



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2016-2022年中国玩具市场分析 及投资策略研究报告

# 一、调研说明

《2016-2022年中国玩具市场分析及投资策略研究报告》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/280242.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

广义的玩具泛指一切可以用来玩的物品或器具，人们通过玩玩具可以获得一定程度的满足感。随着玩具产业的发展和人们观念的改变，面向成年人的玩具也越来越多。

改革开放以来，由于中国劳动力成本较低、引进外资优惠政策等因素，我国玩具行业突飞猛进，20世纪90年代中国已成为世界最大的玩具生产国。

2013年全球玩具市场规模达到853亿美元，较2012年增长1.4%；2014年全球玩具市场规模达到860亿美元，较2013年增长0.8%。2007-2014年全球玩具市场规模走势图 资料来源：Toy Association、艾凯咨询网整理

从全球玩具市场分布来看，近年来玩具消费从成熟的欧美地区逐渐延伸至新兴市场，亚洲、南美、澳洲等地玩具消费增长迅速。2014年，北美地区、亚洲和西欧的玩具消费最多，三个地区销售额基本持平，销售额占全球销售总额比例分别为25.8%、24.5%及23.9%。2014年全球玩具市场区域分布格局 资料来源：Toy Association、艾凯咨询网整理

因劳动力价格、资源条件等优势，全球玩具生产制造中心由欧美国家逐渐转移到发展中国家。经过多年的发展，中国、泰国、印度、越南、墨西哥等发展中国家逐渐成为主要的玩具出口国。

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 玩具相关概述	1
1.1 玩具的基本介绍	1
1.1.1 玩具的定义	1
1.1.2 玩具的分类	1
1.1.3 玩具的历史	2
1.2 玩具产业的特征及结构	3
1.2.1 玩具产业的特征	3
1.2.2 玩具产业的结构	5
1.2.3 玩具产业的价值链	6

## 第二章 2012-2015年国际玩具行业发展分析 8

### 2.1 2012-2015年世界玩具行业发展概况 8

#### 2.1.1 世界玩具行业运行情况 8

#### 2.1.2 世界玩具市场态势分析 9

#### 2.1.3 世界玩具行业发展趋势 10

### 2.2 美国 12

#### 2.2.1 2012年美国玩具市场销售情况 12

#### 2.2.2 2013年美国玩具市场销售情况 12

#### 2.2.3 2013年美国实施新版玩具标准 13

#### 2.2.4 2014年美国玩具市场发展分析 13

#### 2.2.5 美国玩具市场的主要零售渠道 14

### 2.3 欧盟 17

#### 2.3.1 《欧盟玩具安全新指令》实施 17

#### 2.3.2 德国玩具市场销售渠道及市场特点 18

#### 2.3.3 法国玩具市场发展概况 19

#### 2.3.4 英国玩具市场发展概况 21

### 2.4 日本 22

#### 2.4.1 日本玩具产业发展历程 22

#### 2.4.2 日本玩具市场主要热销产品分析 23

#### 2.4.3 日本玩具市场发展概况 24

#### 2.4.4 2014年日本玩具市场发展动态 26

### 2.5 其他 27

#### 2.5.1 巴西玩具市场发展概况 27

#### 2.5.2 俄罗斯玩具市场发展概况 33

#### 2.5.3 加拿大玩具产业政策严格 34

## 第三章 2012-2015年中国玩具行业发展分析 35

### 3.1 2012-2015年中国玩具行业的发展 35

#### 3.1.1 中国玩具行业发展态势良好 35

#### 3.1.2 2012年我国玩具业运行概况 37

#### 3.1.3 2012年国家认监委要求加强玩具产品认证监管 37

### 3.1.4 2013年我国玩具业运行情况 38

### 3.1.5 2014年我国玩具业发展分析 38

#### 一、销售情况

2014年1-12月，玩具行业产销率96.6%，较2013年同期下降0.7个百分点；累计出口交货值911.3亿元，累计同比增长8.6%。

12月当月，玩具行业产销率96.4%，较2013年同期下降0.9个百分点；出口交货值82.4亿元，同比增长13.2%。

#### 二、经济效益

2014年1-12月玩具行业主营业务收入1964.9亿元，累计同比增长12.2%；利润总额98.1亿元，累计同比增长12.4%；税金总额52.5亿元，累计同比增长12.7%。 2010-2014年中国玩具规模以上企业数量 数据来源：国家统计局 2010-2014年中国玩具行业资产总计 数据来源：国家统计局 2010-2014年中国玩具行业销售收入情况 数据来源：国家统计局 2014年我国玩具行业三费构成 数据来源：国家统计局 2014年我国玩具行业利润情况数据来源：国家统计局

### 3.2 中国玩具行业发展存在的问题 41

#### 3.2.1 我国玩具行业发展面临的瓶颈 41

#### 3.2.2 中国玩具行业发展面临的考验 44

#### 3.2.3 我国玩具产业存在的主要问题 45

### 3.3 促进我国玩具行业发展的策略 46

#### 3.3.1 我国玩具产业发展的对策 46

#### 3.3.2 加强我国玩具产业安全的建议 50

## 第四章 中国玩具制造业财务状况分析 52

### 4.1 中国玩具制造业经济规模 52

#### 4.1.1 2010-2015年玩具制造业销售规模 52

#### 4.1.2 2010-2015年玩具制造业利润规模 52

#### 4.1.3 2010-2015年玩具制造业资产规模 53

### 4.2 中国玩具制造业盈利能力指标分析 53

#### 4.2.1 2010-2015年玩具制造业亏损面 53

#### 4.2.2 2010-2015年玩具制造业销售毛利率 53

#### 4.2.3 2010-2015年玩具制造业成本费用利润率 54

#### 4.2.4 2010-2015年玩具制造业销售利润率 54

### 4.3 中国玩具制造业营运能力指标分析 55

4.3.1 2010-2015年玩具制造业应收账款周转率	55
4.3.2 2010-2015年玩具制造业流动资产周转率	55
4.3.3 2010-2015年玩具制造业总资产周转率	56
4.4 中国玩具制造业偿债能力指标分析	56
4.4.1 2010-2015年玩具制造业资产负债率	56
4.4.2 2010-2015年玩具制造业利息保障倍数	56
4.5 中国玩具制造业财务状况综合评价	57
4.5.1 玩具制造业财务状况综合评价	57
4.5.2 影响玩具制造业财务状况的经济因素分析	57

## 第五章 2012-2015年中国玩具市场分析 67

### 5.1 2012-2015年我国玩具市场发展综况 67

#### 5.1.1 我国玩具市场产品的发展特点 67

##### 一、国内玩具企业众多，区域产业集群现象明显

中国现有玩具生产企业数千家，已形成了一个重要的产业群体。玩具制造业地区集中程度较高，主要集中在广东、江苏、山东、浙江、上海等改革开放较早和经济发达的沿海地区。这些省市历来是中国玩具最重要的生产和出口基地，占中国玩具年销售额的90%以上。在产品类别方面，广东以电动和塑料玩具为主；江苏、上海以毛绒玩具为主；浙江以木制玩具为主，形成较为明显的产业集群效应。其中，广东省是中国最大的玩具生产和出口地区。

##### 二、产品以出口为主，内销市场占比小 2005-2014年国内玩具出口及占产出比重（亿美元，%）资料来源：中国海关 艾凯咨询网整理

中国现有玩具生产企业85%以上为出口企业，产品以外销为主，玩具出口额约占中国玩具产出的50%。金融危机后，玩具内销比例有所上升，但是外销依然占据了重要地位。目前，全球范围内的玩具种类高达15万种，而国内市场玩具种类约为3万多种，主要包括：布和毛绒玩具、塑胶玩具、电子玩具、模型玩具、益智玩具等，大部分以中低档产品为主，高档次的玩具还未成为消费主流，玩具品种较为单一。

#### 5.1.2 中国玩具批发市场格局概述 69

#### 5.1.3 我国玩具市场细分态势凸显 71

#### 5.1.4 中国玩具市场网购逐渐流行 72

### 5.2 2012-2015年玩具市场消费分析 72

#### 5.2.1 影响玩具市场终端消费的主要因素 72

#### 5.2.2 我国玩具市场消费的几大变化 73

5.2.3 我国玩具企业应对消费变化的策略	75
5.3 儿童玩具市场	77
5.3.1 我国儿童玩具产品的主要种类	77
5.3.2 国内儿童玩具市场需求渐转变	79
5.3.3 儿童玩具终端店铺经营存在的问题	80
5.3.4 我国儿童玩具市场前景看好	82
5.4 成人玩具市场	85
5.4.1 成人玩具的功能	85
5.4.2 我国成人玩具市场分类方式呈现新变化	86
5.4.3 制约成人玩具市场发展的主要因素	87
5.4.4 国内成人玩具市场发展潜力分析	88
5.5 老年玩具市场	89
5.5.1 老年玩具的特点及分类	89
5.5.2 国内老年玩具市场发展概述	92
5.5.3 国内老年玩具市场开发难的原因	94
5.5.4 我国老年玩具市场拓展的策略	94
第六章 2012-2015年玩具细分行业发展分析	99
6.1 毛绒(布绒)玩具	99
6.1.1 毛绒玩具的定义及分类	99
6.1.2 我国毛绒玩具市场发展特点	100
6.1.3 国内毛绒玩具业对外贸易SWOT分析	103
6.1.4 制约我国毛绒玩具市场发展的因素	105
6.1.5 我国毛绒玩具市场发展的建议	106
6.2 塑料玩具	107
6.2.1 塑料玩具基本概述	107
6.2.2 我国塑料玩具市场发展概况	107
6.2.3 石油涨价对我国塑料玩具业的影响	108
6.3 木制玩具	109
6.3.1 木制玩具的基本介绍	109
6.3.2 木制玩具市场发展概述	110
6.3.3 环保风兴起促进木制玩具行业的发展	113

6.3.4 我国木制玩具行业发展趋于标准化	113
6.4 电子玩具	114
6.4.1 电子玩具简述	114
6.4.2 我国电子教育玩具市场发展剖析	114
6.4.3 我国电动玩具车行业发展综述	115
6.4.4 未来电动玩具车市场发展展望	116
6.5 动漫玩具	116
6.5.1 动漫玩具简要概述	116
6.5.2 我国玩具企业借动漫实现转型升级	118
6.5.3 我国动漫玩具产业发展存在的问题	118
6.5.4 动漫玩具业终端店铺的发展走向	119
6.6 网游玩具	121
6.6.1 我国网游玩具行业发展的优势	121
6.6.2 我国网游行业逐渐向玩具领域渗透	122
6.6.3 我国网游玩具行业发展存在的问题	123
6.6.4 网游玩具"中国化"面临的挑战	123
第七章 2012-2015年广东省玩具行业发展分析	125
7.1 2012-2015年广东省玩具业发展总况	125
7.1.1 广东省玩具产业的发展历程	125
7.1.2 广东玩具产业的发展特点	127
7.1.3 广东玩具产业的现状概述	127
7.1.4 广东玩具产业升级面临的问题	128
7.2 2012-2015年广东玩具出口市场的分析	129
7.2.1 广东省塑料玩具的出口变化	129
7.2.2 广东玩具行业出口增长	129
7.2.3 广东省玩具出口的制约因素	129
7.2.4 广东省突破玩具出口瓶颈的对策	131
7.3 汕头	133
7.3.1 汕头玩具产业发展概况	133
7.3.2 汕头玩具出口保持强劲势头	134
7.3.3 汕头澄海区玩具产业快速发展	135



7.3.4 汕头大力推动玩具产业转型升级	135
7.4 东莞	136
7.4.1 东莞发展玩具业的优劣势	136
7.4.2 东莞玩具行业的发展特点	137
7.4.3 东莞玩具行业出口分析	138
7.4.4 东莞玩具产业转型升级的策略	138
7.5 深圳	139
7.5.1 深圳玩具产业发展概述	139
7.5.2 2012-2015年深圳玩具出口状况分析	140
7.5.3 2015年深圳玩具出口态势分析	140
7.5.4 深圳玩具产业的发展面临的阻力	141
7.6 其他地区	142
7.6.1 揭阳市玩具出口量价情况	142
7.6.2 惠州玩具出口概况	143
7.6.3 韶关市玩具行业发展状况分析	144
7.6.4 韶关市玩具行业集聚发展存在的问题	145
第八章 2012-2015年玩具行业其他区域发展分析	146
8.1 江苏	146
8.1.1 江苏省玩具产业发展综述	146
8.1.2 江苏玩具产业出口现状分析	146
8.1.3 江苏玩具产业的发展战略	148
8.1.4 促进江苏玩具产业发展的措施	148
8.2 浙江	149
8.2.1 浙江省玩具产业发展概况	149
8.2.2 浙江省玩具行业出口现状	150
8.2.3 浙江省玩具行业出口面临的困境	150
8.2.4 浙江省玩具产业发展的对策建议	151
8.3 浙江云和	152
8.3.1 2012年云和木制玩具行业的发展	152
8.3.2 2013年云和木制玩具产业的发展	153
8.3.3 2014年云和木制玩具产业的发展	153

8.3.4 云和木制玩具业发展存在的问题及措施 155

8.4 其他 158

8.4.1 北京玩具市场消费层次简述 158

8.4.2 上海玩具市场运行概述 158

8.4.3 广西梧州市玩具出口概况 160

8.4.4 福建泉州市玩具出口概况 160

8.4.5 河南玩具产业出口概况 161

第九章 2012-2015年玩具行业竞争及营销解析 162

9.1 2012-2015年玩具行业竞争分析 162

9.1.1 外资品牌纷纷抢滩我国玩具市场 162

9.1.2 我国玩具企业产品竞争排名现状 163

9.1.3 提升我国玩具国际竞争力的对策 166

9.1.4 提高玩具网络店铺竞争力的建议 168

9.2 2012-2015年玩具行业营销渠道概述 169

9.2.1 我国玩具行业主要分销模式 169

9.2.2 中国玩具主要零售场所及其特点 169

9.2.3 中国玩具行业营销渠道的发展 170

9.3 2012-2015年玩具行业营销策略分析 171

9.3.1 我国玩具企业的营销策略分析 171

9.3.2 我国玩具外贸企业开拓国内市场的策略 171

9.3.3 国内玩具店的盈利策略分析 172

9.3.4 玩具市场店铺促销的几点建议 173

第十章 2012-2015年玩具行业进出口分析 176

10.1 2012-2015年中国玩具进出口总量分析 176

10.1.1 2012-2015年中国玩具贸易现状分析 176

10.1.2 2012-2015年中国玩具进口总量分析 177

10.1.3 2012-2015年中国玩具出口总量分析 177

10.1.4 2012-2015年中国玩具贸易顺逆差分析 178

10.2 2012-2015年主要省市玩具进出口情况分析 178

10.2.1 2012-2015年主要省市玩具进口市场分析 178

10.2.2 2012-2015年主要省市玩具出口市场分析	179
10.3 2012-2015年主要贸易国玩具进出口情况分析	180
10.3.1 2012-2015年主要贸易国玩具进口市场分析	180
10.3.2 2012-2015年主要贸易国玩具出口市场分析	181
10.4 中国玩具出口存在的问题及对策	181
10.4.1 我国玩具产业出口发展的缺陷	181
10.4.2 我国玩具出口企业应对国际新标准的措施	183
10.4.3 突破我国玩具出口瓶颈的对策	184
10.4.4 我国中小玩具企业出口的发展路径	188
第十一章 2012-2015年玩具关联产业分析	191
11.1 塑料行业	191
11.1.1 2012年我国塑料工业发展概况	191
11.1.2 2013年我国塑料工业的发展情况	193
11.1.3 2014年我国塑料工业发展情况	194
11.2 电子行业	196
11.2.1 2012年我国电子工业运行概况	196
11.2.2 2013年我国电子工业运行概况	199
11.2.3 2014年我国电子工业运行分析	207
11.3 纺织行业	218
11.3.1 2012年我国纺织行业发展特点回顾	218
11.3.2 2013年我国纺织行业经济运行情况	219
11.3.3 2014年上半年我国纺织行业运行状况分析	222
11.4 动漫行业	224
11.4.1 我国动漫产业发展成就概述	224
11.4.2 中国动漫产业的发展特点	228
11.4.3 我国扶持动漫产业的主要政策措施	229
11.4.4 我国动漫行业发展存在的问题及对策	232
11.5 网游行业	236
11.5.1 2012年中国网游行业发展综况	236
11.5.2 2013年我国网游产业发展分析	242
11.5.3 2014年我国网游产业发展分析	243

第十二章 国外重点企业经营状况	247
12.1 美泰公司	247
12.1.1 公司简介	247
12.1.2 2012年美泰公司经营状况	249
12.1.3 2013年美泰公司经营状况	253
12.1.4 2014年美泰公司经营状况	257
12.2 丹麦乐高集团 (LEGO GROUP)	263
12.2.1 集团简介	263
12.2.2 2012年乐高集团经营状况	264
12.2.3 2013年乐高集团经营状况	265
12.2.4 2014年乐高集团经营状况	267
12.3 任天堂公司 (NINTENDO CO., LTD.)	269
12.3.1 公司简介	269
12.3.2 2012财年任天堂经营状况	270
12.3.3 2013财年任天堂经营状况	271
12.3.4 2014财年任天堂经营状况	272
12.4 德林国际有限公司	273
12.4.1 公司简介	273
12.4.2 2012年德林国际经营状况	273
12.4.3 2013年德林国际经营状况	275
12.4.4 2014年德林国际经营状况	278
第十三章 国内重点企业	281
13.1 香港彩星玩具	281
13.1.1 企业发展概况	281
13.1.2 经营效益分析	281
13.1.3 业务经营分析	284
13.1.4 财务状况分析	285
13.1.5 未来前景展望	285
13.2 广东奥飞动漫文化股份有限公司	286
13.2.1 企业发展概况	286

13.2.2 经营效益分析	287
13.2.3 业务经营分析	293
13.2.4 财务状况分析	297
13.2.5 未来前景展望	297
13.3 星辉互动娱乐股份有限公司	300
13.3.1 企业发展概况	300
13.3.2 经营效益分析	302
13.3.3 业务经营分析	308
13.3.4 财务状况分析	311
13.3.5 未来前景展望	312
13.4 广东高乐玩具股份有限公司	313
13.4.1 企业发展概况	313
13.4.2 经营效益分析	313
13.4.3 业务经营分析	319
13.4.4 财务状况分析	322
13.4.5 未来前景展望	322
13.5 广东骅威玩具工艺股份有限公司	324
13.5.1 企业发展概况	324
13.5.2 经营效益分析	325
13.5.3 业务经营分析	330
13.5.4 财务状况分析	334
13.5.5 未来前景展望	334
13.6 上市公司财务比较分析	337
13.6.1 盈利能力分析	337
13.6.2 成长能力分析	337
13.6.3 营运能力分析	337
13.6.4 偿债能力分析	338
第十四章 2016-2022年玩具行业投资分析及发展预测	339
14.1 玩具行业投资分析	339
14.1.1 玩具行业的投资特性	339
14.1.2 我国玩具行业的投资机会	339

14.1.3 我国幼教玩具市场蕴藏商机	340
14.1.4 我国生态玩具市场发展前景看好	340
14.1.5 国内玩具企业融资存在的问题及对策	341
14.2 2016-2022年中国玩具制造行业预测分析	343
14.2.1 2016-2022年中国玩具制造行业销售收入预测	343
14.2.2 2016-2022年中国玩具制造行业利润总额预测	344
14.2.3 2016-2022年中国玩具制造行业产值预测	344
14.3 我国玩具行业发展前景分析	344
14.3.1 我国玩具行业的发展新趋势	344
14.3.2 我国玩具延伸产品业前景广阔	345
14.3.3 中国玩具产业未来发展方向	349
14.3.4 未来我国玩具行业的设计趋势	349
附录：	351
附录一：《玩具用涂料中有害物质限量》（GB24613-2009）	351
附录二：环境标志产品技术要求&mdash;&mdash;木制玩具	352

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度
图表：全国粮食产量及其增速
图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）
图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）
图表：进出口总额（亿美元）
图表：广义货币（M2）增长速度（%）
图表：居民消费价格同比上涨情况
图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）
图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）
图表：农村居民人均收入实际增长速度
图表：人口及其自然增长率变化情况
图表：2015年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）
图表：2015年房地产开发投资同比增速（%）
图表：2015年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2015年中国GDP增速预测

图表：玩具行业产业链

图表：2011-2015年我国玩具行业企业数量增长趋势图

图表：2011-2015年我国玩具行业亏损企业数量增长趋势图

图表：2011-2015年我国玩具行业从业人数增长趋势图

图表：2011-2015年我国玩具行业资产规模增长趋势图

图表：2011-2015年我国玩具行业产成品增长趋势图

图表：2011-2015年我国玩具行业工业销售产值增长趋势图

图表：2011-2015年我国玩具行业销售成本增长趋势图

图表：2011-2015年我国玩具行业费用使用统计图

图表：2011-2015年我国玩具行业主要盈利指标统计图

图表：2011-2015年我国玩具行业主要盈利指标增长趋势图

图表：企业1

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业2

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业3

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业4

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业5

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业6

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：其他企业&hellip;&hellip;

图表：主要经济指标走势图

图表：2011-2015年玩具行业市场供给

图表：2011-2015年玩具行业市场需求



图表：2011-2015年玩具行业市场规模

图表：玩具所属行业生命周期判断

图表：玩具所属行业区域市场分布情况

图表：2016-2022年中国玩具行业市场规模预测

图表：2016-2022年中国玩具行业供给预测

图表：2016-2022年中国玩具行业需求预测

图表：2016-2022年中国玩具行业价格指数预测

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/280242.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](http://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。