



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2015-2020年中国奥特莱斯市场 运行态势及投资策略报告

## 一、调研说明

《2015-2020年中国奥特莱斯市场运行态势及投资策略报告》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/246960.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](mailto: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

### 第1章：奥特莱斯开发与运营发展综述

#### 1.1 奥特莱斯的定义与起源

##### 1.1.1 奥特莱斯的概念

##### 1.1.2 历史起源与发展阶段

##### 1.1.3 奥特莱斯的特点分析

#### 1.2 奥特莱斯的发展意义

##### 1.2.1 奥特莱斯的社会价值

##### 1.2.2 奥特莱斯的投资者价值

##### 1.2.3 奥特莱斯的品牌商价值

##### 1.2.4 奥特莱斯的消费者价值

#### 1.3 奥特莱斯与其他业态相比

##### 1.3.1 奥特莱斯与购物中心

##### 1.3.2 奥特莱斯与城市综合体

#### 1.4 奥特莱斯现状及主要问题

##### 1.4.1 奥特莱斯产生的外因分析

- (1) 经济增长酝酿发展空间
- (2) 居民品牌意识增强带来需求
- (3) 不景气百货转型奥特莱斯

##### 1.4.2 奥特莱斯生命周期分析

##### 1.4.3 奥特莱斯发展现状分析

- (1) 奥特莱斯发展规模分析
- (2) 奥特莱斯盈利能力分析
- (3) 奥特莱斯供货困境
- (4) 奥特莱斯竞争现状分析
- (5) 奥特莱斯SWOT分析

##### 1.4.4 奥特莱斯面临的问题与瓶颈

- (1) 奥特莱斯主要面临的问题
- (2) 奥特莱斯主要发展瓶颈分析

### 第2章：奥特莱斯开发与运营环境分析

#### 2.1 经济环境分析

- 2.1.1 GDP增长轨迹分析
  - 2.1.2 金融机构贷款投向
  - 2.1.3 贸易发展规模分析
  - 2.1.4 经济发展对奥特莱斯的影响分析
  - 2.2 消费环境分析
    - 2.2.1 居民消费结构分析
    - 2.2.2 居民消费能力分析
      - (1) 人均GDP增长分析
      - (2) 城乡居民收入分析
      - (3) 城乡居民储蓄率分析
    - 2.2.3 居民消费倾向分析
    - 2.2.4 居民消费信心分析
    - 2.2.5 消费环境对奥特莱斯的影响分析
  - 2.3 商业环境分析
    - 2.3.1 售行业发展规模
    - 2.3.2 售行业盈利分析
    - 2.3.3 售行业运营分析
    - 2.3.4 售行业偿债分析
    - 2.3.5 商业环境对奥特莱斯的影响分析
  - 2.4 奢侈品市场消费趋势
    - 2.4.1 我国奢侈品市场现状
      - (1) 中国奢侈品消费市场现状
      - (2) 我国奢侈品消费者特征
      - (3) 我国奢侈品消费概况
    - 2.4.2 奢侈品消费趋势分析
    - 2.4.3 奢侈品消费奥特莱斯带来的投资机会
- 第3章：国际奥特莱斯开发与运营分析
- 3.1 国际奥特莱斯开发与建设分析
    - 3.1.1 国外奥特莱斯的历史演进
    - 3.1.2 国外奥特莱斯的特点与经验
    - 3.1.3 国外奥特莱斯的发展趋势
    - 3.1.4 全球四大奥特莱斯区域分析

- (1) 欧洲奥特莱斯区域分析
- (2) 美洲奥特莱斯区域分析
- (3) 大洋洲奥特莱斯区域分析
- (4) 亚洲奥特莱斯区域分析
- 3.2 美国奥特莱斯开发与建设分析
  - 3.2.1 奥特莱斯主要发展特点
    - (1) 主要的建设形式
    - (2) 奥特莱斯经营方式分析
    - (3) 地理分布特征分析
    - (4) 集团垄断特征分析
  - 3.2.2 奥特莱斯发展现状分析
    - (1) 奥特莱斯现状与规模分析
    - (2) 奥特莱斯的发展趋势分析
  - 3.2.3 主要经典项目分析
- 3.3 欧洲奥特莱斯开发与建设分析
  - 3.3.1 奥特莱斯主要发展特点
  - 3.3.2 奥特莱斯发展现状分析
    - (1) 奥特莱斯现状与规模分析
    - (2) 奥特莱斯的发展趋势分析
  - 3.3.3 主要经典项目分析
- 3.4 日本奥特莱斯开发与建设分析
  - 3.4.1 奥特莱斯主要发展特点
  - 3.4.2 奥特莱斯发展现状分析
    - (1) 奥特莱斯现状与规模分析
    - (2) 奥特莱斯的发展趋势分析
  - 3.4.3 主要经典项目分析
- 3.5 韩国奥特莱斯开发与建设分析
  - 3.5.1 奥特莱斯主要发展特点
  - 3.5.2 奥特莱斯发展现状分析
    - (1) 奥特莱斯现状与规模分析
    - (2) 奥特莱斯的发展趋势分析
  - 3.5.3 主要经典项目分析

## 第4章：奥特莱斯投资建设与运营分析

### 4.1 奥特莱斯的投融资分析

#### 4.1.1 奥特莱斯的投资风险分析

#### 4.1.2 奥特莱斯的投资规模分析

#### 4.1.3 奥特莱斯的盈利模式分析

### 4.2 奥特莱斯投资可行性分析

#### 4.2.1 奥特莱斯的选址条件分析

(1) 区域级别

(2) 人口规模

(3) 经济基础

(4) 环境资源

(5) 交通规划

(6) 市政配套

#### 4.2.2 奥特莱斯的建设规模分析

(1) 项目定位

(2) 用地规模

(3) 建筑面积

(4) 功能分区

(5) 建设内容

(6) 投资强度

#### 4.2.3 奥特莱斯的项目效益分析

(1) 经济效益

(2) 社会效益

### 4.3 奥特莱斯投资规划分析

#### 4.3.1 奥特莱斯规划设计分析

#### 4.3.2 奥特莱斯项目招商分析

(1) 奥特莱斯品牌供应商分析

(2) 奥特莱斯招商策略分析

#### 4.3.3 奥特莱斯产业配套分析

(1) 奥特莱斯物流业分析

(2) 奥特莱斯会展业分析

(3) 奥特莱斯商业住宅分析

#### (4) 奥特莱斯餐饮机构分析

#### 4.4 奥特莱斯经营模式分析

##### 4.4.1 联营模式分析

##### 4.4.2 租赁模式分析

##### 4.4.3 自营模式分析

##### 4.4.4 托管模式分析

#### 4.5 奥特莱斯运营模式分析

##### 4.5.1 奥特莱斯的经营管理分析

##### 4.5.2 奥特莱斯的采购组织分析

##### 4.5.3 奥特莱斯的商品计划分析

##### 4.5.4 奥特莱斯的谈判购买分析

##### 4.5.5 奥特莱斯的利润评估分析

#### 4.6 奥特莱斯营销模式分析

##### 4.6.1 营销模式对奥特莱斯的重要性分析

##### 4.6.2 目前国内奥特莱斯主要的营销模式

##### 4.6.3 国内奥特莱斯营销策略分析与建议

###### (1) 要有鲜明的市场定位

###### (2) 进行本土化的创新经营

###### (3) 加强现代化的渠道管理

###### (4) 重视优质的服务与环境

###### (5) 如何实施多样化的促销

##### 4.6.4 新营销理念的导入将增加新价值

###### (1) 奥特莱斯的体验营销分析

###### (2) 奥特莱斯的娱乐营销分析

###### (3) 奥特莱斯的时尚营销分析

#### 4.7 奥特莱斯投资开发建议

##### 4.7.1 奥特莱斯的选址建议

##### 4.7.2 奥特莱斯的客源建议

##### 4.7.3 奥特莱斯的规划建议

##### 4.7.4 奥特莱斯的分区建议

##### 4.7.5 奥特莱斯的规模建议

##### 4.7.6 奥特莱斯的经营建议

4.7.7 奥特莱斯的招商建议

4.7.8 奥特莱斯的货源建议

4.7.9 奥特莱斯的公关建议

4.8 奥特莱斯经典项目个案分析

4.8.1 北京燕莎奥特莱斯分析

(1) 项目区位分析

(2) 项目规模分析

(3) 项目投资分析

(4) 项目定位分析

(5) 项目建筑风格

(6) 项目规划布局

(7) 项目功能分区

(8) 项目主要客源

(9) 业态组合与布局

(10) 品牌构成分析

(11) 项目经营模式

(12) 招商渠道与策略

4.8.2 上海青浦百联奥特莱斯分析

(1) 项目区位分析

(2) 项目规模分析

(3) 项目投资分析

(4) 项目定位分析

(5) 项目建筑风格

(6) 项目规划布局

(7) 项目功能分区

(8) 项目主要客源

(9) 业态组合与布局

(10) 品牌构成分析

(11) 项目经营模式

(12) 招商渠道与策略

4.8.3 重庆太平洋西部奥特莱斯分析

(1) 项目区位分析



- (2) 项目规模分析
- (3) 项目投资分析
- (4) 项目定位分析
- (5) 项目规划布局
- (6) 项目功能分区
- (7) 项目主要客源
- (8) 业态组合与布局
- (9) 品牌构成分析
- (10) 项目经营模式
- (11) 招商渠道与策略

#### 4.8.4 香港东荟城名店仓分析

- (1) 项目区位分析
- (2) 项目规模分析
- (3) 项目投资分析
- (4) 项目定位分析
- (5) 项目建筑风格
- (6) 项目规划布局
- (7) 项目功能分区
- (8) 项目主要客源
- (9) 业态组合与布局
- (10) 品牌构成分析
- (11) 项目经营模式
- (12) 招商渠道与策略

#### 4.8.5 北京赛特奥特莱斯分析

- (1) 项目区位分析
- (2) 项目规模分析
- (3) 项目投资分析
- (4) 项目定位分析
- (5) 项目建筑风格
- (6) 项目规划布局
- (7) 项目功能分区
- (8) 项目主要客源

(9) 业态组合与布局

(10) 品牌构成分析

(11) 项目经营模式

(12) 招商渠道与策略

#### 4.8.6 成都时代奥特莱斯分析

(1) 项目区位分析

(2) 项目规模分析

(3) 项目投资分析

(4) 项目定位分析

(5) 项目建筑风格

(6) 项目规划布局

(7) 项目功能分区

(8) 项目主要客源

(9) 业态组合与布局

(10) 品牌构成分析

(11) 项目经营模式

#### 4.8.7 上海东方狐狸城奥特莱斯分析

(1) 项目区位分析

(2) 项目规模分析

(3) 项目投资分析

(4) 项目定位分析

(5) 项目建筑风格

(6) 项目规划布局

(7) 项目功能分区

(8) 项目主要客源

(9) 业态组合与布局

(10) 品牌构成分析

(11) 项目经营模式

#### 4.8.8 北京爱家奥特莱斯分析

(1) 项目区位分析

(2) 项目规模分析

(3) 项目投资分析

- (4) 项目定位分析
- (5) 项目建筑风格
- (6) 项目规划布局
- (7) 项目功能分区
- (8) 项目主要客源
- (9) 业态组合与布局
- (10) 品牌构成分析
- (11) 项目经营模式

#### 4.8.9 上海枫泾环球奥莱斯购物园分析

- (1) 项目区位分析
- (2) 项目规模分析
- (3) 项目投资分析
- (4) 项目定位分析
- (5) 项目建筑风格
- (6) 项目规划布局
- (7) 项目功能分区
- (8) 项目主要客源
- (9) 业态组合与布局
- (10) 品牌构成分析
- (11) 项目经营模式

### 第5章：国内奥特莱斯区域市场投资机会分析

#### 5.1 环渤海经济区

##### 5.1.1 地理位置及历史起源

##### 5.1.2 区域经济现状分析

##### 5.1.3 土地供需现状分析

##### 5.1.4 商业市场发展分析

##### 5.1.5 重点省市奥特莱斯分析

- (1) 北京市奥特莱斯市场调研与投资可行性分析
- (2) 天津市奥特莱斯市场调研与投资可行性分析
- (3) 青岛市奥特莱斯市场调研与投资可行性分析

#### 5.2 长三角经济区

##### 5.2.1 地理位置及历史起源

## 5.2.2 经济区域现状分析

## 5.2.3 土地供需现状分析

## 5.2.4 商业市场发展分析

## 5.2.5 重点省市奥特莱斯分析

(1) 上海市奥特莱斯市场调研与投资可行性分析

(2) 浙江省奥特莱斯市场调研与投资可行性分析

(3) 江苏省奥特莱斯市场调研与投资可行性分析

## 5.3 珠三角经济区

### 5.3.1 地理位置及历史起源

### 5.3.2 经济区域现状分析

### 5.3.3 土地供需现状分析

### 5.3.4 商业市场发展分析

### 5.3.5 重点省市奥特莱斯分析

(1) 深圳市奥特莱斯市场调研与投资可行性分析

(2) 广州市奥特莱斯市场调研与投资可行性分析

## 5.4 成渝经济区

### 5.4.1 地理位置及历史起源

### 5.4.2 经济区域现状分析

### 5.4.3 土地供需现状分析

### 5.4.4 商业市场发展分析

### 5.4.5 成都市奥特莱斯市场调研与投资可行性分析

(1) 成都市奥特莱斯市场政策与规划

(2) 成都市奥特莱斯市场的需求潜力

(3) 成都市奥特莱斯市场的业态布局

(4) 成都市奥特莱斯市场的位置分布

(5) 成都市奥特莱斯市场的竞争格局

(6) 成都市奥特莱斯市场的经营效益

(7) 成都市奥特莱斯投资建设

## 第6章：奥特莱斯开发与运营标杆企业分析

### 6.1 国际奥特莱斯开发与运营企业经营分析

#### 6.1.1 美国Tanger奥特莱斯集团经营分析

(1) 企业主要概况

(2) 企业经典项目分析

(3) 企业在华投资分析

(4) 企业最新发展动向

#### 6.1.2 美国西蒙地产集团经营分析

(1) 企业主要概况

(2) 企业产品业务分析

(3) 企业经典项目分析

(4) 企业在华投资分析

(5) 企业最新发展动向

#### 6.1.3 井不动产株式会社经营分析

(1) 企业主要概况

(2) 企业组织架构分析

(3) 企业产品业务分析

(4) 企业项目管控分析

(5) 企业经典项目分析

(6) 企业在华投资分析

(7) 企业最新发展动向

#### 6.2 国内奥特莱斯开发与运营企业经营分析

##### 6.2.1 奥特莱斯投资运营商经营分析

(1) 奥特莱斯(中国)有限公司经营分析

(2) 香港SPACE商业经营管理集团经营分析

##### 6.2.2 奥特莱斯房地产开发企业经营分析

(1) 北京首创股份有限公司经营分析

(2) 上置集团有限公司经营分析

##### 6.2.3 奥特莱斯零售运营企业经营分析

(1) 中国春天百货集团有限公司经营分析

(2) 北京首商集团股份有限公司经营分析

(3) 上海友谊集团股份有限公司经营分析

(4) 长春欧亚集团股份有限公司经营分析

##### 6.2.4 奥特莱斯投资机构经营分析

(1) 中国基建投资有限公司经营分析

(2) 杉杉控股有限公司经营分析

### (3) 东方基业投资集团经营分析

## 第7章：奥特莱斯开发与运营趋势与前景

### 7.1 中国奥特莱斯发展趋势

#### 7.1.1 奥特莱斯综合化发展趋势

#### 7.1.2 奥特莱斯与其他互补业态共同发展

#### 7.1.3 网购对奥特莱斯的影响越来越大

### 7.2 中国奥特莱斯前景展望

#### 7.2.1 奥特莱斯的本土化展望

##### (1) 经营主体的选择

##### (2) 选址与规模分析

##### (3) 经营范围有待进一步扩大

#### 7.2.2 中国奥特莱斯前景展望

#### 7.2.3 中国奥特莱斯发展建议

#### 图表目录：

图表1：奥特莱斯的主要构成要素

图表2：奥特莱斯的社会价值

图表3：中国主要零售业态分类规范及其特点

图表4：奥特莱斯与城市综合体的主要业态组成区别

图表5：2013年GDP总量前15名省市及其人均GDP（单位：亿元，元/人）

图表6：2013年人均GDP前15名省市（单位：元/人）

图表7：中国中产阶级奢侈品消费意愿

图表8：中国奢侈品品牌辨识平均数量

图表9：中国居民奢侈品消费需求比较

图表10：供货商困境和顾客需求的矛盾

图表11：中国与奥特莱斯生命周期相比较

图表12：国内奥特莱斯门店按建筑面积排名（单位：平方米）

图表13：中国奥特莱斯数量及面积（单位：家，万平方米）

图表14：奥特莱斯中国成熟门店

图表15：奥特莱斯SWOT分析

图表16：2005-2013年中国GDP总额及其同比增速（单位：万亿元，%）

图表17：2011-2013年人民币贷款余额及同比增长（单位：万亿元，%）

图表18：2011-2013年人民币新增贷款余额结构（单位：%）

图表19：2009-2014年中国进出口累计总值及累计同比（单位：亿美元，%）

图表20：2009-2014年中国进出口累计总值及累计同比（单位：亿美元，%）

图表21：农村居民消费结构（单位：%）

图表22：城镇居民消费结构（单位：%）

图表23：中国人均GDP及其增长情况（单位：元，%）

图表24：城镇居民人均可支配收入及其增速（单位：元，%）

图表25：农村居民人均纯收入及其增速（单位：元，%）

图表26：城乡居民人民币储蓄存款余额及其变化（单位：亿元，%）

图表27：2011.06-2014.01消费者指数分析（单位：%）

图表28：2008-2013年社会消费品零售总额及累计同比（单位：亿元，%）

图表29：零售行业上市企业营业收入同比增速（单位：%）

图表30：零售行业上市企业净利润同比增速（单位：%）

图表31：零售行业上市企业毛利率（单位：%）

图表32：零售行业上市企业净利率（单位：%）

图表33：零售行业上市企业三项费用变化情况（单位：%）

图表34：零售行业上市企业资产负债率（单位：%）

图表35：零售行业上市企业资产负债率（单位：%）

图表36：我国高收入人员学历结构（单位：%）

图表37：我国高收入人员职业分布结构（单位：%）

图表38：我国高收入人员年龄分布结构（单位：%）

图表39：我国高收入人员及家庭年收入变化（单位：万元）

图表40：我国奢侈品消费者消费动机分析（单位：%）

图表41：我国奢侈品消费者消费地点分布（单位：%）

图表42：我国奢侈品消费者平均消费（单位：元/人）

图表43：我国奢侈品消费者消费结构（单位：%）

图表44：欧洲十家最大的奥特莱斯中心（单位：平方米）

图表45：美国十家最大的奥特莱斯中心（单位：平方英尺）

图表46：美国奥特莱斯按店铺数排名前15位（单位：家）

图表47：美国奥特莱斯排名前三位的品类（单位：家）

图表48：传统奥特莱斯与仙台泉奥特莱斯的区别

图表49：奥特莱斯的主要国际品牌供应商品牌

图表50：2013年北京市和天津市GDP及人均GDP（单位：亿元，万元/人）

图表51：2013年北京市用地供应计划（单位：公顷，%）

图表52：2013年天津市用地供应计划（单位：公顷，%）

图表53：北京燕莎奥特莱斯业态构成

图表54：北京市奥特莱斯对比分析

图表55：天津市人均消费性支出组成结构

图表56：青岛市人均家庭消费性支出组成结构

图表57：2013年珠三角地区GDP及人均GDP（单位：亿元，万元/人）

图表58：2013年上海市用地供应计划（单位：公顷，%）

图表59：江苏省"十二五"建设土地供应规划

图表60：浙江省保障性安居工程计划用地（单位：公顷，%）

图表61：浙江省商业及公共服务计划用地（单位：公顷，%）

图表62：上海市人均可支配收入组成结构（单位：%）

图表63：上海市人均消费性支出组成结构（单位：%）

图表64：上海市奥特莱斯业态构成

图表65：浙江省温州市"十二五"期间零售业态发展重点

图表66：浙江省温州市"十二五"期间重点建设综合体

图表67：浙江省人均消费性支出组成结构（单位：%）

图表68：江苏省人均消费性支出组成结构（单位：%）

图表69：苏州市奥特莱斯业态构成

图表70：广州市计划用地（单位：平方米，%）

图表71：深圳市人均可支配收入与消费性支出（单位：元）

图表72：四川省国有建设用地计划用地（单位：公顷，%）

图表73：重庆市国有建设用地计划用地（单位：公顷，%）

图表74：三井不动产株式会社组织结构分析

图表75：奥特莱斯（中国）有限公司组织结构分析

图表76：奥特莱斯（中国）有限公司优劣势分析

图表77：香港SPACE商业经营管理集团优劣势分析

图表78：北京首创股份有限公司营收分析（单位：亿元）

图表79：北京首创股份有限公司主营业务构成（单位：亿元，%）

图表80：北京首创股份有限公司偿债能力分析（单位：% ，倍）

图表81：北京首创股份有限公司盈利能力分析（单位：%）

图表82：北京首创股份有限公司运营能力分析（单位：次）



图表83：北京首创股份有限公司发展能力分析（单位：%）

图表84：北京首创股份有限公司优劣势分析

图表85：上置集团有限公司营收分析（单位：万港元）

图表86：上置集团有限公司偿债能力分析（单位：%、倍）

图表87：上置集团有限公司盈利能力分析（单位：%）

图表88：上置集团有限公司运营能力分析（单位：次）

图表89：上置集团有限公司发展能力分析（单位：%）

图表90：上置集团有限公司优劣势分析

图表91：中国春天百货集团有限公司营收分析（单位：万元）

图表92：中国春天百货集团有限公司偿债能力分析（单位：%、倍）

图表93：中国春天百货集团有限公司盈利能力分析（单位：%）

图表94：中国春天百货集团有限公司运营能力分析（单位：次）

图表95：中国春天百货集团有限公司发展能力分析（单位：%）

图表96：中国春天百货集团有限公司优劣势分析

图表97：北京首商集团股份有限公司营收分析（单位：万元）

图表98：北京首商集团股份有限公司营业收入构成（单位：亿元、%）

图表99：北京首商集团股份有限公司偿债能力分析（单位：%、倍）

图表100：北京首商集团股份有限公司盈利能力分析（单位：%）

图表101：北京首商集团股份有限公司运营能力分析（单位：次）

图表102：北京首商集团股份有限公司发展能力分析（单位：%）

图表103：北京首商集团股份有限公司优劣势分析

图表104：上海友谊集团股份有限公司营收分析（单位：万元）

图表105：上海友谊集团股份有限公司主营业务收入构成（单位：亿元、%）

图表106：上海友谊集团股份有限公司偿债能力分析（单位：%、倍）

图表107：上海友谊集团股份有限公司盈利能力分析（单位：%）

图表108：上海友谊集团股份有限公司运营能力分析（单位：次）

图表109：上海友谊集团股份有限公司发展能力分析（单位：%）

图表110：上海友谊集团股份有限公司优劣势分析

图表111：长春欧亚集团股份有限公司营收分析（单位：万元）

图表112：长春欧亚集团股份有限公司主营业务收入构成（单位：亿元、%）

图表113：长春欧亚集团股份有限公司偿债能力分析（单位：%、倍）

图表114：长春欧亚集团股份有限公司盈利能力分析（单位：%）

图表115：长春欧亚集团股份有限公司运营能力分析（单位：次）

图表116：长春欧亚集团股份有限公司发展能力分析（单位：%）

图表117：长春欧亚集团股份有限公司优劣势分析

图表118：中国基建投资有限公司营收分析（单位：万港元）

图表119：中国基建投资有限公司偿债能力分析（单位：% ， 倍）

图表120：中国基建投资有限公司盈利能力分析（单位：%）

&hellip;&hellip;略

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/246960.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。