



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2015-2020年中国液晶电视行业 运营状况及投资竞争力分析报告

## 一、调研说明

《2015-2020年中国液晶电视行业运营状况及投资竞争力分析报告》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/248174.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

### 第一章 液晶电视产业相关概述 1

#### 第一节 液晶电视基础概述 1

##### 一、液晶电视特点 1

##### 二、液晶电视屏幕种类及格式 1

##### 三、液晶电视主要性能指标 2

##### 四、液晶电视相关术语介绍 2

##### 五、液晶电视的优缺点 4

#### 第二节 液晶电视显示器阐述 5

##### 一、液晶电视的显示原理 5

##### 二、液晶显示器的分类及规格 6

##### 三、TFT液晶显示器 8

### 第二章 2014年国内外平板电视整体运行态势分析 9

#### 第一节 国际平板电视市场概况 9

##### 一、2012年全球平板电视日韩市场份额扩大 9

##### 二、2013年北美平板电视市场分析 9

##### 三、2013年全球液晶电视出货量增长 10

##### 四、2014年全球平板电视出货量 13

#### 第二节 2014年中国平板电视市场发展分析 13

##### 一、平板电视市场繁荣发展 13

##### 二、平板电视市场销售分析 15

##### 三、平板电视城市消费需求 16

#### 第三节 2014年平板电视市场关注度分析 17

##### 一、2014年中国平板电视整体市场关注分析 17

##### 二、2014年中国平板电视市场品牌结构关注分析 17

##### 三、2014年中国平板电视市场产品关注格局 18

#### 第四节 2014年中国平板电视市场发展问题分析 19

##### 一、售后维修问题成平板电视发展最大瓶颈 19

##### 二、中国平板电视市场和谐发展亟需企业规范行为 20

##### 三、外资平板电视占有率将继续提升 22

##### 四、中国平板电视节能发展存在的问题 22

五、企业忽视平板电视可靠性	23
第五节 2014年中国平板电视发展策略分析	24
一、基于市场调查平板电视行业发展策略总结	24
二、发展环保技术助平板电视产业走"绿色"之道	25
三、市场竞争提升平板电视技术水平	27
四、节能是可持续发展必由之路	29
第三章 中国液晶电视产业运行环境解析	31
第一节 中国宏观经济环境分析	31
一、2014年我国宏观经济运行指标分析	31
二、2014年中国经济形势前瞻及政策走势分析	43
第二节 中国液晶电视产业政策环境分析	48
一、彩色电视机用液晶显示屏主流尺寸规范	48
二、高端彩色电视接收机的分类规范	49
三、家电及相关行业标准	57
第三节 中国液晶电视产业社会环境分析	64
一、2014年中国社会民生环境现状	64
二、2014年中国信用体系建设的成效	71
三、2014年中国信用体系建设	76
四、2014年居民消费价格水平	77
五、影响我国居民消费状况的主要因素分析	79
第四章 2014年中国液晶电视市场运行态势分析	88
第一节 2014年中国液晶电视市场现状	88
一、我国成为LED液晶电视最大市场	88
二、我国液晶电视市场呈多元化发展	89
三、我国政策推动液晶电视下乡	90
第二节 2014年中国液晶电视市场发展综述	91
一、2014年中国液晶电视市场分析	91
二、2014年中国液晶电视市场销售情况分析	100
三、2014年中国液晶电视市场需求情况分析	101
四、2014年中国LED液晶电视市场占有率	102
五、2014年中国LED液晶电视细分市场分析	103
六、2014年中国LED液晶电视渗透率分析	105

第五章 2011-2014年中国液晶电视制造行业主要数据监测分析	106
第一节 2011-2014年中国液晶电视制造行业规模分析	106
一、企业数量增长分析	106
二、从业人数增长分析	107
三、资产规模增长分析	108
第二节 2014年中国液晶电视制造行业结构分析	109
一、企业数量结构分析	109
1、不同类型分析	109
2、不同所有制分析	109
二、销售收入结构分析	110
1、不同类型分析	110
2、不同所有制分析	110
第三节 2011-2014年中国液晶电视制造行业产值分析	111
一、产成品增长分析	111
二、工业销售产值分析	111
三、出口交货值分析	112
第四节 2011-2014年中国液晶电视制造行业成本费用分析	113
一、销售成本分析	113
二、营业费用分析	114
第五节 2011-2014年中国液晶电视制造行业盈利能力分析	115
一、主要盈利指标分析	115
二、主要盈利能力指标分析	115
第六章 2011-2014年中国液晶电视相关产量统计分析	116
第一节 2011-2013年全国彩色电视产量分析	116
第二节 2014年全国及主要省份彩色电视产量分析	117
第三节 2014年彩色电视产量集中度分析	118
第七章 2014年中国液晶电视生产企业运营态势分析	119
第一节 2014年中国液晶电视市场新进入者	119
一、2013年太光电信股份实际控制人切入液晶电视产业	119
二、京东方进军液晶电视整机产业	119
三、2013年京东方拟推自主品牌液晶电视	120
四、东门子电器大举进军液晶电视市场	122

第二节 2014年中国液晶电视市场竞争分析	123
一、中国液晶电视市场中外品牌竞争白热化	123
二、液晶电视二线品牌加速淘汰	125
三、技术是液晶电视的竞争核心	126
四、液晶电视行业变革催生新一轮洗牌	126
第三节 2014年中国液晶电视市场及主要生产企业发展策略分析	128
一、中国液晶电视市场五项措施拉动效应	128
二、索尼液晶电视产品及价格策略	130
三、三星液晶电视产品及价格策略	144
四、创维液晶电视价格策略分析	151
第八章 近三年中国液晶电视价格走势同比分析	154
第一节 2013年中国液晶电视价格走势	154
一、2013年中国液晶电视整体市场价格走势	154
二、2013年中国液晶电视市场均价走势	155
三、2013年中国液晶电视主流品牌均价对比	156
第二节 2014年液晶电视价格关注走势分析	159
一、2014年液晶电视市场价格区间关注比例格局	159
二、2014年液晶电视价格区间关注比例与产品数量对比	161
三、2014年液晶电视市场热点价格区间品牌分布比例	163
四、2014年中国液晶电视市场品牌关注度	163
第三节 2014年中国液晶电视价格走势	180
一、2014年液晶电视整体市场价格走势	180
二、2014年液晶电视细分市场价格走势	195
三、2014年液晶电视降价产品数量对比	196
第九章 2014年中国液晶电视行业市场竞争格局分析	200
第一节 2014年中国液晶电视行业竞争格局分析	200
一、家电业巨头竞争剧烈	200
二、液晶电视品牌竞争分析	202
三、液晶电视价格竞争分析	206
第二节 2014年中国液晶电视产业集中度分析	207
一、彩色电视机产量集中度分析	207
二、液晶电视市场集中度分析	209

三、液晶电视生产企业集中度分析	210
第三节 2014年中国液晶电视行业竞争策略分析	212
第十章 2014年中国液晶电视上市公司竞争性财务数据分析	215
第一节 青岛海信电器股份有限公司	215
一、企业概况	215
二、企业主要经济指标分析	216
三、企业盈利能力分析	218
四、企业偿债能力分析	219
五、企业运营能力分析	219
六、企业成长能力分析	220
第二节 创维集团股份有限公司	220
一、企业概况	220
二、企业主要经济指标分析	221
第三节 TCL集团股份有限公司	222
一、企业概况	222
二、企业主要经济指标分析	224
三、企业盈利能力分析	226
四、企业偿债能力分析	227
五、企业运营能力分析	228
六、企业成长能力分析	228
第四节 康佳集团股份有限公司	228
一、企业概况	228
二、企业主要经济指标分析	230
三、企业盈利能力分析	232
四、企业偿债能力分析	233
五、企业运营能力分析	234
六、企业成长能力分析	234
第五节 厦门华侨电子股份有限公司	234
一、企业概况	234
二、企业主要经济指标分析	235
三、企业盈利能力分析	236
四、企业偿债能力分析	237

五、企业运营能力分析	238
六、企业成长能力分析	238
第六节 四川长虹电器股份有限公司	238
一、企业概况	238
二、企业主要经济指标分析	239
三、企业盈利能力分析	241
四、企业偿债能力分析	242
五、企业运营能力分析	243
六、企业成长能力分析	243
第十一章 2014年中国液晶电视上游供应链分析	244
第一节 液晶面板	244
一、全球大尺寸液晶面板供货状况	244
二、台湾液晶面板产业概况	246
三、2012年千亿资金豪赌液晶面板	247
四、2012年外资博弈内地液晶面板投资潮	251
五、2012年工信部叫停平板玻璃新建产能 液晶面板项目踩"刹车"	252
六、2013年面板价格跌入低谷 国内液晶彩电生产商陷入两难	253
第二节 液晶背光模块	254
一、CCFL背光的缺陷分析	254
二、LED背光模块优劣分析	255
三、CCFL背光模组与LED背光模组性能对比	256
四、2014年LED背光模块发展预测	257
第三节 液晶电视驱动及控制IC	258
一、中国LCD驱动IC液晶电视领域需求增长	258
二、LCD驱动IC领域本土供给严重不足	259
三、本土企业在LCD驱动IC市场中具有一定的机遇	259
四、LCD驱动IC未来市场潜力较大	259
第十二章 2015-2020年中国液晶电视行业发展趋势预测分析	261
第一节 2015-2020年中国平板电视市场发展趋势分析	261
一、彩电升级换代引发新商机	261
二、LED液晶电视或成为市场主流	263
三、中国平板电视行业未来十年展望	263



四、中国目前高世代液晶生产线一览	274
五、LED液晶有望替代CCFL液晶	278
六、未来平板电视发展的六大趋势	278
七、未来平板电视企业的发展方向	282
八、未来中国平板电视市场节能环保成主旋律	283
第二节 2015-2020年中国液晶电视市场的发展趋势预测分析	285
一、全球液晶电视市场规模预测	285
二、中后期中国液晶电视市场预测	286
三、2014年中国内陆及中小城市液晶电视市场将扩展	288
四、2014年LED液晶电视市场渗透率增长预测	288
五、未来液晶电视市场发展主流	289
六、未来几年LED液晶电视市场发展预测	293
第十三章 2015-2020年中国液晶电视行业投资盈利预测	301
第一节 2015-2020年中国液晶电视行业投资环境分析	301
一、液晶电视需求提供支撑 政策利好推动行业景气	301
二、LED液晶电视迎来爆发期	303
第二节 2015-2020年中国液晶电视行业投资机会分析	305
一、液晶电视投资潜力分析	305
二、液晶电视投资吸引力分析	306
第三节 2015-2020年中国液晶电视行业投资风险分析	307
一、市场竞争风险分析	307
二、其他风险	308
第四节 专家建议	310
图表目录：	
图表：2011-2013年美国市场平板电视出货量	10
图表：2013年第四季全球电视按应用技术区分的出货量与增长率	11
图表：2013年全球前五大电视品牌出货金额市占率与增长率	12
图表：1998年&mdash;2014年国内生产总值季度累计同比增长率（%）	36
图表：2004年9月&mdash;2014年9月工业增加值月度同比增长率（%）	37
图表：2004年9月&mdash;2014年9月社会消费品零售总额月度同比增长率（%）	38
图表：2004年&mdash;2014年固定资产投资完成额月度累计同比增长率（%）	39
图表：2004年9月&mdash;2014年9月出口总额月度同比增长率与进口总额月度同比增长率（%）	

) 40

图表：2004年9月&mdash;2014年9月居民消费价格指数（上年同月=100） 40

图表：2004年9月&mdash;2014年9月工业品出厂价格指数（上年同月=100） 41

图表：2004年9月&mdash;2014年9月货币供应量月度同比增长率（%） 42

图表：A.1 输入图像格式参数一览表 56

图表：家电及相关行业标准 57

图表：政府出台的一系列政策具有明显的正面效应 64

图表：逾8成城市居民对政府完善社会保障制度方面的措施效果表认可 64

图表：2011-2013年全国消协组织受理投诉情况变化统计 73

图表：2011-2013年不同性质消费投诉的变化比较 74

图表：2014年9月中国液晶电视市场品牌关注比例分布 92

图表：2014年1-9月中国液晶电视市场品牌关注比例对比 93

图表：2014年9月中国液晶电视市场产品关注排名 94

图表：2014年9月中国液晶电视市场最受用户关注的十款产品及参数 94

图表：2014年1-9月中国液晶电视市场LED背光产品关注比例走势 95

图表：2014年9月中国液晶电视市场LED背光与CCFL背光品牌关注排名 96

图表：2014年9月中国液晶电视市场主流尺寸产品关注比例分布 97

图表：2014年1-9月中国液晶电视市场不同价位产品关注比例对比 98

图表：2014年1-9月中国液晶电视市场三星品牌关注比例走势 99

图表：2014年9月中国液晶电视市场三星产品结构与关注比例结构对比 100

图表：2011-2014年中国液晶电视制造行业企业数量及增长率分析 106

图表：2011-2014年中国液晶电视制造行业亏损企业数量及增长率分析 106

图表：2011-2014年中国液晶电视制造行业从业人数及同比增长分析 107

图表：2011-2014年中国液晶电视制造企业总资产分析 108

图表：2014年中国液晶电视制造行业不同类型企业数量 109

图表：2014年1-9月中国液晶电视制造行业不同所有制企业数量 109

图表：2014年中国液晶电视制造行业不同类型销售收入 110

图表：2014年中国液晶电视制造行业不同所有制销售收入 110

图表：2011-2014年中国液晶电视制造产成品及增长分析 111

图表：2011-2014年中国液晶电视制造工业销售产值分析 111

图表：2011-2014年中国液晶电视制造出口交货值分析 112

图表：2011-2014年中国液晶电视制造行业销售成本分析 113

图表：2011-2014年中国液晶电视制造行业营业费用分析 114

图表：2011-2014年中国液晶电视制造行业主要盈利指标分析 115

图表：2011-2014年中国液晶电视制造行业主要盈利能力指标分析 115

图表：2011-2013年全国彩色电视产量增长趋势图 116

图表：2013年全国彩色电视机产量全国及主要省份彩色电视产量统计数据 116

图表：2014年1-9月全国及主要省份彩色电视产量统计数据 117

图表：2014年1-9月全国彩色电视产量前十位省市占有率统计图 118

图表：2014年1-9月全国彩色电视产量前五位省市占有率统计图 118

图表：索尼不同系列液晶电视新品关注指数及市场定位 131

图表：索尼不同尺寸液晶电视新品产品数量及关注度分布 131

图表：索尼不同分辨率液晶电视新品产品数量及关注比例分布 132

图表：2013年索尼八大系列液晶电视新品配置参数 133

图表：索尼不同价格段液晶电视新产品数量及关注指数 135

图表：索尼不同尺寸液晶电视新产品均价及关注指数 135

图表：索尼2013年不同尺寸液晶电视均价及关注指数 136

图表：2014年1-9月索尼不同尺寸液晶电视新品降价产品数量 136

图表：2014年1-9月索尼不同价位段液晶电视新品降价产品数量 137

图表：索尼液晶电视产品报价 138

图表：2014年9月中国市场索尼液晶电视人气走势分析 139

图表：2014年9月中国市场液晶电视品牌人气比例分布 140

图表：2014年9月液晶电视上榜品牌人气变化分析 141

图表：2014年9月索尼液晶电视各价格段产品竞争力分析 142

图表：2014年9月索尼液晶电视人气比例排行榜 143

图表：2014年9月索尼液晶电视上榜产品价格分布 144

图表：三星不同系列液晶电视新品关注指数及市场定位 145

图表：三星不同尺寸液晶电视新品产品数量与关注度分布 146

图表：三星不同分辨率液晶电视新品产品数量与关注度分布 146

图表：三星不同价格段液晶电视新品产品数量与关注指数 148

图表：三星不同尺寸液晶电视新品产品均价及关注指数 148

图表：三星不同尺寸液晶电视新品市场均价对比 149

图表：2013年4-12月三星不同尺寸液晶电视降价产品数量 149

图表：2013年4-12月三星不同价位段液晶电视降价产品数量 150

图表：创维液晶电视价格变化 152

图表：创维液晶电视市场关注份额变化 152

图表：2012年1至12月中国液晶电视市场价格指数走势 154

图表：2012年1至12月中国液晶电视市场均价走势 155

图表：2012年Q4中国液晶电视市场32英寸产品主流品牌均价对比 156

图表：2012年Q4中国液晶电视市场42英寸产品主流品牌均价对比 157

图表：2012年Q4中国液晶电视市场46英寸产品主流品牌均价对比 158

图表：2012年Q4中国液晶电视市场52英寸产品主流品牌均价对比 159

图表：2013年度中国液晶电视市场价格段分布 160

图表：2013年度中国液晶电视市场重点价格段走势 161

图表：2013年度液晶电视价格比例和产品数量对比 162

图表：2013年度液晶电视重点价格段产品排行榜 163

图表：2013年度中国最受用户关注的15大液晶电视品牌排名 164

图表：2013年度中国最受用户关注的15大液晶电视品牌比例分布 165

图表：2013年度中国最受用户关注的前10款液晶电视产品排名 166

图表：2013年Q1-Q4创维、海信、LG、夏普液晶电视品牌关注比例走势 167

图表：2013年度创维液晶电视品牌关注度流失状况 168

图表：2013年海信液晶电视品牌关注度流失状况 169

图表：2013年度LG液晶电视品牌关注度流失状况 170

图表：2013年度夏普液晶电视品牌关注度流失状况 171

图表：2013年度创维、海信、LG、夏普品牌重合度对比 172

图表：2013年度中国最受用户关注的10大国产液晶电视品牌排名 173

图表：2013年度中国最受用户关注的10大国产液晶电视品牌比例分布 173

图表：2013年Q1-Q4创维、海信液晶电视在国产品牌中关注比例走势 174

图表：2013年度中国最受用户关注的10大国外液晶电视品牌排名 175

图表：2013年度中国最受用户关注的10大国外液晶电视品牌比例分布 176

图表：2013年Q1-Q4LG、夏普、三星液晶电视在国外品牌中关注比例走势 177

图表：2013年度中国最受用户关注的10大LED背光液晶电视品牌排名 178

图表：2013年度中国最受用户关注的10大LED背光液晶电视品牌比例分布 178

图表：2013年Q1-Q4三星、索尼、海信、夏普LED背光液晶电视品牌关注比例走势 179

图表：2014年中国液晶电视品牌关注排名 181

图表：2014年液晶电视品牌关注比例分布 181

图表：2014年液晶电视品牌关注度排名变化 182

图表：2014年中国液晶电视国际品牌关注排名 183

图表：2014年中国液晶电视国际品牌关注比例分布 183

图表：2014年中国液晶电视国内品牌关注排名 184

图表：2014年中国液晶电视国内品牌关注比例分布 185

图表：2014年不同价位段液晶电视关注份额 186

图表：2014年不同背光方式液晶电视关注份额 187

图表：2014年不同屏幕尺寸液晶电视关注份额 188

图表：2014年中国液晶电视产品关注排名 189

图表：2014年创维液晶电视产品关注排名 190

图表：2014年海信液晶电视产品关注排名 191

图表：2014年索尼液晶电视产品关注排名 192

图表：2014年LG液晶电视产品关注排名 193

图表：50款最受关注产品排行榜 193

图表：2014年9月中国液晶电视市场不同价位段产品关注比例分布 195

图表：2014年1月-9月中国液晶电视市场不同价位段产品关注比例走势对比 196

图表：2014年9月中国LED背光液晶电视市场降价幅度最高的十款产品 197

图表：2014年9月中国LED背光液晶电视市场降价幅度最高的十款产品参数 197

图表：2014年9月中国CCFL背光液晶电视市场降价幅度最大的十款产品 198

图表：2014年9月中国CCFL背光液晶电视市场降价幅度最高的十款产品参数 198

图表：2014年创维、海信、索尼、LG液晶电视关注比例走势 203

图表：2014年创维、海信、索尼、LG液晶电视不同价位段产品数量占比 204

图表：2014年创维、海信、索尼、LG液晶电视品牌重合度对比 205

图表：2010-2014年青岛海信电器股份有限公司主要经济指标统计 217

图表：2010-2014年青岛海信电器股份有限公司盈利指标统计 218

图表：2010-2014年青岛海信电器股份有限公司负债情况统计 219

图表：2010-2014年青岛海信电器股份有限公司运营能力指标统计 219

图表：2010-2014年青岛海信电器股份有限公司成长能力指标统计 220

图表：2010-2014年TCL集团股份有限公司主要经济指标统计 225

图表：2010-2014年TCL集团股份有限公司利润构成与盈利能力统计 226

图表：2010-2014年TCL集团股份有限公司资产负债情况表 227

图表：2010-2014年TCL集团股份有限公司现金流量表 227

图表：2010-2014年TCL集团股份有限公司运营能力指标统计 228

图表：2010-2014年TCL集团股份有限公司成长能力指标统计 228

图表：2010-2014年康佳集团股份有限公司主要经济指标统计 231

图表：2010-2014年康佳集团股份有限公司利润构成与盈利能力统计 232

图表：2010-2014年康佳集团股份有限公司资产与负债情况统计 233

图表：2010-2014年康佳集团股份有限公司现金流量统计 233

图表：2010-2014年康佳集团股份有限公司运营能力指标统计 234

图表：2010-2014年康佳集团股份有限公司成长能力指标统计 234

图表：2010-2014年厦门华侨电子股份有限公司主要经济指标统计 236

图表：2010-2014年厦门华侨电子股份有限公司利润构成与盈利能力统计 236

图表：2010-2014年厦门华侨电子股份有限公司资产与负债情况统计 237

图表：2010-2014年厦门华侨电子股份有限公司现金流量统计 237

图表：2010-2014年厦门华侨电子股份有限公司运营能力指标统计 238

图表：2010-2014年厦门华侨电子股份有限公司成长能力指标统计 238

图表：2010-2014年四川长虹电器股份有限公司主要经济指标统计 241

图表：2010-2014年四川长虹电器股份有限公司利润构成与盈利能力指标统计 241

图表：2010-2014年四川长虹电器股份有限公司资产与负债情况统计 242

图表：2010-2014年四川长虹电器股份有限公司现金流量统计 242

图表：2010-2014年四川长虹电器股份有限公司运营能力指标统计 243

图表：2010-2014年四川长虹电器股份有限公司成长能力指标统计 243

图表：大尺寸液晶面板出货量 244

图表：2013年大尺寸液晶面板出货量排名(出货片数) 245

图表：2014年全球大尺寸液晶面板出货 246

图表：1980-2013年中国出生人口数量 264

图表：2010-2014年家电下乡市场规模走势 264

图表：中国目前高世代液晶生产线一览 276

图表：厂商以省电作为LED背光液晶电视的一大卖点 294

图表：2013年-2014年中国液晶电视市场LED背光产品关注比例走势 296

图表：2013年-2014年中国液晶电视市场LED背光产品平均价格走势 296

图表：2014年中国液晶电视市场主要品牌LED背光产品平均价格对比 297

图表：2014年中国液晶电视市场主要品牌LED背光产品关注比例走势 299

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/248174.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。