



艾凯咨询
ICAN Consulting

2017-2022年中国足球市场需求 及投资前景分析报告

一、调研说明

《2017-2022年中国足球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/282976.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

足球，有“世界第一运动”的美誉，是全球体育界最具影响力的单项体育运动。标准的足球比赛由两队各派10名球员与1名守门员，共11人，在长方形的草地上对抗、进攻。比赛目的是尽量将足球射入对方的球门内，每射入一球就可以得到一分，当比赛完毕后，得分最多的一队则胜出。如果在比赛规定时间内得分相同，则须看比赛章则而定，可以抽签、加时再赛或互射点球（十二步）等形式比赛分高下。足球比赛中除了守门员可以在己方禁区内利用手部接触足球外，球场上每名球员只可以利用手以外的身体其他部分控制足球（开界外球例外）。

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 足球产业相关概述 32

1.1 足球产业基本介绍 32

1.1.1 产业概念 32

1.1.2 产业链构成 32

1.2 足球产业链参与者 33

1.2.1 足协 33

1.2.2 俱乐部与体育赛事联盟 34

1.2.3 转播方 35

1.2.4 赞助商 35

1.2.5 观众 35

1.2.6 衍生品开发与授权方 35

1.2.7 博彩公司 36

1.3 世界足球版图格局 36

1.3.1 地理板块 36

1.3.2 技战术流派 37

1.3.3 球员流动 38

1.3.4 主要区域赛事 39

1.3.5 青少年足球	39
1.3.6 女子足球	39
1.3.7 球队实力分档	39
1.3.8 足球格局特征	40
第二章 国外足球产业发展经验及借鉴	46
2.1 世界足球产业现状	46
2.1.1 商业化历史	46
2.1.2 产业规模分析	53
2.1.3 经济效益分析	54
2.1.4 势力格局分析	54
2.1.5 足球改革发展	55
2.2 各区域足球产业概况	56
2.2.1 欧洲	56
2.2.2 南美洲	57
2.2.3 中北美洲	63
2.2.4 非洲	63
2.2.5 亚洲	64
2.3 英国足球产业分析	66
2.3.1 商业化进程	66
2.3.2 足球文化底蕴	69
2.3.3 产业运行现状	70
2.3.4 足球联赛体系	75
2.3.5 产业政策分析	76
2.3.6 后备人才培养	82
2.4 德国足球产业分析	82
2.4.1 足球文化底蕴	82
2.4.2 商业化发展	83
2.4.3 产业运行现状	84
2.4.4 足球联赛体系	85
2.4.5 产业政策分析	93
2.4.6 后备人才培养	97
2.5 西班牙足球产业分析	99

2.5.1 足球文化底蕴	99
2.5.2 足球联赛体系	100
2.5.3 成功秘诀分析	101
2.5.4 产业政策分析	106
2.5.5 后备人才培养	110
2.6 意大利足球产业分析	110
2.6.1 足球文化底蕴	110
2.6.2 产业运行现状	112
2.6.3 足球联赛体系	115
2.6.4 产业政策分析	116
2.6.5 后备人才培养	122
2.7 巴西足球产业分析	122
2.7.1 足球地位分析	122
2.7.2 商业价值分析	126
2.7.3 产业政策分析	128
2.7.4 后备人才培养	132
2.7.5 产业出路分析	132
2.8 国外足球产业发展经验剖析	133
2.8.1 管理经验	133
2.8.2 政策启示	141
2.8.3 模式借鉴	141
第三章 中国足球产业发展的基础条件分析	143
3.1 经济基础	143
3.1.1 中国经济发展回顾	143
3.1.2 国民经济运行现状	175
3.1.3 经济转型升级形势	179
3.1.4 宏观经济发展预测	184
3.1.5 与宏观经济的相关性	189
3.2 社会文化基础	191
3.2.1 社会因素分析	191
3.2.2 社会影响分析	192
3.2.3 文化因素分析	194

3.2.4 中国足球文化	197
3.3 人才基础	199
3.3.1 中国人口规模	199
3.3.2 足球人口规模	200
3.3.3 教练人才现状	201
3.4 技术基础	202
3.4.1 足球技术基本类型	202
3.4.2 世界足球技术趋势	217
3.4.3 中国足球技术水平	217
3.4.4 中国足球竞赛实力水平	218
3.4.5 中国足球技术亟需革新	219
第四章 2014-2016年6月中国足球产业发展现状分析	221
4.1 中国足球职业化发展进程	221
4.1.1 构建发展布局	221
4.1.2 管办分离尝试	222
4.1.3 布局重点城市	223
4.1.4 开启职业化改革	223
4.2 中国足球产业运行现状	225
4.2.1 产业发展水平	225
4.2.2 商业开发状况	226
4.2.3 产业特征分析	229
4.2.4 产业价值提升	229
4.2.5 企业资本布局	230
4.2.6 区域发展态势	239
4.3 中国足球的产业组织分析	239
4.3.1 产业组织理论	239
4.3.2 市场结构分析	242
4.3.3 市场行为分析	244
4.4 中国足球产业面临的挑战分析	247
4.4.1 主要问题分析	247
4.4.2 产业不足分析	247
4.4.3 行业监管制约	248

4.4.4 产业缺乏竞争力 248

4.5 中国足球产业快速发展建议 248

4.5.1 产业化发展对策 248

4.5.2 产业化经营策略 249

4.5.3 产业化培育路径 250

第五章 中国足球市场化改革综合分析 252

5.1 中国足球管理体制 252

5.1.1 监管组织结构 252

5.1.2 收入分配机制 253

5.1.3 国家扶持政策 253

5.2 足球市场化相关概述 254

5.2.1 市场化的前提 254

5.2.2 市场化的特点 254

5.2.3 市场化的内涵和发展 255

5.2.4 市场化的趋势 256

5.2.5 市场化的对策 256

5.3 足球改革方案剖析 257

5.3.1 足球改革进程 257

5.3.2 具体改革方案 260

5.3.3 改革概要总结 270

5.3.4 改革方案变化 271

5.3.5 改革意义分析 272

5.4 足球改革方案要点 272

5.4.1 足球改革"三步走"战略 272

5.4.2 足球管理机制改革 273

5.4.3 改善足球俱乐部经营模式 274

5.4.4 完善竞赛和职业联赛体系 274

5.4.5 大力推进校园足球建设 274

5.4.6 改革专业人才培养方式 275

5.4.7 加强足球场地建设管理 277

5.4.8 完善足球产业投入机制 278

5.5 足球改革发展方向 279

5.5.1 足球改革路径	279
5.5.2 中超公司应先改组	282
5.5.3 未来足球政策展望	284
第六章 2014-2016年6月职业足球联赛发展分析	287
6.1 中国职业足球联赛结构体系	287
6.1.1 联赛结构分析	287
6.1.2 联赛水平分析	288
6.1.3 联赛管理体制	292
6.1.4 联赛发展阶段	294
6.1.5 联赛改革措施	295
6.2 2014-2016年6月中国职业足球联赛运营现状	297
6.2.1 联赛营收规模	297
6.2.2 联赛球迷特征	301
6.2.3 联赛运营方商业规模	302
6.2.4 俱乐部营收情况	304
6.2.5 球员薪资水平	306
6.2.6 联赛影响力分析	309
6.2.7 联赛投入规模	310
6.3 中外足球联赛发展水平对比	311
6.3.1 规模比较	311
6.3.2 体制比较	315
6.3.3 联赛收入结构比较	317
6.3.4 球队创收能力比较	322
6.3.5 球员价值比较	323
6.4 中国职业足球联赛发展的问题分析	324
6.4.1 改革指导思想存在偏差	324
6.4.2 联赛管理体制存在缺陷	324
6.4.3 俱乐部投资者定位有待规范	325
6.4.4 缺乏对职业联赛的充分认识	326
6.4.5 缺乏对足球市场的培育	326
6.5 国外足球联赛发展借鉴	326
6.5.1 英超联赛特色	326

6.5.2 德甲联赛特色	328
6.5.3 日本J联赛特色	328
6.5.4 对中国的启示	329
6.6 中国职业足球联赛发展战略构想	331
6.6.1 实现职业足球联赛的规模化	331
6.6.2 成为中国足球彩票的竞猜对象	335
6.6.3 实现比较均匀的区域联赛覆盖	341
6.6.4 建立符合国情的球员转会机制和青训体系	348
6.6.5 联赛新机制下俱乐部建设构想	360
6.6.6 构建与联赛相适应的媒体转播体系	364
第七章 2014-2016年6月中超联赛发展分析	366
7.1 中超联赛历史沿革	366
7.1.1 甲A联赛摸索中起步（1994-2002年）	366
7.1.2 中超联赛开启新篇章（2003-2004年）	367
7.1.3 中国足坛陷入停滞期（2005-2013年）	368
7.1.4 联赛开始步入回暖期（2014-2016年）	369
7.2 中超联赛发展现状	371
7.2.1 联赛组织架构	371
7.2.2 业务范围分析	373
7.2.3 商业价值分析	374
7.3 中超联赛盈利模式	375
7.3.1 收入来源分布	375
7.3.2 冠名赞助商收入	377
7.3.3 广告赞助收入	379
7.3.4 版权销售收入	381
7.3.5 与综艺节目收益对比	385
7.4 中超俱乐部盈利模式	387
7.4.1 整体盈利水平	387
7.4.2 广告赞助收入	389
7.4.3 球员转会收支	390
7.4.4 门票收入	392
7.4.5 版权收入	394

7.4.6 中超公司分红	395
7.5 英超联赛对中超联赛的发展借鉴	399
7.5.1 商业价值分析	399
7.5.2 收入渠道分析	399
7.5.3 俱乐部经营状况	399
7.5.4 盈利模式分析	400
7.5.5 成功经验借鉴	401
7.6 中超联赛发展前景展望	403
7.6.1 体制改革方向	403
7.6.2 市场化运作前景	404
7.6.3 人才培养潜力	405
第八章 2014-2016年6月中甲联赛发展分析	407
8.1 中甲联赛历史沿革	407
8.1.1 甲B联赛摸石头过河（1987-2002年）	407
8.1.2 甲B联赛时代宣告终结（2003-2004）	409
8.1.3 整体规模仍需扩充（2005-2016年）	409
8.2 中甲联赛发展现状	413
8.2.1 联赛组织架构	413
8.2.2 商务开发变迁	414
8.2.3 经营现状分析	416
8.3 中甲联赛盈利模式	416
8.3.1 收入来源	416
8.3.2 转播权收益	417
8.3.3 商业赞助	419
8.3.4 广告收入	421
8.3.5 门票与衍生品	423
8.4 中甲俱乐部发展现状	426
8.4.1 球员薪资	426
8.4.2 球员转会	427
8.4.3 人气基础	428
8.5 英冠联赛对中甲联赛的发展借鉴	431
8.5.1 英冠联赛简介	431

8.5.2 整体经营状况	432
8.5.3 收入渠道分析	433
8.5.4 联赛制度借鉴	435
8.6 中甲联赛发展前景展望	438
8.6.1 城市名片效应	438
8.6.2 市场化运作前景	440
8.6.3 后备人才培养	442
8.6.4 成长机会判断	444
第九章 2014-2016年6月大型足球赛事发展分析	445
9.1 世界杯	445
9.1.1 赛事简介	445
9.1.2 商业价值分析	445
9.1.3 经济效应分析	447
9.1.4 商业开发战略	451
9.1.5 企业营销分析	454
9.2 欧洲杯	456
9.2.1 赛事简介	456
9.2.2 商业价值分析	457
9.2.3 商业指标分析	457
9.2.4 企业战略分析	457
9.3 亚洲杯	460
9.3.1 赛事简介	460
9.3.2 商业价值分析	461
9.3.3 媒体转播分析	464
9.4 欧冠	469
9.4.1 赛事简介	469
9.4.2 商业价值分析	470
9.4.3 商业开发分析	470
9.5 亚冠	472
9.5.1 赛事简介	472
9.5.2 商业价值分析	472
9.5.3 商业开发分析	472

9.6 中国承办大型足球赛事的可行性分析	474
9.6.1 积极影响分析	474
9.6.2 硬件基础分析	475
9.6.3 软件基础分析	475
9.6.4 申办流程分析	475
9.6.5 申办成功要素	475
第十章 2014-2016年6月职业足球俱乐部发展分析	476
10.1 职业足球俱乐部基本概述	476
10.1.1 俱乐部性质	476
10.1.2 组织机构	476
10.1.3 基本模式	477
10.1.4 管理机制	478
10.1.5 经营性质	479
10.2 职业足球俱乐部参与主体职能分析	481
10.2.1 中国足球协会	481
10.2.2 俱乐部	482
10.2.3 国家体育总局和地方政府	483
10.3 中国职业足球俱乐部发展现状	484
10.3.1 运营投入分析	484
10.3.2 经营开发项目	489
10.3.3 生存模式分析	491
10.3.4 实力水平分析	492
10.3.5 主要问题分析	493
10.4 职业足球俱乐部盈利模式剖析	495
10.4.1 职业足球俱乐部收益分析	495
10.4.2 国外足球俱乐部盈利模式	496
10.4.3 我国足球俱乐部经营模式	497
10.4.4 足球俱乐部盈利模式启示	498
10.5 欧洲足球俱乐部的经营管理借鉴	498
10.5.1 经营手段分析	498
10.5.2 无形资产分析	499
10.5.3 市场开拓分析	500

10.5.4 成功经验借鉴	501
10.6 中国职业足球俱乐部发展路径探讨	501
10.6.1 建立现代企业制度	501
10.6.2 确定无形资产归属	502
10.6.3 财务透明化公开化	502
10.6.4 完善球员转会制度	502
10.6.5 加大青训培养力度	503
第十一章 2014-2016年6月足球赛事转播市场发展分析	504
11.1 体育赛事转播的相关概述	504
11.1.1 转播权发展阶段	504
11.1.2 转播权归属问题	504
11.1.3 转播权销售方式	513
11.1.4 转播权购买方	514
11.1.5 新英转播模式	517
11.1.6 CBA转播模式	518
11.2 体育赛事电视转播市场现状	518
11.2.1 市场规模分析	518
11.2.2 基本格局分析	519
11.2.3 市场竞争态势	520
11.2.4 市场前景分析	522
11.3 中国足球赛事电视转播市场分析	523
11.3.1 电视转播整体分析	523
11.3.2 国家队赛事转播分析	524
11.3.3 俱乐部赛事转播分析	525
11.3.4 商业赛事转播分析	526
11.3.5 足球专栏节目分析	529
11.4 中国足球赛事转播权市场化改革分析	530
11.4.1 政策鼓励转播权市场化	530
11.4.2 市场化进程正式拉开	531
11.4.3 转播权引入竞争机制	531
11.4.4 足球媒体版权收费启动	532
第十二章 2014-2016年6月足球赞助市场分析	535

12.1 体育赞助相关概述	535
12.1.1 概念范畴	535
12.1.2 赞助对象	535
12.1.3 体系构成	538
12.1.4 综合效益	538
12.2 体育赞助市场发展概况	539
12.2.1 市场规模分析	539
12.2.2 主要问题分析	540
12.2.3 产生原因分析	542
12.2.4 市场开拓策略	545
12.3 足球产业商业赞助市场分析	547
12.3.1 商业赞助整体态势	547
12.3.2 联赛球衣赞助规模	547
12.3.3 足球赞助市场竞争	551
12.3.4 国足赞助市场现状	554
12.3.5 商业赞助开发策略	557
第十三章 2014-2016年6月足球彩票市场发展分析	559
13.1 中国体育彩票市场发展综况	559
13.1.1 行业成就总结	559
13.1.2 市场销售规模	559
13.1.3 经济社会效益	560
13.1.4 运营模式分析	561
13.1.5 市场监管体制	562
13.1.6 市场营销分析	562
13.2 中国足球彩票的基本介绍	563
13.2.1 发行特点	563
13.2.2 发展历史	564
13.2.3 基本类型	566
13.2.4 投注方法	566
13.2.5 法律监管	567
13.3 中国足球彩票市场运行分析	567
13.3.1 足球赛事催热网络彩市	567

13.3.2 世界杯刺激短期彩票销售	568
13.3.3 中国足彩改革发展方向	569
13.4 中国足球彩票业发展促进建议	569
13.4.1 形成明确观念	569
13.4.2 借鉴国外经验	570
13.4.3 加强法制管理	570
13.4.4 形成规模销售	571
13.4.5 创新足彩玩法	571
第十四章 2014-2016年6月足球后备人才培育分析	572
14.1 中国足球后备人才培养的基本现状	572
14.1.1 青少年足球人才储备数量	572
14.1.2 青少年足球人才培养模式	572
14.1.3 学习与训练环节的问题	573
14.1.4 管理机制环节存在的问题	573
14.1.5 投资环节存在的问题	574
14.2 校园足球发展现状	575
14.2.1 校园足球投入现状	575
14.2.2 政府改革推进方案	575
14.2.3 校园足球急需社会关注	576
14.2.4 校园足球升级难点	579
14.3 各地校园足球推广方案	582
14.3.1 北京市	582
14.3.2 上海市	583
14.3.3 河南省	584
14.3.4 湖北省	586
14.3.5 内蒙古	591
14.4 国外足球强国后备人才培养模式借鉴	591
14.4.1 职业俱乐部为主体	591
14.4.2 学校和俱乐部双轨并重	591
14.5 足球后备人才培养策略探讨	592
14.5.1 把好青少年运动员选材关	592
14.5.2 遵循体育与教育有机结合	594

14.5.3 推进"校园足球"培养模式	595
14.5.4 科学系统地组训	597
14.5.5 建立相应的奖励制度	598
14.5.6 提高教练员专业水平	599
第十五章 国内外典型足球俱乐部商业模式分析	600
15.1 皇家马德里足球俱乐部	600
15.1.1 俱乐部简介	600
15.1.2 管理架构分析	600
15.1.3 盈利情况分析	601
15.1.4 转会收支情况	601
15.1.5 商业价值评估	603
15.1.6 商业模式分析	604
15.1.7 经营模式分析	606
15.2 巴塞罗那足球俱乐部	608
15.2.1 俱乐部简介	608
15.2.2 盈利情况分析	609
15.2.3 商业模式分析	609
15.2.4 品牌运作战略	609
15.3 曼彻斯特联足球俱乐部	611
15.3.1 俱乐部简介	611
15.3.2 收入规模分析	611
15.4 拜仁慕尼黑足球俱乐部	611
15.4.1 俱乐部简介	611
15.4.2 盈利情况分析	612
15.4.3 商业模式分析	612
15.4.4 经营理念分析	614
15.4.5 营销策略解析	615
15.5 切尔西足球俱乐部	619
15.5.1 俱乐部简介	619
15.5.2 收入规模分析	620
15.5.3 盈利情况分析	621
15.6 广州恒大淘宝足球俱乐部	621

15.6.1 俱乐部简介 621

15.6.2 运营管理模式 622

15.6.3 综合效益分析 625

第十六章 2014-2016年6月中国足球产业链相关企业分析 629

16.1 江苏舜天股份有限公司 629

(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

16.2 天津泰达股份有限公司 636

(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

16.3 吉林亚泰集团股份有限公司 645

(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

16.4 中信国安信息产业股份有限公司 652

(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

16.5 天津松江股份有限公司 658

(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

16.6 深圳雷曼光电科技股份有限公司 665

(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

16.7 中体产业集团股份有限公司 671

(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

16.8 深圳市新国都技术股份有限公司 675

(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

第十七章 中国足球产业投资机会及前景分析 682

17.1 投资机会分析 682

17.1.1 足球产业投资逻辑 682

17.1.2 联赛领域投资商机 682

17.1.3 产业链末端投资机会 683

17.1.4 资本市场投资机会 684

17.1.5 行业盈利前景分析 688

17.2 投资风险分析 688

17.3 投资建议 689

17.3.1 产业投资策略 689

17.3.2 产业投资主线 689

17.3.3 具体投资建议 690

17.4 产业前景预测 697

17.4.1 产业迎来发展机遇 697

17.4.2 产业市场空间预测 701

17.4.3 未来产业效益分析 702

17.4.4 中超联赛商业价值预测 702

17.5 未来发展形势判断 704

17.5.1 短期：政策引爆市场 704

17.5.2 中期：借力资本崛起 706

17.5.3 长期：构建足球强国 708(AK HT)

部分图表目录：

图表 1 足球产业链构成 33

图表 2 南美与欧洲国家的体育场数量 59

图表 3 南美国家贫困线以下人口比例 60

图表 4 南美国家2016年人均GDP 61

图表 5 南美国家基尼系数 61

图表 6 本研究 4 国顶级联赛2014-2016赛季联赛转播收入分析一览表（单位：百万欧元）	78
图表 7 本研究2014-2016赛季英超俱乐部主要控股资本一览表	79
图表 8 本研究2014-2016四国联赛俱乐部转会净支出柱状图（单位：百万英镑）	80
图表 9 本研究2014-2016赛季各国联赛票价及上座率比较柱状图	94
图表 10 本研究2014-2016赛季欧洲部分俱乐部收入结构比较柱状图	95
图表 11 本研究2014-2016赛季典型国家顶级联赛收入与债务一览表（单位：亿欧元）	107
图表 12 本研究2014-2016赛季西甲俱乐部收入情况柱状图（单位，百万欧元）	109
图表 13 意大利足球产业总生产值增长	113
图表 14 意大利足球产业近年来销售收入与收益	113
图表 15 本研究2016年世界杯前德国部分俱乐部体育场（馆）获补助情况一览表	116
图表 16 本研究2014-2016赛季意甲俱乐部主要控股者一览表	118
图表 17 本研究2016年世界杯前意大利政府补助场（馆）一览表	119
图表 18 本研究意甲联赛2014-2016年收入构成柱状图（单位：百万英镑）	120
图表 19 2015年GDP初步核算数据	143
图表 20 2015年GDP环比和同比增长速度	143
图表 21 2016年二季度GDP初步核算数据	144
图表 22 2016年二季度GDP环比和同比增长速度	144
图表 23 2014-2016年6月全国居民消费价格涨跌幅	146
图表 24 2014-2016年6月猪肉、牛肉、羊肉价格变动情况	147
图表 25 2014-2016年6月鲜菜、鲜果价格变动情况	147
图表 26 2014-2016年6月居民消费价格分类别同比涨跌幅	148
图表 27 2016年6月居民消费价格分类别环比涨跌幅	149
图表 28 2016年6月居民消费价格主要数据	149
图表 29 2014-2016年6月中国城乡居民恩格尔系数对比表	153
图表 30 2014-2016年6月规模以上工业增加值同比增长速度	154
更多图表见正文.....	

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/282976.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。