



艾凯咨询
ICAN Consulting

2006年中国乳制品行业市场分析 及发展趋势研究报告

一、调研说明

《2006年中国乳制品行业市场分析及发展趋势研究报告》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/40715.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

中国乳制品行业经过10年超常规的发展，发展速度将趋于平缓，行业要发展，须通过3个转变来实现，即从速度型向效益型转变，从原料导向型向市场导向型转变，从单一产品结构向多品种、差异化方向转变。目前，世界人均年消费乳制品100千克，而我国只有9千克左右，不足世界平均水平的十分之一。在如此大的市场情况下，我国乳制品企业该怎样扩大自己的市场占有率？未来市场竞争格局怎样？中国乳制品走出国门有那些阻力？如何与世界品牌相竞争？投资者更应该注意哪些问题？投资策略又有哪些方面的变化？乳制品将来发展潜力怎样？

按照国务院"24号文件"规定，2005年10月15日前生产但未标注"复原乳"的奶制品允许销售至2006年1月15日，1月16日之后，由奶粉复原加工成的液态奶即"复原乳"都需要在包装袋上明示，同时监管风暴也开始为新法规保驾护航。2006年，乳业争夺奶源，调整策略动态不断，既有机遇，也充满挑战。

本研究咨询报告依据国家统计局、国家经济信息中心、国家海关总署、全国商业信息中心、中国饮料工业协会、中国乳品行业协会、中国行业研究网、国内外相关报纸杂志的基础信息以及食品饮料行业专业研究单位等公布和提供的大量资料，对我国乳制品市场的供给与需求状况、市场格局与分布、部分重点地区、城市的乳制品市场发展状况、乳制品消费态势等进行了分析，并重点分析了我国乳制品的市场状况、中国乳制品产业的各项经营指标，以及面对WTO时代，中国乳制品业将面临的冲击以及行业与企业的应对策略。报告还对国家乳制品的发展趋势进行了审慎的研判，是乳制品生产、经营企业、科研机构等单位准确了解目前乳制品行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

第一部分 行业发展概况

第一章 乳制品行业相关概念及投资特性分析 1

第一节 乳制品行业相关定义及分类 1

一、乳制品的定义 1

二、乳制品的分类 1

第二节 乳制品行业投资特性分析 3

- 一、我国乳制品行业进入快速成长期 3
- 二、我国乳制品供求显著不均衡 4
- 三、发展乳制品加工企业需要的资金投入量 5
- 四、乳制品企业盈利状况普遍良好，全行业增长势头强劲 7
- 五、乳制品制造业的扩展和内部整合 7
- 六、乳制品行业原料-奶源竞争非常激烈 7

第二章 世界乳制品行业发展分析 12

第一节 世界乳制品行业现状分析 12

- 一、世界乳制品消费状况 12
- 二、世界乳制品地区分布 12
- 三、世界乳制品贸易状况 13

第二节 美国乳制品行业发展分析 14

- 一、美国乳制品行业概况 14
- 二、美国乳制品行业发展特点 14

第三节 澳大利亚乳制品行业发展分析 16

- 一、澳大利亚乳制品行业的概述 16
- 二、澳大利亚乳制品行业发展特点 17
- 三、澳大利亚乳制品行业发展对我国乳制品发展的启示 19

第四节 中国液态奶市场竞争力指标分析 21

- 一、产品品牌及市场占有率 21
- 二、产品类型 21
- 三、产品价格 21
- 四、产品包装 22
- 五、销售渠道 22

第二部分 市场现状分析

第三章 我国乳制品行业市场发展基本状况 23

第一节 乳制品行业外部环境分析 23

- 一、经济环境 23
- 二、行业环境 23

三、政策环境 27

第二节 我国乳制品行业发展特点分析 27

一、乳制品生产将保持增长的局面 27

二、我国乳品市场消费增长趋势 29

三、市场竞争格局将是全国品牌与区域品牌并存 29

四、市场环境发生重大变化，乳业生产面临一定冲击 30

五、应对加入WTO的冲击，乳制品企业将加大兼并重组步伐 30

第三节 2006年乳制品业形势分析 30

一、乳品消费情况分析 31

二、鲜奶市场价格情况分析 33

三、乳制品主要经济指标 34

第四章 中国乳制品行业特性和现状分析 50

第一节 中国乳制品制造业的现状和供求形势 50

一、中国乳制品制造业现状 50

二、发展前景 51

第二节 中国乳制品的市场规模 52

第三节 乳制品行业原料供给分析 53

一、我国乳制品原料市场总体分析 53

二、我国原料奶生产的区域分布 58

三、我国原料奶生产的所有制结构与成本收益分析 63

四、我国原料奶生产的组织经营模式分析 64

五、乳制品原料市场存在的问题 66

六、我国原料奶市场发展趋势分析 69

第五章 我国乳制品行业需求分析 75

第一节 我国乳制品行业整体需求分析 75

一、行业需求量及人均消费量分析 75

二、消费结构分析 76

三、消费品种分析 79

第二节 我国乳制品行业需求特点分析 81

一、城镇居民消费群体逐渐形成 81

二、收入、文化程度以及职业影响乳品消费结构 82

三、乳品消费的目的和习惯发生变化 85

四、乳制品主要消费时间不确定 85

五、城镇销售网点的增加便利了群众购买 86

六、消费者习惯于购买固定品牌 87

第三节 我国乳制品业消费者分析 87

一、消费者构成 87

二、影响乳制品消费的主要因素 88

第四节 我国乳制品需求趋势分析 94

一、乳制品消费需求预测 94

二、中国居民乳制品消费热点展望 96

第六章 我国乳制品行业细分市场分析 103

第一节 液态奶 103

一、液态奶市场供给与需求分析 103

二、液态奶市场竞争分析 104

三、液态奶市场展望 105

第二节 奶粉 106

一、奶粉市场供给分析 106

二、奶粉市场需求分析 108

三、奶粉市场竞争分析 111

四、奶粉市场展望 113

第三节 奶酪、冰淇淋、UHT奶、发酵乳 115

一、奶酪 115

二、冰淇淋 115

三、UHT奶 122

四、发酵乳 123

第七章 我国乳制品进出口分析 125

第一节 我国乳制品进口分析 125

一、乳制品进口情况 125

二、我国乳制品进口种类分析 126

三、我国乳制品进口来源与进口需求地区分析 127

第二节 我国乳制品出口分析 128

一、我国乳制品出口量与出口额分析 128

二、我国乳制品出口去向与出口供给地区分析 129

第八章 我国区域乳制品市场分析 131

第一节 北京市乳制品市场供给分析 131

第二节 中南地区乳制品市场分析 134

一、湖北省乳制品市场供给分析 135

二、广东省乳制品市场供给分析 138

第三节 华东地区乳制品市场分析 143

一、上海地区乳制品市场供给分析 143

二、浙江省宁波市乳制品市场供给分析 148

三、山东省乳制品市场供给分析 151

第四节 西南地区乳制品市场分析 152

一、成都市乳制品市场供给分析 152

二、云南省昆明市乳制品市场供给分析 156

第三部分 竞争格局分析

第九章 我国乳制品行业市场竞争分析 159

第一节 我国乳制品市场竞争现状 159

一、乳品供应竞争日趋激烈 159

二、乳制品市场整合在即 165

三、伊利、三元、蒙牛、光明各巨头竞争霸主 166

四、国外乳制品大品牌抢滩中国市场 171

五、新的竞争对手正在加入 172

六、我国乳制品战略布局重叠 173

七、竞争将向全方位发展 173

第二节 我国乳制品行业竞争格局分析 174

一、国际与国内的竞争 174

二、大牌企业与中小企业的竞争 175

三、区域内与区域外的竞争 176

四、内资与外资、国有与非国有企业的竞争 178

五、奶源基地和非奶源地区的竞争 179

第十章 外资乳制品领先企业分析 183

第一节 瑞典雀巢公司 183

一、公司概况 183

二、在华发展 184

三、经营范围 185

四、经营状况分析 186

第二节 美国美赞臣公司 186

一、公司概况 186

二、在华发展 186

三、经营范围 188

四、经营状况分析 188

第三节 意大利帕马拉特公司 188

一、公司概况 188

二、在华发展 189

三、经营状况分析 190

第十一章 国内乳制品领先企业分析 192

第一节 内蒙古伊利乳业集团 192

一、企业简介 192

二、经营范围 195

三、财务分析 195

四、营销策略 198

第二节 上海光明乳业集团 200

一、企业简介 200

二、经营范围 201

三、财务分析 202

四、市场营销 204

第三节 河北三鹿乳业集团 205

一、公司简介 205

二、品牌运营 206

第四节 黑龙江省完达山乳业集团 210

一、基本情况 210

二、市场状况 211

第五节 北京三元乳业集团 211

一、三元-形象拓展品牌产品着装C标志 211

二、市场状况 212

第六节 江苏维维集团 214

一、维维-乳制品市场发展策略 214

二、市场状况 215

三、“维维”品牌价值40亿 215

第七节 内蒙古蒙牛乳业集团 215

一、企业简介 216

二、经营范围 216

三、国内乳业海外上市第一家 217

第四部分 行业发展趋势

第十二章 乳制品行业发展趋势分析 223

第一节 国际乳制品行业发展趋势 223

一、世界乳制品行业生产现状 223

二、世界乳制品业发展趋势 224

第二节 影响中国乳制品发展的因素分析 226

一、生产工艺和质量 226

二、奶畜资源潜力 228

三、奶牛的单产潜力 229

四、乳制品加工能力 229

五、国家乳业发展政策 230

第三节 未来5~15年中国乳制品发展预测 230

一、未来15年中国乳业总体描述 230

二、乳制品未来供需缺口分析 233

三、未来5年我国乳业形势预测 234

四、未来10~15年我国乳业形势预测 234

- 五、中国乳制品生产预测 236
- 六、中国乳制品中长期发展的具体对策 237

第十三章 我国乳制品行业发展策略分析 241

第一节 乳制品营销策略分析 241

- 一、产品策略分析 241
- 二、销售渠道分析 245
- 三、价格策略分析 247

第二节 国内乳制品企业应加强的对策 251

- 一、产品多元化质量是关键 251
- 二、加入WTO后中国乳制品行业所采取的措施 253
- 三、加入WTO后资本运营与产权制度改革结合 256
- 四、中国乳业亟待技术进步 258

附录

附录一 国际乳制品协议 261

附录二 中国乳及乳制品产品质量标准中华人民共和国国家标准 278

附录三 乳制品行业主要技术 288

附录四 乳制品的包装技术分析 295

附录五 中国乳制品行业统计数据 317

图表目录

图表：乳制品的定义与分类 1

图表：世界各国乳制品工业占食品工业的比重 5

图表：天津市宏洋集团乳制品加工厂UHT生产资金投入的三个方案比较 6

图表：2005年2-12月乳制品全国生产合计 8

图表：2005年2-12月乳制品北京市生产合计 8

图表：2005年2-12月乳制品天津市生产合计 9

图表：2005年2-12月乳制品上海市生产合计 9

图表：2005年2-12月乳制品河北省生产合计 9

图表：2005年2-12月乳制品江苏省生产合计 10

图表：2005年2-12月乳制品浙江省生产合计 10

图表：2005年2-12月乳制品广东省生产合计 10

图表：2005年2-12月乳制品黑龙江生产合计 11

图表：2005年2-12月乳制品内蒙古生产合计 11

图表：乳清制品应用表 16

图表：部分城镇居民乳品消费量降幅较大的省区 31

图表：全国城镇居民消费乳品量情况 32

图表：直辖市人均乳品消费变动情况 32

图表：2005年1-12月份城镇居民乳品消费情况 33

图表：2005年乳品市场价格上涨幅度较大的省区 33

图表：2005年1-12月液体乳及乳制品制造全国合计 34

图表：2005年1-12月液体乳及乳制品制造北京市合计 36

图表：2005年1-12月液体乳及乳制品制造河北省合计 38

图表：2005年1-12月液体乳及乳制品制造上海市合计 39

图表：2005年1-12月液体乳及乳制品制造江苏省合计 41

图表：2005年1-12月液体乳及乳制品制造浙江省合计 43

图表：2005年1-12月液体乳及乳制品制造广东省合计 45

图表：2005年1-12月液体乳及乳制品制造黑龙江合计 46

图表：2005年1-12月液体乳及乳制品制造内蒙古合计 48

图表：国内部分领先企业近几年对外投资统计企业 51

图表：中国牛奶生产总量变化 54

图表：全国不同类型养殖户奶牛平均单产、平均生产成本以及经济效益统计 64

图表：世界各区域乳制品年人均消费量 75

图表：部分地区农村居民家庭平均每户饲养奶牛的产量及销售 78

图表：消费者经常消费的液态奶品种 81

图表：不同文化程度对乳制品消费的比例 82

图表：不同职业对乳制品消费的比例 82

图表：消费结构与收入关系表 83

图表：消费者的文化程度对乳制品消费的影响 84

图表：消费者的职业结构对乳制品消费的影响 84

图表：北京市居民乳制品购买地点抽样调查结果 86

图表：城镇和农村居民的畜产品消费偏好 89

图表：城镇居民年人均消费乳制品 92

图表：2005-2015年乳制品需求量预测结果 96

图表：2005年1-12月液体乳及乳制品制造累计产品销售收入 98

图表：2005年1-12月液体乳及乳制品制造累计产品销售成本 99

图表：2005年1-12月液体乳及乳制品制造累计利润总额 100

图表：2005年1-12月液体乳及乳制品制人均销售率 101

图表：消费者目前所喝的奶粉品牌情况 109

图表：中国奶粉类别消费比率 109

图表：奶粉市场前五位品牌学生奶粉的消费量对比 110

图表：奶粉市场每月消费情况 111

图表：华东地区奶粉市场占有率 112

图表：2005年1-12月份乳品进出口情况 126

图表：主要省份乳制品进出口情况 126

图表：我国乳制品贸易产品细目 126

图表：中国乳制品主要进口国 128

图表：中国乳制品出口比例 130

图表：北京市场上的液体牛奶品牌品种规格（第一方阵） 131

图表：北京市场上的液体牛奶品牌品种规格（第二方阵） 132

图表：北京市场上的液体牛奶包装类型 132

图表：北京市场上各类型牛奶市场占有率 134

图表：武汉市场液体牛奶最畅销品牌 136

图表：液体牛奶品牌畅销原因 136

图表：武汉市场现有奶粉品牌及占有率 137

图表：2005年武汉市场最畅销奶粉品牌 137

图表：2005年广州市民食用纯牛奶的频率统计 138

图表：广州市消费者纯牛奶品牌取向 139

图表：消费者习惯购买纯牛奶场所 140

图表：消费者喜欢的行销或促销方式 141

图表：上海牛奶市场品牌总体提及率 145

图表：上海牛奶市场广告总体提及率 145

图表：上海年奶市场品牌总体提及率与广告总体提及率变动趋势 146

图表：消费者购买过的牛奶品牌 147

图表：购买最多的牛奶品牌 147

图表：宁波鲜奶品牌占有情况 149

图表：光明鲜奶饮用者的购买途径 150

图表：宁波鲜奶饮用者的购买途径 150

图表：制约（山东）牛奶消费的主要因素 152

图表：山东家庭成员喝牛奶的中比例 152

图表：成都市场乳制品加工业情况 154

图表：成都人民商场乳制品销售额前十名的品牌及销售情况 154

图表：成都市部分地区农村奶农奶牛存栏数 155

图表：成都市部分地区鲜奶产量 156

图表：中国乳业三巨头比较 168

图表：牛奶年人均消费量对比 170

图表：2005年9月内蒙古伊利实业集团股份有限公司主要股东 195

图表：2004-2005年内蒙古伊利实业集团股份有限公司股本结构 195

图表：2004-2005年内蒙古伊利实业集团股份有限公司每股指标 196

图表：2004-2005年内蒙古伊利实业集团股份有限公司利润构成 196

图表：2004-2005年内蒙古伊利实业集团股份有限公司获利能力 196

图表：2004-2005年内蒙古伊利实业集团股份有限公司经营能力 197

图表：2004-2005年内蒙古伊利实业集团股份有限公司资本结构 197

图表：2004-2005年内蒙古伊利实业集团股份有限公司发展能力 197

图表：2004-2005年内蒙古伊利实业集团股份有限公司现金流量 197

图表：2005年9月光明乳业股份有限公司主要股东 201

图表：2005年9月光明乳业股份有限公司股本结构 201

图表：2004-2005年光明乳业股份有限公司每股指标 202

图表：2004-2005年光明乳业股份有限公司利润构成 202

图表：2004-2005年光明乳业股份有限公司获利能力 203

图表：2004-2005年光明乳业股份有限公司经营能力 203

图表：2004-2005年光明乳业股份有限公司资本结构 203

图表：2004-2005年光明乳业股份有限公司发展能力 203

图表：2004-2005年光明乳业股份有限公司现金流量 204

图表：2005年12月液体乳及乳制品制造收入前十家企业 216

图表：2005年11月液体乳及乳制品制造收入前十家企业 217

图表：2005年10月液体乳及乳制品制造收入前十家企业 217

图表：2005年9月液体乳及乳制品制造收入前十家企业 218

图表：2005年8月液体乳及乳制品制造收入前十家企业 218

图表：2005年7月液体乳及乳制品制造收入前十家企业 219

图表：2005年6月液体乳及乳制品制造收入前十家企业 219

图表：2005年5月液体乳及乳制品制造收入前十家企业 219

图表：2005年4月液体乳及乳制品制造收入前十家企业 220

图表：2005年3月液体乳及乳制品制造收入前十家企业 220

图表：2005年2月液体乳及乳制品制造收入前十家企业 221

图表：2005年1-12月液体乳及乳制品制造累计企业单位数 221

图表：2005年1-12月液体乳及乳制品制造累计税金总额 222

图表：2005-2015年中国牛奶生产预测 236

图表：消费者购买液态乳制品时考虑的因素 242

图表：京沪两地液态奶市场的主要品牌及市场占有率 243

图表：20世纪末世界各主要乳业国家原奶收购价格 248

图表：液态乳制品品牌间价格比较 249

图表：对罐装消毒牛乳的塑料瓶成型容器的质量要求 307

图表：乳制品的包装形式所占市场比例 313

图表：2004年2月液体乳及乳制品制造销售收入前十家企业 317

图表：2004年3月液体乳及乳制品制造销售收入前十家企业 317

图表：2004年4月液体乳及乳制品制造销售收入前十家企业 318

图表：2004年5月液体乳及乳制品制造销售收入前十家企业 318

图表：2004年6月液体乳及乳制品制造销售收入前十家企业 319

图表：2004年7月液体乳及乳制品制造销售收入前十家企业 319

图表：2004年8月液体乳及乳制品制造销售收入前十家企业 320

图表：2004年9月液体乳及乳制品制造销售收入前十家企业 320

图表：2004年10月液体乳及乳制品制造销售收入前十家企业 321

图表：2004年11月液体乳及乳制品制造销售收入前十家企业 321

图表：2004年12月液体乳及乳制品制造销售收入前十家企业 322

图表：2004年液体乳及乳制品制造主要经济指标全国统计 322

图表：2004年液体乳及乳制品制造主要经济指标北京市统计 323

图表：2004年液体乳及乳制品制造主要经济指标天津市统计 326

图表：2004年液体乳及乳制品制造主要经济指标河北省统计 327

图表：2004年液体乳及乳制品制造主要经济指标辽宁省统计 329

图表：2004年液体乳及乳制品制造主要经济指标吉林省统计 331

图表：2004年液体乳及乳制品制造主要经济指标黑龙江统计 333

图表：2004年液体乳及乳制品制造主要经济指标上海市统计 335

图表：2004年液体乳及乳制品制造主要经济指标江苏省统计 337

图表：2004年液体乳及乳制品制造主要经济指标浙江省统计 339

图表：2004年液体乳及乳制品制造主要经济指标安徽省统计 340

图表：2004年液体乳及乳制品制造主要经济指标江西省统计 342

图表：2004年液体乳及乳制品制造主要经济指标山东省统计 344

图表：2004年液体乳及乳制品制造主要经济指标河南省统计 346

图表：2004年液体乳及乳制品制造主要经济指标湖北省统计 348

图表：2004年液体乳及乳制品制造主要经济指标湖南省统计 350

图表：2004年液体乳及乳制品制造主要经济指标广东省统计 351

图表：2004年液体乳及乳制品制造主要经济指标广西区统计 353

图表：2004年液体乳及乳制品制造主要经济指标四川省统计 355

图表：2004年液体乳及乳制品制造主要经济指标贵州省统计 357

图表：2004年液体乳及乳制品制造主要经济指标云南省统计 359

图表：2004年液体乳及乳制品制造主要经济指标陕西省统计 361

图表：2004年液体乳及乳制品制造主要经济指标新疆区统计 364

图表：2004年液体乳及乳制品制造主要经济指标内蒙古统计 366

图表：2004年液体乳及乳制品制造主要经济指标宁夏区统计 368

图表：2004年液体乳及乳制品制造主要经济指标青海省统计 370

图表：2003年1-12月乳制品产量 372

图表：2004年2-12月乳制品产量北京市统计 373

图表：2004年2-12月乳制品产量天津市统计 373

图表：2004年2-12月乳制品产量河北省统计 374

图表：2004年2-12月乳制品产量辽宁省统计 374

图表：2004年2-12月乳制品产量吉林省统计 375

图表：2004年2-12月乳制品产量上海市统计 375

图表：2004年2-12月乳制品产量江苏省统计 376

图表：2004年2-12月乳制品产量浙江省统计 377

图表：2004年2-12月乳制品产量安徽省统计 377

图表：2004年2-12月乳制品产量山东省统计 378
图表：2004年2-12月乳制品产量河南省统计 378
图表：2004年2-12月乳制品产量湖北省统计 379
图表：2004年2-12月乳制品产量湖南省统计 379
图表：2004年2-12月乳制品产量广东省统计 380
图表：2004年2-12月乳制品产量广西区统计 380
图表：2004年2-12月乳制品产量四川省统计 381
图表：2004年2-12月乳制品产量贵州省统计 381
图表：2004年2-12月乳制品产量云南省统计 382
图表：2004年2-12月乳制品产量陕西省统计 382
图表：2004年2-12月乳制品产量内蒙古统计 383
图表：2004年2-12月乳制品产量宁夏区统计 383 图表：2004年2-12月乳制品产量新疆区统计 384

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/40715.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提供投资咨询报告、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。