



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2017-2022年中国有机农业市场 需求及投资前景分析报告

# 一、调研说明

《2017-2022年中国有机农业市场需求及投资前景分析报告》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/282096.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

与1999年的1100万公顷有机农地面积相比，2014年有机农地面积几近其4倍。与2013年相比，2014年全球有机农地面积增加了约50万公顷（+1%）。1999-2014年全球有机农地发展情况

目前，我国有机农业发展迅速，大豆、蔬菜、茶叶、杂粮等，主要出口美国、欧盟、日本、韩国等国家，并且其出口额呈逐年增加的趋势。我国有机农业土地面积广大，已经超过200万公顷，在世界排名前五，居亚洲首位。并且截止到2012年3月，我国大陆处于有效状态的有机产品认证机构有23家，7728家从事有机农业的企业共获得了11090张有机产品认证证书，我国有机认证机构数量已超过1000余家，这对有机农业的健康良性发展产生了很好的积极促进作用。

我国现代意义上的有机农业出现较晚。1989年南京环境科学研究所农村生态研究室是我国第一个IFOAM成员，1990年浙江省临安县临安茶厂和裴后茶园获得荷兰SKAL的有机认证。1995年国家环境保护总局制定了《有机食品标志管理章程》和《有机食品生产和加工技术规范》，初步形成了有机食品生产标准和认证管理体系。2015年8月25日，国家质检总局发布《有机产品认证管理办法》（修正版）取消了有机转换认证及其标志，进一步规范了有机产品生产。

近年来，我国有机农业发展较快。2014年我国有机生产面积已达272.2万公顷，有机产品总产值达800多亿元。2015年，全国已建成有机农业示范基地19个，形成了水稻、茶叶、畜产品、水果等示范模式，我国已成为全球第4大有机产品生产消费国。

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1章：有机农业概述

#### 1.1.1 有机农业基本概念

#### 1.1.2 有机农业主要特点

#### 1.1.3 有机农业概念辨析

(1) 有机农业与传统农业

(2) 有机农业与现代农业

(3) 有机农业与生态农业

#### 1.1.4 有机农业SWOT分析

(1) 有机农业发展机会分析

(2) 有机农业发展威胁分析

(3) 有机农业发展优势分析

(4) 有机农业发展劣势分析

#### 1.2 有机农业发展环境分析

##### 1.2.1 有机农业政策环境分析

(1) 有机农业管理体制分析

(2) 有机农业认证标准分析

(3) 有机农业发展政策分析

(4) 有机农业发展规划分析

##### 1.2.2 有机农业经济环境分析

(1) 宏观经济环境分析

(2) 农业经济发展情况

(3) 农业融资环境分析

(4) 宏观经济发展前瞻

##### 1.2.3 有机农业社会环境分析

(1) 食品安全因素分析

(2) 中国人口因素分析

(3) 居民收入因素分析

(4) 居民消费因素分析

(5) 有机认知情况分析

##### 1.2.4 有机农业技术环境分析

(1) 行业专利申请数分析

(2) 行业专利公开数量变化情况

(3) 行业专利申请人分析

(4) 行业热门技术分析

#### 1.3 中国有机农业发展路线图

##### 1.3.1 中国农业发展总体思路

- (1) 十八届三中全会对农业发展的定位
- (2) 中央一号文件对农业发展的定位
- (3) 政府工作报告对农业发展的定位
- (4) 中国农业发展的总体思路

#### 1.3.2 中国现代农业发展总体框架

- (1) 中国现代农业发展总体框架
- (2) 中国现代农业发展的科技现代化
- (3) 中国现代农业发展的装备现代化
- (4) 中国现代农业发展的组织形式与配套现代化

#### 1.3.3 中国有机农业发展路线图

- (1) 中国现代农业发展路线图
- (2) 中国有机农业发展路线图
- (3) 2014年中国农业发展趋势

#### 1.4 中国有机农业产融结合路径

##### 1.4.1 中国有机农业产融结合路径

- (1) 中国农业发展的产融结合路径
- (2) 中国有机农业产融结合路径选择

##### 1.4.2 中国有机农业信贷融资路径分析

- (1) 有机农业信贷融资机会分析
- (2) 有机农业信贷融资现状分析
- (3) 有机农业信贷融资路径选择

##### 1.4.3 中国有机农业股权融资路径分析

- (1) 有机农业股权融资机会分析
- (2) 有机农业股权融资现状分析
- (3) 有机农业股权融资路径选择

## 第2章：全球有机农业发展状况分析

### 2.1 全球有机农业发展分析

#### 2.1.1 全球有机农业法规与政策

#### 2.1.2 全球有机农业发展阶段

截至2014年底，全球以有机方式管理的农地面积为4370万公顷（包括处于转换期的土地）。发布的《2016-2020年中国有机农业深度调研及投资前景预测报告》表示，有机农地面积最大

的两个洲分别是大洋洲（1730万公顷，占世界有机农地的40%）和欧洲（1160万公顷，27%），接下来是拉丁美洲（680万公顷，15%）、亚洲（360万公顷，8%）、北美洲（310万公顷，7%）和非洲（130万公顷，3%）。有机农地面积最大的三个国家分别是澳大利亚（1720万公顷）、阿根廷（310万公顷）和美国（220万公顷）（译注：中国的有机农地面积为190万公顷，世界排名第四位）。2014年全球有机农地分布

#### 2.1.3 全球有机农业发展现状

#### 2.1.4 全球有机农业发展趋势

### 2.2 主要国家有机农业发展状况

#### 2.2.1 英国有机农业发展状况

#### 2.2.2 德国有机农业发展状况

#### 2.2.3 瑞典有机农业发展状况

#### 2.2.4 美国有机农业发展状况

#### 2.2.5 日本有机农业发展状况

### 2.3 主要国家有机农业模式分析

#### 2.3.1 菲律宾有机农业发展模式

#### 2.3.2 以色列有机农业发展模式

#### 2.3.3 德国有机农业发展模式

#### 2.3.4 瑞典有机农业发展模式

#### 2.3.5 美国有机农业发展模式

### 2.4 全球有机产品消费现状与趋势

#### 2.4.1 全球有机农产品消费现状

#### 2.4.2 全球有机农产品消费市场格局

#### 2.4.3 全球有机农产品消费增长情况

#### 2.4.4 全球有机农产品消费趋势

### 2.5 主要发达国家经验借鉴

#### 2.5.1 英国有机农业经验借鉴

#### 2.5.2 德国有机农业经验借鉴

#### 2.5.3 美国有机农业经验借鉴

#### 2.5.4 日本有机农业经验借鉴

## 第3章：中国有机农业发展状况分析

### 3.1 中国有机农业发展现状分析

### 3.1.1 有机农业发展阶段

### 3.1.2 有机农业发展现状分析

- (1) 中国有机农业发展总体情况
- (2) 中绿华夏有机食品认证统计情况
- (3) 有机农业行业产品结构分析
- (4) 有机农业行业区域集中度分析
- (5) 有机农产品价格分析

### 3.1.3 有机农业发展有利因素分析

### 3.1.4 有机农业市场存在问题

## 3.2 有机农业投入产出分析

### 3.2.1 有机农业投入物质分析

- (1) 有机种苗
- (2) 有机肥料
- (3) 有机农药
- (4) 有机饲料和饲料添加剂
- (5) 有机食品生产中的兽药

### 3.2.2 有机农产品产出情况分析

- (1) 有机粮食产出情况
- (2) 有机蔬菜产出情况
- (3) 有机果品产出情况
- (4) 有机茶叶产出情况
- (5) 有机肉制品产出情况

### 3.2.3 有机农业投入产出效益分析

## 3.3 有机农产品国际贸易分析

### 3.3.1 国际有机农产品贸易现状

- (1) 有机产品国际贸易要求和进口程序
- (2) 促进有机食品国际贸易措施
- (3) 世界各国有机农产品贸易状况

### 3.3.2 中国有机农业贸易现状分析

- (1) 中国有机农产品贸易现状及前景
- (2) 中国有机农产品出口贸易制约因素

## 第4章：中国有机农业经营模式分析

### 4.1 有机农业经营模式分析

#### 4.1.1 直供模式分析

- (1) 模式简介
- (2) 经营要点
- (3) 典型案例

#### 4.1.2 体验式农庄模式分析

- (1) 模式简介
- (2) 经营要点
- (3) 典型案例

#### 4.1.3 观光生态农业模式

- (1) 模式简介
- (2) 经营要点
- (3) 典型案例

#### 4.1.4 CSA生态农场模式

- (1) 模式简介
- (2) 经营要点
- (3) 典型案例

#### 4.1.5 原产地农产品模式

- (1) 模式简介
- (2) 经营要点
- (3) 典型案例

### 4.2 有机农业营销战略分析

#### 4.2.1 有机农业消费群体分析

- (1) 有机农产品消费群体
- (2) 有机农产品消费动机
- (3) 有机农产品消费趋向
- (4) 有机农产品消费现状
- (5) 有机农产品消费抑制因素
- (6) 有机农产品消费促进因素

#### 4.2.2 有机农业品牌定位分析

#### 4.2.3 有机农业市场推广分析



#### 4.2.4 有机农业营销策略分析

- (1) 制定绿色营销战略计划
- (2) 运用绿色广告战略
- (3) 选择恰当的绿色销售渠道
- (4) 实施绿色价格策略
- (5) 品牌战略 ( brandstratagem )

#### 4.2.5 有机农业营销策划案例

- (1) 项目简介
- (2) 项目分析
- (3) 市场定位
- (4) 市场推广
- (5) 营销策略
- (6) 预期目标与评估

#### 4.3 有机农业电商模式分析

##### 4.3.1 有机农业嫁接电商模式分析

##### 4.3.2 有机农业电商营销模式分析

##### 4.3.3 有机农业电商物流渠道分析

##### 4.3.4 有机农业电商模式案例分析

- (1) 建德农食馆&mdash;&mdash;阿里巴巴
- (2) 千湖岛有机鱼&mdash;&mdash;天猫商城
- (3) 榆林有机农业&mdash;&mdash;一号店

#### 4.4 有机农业典型经营模式分析

##### 4.4.1 壹亩田经营模式分析

- (1) 公司基本情况简介
- (2) 公司有机农业经营思路
- (3) 公司有机农业市场开发
- (4) 公司有机农业销售模式
- (5) 公司有机农业品牌塑造
- (6) 公司有机农业经营经验
- (7) 公司有机农业经验借鉴

##### 4.4.2 乐活城经营模式分析

- (1) 公司基本情况简介

- (2) 公司有机农业经营思路
- (3) 公司有机农业市场开发
- (4) 公司有机农业销售模式
- (5) 公司有机农业品牌塑造
- (6) 公司有机农业经营经验
- (7) 公司有机农业经验借鉴

#### 4.4.3 正谷农业经营模式分析

- (1) 公司基本情况简介
- (2) 公司有机农业经营思路
- (3) 公司有机农业市场开发
- (4) 公司有机农业销售模式
- (5) 公司有机农业品牌塑造
- (6) 公司有机农业经营经验
- (7) 公司有机农业经验借鉴

#### 4.4.4 多利农庄经营模式分析

- (1) 公司基本情况简介
- (2) 公司有机农业经营思路
- (3) 公司有机农业市场开发
- (4) 公司有机农业销售模式
- (5) 公司有机农业品牌塑造
- (6) 公司有机农业盈利模式
- (7) 公司有机农业经验借鉴

#### 4.4.5 沱沱公社经营模式分析

- (1) 公司基本情况简介
- (2) 公司有机农业经营思路
- (3) 公司有机农业市场开发
- (4) 公司有机农业销售模式
- (5) 公司有机农业品牌塑造
- (6) 公司有机农业盈利模式
- (7) 公司有机农业经验借鉴

### 4.5 有机农业未来运作模式发展

#### 4.5.1 有机农业发展战略要点

#### 4.5.2 有机农业未来运作模式

### 第5章：中国有机农业细分市场分析

#### 5.1 有机粮食市场分析

##### 5.1.1 有机水稻市场发展概况

- (1) 水稻种植情况
- (2) 水稻供销情况
- (3) 有机水稻市场价格分析
- (4) 有机水稻市场供给分析
- (5) 有机水稻市场需求分析
- (6) 有机水稻市场发展展望

##### 5.1.2 有机小麦市场发展概况

- (1) 小麦种植情况
- (2) 小麦供销情况
- (3) 有机小麦市场价格分析
- (4) 有机小麦市场供给分析
- (5) 有机小麦市场需求分析
- (6) 有机小麦市场现状及展望

##### 5.1.3 有机玉米市场发展概况

- (1) 玉米种植情况
- (2) 玉米供销情况
- (3) 有机玉米市场价格分析
- (4) 有机玉米市场供给分析
- (5) 有机玉米市场现状及展望

#### 5.2 有机蔬菜市场分析

##### 5.2.1 有机蔬菜市场发展现状

##### 5.2.2 有机蔬菜市场价格分析

- (1) 有机蔬菜市场供给分析
- (2) 有机蔬菜市场需求分析

##### 5.2.3 有机蔬菜市场调研分析

- (1) 消费群组
- (2) 认识程度

(3) 用户需求

(4) 购买频率

(5) 调研结论

#### 5.2.4 有机蔬菜出口潜力分析

(1) 对欧盟市场的出口潜力

(2) 对北美市场的出口潜力

(3) 对日本市场的出口潜力

#### 5.3 有机果品市场分析

##### 5.3.1 有机苹果市场发展概况

(1) 苹果种植情况

(2) 苹果供销情况

(3) 有机苹果市场价格分析

(4) 有机苹果市场需求分析

(5) 有机苹果市场发展展望

##### 5.3.2 有机柑橘市场发展概况

(1) 柑橘种植情况

(2) 柑橘供销情况

(3) 有机柑橘市场价格分析

(4) 有机柑橘市场需求分析

(5) 有机柑橘市场发展展望

#### 5.4 有机茶市场分析

##### 5.4.1 有机茶概念及认证发展

##### 5.4.2 有机茶市场发展现状

##### 5.4.3 有机茶产地生产情况

(1) 浙江武义有机茶生产情况

(2) 贵州凤冈有机茶生产情况

(3) 四川马边有机茶生产情况

(4) 湖南石门有机茶生产情况

(5) 云南普洱有机茶生产情况

(6) 湖北鹤峰有机茶生产情况

(7) 福建安溪有机茶生产情况

(8) 安徽休宁有机茶生产情况

#### 5.4.4 有机茶市场开发策略

- (1) 目标市场选择
- (2) 产品功能和外延开发
- (3) 合理制定价格体系
- (4) 整合供应链
- (5) 积极主动推广有机理念

#### 5.4.5 有机茶市场发展面临的挑战

#### 5.4.6 有机茶市场发展展望

### 5.5 有机养殖产品市场分析

#### 5.5.1 有机猪肉市场分析

- (1) 生猪养殖情况
- (2) 猪肉市场供销情况
- (3) 有机猪肉市场价格分析
- (4) 有机猪肉市场供给分析
- (5) 有机猪肉市场需求分析
- (6) 有机猪肉市场发展展望

#### 5.5.2 有机猪肉市场消费调查

- (1) 数据来源及方案设计
- (2) 消费者个体特征描述
- (3) 猪肉质量安全风险
- (4) 有机猪肉认知与评价
- (5) 消费者对有机猪肉品质的信任水平
- (6) 信息强化后消费者支付意愿
- (7) 调查结论分析及建议

#### 5.5.3 有机羊肉市场分析

- (1) 羊养殖情况
- (2) 羊肉市场供销情况
- (3) 有机羊肉市场供给分析
- (4) 有机羊肉市场需求分析
- (5) 有机羊肉市场价格分析
- (6) 有机羊肉市场现状及展望

#### 5.5.4 有机牛肉市场分析

- (1) 有机牛肉概念及认证
- (2) 牛养殖情况
- (3) 牛肉市场供销情况
- (4) 有机牛肉市场价格分析
- (5) 有机牛肉市场供给分析
- (6) 有机牛肉市场需求现状
- (7) 有机牛肉市场现状及展望

## 第6章：中国有机农业生产技术分析

### 6.1 有机农业生产技术分析

#### 6.1.1 有机粮食生产技术

- (1) 产地要求
- (2) 品种选择
- (3) 培育壮秧
- (4) 栽培技术

#### 6.1.2 有机蔬菜生产技术

- (1) 产地要求
- (2) 品种选择
- (3) 种植制度

#### 6.1.3 有机畜禽养殖技术分析

- (1) 育种技术
- (2) 动物饲养

### 6.2 有机农产品采后处理技术

#### 6.2.1 果蔬采后处理技术与手段

#### 6.2.2 有机果蔬保鲜方式与方法

### 6.3 有机产品加工技术分析

#### 6.3.1 有机产品加工基本原则

#### 6.3.2 有机产品加工厂选择

#### 6.3.3 有机产品加工卫生条件

#### 6.3.4 有机食品加工工艺技术

## 第7章：中国有机农业主要企业生产经营分析

## 7.1 有机农业企业发展状况分析

## 7.2 有机农业领先企业个案分析

### 7.2.1 天人果汁集团股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

### 7.2.2 泰安泰山亚细亚食品有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

### 7.2.3 福建省闽中有机食品有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

### 7.2.4 北京欧阁有机农庄科贸发展有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

### 7.2.5 辽宁巨龙有机食品有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

### 7.2.6 北京德青源农业科技股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

### 7.2.7 北京归原生态农业发展有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

### 7.2.8 东周丰源（北京）有机农业有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

#### 7.2.9 梅州市金穗生态农业发展有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

#### 7.2.10 北京德杰天然有机绿色食品有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

#### 7.2.11 西藏特色产业股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

#### 7.2.12 云南广泰生物科技开发有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

略&hellip;&hellip;

### 第8章：中国有机农业发展趋势与前景预测（AK WZY）

#### 8.1 有机农业市场前景分析

##### 8.1.1 有机农业市场发展趋势分析

##### 8.1.2 有机农业市场发展前景预测

#### 8.2 有机农业市场投资分析

##### 8.2.1 有机农业投资特性分析

(1) 行业进入壁垒分析

(2) 行业盈利模式分析

(3) 行业盈利因素分析

##### 8.2.2 有机农业投资风险分析

(1) 行业政策风险及提示

(2) 行业市场风险及提示



### 8.2.3 有机农业投资项目分析

(1) 隆平高科布局有机农业

(2) 联想集团布局有机农业

(3) 其他有机农业投资项目

### 8.2.4 有机农业投资建议

部分图表目录：

图表1：我国有机农业产品分类

图表2：我国有机农业特征

图表3：我国有机农业与传统农业的区别

图表4：我国现代农业的特点

图表5：我国与国外生态农业的差别

图表6：我国有机农业认证相关政策法规

图表7：有机农业行业管理结构

图表8：有机农业标准汇总

图表9：有机产品贮藏技术要求与规范

图表10：2011年以来《政府工作报告》农业政策要点

图表11：有机农业相关法规

图表12：有机农业发展相关规划

图表13：2011年以来中国国内生产总值及其增长速度（单位：亿元，%）

图表14：2011年以来我国粮食产量、面积与主要粮食作物产量（单位：万吨，千公顷）

图表15：2011年以来我国第一产业固定资产投资额及同比增速（单位：亿元，%）

图表16：2011年以来金融机构人民币存贷款基准利率调整表（单位：百分点）

图表17：2011年以来存款准备金率调整（单位：%）

图表18：中国经济预测（单位：%）

图表19：末人口数及构成情况（单位：万人，%）

图表20：2011年以来中国城镇化率（单位：%）

图表21：2011-2050年中国城市化发展情况及预测（单位：%）

图表22：中国人口年龄结构（单位：%）

图表23：2011年以来中国居民收入变化情况（单位：元）

图表24：2011年以来城镇和农村恩格尔系数分布图（单位：%）

图表25：2011年以来中国城乡居家庭人均食品消费量比较（单位：kg/人）

图表26：2011年以来居民消费价格指数走势情况（单位：%）

图表27：2011年以来有机农业技术相关专利申请数量变化图（单位：个）

图表28：2011年以来有机农业技术相关专利公开数量变化图（单位：个）

图表29：有机农业技术相关专利申请人构成图（单位：个）

图表30：有机农业技术相关专利申请人综合比较（单位：种，%，个，年）

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/282096.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提供专业投资咨询报告、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。