



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2012年零售百货行业竞争格局与投资战略研究咨询报告

一、调研说明

《2009-2012年零售百货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/134849.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

2009年1-7月份，我国消费增长势头旺盛，商品市场保持了平稳较快发展的良好态势。1-7月份，社会消费品零售总额6.86万亿元，同比增长15%，扣除价格因素，实际增长16.9%，比上年同期提高3.3个百分点，比上半年提高0.3个百分点。7月当月社会消费品零售总额9937亿元，同比增长15.2%，扣除价格因素，实际增长18.1%，比6月份提高0.4个百分点，已连续5个月上升。1-7月份千家重点零售企业销售额同比增速比上半年加快0.5个百分点。国内市场消费增速加快，主要得益于以下因素：一是宏观经济企稳回升态势明显，资本市场信心明显增强，GDP增速进一步加快；二是家电、汽车、住房等大宗消费回暖态势明显；三是受暑期因素影响，旅游、文化等服务消费增多，带动了整体消费。在价格方面，居民消费价格止跌持平。1-7月份，农村消费增速继续快于城市，中西部地区消费增幅高于东部。在家电、汽车下乡等政策措施带动下，1-5月农村社会消费品零售额增长快于城市约2个百分点，改变了多年来农村消费增长持续慢于城市的格局。1-5月，中部地区省市消费增速均在18%以上，西部地区增速均在17%以上，而东部省市增速则大都在15%以内。2009年以来，各个部门采取多项措施发展和培育国内市场，扩大消费需求，主要体现在四个方面：积极促进农村消费；大力促进城镇消费；不断完善商业环境；进一步完善市场调控和管理。目前，国内消费信心持续回升，预计下半年国内市场销售将继续保持平稳较快的发展态势。

受全球金融危机影响，2009年我国扩大消费将面临挑战，全年社会消费品零售总额增速将保持在12%左右。全球金融危机对中国经济的影响主要体现在实体经济，受财政收入下降和居民收入增长放缓等因素影响，2009年高端商品、奢侈品的消费将下降，而日用品、生活必需品的销售受到的影响相对较小；分业态来看，对百货店的影响将大于超市。导致零售行业增速回落的主要原因包括：提供给消费者的折扣幅度比往年大；出口企业倒闭引发失业率上升，农民工回乡人数增加并削弱中低档消费品的需求；内地消费市场回落，较实体经济增长的变化呈现滞后现象；通缩预期升温；单价较高的奢侈消费品需求急速放缓。面对销售行情的放缓，国内零售业正进入优胜劣汰的时代了，一些大型零售企业的收购扩张意图渐趋旺盛。一些经营不善的企业将会倒闭或成为被收购的对象，但对于一些资金实力雄厚的企业而言，这可能会被视为加快并购步伐的良机。2010-2020年，中国消费需求将在经济增长中居于主导地位。受益于宏观经济增长、居民收入水平提高、城市化及消费者消费理念转变等因素，预计2009-2010年，中国零售业将保持8%-10%的平稳增长速度；到2020年，社会消费品零售总额将超过20万亿元，零售业在国民经济中的地位和作用将大大提高。未来中国零售业发展空间巨大。

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、中国商业联合会、中国连锁经营协会、中国经济景气监测中心、中国百货商业协会、中国联商

网、全国及海外多种相关报刊杂志的基础信息以及零售业专业研究单位等公布和提供的大量资料，对我国零售业的供需状况、零售业态的发展状况、行业细分市场、部分重点城市零售业的发展状况、行业发展策略等进行了分析。报告重点研究了我国零售业的状况，以及对行业发展环境以及优势企业的经营状况、发展经验等进行了深入探讨，从而总结了我国零售业的发展趋势，预测了行业2009年的市场增速、投资发展策略以及面对机遇与挑战的应对策略。报告还对国家相关商业政策进行了介绍和政策趋向研判，是零售百货企业、科研机构等单位准确了解目前零售业发展动态，把握企业定位、制定企业战略的重要决策依据。

目录

CONTENTS

第一部分 行业发展现状

第一章 全球零售业发展概述

第一节 2008-2009年德国零售业的发展

- 一、2008年德国零售行业并购情况
- 二、2009年德国主要零售业表现
- 三、2009年德国零售自有品牌前景
- 四、2008年德国零售额下降情况分析
- 五、2009年德国零售业销售额分析

第二节 2008-2009年美国零售业发展

- 一、美国商业零售业的特点
- 二、2008年美国最热门零售商排行榜
- 三、2009年美国零售业销售状况分析
- 四、美国零售业发展对中国的启示

第三节 2009年日本零售业发展

- 一、日本零售业业态的概述
- 二、日本零售业态结构分析
- 三、2009年日本零售百货企业应对金融危机的措施

第四节 2008-2009年其他国家零售业发展

- 一、金融危机对意大利零售店铺的影响
- 二、2008年新西兰零售额增长情况
- 三、2008-2009年法国购物中心发展情况

四、2009年韩国百货商店销售情况

五、2009年智利零售企业投资情况

第五节 发达国家零售商业的发展趋势及特点

一、零售业态的多样化

二、经营国际化、连锁化

三、组织结构集中化、规模化

四、流通功能的主导化

五、城市商业网点布局的转移

六、商业经营管理的高技术化、现代化

第二章 2008-2009年零售业发展现状

第一节 2008年零售业发展态势

一、2008年中国零售业上市公司运行分析

二、2008年中国零售业并购情况分析

三、2008年中国零售业融资情况分析

第二节 2008-2009年零售业发展现状

一、2008年社会消费品零售总额

二、2008-2009年商品零售价格分类指数

三、2009年消费品零售总额

四、2009年零售行业面临的消费环境

五、中国零售业要关注的问题

第三节 零售业信息化发展分析

一、中国零售信息化发展现状

二、2009年零售业信息化新布局

三、2009年零售业信息化进入系统深挖价值时代

四、中国零售信息化发展趋势

第三章 2009年零售业发展态势

第一节 2009年中国零售业的发展分析

一、2009年零售业发展增速情况

二、金融危机对零售业的影响

三、2009年零售企业逆势加强渠道建设

第二节 2009年中国零售业发展形势

- 一、2009年中国千家重点零售企业零售额分析
- 二、2009年零售行业发展情况
- 三、2009年零售行业关注并购重组
- 四、2009年零售业面临并购重组新机遇
- 五、2009年整体零售市场增长情况

第三节 民营零售企业的成长瓶颈分析

- 一、民营企业的转型之痛
- 二、民营企业的转型思路
- 三、民营企业的应对策略

第四节 我国农村零售业的现状及发展对策

- 一、农村零售业的新特点
- 二、农村零售业存在的主要问题
- 三、发展农村零售业的必要性
- 四、发展农村零售业的策略
- 五、我国零售商业农村市场的开拓

第四章 2008-2009年零售连锁市场发展

第一节 零售业连锁发展情况

- 一、2008年度中国连锁百强排行名单
- 二、我国连锁零售企业存在的问题分析
- 三、2009年中国零售连锁业展望
- 四、未来连锁零售业发展趋势

第二节 中国大型连锁零售企业成长路径

- 一、中国大型连锁零售企业成长的特征
- 二、中国大型连锁零售企业成长的条件
- 三、中国大型连锁零售企业成长的制约因素
- 四、中国大型连锁零售企业成长的路径

第三节 我国零售消费者行为分析

- 一、我国零售消费者行为特点分析
- 二、针对消费者行为特点的零售营销创新

第五章 我国零售业主要细分市场分析

第一节 超市业发展分析

- 一、2009年超市业态发展态势
- 二、超市消费者购买行为分析
- 三、2009年超市业态发展展望
- 四、2009年超市业增长形势预测

第二节 便利店发展分析

- 一、便利店的特征分析
- 二、便利店的创新与延伸
- 三、便利店的经营策略
- 四、便利店应对金融危机的策略

第三节 购物中心发展分析

- 一、2009年购物中心的发展空间
- 二、我国购物中心发展策略分析
- 三、购物中心的未来发展趋势

第四节 仓储式商场发展分析

- 一、仓储式商场的营销特点
- 二、我国仓储式商场发展中存在的问题
- 三、我国发展仓储式商场的对策建议
- 四、2008-2009年仓储式商场销售情况

第五节 百货业发展分析

- 一、2009年百货业发展形势
- 二、2009年百货业发展展望
- 三、2009年中国百货行业走向分析

第六节 专业店发展分析

- 一、2008年中国网上零售市场规模
- 二、2008年家居零售业发展分析
- 三、2009年医药零售业发展情况
- 四、2009年药品零售行业展望

第六章 主要地区零售业发展分析

第一节 上海市零售业发展

一、上海百货零售业发展之路

二、2008年上海百货销售排行榜

三、2009年上海零售物业市场发展

第二节 北京市零售业发展

一、2008年北京社会消费品零售额分析

二、2009年北京社会消费品零售总额预测

第三节 广东省零售业发展

一、2008年广东社会消费品零售额增长情况

二、2009年广东省零售市场发展态势

三、2009年广州零售百货发展方向

第四节 其他城市零售业发展

一、内蒙古零售业态发展状况分析

二、2008-2009年天津百货零售业发展情况

三、2009年香港零售业发展情况

第二部分 行业竞争格局

第七章 零售百货行业竞争分析

第一节 中国零售业竞争现状分析

一、2008中国企业500强之零售业排行榜

二、2009年零售业竞争消费格局

三、2009年零售业的价格战升级

第二节 2009年我国与外资零售业态的竞争

一、2009年外资零售在二三线城市新的竞争格局

二、2009年外资零售商独资发展格局

三、2009年外资零售品牌在华战略

第三节 零售业中外资企业竞争力的对比分析

一、外资零售企业进入我国的总体状况

二、中外资零售企业竞争力的比较分析

三、提高中资零售企业竞争力的对策

第四节 2008-2009年中国零售百货行业竞争分析及预测

一、2008年零售百货市场竞争情况分析

二、2009年零售百货市场竞争形势分析

- 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

第八章 零售百货企业竞争策略分析

第一节 零售百货市场竞争策略分析

- 一、2009年零售百货市场增长潜力分析
- 二、2009年零售百货主要潜力项目分析
- 三、现有零售百货竞争策略分析
- 四、零售百货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 零售百货企业竞争策略分析

- 一、金融危机对零售百货行业竞争格局的影响
- 二、金融危机后零售百货行业竞争格局的变化
- 三、2009-2012年我国零售百货市场竞争趋势
- 四、2009-2012年零售百货行业竞争格局展望
- 五、2009-2012年零售百货行业竞争策略分析
- 六、2009-2012年零售百货企业竞争策略分析

第九章 外资重点企业分析

第一节 沃尔玛公司

- 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 家乐福集团

- 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

第三节 麦德龙集团

- 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

第四节 特易购

- 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 7-Eleven便利商店集团

- 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 宜家集团

- 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

第十章 我国重点企业分析

第一节 百联集团有限公司

- 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

第二节 华润集团有限公司

- 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

第三节 北京王府井百货（集团）股份有限公司

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

第四节 国美电器有限公司

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 苏宁电器股份有限公司

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

第六节 大商集团股份有限公司

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

第七节 苏果超市有限公司

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

第八节 合肥百货大楼集团股份有限公司

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

第九节 重庆百货大楼股份有限公司

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

第十节 北京华联综合超市股份有限公司

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 零售百货行业发展趋势预测

第一节 零售百货行业前景分析

一、未来零售百货的发展趋势展望

二、中国零售百货未来发展前景广阔

三、2009年我国零售百货产业发展趋势

四、2009年中国零售百货市场发展预测

五、2009-2012年零售百货发展方向探讨

六、2008-2011年零售百货市场规模预测

第二节 2009-2012年零售百货市场趋势分析

一、2008-2009年零售百货市场趋势总结

二、2009-2012年零售百货发展趋势分析

三、2009-2012年零售百货市场发展空间

四、2009-2012年零售百货产业政策趋向

五、2009-2012年零售百货价格走势分析

第三节 2009-2012年零售百货市场预测

一、2009-2012年零售百货市场结构预测

二、2009-2012年零售百货市场需求前景

三、2009-2012年零售百货市场价格预测

四、2009-2012年零售百货行业集中度预测

第四部分 投资战略研究

第十二章 零售百货行业投资现状分析

第一节 2008年零售百货行业投资情况分析

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年上半年零售百货行业投资情况分析

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 零售百货行业投资环境分析

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年零售百货行业政策环境

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 零售百货行业投资机会与风险

第一节 零售百货行业投资效益分析

一、2008-2009年零售百货行业投资状况分析

二、2009-2012年零售百货行业投资效益分析

三、2009-2012年零售百货行业投资趋势预测

四、2009-2012年零售百货行业的投资方向

五、2009-2012年零售百货行业投资的建议

六、新进入者应注意的障碍因素分析

第二节 影响零售百货行业发展的主要因素

一、2009-2012年影响零售百货行业运行的有利因素分析

二、2009-2012年影响零售百货行业运行的稳定因素分析

三、2009-2012年影响零售百货行业运行的不利因素分析

四、2009-2012年我国零售百货行业发展面临的挑战分析

五、2009-2012年我国零售百货行业发展面临的机遇分析

第三节 零售百货行业投资风险及控制策略分析

一、2009-2012年零售百货行业市场风险及控制策略

二、2009-2012年零售百货行业政策风险及控制策略

三、2009-2012年零售百货行业经营风险及控制策略

四、2009-2012年零售百货同业竞争风险及控制策略

五、2009-2012年零售百货行业其他风险及控制策略

第十五章 零售百货行业投资战略研究

第一节 零售百货行业发展战略研究

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 对零售百货品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、零售百货实施品牌战略的意义

三、零售百货企业品牌的现状分析

四、零售百货企业的品牌战略

五、零售百货品牌战略管理的策略

第三节 零售百货行业投资战略研究

- 一、2008年零售百货行业投资战略
- 二、2009年零售百货行业投资战略
- 三、2009-2012年零售百货行业投资战略
- 四、2009-2012年细分行业投资战略

第十六章 零售业的发展战略分析

第一节 我国同业态零售商业企业的竞合策略

- 一、零售商业企业实力较量的主要手段
- 二、零售业非价格竞争的主要策略
- 三、同业态零售企业的竞争合作策略

第二节 中国零售业应对金融危机的策略

- 一、人才策略
- 二、客户服务策略
- 三、管理策略
- 四、执行策略
- 五、蓝海策略
- 六、拦截攻略

第三节 零售渠道与终端布局的选择策略

- 一、终端陷阱
- 二、发展契机
- 三、突破之路

第四节 零售业提高品牌忠诚度策略

- 一、打造强大的核心能力
- 二、提供优质服务
- 三、培养忠诚的员工

图表目录

图表：服务业三种类型的营销

图表：西方连锁商店的兴起

图表：顾客在超市选购商品时最看重的因素

图表：影响顾客光顾超市的因素

图表：顾客判断超市价位的依据

图表：顾客对卖场人员服务的需求情况

图表：顾客对超市叫卖和促销员推销商品的看法

图表：中国大型连锁综合超市顾客满意度验证性因子分析

图表：综合超市消费者满意度测量模型

图表：中国大型连锁综合超市顾客满意度PLS模型系数与结构变量的平均分

图表：中国大型连锁综合超市顾客满意度影响要素重要性与企业表现二维平面图

图表：中国大型连锁综合超市价对格顾客的影响

图表：中国大型连锁综合超市品牌对顾客的影响

图表：中国大型连锁综合超市店内商品对顾客的影响

图表：中国大型连锁综合超市购物环境对顾客的影响

图表：中国大型连锁综合超市人员服务对顾客的影响

图表：中国大型连锁综合超市结账过程对顾客的影响

图表：中国大型连锁综合超市售后服务对顾客的影响

图表：中国大型连锁综合超市商店政策对顾客的影响

图表：中国大型连锁综合超市商店设施对顾客的影响

图表：中国大型连锁综合超市购物便利对顾客的影响

图表：中国大型连锁综合超市顾客忠诚度调查

图表：中国大型连锁综合超市顾客对内外资超市比较

图表：中外连锁超市毛利率对比

图表：中外食品超市平均利率对比

图表：中外大型超市平均利率对比

图表：中外连锁超市长期负债/中资产对比

图表：中外连锁超市短期负债/总资产对比

图表：中外连锁超市长短期负债/总资产对比

图表：2008-2009年社会消费品零售总额增速

图表：2009年上半年限额以上批发和零售业商品类别零售额同比增长

图表：2009年上半年预增零售上市公司

图表：2009年上半年城镇居民人均可支配收入实际增长

图表：2009年上半年农村居民人均现金收入实际增长

图表：2008-2009年零售业数据预测与估值

图表：家乐福发展历程图

图表：家乐福在中国发展情况

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/134849.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。