



艾凯咨询
ICAN Consulting

2006年中国肉制品行业市场分析 及发展趋势研究报告

一、调研说明

《2006年中国肉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/44398.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

内容简介

2006年上半年，我国禽肉产量832.4万吨，同比增长0.7%。国内大部分地区禽肉价格同比偏低，5月份开始出现回升迹象，这预示着禽肉生产和消费正逐步恢复。家禽产品价格将缓慢回升；2006年上半年我国牛肉产量373.9万吨，羊肉产量224万吨，同比增长5.7%和5.8%。牛羊肉市场继续保持稳步发展态势，牛羊肉产量不断增长，养殖效益稳定。预计我国牛羊肉出口将继续增长，牛羊肉市场价格将会逐步回升；2006年上半年我国猪肉产量2818万吨，同比分别增长3.5%和2.9%，增幅同比分别下降4和5.1个百分点。上半年城镇居民特别是农民收入增加，对猪肉需求增加，而由于生猪存栏下降，生猪出栏增幅可能小于需求的增长幅度，预计我国生猪产品价格将有所回升。

目前中国肉制品加工业仍处于初级发展阶段，深加工产品的比重仅为肉类总产量的4%，远低于国外的40%，发展的空间很大。未来精深加工的肉制品、冷却肉、小包装肉类需求有较大的增长。中国肉制品行业正处于转型期，资源配置地域性突出，同时大规模的现代生产方式与传统的小生产方式并存，先进的流通方式与落后流通方式并存，发达的城市市场与分散的农村市场并存；行业集中度比较低。双汇、金锣、雨润三家肉类行业龙头企业屠宰生猪仅占我国生猪屠宰总量的4%不到，而美国前三家肉类加工企业总体市场份额已超过65%。我国屠宰及肉制品行业的行业竞争并不是太激烈，行业整合高峰还没有来到，行业龙头企业在行业整合过程中发展空间巨大。“十五”期间，肉类工业销售总额由733.43亿元增加到2255.55亿元，增加量为1522.12亿元，年平均增量304.4亿元，5年总增长207.5%。2006年上半年，全国屠宰及肉制品加工业规模以上企业实现销售收入1210亿元，同比增长21.29%，增速比上年有所下降，但仍处于较高增长水平；行业规模以上企业实现利润总额40.57亿元。行业呈现良好的发展态势。

欧美发达国家人均肉类消费在70-120 kg，东方民族消费习惯以素食为主，也许不会达到西方民族那样年人均消费量，但目前我国人均消费的水平仍然很低。近年来恩格尔系数不断下降。由于人均食品消费支出占消费支出比例逐年下降，而肉类食品消费总量仍不断增加，这使得人们的食品消费升级成为可能。在肉制品消费中，低温肉制品将会成为我国肉制品未来发展的主要趋势。到2010年，我国低温肉制品市场容量将达4100多万吨；从肉类食品消费结

构来看，国内肉类产量中猪肉占总量的64%，其次是禽肉占20%，牛肉和羊肉产量分别占10%和6%，这一消费结构在短期内难以改变。预测2010年我国GDP总量将接近19万亿元人民币，折合2.28万亿美元以上。届时，全国人口按13.48亿计算，人均GDP总量将接近1,700美元。经济总量的持续扩大对肉类工业的发展十分有利。在未来几年内，肉类加工业将进入一个新的稳定成长期，完成由老成熟行业向新朝阳行业的转换和过渡。

本研究咨询报告依据国家统计局、国家经贸委、国家海关总署、国务院发展研究中心、中国农业部、中国肉类工业协会、国家经济信息中心、国民经济景气监测中心、中国行业研究网、国内外相关刊物在的基础信息以及产业研究单位等公布和提供的大量资料。本报告对我国肉制品行业市场的供给与需求状况、发展趋势、投资前景等进行了分析，并深入研究了肉制品行业优势企业的发展策略、经营状况、市场竞争等。本报告是肉制品行业生产企业、经销公司及相关企业和单位、计划投资于肉制品行业的企业等准确了解目前中国肉制品行业市场发展动态，把握肉制品行业发展趋势，制定市场策略的必备的精品。

第一部分 行业现状分析

第一章 行业定义及投资特性分析 1

第一节 行业定义及产品分类 1

一、肉类及肉制品定义 1

二、肉制品产品分类 1

第二节 行业特性 7

一、行业总体特征 7

二、行业生命周期 8

三、行业集中度 9

第三节 行业产业链 18

一、养殖环节 18

二、屠宰加工环节 19

三、零售环节 19

第二章 全球肉制品行业市场概况 21

第一节 2006年全球肉制品市场形势分析 21

一、2006年全球禽肉市场分析	21
二、2006年全球牛羊肉市场分析	24
三、2006年全球猪肉市场分析	27
四、全球有机肉制品市场分析	28
五、全球肉制品市场价格动态	30
第二节 部分国家和地区肉制品市场分析	30
一、美国	30
二、俄罗斯	32
三、欧洲	34
四、匈牙利	40
第三节 世界肉制品生产结构和我国战略	41

第三章 我国肉制品行业发展概况 45

第一节 行业发展历程 45

- 一、“十五”前行业发展情况 45
- 二、“十五”期间行业发展情况 47

第二节 行业运行情况 49

- 一、2005年全年行业运行 49
- 二、2006年上半年行业运行 56

第三节 我国肉制品行业绩效分析 61

- 一、2006年行业产销情况 61
- 二、2006年行业规模 65
- 三、2006年行业盈利能力 71
- 四、2006年行业经营发展能力 79
- 五、2006年行业偿债能力 82

第四节 行业地区经济对比 91

- 一、河南肉制品行业发展 91
- 二、北京肉制品行业发展 98
- 三、山东肉制品行业发展 103
- 四、浙江肉制品行业发展 107
- 五、江苏肉制品行业发展 112
- 六、四川肉制品行业发展 115

第五节 行业发展分析 118

- 一、细分行业产业布局状况 118
- 二、肉制品工业发展的特点 119
- 三、肉制品工业发展存在的问题 120
- 四、驱动肉类行业发展的宏观因素 122
- 五、肉类产品发展的制约因素 123

第二部分 行业市场分析

第四章 我国肉制品市场分析 127

第一节 市场现状分析 127

- 一、消费持续增长 127
- 二、产品质量和竞争力提高 128

第二节 进出口市场分析 130

- 一、进出口形势分析 130
- 二、进出口对策分析 134
- 三、猪肉出口形势分析 135

第三节 市场发展分析 138

- 一、市场发展空间 138
- 二、市场消费趋势 141

第四节 肉制品营销渠道现状及趋势 146

- 一、家离市场及其营销模式 146
- 二、肉类生产与加工厂商的市场结构 148
- 三、肉类批发与零售分销渠道 149
- 四、家畜与肉类产品市场的发展 150

第五章 细分行业市场分析 151

第一节 2006年上半年禽肉市场分析 151

- 一、2006年上半年生产情况 151
- 二、2006年上半年进出口情况 151
- 三、2006年上半年消费情况 153
- 四、2006年上半年价格走势 154
- 五、禽肉制品市场发展趋势 156

第二节 2006年上半年我国牛羊肉市场分析 163

一、2006年上半年生产情况 163

二、2006年上半年价格走势 164

三、2006年上半年消费情况 167

四、2006年上半年进出口情况 168

五、肉牛业发展动向 170

第三节 2006年上半年我国猪肉市场分析 178

一、2006年上半年生产情况 179

二、2006年上半年进出口情况 180

三、2006年上半年价格走势 182

四、2006年上半年消费情况 183

第三部分 行业竞争分析

第六章 行业竞争分析 187

第一节 竞争现状 187

一、内资企业间的竞争 187

二、内资与外资间的竞争 191

三、强势企业间的竞争 192

第二节 竞争态势 201

一、渠道竞争 201

二、资本竞争 203

三、技术竞争 204

第七章 肉制品行业领先企业分析 205

第一节 双汇实业集团 205

一、公司概况 205

二、财务分析 208

三、公司前景 212

四、渠道运作 215

第二节 南京雨润肉食品有限公司 231

一、公司概况 231

二、经营情况 231

第三节 诸城外贸有限责任公司	237
一、公司概况	237
二、营销模式	239
第四节 山东金锣企业集团总公司	241
一、公司概况	241
二、经营情况	242
三、营销分析	243
第五节 山东凤祥有限责任公司	260
一、公司概况	260
二、发展战略	261
第六节 烟台市喜旺食品有限公司	262
一、公司概况	262
二、最新动态	264
三、优势分析	265
第七节 吉林德大有限公司	267
一、公司简介	267
二、发展模式	267
第八节 得利斯集团有限公司	269
一、公司概况	269
二、经营分析	271
三、最新动态	273
第九节 河北福成五丰食品股份有限公司	275
一、公司简介	275
二、财务分析	276

第四部分 行业发展趋势分析

第八章 相关行业分析 281

第一节 肉制食品添加剂行业分析 281

一、食品添加剂的发展推动肉食行业的进步 281

二、我国食品添加剂工业发展方向 283

第二节 肉制食品包装行业分析 285

一、肉制品包装材料综述 285

二、软包装对肉制品加工业的影响	296
三、包装设计的新形态和发展因素	299
第三节 肉制品销售物流现状与对策分析	302
一、肉制品销售物流现状分析	302
二、肉制品产品特性研究	305
三、肉制品销售物流特性研究	306
四、肉制品销售物流发展对策	307

第九章 行业发展环境分析 310

第一节 宏观经济及居民消费 310

- 一、2006年我国宏观经济发展 310
- 二、2006年我国居民收支分析 314
- 三、2006年居民食品消费 321

第二节 行业发展政策分析 326

- 一、我国肉制品加工业法律法规 326
- 二、我国肉类产业“十一五”战略思路 327
- 三、我国肉制品行业产品结构调整方向 329
- 四、俄罗斯进口政策变动的影响 330

第十章 行业发展与投资前景 331

第一节 行业发展趋势分析 331

- 一、肉制品生产布局的调整 332
- 二、肉制品产量及畜禽品种结构的变化 333
- 三、现代肉制品加工企业的发展 333
- 四、肉制品的国内市场和进出口情况 335
- 五、肉制品加工装备和工艺技术的进步 336

第二节 行业的SWOT分析 338

- 一、优势（Strengths） 339
- 二、劣势（Weaknesses） 341
- 三、机遇（Opportunities） 343
- 四、威胁（Threats） 345

第三节 “十一五”我国肉制品工业发展预测 347

一、肉制品行业“十五”规划执行情况	347
二、对“十一五”肉制品工业发展环境的分析预测	348
第四节 发展肉制品工业的主要措施	352

附录

附录：真空袋装鸡腿、鸡翅类休闲食品上海市场调研报告	366
---------------------------	-----

图表目录

图表：肉类行业特征分析	7
图表：2005年2月屠宰及肉类加工销售收入前十家企业	9
图表：2005年3月屠宰及肉类加工销售收入前十家企业	9
图表：2005年4月屠宰及肉类加工销售收入前十家企业	10
图表：2005年5月屠宰及肉类加工销售收入前十家企业	10
图表：2005年6月屠宰及肉类加工销售收入前十家企业	10
图表：2005年7月屠宰及肉类加工销售收入前十家企业	11
图表：2005年8月屠宰及肉类加工销售收入前十家企业	11
图表：2005年9月屠宰及肉类加工销售收入前十家企业	12
图表：2005年10月屠宰及肉类加工销售收入前十家企业	12
图表：2005年11月屠宰及肉类加工销售收入前十家企业	12
图表：2005年12月屠宰及肉类加工销售收入前十家企业	13
图表：2006年2月屠宰及肉类加工销售收入前十家企业	13
图表：2006年3月屠宰及肉类加工销售收入前十家企业	14
图表：2006年4月屠宰及肉类加工销售收入前十家企业	14
图表：2006年5月屠宰及肉类加工销售收入前十家企业	14
图表：2006年6月屠宰及肉类加工销售收入前十家企业	15
图表：2006年7月屠宰及肉类加工销售收入前十家企业	15
图表：肉类行业的价值链	18
图表：肉牛与奶牛的养殖要素比较	19
图表：2005年1月-2006年6月美国鸡肉批发价格	21
图表：2003-2006年上半年美国市场精选牛肉零售价格	24
图表：美国猪肉批发价格	27
图表：2000年中国肉类生产概况	47

图表：2000-2005年中国主要肉类产量	48
图表：2005年中国主要肉类产量构成比例	49
图表：2005年1-12月屠宰及肉类加工主要经济指标全国合计	54
图表：我国近年猪肉产量及变动情况	56
图表：屠宰及肉制品行业产品销售收入及增长率	57
图表：屠宰及肉制品行业毛利率开始回升	58
图表：屠宰及肉制品利润总额及增长率	58
图表：屠宰及肉制品行业利润率上升	58
图表：屠宰及肉制品行业亏损企业比例	59
图表：屠宰及肉制品行业公司费用率下降	59
图表：2006年1-7月屠宰及肉类加工主要经济指标全国合计	59
图表：2006年1-7月全国各省市屠宰及肉类加工累计产成品	61
图表：2006年1-7月全国各省市屠宰及肉类加工累计产成品比去年同期增长	62
图表：2006年1-7月全国各省市屠宰及肉类加工累计产品销售收入	63
图表：2006年1-7月全国各省市屠宰及肉类加工累计产品销售收入比去年同期增长	64
图表：2006年1-7月全国各省市屠宰及肉类加工累计企业单位数	65
图表：2006年1-7月全国各省市屠宰及肉类加工累计亏损企业单位数	66
图表：2006年1-7月全国各省市屠宰及肉类加工累计全部从业人员平均人数	67
图表：2006年1-7月全国各省市屠宰及肉类加工累计全部从业人员平均人数比去年同期增长	68
图表：2006年1-7月全国各省市屠宰及肉类加工累计工业总产值	69
图表：2006年1-7月全国各省市屠宰及肉类加工累计工业总产值比去年同期增长	70
图表：2006年1-7月全国各省市屠宰及肉类加工累计利润总额	71
图表：2006年1-7月全国各省市屠宰及肉类加工去年本月止累计利润总额	72
图表：2006年1-7月全国各省市屠宰及肉类加工累计亏损企业亏损总额	73
图表：2006年1-7月全国各省市屠宰及肉类加工累计亏损企业亏损总额比去年同期增长	74
图表：2006年1-7月全国各省市屠宰及肉类加工产值利税率	75
图表：2006年1-7月全国各省市屠宰及肉类加工资金利润率	76
图表：2006年1-7月全国各省市屠宰及肉类加工成本费用利润率	77
图表：2006年1-7月全国各省市屠宰及肉类加工人均销售率	78
图表：2006年1-7月全国各省市屠宰及肉类加工产成品资金占用率	79
图表：2006年1-7月全国各省市屠宰及肉类加工资本保值增值率	80

图表：2006年1-7月全国各省市屠宰及肉类加工流动资产周转次数	81
图表：2006年1-7月全国各省市屠宰及肉类加工累计流动资产平均余额	82
图表：2006年1-7月全国各省市屠宰及肉类加工累计流动资产平均余额比去年同期增长	83
图表：2006年1-7月全国各省市屠宰及肉类加工累计固定资产净值平均余额	84
图表：2006年1-7月全国各省市屠宰及肉类加工累计固定资产净值平均余额比去年同期增长	85
图表：2006年1-7月全国各省市屠宰及肉类加工累计资产总计	86
图表：2006年1-7月全国各省市屠宰及肉类加工累计资产总计比去年同期增长	87
图表：2006年1-7月全国各省市屠宰及肉类加工累计负债合计	88
图表：2006年1-7月全国各省市屠宰及肉类加工累计负债合计比去年同期增长	89
图表：2006年1-7月全国各省市屠宰及肉类加工资本负债率	90
图表：2005年1-12月屠宰及肉类加工主要经济指标河南合计	91
图表：2006年1-7月屠宰及肉类加工主要经济指标河南合计	92
图表：2005年1-12月屠宰及肉类加工主要经济指标北京合计	98
图表：2006年1-7月屠宰及肉类加工主要经济指标北京合计	99
图表：2005年1-12月屠宰及肉类加工主要经济指标山东合计	103
图表：2006年1-7月屠宰及肉类加工主要经济指标山东合计	105
图表：2006年1-7月屠宰及肉类加工主要经济指标浙江合计	107
图表：2005年1-12月屠宰及肉类加工主要经济指标浙江合计	109
图表：2006年1-7月屠宰及肉类加工主要经济指标江苏合计	112
图表：2005年1-12月屠宰及肉类加工主要经济指标江苏合计	113
图表：2006年1-7月屠宰及肉类加工主要经济指标四川合计	115
图表：2005年1-12月屠宰及肉类加工主要经济指标四川合计	116
图表：2001-2005年我国农村城镇的恩格尔系数变化	139
图表：2002年到2010年我国冷鲜肉市场容量预测	140
图表：生肉消费的形态	142
图表：2004-2006年各年上半年我国家禽产品贸易额	152
图表：2006年1-5月我国部分地区鸡肉消费	153
图表：2000-2006年上半年我国西装鸡和活鸡价格	154
图表：2000-2006年上半年我国肉雏鸡和肉鸡饲料价格	155
图表：2001-2006年上半年我国牛肉零售价格	165
图表：2002-2006年上半年我国牛肉主产区与主销区价格	166

图表：2001-2006年上半年我国羊肉零售价格	166
图表：2002-2006年上半年我国羊肉主产区与主销区价格	167
图表：2004-2006年各年上半年我国牛肉产品贸易额	168
图表：2004-2006年各年上半年我国羊产品贸易额	170
图表：2002-2004年肉牛增产情况	171
图表：各类产区的牛群结构	173
图表：各类产区牛肉生产指标对比	173
图表：1997-2006年上半年我国猪粮比和猪料比	180
图表：2004-2006年各年上半年我国生猪产品贸易额	181
图表：2000-2006年上半年我国活猪价格	182
图表：2000-2006年上半年我国猪肉零售价格	183
图表：我国猪肉消费数量和消费比重较低的省市	184
图表：我国猪肉消费数量和消费比重较高的省市	184
图表：2005年度中国肉类食品行业50强企业名单	193
图表：泰森食品的发展历程	198
图表：三地主要肉食品上市公司融资情况比较	199
图表：三地主要肉食品上市公司经营业绩和股价情况比较	200
图表：目前占领异地市场的渠道分析	201
图表：目前各中主要渠道及其优劣比较	202
图表：我国屠宰和肉制品加工业上市公司统计表	204
图表：双汇集团主要股东	208
图表：2005-2006年双汇集团获利能力分析	208
图表：2005-2006年双汇集团经营能力分析	208
图表：2005-2006年双汇集团偿债能力分析	209
图表：2005-2006年双汇集团资本结构分析	209
图表：2005-2006年双汇集团发展能力分析	209
图表：2005-2006年双汇集团现金流量分析	209
图表：2005-2006年双汇集团利润分配表	209
图表：按产品系列划分的营业额分布	231
图表：按产品系列划分的毛利分布	232
图表：2006年上半年雨润公司主要经济指标与2005年同期比较	234
图表：2006中国最大1000家企业集团名单山东金锣企业集团排名	241

图表：福成五丰主要股东	276
图表：2005-2006年福成五丰获利能力分析	276
图表：2005-2006年福成五丰经营能力分析	277
图表：2005-2006年福成五丰偿债能力分析	277
图表：2005-2006年福成五丰资本结构分析	277
图表：2005-2006年福成五丰发展能力分析	277
图表：2005-2006年福成五丰现金流量分析	278
图表：2005-2006年福成五丰利润分配表	278
图表：肉制品销售物流流程示意图	303
图表：某企业销售物流流程示意图	303
图表：2001-2006年GDP及增长率	310
图表：2004-2006年工业增加值及增长率	311
图表：2003-2006年规模以上工业企业利润总额及增长率	311
图表：2003-2006年食品加工业利润总额及增长率	312
图表：近年来GDP支出构成比例	312
图表：1996-2005年投资、消费、净出口对GDP的贡献	313
图表：2006年1月各地区城镇居民家庭收支基本情况	314
图表：2006年2月各地区城镇居民家庭收支基本情况	315
图表：2006年3月各地区城镇居民家庭收支基本情况	316
图表：2006年4月各地区城镇居民家庭收支基本情况	317
图表：2006年5月各地区城镇居民家庭收支基本情况	318
图表：2006年6月各地区城镇居民家庭收支基本情况	319
图表：2006年7月各地区城镇居民家庭收支基本情况	320
图表：2006年8月各地区城镇居民家庭收支基本情况	321
图表：2005-2006年8月全国居民消费价格指数	322
图表：2006年1-7月居民消费价格总指数与肉禽及其制品指数	323
图表：城乡居民恩格尔系数呈下降趋势，但食品消费总额保持增长	324
图表：城镇居民平均每年购买主要食品数量	325
图表：城镇居民人民餐饮消费变动情况	325
图表：消费者知道的真空袋装鸡腿、鸡翅品牌	369
图表：消费者认为最好的真空袋装鸡腿、鸡翅品牌	370
图表：影响购买真空袋装鸡腿、鸡翅类产品最重要的因素	371

图表：消费者最喜欢吃鸡腿、鸡翅类产品的口味	372
图表：消费者喜欢吃哪种色泽的鸡腿、鸡翅产品	372
图表：鸡腿最合理的价格	373
图表：鸡翅最合理的价格	373
图表：鸡腿、鸡翅产品最适合的消费群体	374
图表：鸡腿、鸡翅产品最适合的食用场合	375
图表：真空袋装鸡腿、鸡翅最适合的食用季节	375
图表：购买鸡腿、鸡翅产品的决定者	376
图表：购买过真空袋装鸡腿、鸡翅类休闲食品的比例	376
图表：主要购买鸡腿、鸡翅类产品的品牌及原因	377
图表：鸡腿、鸡翅类产品平均每月的消费量	378
图表：消费者认为好的鸡腿、鸡翅品牌名称	380
图表：消费者购买到已经变质的鸡腿、鸡翅类休闲食品的做法	380
图表：广告、促销对购买鸡腿、鸡翅类产品的影响程度	381
图表：鸡腿、鸡翅消费者性别构成	383
图表：鸡腿、鸡翅消费者年龄构成	383
图表：鸡腿、鸡翅消费者学历构成	384
图表：鸡腿、鸡翅消费者职业构成	384
图表：鸡腿、鸡翅消费者家庭月总收入构成	385
图表：鸡腿、鸡翅消费者家庭人口数	385

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/44398.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。