



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国快餐市场发展 现状及战略咨询报告

一、调研说明

《2016-2022年中国快餐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/280212.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

报告目录：

第一章 快餐行业发展综述 20

1.1 快餐行业概述 20

1.1.1 快餐的定义和特点 20

1.1.2 快餐产品分类 20

1.1.3 快餐行业一般规律 20

1.1.4 快餐行业生命周期 21

1.1.5 快餐的作用和地位 21

1.2 快餐行业发展环境分析 22

1.2.1 快餐行业政策环境分析 22

(1) 行业管理体制分析 22

(2) 《中国快餐发展纲要》 22

(3) 2015餐饮业政策 33

(4) 餐饮管理制度 34

1.2.2 快餐行业经济环境分析 38

(1) 国民经济运行情况gdp(季度更新) 38

(2) 消费价格指数cpi、ppi(按月度更新) 39

(3) 全国居民收入情况(季度更新) 43

(4) 恩格尔系数(年度更新) 44

(5) 工业发展形势(季度更新) 45

(6) 固定资产投资情况(季度更新) 47

(7) 中国汇率调整(人民币升值) 49

(8) 对外贸易&进出口 51

1.2.3 快餐行业社会环境分析 52

(1) 教育环境分析 52

(2) 文化环境分析 55

(3) 生态环境分析 58

(4) 中国城镇化率分析 61

(5) 居民的各种消费观念和习惯 61

1.2.4 快餐行业消费环境分析 63

(1) 人口密度 63

(2) 人口结构 63

(3) 社会环境对快餐行业的影响 64

第二章 快餐行业发展分析 64

2.1 快餐行业发展状况 64

2.1.1 快餐行业发展阶段分析 64

2.1.2 快餐行业发展情况 64

(1) 快餐行业发展规模 64

(2) 快餐行业经营情况 68

2.1.3 快餐连锁行业发展情况 68

(1) 总店数 68

(2) 门店总数 69

(3) 从业人员数 69

(4) 营业面积 70

(5) 餐位数 70

(6) 营业额 71

2.1.4 快餐行业五力分析 71

(1) 潜在进入者分析 71

(2) 替代因素分析 72

(3) 购买者分析 72

(4) 供应商分析 72

(5) 行业内竞争者分析 73

2.2 中式与西式快餐对比分析 73

2.2.1 西式快餐优势劣势分析 73

2.2.2 中式快餐经营模式分析 74

2.2.3 中式快餐竞争劣势分析 76

2.2.4 西式快餐对中式快餐的启示 77

2.2.5 中式与西式快餐竞争策略分析 79

2.3 年我国快餐行业发展大事件 82

- 2.3.1 餐饮受冲击高端转型大众快餐 82
- 2.3.2 2015中国快餐集团10强发布庆丰包子铺进击前三 83
- 2.3.3 2015年中式连锁快餐现关店潮 83
- 2.3.4 美国麦当劳计划出售日本麦当劳部分股份 85
- 2.3.5 习主席去吃包子引发轰动效应 86
- 2.3.6 2015年准备大肆扩张开店的餐饮品牌盘点 86
- 2.3.7 德克士回归一线开店超2000家 90
- 2.3.8 赛百味凭借加盟模式加速扩张 90
- 2.3.9 乡村基退出北京上海发力双品牌 91
- 2.3.10 快餐机器人、售卖机带来生机 91
- 3.3.11 2015年餐饮业10大事件 92

第三章 快餐行业消费市场分析 94

- 3.1 中西快餐行业主要消费分析 94
- 3.2 快餐行业消费群体分析 99
 - 3.2.1 消费者的年龄特征 99
 - 3.2.2 消费者媒体接触偏好 99
 - 3.2.3 消费者心理分析 99
 - 3.2.4 消费者的消费观念 99
 - 3.2.5 消费者购买和食用快餐时间 100
 - 3.2.6 消费者的消费习惯 100
- 3.3 快餐行业消费行为分析 100
 - 3.3.1 餐饮消费者心理分析 100
 - (1) 餐饮消费前的心理效应 100
 - (2) 餐饮消费过程中的心理效应 102
 - 3.3.2 消费者餐饮决策分析 103
 - 3.3.3 餐饮消费行为分析 104
- 3.4 2014上半年快餐行业消费者调研分析 110
 - 3.4.1 调研方法 110
 - 3.4.2 调研发现 111
 - (1) 82%的消费者选择中式快餐 111
 - (2) 46%的消费者选择早餐时段购买快餐 111

(3) 面条以26%的点单率成为消费者的最爱 113

3.4.3 调研总结 113

第四章 快餐行业关联行业发展分析 114

4.1 餐饮业发展分析 114

4.1.1 餐饮业收入分析 114

4.1.2 餐饮业发展趋势分析 114

4.1.3 餐饮业对快餐行业的影响 115

4.2 旅游业发展分析 116

4.2.1 旅游业发展情况 116

(1) 国内游发展情况 116

(2) 入境游发展情况 117

4.2.2 旅游市场消费格局 118

(1) 旅游市场特点发展 118

(2) 旅游市场营销 120

4.2.3 旅游行业发展趋势分析 121

4.2.4 旅游业对快餐行业的影响 122

4.3 会展业发展分析 123

4.3.1 中国会展业发展规模 123

(1) 展览会数量 123

(2) 会展行业发展特点 124

(3) 会展行业商业模式分析 125

(4) 会展业规模预测 129

4.3.2 中国展会分布情况 129

4.3.3 中国会展行业发展趋势分析 130

4.3.4 会展业对快餐行业的影响 132

4.4 调味品行业发展分析 132

4.4.1 调味品行业发展概况 132

4.4.2 调味品市场竞争分析 134

4.4.3 调味品细分产品市场分析 136

(1) 酱油、食醋市场分析 136

(2) 味精产品市场分析 140

- 4.4.4 调味品行业未来发展趋势 140
- 4.4.5 调味品行业对快餐行业的影响 142
- 4.5 快餐餐具及包装市场分析 142
 - 4.5.1 一次性餐具市场分析 142
 - (1) 一次性餐具发展情况 142
 - (2) 一次性餐具存在问题 142
 - 4.5.2 环保餐具市场分析 145
 - (1) 环保餐具发展优势 145
 - (2) 环保餐具发展困境 146
 - 4.5.3 快餐包装市场分析 147
 - 4.5.4 快餐餐具及包装对快餐行业的影响 151
- 4.6 咖啡店连锁市场分析 152
 - 4.6.1 咖啡连锁经营发展规模分析 152
 - (1) 咖啡店连锁企业开店总数分析 152
 - (2) 咖啡店连锁企业营业面积分析 152
 - (3) 咖啡店连锁企业从业人员分析 153
 - (4) 咖啡店连锁企业餐位数分析 153
 - (5) 咖啡店连锁企业商品购进总额分析 154
 - (6) 咖啡店连锁企业营业收入分析 154
 - (7) 咖啡店连锁企业配送中心分析 155
 - 4.6.2 咖啡连锁新兴商业模式案例分析——雕刻时光商业模式分析 155
 - (1) 基本理论概述 155
 - 1 商业模式 155
 - 2 定制化服务 156
 - 3 一体化模式 156
 - (2) 客户终端与追加的定制服务的组合方式分析 156
 - 1 客户终端为主，定制服务为辅 156
 - 2 客户终端为辅，定制服务为主 157
 - 3 客户终端和定制产品双管齐下 157
 - (3) 案例分析——雕刻时光咖啡的经营模式 158
 - 1 背景介绍 158
 - 2 雕刻时光商业模式的探索 158

- 3雕刻时光面临的竞争对手类别 161
- 4雕刻时光的商业模式结构 162
- 5行业巨头—星巴克给雕刻时光的启示 162

第五章 快餐行业运营分析 165

- 5.1 快餐店的前期投资建设 165
 - 5.1.1 快餐经营品种的选择 165
 - (1) 选择经营品种的目的 165
 - (2) 选择经营品种的依据 166
 - 5.1.2 快餐店的定位及选址 166
 - (1) 快餐店的不同定位 166
 - (2) 快餐店的选址依据 166
 - 5.1.3 快餐店的规模及装修 167
 - (1) 快餐店经营规模分类 167
 - (2) 快餐店经营规模及装修的考虑因素 167
- 5.2 快餐店的标准化运营管理 167
 - 5.2.1 源头选材及用料标准化 167
 - 5.2.2 流程标准化 168
 - (1) 厨房制作标准化 168
 - (2) 服务标准化 169
 - (3) 销售体系标准化 171
 - (4) 库存管理标准化 171
 - 5.2.3 连锁经营管理标准化 171
 - (1) 经营模式 171
 - (2) 营销策略 172
 - (3) 标准化管理 174

第六章 领先快餐企业经营分析 175

- 6.1 快餐企业发展总体状况 175
- 6.2 西式快餐企业经营分析 177
 - 6.2.1 百胜餐饮集团经营情况分析 177
 - (1) 企业发展简况分析 177

- (2) 企业在华经营分析 178
- (3) 企业经营规模分析 178
- (4) 企业经营模式分析 184
- (5) 企业营销策略分析 186
- (6) 企业经营状况优劣势分析 187
- (7) 企业投资兼并与重组分析 187
- (8) 企业最新发展动向分析 188
- 6.2.2 麦当劳公司经营情况分析 189
 - (1) 企业发展简况分析 189
 - (2) 企业在华经营分析 189
 - (3) 企业经营规模分析 190
 - (4) 企业营销策略分析 192
 - (5) 企业经营状况优劣势分析 193
 - (6) 企业最新发展动向分析 195
- 6.2.3 德克士经营情况分析 196
 - (1) 企业发展简况分析 196
 - (2) 企业在华经营分析 196
 - (3) 企业经营规模分析 197
 - (4) 企业经营模式分析 197
 - (5) 企业营销策略分析 200
 - (6) 企业发展策略分析 201
- 6.3 中式快餐企业经营分析 202
 - 6.3.1 味千(中国)控股有限公司经营情况分析 202
 - (1) 企业发展简况分析 202
 - (2) 企业主营产品分析 203
 - (3) 企业经营情况分析 203
 - 1) 主要资产负债分析 203
 - 2) 企业盈利能力分析 204
 - 3) 企业运营能力分析 204
 - (4) 企业经营模式分析 205
 - (5) 单个味千拉面门店经营情况分析 208
 - (6) 企业经营优劣势分析 210

(7) 企业最新发展动向分析 211

6.3.2 真功夫餐饮管理有限公司经营情况分析 211

(1) 企业发展简况分析 211

(2) 企业主营产品分析 211

(3) 企业经营情况分析 211

(4) 企业经营模式分析 212

(5) 企业营销策略分析 212

(6) 企业经营启示分析 212

(7) 企业发展战略分析 216

(8) 企业最新发展动向分析 216

6.3.3 合兴餐饮集团经营情况分析 216

(1) 企业发展简况分析 216

(2) 企业经营品牌分析 217

(3) 企业经营情况分析 217

(4) 企业经营模式分析 217

(5) 企业经营优劣势分析 217

(6) 企业发展战略分析 218

(7) 企业最新发展动向分析 218

6.3.4 天津狗不理集团有限公司经营情况分析 218

(1) 企业发展简况分析 218

(2) 企业经营规模分析 219

(3) 企业经营模式分析 219

(4) 企业营销策略分析 219

(5) 企业经营状况优劣势分析 220

(6) 企业投资兼并与重组分析 220

(7) 企业最新发展动向分析 221

6.3.5 聚德华天控股有限公司经营情况分析 221

(1) 企业发展简况分析 221

(2) 企业主营产品分析 221

(3) 企业经营模式分析 221

(4) 企业营销策略分析 222

(5) 企业经营优劣势分析 222

6.3.6 大娘水饺餐饮集团股份有限公司经营情况分析 223

- (1) 企业发展简况分析 223
- (2) 企业主营产品分析 223
- (3) 企业经营情况分析 223
- (4) 企业经营模式分析 224
- (5) 企业营销策略分析 224
- (6) 企业经营优劣势分析 224
- (7) 企业投资兼并与重组分析 224
- (8) 企业最新发展动向分析 224

6.3.7 河北千喜鹤饮食股份有限公司经营情况分析 226

- (1) 企业发展简况分析 226
- (2) 企业主营产品分析 226
- (3) 企业经营情况分析 226
- (4) 企业经营模式分析 227
- (5) 企业经营优劣势分析 227
- (6) 企业发展战略分析 227

6.3.8 浙江五芳斋实业股份有限公司经营情况分析 227

- (1) 企业发展简况分析 227
- (2) 企业主营产品分析 227
- (3) 企业经营情况分析 228
- (4) 企业经营模式分析 228
- (5) 企业营销策略分析 229
- (6) 企业经营优劣势分析 229
- (7) 企业发展战略分析 229
- (8) 企业投资兼并与重组分析 229

6.3.9 索迪斯中国经营情况分析 230

- (1) 企业发展简况分析 230
- (2) 企业主营业务分析 231
- (3) 企业经营情况分析 232
- (4) 企业经营优劣势分析 233
- (5) 企业发展战略分析 233

6.3.10 永和和大王集团经营情况分析 233

- (1) 企业发展简况分析 233
- (2) 企业主营产品分析 234
- (3) 企业经营情况分析 235
- (4) 企业营销策略分析 235
- (5) 企业经营优劣势分析 237
- (6) 企业发展战略分析 237
- (7) 企业最新发展动向分析 238
- 6.3.11 乡村基(中国)餐饮管理有限公司经营情况分析 239
 - (1) 企业发展简况分析 239
 - (2) 企业主营产品分析 239
 - (3) 企业经营情况分析 240
 - 1) 利润分析 240
 - 2) 资产负债分析 240
 - 3) 现金流量分析 242
 - (4) 企业经营模式分析 242
 - (5) 企业成功经验分析 243
 - (6) 企业经营优劣势分析 244
 - (7) 企业发展战略分析 247
 - (8) 企业最新发展动向分析 247
- 6.3.12 江西中快餐饮(集团)发展有限公司经营情况分析 248
 - (1) 企业发展简况分析 248
 - (2) 企业主营产品分析 249
 - (3) 企业经营情况分析 249
 - (4) 企业经营模式分析 249
 - (5) 企业经营优劣势分析 249
 - (6) 企业发展战略分析 249
- 6.3.13 蚌埠包天下餐饮管理有限公司经营情况分析 250
 - (1) 企业发展简况分析 250
 - (2) 企业主营产品分析 250
 - (3) 企业经营规模分析 250
 - (4) 企业经营模式分析 251
 - (5) 企业营销策略分析 251

- (6) 企业经营优劣势分析 251
- (7) 企业发展战略分析 252
- 6.3.14 大连亚惠快餐有限公司经营情况分析 252
 - (1) 企业发展简况分析 252
 - (2) 企业主营业务分析 252
 - (3) 企业经营模式分析 252
 - (4) 企业经营优劣势分析 253
- 6.3.15 北京首都机场餐饮发展有限公司经营情况分析 253
 - (1) 企业发展简况分析 253
 - (2) 企业主营业务分析 254
 - (3) 企业经营情况分析 254
 - (4) 企业经营优劣势分析 254
- 6.3.16 上海世好餐饮管理有限公司经营情况分析 254
 - (1) 企业发展简况分析 254
 - (2) 企业主营产品分析 255
 - (3) 企业经营情况分析 255
 - (4) 企业经营模式分析 255
 - (5) 企业经营优劣势分析 255
 - (6) 企业发展战略分析 255
 - (7) 企业最新发展动向分析 256
- 6.3.17 宁波市海曙顺旺基餐饮经营管理有限公司经营情况分析 256
 - (1) 企业发展简况分析 256
 - (2) 企业主营产品分析 256
 - (3) 企业经营情况分析 257
 - (4) 企业经营模式分析 257
 - (5) 企业经营优劣势分析 257
 - (6) 企业发展战略分析 257
- 6.3.18 马兰拉面快餐连锁有限责任公司经营情况分析 258
 - (1) 企业发展简况分析 258
 - (2) 企业主营产品分析 258
 - (3) 企业经营模式分析 258
 - (4) 企业营销策略分析 259

- (5) 企业经营情况分析 259
- (6) 企业投资兼并与重组分析 259
- (7) 企业最新发展动向分析 260
- 6.3.19 宁波海曙新四方美食有限公司经营情况分析 260
 - (1) 企业发展简况分析 260
 - (2) 企业主营产品分析 260
 - (3) 企业经营模式分析 260
 - (4) 企业经营优劣势分析 261
- 6.3.20 北京呷哺呷哺餐饮管理有限公司经营情况分析 261
 - (1) 企业发展简况分析 261
 - (2) 企业资产负债分析 261
 - (3) 企业经营情况分析 262
 - (4) 企业经营利润分析 262
 - (5) 企业现金流量分析 263
 - (6) 企业经营优劣势分析 263
 - (7) 企业发展地位分析 264
 - (8) 企业发展战略分析 265
 - (9) 企业最新发展动向分析 265
- 6.3.21 深圳市嘉旺餐饮连锁有限公司经营情况分析 266
 - (1) 企业发展简况分析 266
 - (2) 企业发展历程分析 266
 - (3) 企业主要经济指标分析 267
 - (4) 企业盈利能力分析 267
 - (5) 企业偿债能力分析 268
 - (6) 企业运营能力分析 269
 - (7) 企业成长能力分析 270
 - (8) 企业经营优劣势分析 271
- 6.3.22 深圳面点王饮食连锁有限公司经营情况分析 271
 - (1) 企业发展简况分析 271
 - (2) 企业主营产品分析 271
 - (3) 企业经营模式分析 271
 - (4) 企业营销策略分析 271

- (5) 企业经营优劣势分析 271
- (6) 企业最新发展动向分析 272
- 6.3.23常州丽华快餐有限公司经营情况分析 272
 - (1) 企业发展简况分析 272
 - (2) 企业经营规模分析 278
 - (3) 企业经营模式分析 278
 - (4) 企业营销策略分析 278
 - (5) 企业经营状况优劣势分析 278
- 6.3.24北京老家快餐有限责任公司经营情况分析 279
 - (1) 企业发展简况分析 279
 - (2) 企业主营产品分析 279
 - (3) 企业经营情况分析 279
 - (4) 企业经营模式分析 279
 - (5) 企业营销策略分析 279
 - (6) 企业定位分析 280
 - (7) 企业文化分析 280
 - (8) 企业经营优劣势分析 280

第七章 快餐行业投资分析及发展前景预测 280

- 7.1 快餐行业投资现状分析 280
- 7.2 快餐行业投资风险分析 281
 - 7.2.1 菜肴类风险 281
 - 7.2.2 服务类风险 282
 - 7.2.3 营销类风险 282
 - 7.2.4 其他类风险 283
 - 7.2.5 风险的防范 284
- 7.3 快餐行业投资机会分析 284
 - 7.3.1 国家扩大内需的方针为快餐业发展带来新空间 284
 - 7.3.2 国家加快服务业发展战略为快餐业带来新机遇 284
 - 7.3.3 经济全球化为快餐业的发展带来新生机 285
- 7.4 快餐行业投资建议分析 285
- 7.5 快餐行业发展趋势 286

- 7.5.1 中式快餐将成主流 286
- 7.5.2 快餐业的移动电商 287
 - (1) 移动电子商务在餐饮业的应用 287
 - (2) 移动支付在快餐业的发展及贡献 290
 - (3) 中国移动进军餐饮业，建O2O模式咪咕咖啡店 292
 - (4) 快餐业APP电子商务平台市场战略分析 292
 - (5) 快餐行业移动O2O市场规模快速增长 294
- 7.5.3 中西快餐相互融合趋势 295
- 7.5.4 "小而美"的大众餐饮将成为市场的主要力量 297
- 7.6 快餐行业发展前景预测 297
 - 7.6.1 快餐行业竞争加剧 297
 - 7.6.2 快餐行业发展趋势 297
 - 7.6.3 加快快餐行业转型升级的措施 298
- 7.7 中式快餐企业品牌延伸策略探析 299(AK HT)

图表目录：

- 图表：2014-2015年1-9月国民生产总值（GDP）表 38
- 图表：2006-2015年9月中国PPI走势图 40
- 图表：2014-2015年9月中国PPI月度统计与增长率 41
- 图表：2008-2015年9月中国CPI走势图 41
- 图表：2014-2015年9月中国CPI月度统计与增长率 42
- 图表：2014-2015年1-9月份工业增加值增长 45
- 图表：2014-2015年1-9月中国固定资产投资情况 47
- 图表：2014-2015年1-9月中国海关进出口增减情况一览表 51
- 图表：2015年中国快餐业增长情况 65
- 图表：餐饮业消费比例 66
- 图表：中国手机外卖餐饮业门店数量 66
- 图表：中国手机外卖食品比例 67
- 图表：中国快餐连锁餐饮企业总数走势 68
- 图表：中国快餐连锁餐饮企业门店总数走势 69
- 图表：中国快餐连锁餐饮企业从业人员数走势 69
- 图表：中国快餐连锁餐饮企业营业面积走势 70

图表：中国快餐连锁餐饮企业餐位数走势 70

图表：中国快餐连锁餐饮企业营业额走势 71

图表：2014年餐饮百强企业运营情况 85

图表：消费者选择哪个渠道吃快餐 111

图表：消费者在哪个时间段选择快餐 111

图表：消费者在快餐上的人均花费（人民币） 112

图表：快餐菜式5大金刚–按点单率排名 113

图表：2008-2014年我国规模以上餐饮业各类型服务主营业务收入（单位：亿元） 114

图表：2015-2020年我国会展行业行业投资规模预测 129

图表：中国调味品、发酵制品制造：主营业务收入走势图 133

图表：中国食品制造业主营业务收入及利润总额走势图（万元） 134

图表：生抽与老抽对比 136

图表：以生抽为主的老抽消费占比达50% 137

图表：我国大陆地区酱油人均消费与其他国家及地区相比差距较大（L/年） 137

图表：按产量测算，醋行业CR5占比仅16.99% 138

图表：醋行业中家庭作坊式的小企业占比达70% 138

图表：醋类的高端产品定价远高于高端酱油(500ml) 139

图表：中国咖啡店连锁企业开店总数走势 152

图表：中国咖啡店连锁企业营业面积走势 152

图表：中国咖啡店连锁企业从业人员数量走势 153

图表：中国咖啡店连锁企业餐位数走势 153

图表：中国咖啡店连锁企业商品购进总额 154

图表：中国咖啡店连锁企业营业收入 154

图表：中国咖啡店连锁企业配送中心营业收入 155

图表：雕刻时光面临的竞争对手类别 161

图表：雕刻时光的商业模式结构 162

图表：中国快餐业十大品牌 176

图表：百胜餐饮集团经营情况 178

图表：麦当劳公司经营情况 190

图表：味千（中国）控股有限公司资产负债 203

图表：味千（中国）控股有限公司损益表 204

图表：味千（中国）控股有限公司现金流量情况 204

图表：乡村基（中国）餐饮管理有限公司利润情况 240
图表：乡村基（中国）餐饮管理有限公司资产负债 240
图表：乡村基（中国）餐饮管理有限公司现金流量 242
图表：北京呷哺呷哺餐饮管理有限公司资产负债 261
图表：北京呷哺呷哺餐饮管理有限公司利润情况 262
图表：北京呷哺呷哺餐饮管理有限公司现金流量 263
图表：深圳市嘉旺餐饮连锁有限公司财务指标与经营状况 267
图表：深圳市嘉旺餐饮连锁有限公司盈利能力 267
图表：深圳市嘉旺餐饮连锁有限公司偿债能力 268
图表：深圳市嘉旺餐饮连锁有限公司运营能力 269
图表：深圳市嘉旺餐饮连锁有限公司成长能力 270

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/280212.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。