



艾凯咨询
ICAN Consulting

2013-2017年中国啤酒市场全景 调研与投资价值研究报告

一、调研说明

《2013-2017年中国啤酒市场全景调研与投资价值研究报告》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/221045.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

2011年全球啤酒的总产量为1900亿升，比前一年略有增加，而销售市场增长速度最快的地区在亚洲和非洲，其中中国不但是全球啤酒消费量最大的国家，也是啤酒生产量最大的国家。2011年，中国境内的酿造厂总共生产啤酒490亿升，占全球产量的四分之一。德国的产量约为96亿升，位居第5，排在前面的还有美国、巴西和俄罗斯。2011年我国啤酒产量比上年同期增长10.7%，自2008年经济危机爆发以来，啤酒产量首次出现两位数增长。产量净增长472万千升。人均占有量为36L，略高于世界平均消费水平。2012年1到8月，啤酒行业累计产量达356亿升，较2011年同期增长4.5%。

从竞争格局来看，我国啤酒业经过二十多年的快速成长，由占点设厂逐渐向资本联姻、战略结盟转变。据统计，截至2010年末我国拥有独立的啤酒企业约为200家，相比鼎盛时期的800家已经减少了34。在经历过去几年激烈的市场竞争和行业整合后，我国啤酒行业逐步从混乱走向了成熟，行业集中度也得到显著提升，四大啤酒巨头青岛、雪花、燕京、百威占据我国啤酒销售接近60%的市场份额以及70%的利润，也标志着我国进入了区域寡头垄断时代，具有全国性和区域性垄断的行业寡头企业的品牌、规模、资本优势非常明显。而规模小、竞争力弱以及不具特色的啤酒企业不断消亡。

受国家拉动内需政策等多重因素影响，市场对啤酒的消费需求正在稳步增长，考虑到目前我国人均啤酒消费量还远低于发达国家人均啤酒消费量，预计未来市场需求将继续增长。我国未来啤酒需求增长主要源三个方面：一是农村啤酒销量的快速增长，农村人均收入突破1000美元后，将带动啤酒消费快速增长；农村人均食品年消费支出基数较小，占总消费性支出的比例还有较大提升空间；二是中西部地区啤酒市场的高速成长，“十一五”期间部分中西部省份的啤酒销量增长迅速。2010年西藏人均消费量已经达到44.29升，排名第九。随着调整收入结构政策的贯彻落实，未来中西部地区的收入将快速增长，啤酒消费的巨大空间将被打开；三是人均啤酒销量将提高，与消费习惯相似的日本（人均啤酒消费50升年）相比，我国人均啤酒消费量至少还有40%的增长空间。此外，未来五年啤酒主要消费群体——20-30岁人口占比的扩大也是支持啤酒消费增长的另一重要因素。

艾凯咨询集团发布的《2013-2017年中国啤酒市场全景调研与投资价值研究报告》共十三章。报告在对啤酒产品行业的市场现状、发展环境、全球市场境况、竞争调查、区域竞争调查、企业竞争调查进行全面、细致研究的基础上，并对啤酒产品行业内重点企业的产品竞争策略和发展动向进行了深入剖析，另外为还对啤酒产品行业未来市场发展趋势进行了判断，旨在为投资者提供高价值的决策参考。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数

据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

第一章 世界啤酒行业现状与发展分析

第一节 世界部分国家啤酒市场分析

一、2012年英国啤酒市场情况分析

二、2012年德国啤酒消费情况分析

三、2012年美国啤酒市场情况分析

四、2012年日本啤酒销售情况分析

第二节 2012年世界啤酒业新品推出情况

一、2012年米勒精制纯生在杭州上市

二、2012年朝日啤酒推出激爽型第三类啤酒

三、2012年英博双鹿

四、2012年百威啤酒推出百威保时捷尊贵纪念装

第二章 中国啤酒行业发展情况分析

第一节 2011-2012年中国啤酒行业发展情况分析

一、2011年中国啤酒行业运行情况分析

二、2011年中国啤酒企业总体运行情况

三、2012年中国啤酒业集中度分析

四、2012年啤酒产品结构调整分析

第二节 2011-2012年啤酒行业技术发展情况分析

一、我国啤酒企业技术水平有待提高

二、科技动力推动燕京啤酒品牌走向国际化

三、2012年中国啤酒酵母及发酵技术研究中心落户南通

四、2012年燕京尝试将太空技术转化到啤酒生产

五、2012年雪津啤酒新产品"冰爽"啤酒江西抚州上市

六、2012年中国国际啤酒技术高峰论坛落幕

七、2012年中国手工自酿啤酒业联盟筹建研讨会举行

第三节 2011-2012年啤酒新品上市情况分析

一、2012年青岛啤酒零度新品

- 二、2012年泰山啤酒新品小原浆新鲜上市
- 三、2012年西藏青稞啤酒新品进军上海市场
- 四、2012年"零度啤酒"全新上市
- 五、2012年啤酒来袭低度抢占市场

第三章 2010-2012年中国啤酒制造业运行数据分析

第一节 2010-2012年中国啤酒制造业行业总体数据分析

- 一、2010年中国啤酒制造业行业全部企业数据分析
- 二、2011年中国啤酒制造业行业全部企业数据分析
- 三、2012年中国啤酒制造业行业全部企业数据分析

第二节 2010-2012年中国啤酒制造业行业不同规模企业数据分析

- 一、2010年中国啤酒制造业行业不同规模企业数据分析
- 二、2011年中国啤酒制造业行业不同规模企业数据分析
- 三、2012年中国啤酒制造业行业不同规模企业数据分析

第三节 2010-2012年中国啤酒制造业行业不同所有制企业数据分析

- 一、2010年中国啤酒制造业行业不同所有制企业数据分析
- 二、2011年中国啤酒制造业行业不同所有制企业数据分析
- 三、2012年中国啤酒制造业行业不同所有制企业数据分析

第四章 啤酒行业上市公司分析

第一节 2011年全国及各省市啤酒产量统计数据

第二节 2012年全国及重点省市啤酒产量分析

第五章 相关竞争行业发展分析

第一节 白酒行业

- 一、2011年白酒行业运行情况分析
- 二、2011年全国及重点省市白酒产量分析
- 三、2012年中国白酒行业整体发展良好
- 四、2012年全国及重点省市白酒产量分析

第二节 葡萄酒行业

- 一、2011年葡萄酒行业运行情况分析
- 二、2011年中国葡萄酒产量

- 三、2011中国葡萄酒进口市场分析
- 四、2011年中国葡萄酒消费量
- 五、2012年中国葡萄酒业分析
- 六、2012年全国及重点省市葡萄酒产量分析

第三节 黄酒行业

- 一、2011年黄酒行业发展分析
- 二、2012年中国黄酒行业展望

第四节 保健酒行业

- 一、保健酒发展分析
- 二、中国保健酒行业发展趋势

第五节 烈性洋酒在中国的发展

- 一、2011年国人境外消费洋酒情况
- 二、高端洋酒品牌的中国式营销

第六章 啤酒生产要素与关联产业分析

第一节 中国啤酒主要原料市场分析

- 一、啤酒制造成本构成
- 二、2011年啤酒原料行业发展分析
- 三、2012年中国啤麦进口价格
- 四、啤酒原料产业应对的措施
- 五、2012中国啤酒原料市场分析研讨会10月将办

第二节 啤酒相关的机械设备分析

- 一、中国啤酒饮料灌装机械业发展分析
- 二、啤酒工业给我国啤酒包装机械制造业带来新的机遇

第三节 啤酒包装发展现状与趋势

- 一、啤酒瓶包装材料市场发展情况
- 二、听装啤酒的包装及灌装技术的发展
- 三、啤酒包装用铝箔生产工艺技术及发展应用
- 四、大容量罐装啤酒在啤酒包装市场的竞争中夺得先机

第七章 中国啤酒市场分析

第一节 中国啤酒市场概况

- 一、中国已经成为世界最大的啤酒市场
 - 二、2011年我国啤酒市场需求
 - 三、2011年我国啤酒人均销量
 - 四、2011年中国啤酒出口贸易市场现状调查分析
 - 五、2012年啤酒销量增长进入稳定、
 - 六、啤酒行业未来增长空间
- 第二节 城市啤酒市场分析与进入策略
- 一、城市啤酒市场特点
 - 二、城市市场的网络结构
 - 三、啤酒企业开拓城市餐饮、
 - 四、啤酒企业开拓城市市场的超市策略
 - 五、啤酒企业开拓城市市场的社区策略
- 第三节 农村啤酒市场分析与进入策略
- 一、农村啤酒市场分析
 - 二、我国农村啤酒市场的拓展策略分析
 - 三、农村啤酒市场的营销策略
- 第四节 中高档啤酒市场
- 一、中高档啤酒市场格局
 - 二、高档及中高档啤酒销量与份额
 - 三、中高档啤酒市场的对策
- 第五节 中国啤酒行业消费新趋势
- 一、市场及产品结构将不断升级和优化
 - 二、注重品牌文化内涵
 - 三、啤酒消费动机、
 - 四、消费口味不断变化，消费呈现多元化
 - 五、消费倾向于便利化和环保，购买渠道多元化
 - 六、更加关注健康和安全
- 第六节 啤酒经销商分析
- 一、公司化啤酒经销商模式
 - 二、啤酒经销商发展重在创新
 - 三、提高经销商素质的有效途径

第八章 中国啤酒区域市场分析

第一节 华北地区

- 一、北京啤酒市场
- 二、天津啤酒市场
- 三、河北啤酒市场
- 四、山西啤酒市场
- 五、内蒙古啤酒市场

第二节 华东地区

- 一、上海啤酒市场
- 二、江西啤酒市场
- 三、浙江啤酒市场
- 四、福建啤酒市场
- 五、山东啤酒市场
- 六、江苏啤酒市场
- 七、安徽啤酒市场

第三节 华南地区啤酒市场

- 一、海南啤酒市场
- 二、广东啤酒市场
- 三、深圳啤酒市场
- 四、广西啤酒市场

第四节 华中地区啤酒市场

- 一、河南啤酒市场
- 二、湖南啤酒市场
- 三、湖北啤酒市场

第五节 东北地区啤酒市场

- 一、黑龙江啤酒市场
- 二、辽宁啤酒市场
- 三、吉林啤酒市场

第六节 西北地区啤酒市场

- 一、国内啤酒市场西北新格局
- 二、陕西啤酒市场
- 三、甘肃啤酒市场

四、新疆啤酒市场

第七节 西南地区啤酒市场

一、云南啤酒市场

二、四川啤酒市场

三、成都啤酒市场

四、重庆啤酒市场

五、贵州啤酒市场

第九章 中国啤酒行业营销策略分析

第一节 中国啤酒业的营销模式及发展趋势

一、五种营销模式

二、啤酒业中的"中国特色"

三、啤酒营销成本占比

四、2012年中国啤酒行业营销模式发展趋势

五、2012年外资啤酒营销转型情况调查分析

第三节 啤酒旺季营销策略分析

一、促销渠道：各有门道

二、促销方式：开盖有奖成风尚

三、促销效果：让利是关键

四、全国市场：雪花促销最多

第四节 啤酒夜场营销策略分析

一、产品选择

二、价格定位

三、促销策略

第五节 啤酒营销案例分析

一、华润啤酒品牌营销策略

二、青岛啤酒体育营销策略

三、珠江啤酒的"轻松营销"模式

第十章 中国啤酒行业竞争状况分析

第一节 2012年中国啤酒行业竞争格局分析

一、2012年中国啤酒业竞争格局

- 二、啤酒行业集中度持续提升趋势明显
- 三、2012年中国区域竞争格局
- 四、行业竞争格局即将形成
- 五、竞争格局稳定后盈利能力提升的期待

第二节 速度管理提高啤酒企业竞争能力

- 一、速度管理的定义
- 二、速度管理在啤酒企业运用的要点
- 三、啤酒企业的速度管理模式探讨

第三节 啤酒行业突围策略

- 一、啤酒行业格局的困惑
- 二、啤酒企业的突破路径
- 三、啤酒行业的竞争趋势

第四节 中国啤酒行业竞争趋势

- 一、行业集中度仍将提升
- 二、大格局基本稳定
- 三、外资战略布局将放缓

第十一章 国内啤酒主要企业分析

第一节 青岛啤酒股份有限公司

- 一、公司情况
- 二、2012年企业经营情况分析
- 三、2009-2012年企业财务数据分析
- 四、2012年公司发展展望及策略

第二节 华润啤酒集团

- 一、公司情况
- 二、2011年雪花啤酒全国销量第一
- 三、2012年企业经营情况分析
- 四、2012年企业生产布局情况分析
- 五、雪花啤酒坚持实施个性化发展策略
- 六、雪花啤酒品牌营销策略研究

第三节 北京燕京啤酒股份有限公司

- 一、公司情况

二、2012年企业经营情况分析

三、2009-2012年企业财务数据分析

四、2012年公司发展展望及策略

五、燕京啤酒品牌营销策略研究

第四节 广州珠江啤酒股份有限公司

一、公司情况

二、2012年企业经营情况分析

三、2009-2012年企业财务数据分析

四、2012年公司发展展望及策略

五、低碳珠江啤酒领跑行业发展

六、2012年珠江啤酒"北上"拓展

第五节 哈尔滨啤酒集团

一、公司情况

二、哈啤强化新管理体系实施情况

三、2012年哈尔滨啤酒全力赞助NBA

第六节 深圳金威啤酒有限公司

一、公司情况

二、2012年企业经营情况分析

三、2012年金威啤酒将出售

第七节 福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司

一、公司情况

二、2012年企业经营情况分析

三、2009-2012年企业财务数据分析

四、2012年公司发展展望及策略

第八节 重庆啤酒股份有限公司

一、公司情况

二、2012年企业经营情况分析

三、2009-2012年企业财务数据分析

四、2012年公司发展展望及策略

第九节 金星啤酒集团有限公司

一、公司概况

二、金星啤酒的品牌战略研究

三、2012年金星啤酒扩充生产线

第十节 福建雪津啤酒有限公司

一、公司概况

二、2012年雪津啤酒NBA中国市场合作伙伴

三、雪津啤酒品牌发展策略

第十二章 2013-2017年中国啤酒行业发展环境与趋势分析

第一节 中国啤酒行业宏观经济环境分析及预测

一、2013年经济运行形势分析及展望

二、十二五中国经济增长预测

第二节 2013-2017年中国啤酒产业的发展趋势

一、中国啤酒产业行业结构发展趋势

二、中国啤酒产业市场结构发展趋势

三、中国啤酒行业的竞争格局基本确定

四、啤酒市场越来越呈现出高端化的趋势

五、2013-2017年中国啤酒收入预测

六、2013-2017年中国啤酒净利润预测

第三节 2013-2017年啤酒行业市场发展机会分析

一、需求增长

二、消费习惯转变引导啤酒产业新趋势

三、行业净利润率将提升

第十三章 2013-2017年中国啤酒行业发展战略分析

第一节 中国啤酒品牌的蓝海战略

一、中国啤酒品牌的"蓝海"

二、中国目前啤酒品牌态势

三、中国啤酒品牌"蓝海"之路让人堪忧

四、中国主流啤酒品牌蓝海战略建议

五、中国啤酒品牌发展趋势预测

第二节 中国啤酒行业品牌突围策略

一、啤酒业进入新寡头时代

二、巨头的扩张

三、整合与利润

第三节 中国区域啤酒品牌发展的策略分析

一、中国啤酒区域品牌现状

二、中国啤酒区域品牌成功对抗全国性品牌的策略

第四节 中国啤酒国际化发展策略

一、中国啤酒业国际化发展现状

二、中国啤酒企业的国际化风险

三、中国啤酒业国际化发展策略

四、青岛啤酒国际化发展策略

图表目录

图表：2011年1-12月啤酒制造业主要经济指标全国统计数据

图表：2012年1-6月啤酒制造业主要经济指标全国统计数据

图表：2011年1-12月全国及各省市啤酒产量统计数据

图表：2012年1-8月全国及各省市啤酒产量统计数据

图表：2011年1-12月全国及各省市白酒(折65度，商品量)产量统计数据

图表：2012年1-8月全国及各省市白酒(折65度，商品量)产量统计数据

图表：2010年与2011年全国及各省市葡萄酒产量及增长率统计数据

图表：2012年1-8月全国及各省市葡萄酒产量统计数据

图表：啤酒制造成本构成

图表：全球大麦供求平衡表预测

图表：2011年1至12月我国大麦进口数量

图表：2009-2012年7月我国单月啤酒大麦进口平均单价（美元吨）

图表：2009年以来我国海关大麦进口均价（美元吨）及同比增幅

图表：全球啤酒人均消费量（2010）

图表：各地区城镇居民家庭人均"酒和饮料"年消费支出

图表：我国各省啤酒人均产量占有（2011）

图表：2011年各省啤酒产量占比

图表：2009-2011年3年累计行业增量贡献度

图表：1957-2011年我国啤酒行业历史产量

图表：2012年北京市场部分啤酒价格统计表

图表：2012年1-5月广东省13

图表：2012年沈阳市场部分啤酒价格统计表

图表：重庆主要啤酒品牌市场份额

图表：2011年啤酒行业Top10行业集中度

图表：2011年啤酒行业2011年CR4为58%

图表：我国啤酒行业的三个梯队

图表：四大啤酒企业2010-2011年收购案

图表：啤酒行业20万吨以上企业股权结构

图表：2011年啤酒行业区域竞争格局

图表：三大啤酒企业经营战略

图表：四大啤酒企业2011年来的新建项目

图表：2009-2016年啤酒行业集中度预测

图表：2011年青岛啤酒股份有限公司主营构成数据分析表

图表：2012年上半年青岛啤酒股份有限公司主营构成数据分析表

图表：2009-2012年青岛啤酒股份有限公司主要财务数据分析表

图表：2009-2012年青岛啤酒股份有限公司利润构成与盈利能力分析表

图表：2009-2012年青岛啤酒股份有限公司资产与负债分析表

图表：2009-2012年青岛啤酒股份有限公司经营能力分析表

图表：2009-2012年青岛啤酒股份有限公司发展能力分析表

图表：2011年北京燕京啤酒股份有限公司主营构成数据分析表

图表：2012年上半年北京燕京啤酒股份有限公司主营构成数据分析表

图表：2009-2012年北京燕京啤酒股份有限公司主要财务数据分析表

图表：2009-2012年北京燕京啤酒股份有限公司利润构成与盈利能力分析表

图表：2009-2012年北京燕京啤酒股份有限公司资产与负债分析表

图表：2009-2012年北京燕京啤酒股份有限公司经营能力分析表

图表：2009-2012年北京燕京啤酒股份有限公司发展能力分析表

图表：2011年广州珠江啤酒股份有限公司主营构成数据分析表

图表：2012年上半年广州珠江啤酒股份有限公司主营构成数据分析表

图表：2009-2012年广州珠江啤酒股份有限公司主要财务数据分析表

图表：2009-2012年广州珠江啤酒股份有限公司利润构成与盈利能力分析表

图表：2009-2012年广州珠江啤酒股份有限公司资产与负债分析表

图表：2009-2012年广州珠江啤酒股份有限公司经营能力分析表

图表：2009-2012年广州珠江啤酒股份有限公司发展能力分析表

图表：2011年福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司主营构成数据分析表

图表：2012年上半年福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司主营构成数据分析表

图表：2009-2012年福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司主要财务数据分析表

图表：2009-2012年福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司利润构成与盈利能力分析表

图表：2009-2012年福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司资产与负债分析表

图表：2009-2012年福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司经营能力分析表

图表：2009-2012年福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司发展能力分析表

图表：2011年重庆啤酒股份有限公司主营构成数据分析表

图表：2012年上半年重庆啤酒股份有限公司主营构成数据分析表

图表：2009-2012年重庆啤酒股份有限公司主要财务数据分析表

图表：2009-2012年重庆啤酒股份有限公司利润构成与盈利能力分析表

图表：2009-2012年重庆啤酒股份有限公司资产与负债分析表

图表：2009-2012年重庆啤酒股份有限公司经营能力分析表

图表：2009-2012年重庆啤酒股份有限公司发展能力分析表

图表：2002年 季度—2012年 季度国内生产总值季度累计同比增长率（%）

图表：2011年1季度-2012年2季度国内生产总值同比增长速度

图表：2002年6月—2012年6月工业增加值月度同比增长率（%）

图表：2011年-2012年6月规模以上工业增加值增速（月度同比）

图表：2002年6月—2012年6月社会消费品零售总额月度同比增长率（%）

图表：2011年1月—2012年6月社会消费品零售总额月度同比增长率（%）

图表：2002年1-6月—2012年1-6月固定资产投资完成额月度累计同比增长率（%）

图表：2011年—2012年1-6月固定资产投资完成额同比增长率（%）

图表：2011年—2012年1-6月房地产开发投资同比增长率（%）

图表：2002年6月—2012年6月出口总额月度同比增长率与进口总额月度同比增长率（%）

）

图表：2002年6月—2012年6月居民消费价格指数（上年同月=100）

图表：2011年1月—2012年6月居民消费价格指数同比上涨情况（%）

图表：2002年6月—2012年6月工业品出厂价格指数（上年同月=100）

图表：2011年1月—2012年6月工业品出厂价格指数同比上涨情况（%）

图表：2002年6月—2012年6月货币供应量月度同比增长率（%）

图表：我国啤酒业发展各阶段特点

图表：我国各阶段产量及增长情况

图表：贝恩市场类型划分

图表：国内啤酒行业集中度趋势

图表：2010年啤酒行业市场份额情况

图表：国际主要啤酒生产国行业集中度比较

图表：2010年国内啤酒企业的盈利能力对比

图表：啤酒行业简单划分为四个梯队

图表：我国啤酒行业现阶段竞争格局

图表：主要外资啤酒企业在华布局

图表：2011年国内外啤酒公司销量比较

图表：2011年国内外啤酒吨酒价

图表：2001-2011年国内外啤酒公司毛利率水平

图表：2001-2011年三家啤酒公司历史吨酒价增速

图表：2011年国内外啤酒公司费用率水平

图表：2011年国内外啤酒公司营业利润率水平

图表：啤酒行业前4家企业收入、净利润空间测算

图表：2004-2011年啤酒产量、销量及增速情况

图表：城镇化率与啤酒消费的相关性

图表：城镇居民可支配收入与啤酒销量的相关关系

图表：农村居民可支配收入与啤酒销量的相关关系

图表：餐饮业增加值与啤酒消费的相关性

图表：啤酒销量影响因素统计

图表：在三种假设状态下啤酒消费量增长测算

图表：人均啤酒消费量对比

图表：各国人均啤酒消费与人均GDP的正相关性

图表：各地区啤酒产量增速及人均产量情况（万千升）

图表：近五年产量增长幅度排名前10位省市

图表：德国果汁啤酒上市后销售量统计

图表：我国酒企推出的新高端纯生啤酒

图表：对比2010年四国纯生啤酒销量占比

图表：国内前三啤酒企业的优势市场

图表：雪花、青啤、燕啤的吨酒收入走势

图表：青啤、燕啤和华润创业的营销费用率走势

通过《2013-2017年中国啤酒市场全景调研与投资价值研究报告》，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、销售网络和企业的发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/221045.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。