



艾凯咨询
ICAN Consulting

2017-2022年中国男士护肤品市场分析及投资策略研究报告

一、调研说明

《2017-2022年中国男士护肤品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/285308.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

对化妆品的需求主体从年轻、女性消费者为主逐渐延伸到全年龄段、男女性消费并行的格局。其中男士护肤品市场的崛起趋势较为明显，2010 年中国男士化妆品消费市场规模为 20.6 亿元，截至 2015 年市场规模达到 45.25 亿元，近 5 年复合增速超过 17%。中国男士护肤品市场规模及预测

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 男士护肤品相关概述 13

1.1 化妆品的定义 13

1.1.1 化妆品的分类 14

1.1.2 化妆品的主要作用 16

1.1.3 化妆品的发展历程 17

1.2 护肤品的基本概述 22

1.2.1 护肤品的定义及特性 22

1.2.2 护肤品的分类 23

1.2.3 护肤品的成分及作用 26

1.2.4 护肤品的发展历程 30

1.3 男士护肤品相关概述 31

1.3.1 男士护肤品的需求基础 31

1.3.2 男士护肤品的消费基础 31

1.3.3 男士护肤品的类别 33

第二章 2012-2015年中国护肤行业发展环境分析 34

2.1 2012-2015年中国宏观经济环境分析 34

2.1.1 2012-2015年中国GDP分析 34

2.1.2 2012-2015年中国CPI指数 34

2.1.3 2015年中国居民消费与恩格尔系数分析	35
2.1.4 2015年中国城镇居民人均可支配收入分析	36
2.1.5 2015年中国社会消费品零售总额分析	36
2.1.6 2015年中国宏观经济运行分析	37
2.2 中国化妆品行业政策环境分析	39
2.2.1 中国化妆品监管机构及职责	39
2.2.2 中国化妆品被监管对象及特点	41
2.2.3 中国化妆品监管领域的新问题	42
2.2.4 中国化妆品监管的最新进展	43
2.2.5 中国化妆品行业新政策解读	45
2.3 中国化妆品行业技术环境分析	47
2.3.1 中国化妆品行业技术发展现状	47
2.3.2 中国化妆品行业的新技术	47
2.3.3 中国化妆品行业的新原料	49
2.3.4 中国化妆品技术开发研究方向	51
2.4 中国男士护肤品行业社会环境分析	52
2.4.1 2015年中国人口及分布总体情况	52
2.4.2 2015年中国男性人口及年龄分布	53
2.5 2012-2015年中国化妆品行业发展分析	54
2.5.1 2015年中国化妆品市场规模	54
2.5.2 2014年中国化妆品行业发展概况	57
2.5.3 2013年中国化妆品行业发展概况	60
2.5.4 2015年中国化妆品行业发展概况	62
2.6 中国护肤品行业发展分析	65
2.6.1 2012-2015年中国护肤品行业发展概况	65
2.6.2 2014年护肤品市场规模及特点	70
2.6.3 2015年护肤品市场规模及特点	73
2.6.4 2015年中国护肤品市场竞争分析	75

第三章 2012-2015年中国化妆品、美容品及护肤品进出口分析(3304) 80

3.1 2012-2015年中国化妆品、美容品及护肤品进出口总体情况	80
3.1.1 2012-2015年中国化妆品美容品及护肤品进口情况	80

3.1.2 2012-2015年中国化妆品美容品及护肤品出口情况	81
3.2 2012-2015年中国主要省市化妆品、美容品及护肤品进出口情况	83
3.2.1 2012-2015年中国主要省市化妆品美容品及护肤品进口状况	83
3.2.2 2012-2015年中国主要省市化妆品美容品及护肤品出口状况	84
3.3 2012-2015年中国化妆品、美容品及护肤品进出口流向情况	86
3.3.1 2012-2015年中国化妆品、美容品及护肤品进口流向	86
3.3.2 2012-2015年中国化妆品、美容品及护肤品出口流向	87
3.4 2012-2015年中国化妆品、美容品及护肤品进出口均价分析	90

第四章 2012-2015年中国男士护肤品市场发展分析 92

4.1 世界男士护肤品市场发展分析	92
4.1.1 世界男士护肤品市场发展概况	92
4.1.2 西欧男士护肤品市场发展概况	93
4.1.3 德国男士护肤品市场发展概况	93
4.1.4 法国男士护肤品行业发展现状	94
4.2 2012-2015年中国男士护肤品市场发展状况	95
4.2.1 中国男性护肤品市场发展概况	95
4.2.2 2015年中国男士化妆品市场规模及结构	96
4.2.3 2015年中国男士护肤品市场规模	97
4.2.4 中国男士护肤品市场特点分析	97
4.3 中国男性护肤品市场需求分析	98
4.3.1 男士护肤品的基本需求分析	98
4.3.2 不同学历男性对护肤品的需求	99
4.3.3 不同收入男性对护肤品的需求	100
4.3.4 中国男士护肤品的购买人群	101
4.3.5 中国男士护肤品的品类需求	102
4.4 2015年中国男士护肤品市场竞争分析	103
4.4.1 2015年中国男士护肤品市场竞争格局	103
4.4.2 2015年中国男士护肤品品牌竞争状况	105
4.5 2015年中国男士护肤品关注度分析	107
4.5.1 2015年中国男士护肤品等级关注度	107
4.5.2 2015年中国男士护肤品品牌关注度	107

4.5.3 2015年中国男士护肤品产品关注度	108
4.5.4 2015年中国男士护肤品区域关注度	108
4.6 2015年中国男士护肤品市场营销策略分析	109
4.6.1 宣传策略	109
4.6.2 定位策略	110
4.6.3 渠道策略	111
4.6.4 品品牌策略	112
4.7 中国男士护肤品行业存在的问题及对策	112
4.7.1 中国男士护肤品市场存在的问题	112
4.7.2 中国男士护肤产品的品牌成功之道	113
第五章 2012-2015年世界男士护肤品重点品牌及企业介绍	114
5.1 欧莱雅男士(L Oreal For Men)	114
5.1.1 欧莱雅男士品牌相关	114
5.1.2 欧莱雅集团简介	116
5.1.3 欧莱雅在中国的发展	117
5.1.4 2015年企业经营状况	119
5.1.5 2015年企业经营状况	121
5.1.5 2015年欧莱雅男士护肤品品牌市场份额	121
5.2 碧欧泉男士(Biotherm Homm)	122
5.2.1 品牌简介	122
5.2.2 品牌历史	123
5.2.3 品牌主要产品简介	124
5.2.4 2015年碧欧泉男士护肤品品牌市场份额	128
5.3 妮维雅男士(Nivea For Men)	128
5.3.1 品牌简介	128
5.3.2 德国妮维雅公司简介	129
5.3.3 2015年妮维雅男士护肤品品牌市场份额	131
5.3.4 妮维雅深掘男士护肤市场	131
5.4 欧珀莱俊士(JS)	132
5.4.1 品牌简介	132
5.4.2 资生堂集团简介	132

5.4.3 2009财年企业经营状况	133
5.4.4 资生堂品牌线路	135
5.4.5 2012-2015年欧珀莱俊士男士护肤品品牌市场份额	136
5.5 吾诺(Unno)	137
5.5.1 品牌简介	137
5.5.2 产品介绍	137
5.5.3 2015年吾诺男士护肤品品牌市场份额	138
5.6 曼秀雷登男士(Mentholatum for men)	139
5.6.1 品牌简介	139
5.6.2 2015年曼秀雷登男士护肤品品牌市场份额	140
5.7 碧柔男士(Bioré; For Men)	141
5.7.1 品牌简介	141
5.7.2 花王集团简介	142
5.7.3 2015年公司经营情况	143
5.7.4 2015年碧柔男士护肤品品牌市场份额	144
5.8 轻扬男士(Clear for men)	144
5.8.1 品牌简介	144
5.8.2 2015年企业经营状况	148
5.8.4 2015年轻扬男士护肤品品牌市场份额	149

第六章 2012-2015年中国男士化妆品重点企业分析 150

6.1 上海家化联合股份有限公司	150
6.1.1 企业基本情况及品牌	150
6.1.2 2015年企业经营情况	151
6.1.3 2015年企业运营指标状况	153
6.1.4 2015年高夫男士护肤品品牌占有率	155
6.1.5 企业未来发展策略	155
6.2 索芙特股份有限公司	156
6.2.1 企业基本情况	156
6.2.2 2015年企业经营情况	158
6.2.3 2015年企业运营指标状况	159
6.2.4 企业未来发展策略	161

6.3 江苏隆力奇生物科技股份有限公司 163

6.3.1 企业基本情况 163

6.3.2 2015年企业经营状况 164

6.3.3 隆力奇集团摘得直销牌 166

6.3.4 隆力奇获得"全国顾客满意十大品牌" 166

6.4 妮维雅(上海)有限公司 167

6.4.1 企业基本情况 167

6.4.2 2015年企业经营状况 168

6.5 霸王国际集团 169

6.5.1 企业基本情况 169

6.5.2 霸王洗发水主要产品 170

6.5.3 2015年公司经营状况分析 171

6.5.4 霸王领跑中草药洗发水市场 172

6.6 联合利华(中国)有限公司 173

6.6.1 企业基本情况 173

6.6.2 2015年企业经营状况 174

6.6.3 联合利华中国版图内迁 175

6.7 玫琳凯(中国)化妆品有限公司 177

6.7.1 企业基本情况 177

6.7.2 2015年企业经营状况 178

6.8 雅芳(中国)制造有限公司 179

6.8.1 企业基本情况 179

6.8.2 2015年企业经营状况 180

6.9 资生堂丽源化妆品有限公司 181

6.9.1 企业基本情况 181

6.9.2 2015年企业经营状况 184

第七章 2017-2022年中国男士护肤品的发展预测分析 185

7.1 中国男士护肤品行业发展趋势分析 185

7.1.1 产品品类 185

7.1.2 营销手段 186

7.1.3 品牌定位 187

7.1.4 终端管理	187
7.1.5 消费趋势	188
7.2 2017-2022年中国男士护肤品市场前景预测	189
7.2.1 2017-2022年中国男士化妆品行业市场规模	189
7.2.2 2017-2022年中国男士护肤品市场规模预测	190
第八章 2017-2022年中国男士护肤品投资分析	191
8.1 中国男士护肤品投资机会分析	191
8.2 中国男士护肤品行业投资风险分析	192
8.2.1 男士护肤品消费意识风险	192
8.2.2 男士护肤品品牌风险	192
8.2.3 男士护肤品市场竞争风险	193
8.2.4 男士护肤品经营风险	193
8.3 男士护肤品投资建议	193

图表目录：

图表 1 化妆品分类(按使用目的分)	13
图表 2 化妆品分类(按使用部位分)	14
图表 3 化妆品按照剂型分类	14
图表 4 化妆品按生产过程和产品特点分类	15
图表 5 护肤品按照使用部位和具体功效细分	24
图表 6 护肤品所含成分及作用对照表	25
图表 7 男性与女性皮肤的生理特点比较	30
图表 8 男性与女性的消费心理比较	31
图表 9 男性与女性的生活习惯比较	31
图表 10 男士护肤品产品类别	32
图表 11 男士护肤品产品线	32
图表 12 2012-2015年中国国内生产总值及增长速度	33
图表 13 2012-2015年中国CPI指数走势分析	34
图表 14 2012-2015年中国城镇居民消费与恩格尔系数	34
图表 15 2012-2015年中国农村居民家庭恩格尔系数	35
图表 16 2012-2015年中国城镇居民人均可支配收入及增长率	35
图表 17 2012-2015年中国社会消费品零售总额及增长速度	36

图表 18	2015年中国人口数及其构成情况	51
图表 19	2012-2015年中国城市人口及所占比例趋势图	51
图表 20	2012-2015年间主要年份中国男性人口数量及比重	52
图表 21	2015年中国男性人口年龄分布	52
图表 22	2015年中国男性人口年龄分布结构图	52
图表 23	2012-2015年中国化妆品市场规模增长趋势图	53
图表 24	2012-2015年中国高档化妆品市场规模及增长率	55
图表 25	2014年中国化妆品行业经济指标统计	56
图表 26	2014年中国化妆品行业前五省区企业数量排名	57
图表 27	2014年中国化妆品行业前五省区工业总产值排名	58
图表 28	2014年中国化妆品行业前五省区资产总计排名	58
图表 29	2014年中国化妆品行业前五省区销售收入排名	58
图表 30	2014年中国化妆品行业前五省区利润总额排名	59
图表 31	2015年中国化妆品行业经济指标统计	59
图表 32	2015年中国化妆品行业前五省区企业数量排名	60
图表 33	2015年中国化妆品行业前五省区资产总计排名	61
图表 34	2015年中国化妆品行业前五省区销售收入排名	61
图表 35	2015年中国化妆品行业前五省区利润总额排名	61
图表 36	2015年年中国化妆品行业经济指标统计	62
图表 37	2015年中国化妆品行业前五省区企业数量排名	63
图表 38	2015年中国化妆品行业前五省区资产总计排名	63
图表 39	2015年中国化妆品行业前五省区销售收入排名	64
图表 40	2015年中国化妆品行业前五省区利润总额排名	64
图表 41	2014年中国护肤品市场规模及构成	69
图表 42	2012-2015年中国护肤品市场规模及增长率	72
图表 43	2015年中国护肤品市场规模构成	72
图表 44	2015年中国护肤品细分市场销售占比	73
图表 45	2012-2015年中国护肤品市场等级消费构成	73
图表 46	2015年高档护肤品和大众护肤品市场份额比较	74
图表 47	2012-2015年中国护肤品市场企业份额统计	74
图表 48	2014年市场份额排名前十位的护肤品企业对比	76
图表 49	2015年市场份额排名前十位的护肤品企业对比	76

图表 50 2006-2015年中国护肤品品牌市场占有率 77

图表 51 2014年中国护肤品市场份额排名前十位的品牌 78

图表 52 2015年中国护肤品市场份额排名前十位的品牌 78

图表 53 海关编码3304包括的商品种类 79

图表 54 2012-2015年中国化妆品、美容品及护肤品进口数量统计 79

图表 55 2012-2015年中国化妆品、美容品及护肤品进口数量增长趋势图 80

图表 56 2012-2015年中国化妆品、美容品及护肤品进口金额统计 80

图表 57 2012-2015年中国化妆品、美容品及护肤品进口金额增长趋势图 80

图表 58 2012-2015年中国化妆品、美容品及护肤品出口数量统计 81

图表 59 2012-2015年中国化妆品、美容品及护肤品出口数量增长趋势图 81

图表 60 2012-2015年中国化妆品、美容品及护肤品出口金额统计 81

图表 61 2012-2015年中国化妆品、美容品及护肤品出口金额增长趋势图 82

图表 62 2015年中国主要省市(分海关)化妆品、美容品及护肤品进口统计 82

图表 63 2015年中国主要省市(分海关)化妆品、美容品及护肤品进口统计 83

图表 64 2015年中国主要省市(分海关)化妆品、美容品及护肤品出口统计 83

图表 65 2015年中国主要省市(分海关)化妆品、美容品及护肤品出口统计 84

图表 66 2015年中国化妆品、美容品及护肤品进口来源地情况 85

图表 67 2015年中国化妆品、美容品及护肤品进口来源地情况 86

图表 68 2015年中国化妆品、美容品及护肤品出口流向情况 87

图表 69 2015年中国化妆品、美容品及护肤品出口流向情况 88

图表 70 2012-2015年中国化妆品、美容品及护肤品进出口均价情况 89

图表 71 2012-2015年中国化妆品、美容品及护肤品进出口均价趋势图 90

图表 72 2012-2015年中国男士化妆品市场规模及增长率 95

图表 73 2014年中国男士化妆品市场规模及构成 95

图表 74 2015年中国男士化妆品市场规模构成(单位：亿元) 96

图表 75 2012-2015年中国男士护肤品市场规模及增长率 96

图表 76 2015年男性肌肤问题关注度排行 98

图表 77 男性不使用化妆品的原因分析 98

图表 78 不同学历男性使用化妆品的状况 99

图表 79 不同收入男性使用化妆品的状况 99

图表 80 2015年中国男士护肤品市场企业市场占有率 102

图表 81 2014年市场份额排名前十位的男士护肤品企业市场份额 103

图表 82 2015年市场份额排名前十位的男士护肤品企业市场份额 104

图表 83 2012-2015年中国男士护肤品品牌市场占有率 104

图表 84 2014年中国男士护肤品市场份额排名前十位的品牌 105

图表 85 2015年中国男士护肤品市场份额排名前十位的品牌 105

图表 86 2015年中国男士护肤品产品等级关注度 106

图表 87 2015年中国男士护肤品品牌关注度排行 107

图表 88 2015年中国男士护肤品产品关注度 107

图表 89 2015年中国男士护肤品区域关注度 108

图表 90 2015年欧莱雅集团经营情况 118

图表 91 2015年欧莱雅集团分部门经营情况 118

图表 92 2015年欧莱雅集团分产品及部门经营情况 119

图表 93 2012-2015年欧莱雅集团销售额分地区情况统计 119

图表 94 2012-2015年欧莱雅集团化妆品业务分地区销售额统计 119

图表 95 2012-2015年欧莱雅集团经营利润分地区情况统计 120

图表 96 2012-2015年欧莱雅男士护肤品在中国的的市场份额趋势图 121

图表 97 2012-2015年碧欧泉男士护肤品在中国的的市场份额趋势图 127

图表 98 2012-2015年妮维雅男士护肤品在中国的的市场份额趋势图 130

图表 99 2012-2015年资生堂资产负债状况 133

图表 100 2012-2015年资生堂销售及利润统计 133

图表 101 2012-2015年资生堂分地区主营业务收入状况 133

图表 102 2012-2015年资生堂分地区销售额状况 133

图表 103 2012-2015年资生堂具体分地区销售额状况 134

图表 104 2012-2015年资生堂经营利润分地区状况统计 134

图表 105 2012-2015年欧珀莱俊士男士护肤品在中国的的市场份额趋势图 135

图表 106 2012-2015年吾诺男士护肤品在中国的的市场份额趋势图 138

图表 107 2012-2015年曼秀雷登男士护肤品在中国的的市场份额 139

图表 108 花王集团主要产品及业务概况 141

图表 109 2015年花王集团主要经营指标统计 142

图表 110 2012-2015年花王集团销售额增长趋势图 142

图表 111 2012-2015年花王集团营业利润趋势图 143

图表 112 2012-2015年碧柔男士护肤品在中国的的市场份额 143

图表 113 2012-2015年联合利华公司经营指标统计 147

图表 114 2012-2015年联合利华公司营业额趋势图 147

图表 115 2012-2015年联合利华公司营业利润趋势图 147

图表 116 2015年联合利华公司分地区经营情况情况 148

图表 117 2015年联合利华公司分产品经营情况情况 148

图表 118 2012-2015年轻扬男士护肤品在中国的市场份额趋势图 148

图表 119 上海家化联合股份股份有限公司按专业构成分员工情况 149

图表 120 上海家化联合股份股份有限公司按教育程度分员工情况 150

图表 121 2015年上海家化联合股份股份有限公司主营业务分行业情况表 151

图表 122 2015年上海家化联合股份股份有限公司主营业务分地区情况表 152

图表 123 2012-2015年上海家化联合股份股份有限公司资产及负债统计 152

图表 124 2012-2015年上海家化联合股份股份有限公司销售及利润统计 152

图表 125 2012-2015年上海家化联合股份股份有限公司成本费用统计 153

图表 126 2012-2015年上海家化联合股份股份有限公司偿债能力情况 153

图表 127 2012-2015年上海家化联合股份股份有限公司盈利能力情况 153

图表 128 2012-2015年上海家化联合股份股份有限公司成长能力情况 153

图表 129 2012-2015年上海家化联合股份股份有限公司营运能力统计 154

图表 130 2012-2015年高夫男士护肤品在中国的市场份额趋势图 154

图表 131 索芙特股份有限公司按专业构成分员工情况 157

图表 132 索芙特股份有限公司按教育程度分员工情况 157

图表 133 2015年索芙特股份有限公司主营业务分行业情况表 157

图表 134 2015年索芙特股份有限公司主营业务分产品情况表 158

图表 135 2015年索芙特股份有限公司主营业务分地区情况表 158

图表 136 2015年占公司主营业务收入或利润10%以上的业务经营状况 158

图表 137 2012-2015年索芙特股份有限公司资产及负债统计 159

图表 138 2012-2015年索芙特股份有限公司销售及利润统计 159

图表 139 2012-2015年索芙特股份有限公司成本费用统计 159

图表 140 2012-2015年索芙特股份有限公司偿债能力情况 159

图表 141 2012-2015年索芙特股份有限公司盈利能力情况 160

图表 142 2012-2015年索芙特股份有限公司成长能力情况 160

图表 143 2012-2015年索芙特股份有限公司营运能力统计 160

图表 144 2012-2015年江苏隆力奇生物科技股份有限公司收入及利润统计 163

图表 145 2012-2015年江苏隆力奇生物科技股份有限公司收入增长趋势图 164

图表 146 2012-2015年江苏隆力奇生物科技股份有限公司销售利润率 164

图表 147 2015年江苏隆力奇生物科技股份有限公司成本费用统计 164

图表 148 2015年江苏隆力奇生物科技股份有限公司成本费用比例图 165

图表 149 2012-2015年妮维雅(上海)有限公司收入及利润统计 167

图表 150 2012-2015年妮维雅(上海)有限公司收入增长趋势图 167

图表 151 2012-2015年妮维雅(上海)有限公司销售利润率 167

图表 152 2015年妮维雅(上海)有限公司成本费用统计 168

图表 153 2015年妮维雅(上海)有限公司成本费用比例图 168

图表 154 霸王产品线情况 169

图表 155 霸王追风洗发水主要产品系列 169

图表 156 2012-2015年霸王国际集团主要产品营业收入统计 170

图表 157 2015年霸王国际集团各品牌销售额比例 171

图表 158 2012-2015年联合利华(中国)有限公司收入及利润统计 173

图表 159 2012-2015年联合利华(中国)有限公司收入增长趋势图 173

图表 160 2012-2015年联合利华(中国)有限公司销售利润率 174

图表 161 2015年联合利华(中国)有限公司成本费用统计 174

图表 162 2015年联合利华(中国)有限公司成本费用比例图 174

图表 163 2012-2015年玫琳凯(中国)化妆品有限公司收入及利润统计 177

图表 164 2012-2015年玫琳凯(中国)化妆品有限公司收入增长趋势图 177

图表 165 2012-2015年玫琳凯(中国)化妆品有限公司销售利润率 177

图表 166 2015年玫琳凯(中国)化妆品有限公司成本费用统计 178

图表 167 2012-2015年雅芳(中国)制造有限公司收入及利润统计 179

图表 168 2012-2015年雅芳(中国)制造有限公司收入增长趋势图 179

图表 169 2012-2015年雅芳(中国)制造有限公司销售利润率 180

图表 170 2015年雅芳(中国)制造有限公司成本费用统计 180

图表 171 2015年雅芳(中国)制造有限公司成本费用比例图 180

图表 172 2012-2015年资生堂丽源化妆品有限公司收入及利润统计 183

图表 173 2017-2022年男士化妆品行业市场规模预测 189

图表 174 2017-2022年男士护肤品行业市场规模预测 189

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/285308.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。