



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2012年特许经营行业竞争格局与投资战略研究咨询报告

一、调研说明

《2009-2012年特许经营行业竞争格局与投资战略研究咨询报告》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/134858.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

中国连锁经营协会发布的调查显示，截至2008年底，中国的特许经营品牌达到3500个，加盟店总数在30万以上，覆盖的行业业态超过60个。2008年，中国特许经营连锁百强销售规模达到2199亿元，百强企业门店总数为85316个，其中加盟店铺数69729个。特许百强企业的单店平均投资金额约78万元，直接带动社会投资额近200亿元，直接创造就业岗位数超过100万个。根据特许经营模式在中国各行业与业态的发展程度不同，2008年中国特许经营连锁百强企业分为超市/便利店、服装、农资连锁、餐饮、培训教育、酒店、家装、干洗、美容健康、其他零售与其他服务等11个大类，共涉及54个行业与业态。2008中国特许经营连锁百强企业中，海外特许品牌不到10家，国内品牌占绝对主导地位。联华超市、李宁（中国）体育用品、特百惠（中国）、内蒙古小肥羊、北京福奈特等均列行业前位。2008年度，百强企业销售收入平均增幅为32%，店铺的平均增幅为28%；其中，百强企业中的酒店与培训教育业的增幅最高，酒店企业的平均销售收入增幅为63%，门店增幅87%；培训教育企业的销售收入平均增幅52%，门店平均增幅43%。

2008年以来，席卷全球的金融危机正在向实体经济蔓延。而作为中国一直向好的连锁行业，也受到了较大的冲击，市场尚未走出低迷期，特许企业扩张速度放缓，行业发展前景喜忧参半。2009年一季度，社会消费品零售额同比上升8.3%，呈现了经济放缓对零售市场的影响尚未达到最严重的地步。而零售额升幅较去年同期的16.1%已明显减速，当中以大额类和奢侈品消费的下降最为明显。上半年，中国连锁经营协会分两次对北京、广州、深圳、上海、南京、武汉等地近40家连锁企业进行调研，其总体结果表明，企业的销售、利润均有不同程度的下滑，总的形势不容乐观。与2007年相比，参与调查的130家特许会员企业，门店总数增长了25.9%，销售额增长了16.7%。店铺增幅比上一年下降了13.8个百分点。不同业态、不同区域表现不同，生活必需品的消费相对平稳，一线城市市场次于二三线城市市场。消费动力持续减弱。零售商纷纷评估各分店盈利水平，对于续约持谨慎态度。商场表现参差，部分非核心区域的商场压力较大，业主纷纷减租吸引新租客进驻，从而导致本季度整体租金水平自2006年以来首次出现双位数字下降，环比下跌11.5%。更值得关注的是，特许企业虽然在2008年保持着较快的扩张速度，但销售增长低于店铺增长的矛盾依然没有得到有效解决。其门店总数增长了25.9%，其销售额增长了16.7%。销售增长明显落后于店铺增长。长此以往，特许企业保持持续增长的目标将无法实现。2009年，零售商将继续谨慎扩张，预计非核心商业区的商铺租金会继续受较大压力，全年平均租金下调。目前，特许企业面临的主要问题，除了市场下滑、选址、商标侵权以及体系的标准化和专业人才的缺乏等以外，如何处理提高市场份额与加盟商商圈保护、解决同品牌竞争，已经成为进一步拓展的瓶颈。2009年特许企业的开店计划更趋稳健。这其中，加盟店的开发速度将比上一年有所放缓，增幅从25

%下调至19%。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、中国连锁经营协会、国务院发展研究中心、中国经济景气监测中心、全国及海外多种相关报刊杂志的基础信息以及国内特许经营发展的大量数据和资料，结合对特许经营企业和研究单位的实地调查走访，对特许经营模式的发展规律、国内外特许经营的发展情况、发展前景作了详尽的分析说明。本报告结合了我国特许经营方面的政策，并对国家特许经营模式发展的未来趋势进行研判，是特许经营企业和研究单位准确了解目前特许经营发展动态，把握定位和发展方向的重要参考资料，将对我国各类特许经营企业构建竞争力，克服经营风险起到重要的指导作用。

目录

CONTENTS

第一部分 行业发展现状

第一章 特许经营行业概述

第一节 特许经营的定义及类型

一、连锁特许经营的定义

二、特许经营的本质特征

三、特许经营不同方式的分类

四、商业特许经营不同方式的分类

五、特许经营的模式分析

第二节 特许经营与其他方式的比较

一、特许经营与连锁经营的比较

二、特许经营与直营连锁以及自由连锁的比较

三、特许经营与设立分公司的比较

第三节 特许经营投资分析

一、特许经营投资利弊解读

二、特许经营风险与规避

三、特许经营市场投资前景

四、投资市场特许经营成新贵

第四节 特许经营法律法规分析

一、特许经营中的法律问题

- 二、特许经营体系的全面质量管理
- 三、商业特许经营管理办法
- 四、《商业特许经营管理条例》亮点分析
- 五、《条例》带来的机遇、挑战和风险
- 六、特许经营立法与直销立法

第二章 国际特许经营分析

第一节 国际特许经营概况

- 一、世界各地特许经营状况
- 二、国际特许经营流行分析
- 三、国际特许经营管理与市场营销战略
- 四、国际特许经营的市场营销战略

第二节 美国特许连锁经营的成功经验及启示

- 一、美国特许连锁经营的成功经验
- 二、美国特许连锁经营对我国启示

第三节 日本特许经营分析

- 一、日本的特许经营业务的现状
- 二、服务行业中的特许经营的状况
- 三、日本特许经营的新特点及存在的问题

第四节 英国的特许经营

- 一、英国特许经营业的发展
- 二、英国对特许经营的监管
- 三、英国特许经营发展的问题
- 四、英国特许经营业发展的启示

第五节 德国的特许经营情况介绍

- 一、德国特许经营发展简况
- 二、德国有关特许经营的法律规定
- 三、德国特许经营的最新动态

第三章 中国特许经营状况分析

第一节 中国特许经营发展现状

- 一、中国特许体系数量分析

- 二、我国特许经营国际化扩张分析
- 三、2009年特许经营格局情况分析
- 四、海外特许品牌中国发展状况分析
- 五、从中间组织视角探析特许连锁经营
- 六、特许经营的关系学分析

第二节 特许经营企业融资分析

- 一、债务融资
- 二、权益融资

第三节 特许经营制在公用事业中的问题

- 一、我国特许经营制面临的主要问题
- 二、我国特许经营制发展的对策

第四节 台湾特许经营的发展分析

- 一、台湾特许经营的发展历程
- 二、台湾地区特许经营的特点
- 三、台湾特许经营的启示

第四章 教育培训业与特许经营 129

第一节 我国教育市场分析

- 一、我国教育市场现状
- 二、我国教育培训的进展
- 三、外资抢滩中国教育培训市场

第二节 教育培训特许经营分析

- 一、教育培训特许经营市场的兴起
- 二、教育培训市场连锁加盟投资分析
- 三、教育特许在我国的新发展

第三节 特许经营拓展教育资源分析

- 一、教育领域里的特许经营
- 二、教育特许经营的社会准备与发展萌芽
- 三、教育特许经营的操作方式
- 四、教育特许经营的相关法律问题

第四节 IT培训特许经营分析

- 一、IT培训接轨学历教育

- 二、IT培训加盟市场投资分析
- 三、IT培训连锁经营模式分析
- 四、IT职教特许经营“嫁接”分析
- 五、IT企业的特许经营之道

第五章 服装业与特许经营

第一节 2009年服装行业发展现状

- 一、2009年1-7月服装产品产量全国统计
- 二、2009年1-7月全国纺织品服装进出口分析

第二节 服装特许经营分析

- 一、服装特许经营现状分析
- 二、中国服装企业特许经营误区
- 三、服装品牌特许经营模式
- 四、特许经营助推温州服装行业
- 五、挑选服饰加盟品牌策略分析

第六章 餐饮业与特许经营

第一节 2009年中国餐饮业发展现状

- 一、2009年1-7月份全国餐饮业市场分析
- 二、全国重点餐饮企业经营情况分析
- 三、餐饮业信息化竞争分析
- 四、连锁餐饮争入机场分析

第二节 我国餐饮业特许经营标准化分析

- 一、我国餐饮业特许经营分析
- 二、我国餐饮特许经营标准化问题分析
- 三、加快我国餐饮特许经营标准化步伐分析
- 四、餐饮特许经营企业聚焦知识产权保护

第三节 餐饮行业的特许经营现状分析

- 一、特许业新规触发酒店连锁洗牌
- 二、外资特许经营商进入中国市场
- 三、特许经营助跑食品添加剂行业
- 四、餐饮特许经营注意问题分析

第七章 其他行业的特许经营分析

第一节 美容美发特许经营市场分析

- 一、特许经营管理条例对美容市场影响
- 二、法国彼海儿搅热中国美容业特许经营
- 三、特许加盟已成中国美容业主流

第二节 旅游市场特许经营分析

- 一、2009年我国旅游市场状况
- 二、我国风景名胜区特许经营分析

第三节 特许经营新势力分析

- 一、特许新势力之商务服务
- 二、特许新势力汽车后市场
- 三、特许新势力现代生活服务
- 四、特许新势力之农村连锁店
- 五、特许新势力之经济型酒店
- 六、特许经营之零售新战场
- 七、洗衣业特许经营前景看好

第四节 部分行业特许经营分析

- 一、二手房经纪特许经营有法可依
- 二、药店的特许加盟趋势
- 三、网吧的特许经营分析
- 四、深圳珠宝行业特许加盟态势
- 五、文具加盟市场分析
- 六、家电市场特许连锁分析
- 七、保险公司的特许经营分析
- 八、饰品连锁加盟市场分析

第五节 特许经营成败案例分析

- 一、“肯德基”特许经营分析
- 二、壹加壹特许经营分析
- 三、双星特许经营分析
- 四、品奇比萨的特许经营分析
- 五、掉渣烧饼的特许经营分析
- 六、永和豆浆特许经营分析

- 七、星巴克特许经营分析
- 八、7-11便利店特许经营分析
- 九、世界三大化妆品公司中国市场分析
- 十、百圆裤业的特许经营分析

第二部分 行业竞争格局

第八章 特许经营行业竞争分析

第一节 国外特许经营在华竞争状况

- 一、国外特许经营在华发展问题
- 二、国外特许经营在华发展状况
- 三、本土与国外特许经营竞争状况

第二节 中国特许经营产业竞争环境分析

- 一、目前市场上的参与者之间的竞争
- 二、有威胁的替代行业现状
- 三、具有进入可能性或进入中的新参与者
- 四、上游供应商、参与者与下游客户的关系

第三节 2008-2009年中国特许经营行业竞争分析及预测

- 一、2008年特许经营市场竞争情况分析
- 二、2009年特许经营市场竞争形势分析
- 三、2008-2009年集中度分析及预测
- 四、2008-2009年SWOT分析及预测
- 五、2008-2009年进入退出状况分析及预测
- 六、2008-2009年生命周期分析及预测

第九章 特许经营企业竞争策略分析

第一节 特许经营市场竞争策略分析

- 一、2009年特许经营市场增长潜力分析
- 二、2009年特许经营主要潜力项目分析
- 三、现有特许经营竞争策略分析
- 四、特许经营潜力项目竞争策略选择
- 五、典型企业项目竞争策略分析

第二节 特许经营企业竞争策略分析

- 一、金融危机对特许经营行业竞争格局的影响
- 二、金融危机后特许经营行业竞争格局的变化
- 三、2009-2012年我国特许经营市场竞争趋势
- 四、2009-2012年特许经营行业竞争格局展望
- 五、2009-2012年特许经营行业竞争策略分析
- 六、2009-2012年特许经营企业竞争策略分析

第十章 重点特许经营企业分析

第一节 麦当劳公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2008-2009年经营状况
- 四、2009-2012年发展战略

第二节 21世纪不动产

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2008-2009年经营状况
- 四、2009-2012年发展战略

第三节 席殊书屋

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2008-2009年经营状况
- 四、2009-2012年发展战略

第四节 上海象王洗衣有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2008-2009年经营状况
- 四、2009-2012年发展战略

第五节 联想集团

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第六节 北大青鸟APTECH

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第七节 北京东易日盛装饰有限责任公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第八节 美特斯邦威

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第九节 如家连锁酒店

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第十节 小肥羊连锁有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第三部分 行业前景预测

第十一章 特许经营行业发展趋势预测

第一节 特许经营行业前景分析

一、未来特许经营的发展趋势展望

二、中国特许经营未来发展前景广阔

- 三、2009年我国特许经营产业发展趋势
- 四、2009年中国特许经营市场发展预测
- 五、2009-2012年特许经营发展方向探讨
- 六、2008-2011年特许经营市场规模预测
- 第二节 2009-2012年特许经营市场趋势分析
 - 一、2008-2009年特许经营市场趋势总结
 - 二、2009-2012年特许经营发展趋势分析
 - 三、2009-2012年特许经营市场发展空间
 - 四、2009-2012年特许经营产业政策趋向
 - 五、2009-2012年特许经营价格走势分析
- 第三节 2009-2012年特许经营市场预测
 - 一、2009-2012年特许经营市场结构预测
 - 二、2009-2012年特许经营市场需求前景
 - 三、2009-2012年特许经营市场价格预测
 - 四、2009-2012年特许经营行业集中度预测

第四部分 投资战略研究

第十二章 特许经营行业投资现状分析

第一节 2008年特许经营行业投资情况分析

- 一、2008年总体投资及结构
- 二、2008年投资规模情况
- 三、2008年投资增速情况
- 四、2008年分行业投资分析
- 五、2008年分地区投资分析
- 六、2008年外商投资情况

第二节 2009年上半年特许经营行业投资情况分析

- 一、2009年上半年总体投资及结构
- 二、2009年上半年投资规模情况
- 三、2009年上半年投资增速情况
- 四、2009年上半年分行业投资分析
- 五、2009年上半年分地区投资分析
- 六、2009年上半年外商投资情况

第十三章 特许经营行业投资环境分析

第一节 经济发展环境分析

- 一、2008-2009年我国宏观经济运行情况
- 二、2009-2012年我国宏观经济形势分析
- 三、2009-2012年投资趋势及其影响预测

第二节 政策法规环境分析

- 一、2009年特许经营行业政策环境
- 二、2009年国内宏观政策对其影响
- 三、2009年行业产业政策对其影响

第三节 社会发展环境分析

- 一、国内社会环境发展现状
- 二、2009年社会环境发展分析
- 三、2009-2012年社会环境对行业的影响分析

第十四章 特许经营行业投资机会与风险

第一节 特许经营行业投资效益分析

- 一、2008-2009年特许经营行业投资状况分析
- 二、2009-2012年特许经营行业投资效益分析
- 三、2009-2012年特许经营行业投资趋势预测
- 四、2009-2012年特许经营行业的投资方向
- 五、2009-2012年特许经营行业投资的建议
- 六、新进入者应注意的障碍因素分析

第二节 影响特许经营行业发展的主要因素

- 一、2009-2012年影响特许经营行业运行的有利因素分析
- 二、2009-2012年影响特许经营行业运行的稳定因素分析
- 三、2009-2012年影响特许经营行业运行的不利因素分析
- 四、2009-2012年我国特许经营行业发展面临的挑战分析
- 五、2009-2012年我国特许经营行业发展面临的机遇分析

第三节 特许经营行业投资风险及控制策略分析

- 一、2009-2012年特许经营行业市场风险及控制策略
- 二、2009-2012年特许经营行业政策风险及控制策略
- 三、2009-2012年特许经营行业经营风险及控制策略

四、2009-2012年特许经营同业竞争风险及控制策略

五、2009-2012年特许经营行业其他风险及控制策略

第十五章 特许经营行业投资战略研究

第一节 特许经营行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、业务组合战略

三、区域战略规划

四、产业战略规划

五、营销品牌战略

六、竞争战略规划

第二节 对特许经营品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、特许经营实施品牌战略的意义

三、特许经营企业品牌的现状分析

四、特许经营企业的品牌战略

五、特许经营品牌战略管理的策略

第三节 特许经营行业投资战略研究

一、2008年特许经营行业投资战略

二、2009年特许经营行业投资战略

三、2009-2012年特许经营行业投资战略

四、2009-2012年细分行业投资战略

第十六章 特许经营的营销管理

第一节 我国发展特许经营的问题及对策

一、我国特许经营模式及可行性分析

二、我国特许经营发展已具备的条件及存在问题

三、发展我国特许经营的对策分析

四、特许经营的战略选择分析

第二节 特许经营的所有权理论

一、经销店经营者购买经销店的所有权

二、经销店经营者拥有所有权的理由

三、特许经营中的所有权

第三节 条例后时代的特许经营品牌营销

一、特许经营品牌营销的根本

二、特许经营品牌营销的基石

三、特许经营品牌营销的保障

四、特许经营品牌制胜的武器

五、特许经营品牌推广的趋势

六、特许经营发展战略的节奏把握

第四节 特许经营企业招商推广策略

一、特许经营企业招商的主要方式

二、特许经营企业成功招商方法

三、特许经营企业招商推广注意事项

图表目录

图表：商标特许经营框架

图表：日本特许经营连锁组织数

图表：日本特许经营连锁销售额

图表：日本特许经营连锁店铺数

图表：根据日本FC经营者拥有的店铺数量划分的阶层结构

图表：日本特许经营连锁店的增长情况

图表：日本家庭服务性消费支出情况

图表：日本零售业与以个人为对象的服务行业状况

图表：在日本开展特许经营业务的程序

图表：在日本获得成功的外资FC（一）

图表：在日本获得成功的外资FC（二）

图表：BFA会员年收费标准

图表：德国境内规模最大的20家特许经营体系

图表：调研的78个海外特许品牌其来源国比例

图表：美国20强中的品牌行业分布与进入我国大陆的情况

图表：特许权益使用金的征收方式选择

图表：开拓一个新地理区域时考虑因素排名

图表：选择合作伙伴的标准排序

图表：不同投资方式下采用不同特许经营方式的对比

图表：基于交易成本和激励的企业中间组织市场框架

图表：企业、中间组织和市场相关性质上的差异表

图表：信息产业中央与地方政府之间的监管矛盾

图表：2008年各级学校毕业生升学率

图表：2008年全国教育规模

图表：2008年高中阶段学生数的构成

图表：2008年小学学龄儿童入学率

图表：2008年各级教育毛入学率

图表：2008年每十万人口各级学校平均在校生数

图表：2008年各级普通学校生师比

图表：2008-2010年个人IT培训市场规模与增长示意图

图表：餐饮业零售额相关年度"跨千亿元台阶"情况

图表：快餐经营模式图

图表：餐饮业细分行业和业态的发展

图表：餐饮业态类型

图表：餐饮业部分连锁企业连锁店数量和连锁店销售额增长情况

图表：餐饮业部分企业特许经营配送额增长情况

图表：部分连锁餐饮业培训增长情况

图表：餐饮业部分企业多品牌经营情况

图表：餐饮业各行业部分企业多品牌和将开展多品牌经营情况

图表：部分连锁餐饮企业特许费收取方式

图表：部分连锁餐饮业特许经营保证金收取情况

图表：连锁餐饮企业特许经营单店投资额情况

图表：连锁餐饮业各行业部分企业特许经营模式

图表：2008-2009年5月CPI、PPI涨幅走势图

图表：2008-2009年5月全国70大中城市房价涨幅走势图

图表：2008-2009年5月进出口总值

图表：2009年上半年GDP累计增速

图表：2009年6月CPI增速情况

图表：2009年上半年货币供应量情况

图表：2009年上半年投资、消费及出口增长情况

图表：2009年上半年工业增加值增速情况

图表：2009年上半年经济数据分析

图表：2009年上半年宏观经济价格指数

图表：2009年上半年宏观经济增长指标

图表：2009年上半年宏观经济外贸指标

图表：2009年上半年宏观经济金融指标

图表：1995-2009年6月我国CPI走势图

图表：1995-2009年6月我国PPI走势图

图表：1991-2009年上半年GDP增长趋势

图表：2008-2009年6月CPI&PPI走势图

图表：2008-2009年上半年银行新增信贷走势

图表：2008-2009年上半年我国进出口增幅走势图

图表：2008-2009年上半年外储余额走势图

图表：2008-2009年上半年FDI趋势图

图表：2008-2009年上半年工业增加值增幅走势

图表：2008-2009年上半年我国主要税种同比增幅

图表：2008-2009年7月我国财政收入同比、环比增长速度走势图

图表：2008-2009年7月进出口总值

图表：2008-2009年7月CPI、PPI涨幅走势图

图表：2009年7月工业增加值增幅走势

图表：2008-2009年7月房价走势图

图表：2008-2009年7月银行新增信贷走势

图表：2008年1月居民消费价格分类指数分析

图表：2008年2月居民消费价格分类指数分析

图表：2008年3月居民消费价格分类指数分析

图表：2008年4月居民消费价格分类指数分析

图表：2008年5月居民消费价格分类指数分析

图表：2008年6月居民消费价格分类指数分析

图表：2008年7月居民消费价格分类指数分析

图表：2008年8月居民消费价格分类指数分析

图表：2008年9月居民消费价格分类指数分析

图表：2008年10月居民消费价格分类指数分析

图表：2008年11月居民消费价格分类指数分析

图表：2008年12月居民消费价格分类指数分析

图表：2009年1月居民消费价格分类指数分析

图表：2009年2月居民消费价格分类指数分析

图表：2009年3月居民消费价格分类指数分析

图表：2009年4月居民消费价格分类指数分析

图表：2009年5月居民消费价格分类指数分析

图表：2009年6月居民消费价格分类指数分析

图表：2009年1-2月城镇固定资产投资情况

图表：2009年1-3月城镇固定资产投资情况

图表：2009年1-4月城镇固定资产投资情况

图表：2009年1-5月城镇固定资产投资情况

图表：2009年1-6月城镇固定资产投资情况

图表：2009年1-2月各行业城镇投资情况

图表：2009年1-3月各行业城镇投资情况

图表：2009年1-4月各行业城镇投资情况

图表：2009年1-5月各行业城镇投资情况

图表：2009年1-6月各行业城镇投资情况

图表：2009年1-2月各地区城镇投资情况

图表：2009年1-3月各地区城镇投资情况

图表：2009年1-4月各地区城镇投资情况

图表：2009年1-5月各地区城镇投资情况

图表：2009年1-6月各地区城镇投资情况

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/134858.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。