



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2010-2015年蔬菜种子行业市场 深度调研及投资分析研究报告

# 一、调研说明

《2010-2015年蔬菜种子行业市场深度调研及投资分析研究报告》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/176938.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

### 【报告前言】

在种子科研方面，我国目前有450家专门从事作物品种选育和改良的机构，创办了约3000余家种子公司。其中，具有农业部全国性种子经营许可资格的企业11家，占22.9%，百强企业10家，占11.8%。由此可见，我国育种机构的数量位居世界首位，与发达国家不同的是在我国承担育种任务的主要是农业科研和教学单位，种子企业的育种能力很低，绝大多数的公司几乎没有研发机构和科研人员，种子企业只是把种子购进，充当销售的"中间商"。而目前我国农业科研单位的种子科研和开发也不尽人意，虽然《植物新品种保护条例》和《种子法》已经颁布实施，育种科研单位和育种者个人对培育的新品种的知识产权自身保护能力较差，再加上科研经费有限，致使许多优良品种遭受侵权，以至于形成了育种的不如卖种的、搞科研的不如搞经营的怪现象，大大挫伤了农业科研人员的积极性，影响了我国的种业快速发展。

据不完全统计，我国农作物有10000种左右，大部分为未利用的野生植物，栽培植物仅600余种(全世界栽培植物约有1200余种)，其中300余种起源于中国或已在中国种植2000年以上。我国植物遗传育种科研人员长期艰苦奋斗，共收集整理编目了160种植物，38万份种质资源，并进行了开发利用，先后选育出各类农作物品种6000余个，其中杂交水稻、杂交油菜、高油玉米等育种在国际上处于领先地位。在育种技术水平方面，虽然我国在某些领域如杂交水稻的研究居于世界前列，但总的来说研究设施和技术水平还比较落后，与世界发达国家还有较大差距。由于育种水平的落后导致我国农产品质量与产量远远低于世界水平，根据FAO统计资料，法国、日本、德国每公顷谷物产量分别为6516公斤、5847公斤和5334公斤，而我国只有3067公斤。荷兰每公顷产量，小麦为8000公斤，土豆为4500公斤，甜菜为6800公斤，分别是我国的2.3倍、3.3倍和3.4倍，且质量也优于我国。

目前国内的蔬菜种子企业大体有以下几种类型：一是单纯的蔬菜种子经营代理店；二是买进卖出的贸易型种子企业；三是生产与经营的种子企业；四是蔬菜育种研究单位的种子营销企业；五是科研部门与种子公司联合型的合作经营企业；六是育、产、销一体化的大型企业；七是合资经营、外商独资经营型的种子企业。无论哪种形式总体上看其规模均较小，大多数种子企业的生产和经营技术手段也较落后。如不改革管理方法和搞活运行机制，我国的蔬菜种子企业将无法参加与国内市场和国际市场的激烈竞争。

从市场容量来看，我国商品种子国内市场销售额大约在200~300亿元人民币左右，居世界第二位；常年种子使用量在125亿公斤左右；种子商品率为30%左右，约为发达国家的10%~20%。总的来说，种子市场容量较大，但是种子的商品率比较低，与发达国家有一定差距。

科技进步是中国蔬菜产业集群发展的根本动力所在。因此，国内要加强对农业科技队伍的

改造和提高，推动科技人员直接参与蔬菜产业集群的发展，开展对农村基层干部、蔬菜生产大户、科技示范户的系统培训，使其达到中等以上文化程度，成为农村具有较高素质的蔬菜产业集群的重要组织者和参与者。加强对菜农的培训，着力提升菜农的科学文化水平和劳动技能。鼓励龙头企业、农村合作经济组织和蔬菜生产大户参与农业科技研发。鼓励有条件的蔬菜加工企业建立科研开发中心，引进科技人才和高新技术，开发拥有自主知识产权的新产品、新技术。大力推进产学研结合，支持菜农、基地、合作经济组织、企业与科研院所、高等学校加强合作，通过成果转让、购买专利、委托开发等形式，取得技术支持。进一步发展蔬菜生产基地、科技队伍、合作经济组织"三位一体"的新型农技推广组织，鼓励蔬菜科研机构、农技推广部门的技术人员牵头或参与组建新型农技推广组织。

## 【报告目录】

### 第一部分 发展现状与前景分析 17

#### 第一章 全球蔬菜种子行业发展分析 17

##### 第一节 2009年全球蔬菜种子市场分析 17

###### 一、2009年全球蔬菜种子市场回顾 17

###### 二、2009年全球蔬菜种子市场环境 17

###### 三、2009年全球蔬菜种子销售分析 18

###### 四、2009年全球蔬菜种子市场规模 19

##### 第二节 2010年全球蔬菜种子市场分析 19

###### 一、2010年全球蔬菜种子需求分析 20

###### 二、2010年全球蔬菜种子市场规模 20

###### 三、2010年全球蔬菜种子品牌分析 20

###### 四、2010年中外蔬菜种子市场对比 21

##### 第三节 部分国家地区蔬菜种子行业发展状况 22

###### 一、2009-2010年美国蔬菜种子行业发展分析 22

###### 二、2009-2010年欧洲蔬菜种子行业发展分析 26

###### 三、2009-2010年日本蔬菜种子行业发展分析 26

###### 四、2009-2010年韩国蔬菜种子行业发展分析 28

#### 第二章 我国蔬菜种子行业发展现状 30

##### 第一节 我国蔬菜种子行业发展现状 30

###### 一、蔬菜种子行业品牌发展现状 30

###### 二、蔬菜种子行业消费市场现状 30

三、蔬菜种子市场消费层次分析	30
四、我国蔬菜种子市场走向分析	31
第二节 我国蔬菜种子行业发展状况	31
一、2009年中国蔬菜种子行业发展回顾	31
二、2009年蔬菜种子行业发展情况分析	31
三、2009年我国蔬菜种子市场特点分析	32
四、2010年我国蔬菜种子市场发展分析	32
第三节 中国蔬菜种子行业供需分析	33
一、2009年中国蔬菜种子市场供给总量分析	33
二、2009年中国蔬菜种子市场供给结构分析	34
三、2010年中国蔬菜种子市场需求总量分析	34
四、2010年中国蔬菜种子市场需求结构分析	34
五、2010年中国蔬菜种子市场供需平衡分析	35
第三章 中国蔬菜种子行业经济运行分析	36
第一节 2009-2010年蔬菜种子行业运行情况分析	36
一、2009年蔬菜种子行业经济指标分析	36
二、2010年蔬菜种子行业经济指标分析	36
第二节 2009-2010年蔬菜种子行业产量分析	37
一、2009年我国蔬菜种子产品产量分析	37
二、2010年我国蔬菜种子产品产量分析	37
第三节 2009年蔬菜种子行业进出口分析	37
一、2009年蔬菜种子行业进口总量及价格	37
二、2009年蔬菜种子行业出口总量及价格	38
三、2009年蔬菜种子行业进出口数据统计	38
四、2010-2015年蔬菜种子进出口态势展望	38
第四章 蔬菜种子细分市场情况分析	40
第一节 大白菜种子	40
第二节 黄瓜种子	40
第三节 西红柿种子	45
第四节 甘蓝种子	50
第五节 辣椒种子	52
第五章 中国蔬菜种子行业区域市场分析	58

第一节 华北地区蔬菜种子行业分析	58
第二节 东北地区蔬菜种子行业分析	60
第三节 华东地区蔬菜种子行业分析	61
第四节 华南地区蔬菜种子行业分析	64
第五节 华中地区蔬菜种子行业分析	66
第六节 西南、西北地区蔬菜种子行业分析	67
第六章 蔬菜种子行业投资与发展前景分析	70
第一节 2010年蔬菜种子行业投资情况分析	70
一、2007-2010年蔬菜种子行业总体投资情况	70
二、2010年蔬菜种子行业投资规模情况	70
三、2010年蔬菜种子行业投资增速情况	71
四、2010年蔬菜种子投资所有制结构分析	72
五、2010年蔬菜种子分地区投资分析	72
第二节 蔬菜种子行业投资机会分析	73
一、蔬菜种子投资项目分析	73
二、可以投资的蔬菜种子模式	75
三、2010-2015年蔬菜种子投资机会	75
第三节 蔬菜种子行业发展前景分析	76
一、蔬菜种子市场发展前景分析	76
二、2010-2015年蔬菜种子市场面临的发展商机	76
第二部分 市场竞争格局与形势	78
第七章 蔬菜种子行业竞争格局分析	78
第一节 蔬菜种子行业集中度分析	78
一、蔬菜种子市场集中度分析	78
二、蔬菜种子企业集中度分析	78
三、蔬菜种子区域集中度分析	79
第二节 蔬菜种子行业主要企业竞争力分析	79
一、重点企业资产总计对比分析	79
二、重点企业从业人员对比分析	80
三、重点企业全年营业收入对比分析	80
四、重点企业利润总额对比分析	80
五、重点企业综合对比分析	81

### 第三节 蔬菜种子行业竞争格局分析 81

#### 一、2009年蔬菜种子行业竞争分析 81

#### 二、2009年中外蔬菜种子产品竞争分析 82

#### 三、2009-2010年国内外蔬菜种子竞争分析 82

#### 四、2009-2010年我国蔬菜种子市场竞争分析 82

### 第八章 2010-2015年中国蔬菜种子行业发展形势分析 83

#### 第一节 蔬菜种子行业发展概况 83

##### 一、蔬菜种子行业发展特点分析 83

##### 二、国内蔬菜种子生产面临着巨大的压力 83

##### 三、国外种子急剧强占中国市场 83

##### 四、蔬菜种子行业技术发展分析 83

#### 第二节 2009-2010年蔬菜种子行业市场情况分析 83

##### 一、蔬菜种子行业市场发展分析 84

##### 二、蔬菜种子市场存在的问题 84

##### 三、中国蔬菜种业的未来发展特点 84

#### 第三节 2009-2010年种业竞争主题及竞争特点分析 84

##### 一、种子竞争主体分析 84

##### 二、竞争特点分析 85

##### 三、竞争的焦点是科技和人才分析 85

##### 四、企业向规模化、集团化、国际化发展 86

#### 第四节 产品发展趋势预测 86

##### 一、产品发展新动态 86

##### 二、我国种业发展存在的问题 87

##### 三、产品发展趋势预测 89

### 第三部分 赢利水平与企业分析 91

### 第九章 中国蔬菜种子行业整体运行指标分析 91

#### 第一节 2009-2010年中国蔬菜种子行业总体规模分析 91

##### 一、企业数量结构分析 91

##### 二、行业生产规模分析 92

#### 第二节 2009-2010年中国蔬菜种子行业产销分析 92

##### 一、行业产品销售收入总体分析 92

##### 二、不同所有制情况 93

### 第三节 2009-2010年中国蔬菜种子行业财务指标总体分析 94

#### 一、行业利润总额分析 94

#### 二、行业资产利润率分析 95

#### 三、行业销售利润率分析 96

#### 四、行业发展能力分析 97

### 第十章 蔬菜种子行业发展动态及科技创新分析 98

#### 第一节 国际蔬菜种子科技及政策情况分析 98

##### 一、国外发达国家均建立了规范的种子生产标准和投放程序 98

##### 二、经营规模日趋扩大化、垄断化 98

##### 三、产业关联适度不断提高 98

#### 第二节 国内科技支持动态分析 99

##### 一、浙大农业科技园良种培育开启长兴农业新篇章 99

##### 二、江苏省启动农业优良品种培育工程及规划 100

##### 三、合肥出台农业补助政策，培育良种可获200万元奖励 101

#### 第三节 蔬菜种子科研方向 101

##### 一、育种目标——多样化发展 101

##### 二、种质资源——破种间界限 101

##### 三、育种方法——生物技术广泛应用 102

### 第十一章 蔬菜种子行业盈利能力分析 103

#### 第一节 2007-2010年中国蔬菜种子行业利润总额分析 103

##### 一、利润总额分析 103

##### 二、不同规模企业利润总额比较分析 103

##### 三、不同所有制企业利润总额比较分析 104

#### 第二节 2007-2009年中国蔬菜种子行业销售利润率 105

#### 第三节 2007-2010年中国蔬菜种子行业总资产利润率分析 105

##### 一、总资产利润率分析 105

##### 二、不同规模企业总资产利润率比较分析 105

##### 三、不同所有制企业总资产利润率比较分析 106

### 第十二章 蔬菜种子重点企业发展分析 108

#### 第一节 中国种子集团公司 108

##### 一、企业概况 108

##### 二、2009-2010年经营状况 108



三、发展动态及竞争力分析	110
第二节 袁隆平农业高科技股份有限公司	111
一、企业概况	111
二、2003-2010年经营状况	111
三、发展动态及竞争力分析	113
四、发展前景	114
第三节 山东登海种业股份有限公司	114
一、企业概况	114
二、2003-2010年经营状况	114
三、发展动态及竞争力分析	116
第四节 合肥丰乐种业股份有限公司	117
一、企业概况	118
二、2002-2010年经营状况	118
三、发展动态及竞争力分析	120
第五节 甘肃省敦煌种业股份有限公司	120
一、企业概况	120
二、2003-2010年经营状况	121
三、发展动态及竞争力分析	123
第六节 万向德农股份有限公司	123
一、企业概况	123
二、2003-2010年经营状况	124
三、发展动态及竞争力分析	126
第七节 湖南亚华控股集团股份有限公司	126
一、企业概况	126
二、2009-2010年经营状况	127
三、发展动态及竞争力分析	129
第八节 北京奥瑞金种业股份有限公司	129
一、企业概况	129
二、2009-2010年经营状况	129
三、发展动态及竞争力分析	129
第九节 山西屯玉种业科技股份有限公司	130
一、企业概况	130

二、2009-2010年经营状况	130
三、发展动态及竞争力分析	131
第四部分 投资策略与风险预警	133
第十三章 蔬菜种子行业投资策略分析	133
第一节 行业发展特征	133
一、行业的周期性	133
二、行业的区域性	135
三、行业的上下游	135
四、行业经营模式	136
第二节 行业投资形势分析	136
一、行业发展格局	136
二、行业进入壁垒	137
三、行业SWOT分析	137
四、行业五力模型分析	139
第三节 蔬菜种子行业投资新动态分析	142
一、政策护航致力打造"中国蔬菜种子基地"	142
二、金融支持蔬菜制种业	143
三、国产种业初战告捷	143
第四节 国外蔬菜种子在华发展状况及发展策略	144
一、洋种子"统治"中国最大蔬菜基地	144
二、"洋种子"占领高端	144
三、"洋种子"价格不菲	144
四、"土种子"突围策略	145
第十四章 蔬菜种子行业投资风险预警	147
第一节 影响蔬菜种子行业发展的主要因素	147
一、2010年影响蔬菜种子行业运行的有利因素	147
二、2010年影响蔬菜种子行业运行的稳定因素	147
三、2010年影响蔬菜种子行业运行的不利因素	151
四、2010年我国蔬菜种子行业发展面临的挑战	151
五、2010年我国蔬菜种子行业发展面临的机遇	152
第二节 蔬菜种子行业投资风险预警	152
一、2010-2015年蔬菜种子行业市场风险预测	152

二、2010-2015年蔬菜种子行业政策风险预测	153
三、2010-2015年蔬菜种子行业经营风险预测	154
四、2010-2015年蔬菜种子行业技术风险预测	154
五、2010-2015年蔬菜种子行业竞争风险预测	155
六、2010-2015年蔬菜种子行业其他风险预测	156
第五部分 发展趋势与规划建议	158
第十五章 蔬菜种子行业发展趋势分析	158
第一节 2010-2015年中国蔬菜种子市场趋势分析	158
第二节 2010-2015年蔬菜种子产品发展趋势分析	158
第三节 2010-2015年中国蔬菜种子行业供需预测	159
第四节 2010-2015年蔬菜种子行业规划建议	161
第十六章 蔬菜种子企业管理策略建议	164
第一节 市场策略分析	164
一、蔬菜种子价格策略分析	164
二、蔬菜种子渠道策略分析	165
第二节 国家政策策略分析	165
第三节 未来种业的十大竞争及其对策	166
一、生物技术	166
二、人才	166
三、品种	166
四、种子精加工技术装备	167
五、以种子为起点的农业价值链	167
六、生产基地	167
七、营销网络	167
八、品牌	168
九、服务理念	168
十、核心竞争力	168
第三节 提高蔬菜种子企业竞争力的策略	168
一、当今我国种业的发展策略	168
二、积极推行种子认证制度	169
二、加大对种子行业的投资力度	170
三、实现全国统一市场	170

四、加快国有种业企业的产权制度改革 170

五、树立品牌意识，完善营销策略 171

第四节 对我国蔬菜种子品牌的战略思考 171

一、蔬菜种子未来发展战略思考 171

二、蔬菜种子品牌战略管理的策略 172

#### 【图表目录】

图表 1 全球蔬菜种子市场分布比例图 18

图表 2 世界番茄加工理事会 10 月份预测数据 46

图表 3 2010-2011 年度全球番茄供不应求 46

图表 4 2010-2011 年度全球番茄产需缺口近 200 万吨 47

图表 5 我国番茄产量在世界产量占比逐年增加 48

图表 6 新疆主要种植作物比较收益情况 48

图表 7 2010-2011 年度中国产量继续下降 49

图表 8 2010-2011 年度新疆棉花种植面积将扩大 49

图表 9 我国番茄酱出口市场份额不断扩大 50

图表 10 我国番茄酱出口价格走势 50

图表 11 2010 年蔬菜种子行业企业数量情况 58

图表 12 2010 年行业投资规模情况 58

图表 13 2010 年行业需求规模（销售额）情况 58

图表 14 2010 年行业从业人数情况 59

图表 15 2010 年行业利润总额情况 59

图表 16 2010 年行业企业数量情况 60

图表 17 2010 年行业投资规模情况 60

图表 18 2010 年行业需求规模（销售额）情况 60

图表 19 2010 年行业从业人数情况 61

图表 20 2010 年行业利润总额情况 61

图表 21 2010 年行业企业数量情况 62

图表 22 2010 年行业投资规模情况 62

图表 23 2010 年行业需求规模（销售额）情况 62

图表 24 2010 年行业从业人数情况 63

图表 25 2010 年行业利润总额情况 63

图表 26 2010 年行业企业数量情况 64

图表 27 2010年行业投资规模情况情况 64

图表 28 2010年行业需求规模（销售额）情况 65

图表 29 2010年行业从业人数情况情况 65

图表 30 2010年行业利润总额情况 65

图表 31 2010年行业企业数量情况情况 66

图表 32 2010年行业投资规模情况情况 66

图表 33 2010年行业需求规模（销售额）情况 66

图表 34 2010年行业从业人数情况情况 67

图表 35 2010年行业利润总额情况 67

图表 36 2010年行业企业数量情况情况 67

图表 37 2010年行业投资规模情况情况 68

图表 38 2010年行业需求规模（销售额）情况 68

图表 39 2010年行业从业人数情况情况 69

图表 40 2010年行业利润总额情况 69

图表 41 2007-2010年蔬菜种子行业总体投资情况 70

图表 42 2010年蔬菜种子行业投资规模情况 70

图表 43 2007-2009年中国蔬菜种子行业投资增速情况 71

图表 44 2010年蔬菜种子投资所有制结构情况 72

图表 45 2010年蔬菜种子分地区投资分布情况 72

图表 46 2010年中国蔬菜种子市场销售额分布情况 78

图表 47 2010年中国蔬菜种子企业省市分布情况 78

图表 48 2010年中国蔬菜种子企业资产省市分布情况 79

图表 49 2009年国内重点蔬菜种子企业资产对比 79

图表 50 2009年国内重点蔬菜种子企业从业人员对比 80

图表 51 2009年国内重点蔬菜种子企业全年营业收入对比 80

图表 52 2009年国内重点蔬菜种子企业利润总额对比 80

图表 53 2009年国内重点蔬菜种子企业主要情况对比 81

图表 54 2007-2010年中国蔬菜种子行业规模以上企业数量增长情况 91

图表 55 2010年中国蔬菜种子行业不同所有制企业数量结构情况 91

图表 56 2010年中国蔬菜种子行业不同规模企业数量结构情况 92

图表 57 2007-2010年中国蔬菜种子行业销售收入情况 92

图表 58 2010年中国蔬菜种子行业不同所有制企业销售收入情况 93

图表 59 2010年中国蔬菜种子行业不同规模企业销售收入情况	94
图表 60 2007-2010年中国蔬菜种子行业利润总额情况	95
图表 61 2007-2010年中国蔬菜种子行业资产利润率情况	95
图表 62 2007-2010年中国蔬菜种子行业销售利润率情况	96
图表 63 2008-2010年中国蔬菜种子行业发展能力指标情况	97
图表 64 2007-2010年中国蔬菜种子行业利润总额	103
图表 65 2010年中国蔬菜种子行业不同规模企业利润总额	103
图表 66 2010年中国蔬菜种子行业不同所有制企业利润总额	104
图表 67 2007-2009年中国蔬菜种子终端销售利润率	105
图表 68 2006-2009年中国蔬菜种子总资产利润率	105
图表 69 2010年中国蔬菜种子不同规模企业总资产利润率	105
图表 70 2010年中国蔬菜种子不同所有制企业总资产利润率	106
图表 71 中种公司业务构成情况	108
图表 72 2003-2010年第三季度主要财务指标表	111
图表 73 2002-2009年成长性指标表	112
图表 74 2002-2009年经营能力指标表	112
图表 75 2002-2009年盈利能力指标表	112
图表 76 2002-2009年偿债能力指标表	113
图表 77 2003-2010年第三季度主要财务指标表	115
图表 78 2002-2009年成长性指标表	115
图表 79 2002-2009年经营能力指标表	115
图表 80 2002-2009年盈利能力指标表	116
图表 81 2002-2009年偿债能力指标表	116
图表 82 2002-2010年第三季度主要财务指标表	118
图表 83 2002-2009年成长性指标表	118
图表 84 2002-2009年经营能力指标表	119
图表 85 2002-2009年盈利能力指标表	119
图表 86 2002-2009年偿债能力指标表	119
图表 87 2003-2010年第三季度主要财务指标表	121
图表 88 2002-2009年成长性指标表	121
图表 89 2002-2009年经营能力指标表	122
图表 90 2002-2009年盈利能力指标表	122

图表 91 2002-2009年偿债能力指标表 123

图表 92 2003-2010年第三季度主要财务指标表 124

图表 93 2002-2009年成长性指标表 124

图表 94 2002-2009年经营能力指标表 125

图表 95 2002-2009年盈利能力指标表 125

图表 96 2002-2009年偿债能力指标表 125

图表 97 2003-2010年第三季度湖南亚华控股集团股份有限公司主要财务指标表 127

图表 98 2002-2009年亚华控股集团成长性指标表 127

图表 99 2002-2009年亚华控股集团经营能力指标表 127

图表 100 2002-2009年亚华控股集团盈利能力指标表 128

图表 101 2002-2009年亚华控股集团偿债能力指标表 128

图表 102 行业生命周期图 133

图表 103 产品生命周期各阶段特征与策略汇总 134

图表 104 蔬菜产业集群结构图 135

图表 105 波特五力模型与一般战略的关系 139

图表 106 1978-2009年中国人口构成统计表 147

图表 107 1990-2009年我国人口出生率、死亡率及自然增长率 148

图表 108 1978-2009年我国总人口增长趋势图 149

图表 109 1978-2008中国城乡居民恩格尔系数对比表 150

图表 110 1978-2008中国城乡居民恩格尔系数走势图 151

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/176938.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。