



艾凯咨询
ICAN Consulting

2017-2023年中国医药连锁零售 市场发展现状及战略咨询报告

一、调研说明

《2017-2023年中国医药连锁零售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/287744.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

随着世界经济发展、人口总量增长、人口老龄化程度提高以及人们保健意识增强，新型国家城市化建设的推进和各国医疗保障体制的不断完善，全球药品市场呈持续增长趋势。据 IMS Health 的统计数据，2010-2015 年全球药品销售总额由 7,936 亿美元增长至 10,345 亿美元，年均复合增长率约 5.4%，高于同期全球经济增长速度，并预测 2015-2019 年间全球药品销售金额年均复合增长率达到 4%-5%。2000 年以来，受大型医药企业受研发难度加大、新药推出速度减慢、专利药逐步到期等因素影响，全球药品市场增长速度有所放缓。但发展中国家药品市场的快速发展、仿制药品数量的急速增加，将继续驱动全球药品市场保持较快发展。

全球医药市场规模及增长率情况

作为国家重点扶持的产业和保障医疗民生的行业，“十三五”期间医药行业将吸引众多资本进入。然而随着行业生产标准日趋严格，投资进入门槛也在变高，医药行业固定资产投资增速不会出现大幅上涨。但医药行业仍是资产投资的重要领域，因此投资增速仍将在各制造业行业中名列前茅。

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 中国医药行业相关概述20

1.1 中国医药行业发展状况 20

1.1.1 中国医药行业产业链 20

1.1.2 中国医疗体系改革历程 20

1.2 2016年医药行业政策环境分析 24

1.2.1 新医改方案的公布和实施 24

1.2.2 <新药品注册特殊审批管理规定>鼓励行业创新 28

1.2.3 药品集中采购政策影响 28

1.2.4 出口退税政策的影响 29

1.2.5 中医药行业的政策影响分析 29

1.2.6 出口许可证管理制度对---市场的影响 32

- 1.2.7 财政完善医药卫生投入支持行业发展 32
- 1.2.8 药品安全整治作为行业创造良好发展环境 33
- 1.2.9 促进政策为生物医药产业提供发展机遇 35
- 1.3 2014-2016年中国医药行业发展现状分析 36
- 1.3.1 2016年全球医药行业现状分析 36

2016年全球投资避险情绪严重，医药行业作为民生行业受到了资金的青睐，加之政策利好频出，行业投资情况良好，但我国医药市场的内部变化仍不容忽视。随着新医改的推进，医药市场格局随之巨变，行业面临空前挑战。经济增速放缓、医保控费越来越严、医院药占比越来越小、药品招标降价和辅助用药、抗生素、大输液限制力度加大等，监管当局对企业经营管理、生产流程、产品质量的抽检力度进一步加大，多家企业因抽检不合格受到了处罚，影响了企业的生产和投资，医药行业之前的高速发展态势不再。国家统计局数据显示，2016年1-8月，医药行业完成投资额3,914.0亿元，同比增长9.0%，增速较上年同期和2016年1-7月分别下降0.9和2.3个百分点；医药行业投资额占同期全国总量的1.1%，占比与上年同期持平。2014年10月-2016年8月医药行业投资额及其增速走势

2014年10月-2016年8月医药行业投资额占比情况

- 1.3.2 2014-2016年中国医药行业运行总体情况 39
- 1.3.3 2016年医药行业经济运行发展分析 46

第二章 医药连锁经营相关概述59

- 2.1 连锁经营相关概述 59
 - 2.1.1 连锁经营的基本概念 59
 - 2.1.2 连锁经营的加盟形式 59
 - 2.1.3 连锁经营的特点 61
 - 2.1.4 连锁经营的优势 63
 - 2.1.5 中国连锁经营行业发展阶段 66
- 2.2 日本的连锁药店 68
 - 2.2.1 日本连锁药店的业态特征 68
 - 2.2.2 日本连锁药店的成功经营模式 70
 - 2.2.3 日本现代连锁药店发展概况 72
 - 2.2.4 日本现代药店的经营特征 74
 - 2.2.5 日本现代药店企业转型方向 75
- 2.3 美国成熟的医药连锁经营方式 76

- 2.3.1 医药分开成熟经营 76
- 2.3.2 "药味"淡化 77
- 2.3.3 竞争激烈 78
- 2.3.4 2016年美国医药连锁行业的机遇和挑战 78
- 2.4 其它典型的医药连锁经营方式 81
- 2.4.1 德国模式 81
- 2.4.2 瑞典模式 81
- 2.5 中国药店经营模式概述 81
- 2.5.1 中国药店业态概况 81
- 2.5.2 中国药店经营模式分析 83
- 2.5.3 药品连锁经营的软肋 90
- 2.5.4 中国医药零售业的思考 93
- 2.6 网上药店相关概述 94
- 2.6.1 网上药店概念 94
- 2.6.2 美国网上药店 95
- 2.6.3 英国网上药店 95
- 2.6.4 德国网上药店 95
- 2.6.5 中国网上药店 95
- 2.6.6 网上药店的优势 96
- 2.6.7 国外网上药店现状 96
- 2.6.8 中国网上药店现状 97
- 2.7 连锁药店的竞争要素 97
- 2.7.1 第一关键要求 97
- 2.7.2 商品结构分类 98
- 2.7.3 员工素质 99
- 2.7.4 品牌设计 99
- 2.7.5 人才要素 100

第三章 医药连锁行业发展环境分析102

- 3.1 经济发展环境分析 102
- 3.1.1 2016年中国宏观经济运行情况 102
- 3.1.2 2016年下半年中国经济运行分析 106

3.1.3 2016年下半年中国居民消费情况分析	114
3.1.4 2016年下半年中国宏观经济总体发展形势	117
3.2 医药行业发展的动力因素分析	120
3.2.1 经济的增长	120
3.2.2 人口老龄化程度	120
3.2.3 城市化进程	121
3.2.4 新医改的推动	122
3.2.5 居民医疗保健意识	122
3.2.6 医药行业技术的进步	122
3.3 2012-2016年中国药店发展分析	123
3.3.1 收购扩张	123
3.3.2 平价模式转型	124
3.3.3 联盟采购	126
3.3.4 强强联合	127
3.3.5 抢占第三终端	128
3.4 中国医药行业的全面竞争	129
3.5 2014-2016年中国医药零售市场分析	130
3.5.1 2016年中国医药零售行业发展概况	130
3.5.2 2016年中国医药零售区域市场概况	131
3.5.3 2016年中国区域医药零售连锁企业	133
3.5.4 2016年新医改对中国医药零售行业的影响分析	134
3.5.5 医药零售融资与上市成为行业热点	136

第四章 2016年中国医药连锁业运行状况分析137

4.1 2016年中国百强药店运行指标分析	137
4.1.1 总量指标分析	137
4.1.2 销售前十名企业分析	143
4.1.3 销售增量前十名企业分析	144
4.1.4 直营门店前二十强排行榜	145
4.1.5 总体盈利能力分析	146
4.2 2016年中国百强药店运行特点分析	149
4.2.1 国有企业与民营企业的对比	149

- 4.2.2 国际资本的注入 150
- 4.2.3 药店数量增长 151
- 4.2.4 经营模式的变化 152
- 4.2.5 行业集中度的提升 152
- 4.2.6 中国连锁药店的南北差别 155
- 4.3 近年来中国医药连锁行业发展分析 157
 - 4.3.1 两种经营模式的比较分析 157
 - 4.3.2 2012-2016年药店的整合趋势 161
 - 4.3.3 连锁药店限距的影响分析 163
 - 4.3.4 2016年深圳新增中医坐堂医诊所 164
 - 4.3.5 "中医坐堂"试点影响分析 165
 - 4.3.6 新医改对医药连锁企业的影响 165
 - 4.3.7 新医改下连锁药店的应对策略 166
- 4.4 药店贸易联盟（pto）发展状况分析 167
 - 4.4.1 pto发展过程 167
 - 4.4.2 pto目前面临的问题 169
 - 4.4.3 pto发展趋势 171
- 4.5 平价药房的全方位分析 173
 - 4.5.1 平价超市时代的结束 173
 - 4.5.2 "平价"对中国药品零售市场的意义 174
 - 4.5.3 平价药品超市转型难题 174
 - 4.5.4 平价药店的转型方向 176
- 4.6 医药零售连锁经营发展方向 179
 - 4.6.1 医药零售连锁经营中的问题 179
 - 4.6.2 医药零售连锁经营的改进方法 180
 - 4.6.3 医药零售业连锁经营管理水平的提高 181

第五章 中国医药零售消费市场分析184

- 5.1 外部环境分析 184
 - 5.1.1 政策方面 184
 - 5.1.2 社会方面 185
 - 5.1.3 思想意识方面 185

5.2 2012-2016年中国药店品类发展指数分析 186

5.2.1 2012-2016年cdi指数分析 186

5.2.2 中国药店品类结构变化分析 188

5.3 中国医药连锁市场发展趋势 190

5.3.1 市场趋势 190

5.3.2 消费结构发展趋势 191

5.3.3 药品价格趋势 191

5.3.4 竞争趋势 191

5.3 中国otc市场分析 192

5.3.1 otc药品消费热的原因分析 192

5.3.2 otc药品消费的特征 193

5.3.3 外资药企正进军中国otc市场 194

5.4 保健品深入渗透药店 196

第六章 中国医药连锁市场区域分析197

6.1 北京医药连锁市场竞争现状 197

6.1.1 医药市场扩张难 197

6.1.2 社区医院与药店的价格竞争 199

6.2 上海医药连锁市场概况 199

6.2.1 上海医药零售市场饱和 199

6.2.2 上海五大医药连锁价格承诺 200

6.2.3 美信医药连锁上海发力 200

6.3 广东医药连锁市场竞争现状 201

6.3.1 广东药品零售市场现状 201

6.3.2 广东零售药店gsp认证 202

6.3.3 深圳控制药店无序扩张 204

6.4 江苏医药连锁市场本土优势明显 205

6.5 湖南医药连锁市场竞争现状 205

6.5.1 湖南医药市场竞争概况 205

6.5.2 药店距离不设限 206

6.5.3 长沙试行零售药店三级管理 207

6.6 辽宁医药连锁市场竞争现状 207

6.6.1 辽宁医药连锁市场概况	207
6.6.2 2016年沈阳零售药店发展概况	208
6.6.3 大连启用零售药店"诚信档案管理系统"	211
6.7 部分城市医药连锁市场竞争现状	211
6.7.1 云南医药连锁企业欲上市	211
6.7.2 2016年武汉零售药店发展概况	212
6.7.3 2016年杭州零售药店发展概况	214
6.7.4 2016年重庆零售药店发展概况	217
6.8 医药连锁企业的跨区域发展	219
6.8.1 医药连锁企业跨区域发展的风险	219
6.8.2 医药连锁企业跨区发展的策略	220
6.9 中国农村药品市场分析	222
6.9.1 中国农村的药品消费情况	222
6.9.2 中国农村药品市场存在的问题	223
6.9.3 中国农村药品市场发展对策	225

第七章 2014-2016年中国医药连锁行业企业竞争力分析227

7.1 中国海王星辰连锁药店有限公司	227
7.1.1 企业基本情况	227
7.1.2 2016年企业经营回顾	228
7.1.3 2012-2016年店面扩张情况	229
7.1.4 2016年三季度企业经营情况	230
7.1.5 2014-2016年企业最新动态	231
7.1.6 海王星辰创新策略	232
7.2 湖南老百姓医药连锁有限公司	234
7.2.1 公司基本情况	234
7.2.2 2012-2016年公司销售收入状况	235
7.2.3 2016年公司融资并购事件分析	236
7.2.4 2012-2016年老百姓扩张速度加快	237
7.2.5 2016年公司发展战略分析	237
7.3 重庆桐君阁大药房连锁有限责任公司	238
7.3.1 公司基本情况	238

7.3.2 2012-2016年公司销售收入状况	238
7.3.3 连锁药店扩张情况	239
7.4 湖北同济堂药房有限公司	239
7.4.1 公司概述	239
7.4.2 2012-2016年销售收入状况	241
7.4.3 2012-2016年连锁药店扩张情况	241
7.4.4 2016年工作重点	242
7.4.5 同济堂五年规划	242
7.5 国药控股国大药房有限公司	244
7.5.1 公司基本情况	244
7.5.2 2012-2016年公司销售收入状况	245
7.5.3 2012-2016年连锁药店扩张情况	246
7.5.4 2016年国药集团内部整合	246
7.6 辽宁成大方圆医药连锁有限公司	247
7.6.1 公司基本情况	247
7.6.2 2012-2016年公司销售收入状况	247
7.6.3 2012-2016年连锁药店扩张情况	248
7.7 重庆和平药房连锁有限责任公司	248
7.7.1 公司基本情况	248
7.7.2 2012-2016年公司销售收入状况	249
7.7.3 2012-2016年连锁药店扩张情况	250
7.8 云南鸿翔药业有限公司	250
7.8.1 公司基本情况	250
7.8.2 2012-2016年公司销售收入情况	251
7.8.3 2012-2016年连锁药店扩张情况	251
7.8.4 2016年斥资建总部	252
7.8.5 2016年连锁药店布局情况	253
7.9 广东大参林连锁药店有限公司	254
7.9.1 公司基本情况	254
7.9.2 2012-2016年公司销售收入情况	254
7.9.3 2012-2016年连锁药店扩张情况	255
7.9.4 未来五年工作计划	255

- 7.9.5 大参林首推上市大联盟 256
- 7.9.6 大参林市场拓展原则与类型 257
- 7.10 江西开心人大药房连锁有限公司 257
 - 7.10.1 公司基本情况 257
 - 7.10.2 公司发展史 258
 - 7.10.2 2012-2016年公司销售收入状况 258
 - 7.10.3 连锁药店布局情况 259
- 7.11 北京金象大药房医药连锁有限责任公司 259
 - 7.11.1 公司基本情况 259
 - 7.11.2 2012-2016年公司销售情况 260
 - 7.11.3 2012-2016年药店扩张情况 261
 - 7.11.4 金象网上药店 262
 - 7.11.5 金象中医门诊 262
- 7.12 上海华氏大药房有限公司 263
 - 7.12.1 公司基本情况 263
 - 7.12.2 2012-2016年公司销售收入状况 263
 - 7.12.3 2012-2016年连锁药店扩张情况 264
- 7.13 湖南益丰大药房连锁有限公司 265
 - 7.13.1 公司基本情况 265
 - 7.14.2 2016年公司经营情况 265
- 7.13.3 2017-2023年公司发展计划 266
- 7.14 湖南芝林药业(集团)有限公司 267
 - 7.14.1 公司基本情况 267
 - 7.14.2 2017-2023年公司扩张计划 267
- 7.15 深圳市中联大药房有限公司 267

第八章 医药连锁的经营与管理研究269

- 8.1 医药连锁经营物流成本控制的途径 269
 - 8.1.1 完善成本管理的基础工作 269
 - 8.1.2 努力降低企业运营成本 269
 - 8.1.3 落实目标 270
 - 8.1.4 调动员工积极性 270

8.1.5 借鉴国外jit模式	270
8.2 医药连锁经营快配模式与物流成本分析	271
8.2.1 快配模式	271
8.2.2 物流成本分析	271
8.2.3 流程优化控制成本	272
8.2.4 外包模式降低运输成本	272
8.3 连锁药店的定位分析	273
8.3.1 经营定位的紊乱	273
8.3.2 连锁药店的经营定位分析	274
8.3.3 连锁药店经营定位的误区	276
8.4 连锁药店经营管理的标准化	278
8.4.1 连锁药店管理标准化的出现	278
8.4.2 连锁药店管理标准化的步骤	279
8.4.3 管理标准化的方面	281
8.5 如何提高连锁药店的竞争力	282
8.5.1 加强信息化管理	282
8.5.2 全面提升服务水平	283
8.5.3 培育品牌价值	283
8.6 中国网上药店发展的对策分析	284
8.6.1 网上药店消费信任度影响因素分析	284
8.6.2 推进网上药店发展的因素分析	287
8.6.3 对网上药店监管问题的思考	289
8.7 对我国医药连锁品牌的战略思考	291
8.7.1 保护药店品牌	291
8.7.2 药店品牌的事前保护	292
8.7.3 药店品牌的周期性	294
8.7.4 药店品牌的再造途径	295
8.7.5 连锁药店的品牌营销	296
8.7.6 药店文化品牌营销模式	298
8.8 医药连锁的品类管理研究	302
8.8.1 品类管理的沿革	302
8.8.2 品类管理的分析方法	303

8.8.3 药店品类管理--- 304

8.9 医药连锁的农村模式分析 306

8.9.1 资本运营 306

8.9.2 邮政物流 307

8.9.3 药品连锁专柜 308

8.9.4 城市包围农村 309

8.10 零售药店提升市场竞争力 309

8.10.1 药店顾客细分策略 310

8.10.2 药店讲座的步骤和内容 311

8.11 中国医药连锁经营框架的构建思路 311

第九章 医药连锁行业投资机会与风险分析314

9.1 2014-2016年中国药店典型投资并购案例分析 314

9.2 进入壁垒分析 315

9.2.1 进入壁垒低 315

9.2.2 门店服务半径小 316

9.2.3 产品标准化程度高 316

9.2.4 区域分割现象 316

9.3 潜在威胁分析 316

9.3.1 潜在进入者 316

9.3.2 替代服务和业态多样化 316

9.3.3 竞争对手分析 317

9.3.4 供应商讨价还价能力 317

9.4 市场需求特点分析 317

9.4.1 消费者的集中度 317

9.4.2 消费者购买药品的标准化 317

9.4.3 消费者转变费用 318

9.4.4 消费者掌握信息量 318

9.4.5 消费者价值取向变化 318

第十章 2017-2023年中国医药连锁业发展前景319

10.1 "十三五"时期中国医药行业发展前景 319

- 10.1.1 医药市场需求大 319
- 10.1.2 医药行业并购重组热潮 319
- 10.1.3 制药业子行业市场 320
- 10.1.4 医疗器械市场前景广阔 321
- 10.1.5 医药流通业 321
- 10.1.6 专业化分工 321
- 10.2 2020年中国药品市场预测 322
- 10.3 药店的业态革命 322
 - 10.3.1 药食同源新业态 322
 - 10.3.2 网上药店发展前景广阔 324
- 10.4 农村药店前景 325
 - 10.4.1 农村药店定义及其特点 325
 - 10.4.2 农村药店经营环境 326
 - 10.4.3 本土药店发展前景分析 327
 - 10.4.4 农村市场的消费力 327

第十一章 2017-2023年中国医药连锁行业发展趋势329

- 11.1 2017-2023年全球医药市场格局 329
- 11.2 "十三五"时期中国医药行业竞争态势 330
 - 11.2.1 总体竞争态势 330
 - 11.2.2 非医药企业进入 330
 - 11.2.3 化学---业领域 330
 - 11.2.4 中药业领域 331
 - 11.2.5 生物制药业领域 331
 - 11.2.6 销售环节的竞争 332
- 11.3 2016年中国医药行业发展趋势 332
 - 11.3.1 药品消费需求潜力大 332
 - 11.3.2 新医改的利好效应 333
- 11.4 2017-2023年中国药店发展趋势分析 334
 - 11.4.1 利润率下降 334
 - 11.4.2 精细化管理 334
 - 11.4.3 药店管理输出发展 334

- 11.4.4 联盟趋势加速 335
- 11.4.5 并购热潮 335
- 11.4.6 盈利模式的改变 335
- 11.4.7 赢利模式的强化 336
- 11.4.8 自有品牌的崛起 336
- 11.4.9 直营店发展的趋势 336

第十二章 2017-2023年中国医药连锁行业投资建议338(AK WZY)

- 12.1 2016年中国医药行业投资建议 338
- 12.2 2017-2023年中国医药连锁投资领域 338
 - 12.2.1 otc药品市场 338
 - 12.2.2 医保药品 338
 - 12.2.3 药妆店 339
 - 11.2.4 保健品 339
- 12.3 农村连锁药店投资建议 339
 - 12.3.1 农村药品零售市场潜力巨大 339
 - 12.3.2 药店连锁农村市场的建立 340
 - 12.3.3 各地鼓励连锁药店进入农村 340
- 12.4 医药零售企业选址建议 340
 - 12.4.1 选址可行性分析 341
 - 12.4.2 位置与面积的确定 342
 - 12.4.3 销售额和利润的预测 343
 - 12.4.4 开店营业与定期评估 345
- 12.5 中国医药国际连锁投资建议 346
- 12.6 连锁药店经营建议 347
 - 12.6.1 多元化经营 347
 - 12.6.2 便利化服务 348
 - 12.6.3 汽车药店 348
 - 12.6.4 专科药药店 348
 - 12.6.5 网上药店经营方案 349
- 12.7 新形势下中国医药零售业的发展策略 350

部分图表目录：

图表 1 中国医药行业产业链示意图 19

图表 2 中国医改历程一览 21

图表 3 新医改方案总体框架 25

图表 4 2017-2023年中国政府医疗投入支付方向 26

图表 5 2016年中国促进和扶持中医药行业政策一览 28

图表 6 2016年中央财政医药卫生投入情况一览 31

图表 7 2005-2016年全球药品市场规模统计 35

图表 8 2005-2016年全球药品市场销售额及增长趋势图 36

图表 9 2014 全球各地区制药市场规模与增长情况 36

图表 10 2016年排名前15位的全球医药产品市场规模统计 36

图表 11 2016年全球排名前15位---类别市场规模统计 37

图表 12 2016年排名前15位全球性跨国医药公司市场规模统计 38

图表 13 2016年中国医药行业经济指标统计 39

图表 14 2016年中国医药行业前5省区企业数量排名 40

图表 15 2016年中国医药行业前5省区产值排名 41

图表 16 2016年中国医药行业前5省区总资产排名 41

图表 17 2016年中国医药行业前5省区销售规模排名 41

图表 18 2016年中国医药行业前5省区利润排名 42

图表 19 2016年中国医药行业经济指标统计 42

图表 20 2016年中国医药行业细分子行业企业数量分布情况 43

图表 21 2016年中国医药行业细分子行业资产分布情况 44

图表 22 2016年中国医药行业细分子行业市场规模分布情况 44

图表 23 2016年中国医药行业细分子行业利润分布情况 44

图表 24 2016年中国医药行业细分子行业偿债能力比较 45

图表 25 2016年中国医药行业细分子行业盈利能力比较 45

图表 26 2012-2016年中国医药行业各月累计工业增加值增速走势 46

图表 27 2012-2016年全国及医药行业各月累计固定资产投资增速走势 47

图表 28 2014-2016年中国医药行业新产品产值情况 48

图表 29 2012-2016年中国医药行业各月累计新产品产值及增速走势 48

图表 30 2014-2016年中国医药行业工业总产值情况 49

图表 31 2012-2016年中国医药行业各月累计工业总产值及增速走势 49

图表 32 2014-2016年中国化学---产量情况 50

图表 33 2012-2016年中国化学---各月累计产量及增速走势 51

图表 34 2014-2016年中国中成药产量情况 51

图表 35 2012-2016年中国中成药各月累计产量及增速走势 52

图表 36 2014-2016年中国医药行业工业销售产值情况 52

图表 37 2012-2016年中国医药行业各月累计工业销售产值及增速走势 53

图表 38 2012-2016年中国医药行业产销率走势 53

图表 39 2016年中国医药品各月进出口情况 54

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/287744.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。