



艾凯咨询
ICAN Consulting

2017-2023年中国家居建材流通 市场需求及投资前景分析报告

一、调研说明

《2017-2023年中国家居建材流通市场需求及投资前景分析报告》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/28742/>

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

报告目录：

第1章：中国家居建材流通行业发展综述18

1.1家居建材流通行业定义18

1.1.1家居建材流通行业的定义18

1.1.2家居建材流通的相关分类18

1.2家居建材流通行业发展环境18

1.2.1家居建材流通政策环境18

(1) 行业主管部门及管理体制18

(2) 流通行业相关法律法规19

(3) 流通行业相关政策20

1.2.2家居建材流通经济环境22

(1) 国内经济增速情况22

(2) 对外贸易情况分析23

(3) 宏观经济与行业的相关性25

1.2.3家居建材流通社会环境26

(1) 居民收入水平分析26

(2) 居民消费特点分析27

第2章：家居建材流通行业上游分析30

2.1玻璃制造行业发展分析30

2.1.1玻璃行业的产量分析30

2.1.2玻璃行业的销量分析30

2.1.3玻璃行业进出口分析31

2.1.4玻璃行业产销率分析32

2.2人造板制造行业发展分析33

2.2.1人造板行业的产量分析33 2.2.2人造板行业的销量分析33 2.2.3人造板行业的市场规模34

2.2.4人造板行业产销率分析35

2.3金属门窗制造行业发展分析36

2.3.1金属门窗行业的市场规模36

- 2.3.2金属门窗行业产销率分析37
- 2.4卫生陶瓷制造行业发展分析38
 - 2.4.1卫生陶瓷行业的产量分析38
 - 2.4.2卫生陶瓷行业的市场规模38
 - 2.4.3卫生陶瓷行业产销率分析39
- 2.5砖瓦石材制造行业发展分析40
 - 2.5.1砖瓦石材行业的市场规模40
 - 2.5.2砖瓦石材行业产销率分析40
- 2.6其他家居建材制造行业发展分析41
 - 2.6.1石膏板行业产量分析41
 - 2.6.2木地板行业产量分析42
 - 2.6.3幕墙行业的产量分析43
- 2.7家居建材流通行业上游发展总结44

第3章：中国家居建材流通行业市场现状及前景46

- 3.1家居建材流通行业市场规模46
 - 3.1.1家居建材流通行业发展历程46
 - 3.1.2家居建材流通行业市场规模47
- 3.2家居建材流通行业发展特征47
 - 3.2.1家居建材流通行业区域性特征47
 - 3.2.2家居建材流通行业季节性特征48
- 3.3家居建材流通行业市场竞争49
 - 3.3.1家居建材流通行业扩张情况49
 - 3.3.2家居建材流通行业收购兼并50
 - 3.3.3家居建材流通行业竞争格局51
 - 3.3.4家居建材流通行业竞争趋势52
- 3.4家居建材流通行业影响因素53
 - 3.4.1家居建材流通行业有利影响因素53
 - 3.4.2家居建材流通行业不利影响因素56
- 3.5家居建材流通行业市场前景57
 - 3.5.1家居建材流通行业成长性57
 - 3.5.2家居建材流通行业发展趋势58

3.5.3家居建材流通行业市场前景60

第4章：中国家居建材行业流通模式分析62

4.1家居建材行业主要流通业态分析62

4.2家居建材超市业态发展现状及趋势62

4.2.1家居建材超市业态优劣势分析62

4.2.2家居建材超市业态发展现状63

4.2.3家居建材超市业态代表商家64

4.2.4家居建材超市业态盈利模式64

4.2.5家居建材超市业态发展趋势65

4.3家居建材专业市场业态发展现状及趋势66

4.3.1家居建材专业市场业态优劣势分析66

4.3.2家居建材专业市场业态发展现状66

4.3.3家居建材专业市场业态代表商家67

4.3.4家居建材专业市场业态盈利模式68

4.3.5家居建材专业市场业态发展趋势69

4.4家居建材品牌专卖店业态发展现状及趋势70

4.4.1家居建材品牌专卖店业态优劣势分析70

4.4.2家居建材品牌专卖店业态发展现状71

4.4.3家居建材品牌专卖店业态代表商家71

4.4.4家居建材品牌专卖店业态盈利模式72

4.4.5家居建材品牌专卖店业态发展趋势72

4.5其他流通业态发展现状及趋势73

4.5.1摊位制建材市场73

4.5.2仓储式厂家直营卖场74

4.6家居建材行业电子商务模式发展现状及展望75

4.6.1家居建材行业电子商务发展困局75

4.6.2家居建材行业电子商务交易规模76

4.6.3家居建材行业电子商务代表商家77

4.6.4家居建材行业电子商务发展对策78

4.6.5家居建材行业电子商务发展展望79

第5章：中国家居建材流通行业重点区域市场现状及竞争策略81

5.1各级城市家居建材市场特点81

5.1.1线城市81

5.1.2线城市81

5.1.3线及以下城市81

5.2北京家居建材流通行业现状及竞争策略82

5.2.1北京经济环境分析82

(1) 北京经济总量分析82

(2) 北京人均收入水平83

5.2.2北京房地产市场分析83

(1) 北京房地产相关政策83

(2) 北京商品住宅开发投资分析85

(3) 北京商品住宅供需平衡分析86

5.2.3北京家居建材流通行业现状及竞争策略87

(1) 北京家居建材流通行业发展规模87

(2) 北京家居建材流通行业竞争形势89

(3) 北京家居建材流通市场竞争策略90

5.3上海家居建材流通行业现状及竞争策略91

5.3.1上海经济环境分析91

(1) 上海经济总量分析91

(2) 上海人均收入水平91

5.3.2上海房地产市场分析92

(1) 上海房地产相关政策92

(2) 上海商品住宅开发投资分析94

(3) 上海商品住宅供需平衡分析94

5.3.3上海家居建材流通行业现状及竞争策略96

(1) 上海家居建材流通行业发展规模96

(2) 上海家居建材流通行业竞争形势97

(3) 上海家居建材流通市场竞争策略98

5.4广州家居建材流通行业现状及竞争策略98

5.4.1广州经济环境分析98

(1) 广州经济总量分析98

- (2) 广州人均收入水平99
- 5.4.2广州房地产市场分析100
 - (1) 广州房地产相关政策100
 - (2) 广州商品住宅开发投资分析101
 - (3) 广州商品住宅供需平衡分析102
- 5.4.3广州家居建材流通行业现状及竞争策略103
 - (1) 广州家居建材流通行业发展规模104
 - (2) 广州家居建材流通行业竞争形势104
 - (3) 广州家居建材流通市场竞争策略104
- 5.5深圳家居建材流通行业现状及竞争策略106
 - 5.5.1深圳经济环境分析106
 - (1) 深圳经济总量分析106
 - (2) 深圳人均收入水平107
 - 5.5.2深圳房地产市场分析108
 - (1) 深圳房地产相关政策108
 - (2) 深圳商品住宅开发投资分析110
 - (3) 深圳商品住宅供需平衡分析111
 - 5.5.3深圳家居建材流通行业现状及竞争策略112
 - (1) 深圳家居建材流通行业发展规模113
 - (2) 深圳家居建材流通行业竞争形势113
 - (3) 深圳家居建材流通市场竞争策略114
- 5.6天津家居建材流通行业现状及竞争策略114
 - 5.6.1天津经济环境分析114
 - (1) 天津经济总量分析114
 - (2) 天津人均收入水平115
 - 5.6.2天津房地产市场分析116
 - (1) 天津房地产相关政策116
 - (2) 天津商品住宅开发投资分析117
 - (3) 天津商品住宅供需平衡分析117
 - 5.6.3天津家居建材流通行业现状及竞争策略118
 - (1) 天津家居建材流通行业发展规模119
 - (2) 天津家居建材流通行业竞争形势119

- (3) 天津家居建材流通市场竞争策略119
- 5.7武汉家居建材流通行业现状及竞争策略119
 - 5.7.1武汉经济环境分析119
 - (1) 武汉经济总量分析120
 - (2) 武汉人均收入水平120
 - 5.7.2武汉房地产市场分析121
 - (1) 武汉房地产相关政策121
 - (2) 武汉商品住宅开发投资分析122
 - (3) 武汉商品住宅供需平衡分析123
 - 5.7.3武汉家居建材流通行业现状及竞争策略124
 - (1) 武汉家居建材流通行业发展规模125
 - (2) 武汉家居建材流通行业竞争形势125
 - (3) 武汉家居建材流通市场竞争策略125
- 5.8重庆家居建材流通行业现状及竞争策略126
 - 5.8.1重庆经济环境分析126
 - (1) 重庆经济总量分析126
 - (2) 重庆人均收入水平127
 - 5.8.2重庆房地产市场分析128
 - (1) 重庆房地产相关政策128
 - (2) 重庆商品住宅开发投资分析129
 - (3) 重庆商品住宅供需平衡分析130
 - 5.8.3重庆家居建材流通行业现状及竞争策略131
 - (1) 重庆家居建材流通行业发展规模131
 - (2) 重庆家居建材流通行业竞争形势131
 - (3) 重庆家居建材流通市场竞争策略133
- 5.9无锡家居建材流通行业现状及竞争策略134
 - 5.9.1无锡经济环境分析134
 - (1) 无锡经济总量分析134
 - (2) 无锡人均收入水平134
 - 5.9.2无锡房地产市场分析135
 - (1) 无锡房地产相关政策135
 - (2) 无锡商品住宅开发投资分析137

- (3) 无锡商品住宅供需平衡分析137
- 5.9.3无锡家居建材流通行业现状及竞争策略138
 - (1) 无锡家居建材流通行业发展规模139
 - (2) 无锡家居建材流通行业竞争形势139
 - (3) 无锡家居建材流通市场竞争策略139
- 5.10长沙家居建材流通行业现状及竞争策略139
 - 5.10.1长沙经济环境分析139
 - (1) 长沙经济总量分析140
 - (2) 长沙人均收入水平140
 - 5.10.2长沙房地产市场分析141
 - (1) 长沙房地产相关政策141
 - (2) 长沙商品住宅开发投资分析143
 - (3) 长沙商品住宅供需平衡分析143
 - 5.10.3长沙家居建材流通行业现状及竞争策略144
 - (1) 长沙家居建材流通行业发展规模145
 - (2) 长沙家居建材流通行业竞争形势145
 - (3) 长沙家居建材流通市场竞争策略146
- 5.11西宁家居建材流通行业现状及竞争策略147
 - 5.11.1西宁经济环境分析147
 - (1) 西宁经济总量分析147
 - (2) 西宁人均收入水平147
 - 5.11.2西宁房地产市场分析148
 - (1) 西宁房地产相关政策148
 - (2) 西宁商品住宅开发投资分析149
 - (3) 西宁商品住宅供需平衡分析150
 - 5.11.3西宁家居建材流通行业现状及竞争策略151
 - (1) 西宁家居建材流通行业发展规模152
 - (2) 西宁家居建材流通行业竞争形势152
 - (3) 西宁家居建材流通市场竞争策略152

第6章：中国家居建材流通企业经营状况分析153

6.1国际家居建材流通企业在华经营状况分析153

6.1.1瑞典宜家家居公司153

- (1) 发展规模及全球规模153
- (2) 主营业务及产品结构153
- (3) 在华发展进程及规模154
- (4) 在华本土化分析155
- (5) 在华发展优劣势分析155
- (6) 在华发展战略规划156

6.1.2英国翠丰集团156

- (1) 发展规模及全球规模156
- (2) 主营业务及产品结构157
- (3) 在华发展进程及规模157
- (4) 在华本土化分析158
- (5) 在华发展优劣势分析158
- (6) 在华资本运营动向158
- (7) 在华发展战略规划159
- (8) 在华发展瓶颈分析159

6.2国内家居建材流通企业经营状况分析159

6.2.1红星美凯龙家居集团股份有限公司经营状况分析159

- (1) 企业发展简况159
- (2) 企业业务能力160
- (3) 企业门店网络160
- (4) 企业物流体系161
- (5) 企业服务政策及特色161
- (6) 企业业态模式161
- (7) 企业经营优劣势161
- (8) 企业发展战略162
- (9) 企业最新发展动向162

6.2.2北京居然之家投资控股集团有限公司经营状况分析162

- (1) 企业发展简况162
- (2) 企业业务能力163
- (3) 企业门店网络164
- (4) 企业服务政策及特色164

(5) 企业业态模式165

(6) 企业经营优劣势165

(7) 企业最新发展动向165

6.2.3上海月星控股集团有限公司经营状况分析166

(1) 企业发展简况166

(2) 企业业务能力166

(3) 企业门店网络167

(4) 企业服务政策及特色168

(5) 企业业态模式168

(6) 企业经营优劣势168

(7) 企业最新发展动向169

6.2.4吉盛伟邦家具集团经营状况分析169

(1) 企业发展简况169

(2) 企业业务能力170

(3) 企业门店网络170

(4) 企业服务政策及特色171

(5) 企业业态模式171

(6) 企业经营优劣势172

(7) 企业最新发展动向172

6.2.5武汉欧亚达家居集团有限公司经营状况分析172

(1) 企业发展简况172

(2) 企业业务能力173

(3) 企业门店网络173

(4) 企业服务政策及特色174

(5) 企业业态模式175

(6) 企业经营优劣势175

(7) 企业最新发展动向176

6.2.6金海马集团经营状况分析176

(1) 企业发展简况析176

(2) 企业门店网络177

(3) 门店入驻品牌177

(4) 企业服务政策及特色177

- (5) 企业业态模式177
- (6) 企业经营优劣势177
- (7) 企业最新发展动向178
- 6.2.7北京东方家园家居广场市场有限公司经营状况分析178
 - (1) 企业发展简况178
 - (2) 企业业务能力179
 - (3) 门店入驻品牌179
 - (4) 企业门店网络180
 - (5) 企业经营优劣势180
- 6.2.8深圳市乐安居投资集团有限公司经营状况分析180
 - (1) 企业发展简况180
 - (2) 企业业务能力181
 - (3) 企业门店网络181
 - (4) 企业服务政策及特色182
 - (5) 企业业态模式182
 - (6) 企业经营优劣势182
- 6.2.9好美家装潢建材有限公司经营状况分析182
 - (1) 企业发展简况182
 - (2) 企业业务能力183
 - (3) 企业门店网络183
 - (4) 企业服务政策及特色184
 - (5) 企业业态模式185
 - (6) 企业经营优劣势185
 - (7) 企业最新发展动向186
- 6.2.10金盛置业投资集团有限公司经营状况分析186
 - (1) 企业发展简况186
 - (2) 企业主营业务186
 - (3) 企业门店网络186
 - (4) 企业业态模式187
 - (5) 企业经营优劣势187
- 6.2.11北京集美家居市场集团有限公司经营状况分析187
 - (1) 企业发展简况187

- (2) 企业业务能力188
- (3) 企业门店网络188
- (4) 企业服务政策及特色188
- (5) 企业业态模式189
- (6) 企业经营优劣势189
- (7) 企业最新发展动向189
- 6.2.12北京爱家世界家居汇展市场有限公司经营状况分析189
 - (1) 企业发展简况189
 - (2) 企业主营业务190
 - (3) 企业门店网络190
 - (4) 企业服务政策及特色190
 - (5) 企业业态模式191
 - (6) 企业经营优劣势191
- 6.2.13上海九百家居装饰商城有限公司经营状况分析192
 - (1) 企业发展简况192
 - (2) 企业业务能力192
 - (3) 企业门店网络192
 - (4) 企业服务政策及特色193
 - (5) 企业业态模式193
 - (6) 企业经营优劣势193
- 6.2.14上海剪刀石头布家居实业有限公司经营状况分析193
 - (1) 企业发展简况193
 - (2) 企业业务能力194
 - (3) 企业门店网络194
 - (4) 企业服务政策及特色195
 - (5) 企业业态模式195
 - (6) 企业经营优劣势195
- 6.2.15上海简之爱生活用品有限公司经营状况分析195
 - (1) 企业发展简况195
 - (2) 企业业务能力196
 - (3) 企业门店网络196
 - (4) 企业业态模式197

(5) 企业经营优劣势197

(6) 企业最新发展动向197

6.2.16北京曲美兴业家具有限公司经营状况分析197

(1) 企业发展简况197

(2) 企业业务能力198

(3) 企业门店网络198

(4) 企业服务政策及特色199

(5) 企业业态模式200

(6) 企业经营优劣势200

(7) 企业最新发展动向201

6.2.17美克美家家具连锁有限公司经营状况分析201

(1) 企业发展简况201

(2) 企业业务能力201

(3) 企业门店网络202

(4) 企业服务政策及特色202

(5) 企业业态模式202

(6) 企业经营优劣势203

(7) 企业最新发展动向203

6.2.18北京博航一统装饰材料有限公司经营状况分析203

(1) 企业发展简况203

(2) 企业业务能力204

(3) 企业门店网络204

(4) 企业服务政策及特色204

(5) 企业业态模式205

(6) 企业经营优劣势205

(7) 企业最新发展动向205

6.3国内家居建材流通行业电子商务企业发展分析205

6.3.1巢尚商城发展分析205

(1) 企业发展简况205

(2) 主营业务及产品206

(3) 合作品牌206

(4) 企业服务政策及特色206

(5) 企业经营优劣势207

6.3.2兔宝宝商城发展分析207

(1) 企业发展简况207

(2) 企业业务能力208

(3) 主要经济指标209

(4) 企业盈利能力209

(5) 企业运营能力211

(6) 企业偿债能力212

(7) 企业发展能力212

(8) 企业门店网络213

(9) 企业服务政策及特色213

(10) 企业业态模式213

(11) 企业经营优劣势213

(12) 最新发展动向214

6.3.3新浪乐居网发展分析214

(1) 企业发展简况214

(2) 主营业务及产品215

(3) 合作品牌215

(4) 企业服务政策及特色215

(5) 企业经营现状215

(6) 企业经营优劣势216

6.3.4搜狐家居商城发展分析216

(1) 企业发展简况216

(2) 主营业务及产品217

(3) 合作品牌217

(4) 企业服务政策及特色217

(5) 企业经营优劣势217

6.3.5齐家网发展分析217

(1) 企业发展简况217

(2) 企业业务能力218

(3) 企业发展规模219

(4) 企业服务政策及特色219

- (5) 企业业态模式219
- (6) 企业经营优劣势219
- (7) 企业最新发展动向220

第7章：中国家居建材流通行业发展壁垒及风险提示221(AKWZY)

7.1家居建材流通行业发展壁垒221

7.1.1资金壁垒221

7.1.2市场壁垒221

(1) 商圈壁垒221

(2) 渠道壁垒221

(3) 品牌壁垒221

7.1.3人才壁垒222

7.2家居建材流通行业风险提示222

7.2.1房地产调控政策风险222

7.2.2宏观经济波动风险223

7.2.3行业竞争风险223

7.2.4经营管理风险224

(1) 中国家居建材卖场关键成功因素分析225

7.3家居建材卖场选址225

7.3.1家居建材卖场选址变迁225

7.3.2领先家居建材卖场选址要求226

(1) 红星美凯龙卖场选址要求227

(2) 居然之家卖场选址要求227

(3) 宜家卖场选址要求227

(4) 东方家园卖场选址要求227

(5) 百安居卖场选址要求227

(6) 集美家居建材卖场选址要求228

7.4家居建材卖场设计228

7.4.1家居建材卖场设计原则228

7.4.2家居建材卖场设计要素229

7.4.3家居建材卖场布置策略231

7.4.4家居建材卖场补给线设计原则231

7.5家居建材卖场定位	232
7.5.1家居建材卖场产品定位	232
7.5.2家居建材卖场客户定位	232
7.5.3家居建材卖场业态组合定位	232
7.6家居建材卖场招商	233
7.6.1家居建材卖场招商定位	233
7.6.2家居建材卖场招商考核	233
7.6.3家居建材卖场招商侧重	233
7.7家居建材卖场管理	234
7.7.1家居建材卖场经营管理	234
7.7.2家居建材卖场物业管理	234
7.7.3家居建材卖场售后服务	235

部分图表目录：

图表1：家居建材流通行业的分类	18
图表2：我国家居建材流通行业主管部门、自律组织及其相关职责	19
图表3：我国家居建材行业相关标准及法律法规	19
图表4：我国流通行业相关法律法规	20
图表5：2005年以来中国国内生产总值走势图（单位：亿元，%）	22
图表6：2009年以来我国进出口贸易同比增速（单位：%）	24
图表7：2012年以来我国进出口贸易差额（单位：亿美元）	25
图表8：2003年以来我国城镇居民人均可支配收入及同比增速（单位：元，%）	26
图表9：2003年以来我国农村居民人均纯收入及同比增速（单位：元，%）	27
图表10：我国不同年代人群及对家居建材的消费特点	27
图表11：我国不同消费形态人群及对家居建材的消费特点	28
图表12：2008年以来我国平板玻璃产量及同比增速（单位：万重量箱，%）	30
图表13：2008年以来我国平板玻璃销量及同比增速（单位：万重量箱，%）	31
图表14：2008年以来我国平板玻璃出口量及同比增速（单位：万平方米，%）	31
图表15：2008年以来我国平板玻璃产销率走势（单位：%）	32
图表16：2008年以来我国人造板产量及同比增速（单位：万立方米，%）	33
图表17：2008年以来我国人造板销量及同比增速（单位：万立方米，%）	34
图表18：2008年以来我国人造板制造行业销售收入及同比增速（单位：亿元，%）	34

图表19：2008年以来我国人造板行业产销率走势（单位：%）35

图表20：2008年以来我国金属门窗制造行业销售收入及同比增速（单位：亿元，%）36

图表21：2008年以来我国金属门窗制造行业产销率走势（单位：%）37

图表22：2008年以来我国卫生陶瓷产量及同比增速（单位：亿件，%）38

图表23：2008年以来我国卫生陶瓷制造行业销售收入及同比增速（单位：亿元，%）38

图表24：2008年以来我国卫生陶瓷制造行业产销率走势（单位：%）39

图表25：2008年以来我国砖瓦、石材等建材制造行业行业销售收入及同比增速（单位：亿元，%）40

图表26：2008年以来我国砖瓦、石材等建筑材料制造行业产销率走势（单位：%）40

图表27：2008年以来我国石膏板产量及同比增速（单位：亿立方米，%）41

图表28：2008年以来我国木地板产量及同比增速（单位：万平方米，%）42

图表29：2001年以来我国建筑幕墙产量及同比增速（单位：万平方米，%）43

图表30：2001年以来我国建筑幕墙累计产量及同比增速（单位：万平方米，%）43

图表31：2010年以来全国建材家居景气指数（BHI）走势45

图表32：我国家居建材流通行业发展历程46

图表33：2008年以来全国规模以上家居建材市场销售额及增长率（单位：万亿元，%）47

图表34：我国家居建材流通行业的区域性特征48

图表35：2010年以来全国建材家居景气指数（BHI）走势（分年度）48

图表36：我国家居建材流通行业竞争格局51

图表37：2001年以来我国城镇化水平发展进程（单位：%）54

图表38：我国正处于城市化进程加速阶段（单位：%）54

图表39：2003年以来全国商品住宅销售面积及同比增速（单位：万平方米，%）57

图表40：我国家居建材流通行业发展趋势58

图表41：2016-2021年全国规模以上家居建材市场销售额及预测（单位：万亿元）61

图表42：中国家居建材流通行业主要业态62

图表43：家居建材超市业态优劣势分析62

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/28742/>

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。