



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国酱油产业发展 现状及市场监测报告

一、调研说明

《2016-2022年中国酱油产业发展现状及市场监测报告》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/276405.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

酱油是调味品中需求稳定且增速可观的品类，过去五年行业CAGR 接近20%，预计未来三年行业增速仍能保持在10%左右。而高端酱油则是酱油品类中增速更快的细分品类，主要原因是随着我国人均购买力的提升，各食饮子行业均出现了不同程度的消费升级，在调味品行业中，消费者对饮食的口感、健康和营养重视度的提高使得口感更加鲜美、营养价值更佳的高端酱油（氨基酸态氮含量 $\geq 0.8\text{g}/100\text{ml}$ ）快速成长起来。

| 名称 | 售价（元） | 氨基酸态氮含量 |
|-----------------------|-------|---------------------------------|
| 海天365高鲜头道酱油（480ml） | 22.0 | $\geq 1.2\text{g}/100\text{ml}$ |
| 厨邦纯酿酱油（350ml） | 11.5 | $\geq 1.3\text{g}/100\text{ml}$ |
| 欣和六月鲜特级原汁酱油（500ml） | 14.0 | $\geq 1.0\text{g}/100\text{ml}$ |
| 加加180天发酵原酿造酱油（500ml） | 14.0 | $\geq 1.0\text{g}/100\text{ml}$ |
| 千禾头道原香380天特级生抽（500ml） | 30.9 | $\geq 1.2\text{g}/100\text{ml}$ |
| 李锦记天成一味特级鲜酱油（150ml） | 7.5 | $\geq 1.2\text{g}/100\text{ml}$ |
| 鲁花自然鲜红烧酱油（500ml） | 12.9 | $\geq 1.2\text{g}/100\text{ml}$ |

预计未来三年高端酱油将保持20%左右的销售增速，2017 年高端酱油销售规模超过138 亿元，占酱油市场比重有望超过26%。 2017 年高端酱油销售规模超过138 亿元

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章酱油产业相关概述 20

第一节调味品简述 20

一、我国调味产品体系 20

二、调味品的分类 20

三、调味品的市场特征 22

四、几种主要调味品的特性 23

第二节酱油阐述 24

一、酱油加工原料 24

二、酱油营养功效 24

三、酱油生产工艺 26

第三节酱油的种类 27

一、酿造酱油 27

二、配制酱油 28

三、生抽 28

四、老抽 28

第四节酱油食疗价值 28

第二章2011-2015年全球酱油行业发展状况分析 30

第一节2011-2015年全球酱油发展现状 30

一、全球酱油市场消费形势 30

二、大豆带动世界酱油价格大幅上涨 30

三、全球酱油品牌市场动态分析 30

第二节2011-2015年全球酱油市场运行分析 31

一、世界酱油出产量之最 31

二、全球酱油包装分析 31

三、全球酱油进出口分析 32

第三节2016-2022年全球酱油行业发展趋势分析 32

第三章2011-2015年全球主要地区酱油行业运行情况分析 34

第一节2011-2015年日本酱油市场分析 34

一、日本酱油的种类 34

二、日本酱油生产工艺特点 34

三、日本酱油生产企业 35

四、中国酱油与日本酱油行业发展比较分析 35

第二节2011-2015年美国酱油市场分析 40

一、美国酱油市场概况 40

二、美国酱油市场规模及预测 40

第三节2011-2015年中国台湾地区酱油市场分析 41

一、台湾酱油市场概况 41

二、台湾酱油标准 42

三、台湾酱油品质 43

四、台湾黑豆酱油分析 44

五、台湾酱油市场规模及预测 45

第四章2011-2015年中国酱油行业发展环境分析 46

第一节2011-2015年中国宏观经济环境分析 46

一、中国GDP分析 46

二、消费价格指数分析 46

三、城乡居民收入分析 47

四、社会消费品零售总额 49

五、全社会固定资产投资分析 49

六、进出口总额及增长率分析 51

2015年10月中国酱油、食醋及类似制品制造出口交货值140,220.00千元，同比下降3.15%

；2015年1-10月中国酱油、食醋及类似制品制造出口交货值1,483,857.00千元，同比增长9.88%

。 2015年1-10月中国酱油、食醋及类似制品制造出口交货值统计图

第二节2011-2015年中国酱油行业政策环境分析 53

一、调味品行业新标准 53

二、食醋卫生标准 54

三、酱油标准 56

四、《调味品经销商经营管理规范》 57

第三节2011-2015年中国酱油行业发展社会环境分析 58

第五章2011-2015年中国调味品产业整体运行态势分析 63

第一节2011-2015年中国调味品行业发展总况 63

一、我国调味品产业发展成果 63

二、国内中小调味品企业须加强品牌建设 64

三、国内调味品行业重点企业分析 67

四、调味品生产模式的改造分析 68

第二节2011-2015年中国调味品市场综述 70

一、我国调味品市场发展特点 70

二、国内调味品市场进入调整阶段 71

三、西餐涌入国内市场带动西餐调味品发展 72

| | |
|-----------------------------|----|
| 四、消费升级带动调味品市场细分趋势 | 73 |
| 第三节2011-2015年中国调味品包装分析 | 76 |
| 一、调味品包装发展概况 | 76 |
| 二、包装成为调味品行业发展动力 | 81 |
| 三、调味品包装运用中存在的问题 | 81 |
| 四、塑料软管包装成调味品包装新趋势 | 83 |
| 第四节2011-2015年中国调味品业存在的问题及对策 | 84 |
| 一、“黑调料”充斥低端市场 | 84 |
| 二、高成本低效益 | 85 |
| 三、地方品牌居多品牌知名度不强 | 85 |
| 四、原料涨价持续不退生产硬成本逐步提高 | 86 |

第六章2011-2015年中国酱油行业运行形势分析 87

| | |
|-----------------------------|----|
| 第一节2011-2015年中国酱油行业现状分析 | 87 |
| 一、中国酱油的产业发展状况 | 87 |
| 二、中国酱油的营养成分及功能作用 | 87 |
| 三、2011-2015年国内外名牌酱油质量比较 | 89 |
| 第二节2011-2015年中国酱油行业安全信用状况分析 | 89 |
| 第三节2011-2015年铁强化酱油与补铁工程 | 91 |
| 一、强化补铁关爱健康 | 91 |
| 二、铁强化添加剂—EDTA铁钠 | 92 |
| 三、卫生部要求铁强化酱油覆盖人群3.6亿 | 93 |

第七章2011-2015年中国酱油产量统计分析 95

| | |
|--------------------------|----|
| 第一节2011-2015年全国酱油产量分析 | 95 |
| 第二节2015年12月全国及主要省份酱油产量分析 | 95 |
| 第三节2015年12月酱油产量集中度分析 | 97 |

第八章2011-2015年中国酱油制造行业主要数据监测分析 99

| | |
|------------------------------|----|
| 第一节2011-2015年12月中国酱油制造行业规模分析 | 99 |
| 一、企业数量增长分析 | 99 |
| 二、从业人数增长分析 | 99 |

| | |
|--------------------------------------|-----|
| 三、资产规模增长分析 | 100 |
| 第二节2015年12月中国酱油制造行业结构分析 | 101 |
| 一、企业数量结构分析 | 101 |
| 1、不同类型分析 | 101 |
| 2、不同所有制分析 | 101 |
| 二、销售收入结构分析 | 101 |
| 1、不同类型分析 | 101 |
| 2、不同所有制分析 | 102 |
| 第三节2011-2015年12月中国酱油制造行业产值分析 | 102 |
| 一、产成品增长分析 | 102 |
| 二、工业销售产值分析 | 103 |
| 三、出口交货值分析 | 103 |
| 第四节2011-2015年12月中国酱油制造行业成本费用分析 | 104 |
| 一、销售成本分析 | 104 |
| 二、费用统计 | 105 |
| 第五节2011-2015年12月中国酱油制造行业盈利能力分析 | 105 |
| 一、主要盈利指标分析 | 105 |
| 二、主要盈利能力指标分析 | 106 |
| 第九章2011-2015年中国酱油进出口数据监测分析（21031000） | 107 |
| 第一节2011-2015年中国酱油进口数据分析 | 107 |
| 一、进口数量分析 | 107 |
| 二、进口金额分析 | 107 |
| 第二节2011-2015年中国酱油出口数据分析 | 108 |
| 一、出口数量分析 | 108 |
| 二、出口金额分析 | 108 |
| 第三节2011-2015年中国酱油进出口平均单价分析 | 109 |
| 第四节2011-2015年中国酱油进出口国家及地区分析 | 109 |
| 一、进口国家及地区分析 | 109 |
| 二、出口国家及地区分析 | 110 |
| 第十章2011-2015年中国酱油行业市场调查分析 | 111 |

第一节2011-2015年中国酱油市场销售模式 111

- 一、调味品销售市场 111
- 二、酱油市场销售模式 113
- 三、酱油销售新渠道 113

第二节2011-2015年中国酱油消费者行为分析 114

- 一、消费者购买酱油产品的地点 114
- 二、影响消费者购买酱油产品的因素 114
- 三、消费者购买酱油产品时关注的问题 115
- 四、消费者在食用中遇到的问题 115
- 五、消费者对ISO8000、HACCP体系的认知度 116
- 六、消费者了解安全事件的信息来源 116

第十一章2011-2015年中国酱油行业市场竞争格局分析 119

第一节2011-2015年中国调味品业竞争总况 119

- 一、我国调味品市场竞争加剧 119
- 二、调味品行业出现专业化兼并重组现象 120
- 三、外资挺进中国调味品市场 122

第二节2011-2015年中国酱油市场竞争现状分析 122

- 一、四分天下格局 122
- 二、中外品牌争夺市场 124
- 三、业内人才缺乏 124
- 四、市场空间较大 124

第三节2011-2015年中国酱油产业集中度分析 125

- 一、酱油市场集中度分析 125
- 二、酱油生产企业集中度分析 125

第四节2011-2015年中国酱油企业提升竞争力策略分析 126

第十二章2011-2015年中国酱油行业重点企业运营关键性财务指标分析 128

第一节佛山市海天调味食品有限公司 128

- 一、企业概况 128
- 二、企业主要经济指标分析 129
- 三、企业盈利能力分析 131

| | |
|------------------------|-----|
| 四、企业偿债能力分析 | 132 |
| 五、企业运营能力分析 | 133 |
| 六、企业成长能力分析 | 134 |
| 第二节东莞雀巢有限公司 | 135 |
| 一、企业概况 | 135 |
| 二、企业主要经济指标分析 | 135 |
| 三、企业盈利能力分析 | 136 |
| 四、企业偿债能力分析 | 136 |
| 五、企业运营能力分析 | 136 |
| 六、企业成长能力分析 | 136 |
| 第三节江门市新会区李锦记（新会）食品有限公司 | 137 |
| 一、企业概况 | 137 |
| 二、企业主要经济指标分析 | 138 |
| 三、企业盈利能力分析 | 138 |
| 四、企业偿债能力分析 | 139 |
| 五、企业运营能力分析 | 139 |
| 六、企业成长能力分析 | 139 |
| 第四节北京王致和食品集团有限公司 | 140 |
| 一、企业概况 | 140 |
| 二、企业主要经济指标分析 | 141 |
| 三、企业盈利能力分析 | 141 |
| 四、企业偿债能力分析 | 142 |
| 五、企业运营能力分析 | 142 |
| 六、企业成长能力分析 | 142 |
| 第五节合肥统一企业有限公司 | 143 |
| 一、企业概况 | 143 |
| 二、企业主要经济指标分析 | 143 |
| 三、企业盈利能力分析 | 144 |
| 四、企业偿债能力分析 | 144 |
| 五、企业运营能力分析 | 144 |
| 六、企业成长能力分析 | 144 |
| 第六节广东美味鲜调味食品有限公司 | 145 |

- 一、企业概况 145
- 二、企业主要经济指标分析 146
- 三、企业盈利能力分析 146
- 四、企业偿债能力分析 146
- 五、企业运营能力分析 147
- 六、企业成长能力分析 147
- 第七节江苏恒顺集团有限公司 147
 - 一、企业概况 147
 - 二、企业主要经济指标分析 148
 - 三、企业盈利能力分析 149
 - 四、企业偿债能力分析 149
 - 五、企业运营能力分析 150
 - 六、企业成长能力分析 150
- 第八节加加酱油（长沙）有限公司 150
 - 一、企业概况 150
 - 二、企业主要经济指标分析 151
 - 三、企业盈利能力分析 153
 - 四、企业偿债能力分析 154
 - 五、企业运营能力分析 155
 - 六、企业成长能力分析 156
- 第九节河南省竹林恒发实业有限公司 156
 - 一、企业概况 156
 - 二、企业主要经济指标分析 157
 - 三、企业盈利能力分析 157
 - 四、企业偿债能力分析 158
 - 五、企业运营能力分析 158
 - 六、企业成长能力分析 158
- 第十节遵化市万全调料酿造有限公司 159
 - 一、企业概况 159
 - 二、企业主要经济指标分析 159
 - 三、企业盈利能力分析 159
 - 四、企业偿债能力分析 160

五、企业运营能力分析 160

六、企业成长能力分析 160

第十一节山东欣和食品工业有限公司 161

一、企业概况 161

二、企业主要经济指标分析 161

三、企业盈利能力分析 162

四、企业偿债能力分析 162

五、企业运营能力分析 162

六、企业成长能力分析 163

第十二节广东鹤山古劳东古酱油有限公司 163

一、企业概况 163

二、企业主要经济指标分析 164

三、企业盈利能力分析 164

四、企业偿债能力分析 165

五、企业运营能力分析 165

六、企业成长能力分析 165

第十三节上海淘大食品有限公司 166

一、企业概况 166

二、企业主要经济指标分析 166

三、企业盈利能力分析 167

四、企业偿债能力分析 167

五、企业运营能力分析 168

六、企业成长能力分析 168

第十三章2011-2015年中国酱油原料市场运行动态分析 169

第一节大豆 169

一、我国大豆供给情况分析 169

1、种植规模及产区分布 169

2、大豆产量统计分析 174

二、我国大豆市场需求消费情况 174

二、传统非转基因大豆面临巨大商机 175

三、大豆市场价格监测 177

四、2016-2022年中国大豆原料供给预测分析 178

第二节小麦 179

一、我国小麦供给情况分析 179

1、种植规模及产区分布 179

2、小麦产量统计分析 179

二、中国小麦市场影响因素及价格分析 180

三、中央政策对小麦市场的影响 181

四、2016-2022年中国小麦原料供给预测分析 181

第十四章2016-2022年中国酱油业的发展前景与趋势分析 183

第一节2016-2022年中国酱油产业发展趋势分析 183

一、品牌发展趋势分析 183

二、酱油制造业预测分析 184

三、酱油市场竞争格局预测分析 185

第二节2016-2022年中国酱油市场预测分析 186

一、中国酱油产量预测分析 186

二、中国酱油需求预测 187

三、中国酱油进出口预测分析 187

第三节2016-2022年中国酱油市场盈利预测分析 188

第十五章2016-2022年中国酱油行业投资机会与风险分析 189

第一节2016-2022年中国酱油行业投资环境分析 189

第二节2016-2022年酱油行业投资机会分析 189

一、规模的发展及投资需求分析 189

二、总体经济效益判断 190

三、与产业政策调整相关的投资机会分析 190

第三节2016-2022年中国酱油行业投资风险分析 191

一、市场竞争风险 191

二、原材料压力风险分析 191

三、技术风险分析 192

四、政策和体制风险 192

五、外资进入现状及对未来市场的威胁 192 (AK WZY)

图表目录：

- 图表1：2011-2015年美国酱油市场规模及预测 40
- 图表2：2011-2015年台湾酱油市场规模及预测 45
- 图表3：2011-2015年国内生产总值及其增长速度 46
- 图表4：2015年居民消费价格月度涨跌幅度 47
- 图表5：2015年居民消费价格比上年涨跌幅度 47
- 图表6：2011-2015年农村居民人均纯收入 48
- 图表7：2011-2015年城镇居民人均纯收入 48
- 图表8：2015年社会消费品零售总额 49
- 图表9：2015年固定资产投资增速 50
- 图表10：2015年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度 50
- 图表11：2015年固定资产投资新增主要生产能力 51
- 图表12：2011-2015年货物进出口总额 51
- 图表13：2015年货物进出口总额及其增长速度 52
- 图表14：2015年主要商品出口数量、金额及其增长速度 52
- 图表15：2015年主要商品进口数量、金额及其增长速度 52
- 图表16：2015年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度 52
- 图表17：2015年年末人口数及其构成 58
- 图表18：2011-2015年高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数 59
- 图表19：国内外名牌酱油质量比较 89
- 图表20：铁源感官测定结果 92
- 图表21：2011-2015年我国酱油产量分析 95
- 图表22：2015年12月全国及主要省份酱油产量分析 95
- 图表23：2015年12月酱油产量集中度分析 97
- 图表24：2011-2015年我国酱油制造行业企业数量增长分析 99
- 图表25：2011-2015年我国酱油制造行业从业人数增长分析 99
- 图表26：2011-2015年我国酱油制造行业资产规模增长分析 100
- 图表27：2015年我国酱油制造行业不同类型企业数量结构分析 101
- 图表28：2015年我国酱油制造行业不同所有制企业数量结构分析 101
- 图表29：2015年我国酱油制造行业不同类型企业销售收入结构分析 101
- 图表30：2015年我国酱油制造行业不同所有制企业销售收入结构分析 102

图表31：2011-2015年我国酱油制造行业产成品增长分析 102

图表32：2011-2015年我国酱油制造行业工业销售产值分析 103

图表33：2011-2015年我国酱油制造行业出口 交货值分析 103

图表34：2011-2015年我国酱油制造行业销售成本分析 104

图表35：2011-2015年我国酱油制造行业费用分析 105

图表36：2011-2015年我国酱油制造行业主要盈利指标分析 105

图表37：2011-2015年我国酱油制造行业主要盈利能力指标分析 106

图表38：2011-2015年我国酱油行业进口总量分析 107

图表39：2011-2015年我国酱油行业进口金额分析 107

图表40：2011-2015年我国酱油行业出口总量分析 108

图表41：2011-2015年我国酱油行业出口金额分析 108

图表42：2011-2015年我国酱油行业进出口平均单价分析 109

图表43：2015年我国酱油行业进口国家及地区分析 109

图表44：2015年我国酱油行业出口国家及地区分析 110

图表45：消费者购买酱油产品的地点 114

图表46：消费者对ISO8000、HACCP体系的认知度 116

图表47：中国酱油集中度低（按销量） 125

图表48：企业主要经济指标分析 129

图表49：企业盈利能力分析 131

图表50：企业偿债能力分析 132

图表51：企业运营能力分析 133

图表52：企业成长能力分析 134

图表53：企业主要经济指标分析 135

图表54：企业盈利能力分析 136

图表55：企业偿债能力分析 136

图表56：企业运营能力分析 136

图表57：企业成长能力分析 136

图表58：企业主要经济指标分析 138

图表59：企业盈利能力分析 138

图表60：企业偿债能力分析 139

图表61：企业运营能力分析 139

图表62：企业成长能力分析 139

图表63：企业主要经济指标分析 141

图表64：企业盈利能力分析 141

图表65：企业偿债能力分析 142

图表66：企业运营能力分析 142

图表67：企业成长能力分析 142

图表68：企业主要经济指标分析 143

图表69：企业盈利能力分析 144

图表70：企业偿债能力分析 144

图表71：企业运营能力分析 144

图表72：企业成长能力分析 144

图表73：企业主要经济指标分析 146

图表74：企业盈利能力分析 146

图表75：企业偿债能力分析 146

图表76：企业运营能力分析 147

图表77：企业成长能力分析 147

图表78：企业主要经济指标分析 148

图表79：企业盈利能力分析 149

图表80：企业偿债能力分析 149

图表81：企业运营能力分析 150

图表82：企业成长能力分析 150

图表83：企业主要经济指标分析 151

图表84：企业盈利能力分析 153

图表85：企业偿债能力分析 154

图表86：企业运营能力分析 155

图表87：企业成长能力分析 156

图表88：企业主要经济指标分析 157

图表89：企业盈利能力分析 157

图表90：企业偿债能力分析 158

图表91：企业运营能力分析 158

图表92：企业成长能力分析 158

图表93：企业主要经济指标分析 159

图表94：企业盈利能力分析 159

图表95：企业偿债能力分析 160

图表96：企业运营能力分析 160

图表97：企业成长能力分析 160

图表98：企业主要经济指标分析 161

图表99：企业盈利能力分析 162

图表100：企业偿债能力分析 162

图表101：企业运营能力分析 162

图表102：企业成长能力分析 163

图表103：企业主要经济指标分析 164

图表104：企业盈利能力分析 164

图表105：企业偿债能力分析 165

图表106：企业运营能力分析 165

图表107：企业成长能力分析 165

图表108：企业主要经济指标分析 166

图表109：企业盈利能力分析 167

图表110：企业偿债能力分析 167

图表111：企业运营能力分析 168

图表112：企业成长能力分析 168

图表113：2011-2015年我国大豆产量分析 174

图表114：2016-2022年中国大豆原料供给预测分析 178

图表115：2011-2015年我国小麦产量分析 179

图表116：2016-2022年中国小麦原料供给预测分析 181

图表117：2016-2022年中国酱油制造业总资产预测 184

图表118：2016-2022年中国酱油制造业销售收入预测 184

图表119：2016-2022年中国酱油制造业利润总额预测 185

图表120：酱油行业竞争格局 186

图表121：2016-2022年中国酱油制造业产量预测 186

图表122：2016-2022年中国酱油制造业需求预测 187

图表123：2016-2022年中国酱油制造业进出口预测 187

图表124：2016-2022年中国酱油制造行业盈利能力预测 188

图表125：2016-2022年酱油行业投资收益预测 190

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/276405.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。