艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国跨境电商市场发展现状及战略咨询报告

艾凯咨询网
www.icandata.com

一、调研说明

《2016-2022年中国跨境电商市场发展现状及战略咨询报告》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/278460.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

跨境电子商务面对的是全球200多个国家和地区的商家和消费者，市场潜力巨大，而在中国政府大力扶持和企业转型的共同需求下，已经围绕整个跨境贸易形成了一条从营销到支付、物流和金融服务的清晰、完整的产业链，行业格局日渐稳固。

中国跨境电子商务行业处于初级发展阶段，近年，投资、融资事件如雨后春笋，整体行业资产快速增长。截至2015年8月初，全国共有跨境电商进口试点城市为宁波、郑州、上海、重庆、杭州、广州、深圳、福州、平潭9个；全国跨境贸易电子商务服务试点城市包括郑州、杭州、重庆、上海、宁波、广州、深圳、天津共8个城市。

2015年，出口跨境电商纷纷转型进口，大量传统外贸开始触及跨境电商。2015年，中国跨境电子商务市场规模将达5.3万亿元，同比增长32%;中国跨境电子商务行业交易额占进出口贸易总额19.4%.从2015年中国跨境电子商务交易模式来看，目前，中国跨境电子商务B2B交易额占比90.4%,跨境电子商务B2B优势明显，且跨境电子商务B2B交易量大，订单未定，未来B2B跨境电子商务仍是主流。

跨境电子商务占电商市场份额越来越大，从2013年28%提升到2015年31%.预计"十三五"期间，跨境电子商务占电商市场的份额进一步上升。随着我国跨境电子商务政策的利好，跨境电子商务服务业必将迎来高速发展期。从跨境电子商务进、出口结构分布情况来看，2015年超过80%的交易规模由出口电商贸易贡献；进口电商比重较低，但随着中国跨境网购市场的开放、跨境网购基础环境的完善和消费者跨境网购习惯的养成，未来进口电商比重将逐步增大。从外贸形势特征来看，小额跨境电子商务逐渐成为外贸发展趋势；从外贸目标市场来看，跨境电子商务与海外新兴市场的崛起不谋而合；从外贸商品种类来看，跨境电子商务涉及的行业类别也在不断扩大。此外，随着全球网上购物市场的迅猛发展，消费和跨境网购需求日益强烈，诸多支付机构已经通过与海外电商企业及银行等金融机构合作涉足跨境支付业务，快速进入境外支付市场。

1999年阿里巴巴实现用互联网连接中国供应商与海外买家后，中国对外出口贸易就实现了互联网化。在此之后，经历从信息服务，到在线交易、全产业链服务的跨境电商产业转型。跨境电商占进出口总额的比重进入上升通道，预计到2016 年该比重将达20%，不仅如此跨境电商在电商的占比也逐年提升， 2014年跨境电商占电商的比重达30%。 跨境电商占进出口总额比重进入上升通道　跨境电商是中国电商增长的主要驱动力

本研究报告数据主要采用国家统计数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市

场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一部分 跨境电商行业发展环境
第一章 跨境电商的界定及意义
第一节 跨境电商的定义及优势
一、跨境电商的定义
二、跨境电商流程
三、跨境电商企业类型
四、跨境电商的优势
第二节 跨境电商分类
一、以产业终端用户类型分类
二、以服务类型分类
三、以平台运营方分类
第三节 跨境电商的特征
一、全球性
二、无形性
三、匿名性
四、即时性
五、无纸化
六、快速演进
第四节 跨境电商对外贸转型升级的意义
一、促进外贸转型升级
二、促使中小企业进入国际市场
三、提升中小企业外贸经济效益

第二章 2012-2015年中国跨境电子商务行业发展环境分析
第一节 政策环境分析（Political）
一、监管部门
二、整体市场政策

三、海关监管政策
四、出口电商政策
五、进口电商政策
六、跨境支付政策
七、区域政策特色
第二节 经济环境分析（Economic）
一、全球经济运行态势分析
二、中国宏观经济运行状况
三、中国对外贸易发展规模
五、中国宏观经济发展趋势
第三节 社会环境分析（Social）
一、人口环境分析
二、居民收入水平
三、居民消费水平
四、网购的普及化
第四节 技术环境分析（Technological）
一、网络技术
二、Web浏览技术
三、安全技术
四、数据库技术
五、电子支付技术

第二部分 跨境电子商务行业深度分析
第三章 2012-2015年中国跨境电子商务市场深度分析
第一节 中国跨境电子商务发展历程
一、跨境电商1.0阶段（1999-2003年）
二、跨境电商2.0阶段（2004-2012年）
三、跨境电商3.0阶段（2013年至今）
第二节 中国跨境电子商务市场运行分析
一、总体发展分析
二、市场发展特点
三、市场发展规模

四、市场变革特征
五、消费群体分析
第三节 中国跨境电子商务市场格局分析
一、市场结构状况
二、区域发展格局
三、营销方式结构
四、品类结构状况
第四节 国内外两大跨境电商企业的比较
一、平台的比较
二、集货模式比较
三、物流服务比较
四、清关模式比较
五、价格优势比较
第五节 中国跨境电商知识产权的探析
一、电商与知识产权
二、纠纷特点分析
三、存在的问题
四、知识产权风险
五、应对策略分析
第六节 中国跨境电商市场面临的问题及建议
一、通关问题
二、物流问题
三、信用问题
四、产品国际竞争力
五、发展政策建议
第七节 企业开展跨境电商业务的步骤
一、确定模式及经营场所
二、获得相关部门认可
三、海关注册及备案
四、数据对接

第四章 2012-2015年出口电子商务市场分析

第一节 中国出口电子商务市场参与主体分析
一、买家的分布及规模
二、卖家环境分析
第二节 中国出口电子商务市场发展态势分析
一、整体发展状况
二、行业生命周期
三、市场规模状况
四、市场发展热点
五、主流模式分析
六、服务市场状况
七、市场发展趋势
第三节 出口电商产业链分析
一、产业链简况
二、产业链上游
三、产业链中游
四、产业链下游

第五章 2012-2015年进口电子商务市场分析
第一节 进口电子商务市场整体分析
一、市场发展态势
二、市场规模状况
三、市场投资潜力
第二节 进口电商消费者分析
一、消费者属性
二、跨境购物动机偏好
三、跨境购物频率
四、主要跨境购国家
五、跨境购品类偏好
六、海淘平台的选择
七、产品的注重因素
八、支付方式的选择
九、物流的选择

第三节 进口电商主要竞争主体分析
一、国内电商企业
二、国外电商企业
三、物流/支付企业

第六章 2012-2015年跨境电子商务市场重点区域格局分析
第一节 广东省跨境电商市场发展分析
一、政策环境
二、国内地位
三、市场规模
四、分布状况
五、区域特色
六、发展动态
第二节 浙江省跨境电商市场的发展
一、国内地位
二、整体状况
三、市场规模
四、主要园区
五、主要县市发展
六、发展规划
第三节 福建省跨境电商市场的发展
一、政策环境
二、市场规模
三、市场动向
四、主要市县发展
第四节 江苏省跨境电商市场的发展
一、政策环境
二、市场格局
三、主要市县发展

第七章 2012-2015年中国跨境电商试点城市分析
第一节 中国跨境电商试点城市整体分析

一、试点城市分布

跨境电商新政下，催生保税+直邮模式，该模式的便利在于，一是创新监管方式，使企业可先凭货物舱单信息提货进区，再在规定时限内办理海关申报手续，允许企业把提货入区作业与申报备案手续并联进行，货物入区的平均时间缩短了2-3天，物流成本平均下降10%；二是自贸区也提供国外出口商和国内进口商在区内适当囤货，采取批量保税进出关的方法，降低物流费用，减轻资金压力，消化存货，促进贸易，实现前店后库的贸易模式。 保税+直邮模式

该模式，目前主要依托于6个跨境电商试点城市（上海、杭州、宁波、郑州、重庆、广州）的跨境电商及物流平台实现。除了郑州是以贸易模式为主，其他试点城市都是直购+保税模式为主。上海虽然是进出口贸易最大的口岸，但由于支付环节仅开放给东方支付一家实施，没有接入更多的第三方支付公司，因此规模反而是最小的，而杭州、宁波、广州等地作为网购的传统大市成为了海淘的主力口岸。 6个跨境电商试点城市 城市 模式 规模 货物量 交易额/货值 上海 "跨境通"：消费者通过"跨境通"网站订购商品可跨境外汇支付，经电子报关报检，再经海关征收个人行邮税后，商品快速入境并由物流公司送到消费者手中 直购模式：境外商户必须在国内设立分支机构或委托第三方机构处理售后服务事宜

自贸模式：企业必须入驻自贸区开设账册企业，或在自贸区寻找有资质的代理企业保税进口 20多家 6000票（4个月） 72万（4个月） 杭州 "阳光海淘"：比如消费者在天猫国际下单时，订单信息就会第一时间同步到海关信息系统，系统立即根据商品种类价格计算出税费，消费者只要通过支付宝付款，订单信息就会在海关系统中同步显示 124家 76万单 —— 宁波 "保税备货模式"：即跨境电商企业在国外批量采购商品，通过海运备货到保税区指定的跨境仓内，消费者通过网络下订单，电商企业办理海关通关手续，商品以个人物品形式申报出区，并缴纳行邮税海关审核通过后，商品包裹通过快递公司派送到消费者手中 117家 111万票 3亿 郑州 "E贸易"平台：跨境B2C营销模式，所售商品直接与海外生产商联系合作，中间不经过任何代购、代销环节，直接到消费者手中；下一步，将通过"逆向O2O电子商务模式"新型销售模式，在全国各地建立进口商品体验馆，让线下消费者实物体验后，再到线上进行商品交易，给消费者提供全新的跨境消费体验 200家（未来5年） 30多万件商品，100万包 1572.35万（截止2014年5月30日） 重庆 重庆跨境电子商务公共服务平台：先行先试省略了物流企业的申报环节，以海关认可的条形码作为跨境物品的通关依据，减少了中间环节和人力、物力消耗，为电商节约大量的代理申报费用，每票订单节约通关费用约15元 43家 78069票 2210.78万 广州 "直购模式"：由于在商品进口前已完成企业及商品海关备案手续，消费者购买商品后，电商企业、物流企业、支付企业分别向海

关提交电子订单、电子运单及电子支付凭证，三方信息之间有极高的相互印证性，海关可基于数据来源的真实性给予跨境商品最大的通关便利 "网购保税进口"模式 40家 730.4万票 4.4亿

二、试点城市规模

三、发展模式对比

四、试点条件分析

第二节 上海跨境电商市场的发展 上海跨境通流程

一、相关鼓励政策

二、市场结构分析

三、市场发展规模

四、发展态势分析

第三节 重庆跨境电商市场的发展

一、行业发展政策

二、市场发展特点

三、市场发展规模

四、市场发展动力

五、未来发展展望

第四节 杭州跨境电商市场的发展 杭州阳光海淘流程

一、建立综合试验区

二、发展态势分析

三、商务园区布局

四、市场发展动态

五、未来发展展望

第五节 宁波跨境电商市场的发展

一、行业发展政策

二、市场发展规模

三、市场发展动态

四、发展经验借鉴

第六节 郑州跨境电商市场的发展

一、行业发展政策

二、市场发展规模

三、市场发展概况
四、未来发展规划
第七节 广州跨境电商市场的发展
一、行业扶持政策
二、市场规模状况
三、出口模式分析
四、市场发展动态
五、面临的问题
第八节 深圳跨境电商市场的发展
一、行业相关政策
二、市场发展规模
三、市场发展特点
四、市场发展优势
五、市场发展动态
第九节 苏州跨境电商市场的发展
一、行业扶持政策
二、市场发展态势
三、面临的问题
第十节 青岛跨境电商市场的发展
一、行业发展鼓励
二、市场发展环境
三、市场发展规模
四、市场发展条件
五、市场发展动态
第十一节 其他试点城市跨境电商的发展
一、北京
二、长沙
三、银川
四、哈尔滨
五、西安

第三部分 跨境电商行业市场竞争格局

第八章 2012-2015年出口跨境电商主要平台分析
第一节 eBay
一、平台简介
二、主要产品及潜力产品
三、区域投资分布
四、国内市场特点
五、区域分布特征
六、战略动态
第二节 亚马逊
一、平台简介
二、发展优势
三、经营状况
四、战略动态
第三节 速卖通
一、平台简介
二、交易规模
三、发展态势
四、战略动态
第四节 敦煌网
一、平台简介
二、市场规模
三、业务模式
四、盈利模式
五、核心竞争力
六、SWOT分析
第五节 Wish
一、平台简介
二、盈利模式
三、融资状况
四、战略动态
第六节 兰亭集势
一、平台简介

二、发展优势
三、主要品类
四、战略动态
第七节 大龙网
一、平台介绍
二、发展模式
三、融资状况
四、战略动态
第八节 其他出口电商平台的发展
一、零米海淘
二、唯一品
三、宝贝格子

第九章 2012-2015年进口跨境电商主要平台分析
第一节 进口电商平台类型分析
一、海外代购平台
二、直发/直运平台模式
三、导购/返利平台模式
四、海外商品闪购模式
五、自营类
第二节 天猫国际
一、平台简介
二、运营模式
三、经营状况
四、面临的挑战
第三节 京东海外购
一、平台简介
二、品类特征
三、运营模式
四、经营状况
五、战略动态
第四节 苏宁易购

一、平台简介
二、品类特征
三、运营模式
四、产业链布局
五、跨境电商的发展
第五节 洋码头
一、平台简介
二、品类特征
三、经营状况
四、运营模式
五、融资状况
六、物流体系的建立
七、服务保障
第六节 其他进口电商平台
一、唯品会
二、顺丰海淘
三、聚美海淘
四、1号店
五、考拉海购
六、万国优品
七、蜜芽宝贝

第十章 中国跨境电子商务平台建设分析
第一节 跨境电商服务平台类型
一、通关服务平台
二、公共服务平台
三、综合服务平台
第二节 平台建设流程分析
一、平台建设调查
二、团队的建立
三、客户体验障碍
第三节 提高跨境电子商务平台信任度的策略

一、专业的设计外观和用户体验
二、国际第三方资质认证和服务
三、客户的推荐和评论
四、全面的内容和网站基本信息

第十一章 中国跨境电子商务商业模式分析
第一节 跨境电商商业运营模式介绍
一、模式结构
二、B2B模式
三、B2C模式
四、C2C模式
第二节 进口电商模式分析
一、海外代购模式
二、直发/直运平台模式
三、自营B2C模式
四、导购/返利平台模式
五、海外商品闪购模式
六、各模式的比较
第三节 出口跨境电商B2C模式优劣势分析
一、优势分析
二、劣势分析
第四节 中国跨境电商开启产业园发展模式
一、产业园模式的需求分析
二、建立产业园的作用
三、产业园区域布局
四、典型产业园分析
五、产业园建设动态

第十二章 2012-2015年跨境电子商务产业链分析
第一节 跨境电商供应链
一、供应链发展现状
二、供应链的管理

三、供应链金融分析
四、供应链面临的问题
五、供应链风险分析
六、国外供应链建设的借鉴
七、供应链整合成未来竞争点
第二节 跨境支付
一、主要支付方式
二、国内发展总况
三、市场结构状况
四、面临的问题
五、未来发展趋势
第三节 跨境物流
一、跨境物流规模
二、主要物流模式
三、主要物流企业
四、进关方式
五、海外仓的发展
六、面临的风险
七、存在的问题
八、未来发展焦点
九、投资逻辑分析

第十三章 2012-2015年中国跨境电子商务领先企业发展分析
第一节 阿里巴巴集团
一、企业发展概况
二、经营状况分析
三、跨境电商业务发展
四、跨境电商战略动态
第二节 北京敦煌禾光信息技术有限公司
一、企业发展概况
二、经营状况分析
三、跨境电商业务发展

四、跨境电商战略动态
第三节 焦点科技股份有限公司
一、企业发展概况
二、经营效益分析
三、业务经营分析
四、财务状况分析
五、未来前景展望
第四节 环球资源集团有限公司
一、企业发展概况
二、经营状况分析
三、业务模式分析
四、企业目标客户
五、风险因素分析
第五节 环球市场集团
一、企业发展概况
二、经营状况分析
三、企业盈利模式
四、企业运营特征
五、跨境电商动态
第六节 浙江网盛生意宝股份有限公司
一、企业发展概况
二、经营效益分析
三、业务经营分析
四、财务状况分析
五、未来前景展望
第七节 兰亭集势控股有限责任公司
一、企业简介
二、主营业务分析
三、企业经营状况
四、跨境电商战略动态

第四部分 跨境电子商务行业投资预测

第十四章 中国跨境电子商务市场投资机会及建议分析
第一节 中国跨境电商市场融资分析
一、区域分布状况
二、融资项目结构
三、融资方式结构
四、市场融资动向
第二节 中国跨境电子商务市场投资机会
一、进口电商投资机会
二、通关服务成行业投资机会
三、供应链领域的投资机会
四、融资领域的投资机会
五、支付领域的投资机会
六、物流领域的投资机会
第三节 出口跨境电商的投资机会分析
一、卖家的机会
二、物流商的机会
三、金融服务商的机会
四、代运营服务的机会
五、投资商的机会
六、其他投资机会
第四节 跨境电商投资建议

第十五章 国际跨境电商市场机遇及中国企业进入风险
第一节 全球跨境电商市场发展分析
一、行业发展历程
二、市场规模状况
三、市场调查分析
四、市场竞争状况
第二节 国际跨境电商区域格局特征分析
一、区域格局分析
二、欧洲市场规模最大
三、北美市场最受欢迎

四、亚洲市场增长最快
第三节 美国
一、美国跨境电商消费市场规模
二、美国跨境电商市场调查分析
三、美国跨境电商主要平台介绍
第四节 西班牙
一、西班牙电子商务状况
二、西班牙跨境电商的机遇
三、西班牙电商首选支付方式
四、西班牙电子商务法律法规
五、进入西班牙电商市场的风险及措施
第五节 俄罗斯
一、俄罗斯跨境电商状况
二、俄罗斯电商支付方式
三、进入俄罗斯电商市场的风险
第六节 波兰
一、波兰电子商务状况
二、波兰跨境电商的机遇
三、波兰电商支付方式
四、波兰电子商务法律
五、进入波兰电商市场的风险
第七节 加拿大
一、加拿大电商状况
二、加拿大跨境电商的机遇
三、加拿大电商支付方式
四、加拿大电子商务法律
五、进入加拿大电商市场的风险及措施
第八节 土耳其
一、土耳其电商市场状况
二、土耳其跨境电商的机遇
三、土耳其电商支付方式
四、土耳其电子商务法律

五、进入土耳其电商市场的风险
第九节 日本
一、日本电商状况
二、日本跨境电子商务的机遇
三、日本电商支付方式
四、进入日本市场的风险
第十节 法国
一、法国电商市场状况
二、法国跨境电子商务的机遇
三、法国电商支付方式
四、法国电子商务法律
五、进入法国市场的风险

第十六章 对跨境电子商务市场发展前景分析
第一节 中国跨境电子商务市场发展前景及趋势
一、发展前景分析
二、市场发展趋向
三、交易平台的发展趋势
第二节 对2016-2022年中国跨境电子商务市场预测
一、对中国跨境电子商务发展因素分析
二、对2016-2022年中国跨境电子商务交易总额预测
三、对2016-2022年中国进口电子商务交易额预测
四、对2016-2022年中国出口电子商务交易额预测

图表目录：

图表：跨境电商平台的交易流程
图表：2011-2015年中国国内生产总值及其增长速度
图表：2015年前三季度国民经济初步核算
图表：2011-2015年中国固定资产投资（不含农户）统计
图表：2015年全国固定资产投资（不含农户）同比增速
图表：2015年东中西部地区房地产开发投资情况
图表：2015年社会消费品总额同比增速

图表：2015年规模以上工业增加值同比增速
图表：2015年累计主营业务收入与利润总额同比增速
图表：2015年累计利润率与每百元主营业务收入中的成本
图表：2015年规模以上工业企业主要财务指标
图表：2015年规模以上工业企业经济效益指标
图表：2014-2015年中国对外贸易月度进、出口增速
图表：2012-2015年中国对外贸易季度进、出口增速
图表：2015年中国进出口贸易方式和企业性质情况
图表：2015年中国与主要贸易伙伴进出口额及比重
图表：2015年中国区域（不包括港澳台）进出口情况
图表：2015年前三季度中国出口主要商品量值表
图表：2014-2015年中国重点商品月度出口增速
图表：2015年前三季度中国进口主要商品量值表
图表：1980-2015年中国与美国货物贸易增速比较
图表：1980-2015年中国和美国在世界货物贸易中所占份额比较
图表：2010-2015年中国卫生技术人员人数统计
图表：2015年中国居民消费价格总水平
图表：2011-2015年中国网民规模和互联网普及率
图表：2011-2015年中国手机网民规模及其占网民比例
图表：2014-2015年我国网络购物/手机网络购物用户规模及使用率
图表：2014-2015年中国网上支付/手机网上支付用户规模及使用率
图表：2011-2015年中国跨境电子商务市场规模统计
图表：2011-2015年中国跨境电子商务交易在对外贸易中占比统计
图表：2011-2015年中国跨境电子商务市场结构
图表：2015年中国跨境电子商务试点城市分布
图表：跨境电商企业经营模式
图表：跨境电商企业进口模式
图表：2011-2015年中国出口电子商务市场规模统计
图表：2011-2015年B2B在出口电商交易中占比走势
图表：2011-2015年中国出口电商交易结构
图表：出口电商产业链
图表：2011-2015年中国进口电子商务市场规模统计

图表：2011-2015年中国进口跨境电子商务占跨境电商走势
图表：2015年跨境购物用户年龄分布
图表：敦煌网SWOT分析
图表：考虑用来提高信任度的资质和服务的大品牌
图表：跨境电子商务服务供应链模型
图表：2015年中国跨境支付企业TOP10
图表：2015年阿里巴巴活跃买家统计
图表：2015年阿里巴巴商品交易额统计
图表：2015年焦点科技经营情况
图表：2015年焦点科技发展能力
图表：2015年焦点科技盈利能力
图表：2015年焦点科技运营能力
图表：2015年焦点科技偿债能力
图表：2014年环球资源营业收入统计
图表：2012-2014年环球资源盈利能力分析
图表：2015年生意宝经营情况
图表：2015年生意宝发展能力
图表：2015年生意宝盈利能力
图表：2015年生意宝运营能力
图表：2015年生意宝偿债能力
图表：2014年兰亭集势经营情况
图表：2014年兰亭集势盈利能力
图表：2014年兰亭集势偿债能力
图表：2015年跨境电商融资项目统计
图表：2015年电商融资项目区域统计
图表：2010-2015年9月中国跨境电商领域重点项目融资结构
图表：2015年年-9月蜜芽宝贝融资
图表：2010-2015年9月中国跨境电商领域重点融资项目投资机构分析
图表：投融界平台跨境电商行业占比
图表：2013-2014年全球跨境电子商务交易额统计
图表：2014年西班牙电商交易额
图表：2014年西班牙电商分行业交易额占比

图表：2014年西班牙电商地域分布

图表：2016-2022年中国跨境电子商务交易总额预测

图表：2016-2022年中国进口电子商务交易额预测

图表：2016-2022年中国出口电子商务交易额预测

详细请访问：https://www.icandata.com/view/278460.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提供专业投资咨询报告、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。