



艾凯咨询
ICAN Consulting

中国果醋市场调查与投资前景预测报告（2011-2015年）

一、调研说明

《中国果醋市场调查与投资前景预测报告（2011-2015年）》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/188598.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

果醋是以水果，包括苹果、山楂、葡萄、柿子、梨、杏、柑橘、猕猴桃、西瓜等，或果品加工下脚料为主要原料，利用现代生物技术酿制而成的一种营养丰富、风味优良的酸味调味品。它兼有水果和食醋的营养保健功能，是集营养、保健、食疗等功能为一体的新型饮品。科学研究发现，果醋具有多种功能。

《中国果醋市场调查与投资前景预测报告（2011-2015年）》根据对果醋产品监测统计数据指标体系，通过技术手段，形成的连续性监测数据，反映了一定时期内中国果醋产品生产消费的现状、变化及趋势。本报告以果醋行业作为切入点，通过对果醋行业特征和统计数据的全面分析，确定果醋行业发展概况和基本特征；运用科学的方法和模型，帮助企业掌握市场动向，明确果醋行业竞争趋势。为企业制定发展战略、进行投资决策和企业经营管理提供权威、充分、可靠的决策依据。

第一章 2010-2011年世界果醋行业整体运营状况分析

第一节 2010-2011年世界果醋行业发展环境浅析

- 一、全球经济景气度分析
- 二、食品饮料制造业运行状况
- 三、欧洲规定果醋商品应标明其成分
- 四、世界水果产业分析

第二节 2010-2011年世界果醋行业市场格局

- 一、世界果醋市场特征分析
- 二、世界主要果醋品牌综述
- 三、世界果醋市场发展动态分析
- 四、欧美果醋市场风靡

第三节 2010-2011年日本果醋市场分析

- 一、果醋——健康食品发展不断推陈出新
- 二、近几年日本果醋市场产销形势
- 三、日本高档醋的需求量剧增
- 四、黑醋为代表的保健醋异军突起
- 五、日本果醋企业状况
- 六、日本果醋市场价格分析
- 七、日本果醋产业未来发展方向

第四节 2011-2015年世界果醋行业发展趋势分析

第二章 2010-2011年中国果醋行业市场发展环境解析

第一节 2010-2011年中国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP分析
- 二、中国食品饮料加工业在国民经济中的地位分析
- 三、消费价格指数分析
- 四、城乡居民收入分析
- 五、社会消费品零售总额
- 六、全社会固定资产投资分析
- 七、进出口总额及增长率分析

第二节 2010-2011年中国果醋市场政策环境分析

- 一、七大措施搞活流通扩大消费政策解析
- 二、果醋国标的征求意见稿
- 三、法律法规

第三节 2010-2011年中国果醋市场社会环境分析

- 一、居民消费情况
- 二、消费观念
- 三、人们生活水平不断提高
- 四、保健意识迅速加强

第三章 2010-2011年中国果醋行业市场运行态势剖析

第一节 2010年中国果醋加工产业运行总况

- 一、果醋饮料行业特点
- 二、果醋加工所处发展阶段
- 三、行业健康发展引关注
- 四、果醋加工生产企业生存状况分析
- 五、中国果醋加工项目分析

第二节 2010-2011年中国果醋加工技术与工艺研究

- 一、果醋的主要加工工艺研究进展
- 二、苹果醋的制作流程简述
- 三、柑桔果醋的生产技术
- 四、野生酸枣果醋的生产方法探究

第三节 2010-2011年中国果醋产业热点问题探讨

- 一、中国果醋饮料行业目前非常不规范

二、调味品与饮料混淆

三、定位模糊，焦点涣散

第四章 2007-2011年中国果醋加工制造行业主要数据监测分析（1533）

第一节 2007-2011年2月中国果醋加工制造行业规模分析

一、企业数量增长分析

二、从业人数增长分析

三、资产规模增长分析

第二节 2011年2月中国果醋加工制造行业结构分析

一、企业数量结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

二、销售收入结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

第三节 2007-2011年2月中国果醋加工制造行业产值分析

一、产成品增长分析

二、工业销售产值分析

三、出口交货值分析

第四节 2007-2011年2月中国果醋加工制造行业成本费用分析

一、销售成本分析

二、费用分析

第五节 2007-2011年2月中国果醋加工制造行业盈利能力分析

一、主要盈利指标分析

二、主要盈利能力指标分析

第五章 2010-2011年中国果醋市场深度聚焦

第一节 2010-2011年中国果醋市场综述

一、果醋饮料市场发展迅猛格局初现

二、中国果醋市场规模及增长

三、中国果醋饮料市场消费现状

第二节 2010-2011年中国果醋市场价格分析

一、中国果醋市场品牌价格同比

二、中国果醋与其它同类产品价格同比

第三节 2010-2011年中国果醋区域市场分析

- 一、重庆"果醋减肥"成为女性时尚潮流
- 二、广东果醋饮料行业蓄势待发
- 三、河南果醋行业的生存现状及发展建议
- 四、河南果醋业在产品形象与销售渠道上实现突破

第六章 2010-2011年中国果醋市场细分市场剖析

第一节 苹果醋

第二节 葡萄醋

第三节 香蕉果醋

第四节 柠檬醋

第五节 草莓醋

第六节 酸梅醋

第七节 猕猴桃醋

第八节 樱桃醋

第九节 番茄醋

第十节 其它

一、玫瑰醋

二、果冻醋

三、菊花醋

四、酸奶醋

第七章 2006-2010年中国果醋进出口数据监测分析

第一节 2006-2010年中国果醋进口数据分析

一、进口数量分析（22090000）

二、进口金额分析

第二节 2006-2010年中国果醋出口数据分析

一、出口数量分析

二、出口金额分析

第三节 2006-2010年中国果醋进出口平均单价分析

第四节 2006-2010年中国果醋进出口国家及地区分析

一、进口国家及地区分析

二、出口国家及地区分析

第八章 2010-2011年中国果醋市场营销解析

第一节 饮料营销发展概述

一、国内饮料营销的五大派系

二、饮料行业销售渠道探讨

三、饮料营销策略探索

四、饮料业网络营销战略分析

第二节 2010-2011年中国果醋市场营销定位分析

一、功能定位分析

二、价格定位分析

三、营销买点定位分析 ("美容"、"减肥"、"健康"、"时尚")

第三节 2010-2011年中国果醋市场营销状况分析

一、果醋饮料营销模式亟待突破创新

二、我国果醋饮料市场营销的多元化

三、汇源果汁醋市场营销案例解析

四、我国果醋饮料行业广告投放情况分析

五、我国果醋企业品牌营销运作存在的问题及对策

第四节 软饮料市场的差异化营销策略分析

一、产品差异化策略分析

二、品牌形象差异化策略分析

三、促销差异化策略分析

四、中国软饮料市场的差异化营销策略的误区与风险

五、中国软饮料市场差异化营销策略的建议

第九章 2010-2011年中国果醋市场竞争格局透析

第一节 2010-2011年中国果醋行业竞争总况

一、果醋饮料市场竞争激烈陷国标困局

二、果醋品牌竞争

三、价格竞争分析

四、营销方式竞争分析

第二节 2010-2011年中国果醋行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、生产企业的集中分布

第三节 中国果醋提升竞争力策略分析

第四节 2011-2015年中国果醋行业竞争趋势分析

第十章 2010-2011年中国果醋替代产品竞争分析

第一节 果汁

- 一、中国果汁饮料行业发展概况
- 二、果汁行业发展态势良好
- 三、饮料新规助推果汁产业健康发展
- 四、果汁饮料市场的发展特点
- 五、果汁饮料市场逐渐走向细分

第二节 乳饮料

- 一、我国乳饮市场竞争格局
- 二、乳饮料的市场创新
- 三、乳饮料产品市场定位分析
- 四、果粒酸乳饮料成市场热点
- 五、乳饮料市场发展趋势分析

第十一章 2010-2011年中国果醋优势生产企业竞争力及关键性数据分析

第一节 汇源集团公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第二节 广东天地壹号饮料有限公司

- 一、公司简介
- 二、天地壹号保持果醋行业领先地位
- 三、天地壹号加速国内果醋市场扩张步伐
- 四、天地壹号推出国内首款罐装果醋饮料

第三节 沈阳麦金利食品制造有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第四节 养生堂

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第五节 乐天华邦（北京）饮料有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第六节 维嘉思食品饮料有限公司（华生堂）

一、公司简介

二、维嘉思公司倾力打造果醋品牌"华生堂"

三、2010年维嘉思公司推出新一代苹果醋升级产品

第六节 河南天方原创食品股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第七节 其它

一、驻马店市奇哥食品有限公司

二、周口百吉利食品有限公司

三、山西太子湖食品有限公司

四、陕西祥云实业有限责任公司

五、河南省淼雨饮品有限公司

六、承德红源果业有限公司

七、河南世锦生物工程有限公司

第十二章 2010-2011年中国果酸上游关联产业分析——水果产业分析

第一节 2010-2011年中国水果产业概况

一、水果产业是我国农业的第三大支柱

二、水果产业的加工能力

第二节 中国水果直销市场分析

一、市场供给

1、应季水果

2、反季水果

二、消费能力

三、仓储能力

第十三章 2010-2011年国内外软饮料产业运行分析

第一节 全球软饮料市场概况

一、全球各国饮料市场发展概况

二、全球软饮料业寻找新出路

三、全球软饮料巨头发展简析

四、国际软饮料业新流行产品

五、西方低糖软饮料发展时机已成熟

第二节 中国软饮料行业发展概况

一、中国软饮料制造行业相关经济数据分析

二、2007-2011年2月软饮料产量数据分析

三、我国软饮料市场发展格局分析

第三节 软饮料行业安全与健康

一、食品饮料行业面对健康和赢利难以选择

二、食品饮料业面临安全考验

三、迫切建立食品饮料安全保障体系

四、管理问题是中国饮料行业发展的重要问题

第四节 中国软饮料行业面临的挑战及对策

一、中国"饮料"企业将面临八大考验

二、国内企业应对品牌竞争对策

三、中国饮料企业攻克技术壁垒的途径

第十四章 2011-2015年中国果醋行业发展趋势与前景展望

第一节 2011-2015年中国果醋行业发展前景分析

- 一、中国软饮料行业发展优势及空间分析
- 二、2011-2015年中国软饮料制造行业预测分析
- 三、未来软饮料业将步入重构时期
- 四、我国西部软饮料市场增长潜力巨大
- 五、谷物饮料成饮料行业发展新趋势

第三节 2011-2015年中国果醋行业市场预测分析

- 一、我国果醋饮料市场规模及增长预测
- 二、国内苹果醋市场发展趋势
- 三、葡萄果醋行业未来发展方向

第四节 2011-2015年中国果醋市场盈利预测分析

第十五章 2011-2015年中国果醋市场投资前景预测

第一节 2011-2015年中国果醋行业投资环境

第二节 2010-2011年中国饮料产业投资周期分析

- 一、经济周期
- 二、增长性与波动性
- 三、成熟度分析

第三节 2011-2015年中国果醋行业投资机会分析

- 一、果醋市场投资潜力
- 二、产业链投资热点研究

第四节 2011-2015年中国果醋行业投资风险预警

- 一、宏观调控政策风险
- 二、市场竞争风险
- 三、原料供给风险
- 四、市场运营机制风险

第五节 专家投资观点

图表目录

图表：2005-2010年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2010年前三季度中国三产业增加值结构图

图表：2009-2010年中国CPI、PPI月度走势图

图表：2005-2010年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2005-2010年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：1978-2009中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表：1978-2009中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2005-2009年中国工业增加值增长趋势图

图表：2009-2010年我国工业增加值分季度增速

图表：2005-2010年我国全社会固定资产投资额走势图

图表：2005-2010年我国城乡固定资产投资额对比图

图表：2005-2010年我国财政收入支出走势图

图表：2009年1月-2010年7月人民币兑美元汇率中间价

图表：2010年10月人民币汇率中间价对照表

图表：2009-2010年中国货币供应量统计表 单位：亿元

图表：2009-2010年中国货币供应量月度增速走势图

图表：2001-2009年中国外汇储备走势图

图表：2005-2009年中国外汇储备及增速变化图

图表：2010年10月20日中国人民银行利率调整表

图表：我国历年存款准备金率调整情况统计表

图表：2005-2010年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2005-2010年我国货物进出口总额走势图

图表：2005-2010年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表：2005-2009年中国就业人数走势图

图表：2005-2009年中国城镇就业人数走势图

图表：1978-2009年我国人口出生率、死亡率及自然增长率走势图

图表：1978-2009年我国总人口数量增长趋势图

图表：2009年人口数量及其构成

图表：2005-2009年我国普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数走势图

图表：2001-2009年我国广播和电视节目综合人口覆盖率走势图

图表：1978-2009年中国城镇化率走势图

图表：2005-2009年我国研究与试验发展（R&D）经费支出走势图

图表：2007-2011年2月中国果醋加工制造行业企业数量及增长率分析 单位：个

图表：2007-2011年2月中国果醋加工制造行业亏损企业数量及增长率分析 单位：个

图表：2007-2011年2月中国果醋加工制造行业从业人数及同比增长分析 单位：个

图表：2007-2011年2月中国果醋加工制造企业总资产分析 单位：亿元

图表：2011年中国果醋加工制造行业不同类型企业数量 单位：个

图表：2011年中国果醋加工制造行业不同所有制企业数量 单位：个

图表：2011年中国果醋加工制造行业不同类型销售收入 单位：千元

图表：2011年中国果醋加工制造行业不同所有制销售收入 单位：千元

图表：2007-2011年2月中国果醋加工制造产成品及增长分析 单位：亿元

图表：2007-2011年2月中国果醋加工制造工业销售产值分析 单位：亿元

图表：2007-2011年2月中国果醋加工制造出口交货值分析 单位：亿元

图表：2007-2011年2月中国果醋加工制造行业销售成本分析 单位：亿元

图表：2007-2011年2月中国果醋加工制造行业费用分析 单位：亿元

图表：2007-2011年2月中国果醋加工制造行业主要盈利指标分析 单位：亿元

图表：2007-2011年2月中国果醋加工制造行业主要盈利能力指标分析

图表：2006-2010年中国果醋进口数量分析

图表：2006-2010年中国果醋进口金额分析

图表：2006-2010年中国果醋出口数量分析

图表：2006-2010年中国果醋出口金额分析

图表：2006-2010年中国果醋进出口平均单价分析

图表：2006-2010年中国果醋进口国家及地区分析

图表：2006-2010年中国果醋出口国家及地区分析

图表：汇源集团公司主要经济指标走势图

图表：汇源集团公司经营收入走势图

图表：汇源集团公司盈利指标走势图

图表：汇源集团公司负债情况图

图表：汇源集团公司负债指标走势图

图表：汇源集团公司运营能力指标走势图

图表：汇源集团公司成长能力指标走势图

图表：广东天地壹号饮料有限公司主要经济指标走势图

图表：广东天地壹号饮料有限公司经营收入走势图

图表：广东天地壹号饮料有限公司盈利指标走势图

图表：广东天地壹号饮料有限公司负债情况图

图表：广东天地壹号饮料有限公司负债指标走势图

图表：广东天地壹号饮料有限公司运营能力指标走势图

图表：广东天地壹号饮料有限公司成长能力指标走势图

图表：沈阳麦金利食品制造有限公司主要经济指标走势图

图表：沈阳麦金利食品制造有限公司经营收入走势图

图表：沈阳麦金利食品制造有限公司盈利指标走势图

图表：沈阳麦金利食品制造有限公司负债情况图

图表：沈阳麦金利食品制造有限公司负债指标走势图

图表：沈阳麦金利食品制造有限公司运营能力指标走势图

图表：沈阳麦金利食品制造有限公司成长能力指标走势图

图表：养生堂主要经济指标走势图

图表：养生堂经营收入走势图

图表：养生堂盈利指标走势图

图表：养生堂负债情况图

图表：养生堂负债指标走势图

图表：养生堂运营能力指标走势图

图表：养生堂成长能力指标走势图

图表：乐天华邦（北京）饮料有限公司主要经济指标走势图

图表：乐天华邦（北京）饮料有限公司经营收入走势图

图表：乐天华邦（北京）饮料有限公司盈利指标走势图

图表：乐天华邦（北京）饮料有限公司负债情况图

图表：乐天华邦（北京）饮料有限公司负债指标走势图

图表：乐天华邦（北京）饮料有限公司运营能力指标走势图

图表：乐天华邦（北京）饮料有限公司成长能力指标走势图

图表：维嘉思食品饮料有限公司主要经济指标走势图

图表：维嘉思食品饮料有限公司经营收入走势图

图表：维嘉思食品饮料有限公司盈利指标走势图

图表：维嘉思食品饮料有限公司负债情况图

图表：维嘉思食品饮料有限公司负债指标走势图

图表：维嘉思食品饮料有限公司运营能力指标走势图

图表：维嘉思食品饮料有限公司成长能力指标走势图

图表：河南天方原创食品股份有限公司主要经济指标走势图

图表：河南天方原创食品股份有限公司经营收入走势图

图表：河南天方原创食品股份有限公司盈利指标走势图

图表：河南天方原创食品股份有限公司负债情况图

图表：河南天方原创食品股份有限公司负债指标走势图

图表：河南天方原创食品股份有限公司运营能力指标走势图

图表：河南天方原创食品股份有限公司成长能力指标走势图

图表：驻马店市奇哥食品有限公司主要经济指标走势图

图表：驻马店市奇哥食品有限公司经营收入走势图

图表：驻马店市奇哥食品有限公司盈利指标走势图

图表：驻马店市奇哥食品有限公司负债情况图

图表：驻马店市奇哥食品有限公司负债指标走势图

图表：驻马店市奇哥食品有限公司运营能力指标走势图

图表：驻马店市奇哥食品有限公司成长能力指标走势图

图表：周口百吉利食品有限公司主要经济指标走势图

图表：周口百吉利食品有限公司经营收入走势图

图表：周口百吉利食品有限公司盈利指标走势图

图表：周口百吉利食品有限公司负债情况图

图表：周口百吉利食品有限公司负债指标走势图

图表：周口百吉利食品有限公司运营能力指标走势图

图表：周口百吉利食品有限公司成长能力指标走势图

图表：山西太子湖食品有限公司主要经济指标走势图

图表：山西太子湖食品有限公司经营收入走势图

图表：山西太子湖食品有限公司盈利指标走势图

图表：山西太子湖食品有限公司负债情况图

图表：山西太子湖食品有限公司负债指标走势图

图表：山西太子湖食品有限公司运营能力指标走势图

图表：山西太子湖食品有限公司成长能力指标走势图

图表：陕西祥云实业有限责任公司主要经济指标走势图

图表：陕西祥云实业有限责任公司经营收入走势图

图表：陕西祥云实业有限责任公司盈利指标走势图

图表：陕西祥云实业有限责任公司负债情况图

图表：陕西祥云实业有限责任公司负债指标走势图

图表：陕西祥云实业有限责任公司运营能力指标走势图

图表：陕西祥云实业有限责任公司成长能力指标走势图

图表：河南省淼雨饮品有限公司主要经济指标走势图

图表：河南省森雨饮品有限公司经营收入走势图

图表：河南省森雨饮品有限公司盈利指标走势图

图表：河南省森雨饮品有限公司负债情况图

图表：河南省森雨饮品有限公司负债指标走势图

图表：河南省森雨饮品有限公司运营能力指标走势图

图表：河南省森雨饮品有限公司成长能力指标走势图

图表：承德红源果业有限公司主要经济指标走势图

图表：承德红源果业有限公司经营收入走势图

图表：承德红源果业有限公司盈利指标走势图

图表：承德红源果业有限公司负债情况图

图表：承德红源果业有限公司负债指标走势图

图表：承德红源果业有限公司运营能力指标走势图

图表：承德红源果业有限公司成长能力指标走势图

图表：河南世锦生物工程有限公司主要经济指标走势图

图表：河南世锦生物工程有限公司经营收入走势图

图表：河南世锦生物工程有限公司盈利指标走势图

图表：河南世锦生物工程有限公司负债情况图

图表：河南世锦生物工程有限公司负债指标走势图

图表：河南世锦生物工程有限公司运营能力指标走势图

图表：河南世锦生物工程有限公司成长能力指标走势图

图表：2007-2011年2月中国软饮料制造行业企业数量及增长率分析 单位：个

图表：2007-2011年2月中国软饮料制造行业亏损企业数量及增长率分析 单位：个

图表：2007-2011年2月中国软饮料制造行业从业人数及同比增长分析 单位：个

图表：2007-2011年2月中国软饮料制造企业总资产分析 单位：亿元

图表：2011年中国软饮料制造行业不同类型企业数量 单位：个

图表：2011年中国软饮料制造行业不同所有制企业数量 单位：个

图表：2011年中国软饮料制造行业不同类型销售收入 单位：千元

图表：2011年中国软饮料制造行业不同所有制销售收入 单位：千元

图表：2007-2011年2月中国软饮料制造产成品及增长分析 单位：亿元

图表：2007-2011年2月中国软饮料制造工业销售产值分析 单位：亿元

图表：2007-2011年2月中国软饮料制造出口交货值分析 单位：亿元

图表：2007-2011年2月中国软饮料制造行业销售成本分析 单位：亿元

图表：2007-2011年2月中国软饮料制造行业费用分析 单位：亿元

图表：2007-2011年2月中国软饮料制造行业主要盈利指标分析 单位：亿元

图表：2007-2011年2月中国软饮料制造行业主要盈利能力指标分析

图表：2007-2010年全国软饮料产量分析

图表：2011年2月全国及主要省份软饮料产量分析

图表：2011年2月软饮料产量集中度分析

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/188598.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。