



艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2020年中国酿酒业市场分 析预测及投资战略研究报告

一、调研说明

《2015-2020年中国酿酒业市场分析预测及投资战略研究报告》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/252454.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

第一部分 酿酒业现状综述 15

第一章 2009-2014年中国酿酒行业运行状况分析 15

第一节 中国酿酒业发展历程 15

第二节 2009-2014年中国酿酒业现状综述 20

一、中国酿酒业初步形成"好而快"的发展趋势 20

二、中国酿酒业吹响集结号 积极推进清洁生产工作 20

三、近几年中国酿酒业利税总额分析 21

第三节 2009-2014年我国酿酒深度剖析 22

一、我国酿酒业成本与利润分析 22

二、上游行业我国酿酒业的影响分析 22

三、酒类公司资本市场表现 30

第四节 2009-2014年我国酿酒行业发展存在的问题与对策分析 31

第二章 2005-2014年中国酿酒行业运行经济指标监测与分析 33

第一节 2009-2014年中国酿酒行业数据统计与监测分析 33

一、2009-2014年中国酿酒行业企业数量增长分析 33

二、2009-2014年中国酿酒行业从业人数调查分析 33

三、2005-2014年中国酿酒行业总销售收入分析 34

四、2005-2014年中国酿酒行业利润总额分析 34

五、2005-2014年中国酿酒行业投资资产增长性分析 35

第二节 2014年1-9月中国酿酒行业最新数据统计与监测分析 35

一、企业数量与分布 35

二、销售收入 36

三、利润总额 36

四、从业人数 37

第三节 2014年1-9月中国酿酒行业投资状况监测 37

一、行业资产区域分布 37

二、主要省市投资增速对比 38

第三章 2009-2014年中国酿酒业产量数据分析 39

第一节 2009-2014年中国白酒行业产品产量分析 39

一、2009-2014年中国及重点省市白酒产量统计分析 39

| | |
|--------------------------------|----|
| 二、2014年中国及重点省市白酒产量统计 | 46 |
| 三、白酒产量增长性分析 | 48 |
| 第二节 2009-2014年中国啤酒行业产品产量分析 | 49 |
| 一、2013-2014年中国及重点省市啤酒产量统计分析 | 49 |
| 二、2014年中国及重点省市啤酒产量统计 | 57 |
| 三、啤酒产量增长性分析 | 59 |
| 第三节 2009-2014年中国黄酒行业产品产量分析 | 60 |
| 一、2013-2014年中国及重点省市黄酒产量统计分析 | 60 |
| 二、2014年中国及重点省市黄酒产量统计 | 61 |
| 三、黄酒产量增长性分析 | 61 |
| 第四节 2009-2014年中国葡萄酒行业产品产量分析 | 62 |
| 一、2013-2014年中国及重点省市葡萄酒产量统计分析 | 62 |
| 二、2014年中国及重点省市葡萄酒产量统计 | 68 |
| 三、葡萄酒产量增长性分析 | 69 |
| 第四章 2009-2014年中国酿酒业细分产品进出口数据监测 | 71 |
| 第一节 2001-2014年中国白酒进出口贸易分析 | 71 |
| 一、白酒进出口量值 | 71 |
| 二、白酒进出口单价 | 71 |
| 三、白酒主要进出口国家及地区 | 72 |
| 四、白酒进出口省市分析 | 72 |
| 第二节 2001-2014年中国麦芽酿造的啤酒进出口贸易分析 | 73 |
| 一、麦芽酿造的啤酒进出口量值 | 73 |
| 二、麦芽酿造的啤酒进出口单价 | 74 |
| 三、麦芽酿造的啤酒主要进出口国家及地区 | 74 |
| 四、麦芽酿造的啤酒进出口省市分析 | 74 |
| 第三节 2001-2014年中国葡萄酒进出口贸易分析 | 75 |
| 一、葡萄酒进出口量值 | 75 |
| 二、葡萄酒进出口单价 | 75 |
| 三、葡萄酒主要进出口国家及地区 | 76 |
| 四、葡萄酒进出口省市分析 | 76 |
| 第四节 2009-2014年中国黄酒进出口数据统计情况 | 77 |
| 一、2009-2014年中国黄酒出口量及金额统计 | 77 |

| | |
|------------------------------|----|
| 二、2009-2014年中国黄酒进口量及金额统计 | 77 |
| 三、2009-2014年中国黄酒进出口价格分析 | 78 |
| 第二部分 中国酿酒细分市场运行形势分析 | 79 |
| 第五章 2009-2014年中国白酒制造业市场运行分析 | 79 |
| 第一节 2014年白酒制造行业主要企业竞争力指标对比分析 | 79 |
| 一、盈利指标对比 | 79 |
| 二、资产负债指标对比 | 79 |
| 三、运营能力指标对比 | 80 |
| 四、主要企业成本费用构成情况及对比 | 80 |
| 第二节 2009-2014年中国白酒业集中度分析 | 81 |
| 一、产品产量区域分布 | 81 |
| 二、生产企业的集中分布 | 83 |
| 三、市场集中度分析 | 84 |
| 第三节 2009-2014年中国白酒市场亮点 | 84 |
| 一、中档酒是新生白酒品牌的最佳立足空间 | 84 |
| 二、餐饮终端是白酒企业的竞争焦点 | 84 |
| 三、渠道价值仍然不可低估 | 85 |
| 四、促销方式以单纯产品促销为主 | 85 |
| 五、地域市场品牌及商务用酒占消费主流 | 86 |
| 第四节 2009-2014年中国白酒市场格局 | 86 |
| 一、中高档白酒市场 | 86 |
| 二、流通渠道市场 | 89 |
| 三、终端白酒市场 | 91 |
| 四、促销白酒市场 | 93 |
| 五、区域细分市场 | 94 |
| 第六章 2009-2014年中国啤酒制造业发展情况分析 | 96 |
| 第一节 2009-2014年中国啤酒市场总体概况 | 96 |
| 一、我国啤酒市场平稳发展 | 96 |
| 二、我国啤酒市场进入价格提升周期 | 97 |
| 三、我国啤酒季节性与消费区域特性分析 | 98 |
| 第二节 2009-2014年我国啤酒细分市场运行透析 | 98 |
| 一、城市啤酒市场网络构成 | 98 |

| | |
|-------------------------------|-----|
| 二、国内农村啤酒市场潜力巨大 | 99 |
| 三、中高档啤酒成为啤酒市场利润引擎 | 100 |
| 第七章 2009-2014年中国葡萄酒制造业运行分析 | 101 |
| 第一节 2009-2014年中国葡萄酒发展现状分析 | 101 |
| 一、我国跻身全球十大葡萄酒消费国 | 101 |
| 二、中国葡萄酒消费增幅居全球之冠 | 101 |
| 三、我国葡萄酒人均消费水平偏低 | 102 |
| 四、新国标促葡萄酒行业洗牌 | 103 |
| 五、北京奥运是中国葡萄酒行业新起跑线 | 103 |
| 六、葡萄酒行业进入高速增长期 | 104 |
| 七、葡萄酒"四大品牌"产量已占全国半壁江山 | 104 |
| 八、国产葡萄酒向高端转型 | 104 |
| 九、进口葡萄酒在国内面临价格瓶颈 | 105 |
| 第二节 2009-2014年中国葡萄酒品牌市场运行分析 | 105 |
| 一、集中度较高，国产品牌占据优势 | 105 |
| 二、品牌忠诚度都较高，长城高居首位 | 106 |
| 三、葡萄酒更容易被高收入的中青年人群所接受 | 107 |
| 第三节 2009-2014年中国葡萄酒国际化分析 | 107 |
| 一、国产葡萄酒商国际化路径渐宽 | 107 |
| 二、中国葡萄酒三巨头加速国际化 | 108 |
| 三、中国葡萄酒国际化道路如何开展 | 111 |
| 第四节 2009-2014年中国高端葡萄酒市场动态分析 | 112 |
| 一、期酒搅热中国高端葡萄酒市场 | 112 |
| 二、我国高端葡萄酒市场走势分析 | 113 |
| 第五节 制约中国葡萄酒业发展的问题分析 | 115 |
| 一、关于葡萄酒的种类问题 | 115 |
| 二、葡萄的品种及区域问题 | 116 |
| 三、种植加工一体化问题 | 116 |
| 四、葡萄酒质量等级制问题 | 117 |
| 五、葡萄酒文化的发展问题 | 117 |
| 六、葡萄酒的营销问题 | 118 |
| 第八章 2009-2014年中国黄酒与其他酒制造业运行分析 | 120 |

| | |
|-------------------------------|-----|
| 第一节2009-2014年中国黄酒业运行总况 | 120 |
| 一、我国黄酒行业步入加速上升阶段 | 120 |
| 二、我国黄酒工业结构升级的表现模式 | 120 |
| 第二节 2009-2014年我国黄酒市场发展状况分析 | 120 |
| 一、黄酒市场由江浙沪向全国范围扩延 | 120 |
| 二、中国黄酒占领日本黄酒市场 | 120 |
| 三、四大问题阻碍黄酒市场突破性增长 | 121 |
| 第三节 2009-2014年中国黄酒行业市场特征分析 | 121 |
| 一、黄酒"区域经济"特征显著 | 121 |
| 二、企业规模效应差 | 122 |
| 三、低价同质化竞争明显 | 122 |
| 四、黄酒市场进入者增多 | 122 |
| 五、黄酒科技创新明显 | 122 |
| 六、技术装备水平不断提高 | 123 |
| 七、品牌培育受到企业充分重视 | 123 |
| 第四节 2009-2014年我国黄酒市场消费行为分析 | 124 |
| 一、国内黄酒消费市场的分布 | 124 |
| 二、中国黄酒市场消费现状分析 | 124 |
| 三、解析制约黄酒消费的瓶颈 | 127 |
| 第五节 2009-2014年中国黄酒业的市场潜力分析 | 127 |
| 一、黄酒消费特性分析 | 127 |
| 二、中国黄酒业市场容量分析 | 128 |
| 三、中国黄酒业的市场规模 | 128 |
| 第三部分 2009-2014年中国酿酒行业市场竞争格局分析 | 130 |
| 第九章 2009-2014年中国酿酒行业竞争状况分析 | 130 |
| 第一节 2009-2014年我国酿酒行业竞争激烈分析 | 130 |
| 一、我国酿酒行业竞争激烈 | 130 |
| 二、我国酿酒竞争力体现 | 130 |
| 第二节2009-2014年我国酿酒行业集中度分析 | 130 |
| 一、产品产量区域分布 | 130 |
| 二、生产企业的集中分布 | 131 |
| 三、市场集中度分析 | 132 |

第三节2009-2014年我国酿酒行业与世界洋酒比较分析 133

第四节2009-2014年影响我国酿酒行业发展的因素分析 133

第十章 2009-2014年中国酿酒行业区域发展格局分析 135

第一节 四川省 135

一、四川省酿酒制造业在全国地位 135

二、四川省酿酒制造业主要生产企业 135

三、四川省酿酒制造业经济运行状况 135

四、四川省酿酒制造业发展趋势预测 135

第二节 山东省 136

一、2013年山东省酿酒制造业在全国地位 136

二、山东省酿酒业主要生产企业 136

三、山东省酿酒制造业经济运行状况 136

四、山东省酿酒制造业发展趋势预测 136

第三节 贵州省 137

一、2013年贵州省酿酒制造业在全国地位 137

二、贵州省酿酒业主要生产企业 137

三、贵州省酿酒制造业经济运行状况 137

四、贵州省酿酒制造业发展趋势预测 138

第四节 河南省 138

一、2013年河南省酿酒制造业在全国地位 138

二、河南省酿酒制造业主要生产企业 139

三、河南省酿酒制造业经济运行状况 139

四、河南省酿酒制造业发展趋势预测 140

第五节 湖北省 144

一、2013年湖北省酿酒业在全国地位 144

二、湖北省酿酒业主要生产企业 144

三、湖北省酿酒业经济运行状况 144

四、湖北省酿酒制造业发展趋势预测 144

第十一章 2009-2014年中国酿酒著名企业运营情况分析 145

第一节 白酒 145

一、贵州茅台酒股份有限公司 145

二、宜宾五粮液股份有限公司 153

| | |
|----------------------------------|-----|
| 三、泸州老窖股份有限公司 | 161 |
| 四、四川沱牌曲酒股份有限公司 | 169 |
| 五、四川水井坊股份有限公司 | 179 |
| 六、山西杏花村汾酒厂股份有限公司 | 186 |
| 七、安徽古井贡酒股份有限公司 | 193 |
| 八、酒鬼酒股份有限公司 | 201 |
| 第二节 啤酒 | 208 |
| 一、青岛啤酒 | 208 |
| 二、燕京啤酒 | 218 |
| 第三节 葡萄酒 | 228 |
| 一、张裕葡萄酿酒股份有限公司分析 | 228 |
| 二、通化葡萄酒股份有限公司 | 236 |
| 三、中国长城葡萄酒有限公司 | 242 |
| 第四节 黄酒 | 242 |
| 一、浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司 | 242 |
| 二、浙江中国轻纺城集团股份有限公司 | 250 |
| 三、上海金枫酒业股份有限公司 | 258 |
| 第四部分 2015-2020年中国酿酒行业发展前景与投资规划分析 | 266 |
| 第十二章 2015-2020年中国酿酒行业发展趋势分析 | 266 |
| 第一节 2015-2020年我国酿酒行业整体发展前景分析 | 266 |
| 第二节 2015-2020年我国酿酒各子行业发展前景分析 | 267 |
| 一、白酒行业景气持续看好 | 267 |
| 二、啤酒市场分层明显 | 268 |
| 三、葡萄酒转向奢侈消费 | 268 |
| 四、黄酒：加大营销力度，行业集中度提高 | 268 |
| 第十三章 2015-2020年中国酿酒行业投资前景分析 | 270 |
| 第一节 2015-2020年我国酿酒行业投资概况分析 | 270 |
| 一、投资周期分析 | 270 |
| 二、投资环境分析 | 270 |
| 第二节 2015-2020年我国酿酒行业投资机会分析 | 271 |
| 一、投资热点分析 | 271 |
| 二、与产业链相关投资机会分析 | 271 |

第三节 2015-2020年我国酿酒行业投资风险分析 272

一、政策风险 272

二、结构调整风险 273

三、市场风险 274

四、渠道风险 275

五、原材料风险 275

图表目录：

图表 1 2009-2014年我国酿酒行业利税总额分析 21

图表 2 2008-2014年中国玉米平衡表 23

图表 3 2009-2014年全球玉米供需情况 26

图表 4 2002-2014年世界和美国玉米消费库存比图 27

图表 5 全国36个大中城市肉禽蛋平均价走势图 28

图表 6 美盘玉米期货指数走势图 29

图表 7 2009-2014年中国酿酒行业企业数量增长分析 33

图表 8 2009-2014年中国酿酒行业从业人数调查分析 33

图表 9 2009-2014年中国酿酒行业产品销售收入分析 34

图表 10 2009-2014年中国酿酒行业利润总额分析 34

图表 11 2009-2014年中国酿酒行业投资资产增长性分析 35

图表 12 2014年中国酿酒行业企业数量分析 35

图表 13 2014年中国酿酒行业产品销售收入分析 36

图表 14 2014年中国酿酒行业产品利润总额分析 36

图表 15 2014年中国酿酒行业从业人数分析 37

图表 16 2014年中国酿酒行业总资产周转率分析 38

图表 17 2014年中国酿酒行业投资区域分析 38

图表 18 2014年1-9月我国白酒各省市产量分析 39

图表 19 2013年1-12月我国白酒各省市产量分析 46

图表 20 2010-2014年9月我国白酒产量分析 48

图表 21 2010-2014年9月我国白酒产量增长性分析 49

图表 22 2014年1-9月我国啤酒各省市产量分析 49

图表 23 2013年1-12月我国啤酒各省市产量分析 57

图表 24 2010-2014年9月我国啤酒产量分析 59

图表 25 2010-2014年9月我国啤酒产量增长性分析 60

图表 26 2014年1-9月我国黄酒产量分析 60

图表 27 2014年1-9月我国黄酒产量分析 61

图表 28 2014年1-9月我国黄酒产量增长性分析 61

图表 29 2014年1-9月我国葡萄酒产量分析 62

图表 30 2013年1-12月我国葡萄酒产量分析 68

图表 31 2010-2014年9月我国葡萄酒产量分析 69

图表 32 2010-2014年9月我国葡萄酒产量增长性分析 70

图表 33 2009-2014年我国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料进出口分析 71

图表 34 2009-2014年我国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料仅出口均价分析 71

图表 35 2014年我国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料出口目的地分析 72

图表 36 2014年我国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料出口省市分析 72

图表 37 2009-2014年我国麦芽酿造的啤酒进出口分析 73

图表 38 2009-2014年我国麦芽酿造的啤酒进出口均价分析 74

图表 39 2014年我国麦芽酿造的啤酒出口目的地分析 74

图表 40 2014年我国麦芽酿造的啤酒出口省市分析 75

图表 41 2009-2014年我国鲜葡萄酿造的酒；2009以外的酿酒葡萄汁进出口分析 75

图表 42 2009-2014年我国鲜葡萄酿造的酒；2009以外的酿酒葡萄汁进出口均价分析 76

图表 43 2014年我国鲜葡萄酿造的酒；2009以外的酿酒葡萄汁出口目的地分析 76

图表 44 2014年我国鲜葡萄酿造的酒；2009以外的酿酒葡萄汁出口省市分析 76

图表 45 2009-2014年我国其他发酵饮料；未列名的发酵饮料的混合物出口分析 77

图表 46 2009-2014年我国其他发酵饮料；未列名的发酵饮料的混合物进口分析 77

图表 47 2009-2014年我国其他发酵饮料；未列名的发酵饮料的混合物进出口均价分析 78

图表 48 2014年我国白酒制造行业主要企业盈利能力分析 79

图表 49 2014年我国白酒制造行业主要企业资产负债分析 79

图表 50 2014年我国白酒制造行业主要企业运营能力分析 80

图表 51 2014年我国白酒制造行业主要企业成本费用利润率分析 80

图表 52 2014年1-9月中国白酒产量分省市统计 81

图表 53 2014年1-9月中国白酒产量区域分布 82

图表 54 2014年中国白酒业企业市场份额分布 83

图表 55 2014年我国酿酒行业产品产量集中度分析 130

图表 56 2014年我国酿酒行业企业市场份额分析 131

图表 57 2010-2014年9月贵州茅台资产负债表 145

| | |
|-----------------------------|-----|
| 图表 58 2010-2014年9月贵州茅台利润表 | 148 |
| 图表 59 2010-2014年9月贵州茅台财务指标 | 150 |
| 图表 60 2010-2014年9月五粮液资产负债表 | 153 |
| 图表 61 2010-2014年9月五粮液利润表 | 156 |
| 图表 62 2010-2014年9月五粮液财务指标 | 158 |
| 图表 63 2010-2014年9月泸州老窖资产负债表 | 162 |
| 图表 64 2010-2014年9月泸州老窖利润表 | 164 |
| 图表 65 2010-2014年9月泸州老窖财务指标 | 166 |
| 图表 66 2010-2014年9月沱牌曲酒资产负债表 | 172 |
| 图表 67 2010-2014年9月沱牌曲酒利润表 | 174 |
| 图表 68 2010-2014年9月沱牌曲酒财务指标 | 175 |
| 图表 69 2010-2014年9月水井坊资产负债表 | 179 |
| 图表 70 2010-2014年9月水井坊利润表 | 182 |
| 图表 71 2010-2014年9月水井坊财务指标 | 183 |
| 图表 72 2010-2014年9月山西汾酒资产负债表 | 187 |
| 图表 73 2010-2014年9月山西汾酒利润表 | 189 |
| 图表 74 2010-2014年9月山西汾酒财务指标 | 190 |
| 图表 75 2010-2014年9月古井贡酒资产负债表 | 195 |
| 图表 76 2010-2014年9月古井贡酒利润表 | 197 |
| 图表 77 2010-2014年9月古井贡酒财务指标 | 198 |
| 图表 78 2010-2014年9月酒鬼酒资产负债表 | 202 |
| 图表 79 2010-2014年9月酒鬼酒利润表 | 204 |
| 图表 80 2010-2014年9月酒鬼酒财务指标 | 205 |
| 图表 81 2010-2014年9月青岛啤酒资产负债表 | 210 |
| 图表 82 2010-2014年9月青岛啤酒利润表 | 214 |
| 图表 83 2010-2014年9月青岛啤酒财务指标 | 215 |
| 图表 84 2010-2014年9月燕京啤酒资产负债表 | 220 |
| 图表 85 2010-2014年9月燕京啤酒利润表 | 223 |
| 图表 86 2010-2014年9月燕京啤酒财务指标 | 225 |
| 图表 87 2010-2014年9月张裕A资产负债表 | 229 |
| 图表 88 2010-2014年9月张裕A利润表 | 231 |
| 图表 89 2010-2014年9月张裕A财务指标 | 233 |

图表 90 2010-2014年9月*ST通葡资产负债表 236
图表 91 2010-2014年9月*ST通葡利润表 238
图表 92 2010-2014年9月*ST通葡财务指标 239
图表 93 2010-2014年9月古越龙山资产负债表 243
图表 94 2010-2014年9月古越龙山利润表 246
图表 95 2010-2014年9月古越龙山财务指标 247
图表 96 2010-2014年9月轻纺城资产负债表 251
图表 97 2010-2014年9月轻纺城利润表 254
图表 98 2010-2014年9月轻纺城财务指标 255
图表 99 2010-2014年9月金枫酒业资产负债表 259
图表 100 2010-2014年9月金枫酒业利润表 261
图表 101 2010-2014年9月金枫酒业财务指标 262
图表 102 2015-2020年我国酿酒行业投资收益预测分析 270

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/252454.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提供投资咨询报告、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。