结果分析图 254

图表：好利来企业成熟度分析 255

图表：好利来员工工作满意度分析 256

图表：好利来员工需求分析图 257

图表：好利来员工期望分析 258

图表：2012-2016年糕点、面包制造销售产值预测 291

图表：2012-2016年焙烤食品市场规模预测 291

图表：糕点食品标准 320

图表：糕点质量检验项目表 321

图表：饼干质量检验项目表 325

图表：面包检验项目 327

图表：饼干及其他焙烤食品制造企业排名 351

图表：人力资源战略示意图 365

略.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/217737.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。