



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国坚果市场发展 现状及战略咨询报告

一、调研说明

《2016-2022年中国坚果市场发展现状及战略咨询报告》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/278317.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

坚果，闭果的一个分类，果皮坚硬，内含1粒种子。如板栗等的果实。坚果是植物的精华部分，一般都营养丰富，含蛋白质、油脂、矿物质、维生素较高，对人体生长发育、增强体质、预防疾病有极好的功效。

坚果中分别含有蛋白质36.0%、脂肪58.8%、碳水化合物72.6%，还含有维生素（维生素B、E等）、微量元素（磷、钙、锌、铁）、膳食纤维等。另外，其中还含有单、多不饱和脂肪酸，包括亚麻酸、亚油酸等人体的必需脂肪酸。坚果对人体健康的好处主要表现在以下几个方面：

1、降低妇女发生2型糖尿病的危险。美国哈佛大学公共卫生学院营养系的研究人员曾对11个国家的8.4万名34~59岁的妇女进行了16年的跟踪调查，结果显示，多食坚果将能显著降低2型糖尿病的发生危险。他们认为，坚果中富含不饱和脂肪及其他营养物，这些营养物质均有助于改善血糖和胰岛素的平衡。

2、降低心脏性猝死率。由于坚果中的某些成分具有抗心率失常的作用，因而，在控制了已知的心脏危险因素并做到合理饮食后，吃坚果与降低心源性猝死明显相关。与很少或从不吃坚果的人相比，每周吃2次或2次以上坚果者，发生心源性猝死和因冠心病死亡的危险性均较低。2002年以85名高脂血症患者为受试者，每天予其服用75克美国大杏仁，连续服用4周，对其血脂进行观察。结果表明，受试者在服用大杏仁后血清总胆固醇和载脂蛋白B明显下降，载脂蛋白A1明显升高。说明富含单不饱和脂肪酸的美国大杏仁对高脂血症患者的血脂和载脂蛋白水平有良好的调节作用。

3、清除自由基。自由基非常活泼，会与人体内的细胞组织以及DNA发生反应，从而产生毒性和损坏作用。研究表明，一些坚果类食物如葵花子具有较强的清除自由基的能力，其作用可与草莓、菠菜清除自由基的能力相比。

4、补脑益智。脑细胞由60%的不饱和脂肪酸和35%的蛋白质构成。因此，对于大脑的发育来说，需要的第一营养成分是不饱和脂肪酸。坚果类食物中含有大量的不饱和脂肪酸，还含有15%~20%的优质蛋白质和十几种重要的氨基酸，这些氨基酸都是构成脑神经细胞的主要成分。坚果中对大脑神经细胞有益的维生素B1、B2、B6，维生素E及钙、磷、铁、锌等的含量也较高。因此，吃坚果对改善脑部营养很有益处，特别适合孕妇和儿童食用。

5、提高视力。研究发现，咀嚼强度对提高视力起着一定的作用，多吃坚果可以提高视力。眼睛的睫状肌对眼球晶状体具有调节作用，而睫状肌的调节功能有赖于面部的肌力，面部肌力的增强则得益于咀嚼强度。现代人的食物日趋软化，进食时咀嚼很少或根本不需要咀嚼，

致使面部肌肉力量变弱，睫状肌对眼球晶状体调节功能降低，视力也就容易随之下降。所以，要提高视力，就要多吃较硬的食物，并长期坚持对食物进行充分咀嚼。

2003年至2013年的10年间，中国坚果产量复合增长率10.8%，市场需求量符合增长率为11.0%。中国坚果炒货行业销售规模2005年至2014年的复合增长率为12.4%，2014年行业销售规模为556亿元，同比增长12.1%。有预测至2020年坚果炒货行业销售规模将超过1000亿元。中国已成为坚果炒货消费大国，看好坚果炒货行业增长持续。 2005-2014年中国坚果炒货行业规模增速

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。

报告目录：

第一章 中国坚果行业PEST模型分析

第一节 坚果行业定义统计标准

- 一、坚果行业概念及分类
- 二、坚果行业统计部门和统计口径
- 三、坚果行业产业链结构分析
- 四、坚果行业发展周期分析

第二节 中国坚果行业政策环境分析（P）

- 一、行业相关政策动向
- 二、行业产品质量标准
- 三、行业生产安全标准
- 四、行业贸易环境分析
- 五、行业"十二五"发展规划

第三节 中国坚果行业经济环境分析（E）

- 一、国际宏观经济及对坚果行业影响
- 二、国内宏观经济及对坚果行业影响
- 三、食品制造行业主要经济指标分析

四、坚果行业在食品制造行业地位分析

第四节 中国坚果行业社会环境分析（S）

一、我国人口因素及对坚果行业影响

二、坚果人均消费及发展影响

三、国内生活方式及对坚果行业影响

第五节 中国坚果行业技术环境分析（T）

一、生产技术

二、安全检测技术

第二章 2013-2015年全球坚果行业市场发展状况分析

第一节 2013-2015年世界坚果行业发展状况

一、世界坚果行业生产情况

二、世界坚果消费及趋势分析

三、世界坚果行业发展趋势分析

第二节 美国坚果行业现状分析

一、美国坚果行业的市场现状

二、美国坚果行业的市场特征

第三节 日本坚果行业现状分析

一、日本坚果行业的市场规模

二、日本坚果行业的市场特征

三、日本饮料市场销售特征

第四节 欧洲坚果行业市场状况

一、欧洲坚果行业的市场现状

二、欧洲坚果行业的市场特征

第五节 主要跨国坚果公司在中国市场的投资布局

第三章 2013-2015年我国坚果行业现状及市场发展分析

第一节 2013-2015年我国坚果行业发展现状

一、坚果行业市场规模

二、坚果行业产品发展现状

三、坚果行业消费市场现状

第二节 2013-2015年坚果行业发展特点分析

一、市场格局特点

二、产品创新特点

三、营销服务特点

四、市场品牌特点

第三节 2013-2015年坚果市场结构和价格走势分析

一、2013-2015年我国坚果市场结构和价格走势概述

二、2013-2015年我国坚果市场结构分析

三、2013-2015年我国坚果市场价格走势分析

第四节 2013-2015年重点城市坚果市场发展情况

第四章 2013-2015年中国坚果行业财务指标与供需情况分析

第一节 2013-2015年中国坚果行业经济运行主要特点

第二节 2013-2015年坚果行业财务指标分析

一、经营效益

二、盈利能力

三、运营能力

四、偿债能力

五、发展能力

第三节 2013-2015年全国坚果行业供给情况分析

一、全国坚果行业总产值分析

二、全国坚果行业产成品分析

三、各地区坚果行业供给情况分析

第四节 2013-2015年全国坚果行业需求情况分析

一、全国坚果行业销售产值分析

二、全国坚果行业销售收入分析

三、各地区坚果行业需求情况分析

四、全国坚果行业产销率分析

第五节 2013-2015年中国坚果行业进出口分析

一、行业出口分析

1、行业出口整体情况

2、行业出口产品结构

3、坚果行业出口前景及建议

二、行业进口分析

1、行业进口整体情况

2、行业进口产品结构

3、坚果行业进口前景及建议

第五章 坚果区域市场情况分析

第一节 华北地区

一、2013-2015年行业发展现状分析

二、2013-2015年市场需求情况分析

三、2013-2015年市场规模情况分析

四、2013-2015年行业竞争格局分析

五、2013-2015年消费者的偏好分析

六、2015-2021年行业发展趋势分析

第二节 东北地区

一、2013-2015年行业发展现状分析

二、2013-2015年市场需求情况分析

三、2013-2015年市场规模情况分析

四、2013-2015年行业竞争格局分析

五、2013-2015年消费者的偏好分析

六、2015-2021年行业发展趋势分析

第三节 华东地区

一、2013-2015年行业发展现状分析

二、2013-2015年市场需求情况分析

三、2013-2015年市场规模情况分析

四、2013-2015年行业竞争格局分析

五、2013-2015年消费者的偏好分析

六、2015-2021年行业发展趋势分析

第四节 华南地区

一、2013-2015年行业发展现状分析

二、2013-2015年市场需求情况分析

三、2013-2015年市场规模情况分析

四、2013-2015年行业竞争格局分析

五、2013-2015年消费者的偏好分析

六、2015-2021年行业发展趋势分析

第五节 中南地区

一、2013-2015年行业发展现状分析

二、2013-2015年市场需求情况分析

三、2013-2015年市场规模情况分析

四、2013-2015年行业竞争格局分析

五、2013-2015年消费者的偏好分析

六、2015-2021年行业发展趋势分析

第六节 西南地区

一、2013-2015年行业发展现状分析

二、2013-2015年市场需求情况分析

三、2013-2015年市场规模情况分析

四、2013-2015年行业竞争格局分析

五、2013-2015年消费者的偏好分析

六、2015-2021年行业发展趋势分析

第七节 西北地区

一、2013-2015年行业发展现状分析

二、2013-2015年市场需求情况分析

三、2013-2015年市场规模情况分析

四、2013-2015年行业竞争格局分析

五、2013-2015年消费者的偏好分析

六、2015-2021年行业发展趋势分析

第六章 2013-2015年中国坚果行业主要细分产品市场分析

第一节 坚果行业产品结构分析

第二节 榛子行业发展分析

一、榛子行业发展状况分析

二、榛子行业品牌格局分析

三、榛子行业发展趋势与前景预测

第三节 核桃行业发展分析

一、核桃行业发展状况分析

二、核桃行业消费特征分析

三、核桃行业品牌格局分析

四、核桃行业发展趋势及前景预测

第四节 杏仁行业发展分析

一、杏仁行业发展总体概况

二、杏仁行业消费特征分析

三、杏仁行业品牌竞争格局分析

四、杏仁行业发展趋势及前景预测

第五节 腰果行业发展分析

一、腰果行业发展状况

二、腰果产品结构分析

三、腰果消费特征分析

四、腰果行业品牌竞争格局分析

五、腰果行业发展趋势及前景预测

第六节 其他坚果行业发展分析

一、其他坚果行业发展状况

二、其他坚果产品结构分析

三、其他坚果行业消费特征分析

四、其他坚果行业品牌竞争格局分析

五、其他坚果行业发展趋势及前景预测

第七章 中国坚果行业消费市场分析

第一节 中国坚果消费者收入分析

一、中国人口、人民生活分析

二、2013-2015年消费者收入水平

三、2015年消费者信心指数分析

第二节 坚果行业产品目标客户群体调查

一、不同收入水平消费者偏好调查

二、不同年龄的消费者偏好调查

三、不同地区的消费者偏好调查

第三节 坚果市场消费需求分析

一、坚果市场的消费需求变化

二、坚果行业的需求情况分析

三、2015年坚果品牌市场消费需求趋势

第四节 坚果消费市场状况分析

一、坚果行业消费特点

二、坚果消费者分析

三、坚果消费结构分析

四、坚果消费的市场变化

五、坚果市场的消费方向

第五节 不同客户购买相关的态度及影响分析

一、价格敏感程度

二、品牌的影响

三、购买方便的影响

四、广告的影响程度

五、包装的影响程度

第六节 坚果行业产品的品牌市场调查

一、消费者对行业品牌认知度宏观调查

二、消费者对行业产品的品牌偏好调查

三、消费者对行业品牌的首要认知渠道

四、消费者经常购买的品牌调查

五、坚果行业品牌忠诚度调查

六、坚果行业品牌市场占有率调查

七、消费者的消费理念调研

第八章 坚果行业竞争格局与竞争策略分析

第一节 波特五力模型分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节 2013-2015年坚果行业竞争格局分析

一、2013-2015年国内外坚果竞争分析

二、2013-2015年我国坚果市场竞争分析

三、2013-2015年我国坚果市场集中度分析

四、2015-2021年国内主要坚果企业动向

五、2015年国内坚果拟在建项目分析

第四节 坚果市场竞争策略分析

一、2015年坚果市场增长潜力分析

二、2015年坚果主要潜力品种分析

三、现有坚果产品竞争策略分析

四、典型企业品牌竞争策略分析 天猫淘宝坚果炒货电商销量排名前三产品销售情况 类别

单品名称	产品重量(克)	累积销售份数(万份)	销售价格(元)	单位价格(元/500克)	单品累积销售额(万元)
三只松鼠 碧根果	420	953.04	36.9	43.93	35167
夏威夷果	530	903.45	39.9	37.64	36048
开口松子	436	551.33	48.9	56.08	26960
炭烧腰果	370	386.84	33.9	45.81	13114
开心果	450	291.93	65.9	73.22	19238
百草味 夏威夷果	600	666.55	39.9	33.25	26595
碧根果	436	341.94	34.9	40.02	11934
东北松子	400	297.05	42.9	53.63	12743
炭烧腰果	380	192.7	32.9	43.29	6340
芒果干	360	179.95	29.9	41.53	5381
良品铺子 芒果干	316	136.33	29.9	47.31	4076
夏威夷果	600	111.93	38.9	32.42	4354
猪肉脯	200	106.37	15.9	39.75	1691
夏威夷果	560	85.39	39.9	35.63	3407
灯影牛肉丝	250	80.33	33.9	67.8	2723

第五节 坚果企业竞争策略分析

一、坚果行业竞争格局的影响因素分析

二、2015-2021年我国坚果市场竞争趋势

三、2015-2021年坚果行业竞争策略分析

四、2015-2021年坚果企业竞争策略分析

第九章 主要坚果企业竞争分析

第一节 宁波恒康食品有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2013-2015年经营状况

四、2015-2021年发展战略

第二节 杭州姚生记食品有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2013-2015年经营状况

四、2015-2021年发展战略

第三节 洽洽食品股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2013-2015年经营状况

四、2015-2021年发展战略

第四节 兰州正林农垦食品有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2013-2015年经营状况

四、2015-2021年发展战略

第五节 金果园老农(北京)食品股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2013-2015年经营状况

四、2015-2021年发展战略

第六节 天喔食品(集团)有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2013-2015年经营状况

四、2015-2021年发展战略

第七节 安徽詹氏食品有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2013-2015年经营状况

四、2015-2021年发展战略

第八节 上海来伊份股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2013-2015年经营状况
- 四、2015-2021年发展战略

第九节 江苏阿里山食品有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2013-2015年经营状况
- 四、2015-2021年发展战略

第十节 杭州姚太太食品有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2013-2015年经营状况
- 四、2015-2021年发展战略

第十章 坚果行业发展趋势与前景预测

第一节 我国坚果行业前景与机遇分析

- 一、我国坚果行业发展前景
- 二、我国坚果发展机遇分析

第二节 2015-2021年中国坚果市场趋势分析

- 一、2013-2015年坚果市场趋势总结
- 二、2015-2021年坚果市场发展空间
- 三、2015-2021年坚果产业政策趋向
- 四、2015-2021年坚果技术革新趋势
- 五、2015-2021年坚果价格走势分析
- 六、2015-2021年国际环境对行业的影响
- 七、2015-2021年坚果发展趋势分析

第三节 未来坚果需求与消费预测

- 一、2015-2021年坚果产品消费预测
- 二、2015-2021年坚果市场规模预测
- 三、2015-2021年坚果行业总产值预测

四、2015-2021年坚果行业销售收入预测

第四节 2015-2021年中国坚果行业供需预测

一、2015-2021年中国坚果供给预测

二、2015-2021年中国坚果需求预测

三、2015-2021年中国坚果供需平衡预测

四、2015-2021年中国坚果产品价格趋势

五、2015-2021年主要坚果产品进出口预测

第十一章 坚果行业投资现状与投资环境分析

第一节 2013-2015年坚果行业投资情况分析

一、2015年总体投资及结构

二、2015年投资规模及增速

三、2015年分行业投资分析

四、2015年分地区投资分析

五、2015年外商投资情况

第二节 经济发展环境分析

一、我国宏观经济形势分析

二、2015-2021年投资趋势及其影响预测

第三节 政策法规环境分析

第四节 技术发展环境分析

一、2015年坚果技术发展分析

二、2015-2021年坚果技术发展趋势分析

第五节 社会发展环境分析

第十二章 坚果行业投资机会与风险分析

第一节 行业活力系数比较及分析

一、2015年相关产业活力系数比较

二、2013-2015年行业活力系数分析

第二节 行业投资收益率比较及分析

一、2015年相关产业投资收益率比较

二、2013-2015年行业投资收益率分析

第三节 坚果行业投资效益分析

- 一、2013-2015年坚果行业投资状况分析
 - 二、2015-2021年坚果行业投资效益分析
 - 三、2015-2021年坚果行业投资趋势预测
 - 四、2015-2021年坚果行业的投资方向
 - 五、2015-2021年坚果行业投资的建议
 - 六、新进入者应注意的障碍因素分析
- 第四节 影响坚果行业发展的主要因素（SWOT分析）
- 一、2015-2021年影响坚果行业运行的有利因素分析
 - 二、2015-2021年影响坚果行业运行的不利因素分析
 - 三、2015-2021年我国坚果行业发展面临的挑战分析
 - 四、2015-2021年我国坚果行业发展面临的机遇分析
- 第五节 坚果行业投资风险及控制策略分析
- 一、2015-2021年坚果行业市场风险及控制策略
 - 二、2015-2021年坚果行业政策风险及控制策略
 - 三、2015-2021年坚果行业经营风险及控制策略
 - 四、2015-2021年坚果行业技术风险及控制策略
 - 五、2015-2021年坚果行业同业竞争风险及控制策略
 - 六、2015-2021年坚果行业其他风险及控制策略

第十三章 坚果行业投资战略研究

第一节 坚果行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第二节 对我国坚果品牌的战略思考

- 一、企业品牌的重要性
- 二、坚果实施品牌战略的意义
- 三、坚果企业品牌的现状分析

四、我国坚果企业的品牌战略

五、坚果品牌战略管理的策略

第三节 坚果经营策略分析

一、坚果市场细分策略

二、坚果市场创新策略

三、饮料品牌定位与品类规划

四、坚果新产品差异化战略

第四节 投资战略研究

一、2015年坚果行业投资战略

二、2015-2021年坚果行业投资战略

图表目录：

图表：坚果产业链分析

图表：全球坚果市场规模

图表：全球坚果生命周期

图表：2015年我国坚果行业主要经济指标

图表：2015年我国坚果出厂价格和消费价格月度涨幅

图表：2015年坚果销售收入

图表：2015年坚果销售收入增长趋势图

图表：2015年坚果不同规模企业销售额

图表：2015年坚果不同规模企业销售额对比图

图表：2015年坚果不同规模企业销售额对比图

图表：2015年1-6月坚果不同所有制企业销售额

图表：2015年坚果不同所有制企业销售额

图表：2015年坚果不同所有制企业销售额对比图

图表：2015年坚果利润总额

图表：2015年坚果利润总额增长趋势图

图表：2015年坚果不同规模企业利润总额

图表：2015年坚果不同规模企业利润总额对比图

图表：2015年坚果不同所有制企业利润总额

图表：2015年坚果不同所有制企业利润总额对比图

图表：2013-2015年坚果资产总额

图表：2011-2015年坚果总资产增长趋势图

图表：2013-2015年坚果不同规模企业总资产

图表：2013-2015年坚果不同规模企业总资产对比图

图表：2013-2015年坚果不同所有制企业总资产

图表：2013-2015年坚果不同所有制企业总资产对比图

图表：2015年坚果亏损面

图表：2015年坚果亏损企业亏损总额

图表：2015年坚果销售毛利率趋势图

图表：2015年坚果成本费用率

图表：2015年坚果成本费用利润率趋势图

图表：2015年坚果销售利润率趋势图

图表：2015年坚果应收账款周转率对比图

图表：2015年坚果流动资产周转率对比图

图表：2015年坚果总资产周转率对比图

图表：2015年坚果资产负债率对比图

图表：2015年坚果利息保障倍数对比图

图表：2013-2015年中国坚果发展能力分析

图表：2013-2015年中国坚果竞争力分析

图表：坚果市场调查对象情况分析

图表：坚果消费者消费习惯调查

图表：消费者对坚果产品价格认同情况调查分析

图表：消费者购买渠道情况调查分析

图表：坚果消费者品牌状况调查分析

图表：2013-2015年中国消费者坚果品牌构成

图表：坚果消费者性别比例

图表：坚果消费者年龄分布

图表：坚果消费者购买频率分析

图表：坚果消费者购买坚果的规格

图表：坚果消费者购买坚果消费金额

图表：消费者坚果关注度调查分析

图表：影响消费者购买的因素调查分析

图表：2015-2021年中国坚果产能预测

图表：2015-2021年中国坚果消费量预测

图表：2015-2021年中国坚果市场前景预测

图表：2015-2021年中国坚果市场价格走势预测

图表：2015-2021年中国坚果发展前景预测

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/278317.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。