



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008年中国牙膏行业市场分析及 发展趋势研究报告

一、调研说明

《2008年中国牙膏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/45028.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

世界口腔清洁用品市场已进入成熟期，市场细分程度高，品牌忠诚度起主要作用，价格竞争越来越激烈。2008年在奥运会的背景下，我国牙膏行业将得到突飞猛进的发展，预计到2010年，我国牙膏市场规模将达到181亿元，其中中草药牙膏将超过50%的市场份额，一些区域性中小企业将被淘汰，而在高端市场和低端市场，国内外品牌将互有攻守。

我国牙膏市场的发展空间巨大，未来几年将会沿着以下方向发展：从市场需求看，个性化需求日趋强烈，追求新感觉、健康、美白、天然、全效依然是主流；从品牌结构看，市场集中度高，高露洁、宝洁、联合利华等几大跨国公司品牌占领大部分市场；从区域结构看，未来的城市市场，牙膏产品将进一步向高档化发展；农村市场，低价位产品销售量将快速上升，市场重心向农村倾斜；从营销手段看，广告宣传仍将是未来牙膏市场最重要的营销手段，牙膏厂商需要根据自己的产品定位，有针对性地加大广告宣传力度，建立品牌形象，以争取更大的市场份额。从产品结构看，市场进一步细分化，新品大量涌现，广泛为市场所接受的是特殊感觉并具有多种功能的产品。

综观当前的牙膏市场不难发现，国内牙膏企业几乎都将中草药作为主打卖点，而云南白药、片仔癀等药企和隆力奇、立白等日化企业也纷纷推出“中草药牙膏”。中草药概念作为本土牙膏企业传承的国粹文化，已成为其和外资品牌竞争的一种明显区隔。

在国内牙膏市场，佳洁士、高露洁霸主地位已形成，加上中华，三大品牌占据市场份额60%以上；两面针、冷酸灵、黑妹、立白、蓝天六必治等国产品牌则稳占二线阵营。在与外资品牌竞争明显处于下风的形势下，本土牙膏企业也开始寻找新的突破口来提升整体竞争实力。在当前的市场背景下，中草药是国产牙膏品牌打破外资巨头市场垄断、重新划分市场格局的一个有力武器。可以预见，一旦中草药功效牙膏标准正式开始实施，则该产品的身份和地位也将正式得到确认，国产牙膏品牌将因此得到一个比较大的发展空间。

【 目录 】

第一部分 行业发展现状分析

第一章 牙膏行业概览	1
第一节 行业概览与分类	1
一、行业概况	1
二、牙膏的分类	2
第二节 牙膏主要成份分析	3
一、摩擦剂	3
二、洁净剂	5
三、润湿剂	5
四、胶粘剂	5
五、芳香剂	5
六、药物	9
第三节 牙膏的药物机理	9
一、美白牙膏的药物机理	9
二、抗菌牙膏的药物机理	10
三、消除牙垢牙膏的药物机理	11
四、预防牙本质过敏牙膏的药物机理	12
五、防治龋齿牙膏的药物机理	13
第二章 中国日化市场发展概况	15
第一节 日化市场发展概况	15
一、我国日化产业发展概况	15
二、我国日化行业发展历程	18
第二节 日化行业现状分析	20
一、日化行业“五力模型”分析	20
二、日化产业发展潜力分析	22
三、2007年日化市场细化之路	25
四、日化市场需求强劲竞争继续白热化	27
第三节 日化市场运行情况及预测	32
一、2007年销售收入前十家企业排名	32
二、2007年主要经济指标分析	33
三、2007年分经济类型主要经济指标	75
四、2007-2009年中国日化市场规模预测	109

第三章 牙膏行业发展分析	111
第一节 2007年牙膏行业发展现状分析	111
一、中国牙膏市场状况分析	111
二、二甘醇事件使牙膏业直面标准差异与国际接轨	114
三、牙膏业面临标准规范	117
四、牙膏行业面临洗牌	120
五、国内牙膏企业存在的问题	121
六、牙膏出口受阻但国内市场保持平静	122
第二节 我国牙膏市场深度分析	125
一、牙膏市场现状	125
二、二甘醇牙膏外紧内松的原因分析	125
三、牙膏市场主要品牌占有率	126
四、牙膏市场嬗变特征	127
五、牙膏主要品牌竞争手段分析	132
第三节 牙膏行业政策标准	133
一、牙膏认证新标准有待出台	133
二、标准缺失考量儿童牙膏安全	134
三、牙膏实行强制生产许可	136
四、口腔保健品标准推动牙膏行业规范化	137
第四章 牙膏市场品牌研究分析	139
第一节 牙膏品牌研究	139
一、纳爱斯牙膏品牌分析	139
二、云南白药牙膏品牌分析	141
三、高露洁品牌分析	146
第二节 主要城市牙膏品牌分析	152
一、大连牙膏市场分析	152
二、哈尔滨牙膏市场分析	154
三、南昌牙膏市场分析	155
四、青岛牙膏市场分析	157
五、太原牙膏市场分析	159

六、长沙牙膏市场分析	160
七、南宁牙膏市场分析	162
八、海口牙膏市场分析	164
九、杭州牙膏市场分析	165
十、深圳牙膏市场分析	167
十一、天津牙膏市场分析	169
十二、广州牙膏市场分析	170
十三、上海牙膏市场分析	172
十四、武汉牙膏市场分析	174
十五、南京牙膏市场分析	175

第二部分 行业市场发展状况分析

第五章 牙膏细分市场分析 179

第一节 中药牙膏 179

- 一、我国中药牙膏市场不断增长 179
- 二、打造中草药牙膏行业的“神话” 181
- 三、中草药牙膏的突围分析 182

第二节 含氟牙膏 187

- 一、含氟牙膏分析 187
- 二、九成含氟牙膏质量安全可靠 188

第三节 盐味牙膏 189

- 一、盐味牙膏深受市场青睐 189
- 二、盐味牙膏消费市场分析 191

第六章 牙膏关联产业分析 193

第一节 漱口水 193

- 一、漱口水介绍 193
- 二、漱口水品牌的发展之惑 195

第二节 牙刷 199

- 一、中国牙刷市场具有极大的发展空间 200
- 二、电动牙刷市场发展分析 201
- 三、牙刷市场的改革迫在眉睫 202

第三节 牙膏包装 203

- 一、牙膏包装也要推陈出新 203
- 二、国内市场牙膏软管包装发展现状 206
- 三、牙膏的过度包装问题 209
- 四、国内市场牙膏软管包装发展的趋势 212

第七章 牙膏原料市场分析 214

第一节 碳酸钙 214

- 一、碳酸钙的定义及分类 214
- 二、我国轻质碳酸钙粉体生产现状与发展趋势 216
- 三、我国碳酸钙工业发展前景一片光明 220

第二节 磷酸氢钙 221

- 一、牙膏级磷酸氢钙市场现状分析 221
- 二、新磷公司磷酸氢钙技改 222

第三节 聚乙烯 222

- 一、聚乙烯的供应现状及前景 222
- 二、聚乙烯的需求现状及前景 223
- 三、从供需变化中分析预测市场 224

第三部分 行业竞争格局分析

第八章 牙膏行业竞争格局分析 227

第一节 2007年牙洁素状况分析 227

- 一、2007年闪亮牙洁素冲击波 227
- 二、牙洁素与牙膏的竞争 228
- 三、牙洁素在市场具有三大亮点 230
- 四、四个突破助推成为新品类 230

第二节 行业竞争格局概况 232

- 一、市场竞争环境分析 232
- 二、牙膏行业民族品牌与洋品牌 233

第三节 市场竞争深度分析 237

- 一、消费群体分析 237
- 二、消费区域特征分析 237

三、消费者行为分析 237

第四节 牙膏市场价格对决 238

一、外资军团竞争分析 239

二、本土联军竞争分析 243

三、第三方阵竞争分析 246

第五节 本土品牌价值重塑 250

一、价值重塑之产品升级 251

二、价值重塑之渠道为王 254

第九章 国外重点领先企业分析 258

第一节 高露洁棕榄有限公司 258

一、企业概况 258

二、SCM实施分析 258

三、力拓新兴市场 262

第二节 宝洁公司 264

一、企业概况 264

二、企业品牌战略 266

三、企业竞争策略 268

第三节 联合利华集团 274

一、企业概况 274

二、发展状况 275

三、竞争优势 277

第四节 LG生活健康集团 278

一、企业概况 278

二、发展态势 279

第十章 国内重点领先企业分析 283

第一节 美晨集团 283

一、企业概况 283

二、公司动态 283

第二节 柳州两面针股份有限公司 284

一、公司概况 284

二、2007年公司财务状况	285
三、公司动态	289
第三节 上海白猫(集团)有限公司	290
一、公司概况	290
二、2007年公司经营状况	292
三、公司动态	296
第四节 云南白药股份有限公司	297
一、公司概况	297
二、2007年公司经营情况	297
三、公司动态	301
第五节 广西奥奇丽股份有限公司	301
一、公司简介	301
二、系列产品	303
第六节 浙江纳爱斯化工股份有限公司	304
一、公司概况	304
二、公司竞争策略分析	305
三、公司动态	309
第七节 重庆登康口腔护理用品股份有限公司	310
一、公司简介	310
二、市场表现	312
第八节 好来化工(中山)有限公司	312
一、公司简介	312
二、市场状况	313

第四部分 行业营销策略与发展趋势分析

第十一章 我国牙膏业营销策略分析 315

第一节 行业营销策略分析 315

一、我国牙膏企业营销战略分析	315
二、我国牙膏企业的营销战略	317
三、牙膏企业应对策略	318
四、提高儿童牙膏市场占有率的策略	318
五、市场细分策略分析	319

第二节 营销案例分析 325

一、“田七”文化营销分析 325

二、中华牙膏现代营销 331

三、纳爱斯牙膏营销卖点 334

四、云南白药牙膏营销分析 336

第十二章 行业发展趋势与对策分析 339

第一节 行业发展趋势分析 339

一、中国牙膏市场的发展趋势预测 339

二、牙膏市场未来发展走势 342

三、牙膏功能多样化趋势 342

第二节 中国牙膏企业成长和发展的对策 343

一、中国牙膏企业与跨国企业的差距及其表现 344

二、中国牙膏企业成长和发展的对策与建议 346

图表目录

图表：2002-2006年中国日化行业市场规模与增长 27

图表：2002-2006年中国日化行业市场规模走势 27

图表：2006年中国日化行业市场结构 28

图表：2007-2009年中国日化市场规模预测 30

图表：新日化行业标准制、修订标准 31

图表：2007年2月日用化学产品制造销售收入前十家企业 32

图表：2007年5月日用化学产品制造销售收入前十家企业 32

图表：2007年8月日用化学产品制造销售收入前十家企业 33

图表：2007年1-8月份分地区主要经济指标日用化学产品制造全国合计 33

图表：2007年1-8月份分地区主要经济指标日用化学产品制造北京市合计 35

图表：2007年1-8月份分地区主要经济指标日用化学产品制造天津市合计 36

图表：2007年1-8月份分地区主要经济指标日用化学产品制造河北省合计 37

图表：2007年1-8月份分地区主要经济指标日用化学产品制造山西省合计 39

图表：2007年1-8月份分地区主要经济指标日用化学产品制造内蒙古合计 40

图表：2007年1-8月份分地区主要经济指标日用化学产品制造辽宁省合计 41

图表：2007年1-8月份分地区主要经济指标日用化学产品制造吉林省合计 43

图表：2007年1-8月份分地区主要经济指标日用化学产品制造黑龙江合计	44
图表：2007年1-8月份分地区主要经济指标日用化学产品制造上海市合计	45
图表：2007年1-8月份分地区主要经济指标日用化学产品制造江苏省合计	47
图表：2007年1-8月份分地区主要经济指标日用化学产品制造浙江省合计	48
图表：2007年1-8月份分地区主要经济指标日用化学产品制造安徽省合计	49
图表：2007年1-8月份分地区主要经济指标日用化学产品制造福建省合计	51
图表：2007年1-8月份分地区主要经济指标日用化学产品制造江西省合计	52
图表：2007年1-8月份分地区主要经济指标日用化学产品制造山东省合计	53
图表：2007年1-8月份分地区主要经济指标日用化学产品制造河南省合计	55
图表：2007年1-8月份分地区主要经济指标日用化学产品制造湖北省合计	56
图表：2007年1-8月份分地区主要经济指标日用化学产品制造湖南省合计	57
图表：2007年1-8月份分地区主要经济指标日用化学产品制造广东省合计	59
图表：2007年1-8月份分地区主要经济指标日用化学产品制造广西区合计	60
图表：2007年1-8月份分地区主要经济指标日用化学产品制造海南省合计	61
图表：2007年1-8月份分地区主要经济指标日用化学产品制造重庆市合计	63
图表：2007年1-8月份分地区主要经济指标日用化学产品制造四川省合计	64
图表：2007年1-8月份分地区主要经济指标日用化学产品制造贵州省合计	65
图表：2007年1-8月份分地区主要经济指标日用化学产品制造云南省合计	67
图表：2007年1-8月份分地区主要经济指标日用化学产品制造西藏区合计	68
图表：2007年1-8月份分地区主要经济指标日用化学产品制造陕西省合计	69
图表：2007年1-8月份分地区主要经济指标日用化学产品制造甘肃省合计	71
图表：2007年1-8月份分地区主要经济指标日用化学产品制造宁夏区合计	72
图表：2007年1-8月份分地区主要经济指标日用化学产品制造新疆区合计	73
图表：2007年1-8月国有企业大型日用化学产品制造主要经济指标全国合计	75
图表：2007年1-8月国有企业中型日用化学产品制造主要经济指标全国合计	76
图表：2007年1-8月国有企业小型日用化学产品制造主要经济指标全国合计	77
图表：2007年1-8月国有企业日用化学产品制造主要经济指标全国合计	79
图表：2007年1-8月集体企业中型日用化学产品制造主要经济指标全国合计	80
图表：2007年1-8月集体企业小型日用化学产品制造主要经济指标全国合计	81
图表：2007年1-8月集体企业日用化学产品制造主要经济指标全国合计	83
图表：2007年1-8月股份合作企业大型日用化学产品制造主要经济指标全国合计	84
图表：2007年1-8月股份合作企业小型日用化学产品制造主要经济指标全国合计	85

图表：2007年1-8月股份合作企业日用化学产品制造主要经济指标全国合计	87
图表：2007年1-8月股份制企业大型日用化学产品制造主要经济指标全国合计	88
图表：2007年1-8月股份制企业中大型日用化学产品制造主要经济指标全国合计	89
图表：2007年1-8月股份制企业小型日用化学产品制造主要经济指标全国合计	91
图表：2007年1-8月股份制企业日用化学产品制造主要经济指标全国合计	92
图表：2007年1-8月私营企业大型日用化学产品制造主要经济指标全国合计	93
图表：2007年1-8月私营企业中大型日用化学产品制造主要经济指标全国合计	95
图表：2007年1-8月私营企业小型日用化学产品制造主要经济指标全国合计	96
图表：2007年1-8月私营企业日用化学产品制造主要经济指标全国合计	97
图表：2007年1-8月外商和港澳台投资企业大型日用化学产品制造主要经济指标全国合计	99
图表：2007年1-8月外商和港澳台投资企业中大型日用化学产品制造主要经济指标全国合计	100
图表：2007年1-8月外商和港澳台投资企业小型日用化学产品制造主要经济指标全国合计	101
图表：2007年1-8月外商和港澳台投资企业日用化学产品制造主要经济指标全国合计	103
图表：2007年1-8月其他大型企业日用化学产品制造主要经济指标全国合计	104
图表：2007年1-8月其他中型企业日用化学产品制造主要经济指标全国合计	105
图表：2007年1-8月其他小型企业日用化学产品制造主要经济指标全国合计	107
图表：2007年1-8月其他企业日用化学产品制造主要经济指标全国合计	108
图表：2007年1月牙膏产品进口统计	124
图表：2007年2月牙膏产品进口统计	124
图表：2007年1月牙膏产品出口统计	124
图表：2007年2月牙膏产品出口统计	124
图表：2007年1-10月牙膏（折65克标准支）产量	125
图表：2006年牙膏大连市场品牌绝对渗透率	152
图表：2006年牙膏大连市场品牌相对渗透率	152
图表：2006年牙膏大连市场品牌市场份额	153
图表：2006年牙膏大连市场品牌忠诚度	153
图表：2006年牙膏大连各品牌群体人口分析	153
图表：2006年牙膏哈尔滨市场品牌绝对渗透率	154
图表：2006年牙膏哈尔滨市场品牌相对渗透率	154
图表：2006年牙膏哈尔滨市场品牌市场份额	154
图表：2006年牙膏哈尔滨市场品牌忠诚度	155
图表：2006年牙膏哈尔滨各品牌群体人口分析	155

图表：2006年牙膏南昌市场品牌绝对渗透率	155
图表：2006年牙膏南昌市场品牌相对渗透率	156
图表：2006年牙膏南昌市场品牌市场份额	156
图表：2006年牙膏南昌市场品牌忠诚度	156
图表：2006年牙膏南昌各品牌群体人口分析	157
图表：2006年牙膏青岛市场品牌绝对渗透率	157
图表：2006年牙膏青岛市场品牌相对渗透率	157
图表：2006年牙膏青岛市场品牌市场份额	158
图表：2006年牙膏青岛市场品牌忠诚度	158
图表：2006年牙膏青岛各品牌群体人口分析	158
图表：2006年牙膏太原市场品牌绝对渗透率	159
图表：2006年牙膏太原市场品牌相对渗透率	159
图表：2006年牙膏太原市场品牌市场份额	159
图表：2006年牙膏太原市场品牌忠诚度	160
图表：2006年牙膏太原各品牌群体人口分析	160
图表：2006年牙膏长沙市场品牌绝对渗透率	160
图表：2006年牙膏长沙市场品牌相对渗透率	161
图表：2006年牙膏长沙市场品牌市场份额	161
图表：2006年牙膏长沙市场品牌忠诚度	161
图表：2006年牙膏长沙各品牌群体人口分析	162
图表：2006年牙膏南宁市场品牌绝对渗透率	162
图表：2006年牙膏南宁市场品牌相对渗透率	162
图表：2006年牙膏南宁市场品牌市场份额	163
图表：2006年牙膏南宁市场品牌忠诚度	163
图表：2006年牙膏南宁各品牌群体人口分析	163
图表：2006年牙膏海口市场品牌绝对渗透率	164
图表：2006年牙膏海口市场品牌相对渗透率	164
图表：2006年牙膏海口市场品牌市场份额	164
图表：2006年牙膏海口市场品牌忠诚度	165
图表：2006年牙膏海口各品牌群体人口分析	165
图表：2006年牙膏杭州市场品牌绝对渗透率	165
图表：2006年牙膏杭州市场品牌相对渗透率	166

图表：2006年牙膏杭州市场品牌市场份额	166
图表：2006年牙膏杭州市场品牌忠诚度	166
图表：2006年牙膏杭州各品牌群体人口分析	167
图表：2006年牙膏深圳市场品牌绝对渗透率	167
图表：2006年牙膏深圳市场品牌相对渗透率	167
图表：2006年牙膏深圳市场品牌市场份额	168
图表：2006年牙膏深圳市场品牌忠诚度	168
图表：2006年牙膏深圳各品牌群体人口分析	168
图表：2006年牙膏产品天津市场品牌绝对渗透率	169
图表：2006年牙膏产品天津市场品牌相对渗透率	169
图表：2006年牙膏产品天津市场品牌市场份额	169
图表：2006年牙膏产品天津市场品牌忠诚度	170
图表：2006年牙膏产品天津市场品牌群体人口分析	170
图表：2006年牙膏产品广州市场品牌绝对渗透率	170
图表：2006年牙膏产品广州市场品牌相对渗透率	171
图表：2006年牙膏产品广州市场品牌市场份额	171
图表：2006年牙膏产品广州市场品牌忠诚度	171
图表：2006年牙膏产品广州市场品牌群体人口分析	172
图表：2006年牙膏产品上海市场品牌绝对渗透率	172
图表：2006年牙膏产品上海市场品牌相对渗透率	172
图表：2006年牙膏产品上海市场品牌市场份额	173
图表：2006年牙膏产品上海市场品牌忠诚度	173
图表：2006年牙膏产品上海市场品牌群体人口分析	173
图表：2006年牙膏产品武汉市场品牌绝对渗透率	174
图表：2006年牙膏产品武汉市场品牌相对渗透率	174
图表：2006年牙膏产品武汉市场品牌市场份额	174
图表：2006年牙膏产品武汉市场品牌忠诚度	175
图表：2006年牙膏产品武汉市场品牌群体人口分析	175
图表：2006年牙膏产品南京市场品牌绝对渗透率	175
图表：2006年牙膏产品南京市场品牌相对渗透率	176
图表：2006年牙膏产品南京市场品牌市场份额	176
图表：2006年牙膏产品南京市场品牌忠诚度	176

图表：2006年牙膏产品南京市场品牌群体人口分析	177
图表：我国牙膏级磷酸氢钙生产企业产能	222
图表：1998-2005年牙膏中国牙膏磷酸氢钙需求量增长情况	222
图表：1998-2010年我国聚乙烯消费结构现状	224
图表：2007年二季度柳州两面针股份有限公司利润总额构成图	285
图表：2007年二季度柳州两面针股份有限公司主营构成表	286
图表：2007年一、二、三季度柳州两面针股份有限公司每股指标	286
图表：2007年一、二、三季度柳州两面针股份有限公司获利能力表	287
图表：2007年一、二、三季度柳州两面针股份有限公司经营能力表	287
图表：2007年一、二、三季度柳州两面针股份有限公司偿债能力表	287
图表：2007年一、二、三季度柳州两面针股份有限公司资本结构表	287
图表：2007年一、二、三季度柳州两面针股份有限公司发展能力表	288
图表：2007年一、二、三季度柳州两面针股份有限公司现金流量分析表	288
图表：2007年一、二、三季度柳州两面针股份有限公司利润分配表	288
图表：2007年二季度上海白猫股份有限公司主营业务构成图	292
图表：2007年二季度上海白猫股份有限公司利润总额构成图	292
图表：2007年二季度上海白猫股份有限公司主营构成表	292
图表：2007年一、二、三季度上海白猫股份有限公司每股指标	293
图表：2007年一、二、三季度上海白猫股份有限公司获利能力表	293
图表：2007年一、二、三季度上海白猫股份有限公司经营能力表	293
图表：2007年一、二、三季度上海白猫股份有限公司偿债能力表	294
图表：2007年一、二、三季度上海白猫股份有限公司资本结构表	294
图表：2007年一、二、三季度上海白猫股份有限公司发展能力表	294
图表：2007年一、二、三季度上海白猫股份有限公司现金流量分析表	294
图表：2007年一、二、三季度上海白猫股份有限公司利润分配表	295
图表：2007年二季度云南白药股份有限公司主营构成表	297
图表：2007年一、二、三季度云南白药股份有限公司每股指标	298
图表：2007年一、二、三季度云南白药股份有限公司获利能力表	298
图表：2007年一、二、三季度云南白药股份有限公司经营能力表	298
图表：2007年一、二、三季度云南白药股份有限公司偿债能力表	299
图表：2007年一、二、三季度云南白药股份有限公司资本结构表	299
图表：2007年一、二、三季度云南白药股份有限公司发展能力表	299

图表：2007年一、二、三季度云南白药股份有限公司现金流量分析表 299

图表：2007年一、二、三季度云南白药股份有限公司利润分配表 300

图表：广西奥奇丽股份有限公司田七牙膏系列产品 303

图表：广西奥奇丽股份有限公司康齿灵牙膏系列产品 303

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/45028.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。