



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2012年中国智能坐便器行业投资策略分析及竞争战略研究 咨询报告

一、调研说明

《2009-2012年中国智能坐便器行业投资策略分析及竞争战略研究咨询报告》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/129990.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

智能马桶可以说是目前卫浴行业比较热的话题。水洗替代了卫生纸，引发了一场卫浴革命，科技、方便、卫生，这是今后卫浴发展的趋势。而对广大的消费者来说一般的新产品都有一个从认知到接受再到追捧的过程。当前，消费者已经到了理性消费的阶段，对新产品已经不会盲目的崇拜了。销售的介绍是否和产品的品质有出入，这可是消费者颇为关注的。现在的智能马桶功能繁多，智能化不断创新，像mp3播放、语音提示、体温测量等功能，这样消费者在选择时会一头雾水。其实并不是功能越多就越好，一般具备了"座圈加热"、"温水清洗"、"暖风烘干"、"自动除臭"、"喷嘴移动按摩""节电"等功能就足够用了。智能座便器外型时尚、环保健康，但是价格过高而令消费者敬而远之。在市场上，智能坐便器属于新产品，目前还缺乏相关的行业标准和国家标准，产品质量问题得不到保障，也没有统一的管理规范，也加重了消费者售后服务的担忧。相对于传统的陶瓷洁具来说，智能坐便器是属于一项与民众息息相关的环保技术领域的发明，是一项彻底打破传统"冲水式坐便器"及"简易式便槽"不卫生、不环保的旧模式环保型技术。特别是在国内市场的认可度和占有率都还有非常大的提升空间。目前，我国智能座便器产业最为集中的主要是浙江地区，已具有一定的产业集群优势。

智能座便器属于更新换代的革命性产品，迎合了未来人性化的卫浴发展趋势，"智能坐便器"是以"微电脑数字处理系统、纳米材料、激光或热合"等成熟的高科技含量为技术手段，达到和实现传统的"冲水式坐便器、简易式便槽"根本无法解决的污染与环保相矛盾的问题。从而不仅从技术上和方式上乃至材料上都是新突破与改革。从已知该项领域而论："智能坐便器"与传统的同类产品相比，在全球范围内，到目前为止还没有一项能具有该项发明的技术先进性、科学性、适用广泛性的产品。简言之："该项技术既节能，又环保：既利国，又利民。以先进技术入手，以人性化为本；但是正因为此，往往由于价格过高而令普通家庭消费者敬而远之。目前智能洁具产业发展的另一大障碍是缺乏相关的行业标准和国家标准，产品出了问题没有统一的处理规范，也加重了消费者选购的疑虑。如今，这个问题即将得到解决。惠达、鹰牌卫浴、柯诺兰等多家业界知名的智能洁具生产厂家已收到了建设部住宅部品标准化技术委员会的邀请，成为行业标准《座便器洁身器》的起草单位。参与起草的《座便器洁身器》行业标准，目前标准内容框架已经基本确定，这个标准即将于2009年公布实施。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家海关总署、国家经济信息中心、全国商业信息中心、中国家电协会、中国建筑卫生陶瓷协会、中国轻工业联合会、国内外相关报刊杂志的基础信息，对我国智能坐便器行业的供给与需求状况、市场格局与分布、部分地区智能坐便器市场的发展状况、智能坐便器消费态势等进行了分析。报告重点分析了我国智能坐便器市场的竞争状况、行业发展形势与企业的发展对策，还对智能坐便器未来发展趋势进行了研判，是智能坐便器生产企业、经营企业、科研

机构等单位准确了解目前智能坐便器行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的决策参考依据。

目录

CONTENTS

第一部分 行业发展现状分析

第一章 智能坐便器行业发展概述 1

第一节 智能坐便器定义及分类 1

一、智能坐便器的定义 1

二、智能坐便器的特性 1

三、智能坐便器的功能 3

四、智能坐便器的由来 4

第二节 智能坐便器对比分析 4

一、与现有同类产品相比 4

二、与传统座便相比 5

三、即热式便器与传统的智能坐便器的区别 6

第三节 马桶市场分析 7

一、节水马桶分类 7

二、节水马桶市场发展状况 7

三、马桶市场发展状况分析 10

四、2008年我国马桶市场发展状况 11

第二章 我国智能坐便器行业发展现状 13

第一节 智能卫浴行业发展分析 13

一、智能化家居行业分析 13

二、卫浴行业智能化突围分析 17

三、卫浴洁具智能化走向分析 18

第二节 智能坐便器行业现状 19

一、智能坐便器行业发展分析 19

二、智能化坐便器企业发展动向分析 21

三、全自动智能马桶发展动向 23

第三节 2009年智能卫浴行业发展分析 24

一、2009年智能坐便器行业发展分析 24

二、2009年智能坐便器行业标准分析 25

第三章 我国智能坐便器市场分析 27

第一节 智能坐便器市场现状 27

一、智能坐便器市场发展现状 27

二、智能坐便器价格因素分析 27

三、智能坐便器市场消费观念分析 28

第二节 智能坐便器市场分析 29

一、智能马桶市场流行分析 29

二、智能卫浴市场分析 30

三、智能坐便盖市场分析 33

第四章 2009年部分 智能坐便器品牌调查 36

第一节 惠达智能坐便器 36

一、性能评价 36

二、品牌口碑 37

第二节 箭牌智能坐便器 37

一、性能评价 37

二、品牌口碑 37

第三节 法恩莎智能坐便器 38

一、性能评价 38

二、品牌口碑 38

第四节 安华智能坐便器 39

一、性能评价 39

二、品牌口碑 39

第五章 智能坐便器产品测评分析 40

第一节 益高智能坐便器产品测评分析 40

一、益高智能坐便器发展背景 40

二、益高智能坐便器性能评测 40

三、测评总结 44

第二节 箭牌智能坐便器产品测评分析 45

一、箭牌智能坐便器品牌背景 45

二、箭牌智能坐便器性能评测 45

三、测评总结 47

第三节 安华智能坐便器产品测评分析 48

一、安华智能坐便器性能评测 48

二、测评总结 48

第四节 欧凤智能坐便器产品测评分析 49

一、欧凤智能坐便器性能评测 49

二、测评总结 50

第六章 中国智能坐便器行业消费市场分析 51

第一节 卫浴设备消费市场分析 51

一、卫浴消费者消费行为分析 51

二、影响卫浴价格因素分析 57

三、卫浴市场价格变动情况 58

第二节 智能马桶盖消费市场分析 60

一、销售员介绍评析 60

二、消费者评价分析 61

三、产品质量评析 61

第三节 智能马桶消费市场分析 62

一、智能洁具消费日趋理性 62

二、智能马桶功能性问题分析 63

三、智能坐便器普及状况分析 65

第七章 中国建材及家居行业分析 67

第一节 建材行业发展分析 67

一、我国建材行业发展状况 67

二、2009年建材行业运行状况 68

三、2009年建材行业发展趋势 74

第二节 家居行业发展分析 77

- 一、2008年家居行业发展状况 77
- 二、2009年家居企业市场终端发展策略 81
- 三、2009年家居行业品牌竞争分析 82
- 四、2009年春季装修对家具行业影响 84

第八章 中国陶瓷行业分析 86

第一节 陶瓷行业发展分析 86

- 一、2008-2009年陶瓷行业经济运行分析 86
 - 二、2008年建陶行业发展状况 91
 - 三、2008-2009年建陶产业可持续发展分析 108
 - 四、2009年建陶业产业发展状况 109
 - 五、建筑装饰材料产业的重要发展方向 111
- ### 第二节 金融危机与陶瓷卫浴业发展趋势分析 113
- 一、金融危机下陶瓷卫浴市场分析 113
 - 二、2009年陶瓷卫浴业发展趋势 114
 - 三、2009年建陶业发展趋势 117

第九章 卫浴设备市场发展分析 121

第一节 卫浴设备市场分析 121

- 一、中国卫浴产品消费市场现状 121
- 二、2009年中国卫浴行业发展动态 121
- 三、2009年中国卫浴行业转型分析 123
- 四、2009年卫浴市场产品下乡分析 124

第二节 2009年卫浴出口及发展分析 126

- 一、2009年卫浴出口市场分析 126
- 二、2009年卫浴行业应对出口形势策略 129
- 三、2009年卫浴行业发展走向分析 131

第二部分 行业竞争格局分析

第十章 智能坐便器行业竞争格局分析 133

第一节 卫浴设备行业竞争现状 133

- 一、国内卫浴市场竞争新格局 133

- 二、我国卫浴市场竞争状况 136
- 三、卫浴市场两极分化状况 137
- 四、2009年卫浴行业竞争走势分析 137
- 五、2009年中国卫浴业竞争战略分析 139
- 第二节 中外卫浴设备市场竞争状况 141
 - 一、外资在我国洁具中端市场竞争状况 141
 - 二、金融危机下国际卫浴品牌在二三级市场扩张 142
 - 三、2009年我国卫浴业在国际市场竞争分析 143
- 第三节 2009年智能坐便器市场竞争状况 144
 - 一、新明珠在高端智能坐便器市场竞争分析 144
 - 二、维卫智能坐便器开发状况分析 147
 - 三、维卫智能坐便器竞争分析 150
 - 四、2009年洁身器公司智能坐便器竞争分析 151
 - 五、冠珠萨米特智能坐便器上市情况 154
 - 六、东鹏洁具智能坐便器战略 154

第十一章 智能坐便器企业竞争策略分析 156

- 第一节 我国卫浴企业竞争策略 156
 - 一、现代洁具企业竞争策略 156
 - 二、陶瓷卫浴回头客争夺策略 158
 - 三、我国卫浴企业开拓国际市场策略 159
- 第二节 卫浴行业品牌策略 160
 - 一、卫浴品牌竞争发展弊端分析 160
 - 二、我国卫浴品牌发展策略 164
 - 三、我国卫浴行业品牌推广策略 165
 - 四、卫浴品牌塑造优化策略分析 169

第十二章 智能坐便器企业发展策略分析 173

- 第一节 金融危机下中国卫浴行业发展策略 173
 - 一、金融危机下卫浴行业发展策略 173
 - 二、金融危机下陶瓷卫浴市场营销策略 177
 - 三、危机下陶瓷卫浴行业营销创新策略 178

- 四、金融危机下卫浴企业内需策略分析 180
- 五、金融危机下陶瓷卫浴行业危机处理机制策略 183
- 六、金融危机下中小卫浴企业生存发展策略 184
- 七、金融危机下卫浴小品牌发展策略 186
- 第二节 卫浴行业市场营销分析 189
 - 一、卫浴行业营销策略分析 189
 - 二、卫浴设备市场营销策略 193
 - 三、中小卫浴企业营销战略模式 201

第十三章 重点智能坐便器品牌竞争分析 204

第一节 金陶 204

- 一、企业概况 204
- 二、公司产品发展分析 204

第二节 TOTO 205

- 一、公司简介 205
- 二、公司智能坐便器产品分析 206
- 三、公司节水策略 208

第三节 松下洁乐 210

- 一、企业概况 210
- 二、公司智能马桶产品分析 210
- 三、公司产品独特功能和人性化设计 212

第四节 洗之朗 214

- 一、企业概况 214
- 二、公司产品动态 215
- 三、公司产品分析 215

第五节 荣事达 216

- 一、企业概况 216
- 二、公司智能坐便器特点分析 216

第六节 华陶（上市） 218

- 一、企业概况 218
- 二、2009公司智能马桶新品分析 218

第七节 健诺 220

一、企业概况 220

二、公司发展战略分析 220

第八节 便捷宝 221

一、企业概况 221

二、公司产品发展策略分析 223

三、2009年公司发展动向 225

第九节 爽吉康 227

一、企业概况 227

二、公司产品分析 227

第十节 舜洁 227

一、企业概况 227

二、公司产品淘宝交易规范分析 228

三、公司产品优势分析 229

第三部分 行业发展趋势分析

第十四章 卫浴行业发展趋势分析 231

第一节 2009年卫浴行业发展趋势预测 231

一、房产市场对行业发展影响 231

二、卫浴产品艺术化 231

三、节水节能 231

四、卫浴配套产品 232

五、智能化卫浴 232

六、简约观念 232

七、2009年金融危机下陶瓷卫浴发展预测 233

第二节 2009年卫浴市场发展趋势预测 235

一、2009年洁具市场潜力分析 235

二、2009年中国卫浴行业发展趋势预测 236

三、2009年卫浴业市场复苏预测 237

四、2009年高端卫浴市场空白点预测分析 237

第三节 卫浴设备行业发展前景及流行趋势 239

一、用户对卫浴行业前景影响分析 239

二、卫浴空间发展趋势 240

- 三、卫浴设备流行趋势分析 241
- 四、卫浴设备未来发展走向分析 246
- 五、卫浴设备设计趋势分析 251

第十五章 智能坐便器行业发展趋势 259

第一节 2009-2012年中国智能坐便器行业趋势 259

- 一、洁具智能化趋势 259
- 二、智能坐便器发展趋势 259
- 三、智能马桶发展前景 261

第二节 坐便器市场智能化走向 261

- 一、智能化马桶发展趋势 261
- 二、市场智能化走向 261
- 三、健康环保型走向 262

第四部分 行业投资策略

第十六章 智能坐便器行业投资环境分析 263

第一节 经济发展环境分析 263

- 一、2008年我国宏观经济运行分析 263
- 二、2009年我国宏观经济运行情况 304
- 三、2009-2012年我国宏观经济形势分析 310
- 四、2009-2012年投资趋势及其影响预测 325

第二节 社会发展环境分析 331

- 一、国内社会环境发展现状 331
- 二、2009年社会环境发展分析 337
- 三、2009-2012年社会环境对行业的影响分析 339

第三节 轻工业振兴规划 342

- 一、轻工业现状及面临的形势 342
- 二、指导思想、基本原则和目标 343
- 三、产业调整和振兴的主要任务 345
- 四、政策措施 351
- 五、规划实施 352

第十七章 智能坐便器行业投资战略研究 354

第一节 智能坐便器行业发展战略研究 354

一、技术开发战略 354

二、产业战略规划 357

三、业务组合战略 359

四、营销战略规划 362

五、区域战略规划 364

六、企业信息化战略规划 373

第二节 对我国智能坐便器品牌的战略思考 375

一、品牌的基本含义 375

二、品牌战略在企业发展中的重要性 375

三、智能坐便器品牌的特性和作用 376

四、智能坐便器品牌的价值战略 377

五、我国智能坐便器品牌竞争趋势 378

六、智能坐便器企业品牌发展战略 378

七、智能坐便器行业品牌竞争策略 380

图表目录

图表：惠达HDE1068A1智能坐便器 36

图表：箭牌AB1298M/L智能坐便器 37

图表：法恩莎FB1653M/L智能坐便器 38

图表：安华aB1338智能坐便器 39

图表：智能盖板参数 41

图表：2009年1-3月轻质建筑材料制造业经济指标全国合计 68

图表：2009年1-3月轻质建筑材料制造国有企业经济指标全国合计 69

图表：2009年1-3月轻质建筑材料制造集体企业经济指标全国合计 69

图表：2009年1-3月轻质建筑材料制造股份合作企业经济指标全国合计 70

图表：2009年1-3月轻质建筑材料制造股份制企业经济指标全国合计 70

图表：2009年1-3月轻质建筑材料制造私营企业经济指标全国合计 71

图表：2009年1-3月轻质建筑材料制造外商和港澳台投资企业经济指标全国合计 71

图表：2009年1-3月轻质建筑材料制造其他企业经济指标全国合计 72

图表：2008年2月陶瓷制品制造企业销售收入前十位 86

图表：2008年5月陶瓷制品制造企业销售收入前十位 86

图表：2008年8月陶瓷制品制造企业销售收入前十位 87

图表：2008年11月陶瓷制品制造企业销售收入前十位 87

图表：2009年1-3月陶瓷制品制造企业经济指标全国合计 87

图表：2009年1-3月陶瓷制品制造国有企业经济指标全国合计 88

图表：2009年1-3月陶瓷制品制造集体企业经济指标全国合计 88

图表：2009年1-3月陶瓷制品制造股份合作企业经济指标全国合计 89

图表：2009年1-3月陶瓷制品制造股份制企业经济指标全国合计 89

图表：2009年1-3月陶瓷制品制造私营企业经济指标全国合计 90

图表：2009年1-3月陶瓷制品制造外商和港澳台投资企业经济指标全国合计 90

图表：2008年1月建陶产品进口数据 95

图表：2008年2月建陶产品进口数据 96

图表：2008年3月建陶产品进口数据 96

图表：2008年1季度建陶产品进口数据 96

图表：2008年4月建陶产品进口数据 97

图表：2008年5月建陶产品进口数据 97

图表：2008年6月建陶产品进口数据 98

图表：2008年2季度建陶产品进口数据 98

图表：2008年7月建陶产品进口数据 98

图表：2008年8月建陶产品进口数据 99

图表：2008年9月建陶产品进口数据 99

图表：2008年3季度建陶产品进口数据 99

图表：2008年10月建陶产品进口数据 100

图表：2008年11月建陶产品进口数据 100

图表：2008年12月建陶产品进口数据 100

图表：2008年4季度建陶产品进口数据 101

图表：2008年1-12月建陶产品进口数据 101

图表：2008年1月建陶产品出口数据 102

图表：2008年2月建陶产品出口数据 102

图表：2008年3月建陶产品出口数据 103

图表：2008年1季度建陶产品出口数据 103

图表：2008年4月建陶产品出口数据 103

图表：2008年5月建陶产品出口数据 104

图表：2008年6月建陶产品出口数据 104

图表：2008年2季度建陶产品出口数据 104

图表：2008年7月建陶产品出口数据 105

图表：2008年8月建陶产品出口数据 105

图表：2008年9月建陶产品出口数据 105

图表：2008年3季度建陶产品出口数据 106

图表：2008年10月建陶产品出口数据 106

图表：2008年11月建陶产品出口数据 106

图表：2008年12月建陶产品出口数据 107

图表：2008年4季度建陶产品出口数据 107

图表：2008年1-12月建陶产品出口数据 107

图表：日本TOTO公司产品销售构成 205

图表：日本TOTO公司海外生产基地一览表 205

图表：TOTO卫浴NEOREST智能坐便器 207

图表：2008年1-4季度国内生产总值 264

图表：2004-2008年6月国内生产总值增长趋势图 264

图表：2000-2008年6月城镇固定资产投资名义增速及实际增速 265

图表：2006-2008年5月我国出口累计同比增速对比 265

图表：2008年2-11月我国CPI情况 267

图表：2008年1-12月中国PPI发展情况 267

图表：2008年1-12月中国PPI和CPI走势图 268

图表：2007-2008年我国规模以上工业增加值情况 268

图表：2007年6月-2008年8月我国轻重工业增加值情况 269

图表：2007-2008年我国工业出口交货值情况 269

图表：2006-2008年我国工业企业实现利润情况 269

图表：2006-2008年我国工业企业亏损情况 270

图表：2007-2008年我国工业生产资料价格变化情况 270

图表：2007-2008年我国工业品和原燃料价格变化情况 270

图表：2008年2月工业增加值增长速度 271

图表：2008年3月工业增加值增长速度 271

图表：2008年4月工业增加值增长速度 272

图表：2008年5月工业增加值增长速度 272

图表：2008年6月工业增加值增长速度 273

图表：2008年7月工业增加值增长速度 273

图表：2008年8月工业增加值增长速度 274

图表：2008年9月工业增加值增长速度 274

图表：2008年10月工业增加值增长速度 275

图表：2008年11月工业增加值增长速度 275

图表：2008年12月工业增加值增长速度 276

图表：2008年9月15日金融机构人民币存款利率表 278

图表：2008年9月15日金融机构人民币贷款利率表 278

图表：2008年10月9日金融机构人民币存款利率表 279

图表：2008年10月9日金融机构人民币贷款利率表 279

图表：2008年10月30日金融机构人民币存款利率表 280

图表：2008年10月30日金融机构人民币贷款利率表 280

图表：1996-2008年10月我国期存贷款基准利率走势 281

图表：2008年11月27日金融机构人民币存款利率表 281

图表：2008年11月27日金融机构人民币贷款利率表 282

图表：2008年12月23日金融机构人民币存款利率表 283

图表：2008年12月23日金融机构人民币贷款利率表 283

图表：2008年我国月度进、出口值及增速走势图 286

图表：2008年我国对主要贸易伙伴进出口总值表 288

图表：2008年7月我国进出口商品构成表 290

图表：2008年7月我国进出口总值简要情况表 290

图表：2008年7月我国前十名合作贸易伙伴 290

图表：2008年7月我国前十位出口市场 291

图表：2008年7月我国前十位进口来源地 291

图表：2008年8月我国进出口商品构成表 292

图表：2008年8月我国进出口总值简要情况表 292

图表：2008年8月我国前十名合作贸易伙伴 292

图表：2008年8月我国前十位出口市场 293

图表：2008年8月我国前十位进口来源地 293

图表：2008年9月我国进出口商品构成表 293

图表：2008年9月我国进出口总值简要情况表 294

图表：2008年9月我国前十名合作贸易伙伴 294

图表：2008年9月我国前十位出口市场 294

图表：2008年9月我国前十位进口来源地 295

图表：2008年10月我国进出口总值简要情况表 295

图表：2008年10月我国进出口商品构成表 295

图表：2008年10月我国前十名合作贸易伙伴 296

图表：2008年10月我国前十位出口市场 296

图表：2008年10月我国前十位进口来源地 297

图表：2008年11月我国前十位出口市场 297

图表：2008年11月我国前十位进口来源地 298

图表：2008年12月我国进出口总值简要情况表 298

图表：2008年12月我国前十位出口市场 299

图表：2008年12月我国前十位进口来源地 299

图表：2008年12月我国进出口贸易方式情况 300

图表：2008年12月我国进出口企业性质及其总值情况 301

图表：2008年我国月度进出口总值情况 301

图表：2008年1月国家宏观经济景气指数 302

图表：2008年2月国家宏观经济景气指数 302

图表：2008年3月国家宏观经济景气指数 302

图表：2008年4月国家宏观经济景气指数 302

图表：2008年5月国家宏观经济景气指数 302

图表：2008年6月国家宏观经济景气指数 303

图表：2008年7月国家宏观经济景气指数 303

图表：2008年8月国家宏观经济景气指数 303

图表：2008年9月国家宏观经济景气指数 303

图表：2008年10月国家宏观经济景气指数 303

图表：2008年10月国家宏观经济景气指数 304

图表：2008年11月国家宏观经济景气指数 304

图表：2008年12月国家宏观经济景气指数 304

图表：2008年2月我国固定资产投资完成额 327

图表：2008年3月我国固定资产投资完成额 327

图表：2008年4月我国固定资产投资完成额 327

图表：2008年5月我国固定资产投资完成额 327

图表：2008年6月我国固定资产投资完成额 328

图表：2008年7月我国固定资产投资完成额 328

图表：2008年8月我国固定资产投资完成额 328

图表：2008年9月我国固定资产投资完成额 328

图表：2008年10月我国固定资产投资完成额 328

图表：2008年11月我国固定资产投资完成额 328

图表：2008年12月我国固定资产投资完成额 328

图表：2009年2月我国固定资产投资完成额 329

图表：2009年3月我国固定资产投资完成额 329

图表：2009年4月我国固定资产投资完成额 329

图表：2008年2月我国固定资产投资资金来源 329

图表：2008年3月我国固定资产投资资金来源 329

图表：2008年4月我国固定资产投资资金来源 329

图表：2008年5月我国固定资产投资资金来源 329

图表：2008年6月我国固定资产投资资金来源 330

图表：2008年7月我国固定资产投资资金来源 330

图表：2008年8月我国固定资产投资资金来源 330

图表：2008年9月我国固定资产投资资金来源 330

图表：2008年10月我国固定资产投资资金来源 330

图表：2008年11月我国固定资产投资资金来源 330

图表：2008年12月我国固定资产投资资金来源 330

图表：2009年2月我国固定资产投资资金来源 331

图表：2009年3月我国固定资产投资资金来源 331

图表：2009年4月我国固定资产投资资金来源 331

图表：区域发展战略咨询流程图 370

图表：区域SWOT战略分析图 372

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/129990.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。