



艾凯咨询
ICAN Consulting

2010-2015年中国太阳能热水器 行业投资分析及深度研究咨询报 告

一、调研说明

《2010-2015年中国太阳能热水器行业投资分析及深度研究咨询报告》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/152308.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

→内容简介

中国的太阳能热水器行业是名副其实的本土行业，是国内为数不多的拥有自主知识产权的产业之一。从产生到技术研发，到市场培育没有任何外力介入，完全由国内需求拉动而成。国内最早的太阳能热水器产生于二十世纪五、六十年代，当时的太阳能热水器是闷晒式，简单朴实，七、八十年代发展为平板式及直管式。到了二十世纪九十年代，清华阳光的殷志强教授发明真空玻璃管技术，并推广使用，中国的太阳能热水器从此进入真空管时代。从最初的大锤加榔头的制造手段，发展到现在的部分自动化，所有涉及这一领域和产品的发展，都是依靠企业的推广和科研院所教授的执著追求，造就了我国太阳能产业的规模化扩张。中国太阳能热水器的年生产量是欧洲的2倍，北美的4倍，现已成为世界上最大的太阳能热水器生产国和最大的太阳能热水器市场。

中国的太阳能热水器市场经过几年的培育，已经步入快速发展期。2009年太阳能热水器"下乡"是太阳能热水器行业的一件大事，标志着太阳能热水器得到国家认可，我国太阳能热水器行业已迈入新的时代。太阳能热水器"下乡"正式开标意味着太阳能热水器行业得到了政策支持，太阳能热水器"下乡"如一缕春风，使整个行业焕发强大的生命力。农村市场是太阳能热水器的主要销售市场，太阳能热水器的销售70%在农村，而随着新农村建设的推进，使用环保、洁净能源意识的推广，太阳能热水器在农村仍有广阔的空间。城市市场中，随着寿命到期热水器产品更新浪潮的到来，节能环保意识的深入，城市的太阳能热水器潜在消费量将逐步显现。未来5-10年中国太阳能热水器市场保有量仍将保持20%-30%的增长率。

目前中国太阳能热水器行业缺乏统一的行业标准，行业门槛较低，产品整体技术含量低，生产厂家多达5000余家，鱼目混杂。整个行业处于"行业大、企业小，数量多、规模小"的尴尬格局。行业内的一些二线牌子因为没有核心竞争力，产品高度同质化，只能靠低价格来谋取生存空间，在管理水平、生产规模都有限的情况下低价格只能靠低成本甚至"拼装"来获取，如此的低成本势必导致低质量。太阳能热水器国家标准正陆续出台，行业开始洗牌，品牌集中是趋势。行业集中度会进一步提高，而技术的升级、安全性能的提升、产品的创新将是企业发展的方向。

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、国家工业和信息化部、国家发改委、国务院发展研究中心、国家信息中心、中国经济景气监测中心、中国太阳能协会、国内外相关刊物的基础信息以及专业研究单位等公布和提供的大量资料。介绍了我国太阳能热水器行业发展的宏观环境及相关行业发展现状，重点分析了我国太阳能热水器市场发展现状以及主要太阳能热水器技术发展情况，对太阳能热水器市场发展

状况及竞争格局进行了详细分析，对太阳能热水器行业的发展作了趋势研判以及探讨思考。报告重点分析了太阳能热水器市场状况，对国内外太阳能热水器企业竞争发展状况、国内太阳能热水器行业发展态势进行了探讨，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供了准确的市场情报信息及科学的决策依据，是太阳能热水器生产企业、销售企业、战略投资者、科研机构以及相关研究单位准确了解当前我国太阳能热水器行业发展动态，把握企业定位和发展方向的重要决策依据。

→报告目录

第一部分 行业相关概述

第一章 太阳能的相关概述 1

第一节 太阳能的介绍 1

一、太阳能的含义 1

二、太阳辐射的特性 2

三、太阳能资源的优缺点 6

四、中国的太阳能资源储量与分布 7

五、人类太阳能产业的七个阶段 9

第二节 太阳能的利用 13

一、太阳能利用装置介绍 13

二、太阳能热利用的方式 14

三、太阳光能辐射利用的基本方式 16

第三节 太阳能利用的四大步骤 17

一、太阳能采集 17

二、太阳能转换 20

三、太阳能贮存 23

四、太阳能传输 26

第二部分 行业发展现状

第二章 2009-2010年中国太阳能利用进展透析 27

第一节 2009-2010年全球太阳能利用的综述 27

一、世界太阳能科技的高潮与低潮期回顾 27

二、国外太阳能步入大规模生产阶段 29

三、欧洲国家太阳能系统的利用情况 30

四、奥地利加强太阳能利用的推广力度 33

五、德国住宅对太阳能利用较广泛	33
六、日本欲降低中小企业太阳能利用补助申请条件	34
七、荷兰企业利用路面收集太阳能	35
第二节 2009-2010年中国太阳能的开发利用状况分析	36
一、国内太阳能热利用进展回顾	36
二、中国太阳能利用步入大规模实用阶段的条件成熟	42
第三节 2009-2010年中国各地太阳能应用现状分析	45
一、德州成为中国太阳能利用最多的城市	45
二、上海市民免费安装太阳能庭院灯	46
三、西藏太阳能沼气开发利用获得突破性成就	46
第四节 2009-2010年中国太阳能利用的问题及对策分析	47
一、制约太阳能热产业提速的五大缺陷	47
二、中国太阳能热利用应实现三个转变	49
三、加快太阳能热利用产业发展进度的措施	50
第五节 2010-2015年中国太阳能利用的发展前景分析	51
一、中国太阳能光热应用的发展目标分析	51
二、中国将加快促进太阳能热利用的发展	55
三、工程化成为太阳能热利用的发展方向	63
四、中国太阳能行业的3.0时代即将到来	64
五、2010-2015年中国太阳能工业的发展预测分析	65
第三章 2009-2010年中国太阳能热水器行业发展环境分析	70
第一节 2009-2010年中国宏观经济环境分析	70
一、中国GDP分析	70
二、城乡居民家庭人均可支配收入分析	73
三、全社会固定资产投资分析	74
四、进出口总额及增长率分析	77
五、社会消费品零售总额	79
第二节 2009-2010年中国太阳能热水器行业发展政治环境分析	80
一、中国太阳能热水器产业政策盘点	80
二、新国标出台太阳能热水器环保门槛被抬高	83
三、“家用太阳能热水系统选材条件”国标进入草案讨论阶段	85
第三节 2009-2010年中国太阳能热水器行业发展技术环境分析	86

一、我国太阳能热水器核心技术取得突破	86
二、光芒集团研发出饮用水标准太阳能热水器	87
三、我国自主研发出分体壁挂平板承压式太阳能热水器	87
四、内蒙古乌海市企业研发出全塑型太阳能热水器	88
第四章 2009-2010年中国太阳能热水器行业发展概况分析	93
第一节 2009-2010年中国太阳能热水器相关概述	93
一、太阳能热水器的结构组成	93
二、三种太阳能热水器集热器性价比	95
三、真空管热水器工作原理介绍	97
四、玻璃与金属集热太阳能热水器性能比较	101
五、非承压与承压太阳能热水器比较	102
六、燃气、电、太阳能热水器三者使用性能的比较	103
第二节 2009-2010年中国太阳能热水器行业的发展状况分析	105
一、中国太阳能热水器的发展阶段	105
二、中国太阳能热水器行业发展现状	107
三、科技创新给太阳能热水器产业带来大商机	108
四、中国太阳能热水器企业拓展国际市场方式开始转型	110
第三节 2009-2010年中国太阳能热水器企业打造服务品牌分析	112
一、太阳能热水器行业服务的现状	112
二、太阳能企业打造服务品牌的重要性	114
三、太阳能企业打造服务品牌的要素	114
四、太阳能企业打造服务品牌的相关思考	118
第四节 2009-2010年中国太阳能热水器行业面临的问题分析	120
一、影响太阳能热水器产业快速发展的的问题	120
二、太阳能热水器行业需要解决三大隐忧	121
三、禁氟将会引发我国太阳能热水器行业洗牌	124
第五节 2009-2010年中国太阳能热水器行业发展对策分析	125
一、太阳能热水器行业的发展建议	125
二、太阳能热水器企业的经营策略	127
第五章 2009-2010年中国太阳能热水器市场发展状况分析	129
第一节 2009-2010年中国太阳能热水器市场概述	129
一、政策支持带动太阳能热水器市场迅速发展	129

二、中国已经具有强制安装太阳能热利用设施的条件	131
三、太阳能热水器强制推广尚有争议	131
第二节 2009-2010年中国太阳能热水器市场面临的问题及策略分析	133
一、存在七成消费者对太阳能热水器不满	133
二、太阳能热水器市场期待走出混乱局面	135
三、太阳能热水器高端品牌打造策略	137
第三节 2009-2010年中国太阳能热水器营销概况分析	139
一、中国太阳能热水器的销售模式综述	139
二、中国太阳能热水器产业的营销渠道分析	141
三、太阳能热水器促销的影响因素分析	145
第四节 2009-2010年中国太阳能热水器细分市场营销分析	147
一、注重热水器的二三级市场营销	147
二、量化热水器二三级市场策略要领	148
三、拓展农村太阳能热水器市场的要点	151
四、开拓太阳能热水器农村市场的对策	152
五、太阳能热水器国际市场的营销分析	153
第六章 2009-2010年中国太阳能热水器行业企业发展状况分析	159
第一节 2009-2010年中国太阳能热利用企业分析	159
一、太阳能热利用企业的"界定"	159
二、按区域划分的企业数量	159
三、中国太阳能热利用企业总数	162
第二节 2009-2010年中国太阳能下乡形势分析	162
一、太阳能热水器下乡各省份中标企业数量及比重	163
二、太阳能热水器下乡品牌型号数量分布	165
三、太阳能热水器下乡中标产品价格分布	165
四、太阳能热水器下乡各区域市场中标品牌数量	166
第三部分 行业重点企业及竞争分析	
第七章 2009-2010年中国太阳能热水器的竞争及替代产品分析	173
第一节 2009-2010年中国太阳能热水器市场的竞争格局及策略分析	173
一、中国热水器市场总体竞争概况	173
二、太阳能热水器企业采取圈地扩张	176
三、平板太阳能热水器向真空管热水器发起挑战	179

四、水质的竞争在太阳能热水器产业中兴起	180
五、太阳能热水器步入品牌竞争时代	181
六、中国太阳能热水器将占主导地位	182
七、太阳能热水器企业需采取竞合策略	183
第二节 2009-2010年中国电热水器市场发展状况分析	190
一、新国标为电热水器业国企增加竞争优势	190
二、即热式电热水器市场发展或将启动	191
三、电热水器市场步入技术决胜阶段	193
四、电热水器消费将步入安全时代	195
第三节 2009-2010年中国燃气热水器市场发展形势分析	197
一、2009-2010年中国燃气热水器市场分析	197
二、燃气热水器市场20%不合格品面临淘汰	198
三、中国燃气热水器产业正走向"高能效"时代	200
第八章 2009-2010年中国各地区太阳能热水器的发展状况分析	202
第一节 华东地区	202
一、上海市太阳能热水器推广阻力大	202
二、山东德州市太阳能热水器非常普及	203
三、浙江太阳能热水器年增长达30%	204
四、浙江省湖州市太阳能热水器消费状况调查	205
五、江苏地区太阳能热水器市场调查分析	208
六、南京市太阳热水器市场现状分析	218
七、江西省太阳能热水器市场状况分析	221
八、福建省太阳能热水器市场发展状况分析	227
第二节 华南地区	230
一、广东省太阳能热水器市场状况分析	230
二、广东江门市太阳能热水器推广应用将加速	239
三、广东河源市在农村推广太阳能热水器	239
四、广东太阳能热水器市场发展前景看好	240
五、海南太阳能热水器利用率较低	252
六、海南省太阳能热水器推广应用进展	254
七、海南强制性推广太阳能热水器惹争议	254
第三节 华北地区	257

一、北京市太阳能热水器市场分析	257
二、天津太阳能热水器市场发展状况	261
三、河北石家庄市太阳能热水器市场状况分析	262
第四节 东北地区	265
一、太阳能热水器在沈阳不温不火	265
二、黑龙江省太阳能热水器的推广应用向好	267
第五节 其他地区	270
一、云南太阳能热水器市场存在的问题	270
二、西藏热水器等太阳能利用较广泛	272
三、制约宁夏太阳能热水器发展的六大问题	273
四、河南郑州太阳能热水器市场具有巨大的发展潜力	275
第九章 2009-2010年中国太阳能热水器行业重点企业竞争力分析	277
第一节 武汉力诺太阳能集团股份有限公司	277
一、企业概况	277
二、经营范围	278
三、主营业务发展情况	278
四、2009-2010年财务分析	279
第二节 山东皇明太阳能有限公司	285
一、企业概况	285
二、主要产品	285
三、核心项目	286
四、发展战略	287
第三节 北京清华阳光太阳能设备有限责任公司	288
一、企业概况	288
二、企业实力	290
三、发展战略	291
第四节 山东力诺瑞特新能源有限公司	293
一、企业概况	293
二、竞争优势	294
三、销售网络	294
四、宗旨理念	294
第五节 扬州市华扬太阳能有限公司	295

一、企业概况 295

二、竞争优势 295

三、发展战略 296

第六节 江苏太阳雨太阳能有限公司 297

一、企业概况 297

二、经营范围 298

三、竞争优势 298

四、发展战略 299

第七节 山东桑乐太阳能有限公司 299

一、企业概况 299

二、企业理念 300

三、企业产品 300

四、经营发展 300

五、科研实力 301

第八节 北京天普太阳能工业有限公司 302

一、企业概况 302

二、企业定位 302

三、生产与品质管理 303

四、销售与服务保证 303

五、企业文化及教育 304

第九节 山东亿佳太阳能有限公司 305

一、企业概况 305

二、竞争优势 306

三、企业精神 307

四、企业目标 307

第十节 江苏辉煌太阳能有限公司 307

一、企业概况 307

二、营销网络和服务体系 308

三、战略目标 309

四、竞争优势 309

第四部分 行业前景及投资策略分析

第十章 2010-2015年中国太阳能热水器行业发展前景分析 311

第一节 2010-2015年中国太阳能热水器行业前景分析	311
一、太阳能热水器市场前途看好	311
二、太阳能热水器市场发展展望	312
第二节 2010-2015年中国太阳能热水器行业的发展趋势分析	318
一、中国太阳能热水器行业的发展方向	318
二、水质洁净型太阳能热水器欲成行业发展新方向	320
三、太阳能热水器市场趋势展望	321
四、太阳能热水器市场将出现品牌化趋势	324
五、太阳能热水器的市场渠道趋势简析	325
第十一章 2009-2010年中国太阳能热水器与建筑结合状况分析	330
第一节 2009-2010年中国太阳能热水器与建筑结合概况	330
一、太阳能热水器与建筑一体化介绍	330
二、中国太阳能热水器建筑一体化研究	333
第二节 2009-2010年中国各地太阳能与建筑结合动态分析	338
一、广州公共建筑计划推广太阳能热水器	338
二、河北太阳能热水器与建筑相结合状况	338
三、浙江永康太阳能热水器与建筑一体化试点	339
四、云南省50%新建筑达到节能要求	339
五、山东济南市全面推广太阳能热水系统与建筑一体化技术	340
第三节 2009-2010年中国太阳能热水器与建筑结合的技术分析	340
一、中国太阳能与建筑一体化技术已经基本成熟	340
二、太阳能建筑节能的技术途径和策略分析	341
三、太阳能热水器供暖住宅建筑设计要点	346
第四节 2009-2010年中国太阳能热水器与建筑结合存在的问题及发展对策分析	351
一、太阳能热水器与建筑一体化障碍颇多	351
二、中国太阳能建筑存在的问题及发展建议	353
三、建筑标准是未来发展的技术保障	358
四、产业发展应与建筑相结合同步进行	361
五、与建筑亲密结合的普及发展之路	364
第十二章 2010-2015年中国太阳能热水器行业投资前景分析	368
第一节 2010-2015年中国太阳能热水器产销状况分析	368
第二节 2010-2015年中国太阳能热水器市场前景投资分析	369

- 一、收入水平分析 370
- 二、用电环境分析 370
- 三、住房条件改善分析 370
- 四、价格因素分析 370
- 第三节 产品市场分析 371
 - 一、电热水器产品市场 371
 - 二、燃气热水器产品市场 372
 - 三、太阳能热水器产品市场 372
- 第四节 2010-2015年中国太阳能热水器专卖店攻略 373
 - 一、太阳能热水器专卖店开业准备 373
 - 二、太阳能热水器专卖店开业方案设计 376
 - 三、太阳能热水器专卖店选址四大误区 379
- 第五节 2010-2015年中国太阳能热水器营销策略分析 383
 - 一、太阳能热水器市场营销战略重点 383
 - 二、科学方法建太阳能热水器营销网络 385
 - 三、旺季多做促销，淡季重做品牌 391
 - 四、太阳能热水器营销创新的道路 396

图表目录：

- 图表：地球上的能流图 2
- 图表：地球绕太阳运行的示意图 3
- 图表：大气质量示意图 5
- 图表：不同地区太阳平均辐射强度 5
- 图表：太阳能热水器环境效益 36
- 图表：1998-2007年太阳能热水器年产量和保有量 37
- 图表：2005年世界主要国家太阳能热水器推广量和保有量 37
- 图表：2010-2020年我国太阳热水器保有量预测 67
- 图表：2009年社会消费品分月增速图 80
- 图表：2008年1月我国消费者信心指数 88
- 图表：2008年2月我国消费者信心指数 89
- 图表：2008年3月我国消费者信心指数 89
- 图表：2008年4月我国消费者信心指数 89
- 图表：2008年5月我国消费者信心指数 89

图表：2008年6月我国消费者信心指数 89

图表：2008年7月我国消费者信心指数 89

图表：2008年8月我国消费者信心指数 89

图表：2008年9月我国消费者信心指数 90

图表：2008年10月我国消费者信心指数 90

图表：2008年11月我国消费者信心指数 90

图表：2008年12月我国消费者信心指数 90

图表：2009年1月我国消费者信心指数 90

图表：2009年2月我国消费者信心指数 90

图表：2009年3月我国消费者信心指数 90

图表：2009年4月我国消费者信心指数 91

图表：2009年5月我国消费者信心指数 91

图表：2009年6月我国消费者信心指数 91

图表：2009年7月我国消费者信心指数 91

图表：2009年8月我国消费者信心指数 91

图表：2009年9月我国消费者信心指数 91

图表：2009年10月我国消费者信心指数 91

图表：2009年11月我国消费者信心指数 92

图表：2009年12月我国消费者信心指数 92

图表：2010年1月我国消费者信心指数 92

图表：2010年2月我国消费者信心指数 92

图表：玻璃与金属集热太阳能热水器性能比较 101

图表：北京市太阳能热利用企业数量 159

图表：浙江省太阳能热利用企业数量 160

图表：江苏省太阳能热利用企业数量 160

图表：山东省太阳能热利用企业数量 160

图表：云南省太阳能热利用企业数量 160

图表：河北省太阳能热利用企业数量 160

图表：安徽省太阳能热利用企业数量 160

图表：广东省太阳能热利用企业数量 160

图表：辽宁省太阳能热利用企业数量 161

图表：山西省太阳能热利用企业数量 161

图表：天津市太阳能热利用企业数量 161

图表：其它各省市总和太阳能热利用企业数量 161

图表：各省市太阳能热利用企业数量占比例图 161

图表：中国太阳能热利用企业整机与配件企业占比图 162

图表：山东省份中标企业数量及比重 163

图表：江苏省份中标企业数量及比重 163

图表：浙江省份中标企业数量及比重 163

图表：北京市份中标企业数量及比重 163

图表：省份中标企业数量及比重 163

图表：安徽省份中标企业数量及比重 164

图表：广东省份中标企业数量及比重 164

图表：河北省份中标企业数量及比重 164

图表：四川省份中标企业数量及比重 164

图表：福建省份中标企业数量及比重 164

图表：河南省份中标企业数量及比重 164

图表：湖北省份中标企业数量及比重 164

图表：云南省份中标企业数量及比重 165

图表：辽宁省份中标企业数量及比重 165

图表：重庆省份中标企业数量及比重 165

图表：河南区域市场中标品牌数量 166

图表：安徽区域市场中标品牌数量 166

图表：河北区域市场中标品牌数量 166

图表：湖北区域市场中标品牌数量 166

图表：山东区域市场中标品牌数量 167

图表：山西区域市场中标品牌数量 167

图表：江西区域市场中标品牌数量 167

图表：陕西区域市场中标品牌数量 167

图表：江苏区域市场中标品牌数量 167

图表：辽宁区域市场中标品牌数量 167

图表：湖南区域市场中标品牌数量 168

图表：四川区域市场中标品牌数量 168

图表：浙江区域市场中标品牌数量 168

图表：甘肃区域市场中标品牌数量 168

图表：吉林区域市场中标品牌数量 168

图表：北京区域市场中标品牌数量 168

图表：重庆区域市场中标品牌数量 169

图表：广西区域市场中标品牌数量 169

图表：贵州区域市场中标品牌数量 169

图表：宁夏区域市场中标品牌数量 169

图表：天津区域市场中标品牌数量 169

图表：云南区域市场中标品牌数量 169

图表：黑龙江区域市场中标品牌数量 170

图表：福建区域市场中标品牌数量 170

图表：内蒙古区域市场中标品牌数量 170

图表：上海区域市场中标品牌数量 170

图表：广东区域市场中标品牌数量 170

图表：青海区域市场中标品牌数量 170

图表：新疆区域市场中标品牌数量 171

图表：海南区域市场中标品牌数量 171

图表：西藏区域市场中标品牌数量 171

图表：电热水器不同升数的零售量份额 175

图表：2009年1-4季度武汉力诺太阳能集团股份有限公司主营构成 279

图表：2009-2010年武汉力诺太阳能集团股份有限公司每股指标 281

图表：2009-2010年武汉力诺太阳能集团股份有限公司获利能力 281

图表：2009-2010年武汉力诺太阳能集团股份有限公司经营能力 282

图表：2009-2010年武汉力诺太阳能集团股份有限公司偿债能力 282

图表：2009-2010年武汉力诺太阳能集团股份有限公司资本结构 282

图表：2009-2010年武汉力诺太阳能集团股份有限公司发展能力 282

图表：2009-2010年武汉力诺太阳能集团股份有限公司现金流量 283

图表：2009-2010年武汉力诺太阳能集团股份有限公司主营业务收入 283

图表：2009-2010年武汉力诺太阳能集团股份有限公司主营业务利润 283

图表：2009-2010年武汉力诺太阳能集团股份有限公司营业利润 284

图表：2009-2010年武汉力诺太阳能集团股份有限公司利润总额 284

图表：2009-2010年武汉力诺太阳能集团股份有限公司净利润 284

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/152308.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。