



艾凯咨询
ICAN Consulting

2017-2022年中国酱油市场发展 现状及战略咨询报告

一、调研说明

《2017-2022年中国酱油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/284078.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

酱油俗称豉油，主要由大豆、小麦、食盐经过制油、发酵等程序酿制而成的。酱油的成分比较复杂，除食盐的成分外，还有多种氨基酸、糖类、有机酸、色素及香料等成分。以咸味为主，亦有鲜味、香味等。它能增加和改善菜肴的味道，还能增添或改变菜肴的色泽。中国汉族劳动人民在数千年前就已经掌握酿制工艺了。酱油一般有老抽和生抽两种：生抽较咸，用于提鲜；老抽较淡，用于提色。2013年我国酱油行业市场规模为288.08亿元，较2012年同期增长了6.58%;2014年我国酱油行业市场规模为354.19亿元，较2013年同期增长了22.95%;2015年我国酱油行业市场规模将达到408.15亿元，较2014年同期增长15.23%。就目前我国产品的市场占有率来看，海外市场比例还很低。外资扩张明显近年中国酱油市场并购不断，外资对我国酱油企业并购浪潮愈演愈烈，国外的酱油巨头们开始疯狂圈地，许多国内酱油著名企业被尽数收编，许多有着良好商誉的本土品牌也频频被外资品牌兼并。酱油产业的生存空间酱油是应用最广泛、最普通的调味品，因此，酱油行业既非夕阳产业也非朝阳产业，而是一种常青产业，市场需求量相对稳定，客户忠诚度比较高。

2012年我国酱油行业销售规模为694.82万吨，比2011年同期增长5.93%;2013年我国酱油行业销售规模为754.47万吨，比2012年同期增长8.58%;2014年我国酱油行业销售规模为6930.92万吨，比2013年同期增长23.39%。2015我国酱油行业的主要酱油企业积极布局中高端酱油市场，尤其是中端酱油市场。海天味业、中炬高新、加加食品等酱油领先企业都已经在做多品类的推广，并且产能扩建也考虑了其他调味品未来的发展趋势，本土酱油领先企业在经历了渠道精细化之后，会更多的通过产品研发或者并购的方式延伸到调味品的其他子行业，成为整个调味品行业的整合者。全国品牌更有竞争优势继续抢占市场份额。以海天味业、中炬高新、加加和李锦记为代表的全国品牌，在口味以及渠道上具有较强竞争优势，通过全国性的广告宣传和渠道渗透，占领了部分市场，实现了全国性扩张，但现在仍然没有一个真正的覆盖全国的品牌。本土领先企业将利用品牌、口味、渠道优势，继续提高市场份额。

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：

第一章中国酱油行业概况 13

第一节酱油的历史起源 13

第二节酱油的营养成分及功能作用 14

一、酱油的营养成分	14
(一) 氨基酸	14
(二) 天然抗氧化成分	14
(三) 还原糖	14
(四) 总酸	15
(五) 食盐	15
(六) 其他	15
二、酱油的功能作用	15
第三节中国酱油的种类和等级	16
一、中国酱油的种类划分	16
二、酱油的等级评价指标	17
第四节中国酱油的产业发展状况	17
第二章全球酱油行业市场分析	19
第一节全球酱油行业发展情况	19
第二节日本酱油市场分析	20
一、日本酱油的种类	20
(一) 浓味酱油	20
(二) 淡味酱油	20
(三) 溜酱油	20
(四) 二次酿造酱油	20
(五) 白酱油	20
(六) 其他酱油	21
二、日本酱油生产工艺特点	21
(一) 制曲	21
(二) 装料	22
(三) 发酵管理	22
(四) 压榨	24
(五) 加热	24
(六) 沉淀	24
(七) 防腐	24
三、日本酱油知名品牌	24
四、日本酱油市场发展分析	26

五、中国酱油与日本酱油发展比较分析	26
第三节韩国酱油市场分析	27
一、韩国酱油市场概况	27
二、韩国酱油更名	28
第四节台湾地区酱油市场分析	28
一、台湾酱油市场概况	28
二、台湾酱油标准	29
三、台湾酱油品质	30
四、台湾黑豆酱油分析	30
第三章中国酱油制造行业总体运行分析	32
第一节 2013-2015年中国酱油、食醋及类似制品制造行业发展分析	32
一、2013年中国酱油、食醋及类似制品制造行业发展概况	32
二、2014年中国酱油、食醋及类似制品制造行业发展概况	33
三、2015年中国酱油、食醋及类似制品制造行业发展概况	34
第二节 2011-2015年中国酱油、食醋及类似制品制造行业规模分析	35
一、企业数量增长分析	35
二、资产规模增长分析	36
三、销售规模增长分析	37
四、利润规模增长分析	38
第三节 2011-2015年中国酱油、食醋及类似制品制造行业成本费用分析	39
一、销售成本统计	39
二、主要费用统计	40
第四节 2011-2015年中国酱油、食醋及类似制品制造行业运营效益分析	40
一、偿债能力分析	40
二、盈利能力分析	41
三、运营能力分析	43
第四章中国酱油市场供需分析	45
第一节中国酱油行业生产状况分析	45
一、酱油行业生产状况	45
二、中国酱油产品产量状况	46
第二节 2011-2015年中国酱油区域产量统计数据	46
一、华北地区酱油产量统计	46

二、东北地区酱油产量统计	47
三、华东地区酱油产量统计	47
四、华中地区酱油产量统计	48
五、华南地区酱油产量统计	48
六、西南地区酱油产量统计	48
七、西北地区酱油产量统计	49
第三节 2011-2015年中国酱油市场零售规模	49
一、中国酱油市场零售量	49
二、中国酱油市场零售额	50
三、零添加酱油市场规模	50
四、蒸鱼豉油市场规模	50
第五章中国酱油市场竞争格局分析	51
第一节中国酱油市场竞争现状分析	51
一、行业竞争格局分析	51
二、品牌企业持续增长	51
三、业内人才流失普遍	52
四、行业集中度较低	52
第二节中国酱油市场品牌分析	54
一、酱油主要品牌分析	54
二、酱油品牌定位分析	54
三、酱油品牌经营特色	55
（一）海天经营特色	55
（二）加加经营特色	56
（三）李锦记经营特色	56
（四）美味鲜经营特色	57
第三节中国酱油市场销售模式	57
一、酱油主要销售市场	57
（一）城镇市场	57
（二）农村市场	58
二、酱油市场销售模式	58
（一）传统渠道	58
（二）商超渠道	58

(三) 餐饮渠道	59
(四) 批发市场	59
三、新兴销售渠道	59
第四节酱油消费者消费行为分析	60
一、酱油的主要消费群体分析	60
二、消费者购买酱油的选择倾向	60
三、消费者购买产品时的偏好性	61
(一) 消费惯性化	61
(二) 偏好区域性	61
四、消费者在食用中的关注重点	62
(一) 如何挑选优质酱油	62
(二) 酱油的食用禁忌	62
五、消费者对ISO9000、HACCP体系的认知度	62
六、消费者了解安全事件的信息来源	63
第五节中国酱油行业安全信用状况分析	63
第六节中国铁强化酱油与补铁工程	63
一、中国铁强化酱油的生产及推广	63
(一) 铁强化酱油的目的	63
(二) 铁强化酱油的推广	64
二、铁强化添加剂——EDTA铁钠	64
三、国家卫生部明令推广铁强化酱油	64
四、中国铁强化酱油工程的现状分析	64
第六章中国酱油生产技术分析	66
第一节中国酱油生产技术简介	66
一、中国酱油生产工艺发展情况	66
(一) 低盐固态发酵工艺	66
(二) 高盐稀态发酵工艺	66
二、中国酱油主要生产工艺流程	67
第二节中国酱油产品生产工艺分类	68
一、酿造型酱油	68
二、配制型酱油	68
三、酿造酱油和配制酱油的区别	68

(一) 感官差别	68
(二) 化学指标差别	69
四、新型酱油	70
第三节酱油生产技术问题	70
一、各种生产工艺对酱油产品质量的影响	70
二、如何高效发展酱油工业	71
(一) 认清酱油的产品属性	71
(二) 明确酱油产业的发展趋势	71
(三) 推进酱油产业的技术创新	72
三、多菌种发酵的优点	72
第七章中国酱油主要消费区域市场分析	73
第一节广东省酱油市场发展状况	73
一、广东省酱油产量情况	73
二、广东省酱油主要生产企业	73
三、广东省酱油市场发展情况	74
四、广东省酱油市场产品动态	75
第二节浙江省酱油产业发展分析	75
一、浙江省酱油产业发展历史	75
二、浙江省酱油产量情况	76
三、浙江省酱油主要生产企业	76
四、浙江省酱油产业发展中的问题	76
五、浙江省酱油产业发展趋势	78
第三节四川省酱油市场发展状况分析	79
一、四川省酱油产量情况	79
二、四川省酱油主要生产企业	79
三、四川德阳酱油产业良性发展	80
第四节北京市酱油市场发展状况分析	82
一、北京市酱油产量情况	82
二、北京市酱油主要生产企业	82
第五节上海市酱油市场发展状况分析	82
一、上海市酱油产量情况	82
二、上海市酱油主要生产企业	83

第八章中国酱油行业包装分析	84
第一节酱油产品的包装设计	84
第二节微波技术在包装物灭菌上的应用	84
第三节小酱油包装设计的必要性	84
第九章中国主要酱油制造企业分析	86
第一节佛山市海天调味食品股份有限公司	86
一、企业发展基本情况	86
二、企业主要产品分析	86
三、企业经营状况分析	88
四、企业销售网络分析	89
五、企业竞争优势分析	90
第二节广东美味鲜调味食品有限公司	91
一、企业发展基本情况	91
二、企业主要产品分析	91
三、企业经营状况分析	92
四、企业销售网络分析	93
五、企业竞争优势分析	93
六、企业发展战略分析	96
第三节加加食品集团股份有限公司	96
一、企业发展基本情况	96
二、企业主要产品分析	97
三、企业经营状况分析	97
四、企业销售网络分析	99
五、企业竞争优势分析	99
六、企业发展战略分析	101
第四节李锦记集团	102
一、企业发展基本情况	102
二、企业主要产品分析	102
三、企业经营情况分析	103
四、企业销售网络分析	104
五、企业竞争优势分析	104
第五节千禾味业食品股份有限公司	105

一、企业发展基本情况	105
二、企业主要产品分析	105
三、企业经营情况分析	106
四、企业竞争优势分析	107
五、企业发展战略分析	108
第六节开平味事达调味品有限公司	109
一、企业发展基本情况	109
二、企业主要产品分析	110
三、企业经营情况分析	110
四、企业销售网络分析	111
五、企业竞争优势分析	111
第七节广州致美斋食品有限公司	112
一、企业发展基本情况	112
二、企业主要产品分析	112
三、企业经营情况分析	113
四、企业销售网络分析	113
五、企业竞争优势分析	114
第八节上海淘大食品有限公司	114
一、企业发展基本情况	114
二、企业主要产品分析	114
三、企业经营情况分析	115
四、企业销售网络分析	115
五、企业竞争优势分析	116
第九节鹤山市东古调味食品有限公司	116
一、企业发展基本情况	116
二、企业主要产品分析	116
三、企业经营情况分析	117
四、企业销售网络分析	118
五、企业竞争优势分析	118
第十节金冠园食品（福建）有限公司	118
一、企业发展基本情况	118
二、企业主要产品分析	119

三、企业经营情况分析	120
四、企业销售网络分析	120
五、企业竞争优势分析	120
第十一节烟台欣和企业食品有限公司	121
一、企业发展基本情况	121
二、企业主要产品分析	122
三、企业经营情况分析	122
四、企业销售网络分析	123
五、企业竞争优势分析	123
第十二节统万珍极食品有限公司	124
一、企业发展基本情况	124
二、企业主要产品分析	124
三、企业经营情况分析	125
四、企业销售网络分析	126
五、企业竞争优势分析	126
第十三节江苏苏美食品有限公司	126
一、企业发展基本情况	126
二、企业主要产品分析	127
三、企业经营情况分析	127
四、企业销售网络分析	128
五、企业竞争优势分析	128
第十四节湖南龙牌酱业集团有限公司	129
一、企业发展基本情况	129
二、企业主要产品分析	129
三、企业经营情况分析	130
四、企业销售网络分析	131
五、企业竞争优势分析	131
第十五节北京二商金狮龙门食品有限公司	131
一、企业发展基本情况	131
二、企业主要产品分析	132
三、企业销售网络分析	132
四、企业竞争优势分析	132

第十章中国酱油业的发展前景与趋势预测 133

第一节酱油品牌的发展趋势 133

一、老字号转型为世界名牌企业 133

二、重点品牌企业做好行业典范 133

三、企业加大知识产权保护力度 133

四、以品牌战略为主要竞争手段 134

第二节2017-2022年中国酱油产品的发展机遇 134

第三节2017-2022年中国酱油市场的发展策略 134

第四节2017-2022年中国酱油市场规模预测 135

第五节2017-2022年中国酱油行业展望 136

一、我国消费升级带来的重大机遇 136

二、农村市场流通渠道的逐步完善 137

三、行业规范有助于优势企业进一步做大 137

四、食品安全制度将进一步提高行业门槛 137

图表目录：

图表1 国家酿造酱油的标准 17

图表2 中国酱油品牌销售占比结构图 18

图表3 2013年中国酱油、食醋及类似制品制造行业经济指标统计 32

图表4 2014年中国酱油、食醋及类似制品制造行业经济指标统计 33

图表5 2015年中国酱油、食醋及类似制品制造行业经济指标统计 34

图表6 2011-2015年中国酱油、食醋及类似制品制造企业数量变化趋势图 36

图表7 2011-2015年中国酱油、食醋及类似制品制造行业资产总额统计 36

图表8 2011-2015年中国酱油、食醋及类似制品制造行业资产变化趋势图 37

图表9 2011-2015年中国酱油、食醋及类似制品制造行业销售收入统计 37

图表10 2011-2015年中国酱油、食醋及类似制品制造行业销售收入变化趋势图 38

图表11 2011-2015年中国酱油、食醋及类似制品制造行业利润总额统计 38

图表12 2011-2015年中国酱油、食醋及类似制品制造行业利润变化趋势图 39

图表13 2011-2015年中国酱油、食醋及类似制品制造行业销售成本统计 39

图表14 2011-2015年中国酱油、食醋及类似制品制造行业销售成本趋势图 40

图表15 2011-2015年中国酱油、食醋及类似制品制造行业费用统计 40

图表16 2011-2015年中国酱油、食醋及类似制品制造行业资产负债率情况 41

图表17 2011-2015年中国酱油、食醋及类似制品制造行业毛利率情况 41

图表 18 2011-2015年中国酱油、食醋及类似制品制造行业成本费用利润率情况	42
图表 19 2011-2015年中国酱油、食醋及类似制品制造行业销售利润率情况	42
图表 20 2011-2015年中国酱油、食醋及类似制品制造行业资产利润率情况	43
图表 21 2011-2015年中国酱油、食醋及类似制品制造行业应收账款周转率情况	43
图表 22 2011-2015年中国酱油、食醋及类似制品制造行业流动资产周转率情况	44
图表 23 2011-2015年中国酱油、食醋及类似制品制造行业总资产周转率情况	44
图表 24 2015年中国酱油产量集中度分析	45
图表 25 2011-2015年中国酱油产量及增长情况	46
图表 26 2011-2015年中国酱油产量及增长趋势图	46
图表 27 2011-2015年中国华北地区各省市酱油产量	47
图表 28 2011-2015年中国东北地区各省市酱油产量	47
图表 29 2011-2015年中国华东地区各省市酱油产量	47
图表 30 2011-2015年中国华中地区各省市酱油产量	48
图表 31 2011-2015年中国华南地区各省市酱油产量	48
图表 32 2011-2015年中国西南地区各省市酱油产量	49
图表 33 2011-2015年中国西北地区各省市酱油产量	49
图表 34 2011-2015年中国酱油市场零售量	49
图表 35 2011-2015年中国酱油市场零售额	50
图表 36 2011-2015年中国零添加酱油市场规模	50
图表 37 2011-2015年中国蒸鱼豉油市场规模	50
图表 38 中国酱油市场不同企业的竞争情况	51
图表 39 2015年中国酱油行业主要品牌企业一览表	52
图表 40 日本酱油品牌市场占有率情况	53
图表 41 中国酱油品牌市场占有率情况	53
图表 42 中国酱油企业主要产品一览表	54
图表 43 酱油的消费群体占比结构图	60
图表 44 不同消费者对酱油产品的主要选择倾向一览表	60
图表 45 中国酱油不同生产工艺对比	67
图表 46 低盐固态发酵工艺生产流程图	67
图表 47 高盐稀态发酵工艺生产流程图	68
图表 48 2011-2015年广东省酱油产量及增长情况	73
图表 49 广东省酱油主要生产企业名单	73

图表 50 2011-2015年浙江省酱油产量及增长情况	76
图表 51 浙江省主要酱油生产企业名单	76
图表 52 2011-2015年四川省酱油产量及增长情况	79
图表 53 四川省主要酱油生产企业名单	79
图表 54 2011-2015年北京市酱油产量及增长情况	82
图表 55 北京市主要酱油生产企业名单	82
图表 56 2011-2015年上海市酱油产量及增长情况	83
图表 57 上海市主要酱油生产企业名单	83
图表 58 佛山市海天调味食品股份有限公司产品情况表	87
图表 59 2014-2015年佛山市海天调味食品股份有限公司酱油产销量及销售收入	88
图表 60 2015年佛山市海天调味食品股份有限公司分产品情况表	88
图表 61 2015年佛山市海天调味食品股份有限公司业务结构情况	89
图表 62 2011-2016年佛山市海天调味食品股份有限公司收入及利润统计	89
图表 63 2015年佛山市海天调味食品股份有限公司分地区情况表	89
图表 64 广东美味鲜调味食品有限公司产品情况表	91
图表 65 2014-2015年广东美味鲜调味食品有限公司酱油产销量情况	93
图表 66 2011-2015年广东美味鲜调味食品有限公司收入及利润统计	93
图表 67 加加食品集团股份有限公司产品情况表	97
图表 68 2015年加加食品集团股份有限公司分行业分产品分地区情况表	98
图表 69 2015年加加食品集团股份有限公司业务结构情况	98
图表 70 2011-2016年加加食品集团股份有限公司收入及利润统计	98
图表 71 加加食品集团股份有限公司销售网络示意图	99
图表 72 李锦记集团产品情况表	102
图表 73 2012-2015年李锦记（广州）食品有限公司收入及利润情况	103
图表 74 2012-2015年李锦记（广州）食品有限公司销售利润率及毛利率情况	103
图表 75 2012-2015年李锦记新会食品有限公司收入及利润情况	103
图表 76 2012-2015年李锦记新会食品有限公司销售利润率及毛利率情况	104
图表 77 千禾味业食品股份有限公司产品情况	105
图表 78 2013-2015年千禾味业食品股份有限公司产品产销量情况	106
图表 79 2013-2015年千禾味业食品股份有限公司分产品收入情况	106
图表 80 2013-2015年千禾味业食品股份有限公司销售收入及利润情况	107
图表 81 开平味事达调味品有限公司基本情况	109

图表 82	开平味事达调味品有限公司产品情况表	110
图表 83	2012-2015年开平味事达调味品有限公司收入及利润情况	110
图表 84	2012-2015年开平味事达调味品有限公司销售利润率及毛利率情况	110
图表 85	广州市致美斋食品有限公司基本情况	112
图表 86	广州市致美斋食品有限公司情况表	112
图表 87	2012-2015年广州市致美斋食品有限公司收入及利润情况	113
图表 88	广州市致美斋食品有限公司销售利润率及毛利率情况	113
图表 89	上海淘大食品有限公司基本情况	114
图表 90	上海淘大食品有限公司产品情况表	115
图表 91	2012-2015年上海淘大食品有限公司收入及利润情况	115
图表 92	上海淘大食品有限公司销售利润率及毛利率情况	115
图表 93	鹤山市东古调味食品有限公司基本情况	116
图表 94	鹤山市东古调味食品有限公司产品情况表	117
图表 95	2012-2015年鹤山市东古调味食品有限公司收入及利润情况	117
图表 96	鹤山市东古调味食品有限公司销售利润率及毛利率情况	117
图表 97	金冠园食品（福建）有限公司基本情况	119
图表 98	金冠园食品（福建）有限公司产品情况表	119
图表 99	2012-2015年金冠园食品（福建）有限公司收入及利润情况	120
图表 100	2012-2015年金冠园食品（福建）有限公司销售利润率及毛利率情况	120
图表 101	烟台欣和企业食品有限公司基本情况	121
图表 102	烟台欣和企业食品有限公司情况表	122
图表 103	2012-2015年烟台欣和企业食品有限公司收入及利润情况	123
图表 104	2012-2015年烟台欣和企业食品有限公司销售利润率及毛利率情况	123
图表 105	统万珍极食品有限公司基本情况	124
图表 106	统万珍极食品有限公司产品情况表	124
图表 107	2012-2015年统万珍极食品有限公司收入及利润情况	125
图表 108	2012-2015年统万珍极食品有限公司销售利润率及毛利率情况	125
图表 109	江苏苏美食品有限公司基本情况	127
图表 110	江苏苏美食品有限公司产品情况表	127
图表 111	2012-2015年江苏苏美食品有限公司收入及利润情况	128
图表 112	2012-2015年江苏苏美食品有限公司销售利润率及毛利率情况	128
图表 113	湖南龙牌酱业集团有限公司基本情况	129

图表 114 湖南龙牌酱业集团有限公司产品情况表	130
图表 115 2012-2015年湖南龙牌酱业集团有限公司收入及利润情况	130
图表 116 湖南龙牌酱业集团有限公司销售利润率及毛利率情况	130
图表 117 北京二商金狮龙门食品有限公司基本情况	131
图表 118 2017-2022年中国酱油市场规模预测趋势图	135

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/284078.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。