



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009年中国乳制品行业市场分析 及发展前景预测报告

一、调研说明

《2009年中国乳制品行业市场分析及发展前景预测报告》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/10316.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

乳业已成为中国现代化食品制造业之一，中国乳制品产量和总产值在最近的10年内增长了10倍以上。国家"十一五"规划出台以后，加快奶业发展提上了日程，这对以农业和畜牧业为基础的乳业具有深远影响。2006年我国人均奶类占有量为21.7公斤，尽管这一数字只是世界平均水平的五分之一左右，但与10年前相比，年均增长率达14.6%。

随着中国乳业的迅速发展，产品结构发生很大的变化，已成为技术装备先进、产品品种较为齐全、初具规模的现代化食品制造业，随着中国人民生活水平的逐渐提高，乳制品消费市场会不断扩大并趋于成熟，中国将成为世界上乳制品消费最大的潜在市场。

本研究报告分十六章，从宏观环境，市场格局，产业政策，行业运行，产品与技术发展，市场动态等各个方面对乳制品行业进行了全景的分析与预测，并提出了对策与投资建议，是一份全面而权威的乳制品行业研究参考资料。

报告数据主要来源于国家统计局、国研数据中心、海关总署等权威机构，希望本报告能够帮助乳制品行业企业及相关投资机构把握行业发展、了解市场运行情况，做出正确的决策。

第一章 2007年全球乳制品行业发展分析 1

第一节 全球乳制品需求强劲分析 1

第二节 全球乳制品主要消费市场分析 1

第三节 全球乳制品贸易状况分析 2

第四节 中国成为世界乳业发展标杆分析 3

第二章 中国乳制品行业发展现状及策略分析 4

第一节 2007年中国乳制品行业现状分析 4

第二节 中国乳制品行业技术环境分析 5

一、我国奶牛养殖业技术环境分析 5

（一）近年我国奶牛养殖模式分析 5

（二）2007-2010年中国奶业的发展环境分析 6

二、乳制品加工技术 7

（一）巴氏杀菌 7

（二）灭菌乳的加工 8

（三）酸乳的加工 10

（四）乳酸菌饮料的加工工艺 11

（五）乳制品的包装技术分析 15

三、我国奶业发展亟待突破的技术难点 16

第三节 中国乳业存在问题与差距分析 18

一、中国乳品质量安全问题 18

二、中国与世界水平存在差距 19

三、乳业自主创新能力分析 20

第四节 中国乳制品发展策略分析 22

一、中国乳业品牌的追随策略分析 22

二、采取适度宏观调控等措施推动乳业升级发展 23

三、技术创新是乳制品行业发展的出路 24

四、奶业发展的产业化经营 24

五、加强奶业环境保护走可持续发展之路 26

第三章 2007年中国乳制品市场发展状况分析 29

第一节 2007年乳制品市场状况分析 29

一、中国乳业市场形势分析 29

二、原料上涨乳业却打价格战 31

三、中国乳业市场逐步走向"三国"鼎立 33

第二节 乳品市场问题与挑战 34

一、乳品业之价格战 34

二、中国乳品安全接轨国际的困惑 35

三、中国巴氏奶仍陷入内忧外患 36

第三节 乳品市场发展策略及前景分析 39

一、中国牛奶市场的特点及营销推广 39

二、乳品新产品开发的有效途径 43

三、中国将成全球乳制品消费最大潜在市场 45

第四章 2007年中国乳制品制造工业数据分析 47

第一节 2006-2007年11月中国液体乳及乳制品制造业总体数据分析 47

一、2006年1-12月中国全部液体乳及乳制品制造企业数据分析 47

二、2007年1-11月中国全部液体乳及乳制品制造企业数据分析 50

第二节 2006-2007年11月中国液体乳及乳制品制造不同所有制企业数据分析 52

一、2006年1-12月中国液体乳及乳制品制造不同所有制企业数据分析 52

- 二、2007年1-11月中国液体乳及乳制品制造不同所有制企业数据分析 53
- 第三节 2006-2007年11月中国液体乳及乳制品制造不同规模企业数据分析 54
- 一、2006年1-12月中国液体乳及乳制品制造不同规模企业数据分析 54
- 二、2007年1-11月中国液体乳及乳制品制造不同规模企业数据分析 54

第五章 2006-2007年中国乳制品产销数据分析 55

- 第一、2006-2007年11月中国乳制品产品产量数据 55
- 一、2006年1-12月中国重点省市乳制品产品产量数据 55
- 二、2007年1-11月中国重点省市乳制品产品产量数据 56
- 第二、2006-2007年11月中国液体乳产品产量数据 58
- 一、2006年1-12月中国重点省市液体乳产品产量数据 58
- 二、2007年1-11月中国重点省市液体乳产品产量数据 59
- 第三、乳制品销售收入前十家企业数据分析 61
- 一、2006年1-12月中国液体乳及乳制品制造业销售收入前十家企业 61
- 二、2007年1-11月中国液体乳及乳制品制造业销售收入前十家企业 62

第六章 2007年乳制品行业供给分析 64

第一节 我国乳制品行业整体供给分析 64

- 一、供给总量及速率分析 64
- 二、供给特点分析 65
- （一）产品种类更加丰富 65
- （二）质量标准全面提高 65
- （三）奶源建设更加扎实 65
- （四）乳品结构更加合理 65

第二节 我国乳制品行业供给分析及预测 66

- 一、在建及拟建项目分析 66
- （一）黄冈市现代化乳业综合项目 66
- （二）黑龙江奶源基地建设项目 66
- （三）塞北管理区十万头奶牛绿色奶源基地建设项目 67
- （四）蒙牛通州工厂二期工程 67
- （五）三鹿扩建日产1000吨液态奶生产线项目 67
- （六）良种奶牛繁育、优质奶源基地建设及乳制品深加工项目 68

(七) 伊利广东佛山150吨冷饮项目 68

二、产能分析及预测 68

第七章 2007年乳制品行业需求分析 70

第一节 我国乳制品行业整体需求分析 70

一、行业需求量及人均消费量分析 70

二、需求特点分析 70

三、影响乳制品消费的主要因素 71

第二节 我国乳制品行业需求结构分析 72

一、消费区域结构分析 72

二、消费品种结构分析 73

三、消费者构成分析 74

(一) 不同文化程度人群乳制品消费分析 74

(二) 不同职业人群乳制品消费分析 74

第三节 我国乳制品需求趋势分析 74

第八章 2007年中国乳制品行业竞争分析 76

第一节 乳制品行业发展阶段评价 76

第二节 乳制品行业竞争特点分析 77

一、乳制品行业市场竞争综合评价 77

二、中国乳制品行业竞争结构分析 78

(一) 供应商分析 78

(二) 购买者分析 78

(三) 替代品分析 78

(四) 潜在竞争者分析 79

(五) 产业内竞争者分析 80

三、中国乳制品行业竞争策略分析 81

(一) 全国型企业集团竞争策略的重点 81

(二) 地方型企业集团竞争策略重点 82

四、中国乳制品行业竞争发展趋势 83

(一) 市场竞争由产品竞争扩展到资源的竞争 83

(二) 从产品经营转向资本运营 83

(三) 宏观联合, 微观竞争 84

第三、乳品市场的品牌竞争 85

(一) 液体乳主要品牌的竞争状况 85

(二) 乳制品主要品牌的竞争状况 85

(三) 2007年的品牌竞争市场分析 86

第九章 细分子行业分析 88

第一节 液态奶发展状况分析 88

一、行业发展影响因素分析 88

(一) 优质奶源 88

(二) 先进的加工设备及雄厚的实力 88

(三) 先进的质量管理体系和严格到位的管理 89

(四) 运用"产品差异化"原则, 向高端, 功能性转移 89

二、供需市场分析 90

(一) 纯奶市场 90

(二) 酸奶市场 92

三、液态乳营销分析 93

(一) 中国液态乳营销中存在的问题 93

(二) 提高中国液态奶营销水平的途径 95

(三) 液态乳营销策略探析 96

(四) 浅析液态乳营销的分工及协同作战 100

(五) 光明液态乳营销渠道之模式分析 103

(六) UHT奶的社区营销发展策略 106

四、行业发展趋势分析 114

(一) 同质化中差异性发展 114

(二) 液态乳行业发展趋势 115

第二节 奶粉发展状况分析 115

一、奶粉行业分析 115

(一) 后奶粉时代的来临 115

(二) 奶粉业产品创新所面临的挑战 117

(三) 奶粉行业产品创新的原则 119

(四) 奶粉行业供求分析 123

二、奶粉市场分析 124

（一）奶粉企业争夺高端市场 124

（二）奶粉业面临涨价局面 125

（三）中国国产奶粉品牌迈向不同归宿 129

（四）中国奶粉市场蕴含巨大潜力 131

三、奶粉发展策略及趋势分析 133

（一）奶粉营销策略 133

（二）中国奶粉企业进入高端市场分析 135

（三）国产奶粉还须抓住质量关键 136

（四）奶粉行业发展趋势 138

第三节 奶酪发展状况分析 139

一、奶酪行业发展概况 139

二、奶酪行业影响因素分析 139

（一）价格因素 139

（二）口味 139

（三）消费观念 140

三、奶酪行业的供需分析 140

四、奶酪行业发展前景预测 140

第四节 冷饮行业发展状况分析 141

一、冷饮行业总体特征和现状 141

二、冷饮行业运行特点分析 142

（一）优胜劣汰出现质变，行业垄断势头增加 142

（二）中国的冰淇淋消费步伐加快 142

（三）冷饮企业新产品档次普遍提升 143

三、中国冰淇淋市场品牌竞争特点 143

四、浅析中国冰淇淋品牌竞争格局及策略 144

五、2007年冷饮行业运行趋势分析 146

第五节 学生奶市场发展状况分析 147

一、学生奶市场现状 147

二、学生奶发展影响因素 148

（一）行业利润空间 148

（二）管理监管力度 148

(三) 宣传普及知识 148

三、西方国家学生奶计划的现状及启示 149

(一) 西方国家学生奶计划的现状 149

(二) 西方国家学生奶计划的启示 149

四、学生奶审批权下放 150

第十章 细分区域市场分析 151

第一节 我国乳制品行业区域分布总体分析及预测 151

一、乳制品行业区域分布特点分析 151

二、乳制品产量分布特征分析 153

三、分区域经济效益状况分析 155

第二节 内蒙古乳制品行业发展分析及预测 157

一、内蒙古乳制品行业概述 157

二、内蒙古乳制品行业经济运行分析及预测 158

三、内蒙古乳制品行业发展条件分析及预测 159

第三节 河北省乳制品行业发展分析及预测 160

一、河北省乳制品工业概述 160

二、河北省乳制品行业经济运行分析及预测 160

三、河北省乳制品行业发展条件分析及预测 162

第四节 黑龙江省乳制品行业发展状况分析 162

一、黑龙江省乳制品工业概述 162

二、黑龙江省乳制品行业经济运行分析及预测 163

三、黑龙江省乳制品行业发展条件分析及预测 164

第五节 山东省乳制品行业发展分析 165

一、山东省乳制品工业概述 165

二、山东省乳制品行业经济运行分析及预测 165

三、山东省乳制品行业发展条件分析及预测 167

第六节 上海地区行业发展分析 167

一、上海地区乳制品工业概述 167

二、上海地区乳制品行业经济运行分析及预测 168

三、上海地区乳制品行业发展条件分析及预测 169

第十一章 中国外乳制品行业优势公司经营状况分析 171

第一节 瑞典雀巢公司 171

一、公司概况 171

二、公司在华发展状况分析 171

三、市场动态分析 173

第二节 法国达能集团 174

一、集团概况 174

二、市场发展 174

三、并购之道 177

第三节 美国惠氏公司 177

一、公司概况 177

二、公司发展状况分析 178

第四节 维维食品饮料股份有限公司 179

一、公司简介 179

二、公司经营状况分析 181

三、公司发展战略分析 183

第五节 内蒙古蒙牛乳业集团 189

一、公司简介 189

二、蒙牛集团营销渠道策略 190

三、蒙牛牛奶国际市场动态 192

第六节 伊利股份 193

一、伊利股份发展思路及趋势分析 193

二、公司主要产品市场情况 194

三、公司经营状况分析 196

第七节 光明乳业 199

一、2007年公司最新动态 199

二、2007年公司盈利趋势 200

三、公司经营状况分析 200

第八节 三鹿集团 202

一、公司简介 202

二、品牌运营分析 203

三、公司发展策略分析 207

第九节 黑龙江省完达山乳业集团 208

一、公司简介 208

二、品牌发展战略分析 209

第十节 北京三元食品股份有限公司 210

一、公司概况 210

二、公司经营状况分析 211

三、市场分析 213

四、公司发展综合评价及前景预测 213

第十二章 乳制品行业投资与效益分析 215

第一节 乳制品行业在国民经济中的地位 215

第二节 乳制品行业投资状况分析 216

一、乳制品行业投资总体状况分析 216

二、乳制品投资企业性质结构分析 216

第三节 2007年乳制品行业效益分析 218

一、乳制品行业总体盈利能力分析 218

二、乳制品行业总体偿债能力分析 219

三、乳制品行业总体运营能力分析 219

四、乳制品行业总体发展能力分析 219

五、效益影响因素分析 220

（一）成本费用分析 220

（二）相关行业影响分析 221

六、乳制品行业效益预测 224

第十三章 中国乳制品关联行业运行状况分析 225

第一节 包装行业 225

一、乳制品包装现状及发展趋势 225

二、影响中国乳制品包装因素 227

三、乳制品包装问题及创新设计 228

四、液态奶包装市场现状及主要问题 231

五、国外乳饮品包装趋势 234

第二节 奶牛饲养业 237

- 一、中国奶牛业发展现状 237
- 二、中国奶牛业发展推动力 246
- 三、奶牛饲养存在问题及对策 248
- 四、奶牛业发展前景 252

第十四章 2007-2010年中国乳制品发展前景预测分析 255

第一节 2007-2010年中国乳制品行业需求趋势与供给能力分析预测 255

一、2007-2010年中国乳制品消费需求预测分析 255

- (一) 消费总量将持续上涨 255
- (二) 城镇居民仍是消费主体 256
- (三) 乳业各部门将同步增长 256

二、中国乳品供给预测分析 257

第二节 2007-2010年中国乳制品行业市场竞争预测分析 257

- 一、中国乳业高端竞争趋势分析 257
- 二、2007年乳业变局：阵营之战利润之战 258
- 三、乳制品未来竞争趋势 259

第十五章 2007-2010年中国乳制品行业投资环境和风险分析 261

第一节 经济环境风险分析 261

- 一、经济环境风险分析 261
- 二、宏观调控政策分析 262
- 三、财政货币政策风险分析 263
- 四、汇率变化风险分析 264
- 五、通货膨胀风险分析 264

第二节 乳制品行业产业政策环境风险分析 264

- 一、“禁鲜令”对乳制品行业的风险分析 264
- 二、“奶牛良种繁育补贴”对乳制品行业风险分析 265
- 三、《乳制品感官质量评鉴细则》对乳制品行业风险分析 265

第三节 乳制品行业市场风险分析 266

- 一、行业经济周期性波动风险 266
- 二、国际市场风险分析 267
- 三、市场竞争风险分析 268

四、原材料供应风险 269

五、市场区域分割的风险 269

六、价格风险 269

第四节 乳制品行业运行风险 270

一、乳制品行业供需运行趋势分析 270

二、乳制品行业运行风险分析 271

第十六章 2007-2010年中国乳制品行业投资策略分析 273

第一节 中国乳制品中长期发展具体对策分析 273

第二节 国内乳制品企业应加强的对策 275

一、产品多元化 275

二、高质量运行方式 276

三、生态乳业是中国乳业发展必由之路 281

四、中国乳制品企业发展战略 284

表目录

表格 1：2006年1-12月中国全部液体乳及乳制品制造企业数据分析 47

表格 2：2007年1-11月中国全部液体乳及乳制品制造企业数据分析 50

表格 3：2006年1-12月中国液体乳及乳制品制造不同所有制企业数据分析 52

表格 4：2007年1-11月中国液体乳及乳制品制造不同所有制企业数据分析 53

表格 5：2006年1-12月中国液体乳及乳制品制造不同规模企业数据分析 54

表格 6：2007年1-11月中国液体乳及乳制品制造不同规模企业数据分析 54

表格 7：2006年1-12月中国重点省市乳制品产品产量数据 55

表格 8：2007年1-11月中国重点省市乳制品产品产量数据 56

表格 9：2006年1-12月中国重点省市液体乳产品产量数据 58

表格 10：2007年1-11月中国重点省市液体乳产品产量数据 59

表格 11：2006年1-12月中国液体乳及乳制品制造业销售收入前十家企业 61

表格 12：2007年1-11月中国液体乳及乳制品制造业销售收入前十家企业 62

表格 13：2005年、2006年乳制品产量 64

表格 14：2006年伊利新增产能（万吨）与增长幅度 69

表格 15：2005、2006年伊利蒙牛产能扩张统计 69

表格 16：城镇居民人均消费鲜奶量统计 73

表格 17：2006年度乳制品最具市场竞争力品牌名单	85
表格 18：酸奶功能性分类统计	89
表格 19：液态奶分销渠道模式比较表	97
表格 20：液态奶主要零售终端类型	98
表格 21：光明乳业主要城市保鲜奶渠道分布表	104
表格 22：光明乳业主要城市常温奶渠道分布表	104
表格 23：光明乳业主要城市常温、保鲜奶比例表	105
表格 24：2006年乳制品行业地区分布情况	151
表格 25：2006年乳制品产量区域分布状况	153
表格 26：2006年各乳制品行业区域经济效益状况	155
表格 27：2003-2006年内蒙古自治区乳制品产量	157
表格 28：2003-2006年内蒙古乳制品行业盈利能力及偿债能力对比分析	158
表格 29：2003-2006年内蒙古乳制品行业运行效率对比分析	158
表格 30：2003-2006年河北省乳制品产量	160
表格 31：2003-2006年河北省乳制品行业盈利能力及偿债能力对比分析	160
表格 32：2003-2006年河北省乳制品行业运行效率对比分析	161
表格 33：2003-2006年黑龙江乳制品产量	162
表格 34：2003-2006年黑龙江省乳制品行业盈利能力及偿债能力对比分析	163
表格 35：2003-2006年黑龙江省乳制品行业运行效率对比分析	163
表格 36：2003-2006年山东省乳制品产量	165
表格 37：2003-2006年山东省乳制品行业盈利能力及偿债能力对比分析	166
表格 38：2003-2006年山东省乳制品行业运行效率对比分析	166
表格 39：2003-2006年上海市乳制品产量	168
表格 40：2003-2006年上海市乳制品行业盈利能力及偿债能力对比分析	168
表格 41：2003-2006年上海市乳制品行业运行效率对比分析	169
表格 42：2006-2008年一季度维维食品饮料股份有限公司每股指标分析	181
表格 43：2006-2008年一季度维维食品饮料股份有限公司获利能力分析	181
表格 44：2006-2008年一季度维维食品饮料股份有限公司经营能力分析	181
表格 45：2006-2008年一季度维维食品饮料股份有限公司偿债能力分析	182
表格 46：2006-2008年一季度维维食品饮料股份有限公司资本结构分析	182
表格 47：2006-2008年一季度维维食品饮料股份有限公司发展能力分析	182
表格 48：2006-2008年一季度维维食品饮料股份有限公司现金流量分析	182

表格 49 : 2006-2007年维维食品饮料股份有限公司利润分配表	183
表格 50 : 2006-2008年一季度伊利股份每股指标分析	196
表格 51 : 2006-2008年一季度伊利股份获利能力分析	196
表格 52 : 2006-2008年一季度伊利股份经营能力分析	196
表格 53 : 2006-2008年一季度伊利股份偿债能力分析	197
表格 54 : 2006-2008年一季度伊利股份资本结构分析	197
表格 55 : 2006-2008年一季度伊利股份发展能力分析	197
表格 56 : 2006-2008年一季度伊利股份现金流量分析	197
表格 57 : 2006-2007年伊利股份利润分配表	198
表格 58 : 2006-2008年一季度光明乳业每股指标分析	200
表格 59 : 2006-2008年一季度光明乳业获利能力分析	200
表格 60 : 2006-2008年一季度光明乳业经营能力分析	201
表格 61 : 2006-2008年一季度光明乳业偿债能力分析	201
表格 62 : 2006-2008年一季度光明乳业资本结构分析	201
表格 63 : 2006-2008年一季度光明乳业发展能力分析	201
表格 64 : 2006-2008年一季度光明乳业现金流量分析	202
表格 65 : 2006-2008年一季度北京三元食品股份有限公司每股指标分析	211
表格 66 : 2006-2008年一季度北京三元食品股份有限公司获利能力分析	211
表格 67 : 2006-2008年一季度北京三元食品股份有限公司经营能力分析	211
表格 68 : 2006-2008年一季度北京三元食品股份有限公司偿债能力分析	211
表格 69 : 2006-2008年一季度北京三元食品股份有限公司资本结构分析	212
表格 70 : 2006-2008年一季度北京三元食品股份有限公司发展能力分析	212
表格 71 : 2006-2008年一季度北京三元食品股份有限公司现金流量分析	212
表格 72 : 2003-2006年乳制品行业盈利能力指标	218
表格 73 : 2003-2006年我国乳制品行业偿债能力指标	219
表格 74 : 2003-2006年我国乳制品行业运营能力指标	219
表格 75 : 2003-2006年我国乳制品行业发展能力指标	219
表格 76 : 2003-2006年乳制品行业各项费用及其增速	220
表格 77 : 2004-2006年GDP、乳制品工业总产值增速	267

图目录

图表 1 : 电子皮带称计量原理图	16
-------------------	----

图表 2：2003-2006年规模以上乳制品制造企业总数 64

图表 3：城镇居民人均乳制品消费量(千克/人) 70

图表 4：居民人均奶及奶制品消费前十名的城市 72

图表 5：2003-2006年乳制品销售收入、总资产及其增速 76

图表 6：2003-2006年单个企业平均固定资产净值 81

图表 7：全国大中城市居民各种奶及奶制品消费比例 90

图表 8：直营模式 108

图表 9：分销模式 109

图表 10：我国奶粉消费人群比例 123

图表 11：2002-2006年乳制品工业总产值占GDP比重 215

图表 12：2006年规模以上乳制品制造企业按企业性质分类及所占比例 216

图表 13：2003-2006年大、中型乳制品制造企业数量 217

图表 14：2004-2009年我国原奶收购价格走势及预测 218

图表 15：UHT奶及利乐包乳饮料成本构成 223

图表 16：其他乳品成本构成 223

图表 17：2003-2006年GDP、乳制品工业总产值 267

图表 18：2003-2006年乳制品行业产销量增速变化趋势 271

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/10316.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。