



艾凯咨询
ICAN Consulting

2012-2016年中国发酵制品市场 运行态势与投资战略咨询报告

一、调研说明

《2012-2016年中国发酵制品市场运行态势与投资战略咨询报告》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/200907.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

酵母菌是一些单细胞真菌，并非系统演化分类的单元。酵母菌是人类文明史中被应用得最早的微生物。目前已知有1000多种酵母，根据酵母菌产生孢子(子囊孢子和担孢子)的能力，可将酵母分成三类：形成孢子的株系属于子囊菌和担子菌。不形成孢子但主要通过芽殖来繁殖的称为不完全真菌，或者叫"假酵母"。目前已知大部分酵母被分类到子囊菌门。酵母菌在自然界分布广泛，主要生长在偏酸性的潮湿的含糖环境中，例如，在水果、蔬菜、蜜饯的内部和表面以及在果园土壤中最为常见。酵母营专性或兼性好氧生活，目前未知专性厌氧的酵母。在缺乏氧气时，发酵型的酵母通过将糖类转化成为二氧化碳和乙醇来获取能量。在有氧气的环境中，酵母菌将葡萄糖转化为水和二氧化碳，我们吃的馒头、面包都是酵母菌在有氧气的环境下产生膨胀的。

酵母产品有几种分类方法。以人类食用和作动物饲料的不同目的可分成食用酵母和饲料酵母。食用酵母中又分成面包酵母、食品酵母和药用酵母等。早在公元3000年前，人类开始利用酵母来制作发酵产品。最早在市场上销售的产品是酵母泥，这种产品的特点是发酵速度快，但运输和使用不便，产品的商业化受到了一定的限制。从销售酵母泥算起，把制造酵母作为一种工业来看，酵母工业的发展已有200余年的历史了。酵母已成为世界上研究最多的微生物之一，是当今生物技术产品研究开发的热点和现代生物技术发展、基因组研究的模式系统。目前，全球酵母生产能力总计（以干酵母计）超过100万吨，年销售收入超过25亿美元。20世纪80年代以来，中国酵母工业取得了跨越式发展，拥有了畅销全球的自主创新品牌，酵母产品的研究、生产和应用达到了国际先进水平，中国已成为全球重要的酵母生产国和供应国。

2009年，因为金融危机的影响，国内很多行业受到不同程度的冲击。但是，食品行业却不同，依然保持快速增长。在食品行业中调味品这个细分行业同样保持了一个快速成长。据不完全统计，行业规模已经达到1500亿。中国调味品市场经过几年的结构调整和国内、国际资本整合之后，已经从一个相对滞后的行业，转型为市场规范、竞争激烈的"朝阳"行业。随着消费的不断升级，调味品表现出向高档化发展的趋势，中高档调味品市场容量在进一步扩大，品牌产品的市场份额进一步提高。

未来几年，调味品产品将朝着多样化、复合方便化、营养保健化等方向发展。很多业内人士认为中国调味品市场将会是中国快速消费品领域最后一块待开垦的处女地。新的格局仍会演进。前面几年的外资企业进入中国调味品市场之后，中国调味品市场已经经过几轮整合。逐渐在各个细分品类形成了以外资品牌为主的龙头企业。但是，调味品行业的整合还没有进行完毕，未来中国的调味品市场虽然不一定会像中国的家电、中国的啤酒市场一样形成几大

巨头行业垄断的地位。但是，现在将会纷争的局面肯定会有一个结果，那就是几家大规模企业共同把持调味品市场的局面。细分化将会进行到底。调味品行业中的单一品类的产品细分将会进行的更加彻底。比如酱油行业的从酱油到老抽，从老抽到草菇老抽的几次演变说明2010年产品的细分化将会更加明显。预计细分的趋势将会沿着不同的细分人群去细分，现在市场已经有儿童酱油等，当然也会沿着不同的健康、保健方向进行细分，如铁化酱油等。产品升级必将进行。随着人民群众生活的不断提高，对调味品的方面化、营养化、健康化会有更大的需求。这必将牵引着更多的调味品企业把产品升级。使得无论的产品的包装还是产品的内容物都将会升级，从而满足消费者的新型消费需求。也为产品附加值的提升奠定基础。市场运作精细化将会进行到底。随着各大企业市场投入力度的加大，竞争形势的加剧，市场的精细化运作将会更加明显。哪家企业如果市场没有更加精细化运作，在竞争中的终将会被淘汰出局。因为，未来市场竞争的就是对细节的处理。

艾凯咨询集团发布的《2012-2016年中国发酵制品市场运行态势与投资战略咨询报告》共十三章。主要依据国家统计局、国家海关总署、国家发改委、中国生物发酵产业协会、中国生物发酵产业协会淀粉糖分会、多元醇分会、酵母分会、酶制剂分会等国内外相关刊物的基础信息以及电梯行业研究单位等公布和提供的大量资料，结合深入的市场调查资料，立足于世界发酵制品行业整体发展大势，对我国发酵制品行业的市场、行业结构、产品、进出口等进行了分析及预测，并对未来发酵制品行业发展的整体环境及发展趋势进行探讨和研判，最后在前面大量分析、预测的基础上，研究了电梯行业今后的发展与投资策略。

本发酵制品行业报告，为发酵制品生产、配套、经销等企业在激烈的市场竞争中洞察先机，根据市场需求及时调整经营策略，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供了准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录

第一章 2010-2011年世界发酵制品行业整体运营状况分析

第一节 2010-2011年世界发酵制品行业运行环境分析

第二节 2010-2011年世界发酵制品行业市场格局透析

一、世界发酵制品发展史

二、世界发酵工业的发展趋势

三、世界酵母市场分析

四、酵母抽提物（YE）全球快速增长

第三节 2010-2011年世界发酵制品主要国家运行分析

一、日本酵母制品市场动向

二、韩国酵母制品市场动态

第四节 2011-2015年世界发酵制品新趋势探析

第二章 2010-2011年中国发酵制品产业运行环境解析

第一节 2010-2011年中国宏观经济经济环境分析

一、中国GDP分析

二、消费价格指数分析

三、城乡居民收入分析

四、社会消费品零售总额

五、全社会固定资产投资分析

六、进出口总额及增长率分析

第二节 2010-2011年中国发酵制品市场政策环境分析

一、中国发酵制品标准

二、相关行业政策

三、发酵工业"十二五"规划即将出台

第三节 2010-2011年中国发酵制品市场社会环境分析

一、居民饮食习惯

二、餐饮业市场运行稳定性增强

第三章 2010-2011年中国发酵制品行业市场运行态势剖析

第一节 2010-2011年中国发酵制品动态分析

一、我国多种发酵产品世界领先

二、2011年中国发酵工业协会更名为中国生物发酵产业协会

三、2011年中国氨基酸产业技术创新战略联盟宣告成立

四、大力发展循环经济

第二节 2010-2011年中国发酵制品市场发展现状分析

一、发酵制品运行特点分析

二、中国发酵工业发展迅速

三、发酵工业生产的原料结构

第三节 2010-2011年中国发酵制品技术应用现状

一、自主创新能力显著增强生产技术和装备水平快速提高

二、生物发酵产业探寻可持续发展之路

三、大豆低聚肽应用及技术

四、2011年采用多种酵母经一步法途径生产纤维素乙醇

五、2011年发酵行业关键共性清洁生产技术产业化应用取得突破

六、2011年"功能性低聚异麦芽糖发酵耦联清洁生产及资源化关键技术开发"

第四节 2010-2011年中国发酵制品工业热点问题探讨

一、原材料问题

二、技术瓶颈问题

三、节

四、标准化问题

第四章 2005-2011年中国发酵制品行业规模以上企业经济运行数据监测

第一节 2005-2011年中国发酵制品行业数据监测回顾

一、竞争企业数量

二、亏损面情况

三、市场销售额增长

四、利润总额增长

五、资产增长性

六、行业从业人数调查分析

第二节 2011年中国发酵制品行业结构分析

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 2005-2011年中国发酵制品行业产销率调查

一、产成品

二、工业销售产值

三、出口交货值增长

第四节 2005-2011年发酵制品行业资产负债分析

一、资产结构分析

- 1、不同类型分析
 - 2、不同所有制分析
- 二、负债结构分析
- 1、不同类型分析
 - 2、不同所有制分析

第五章 2010-2011年中国发酵制品市场深度剖析

第一节 2010-2011年中国发酵制品市场运行分析

- 一、行业大发展进入关键期
- 二、国内名优品牌仍将占据主导地位

第二节 2010-2011年中国发酵制品市场供需分析

- 一、重点发酵制品产量数据分析
- 二、发酵制品市场销售情况分析
- 三、影响市场供需的因素分析

第三节 2010-2011年中国发酵制品进出口形势分析

第六章 2011年中国发酵制品业进出口产品数据监测

第一节 2011年中国活性酵母市场进出口数据分析（21021000）

- 一、2011年中国活性酵母进出口统计
- 二、2011年中国活性酵母进出口分国家统计
- 三、2011年中国活性酵母进出口分地区统计
- 四、2011年中国活性酵母进出口分口岸统计

第二节 2011年中国发酵粉市场进出口数据分析（21023000）

- 一、2011年中国发酵粉进出口统计
- 二、2011年中国发酵粉进出口分国家统计
- 三、2011年中国发酵粉进出口分地区统计
- 四、2011年中国发酵粉进出口分口岸统计

第三节 2011年中国浓缩糖蜜发酵液市场进出口数据分析（38259000）

- 一、2011年中国浓缩糖蜜发酵液进出口统计
- 二、2011年中国浓缩糖蜜发酵液进出口分国家统计
- 三、2011年中国浓缩糖蜜发酵液进出口分地区统计
- 四、2011年中国浓缩糖蜜发酵液进出口分口岸统计

第七章 2010-2011年中国发酵制品市场营销渠道

第一节 2010-2011年中国发酵制品行业的营销渠道

一、主要消费渠道

二、销售渠道特征

第二节 2010-2011年中国发酵制品行业经销商分析

一、经销商管理的重要意义

二、发酵制品企业传统的经销商管理模式

三、发酵制品经销商管理之管理创新

第八章 2010-2011年中国发酵制品市场营销策略

第一节 2010-2011年中国发酵制品售点营销模式

一、主要终端渠道的售点细分和定位

二、餐饮渠道的售点细分和定位

三、零售渠道的售点细分和定位

第二节 发酵制品行业营销策略分析

第九章 2010-2011年中国发酵制品市场竞争格局透析

第一节 2010-2011年中国发酵制品市场竞争总况

一、中国发酵制品市场竞争格局

二、中国发酵制品产业集中度

第二节 2011-2015年中国发酵制品行业竞争趋势分析

第十章 2010-2011年中国发酵制品优势企业竞争力及关键性数据分析

第一节 安琪酵母股份有限公司

一、公司基本情况概述

二、2008-2011年公司成长性分析

三、2008-2011年公司财务能力分析

四、2008-2011年公司偿债能力分析

五、2008-2011年公司现金流量分析表

六、2008-2011年公司经营能力分析

七、2008-2011年公司盈利能力分析

七、2012年公司发展展望

第二节 中粮生物化学(安徽)股份有限公司

一、公司基本情况概述

二、2008-2011年公司成长性分析

三、2008-2011年公司财务能力分析

四、2008-2011年公司偿债能力分析

五、2008-2011年公司现金流量分析表

六、2008-2011年公司经营发展能力分析

七、2008-2011年公司盈利能力分析

八、2012年公司发展展望

第三节 味可美（广州）食品有限公司

一、公司基本概述

二、2011年公司经营情况分析

三、2011年味好美完成对Kamis收购

第四节 乐陵市飞达集团有限公司

一、公司基本概述

二、公司经营情况分析

三、公司竞争力分析

四、公司发展战略分析

第五节 青岛春明调味品有限公司

一、公司基本概述

二、公司经营情况分析

三、公司竞争力分析

四、公司发展战略分析

第六节 甘肃雪晶生化有限责任公司

一、公司基本概述

二、公司经营情况分析

三、公司竞争力分析

四、公司发展战略分析

第七节 蓬莱市金园保鲜食品有限公司

一、公司基本概述

二、公司经营范围

第八节 青岛赛特色素有限公司

一、公司基本概述

二、公司经营情况分析

三、公司竞争力分析

四、公司发展战略分析

第九节 山东庞大调味食品有限公司

一、公司基本概述

二、公司经营情况分析

第十节 乐陵市云海食品有限公司

第十一章 2010-2011年中国发酵制品原料市场运营探析

第一节 大豆

一、2011年中国大豆产业发展综述

二、中国非转基因大豆产业发展建议

三、中国民族大豆产业发展的对策

第二节 小麦

一、2011年中国的小麦分布及产量状况

二、我国小麦生产和消费状况令人堪忧

三、2012年全球小麦产量预测数据下调

第三节 玉米

一、2011年国内玉米的供求分析

二、2011年中国玉米进口分析

三、2012年国内玉米市场分析

四、中国201213年度玉米产量预测

五、201112年度中国玉米供求预测

第四节 稻米

一、2011年中国大米产量

二、2011年稻米市场回顾

三、2012年稻米市场走势预测

第十二章 2011-2015年中国发酵制品行业投资机会与风险规避指引

第一节 2011-2015年中国发酵制品行业投资概况

一、发酵制品投资特性

二、发酵制品投资价值

三、发酵制品资环境分析

第二节 2011-2015年中国发酵制品行业投资机会分析

一、投资热点分析

二、区域投资潜力分析

三、与产业链相关的投资机会分析

第三节 2011-2015年中国发酵制品行业投资风险预警

一、宏观调控政策风险

二、市场竞争风险

三、原料供给风险

第四节 权威专家投资建议

第十三章2011-2015年中国发酵制品行业发展趋势与前景展望 150

第一节 2011-2015年中国发酵制品行业发展前景分析

一、发酵制品行业市场前景展望

二、发酵乳产品将成我国乳制品行业新增长点

三、酵母和酵母衍生品行业前景广阔

第二节 2011-2015年中国发酵制品行业发展趋势分析

一、提高非粮原料比重

二、推动产业地域转移

三、培育大型企业

第三节 2011-2015年中国发酵制品行业发展方向

一、优化结构

二、自主创新

三、节

四、持续发展

第四节 2011-2015年中国发酵制品产业发展建议

一、配合国家宏观调控，促进产业结构调整

二、积极推动节

三、加快技术创新，提升核心竞争力

四、引导企业产品结构调整，推动新型发酵制品的产业化

五、加快标准建设，推动产品质量的提升

六、加强人才培养，提升行业整体素质

图表目录

图表：酵母已应用到食品、营养、生化等多个领域

图表：世界主要酵母企业情况

图表：全球酵母产能分布

图表：全球酵母味素产能分布

图表：高活性酵母占酵母用量的50%以上

图表：国内酵母产量维持10%左右的增长

图表：2006-2011年国内生产总值及其增长速度

图表：2011年1-12月居民消费价格月度涨跌幅度

图表：2011年居民消费价格比上年涨跌幅度

图表：2006-2011年全年农村居民人均纯收入及其实际增长速度

图表：2006-2011年全年农村居民人均纯收入及其实际增长速度

图表：2006-2011年全社会消费品零售总额及其增长速度

图表：2006-2011年全社会固定资产投资及其增长速度

图表：2011年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度

图表：2011年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2011年房地产开发和销售主要指标完成情况及其增长速度

图表：2011年货物进出口总额及其增长速度

图表：2006-2011年货物进出口总

图表：2011年非金融领域外商直接投资及其增长速度

图表：2006-2010年我国主要发酵产品的能耗、水耗

图表：2005-2011年中国发酵制品行业企业数量分析

图表：2005-2011年中国发酵制品行业亏损企业数量分析

图表：2005-2011年中国发酵制品行业主营业务收入分析（1）

图表：2005-2011年中国发酵制品行业主营业务收入分析（2）

图表：2005-2011年中国发酵制品行业利润总额分析（1）

图表：2005-2011年中国发酵制品行业利润总额分析（2）

图表：2005-2011年中国发酵制品行业资产分析（1）

图表：2005-2011年中国发酵制品行业资产分析（2）

图表：2005-2011年中国发酵制品行业行业平均从业人数分析（1）

图表：2005-2011年中国发酵制品行业行业平均从业人数分析（2）

图表：2005-2011年中国发酵制品行业不同类型企业数量结构分析

图表：2005-2011年中国发酵制品行业不同所有制企业数量结构分析

图表：2005-2011年中国发酵制品行业不同类型销售收入结构分析（1）

图表：2005-2011年中国发酵制品行业不同类型销售收入结构分析（2）

图表：2005-2011年中国发酵制品行业不同所有制销售收入结构分析（1）

图表：2005-2011年中国发酵制品行业不同所有制销售收入结构分析（2）

图表：2005-2011年中国发酵制品行业产成品增长分析（1）

图表：2005-2011年中国发酵制品行业产成品增长分析（2）

图表：2005-2011年中国发酵制品行业工业销售产值分析（1）

图表：2005-2011年中国发酵制品行业工业销售产值分析（1）

图表：2005-2011年中国发酵制品行业出口交货值分析（1）

图表：2005-2011年中国发酵制品行业出口交货值分析（2）

图表：2005-2011年中国发酵制品行业不同类型企业资产分析（1）

图表：2005-2011年中国发酵制品行业不同类型企业资产分析（2）

图表：2005-2011年中国发酵制品行业不同所有制企业资产分析（1）

图表：2005-2011年中国发酵制品行业不同所有制企业资产分析（2）

图表：2005-2011年中国发酵制品行业不同类型负债结构分析（1）

图表：2005-2011年中国发酵制品行业不同类型负债结构分析（2）

图表：2005-2011年中国发酵制品行业不同所有制负债结构分析（1）

图表：2005-2011年中国发酵制品行业不同所有制负债结构分析（2）

图表：2011年1-12月中国活性酵母进口统计

图表：2011年1-12月中国活性酵母出口统计

图表：2011年1-12月中国活性酵母进口主要国家统计

图表：2011年1-12月中国活性酵母出口主要国家统计

图表：2011年1-12月中国活性酵母主要地区进口统计

图表：2011年1-12月中国活性酵母主要地区出口统计

图表：2011年1-12月中国活性酵母主要口岸进口统计

图表：2011年1-12月中国活性酵母主要口岸出口统计

图表：2011年1-12月中国发酵粉进口统计

图表：2011年1-12月中国发酵粉出口统计

图表：2011年1-12月中国发酵粉进口主要国家统计

图表：2011年1-12月中国发酵粉出口主要国家统计

图表：2011年1-12月中国发酵粉主要地区进口统计

图表：2011年1-12月中国发酵粉主要地区出口统计

图表：2011年1-12月中国发酵粉主要口岸进口统计

图表：2011年1-12月中国发酵粉主要口岸出口统计

图表：2011年1-12月中国浓缩糖蜜发酵液进口统计

图表：2011年1-12月中国浓缩糖蜜发酵液出口统计

图表：2011年1-12月中国浓缩糖蜜发酵液进口主要国家统计

图表：2011年1-12月中国浓缩糖蜜发酵液出口主要国家统计

图表：2011年1-12月中国浓缩糖蜜发酵液主要地区进口统计

图表：2011年1-12月中国浓缩糖蜜发酵液主要地区出口统计

图表：2011年1-12月中国浓缩糖蜜发酵液主要口岸进口统计

图表：2011年1-12月中国浓缩糖蜜发酵液主要口岸出口统计

图表：2006-2010年我国发酵行业产业集中度情况

图表：2010年-2011年安琪酵母股份有限公司分季度财务指标

图表：2001年-2011年安琪酵母股份有限公司出口收入、增速以及占比变化情况

图表：2007年-2011年安琪酵母股份有限公司毛利率和净利率变动情况

图表：2001-2011年安琪酵母股份有限公司三项费用率变动情况

图表：安琪酵母主营业务收入构成（2011年报）

图表：2001年-2011年安琪酵母整体盈利能力变化

图表：2001年-2011年安琪国内业务盈利高、增长稳定

图表：2001年-2011年安琪酵母出口业务增长处于低谷

图表：2010年安琪酵母股份有限公司主营构成数据分析表

图表：2011年安琪酵母股份有限公司主营构成数据分析表

图表：2008-2011年安琪酵母股份有限公司主要财务数据分析表

图表：2009-2011年安琪酵母股份有限公司简要财务数据分析表

图表：2008-2011年安琪酵母股份有限公司资产与负债分析表

图表：2008-2011年安琪酵母股份有限公司现金流量分析表

图表：2008-2011年安琪酵母股份有限公司经营发展能力分析表

图表：2008-2011年安琪酵母股份有限公司利润构成与盈利能力分析表

图表：2010-2014年安琪酵母股份有限公司盈利预测

图表：2011-2013年安琪酵母股份有限公司主要在建项目达产表

图表：2009-1014年安琪酵母股份有限公司产能进程表

图表：安琪酵母新的产品结构

图表：安琪酵母产业链

图表：2010年中粮生物化学(安徽)股份有限公司主营构成数据分析表

图表：2011年中粮生物化学(安徽)股份有限公司主营构成数据分析表

图表：2008-2011年中粮生物化学(安徽)股份有限公司主要财务数据分析表

图表：2010-2011年中粮生物化学(安徽)股份有限公司简要财务数据分析表

图表：2008-2011年中粮生物化学(安徽)股份有限公司资产与负债分析表

图表：2008-2011年中粮生物化学(安徽)股份有限公司现金流量分析表

图表：2008-2011年中粮生物化学(安徽)股份有限公司经营发展能力分析表

图表：2008-2011年中粮生物化学(安徽)股份有限公司利润构成与盈利能力分析表

图表：全球酶制剂行业市场份额（%）

图表：中国小麦消费结构（2010，总1.08

图表：中国人均面包消费量（KG年）

图表：2002-2010年国内味精产量与增速

图表：2005-2010年小麦粉产量增速与酵母收入增速存在一定相关性

图表：2010-2011年餐饮业收入持续上升

通过《2012-2016年中国发酵制品市场运行态势与投资战略咨询报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业的发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/200907.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。