



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2009-2012年中国建筑陶瓷产业 动态分析及投资机会分析报告

## 一、调研说明

《2009-2012年中国建筑陶瓷产业动态分析及投资机会分析报告》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/125173.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](mailto: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 2008-2009年中国建筑陶瓷产业运行环境分析

#### 第一节 2008-2009年中国宏观经济环境分析

##### 一、中国GDP运行及增长分析

##### 二、固定资产投资情况分析

##### 三、进出口变化分析

#### 第二节 2008-2009年中国建筑陶瓷产业政策环境分析

##### 一、建筑卫生陶瓷产品质量检验管理办法

##### 二、中国环境标志建筑卫生陶瓷标准的要求

##### 三、建陶能耗新标准考验中国建筑陶瓷业

#### 第三节 2008-2009年中国建筑陶瓷产业社会环境分析

### 第二章 2008-2009年中国建筑陶瓷产业运行形势分析

#### 第一节 2008-2009年中国建筑陶瓷产业发展综述

##### 一、中国建筑陶瓷行业跨入体验经济时代

##### 二、中国建筑卫生陶瓷业迅猛发展

##### 三、2008年中国建筑陶瓷行业集体过冬

#### 第二节 2008-2009年中国建筑陶瓷行业发展面临的问题

##### 一、中国建筑陶瓷业面临七大危机

##### 二、国内建筑陶瓷行业的内忧外患

##### 三、建陶产业发展的五大层面问题

##### 四、中国建陶业速度制胜背后的危机

#### 第三节 2008-2009年中国建筑陶瓷行业的发展对策

##### 一、发展中国建筑陶瓷产业的建议

##### 二、中国建筑卫生陶瓷行业的发展策略

##### 三、国内建筑陶瓷行业速度制胜策略分析

##### 四、建陶业降低成本的五大策略

### 第三章 2006-2009年中国建筑陶瓷制品制造行业规模以上企业经济运行数据监测

#### 第一节 2005-2009年（按季度更新）中国建筑陶瓷制品制造行业数据监测回顾

##### 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、投资资产增长性

六、行业从业人数调查分析

第二节 2005-2009年（按季度更新）中国建筑陶瓷制品制造行业投资价值测算

一、销售利润率

二、销售毛利率

三、资产利润率

四、未来5年建筑陶瓷制品制造盈利能力预测

第三节 2005-2009年（按季度更新）中国建筑陶瓷制品制造行业产销率调查

一、工业总产值

二、工业销售产值

三、产销率调查

四、未来5年建筑陶瓷制品制造产品产销衔接预测

第四节 2005-2009年（按季度更新）建筑陶瓷制品制造出口交货值数据

一、出口交货值增长

二、出口交货值占工业产值的比重

第四章 2007-2008年全国及重点省市建筑陶瓷制品产量分析

第一节 2007-2008年全国及重点省市瓷质砖产量分析

一、2007年全国及重点省市瓷质砖产量分析

二、2008年全国及重点省市瓷质砖产量分析

三、2008年全国及主要省份瓷质砖产量增长性分析

第二节 2007-2008年全国及重点省市炻瓷砖产量分析

一、2007年全国及重点省市炻瓷砖产量分析

二、2008年全国及重点省市炻瓷砖产量分析

三、2008年全国及主要省份炻瓷砖产量增长性分析

第三节 2007-2008年全国及重点省市炻质砖产量分析

一、2007年全国及重点省市炻质砖产量分析

二、2008年全国及重点省市炻质砖产量分析

三、2008年全国及主要省份炻质砖产量增长性分析

第四节 2007-2008年全国及重点省市陶质砖产量分析

- 一、2007年全国及重点省市陶质砖产量分析
  - 二、2008年全国及重点省市陶质砖产量分析
  - 三、2008年全国及主要省份陶质砖产量增长性分析
- 第五节 2007-2008年全国及重点省市细炻砖产量分析
- 一、2007年全国及重点省市细炻砖产量分析
  - 二、2008年全国及重点省市细炻砖产量分析
  - 三、2008年全国及主要省份细炻砖产量分析

## 第五章 建筑陶瓷产品进出口数据分析

- 第一节 耐火砖、块、瓦及耐火陶瓷建材制品
- 第二节 陶瓷制建筑用砖、铺地砖、支撑或填充用砖
- 第三节 屋顶瓦、烟囱罩、通风帽等建筑用陶瓷制品
- 第四节 硅质化石粉等硅土砖、块、瓦及其它陶瓷制品
- 第五节 陶瓷套管、导管、槽管及管子配件
- 第六节 未上釉陶瓷贴面砖、铺面砖、马赛克及类似品
- 第七节 上釉陶瓷贴面砖、铺面砖、马赛克及类似品

## 第六章 2008-2009年中国建筑陶瓷市场运行动态分析

- 第一节 2008-2009年中国建筑陶瓷市场的发展概况
  - 一、中国建陶市场的形成阶段分析
  - 二、中国建筑陶瓷市场的"价格联盟"格局
  - 三、中国建筑陶瓷市场的"中国模式"简析
- 第二节 2008-2009年中国建筑陶瓷产品分析
  - 一、国内建筑陶瓷产品的总体情况
  - 二、建陶产品呈现出的几大特性
  - 三、建筑陶瓷的特色产品介绍
  - 四、建筑陶瓷产品的开发特点
  - 五、建陶产品的开发趋势
- 第三节 2008-2009年中国建筑陶瓷的品牌分析
  - 一、中国建筑陶瓷进入品牌整合期
  - 二、建筑陶瓷行业"中国名牌"面临诚信危机
  - 三、2008年建筑陶瓷企业名牌申报的特点

#### 四、国内建筑陶瓷业品牌格局分析

##### 第四节 2008-2009年中国建筑陶瓷企业的发展

- 一、中国建筑陶瓷企业综合生产成本上升
- 二、国内建筑陶瓷企业利润空间缩小
- 三、国内建筑陶瓷企业开打价格战
- 四、中国建陶企业需开辟国外新空间
- 五、中国建陶企业应大力发展环保和节约型"生产模式"

##### 第五节 2008-2009年中国建筑陶瓷出口分析

- 一、中国建筑陶瓷出口风险加大
- 二、国内建筑陶瓷行业出口面临的问题及对策
- 三、国内建筑陶瓷企业开拓美国市场分析

#### 第八章 2008-2009年中国瓷砖产业运行态势分析

##### 第一节 2008-2009年中国瓷砖的发展状况分析

- 一、2008年瓷砖行业的发展特点
- 二、中国瓷砖企业应对国际市场的策略
- 三、瓷砖十大品牌分析

##### 第二节 仿古砖的发展

- 一、中国仿古砖行业利润或将遭受挤压
- 二、仿古砖的相关认识分析
- 三、仿古砖产品创新的重要性分析

##### 第三节 抛光砖的发展

- 一、抛光砖渗污成因及相应对策
- 二、抛光砖的未来发展趋势

##### 第四节 马赛克的发展

- 一、马赛克行业的发展概况
- 二、中国马赛克市场的发展分析
- 三、推动中国马赛克业发展的措施

##### 第五节 外墙砖的发展

- 一、中国外墙砖的发展分析
- 二、福建外墙砖产品同质化分析

## 第九章 2008-2009年中国建筑陶瓷业的营销战略分析

### 第一节 2008-2009年中国建筑陶瓷业的营销状况

#### 一、集团消费引爆建筑陶瓷营销新格局

#### 二、建筑陶瓷行业的营销状况分析

#### 三、南昌市建筑陶瓷终端市场状况

#### 四、福建德化陶瓷业的营销特色

#### 五、欧雅陶瓷的"个性营销"解析

### 第二节 2008-2009年建筑陶瓷业的营销模式分析

#### 一、建筑陶瓷行业营销模式大盘点

#### 二、国内建筑陶瓷产业营销方式简析

#### 三、中国建筑陶瓷行业的外贸渠道分析

#### 四、建筑陶瓷行业的独特营销模式

#### 五、建陶企业营销渠道走向组合创新

### 第三节 2008-2009年中国建筑陶瓷业的整合营销分析

#### 一、整合营销的内涵

#### 二、整合营销在建筑陶瓷销售中的优势分析

#### 三、国内建筑陶瓷企业实施整合营销存在问题分析

#### 四、建筑陶瓷企业实施整合营销的策略

### 第四节 2008-2009年中国建筑陶瓷业网络营销分析

#### 一、网络营销的概念

#### 二、网络营销在建筑陶瓷营销中的应用

#### 三、做好网络营销先需进行定位

#### 四、中小建筑陶瓷企业网络营销分析

#### 五、建筑陶瓷企业网络营销策略浅析

### 第五节 2008-2009年中国建筑陶瓷业的营销策略分析

#### 一、营销活动应随建陶产品变化

#### 二、建筑陶瓷行业"多品牌"营销策略分析

#### 三、发展壮大建筑陶瓷品牌的营销之路

#### 四、陶瓷行业的创新营销分析

#### 五、陶瓷品牌在不同层级市场的营销策略分析

## 第十章 2008-2009年中国陶瓷、建筑陶瓷重点生产区域格局分析

## 第一节 2008-2009年广东省陶瓷、建筑陶瓷市场分析

- 一、佛山陶瓷品牌资源利用分析
- 二、佛山陶瓷企业频频转移扩张分析
- 三、2008年佛山建筑陶瓷业的发展分析
- 四、中国陶业借力佛山陶交会角逐建陶市场
- 五、佛山陶瓷企业大力进行节能减排
- 六、广东省编制建筑陶瓷能耗限额标准

## 第二节 2008-2009年中国福建省建筑陶瓷市场分析

- 一、福建晋江陶瓷产业发展综述
- 二、晋江建筑陶瓷产业集群品牌建设分析
- 三、福建晋江建筑陶瓷出口状况分析
- 四、泉州建陶企业面临污染源整治革命
- 五、福建闽清建筑陶瓷企业进行节能减排

## 第三节 2008-2009年山东陶瓷、建筑陶瓷市场分析

- 一、山东建筑陶瓷业的发展综述
- 二、山东双杨镇建陶企业的发展状况
- 三、山东建筑陶瓷业的三大瓶颈
- 四、淄博建陶工业园加快发展步伐的五要点
- 五、山东陶瓷交易市场趋势分析

## 第四节 2008-2009年四川省夹江陶瓷、建筑陶瓷市场分析

- 一、四川夹江陶瓷业的发展概况
- 二、夹江陶瓷业状况及动向的多角度透视
- 三、四川夹江陶瓷企业存在的瓶颈
- 四、四川夹江建陶产业的恢复措施
- 五、四川夹江建筑陶瓷企业的发展策略
- 六、四川夹江县打造西部瓷都区域品牌的策略

## 第五节 2008-2009年江西省陶瓷、建筑陶瓷市场分析

- 一、景德镇陶瓷产业新格局分析
- 二、高安建筑陶瓷业的八大优势
- 三、高安新兴建筑陶瓷主产区发展迅速
- 四、江西宜春成建筑陶瓷产业投资热土
- 五、江西建筑陶瓷企业艰难抗寒

六、推动高安建筑陶瓷产业发展的策略分析

七、2010年江西高安建筑陶瓷发展预测

第六节 2008-2009年其它地区陶瓷、建筑陶瓷市场分析

一、中国西部陶瓷市场需求增长

二、北京陶瓷市场的发展状况

三、湖北陶瓷企业应对高成本的四大举措

四、湖南岳阳陶瓷企业在建工程进展顺利

五、河北高邑建筑陶瓷业发展分析

六、新疆首个建筑陶瓷基地项目动工

第十一章 2008-2009年中国建筑陶瓷行业市场竞争格局分析

第一节 2008-2009年中国建筑陶瓷行业竞争概述

一、竞争对建筑陶瓷业的促进作用分析

二、建筑陶瓷行业核心竞争力分析

三、中国建筑陶瓷行业竞争战略选择的影响因素

第二节 2008-2009年中国建筑陶瓷市场竞争格局及态势分析

一、中国建筑陶瓷行业竞争加剧

二、中国建筑陶瓷业的竞争状况分析

三、建筑陶瓷细分产品的市场竞争状况分析

四、软瓷砖加剧中国建筑陶瓷行业竞争

五、国内建筑陶瓷产业发展的"波特五力模型"解析

六、建筑陶瓷业竞争发展趋势分析

第三节 2008-2009年中国建筑陶瓷市场竞争存在问题分析

一、2008年国内建筑陶瓷行业竞争压力大

二、中国建筑陶瓷业品牌竞争存在问题分析

三、中国陶瓷产品进入国际市场面临挑战

第四节 2008-2009年中国建筑陶瓷市场的竞争策略

一、中国建陶企业的竞争战略分析

二、市场竞争要求陶瓷业发展节能降耗

三、陶瓷企业应对低价竞争对策分析

四、中国建筑陶瓷企业应寻求核心竞争力

五、建筑陶瓷企业的品牌竞争对策分析

## 六、中国建筑陶瓷企业的竞争策略

### 第十二章 2008-2009年中国建筑陶瓷行业重点企业关键性财务分析

#### 第一节 上海斯米克建筑陶瓷股份有限公司

##### 一、公司概况

##### 二、公司主要数据指标分析

##### 三、公司竞争力分析

##### 四、公司未来发展战略分析

#### 第二节 广东科达机电股份有限公司

##### 一、公司概况

##### 二、公司主要数据指标分析

##### 三、公司竞争力分析

##### 四、公司未来发展战略分析

#### 第三节 山东江泉实业股份有限公司

##### 一、公司概况

##### 二、公司主要数据指标分析

##### 三、公司竞争力分析

##### 四、公司未来发展战略分析

#### 第四节 光宇集团有限公司

##### 一、公司简介

##### 二、公司主要经营数据指标分析

##### 三、公司竞争力分析

##### 四、公司未来战略分析

#### 第五节 杭州诺贝尔集团有限公司

##### 一、公司简介

##### 二、公司主要经营数据指标分析

##### 三、公司竞争力分析

##### 四、公司未来战略分析

#### 第六节 佛山高明顺成陶瓷有限公司

##### 一、公司简介

##### 二、公司主要经营数据指标分析

##### 三、公司竞争力分析

#### 四、公司未来战略分析

#### 第七节 佛山市三水新明珠建陶工业有限公司

##### 一、公司简介

##### 二、公司主要经营数据指标分析

##### 三、公司竞争力分析

##### 四、公司未来战略分析

#### 第八节 佛山新中源陶瓷有限公司

##### 一、公司简介

##### 二、公司主要经营数据指标分析

##### 三、公司竞争力分析

##### 四、公司未来战略分析

#### 第九节 佛山市嘉俊陶瓷有限公司

##### 一、公司简介

##### 二、公司主要经营数据指标分析

##### 三、公司竞争力分析

##### 四、公司未来战略分析

#### 第十节 佛山市三水博德精工建材有限公司

##### 一、公司简介

##### 二、公司主要经营数据指标分析

##### 三、公司竞争力分析

##### 四、公司未来战略分析

#### 第十一节 略。。。。。。。。

### 第十三章 2009-2012年中国建筑陶瓷产业发展趋势预测分析

#### 第一节 2009-2012年中国建筑陶瓷行业发展趋势分析

##### 一、国际建筑陶瓷市场的发展趋势

##### 二、中国建陶市场热点逐渐向北方地区转移

##### 三、中国建筑陶瓷业三大主题突出

##### 四、中国建筑陶瓷生产技术的未来发展趋势

#### 第二节 2009-2012年中国建筑陶瓷市场前景预测分析

##### 一、中国建陶业发展机遇分析

##### 二、建筑陶瓷业中小企业前景看好

### 三、2009-2012年中国建筑陶瓷制品制造行业预测分析

### 四、建筑陶瓷产业发展出路分析

#### 第三节 2009-2012年中国建筑陶瓷产业市场盈利预测分析

## 第十四章 2009-2012年中国建筑陶瓷行业的投资机会与风险分析

### 第一节 2009-2012年中国建筑陶瓷业的投资环境分析

#### 一、中国建筑陶瓷业投资的经济环境

#### 二、建筑陶瓷产业投资的政策环境

#### 三、金融危机影响分析

### 第二节 2009-2012年中国建筑陶瓷产业投资机会分析

### 第三节 2009-2012年中国建筑陶瓷产业投资风险分析

#### 一、市场竞争风险

#### 二、政策风险

#### 三、进入退出风险

### 第四节 专家投资建议

#### 图表名称：部分

图表 2006-2008年中国建筑陶瓷制品制造行业企业数量增长趋势图

图表 2006-2008年中国建筑陶瓷制品制造行业亏损企业数量及亏损面积

图表 2006-2008年中国建筑陶瓷制品制造行业总体销售额增长趋势图

图表 2006-2008年中国建筑陶瓷制品制造行业总体利润总额增长

图表 2006-2008年中国建筑陶瓷制品制造行业总体从业人数分析

图表 2006-2008年中国建筑陶瓷制品制造行业投资资产增长性分析

图表 2009年2月中国各省市建筑陶瓷制品制造行业企业数量统计表（数据均可更新至最新月份）

图表 2009年2月中国各省市建筑陶瓷制品制造行业企业数量分布图（数据均可更新至最新月份）

图表 2009年1-2月中国各省市建筑陶瓷制品制造行业销售收入统计表（数据均可更新至最新月份）

图表 2009年1-2月中国各省市建筑陶瓷制品制造行业销售收入分布图（数据均可更新至最新月份）

图表 2009年1-2月中国各省市建筑陶瓷制品制造行业利润总额统计表（数据均可更新至最新月份）

份)

图表 2009年1-2月中国各省市建筑陶瓷制品制造行业利润总额分布图 (数据均可更新至最新月份)

图表 2009年1-2月中国各省市建筑陶瓷制品制造行业利润总额增长最快的省市对比图

图表 2009年2月底中国各省市建筑陶瓷制品制造行业资产统计表 (数据均可更新至最新月份)

图表 2009年2月底中国各省市建筑陶瓷制品制造行业资产分布图 (数据均可更新至最新月份)

图表 2009年1-2月中国各省市建筑陶瓷制品制造行业资产增长速度对比图 (数据均可更新至最新月份)

图表 2009年1-2月中国各省市建筑陶瓷制品制造行业工业总产值 (数据均可更新至最新月份)

图表 2009年1-2月中国各省市建筑陶瓷制品制造行业工业销售产值 (数据均可更新至最新月份)

图表 2009年建筑陶瓷制品制造行业产销率 (数据均可更新至最新月份)

图表 2004-2009年第1季度上海斯米克建筑陶瓷股份有限公司主营业务收入增长趋势图

图表 2004-2009年第1季度上海斯米克建筑陶瓷股份有限公司净利润增长趋势图

图表 2004-2009年第1季度上海斯米克建筑陶瓷股份有限公司利润率走势图

图表 2004-2009年第1季度上海斯米克建筑陶瓷股份有限公司盈利能力指标表

图表 2004-2009年第1季度上海斯米克建筑陶瓷股份有限公司偿债能力指标表

图表 2004-2009年第1季度上海斯米克建筑陶瓷股份有限公司成长能力指标表

图表 2004-2009年第1季度上海斯米克建筑陶瓷股份有限公司经营能力指标表

图表 2004-2009年第1季度广东科达机电股份有限公司主营业务收入增长趋势图

图表 2004-2009年第1季度广东科达机电股份有限公司净利润增长趋势图

图表 2004-2009年第1季度广东科达机电股份有限公司利润率走势图

图表 2004-2009年第1季度广东科达机电股份有限公司盈利能力指标表

图表 2004-2009年第1季度广东科达机电股份有限公司偿债能力指标表

图表 2004-2009年第1季度广东科达机电股份有限公司成长能力指标表

图表 2004-2009年第1季度广东科达机电股份有限公司经营能力指标表

图表 2004-2009年第1季度山东江泉实业股份有限公司主营业务收入增长趋势图

图表 2004-2009年第1季度山东江泉实业股份有限公司净利润增长趋势图

图表 2004-2009年第1季度山东江泉实业股份有限公司利润率走势图

图表 2004-2009年第1季度山东江泉实业股份有限公司盈利能力指标表

图表 2004-2009年第1季度山东江泉实业股份有限公司偿债能力指标表

图表 2004-2009年第1季度山东江泉实业股份有限公司成长能力指标表

图表 2004-2009年第1季度山东江泉实业股份有限公司经营能力指标表

图表 光宇集团有限公司盈利指标情况

图表 光宇集团有限公司资产运行指标状况

图表 光宇集团有限公司资产负债能力指标分析

图表 光宇集团有限公司盈利能力情况

图表 光宇集团有限公司销售收入情况

图表 光宇集团有限公司成本费用构成情况

图表 杭州诺贝尔集团有限公司盈利指标情况

图表 杭州诺贝尔集团有限公司资产运行指标状况

图表 杭州诺贝尔集团有限公司资产负债能力指标分析

图表 杭州诺贝尔集团有限公司盈利能力情况

图表 杭州诺贝尔集团有限公司销售收入情况

图表 杭州诺贝尔集团有限公司成本费用构成情况

图表 佛山高明顺成陶瓷有限公司盈利指标情况

图表 佛山高明顺成陶瓷有限公司资产运行指标状况

图表 佛山高明顺成陶瓷有限公司资产负债能力指标分析

图表 佛山高明顺成陶瓷有限公司盈利能力情况

图表 佛山高明顺成陶瓷有限公司销售收入情况

图表 佛山高明顺成陶瓷有限公司成本费用构成情况

图表 佛山市三水新明珠建陶工业有限公司盈利指标情况

图表 佛山市三水新明珠建陶工业有限公司资产运行指标状况

图表 佛山市三水新明珠建陶工业有限公司资产负债能力指标分析

图表 佛山市三水新明珠建陶工业有限公司盈利能力情况

图表 佛山市三水新明珠建陶工业有限公司销售收入情况

图表 佛山市三水新明珠建陶工业有限公司成本费用构成情况

图表 佛山新中源陶瓷有限公司盈利指标情况

图表 佛山新中源陶瓷有限公司资产运行指标状况

图表 佛山新中源陶瓷有限公司资产负债能力指标分析

图表 佛山新中源陶瓷有限公司盈利能力情况

图表 佛山新中源陶瓷有限公司销售收入情况

图表 佛山新中源陶瓷有限公司成本费用构成情况  
图表 佛山市嘉俊陶瓷有限公司盈利指标情况  
图表 佛山市嘉俊陶瓷有限公司资产运行指标状况  
图表 佛山市嘉俊陶瓷有限公司资产负债能力指标分析  
图表 佛山市嘉俊陶瓷有限公司盈利能力情况  
图表 佛山市嘉俊陶瓷有限公司销售收入情况  
图表 佛山市嘉俊陶瓷有限公司成本费用构成情况  
图表 佛山市三水博德精工建材有限公司盈利指标情况  
图表 佛山市三水博德精工建材有限公司资产运行指标状况  
图表 佛山市三水博德精工建材有限公司资产负债能力指标分析  
图表 佛山市三水博德精工建材有限公司盈利能力情况  
图表 佛山市三水博德精工建材有限公司销售收入情况  
图表 佛山市三水博德精工建材有限公司成本费用构成情况  
图表 2009-2012年中国建筑陶瓷市场前景预测分析  
图表 2009-2012年中国建筑陶瓷制品制造行业预测分析  
图表 2009-2012年中国建筑陶瓷产业市场盈利预测分析  
图表 略。。。。。。。。。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/125173.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。