



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2010-2015年古建筑行业发展前景分析及投资风险预测报告

## 一、调研说明

《2010-2015年古建筑行业发展前景分析及投资风险预测报告》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/144685.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

中国古建筑以木材、砖瓦为主要建筑材料，以木构架结构为主要的结构方式。此结构方式，由立柱、横梁、顺檩等主要构件建造而成，各个构件之间的结点以榫卯相吻合，构成富有弹性的框架。中国古代木构架有抬梁、穿斗、井干三种不同的结构方式。抬梁式是在立柱上架梁，梁上又抬梁，所以称为"抬梁式"。宫殿、坛庙、寺院等大型建筑物中常采用这种结构方式。穿斗式是用穿枋把一排排的柱子穿连起来成为排架，然后用枋、檩斗接而成，故称作穿斗式。多用于民居和较小的建筑物。井干式是用木材交叉堆叠而成的，因其所围成的空间似井而得名。这种结构比较原始简单，现在除少数森林地区外已很少使用。木构架结构有很多优点，首先，承重与围护结构分工明确，屋顶重量由木构架来承担，外墙起遮挡阳光、隔热防寒的作用，内墙起分割室内空间的作用。由于墙壁不承重，这种结构赋予建筑物以极大的灵活性。其次，有利于防震、抗震，木构架结构很类似今天的框架结构，由于木材具有的特性，而构架的结构所用斗拱和榫卯又都有若干伸缩余地，因此在一定限度内可减少由地震对这种构架所引起的危害。"墙倒屋不塌"形象地表达了这种结构的特点。

中国建筑的平面布局具有一种简明的组织规律，就是以"间"为单位构成单座建筑，再以单座建筑组成庭院，进而以庭院为单元，组成各种形式的组群。就单体建筑而言，以长方形平面最为普遍。此外，还有圆形、正方形、十字形等几何形状平面。就整体而言，重要建筑大都采用均衡对称的方式，以庭院为单元，沿着纵轴线与横轴线进行设计，借助于建筑群体的有机组合和烘托，使主体建筑显得格外宏伟壮丽。民居及风景园林则采用了"因天时，就地利"的灵活布局方式。中国古代建筑造型优美，尤以屋顶造型最为突出，主要有庑殿、歇山、悬山、硬山、攒尖、卷棚等形式。庑殿顶也好，歇山顶也好，都是大屋顶，显得稳重协调。屋顶中直线和曲线巧妙地组合，形成向上微翘的飞檐，不但扩大了采光面、有利于排泄雨水，而且增添了建筑物飞动轻快的美感。中国古代建筑的装饰丰富多彩，包括彩绘和雕饰。彩绘具有装饰、标志、保护、象征等多方面的作用。油漆颜料中含有铜，不仅可以防潮、防风化剥蚀，而且还可以防虫蚁。色彩的使用是有限制的，明清时期规定朱、黄为至尊至贵之色。彩画多出现于内外檐的梁枋、斗拱及室内天花、藻井和柱头上，构图与构件形状密切结合，绘制精巧，色彩丰富。明清的梁枋彩画最为瞩目。清代彩画可分为三类，即和玺彩画、旋子彩画和苏式彩画。雕饰是中国古建筑艺术的重要组成部分，包括墙壁上的砖雕、台基石栏杆上的石雕、金银铜铁等建筑饰物。雕饰的题材内容十分丰富，有动植物花纹、人物形象、戏剧场面及历史传说故事等。中国古代建筑特别注意跟周围自然环境的协调，建筑本身就是一个供人们居住、工作、娱乐、社交等活动的环境，因此不仅内部各组成部分要考虑配合与协调，而且要特别注意与周围大自然环境的协调。中国的设计师们在进行设计时都十分注意周

围的环境，对周围的山川形势、地理特点、气候条件、林木植被等，都要认真调查研究，务使建筑布局、形式、色调等跟周围的环境相适应，从而构成一个大的环境空间。

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、国土资源部、国家发改委、北京市统计局、上海市统计局、广州市统计局、重庆市统计局、武汉市统计局、成都市统计局、杭州市统计局、中国房地产行业协会、北京房地产学会、中国古建筑协会、国民经济景气监测中心、《中国房地产年鉴》、国内外相关刊物杂志的基础信息以及古建筑研究单位等公布和提供的大量资料，结合对古建筑相关企业的实地调查，对古建筑行业发展现状与前景、市场竞争格局与形势、赢利水平与企业发展、投资策略与风险预警、发展趋势与规划建议等进行深入研究，并重点分析了古建筑行业的前景与风险。报告揭示了古建筑市场潜在需求与潜在机会，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

## 目录

## CONTENTS

### 第一部分 发展现状与前景分析

#### 第一章 全球房地产市场发展分析

##### 第一节 2009-2010年世界房地产市场分析

###### 一、2009年世界房地产市场发展分析

###### 二、2009年世界房地产市场走势分析

###### 三、2009年全球房地产市场交易情况

###### 四、2010年全球房地产市场情况分析

##### 第二节 中美房地产市场发展对世界的影响分析

###### 一、中美房地产对各资源供应国的影响

###### 二、中美房地产对世界经济发展的影响

###### 三、中国房地产对各行业发展的影响分析

###### 四、中国房地产市场对全球经济复苏的影响

##### 第三节 世界房地产对世界经济复苏的重要意义

###### 一、2010年全球房地产市场分析预测

- 二、2010年全球房地产市场复苏预测
- 三、2010年美国房地产市场分析预测
- 四、房地产对世界经济复苏的重要意义

## 第二章 我国房地产市场发展分析

### 第一节 中国房地产供需分析

- 一、住房潜在需求分析
- 二、我国购置未开发土地情况
- 三、我国房地产价格情况分析
- 四、我国房地产市场调整分析
- 五、我国房地产购买力分析

### 第二节 2009年房地产市场运行分析

- 一、2009年中国房地产市场整体情况
- 二、2009年中国房地产市场热点问题
- 三、2009年房地产开发完成情况
- 四、2009年商品房销售和空置情况
- 五、2009年房地产开发企业资金来源情况
- 六、2009年全国房地产开发景气指数
- 七、2009年四季度企业景气指数分析

### 第三节 2009年我国大中城市房屋市场销售价格指数

- 一、2009年1季度全国70个大中城市房屋销售价格指数
- 二、2009年2季度全国70个大中城市房屋销售价格指数
- 三、2009年3季度全国70个大中城市房屋销售价格指数
- 四、2009年4季度全国70个大中城市房屋销售价格指数

### 第四节 2010年1月全国房地产市场运行情况

- 一、2010年1月房地产开发完成情况
- 二、2010年1月商品房销售情况
- 三、2010年1月房地产开发企业资金来源情况
- 四、2010年1月全国房地产开发景气指数
- 五、2010年1月大中城市房屋市场销售价格指数

### 第五节 2010年中国房地产市场发展分析

- 一、2010年中国房地产行业发展概述

二、2010年中国房地产全行业发展形势

三、2010年我国房地产调整空间情况

四、2010年中国房地产市场调控分析

五、2010年中国房地产市场发展的关键

第六节 2010年房地产市场形势分析与影响因素

一、2010年我国房地产市场形势分析

二、2010年房地产市场影响因素分析

三、2010年房地产市场政策环境分析

四、对我国房地产政策建议

### 第三章 中国古建筑行业发展分析

#### 第一节 建筑与古建筑概述

一、建筑的定义

二、中国古建筑与西方古建筑的区别

#### 第二节 中国各个朝代古建筑的特点

一、秦汉建筑

二、唐代建筑

三、宋代建筑

四、元代建筑

五、明代建筑

六、清代建筑

#### 第三节 中国各类古建筑介绍

一、园林建筑

二、宫殿建筑

三、陵墓建筑

四、寺庙建筑

五、民居建筑

#### 第四节 金融危机下古建筑市场发展分析

一、中国古建筑保护发展分析

二、我国古建筑设计理论和消防意识分析

三、古建筑保护的意义

四、金融危机对古建筑市场的影响

## 五、近期我国古建筑新发现和新开发项目

### 第五节 2009-2010年我国古建筑问题及保护措施

#### 一、踏勘调查

#### 二、问题分析

#### 三、问题判断及应对措施

### 第六节 2009-2010年我国各地区古建筑保护发展分析

#### 一、北京

#### 二、上海

#### 三、苏州

#### 四、西藏

#### 五、湖南

#### 六、江西

#### 七、山西

#### 八、新疆

#### 九、其他地区

## 第四章 2009-2010年仿古建筑市场分析

### 第一节 2009-2010年仿古建筑市场分析

#### 一、2009年1季度仿古建筑市场分析

#### 二、2009年2季度仿古建筑市场分析

#### 三、2009年3季度仿古建筑市场分析

#### 四、2009年4季度仿古建筑市场分析

#### 五、2010年1月份仿古建筑市场分析

### 第二节 2009-2010年仿古建筑市场供需分析

#### 一、2009-2010年仿古建筑市场供给总量分析

#### 二、2009-2010年仿古建筑市场供给结构分析

#### 三、2009-2010年仿古建筑市场需求总量分析

#### 四、2009-2010年仿古建筑市场需求结构分析

#### 五、2009-2010年仿古建筑市场供需平衡分析

#### 六、2009-2010年仿古建筑市场价格走势分析

## 第五章 古建筑行业投资与发展前景分析

## 第一节 2009年古建筑行业投资情况分析

- 一、2009年总体投资结构
- 二、2009年投资规模情况
- 三、2009年投资增速情况
- 四、2009年分行业投资分析
- 五、2009年分地区投资分析

## 第二节 古建筑行业投资机会分析

- 一、古建筑投资项目分析
- 二、可以投资的古建筑模式
- 三、2010年古建筑投资机会
- 四、2010年古建筑细分行业投资机会
- 五、2010-2015年古建筑投资新方向

## 第三节 古建筑行业发展前景分析

- 一、古建筑市场前景分析
- 二、古建筑市场蕴藏的商机分析
- 三、金融危机后古建筑市场的发展前景
- 四、2010年古建筑市场面临的发展商机
- 五、2010-2015年古建筑市场面临的发展商机

## 第二部分 市场竞争格局与形势

### 第六章 古建筑行业竞争格局分析

#### 第一节 我国房地产竞争分析

- 一、2009年房地产市场竞争形势分析
- 二、2009年房地产竞争性的供给市场分析
- 三、2009年我国房地产市场增加竞争的必要性

#### 第二节 古建筑竞争分析

- 一、2009年古建筑市场竞争情况分析
- 二、2009年古建筑竞争性的供给市场
- 三、2010年古建筑市场竞争形势分析

#### 第三节 古建筑行业集中度分析

- 一、2009年古建筑市场集中度分析
- 二、2009年古建筑企业集中度分析



### 三、2009年古建筑区域集中度分析

## 第四节 古建筑行业竞争格局分析

### 一、2009-2010年SWOT分析

### 二、2009年古建筑行业竞争分析

### 三、2009-2010年古建筑市场竞争分析

### 四、2010-2015年主要房地产企业动向

### 五、2010-2015年古建筑竞争策略分析

## 第七章 2009-2010年古建筑行业发展形势分析

### 第一节 古建筑行业发展概况

#### 一、古建筑行业发展特点分析

#### 二、古建筑行业投资现状分析

#### 三、古建筑行业总产值分析

### 第二节 2009-2010年古建筑行业市场情况分析

#### 一、古建筑行业市场发展分析

#### 二、古建筑市场存在的问题

#### 三、古建筑市场规模分析

### 第三节 2009-2010年古建筑产销状况分析

#### 一、古建筑供给分析

#### 二、古建筑销量分析

#### 三、古建筑市场需求分析

## 第三部分 赢利水平与企业分析

## 第八章 古建筑行业整体运行指标分析

### 第一节 2009-2010年古建筑行业总体规模分析

#### 一、企业数量结构分析

#### 二、行业规模情况分析

### 第二节 2009-2010年古建筑行业产销分析

#### 一、行业供给情况总体分析

#### 二、行业销售收入总体分析

### 第三节 2009-2010年古建筑行业财务指标总体分析

#### 一、行业盈利能力分析

- 二、行业偿债能力分析
- 三、行业营运能力分析
- 四、行业发展能力分析

## 第九章 古建筑行业赢利水平分析

### 第一节 成本分析

- 一、2009-2010年古建筑原材料价格走势
- 二、2009-2010年古建筑行业人工成本分析
- 三、2009-2010年古建筑行业营销成本分析

### 第二节 产销运存分析

- 一、2009-2010年古建筑行业产销情况
- 二、2009-2010年古建筑行业存量情况
- 三、2009-2010年古建筑行业资金周转情况

### 第三节 盈利水平分析

- 一、2009-2010年古建筑行业价格走势
- 二、2009-2010年古建筑行业营业收入情况
- 三、2009-2010年古建筑行业毛利率情况
- 四、2009-2010年古建筑行业赢利能力
- 五、2009-2010年古建筑行业赢利水平
- 六、2010-2015年古建筑行业赢利预测

## 第十章 古建筑重点企业发展分析

### 第一节 曲阜市园林古建筑工程有限公司

- 一、企业概况
- 二、2009-2010年经营状况
- 三、2010-2015年盈利能力分析
- 四、2010-2015年投资风险

### 第二节 浙江省临海市古建筑工程公司

- 一、企业概况
- 二、2009-2010年经营状况
- 三、2010-2015年盈利能力分析
- 四、2010-2015年投资风险

### 第三节 北京汉唐古建筑工程有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、2009-2010年经营状况

#### 三、2010-2015年盈利能力分析

#### 四、2010-2015年投资风险

### 第四节 济南齐鲁园林古建筑工程公司

#### 一、企业概况

#### 二、2009-2010年经营状况

#### 三、2010-2015年盈利能力分析

#### 四、2010-2015年投资风险

### 第五节 沈阳故宫古建筑有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、2009-2010年经营状况

#### 三、2010-2015年盈利能力分析

#### 四、2010-2015年投资风险

### 第六节 佛山市清华文博顾问有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、2009-2010年经营状况

#### 三、2010-2015年盈利能力分析

#### 四、2010-2015年投资风险

### 第七节 其他古建筑优势企业分析

#### 一、湖南省湘潭市湖湘古建筑有限公司

#### 二、浙江匀碧文物古建筑工程有限公司

#### 三、无锡市园林古典建筑有限公司

#### 四、北京千枝莲文化发展有限公司

#### 五、衡阳市南岳朱雀古建筑有限公司

#### 六、西安市临潼区古建筑工程公司

#### 七、北京宸垣古建筑装饰工程有限公司

## 第四部分 投资策略与风险预警

### 第十一章 中国房地产行业投融资与并购分析

#### 第一节 中国房地产行业投融资与并购背景分析

一、房地产市场进入退出门槛分析

二、宏观政策规范完善房地产市场

三、一线城市房地产市场情况分析

四、二三线城市房地产的需求分析

第二节 中国房地产行业投融资与并购现状分析

一、金融与房地产结合发展模式

二、房地产投资情况分析

三、外资进入房地产市场的特征

四、外资关注重点

第三节 中国房地产行业投融资与并购趋势分析

一、宏观调控对房地产市场影响趋势

二、海外房地产投资基金市场影响力趋势

第四节 中国房地产行业投融资与并购案例比较

一、业外资本投融资与并购案例分析

二、国际资本投融资与并购案例分析

三、业内企业投融资与并购案例分析

第十二章 古建筑行业投资策略分析

第一节 行业发展特征

一、行业的周期性

二、行业的区域性

三、行业的上下游

四、行业经营模式

第二节 行业投资形势分析

一、行业发展格局

二、行业进入壁垒

三、行业SWOT分析

四、行业五力模型分析

第三节 古建筑行业投资效益分析

一、2009-2010年古建筑行业投资状况

二、2009-2010年古建筑行业投资效益

三、2010-2015年古建筑行业投资方向

#### 四、2010-2015年古建筑行业投资建议

#### 第四节 古建筑行业投资策略研究

##### 一、2009年古建筑行业投资策略

##### 二、2010年古建筑行业投资策略

##### 三、2010-2015年古建筑行业投资策略

##### 四、2010-2015年古建筑细分行业投资策略

### 第十三章 古建筑行业投资风险预警

#### 第一节 影响古建筑行业发展的主要因素

##### 一、2010年影响古建筑行业运行的有利因素

##### 二、2010年影响古建筑行业运行的稳定因素

##### 三、2010年影响古建筑行业运行的不利因素

##### 四、2010年古建筑行业发展面临的挑战分析

##### 五、2010年古建筑行业发展面临的机遇分析

#### 第二节 古建筑行业投资风险预警

##### 一、2010-2015年古建筑行业市场风险预测

##### 二、2010-2015年古建筑行业政策风险预测

##### 三、2010-2015年古建筑行业经营风险预测

##### 四、2010-2015年古建筑行业技术风险预测

##### 五、2010-2015年古建筑行业竞争风险预测

##### 六、2010-2015年古建筑行业其他风险预测

### 第五部分 发展趋势与规划建议

#### 第十四章 古建筑行业发展趋势分析

##### 第一节 我国房地产市场走势分析

##### 一、全国房地产市场总体形势

##### 二、全国一二三线城市房地产市场形势

##### 三、我国房地产主要区域市场形势

##### 四、2010-2015年我国房地产市场走势

##### 第二节 2010-2015年古建筑市场趋势分析

##### 一、2008-2009年古建筑市场趋势总结

##### 二、2009-2010年古建筑市场趋势总结

### 三、2010-2015年古建筑发展趋势分析

#### 第三节 2010-2015年古建筑行业供需预测

##### 一、2010-2015年古建筑供给预测

##### 二、2010-2015年古建筑需求预测

##### 三、2010-2015年古建筑价格预测

#### 第四节 2010-2015年古建筑行业规划建议

##### 一、2010-2015年古建筑行业整体规划

##### 二、2010-2015年古建筑行业发展预测

##### 三、2010-2015年古建筑行业规划建议

## 第十五章 古建筑企业管理策略建议

### 第一节 销售策略分析

#### 一、媒介选择策略分析

#### 二、产品定位策略分析

#### 三、企业宣传策略分析

### 第二节 提高古建筑企业竞争力的策略

#### 一、提高古建筑企业核心竞争力的对策

#### 二、古建筑企业提升竞争力的主要方向

#### 三、影响古建筑企业核心竞争力的因素及提升途径

#### 四、提高古建筑企业竞争力的策略

### 第三节 对古建筑品牌的战略思考

#### 一、古建筑实施品牌战略的意义

#### 二、古建筑企业品牌的现状分析

#### 三、古建筑企业的品牌战略研究

#### 四、古建筑品牌战略管理的策略

## 图表目录

图表：2009-2010年古建筑行业市场规模

图表：2009-2010年古建筑重要数据指标比较

图表：2009-2010年古建筑行业销售情况分析

图表：2009-2010年古建筑行业利润情况分析

图表：2009-2010年古建筑行业资产情况分析

图表：2010-2015年古建筑市场价格走势预测

图表：2009年1-12月全国房地产开发投资完成情况

图表：2009年1-12月东部地区房地产开发投资完成情况

图表：2009年1-12月中部地区房地产开发投资完成情况

图表：2009年1-12月西部地区房地产开发投资完成情况

图表：2009年1-12月全国商品房销售情况

图表：2009年1-12月东部地区商品房销售情况

图表：2009年1-12月中部地区商品房销售情况

图表：2009年1-12月西部地区商品房销售情况

图表：2010年1月全国房地产开发投资完成情况

图表：2010年1月东部地区房地产开发投资完成情况

图表：2010年1月中部地区房地产开发投资完成情况

图表：2010年1月西部地区房地产开发投资完成情况

图表：2010年1月全国商品房销售情况

图表：2010年1月东部地区商品房销售情况

图表：2010年1月中部地区商品房销售情况

图表：2010年1月西部地区商品房销售情况

图表：2008年1-12月份70个大中城市房屋销售价格指数（1）

图表：2008年1-12月份70个大中城市房屋销售价格指数（2）

图表：2008年1-12月份70个大中城市房屋销售价格指数（3）

图表：2008年1-12月份70个大中城市房屋销售价格指数（4）

图表：2008年1-12月份70个大中城市房屋销售价格指数（5）

图表：2008年1-12月份70个大中城市房屋销售价格指数（6）

图表：2008年1-12月份70个大中城市房屋销售价格指数（7）

图表：2008年1-12月份70个大中城市房屋销售价格指数（8）

图表：2009年1-12月份70个大中城市房屋销售价格指数（1）

图表：2009年1-12月份70个大中城市房屋销售价格指数（2）

图表：2009年1-12月份70个大中城市房屋销售价格指数（3）

图表：2009年1-12月份70个大中城市房屋销售价格指数（4）

图表：2009年1-12月份70个大中城市房屋销售价格指数（5）

图表：2009年1-12月份70个大中城市房屋销售价格指数（6）

图表：2009年1-12月份70个大中城市房屋销售价格指数（7）

图表：2009年1-12月份70个大中城市房屋销售价格指数（8）

图表：2001年1月份70个大中城市房屋销售价格指数（1）

图表：2001年1月份70个大中城市房屋销售价格指数（2）

图表：2001年1月份70个大中城市房屋销售价格指数（3）

图表：2001年1月份70个大中城市房屋销售价格指数（4）

图表：2001年1月份70个大中城市房屋销售价格指数（5）

图表：2001年1月份70个大中城市房屋销售价格指数（6）

图表：2001年1月份70个大中城市房屋销售价格指数（7）

图表：2001年1月份70个大中城市房屋销售价格指数（8）

图表：北京消费者购房的原因

图表：北京消费者对购房方式选择

图表：北京消费者目前居住情况

图表：2010年北京消费者购房计划

图表：北京消费者购房选择的房款支付方式

图表：北京消费者一直未购房的原因

图表：北京消费者选房容易受影响的因素

图表：北京购房消费者的收入情况

图表：北京消费者购房的价位选择

图表：2010年北京有购房计划的消费者所占比例

图表：2010年北京准备二次购房的消费者所占比例

图表：北京消费者购房用途

图表：2010年北京消费者购房选择的区域

图表：北京消费者购房选择的居住环线位置

图表：2010年北京消费者准备购买何种类型的房屋

图表：2010年北京购房消费者能够接受的价格范围

图表：2010年北京购房消费者预测北京整体房价走势

图表：2010年北京购房消费者家庭月收入状况

图表：2010年北京消费者影响购房的原因

图表：2010年北京购房消费者容易受哪些项目选择的影响

图表：2010年北京消费者选择购房付款方式情况

图表：2008年北京楼盘销售排行榜



图表：2010年北京主城区新发预售证

图表：2009年1-12月北京主城区商品房供需套数

图表：2009年1-12月北京主城区商品房供需面积

图表：2009年1-12月北京主城区商品房户均面积

图表：2009年12月北京各种物业房源销售情况

图表：2009年12月北京各行政区成交情况

图表：2009年12月北京各城区成交情况

图表：2009年12月北京各行政区二手房成交量

图表：2009年12月北京主城区新开楼盘一览

图表：2009年12月北京各行政区开盘情况

图表：2009年12月北京主城区新开楼盘价格情况

图表：2009年12月北京郊区新开楼盘

图表：2009年1-12月北京二手房成交量走势图

图表：2009年1-12月北京各区域二手房成交均价走势图

图表：2009年1-12月北京二手房买卖交易套型分布图

图表：2009年1-12月北京二手房购买人群年龄分布图

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/144685.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](http://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。