



艾凯咨询
ICAN Consulting

2010-2015年中国液晶电视行业 战略投资分析及发展前景深度研 究分析报告

一、调研说明

《2010-2015年中国液晶电视行业战略投资分析及发展前景深度研究分析报告》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/158302.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

摘要：

进入二十一世纪以来，随着我国国民经济的高速发展，我国液晶电视行业保持了多年高速增长，并随着我国加入WTO。近年来，液晶电视行业的出口也形势喜人。2008年，全球金融危机爆发，我国流苏包行业发展也遇到了一些困难，如国内需求下降，出口减少等，液晶电视行业普遍出现了经营不景气和利润下降的局面。2009年，随着我国经济刺激计划出台和全球经济走出低谷，我国液晶电视行业也逐渐从金融危机的打击中恢复，重新进入良性发展轨道。进入2010年，全球经济复苏的前景面临波折，国内经济结构调整的呼声逐渐升温，贸易保护主义的抬头，液晶电视行业中技术含量低的人力密集型企业，缺乏品牌的出口导向型企业面临发展危机，而注重培养品牌和技术创新能力较强的企业将占得先机。液晶电视行业企业如何面对新的经济环境和政策环境，制定适合当前形势和自身特点发展策略与竞争策略，是液晶电视行业企业在未来两年我国经济结构调整大潮中立于不败之地的关键。本报告也将从宏观和微观环境对我国液晶电视行业的发展现状，政策环境、竞争策略，投资前景，市场容量，进出口形势等方面进行全面而权威的分析。

本报告内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助液晶电视行业企业准确把握行业发展动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对液晶电视行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

第一章 液晶电视相关概述

第一节 液晶的发展历程

一、液晶的发现

二、液晶发展过程

三、液晶主要技术发展过程

第二节 液晶电视的介绍

一、液晶电视定义及特点

二、液晶电视屏幕种类及格式

三、液晶电视主要性能指标

四、液晶电视相关术语介绍

五、液晶电视的优缺点

第三节 液晶电视显示器的介绍

一、液晶电视的显示原理

二、液晶显示器介绍

三、液晶显示器的分类

四、TFT液晶显示器的原理

第二章 平板电视市场综合分析

第一节 国际平板电视市场概况

一、2008年全球平板电视日韩市场份额扩大

二、2009年一季度北美平板电视市场分析

三、2009年一季度金砖四国平板电视市场概况

四、2009年二季度全球液晶电视出货量增长

五、2009年三季度全球液晶电视出货量分析

六、2009年全年全球液晶电视销售额分析

七、2010年一季度全球液晶电视出货量分析

八、2010年全球液晶电视出货量预测

第二节 2008-2010年中国平板电视市场发展分析

一、2005-2008年中国液晶电视发展分析

二、2000-2010年中国平板电视行业回眸

三、2009年中国液晶电视市场发展分析

四、2009年中国LED液晶电视市场分析

五、2012年中国平板电视出货量预测

第三节 2010年中国平板电视城市消费需求分析

一、中国平板电视进入制造消费双核心时代

二、2010年中国平板电视价格与消费需求

三、2010年中国平板电视需求量增速分析

四、2010年中国平板电视需求量分析预测

五、2010年中国平板电视家庭需求量预测

第四节 2010年中国三四级和农村平板电视市场潜力

一、中国三四级和农村平板电视市场潜力

二、三四级和农村市场家电厂商布局情况

三、三四级和农村平板电视市场渠道分析

四、家电下乡等政策刺激消费需求

五、农村平板市场售后有待提升

第五节 中国平板电视市场发展问题分析

一、制约我国平板电视发展的四大问题

二、我国平板电视行业标准不健全

三、外资平板电视占有率将继续提升

四、中国平板电视节能发展存在的问题

五、企业忽视平板电视可靠性

第六节 中国平板电视发展策略分析

一、基于市场调查平板电视行业发展策略总结

二、发展环保技术助平板电视产业走"绿色"之道

三、市场竞争提升平板电视技术水平

第三章 液晶电视市场分析

第一节 中国液晶电视市场现状

一、中国成为全球第三大液晶电视市场

二、我国液晶电视价格全球最低

三、政策推动液晶电视下乡

四、中小尺寸液晶电视销售火爆

第二节 2010年中国液晶电视市场发展综述

一、2010年中国LED液晶电视市场普及情况

二、2010年中国液晶电视市场份额情况分析

三、2010年中国LED液晶电视市场占有率

四、2010年中国LED液晶电视细分市场分析

五、2010年液晶电视市场零售量预测

第三节 中国液晶电视市场新进入者

一、IT厂商集体再度进军液晶电视行业

二、京东方进军液晶电视整机产业

三、2009年京东方拟推自主品牌液晶电视

四、东门子电器大举进军液晶电视市场

第四节 中国液晶电视市场竞争分析

一、中国液晶电视市场中外品牌竞争白热化

二、液晶电视二线品牌加速淘汰

三、技术是液晶电视的竞争核心

四、2009年液晶电视行业变革催生新一轮洗牌

第五节 液晶电视市场及主要生产企业发展策略分析

一、东芝液晶电视中国市场策略

二、2009年索尼液晶电视产品及价格策略

三、2009年三星液晶电视产品及价格策略

四、创维液晶电视价格策略分析

第四章 液晶电视价格走势分析

第一节 市场概述

一、市场概述

二、市场结构研究

第二节 市场价格研究

一、平均价格研究

二、细分价格研究

第三节 市场发展趋势预测

一、品牌结构趋势预测

二、产品发展趋势预测

三、价格变化趋势预测

四、渠道发展趋势预测

第五章 2009-2010年液晶电视关注度分析

第一节 2009-2010年度液晶电视整体关注度分析

一、年度品牌关注度分析

二、季度品牌关注度分析

三、年度产品关注度分析

四、主流品牌关注度分析

第二节 2009-2010年度国产液晶电视品牌关注度分析

一、年度品牌关注度分析

二、主流品牌关注度分析

第三节 2009-2010年度国外液晶电视品牌关注度分析

一、年度品牌关注度分析

二、主流品牌关注度分析

第四节 2009-2010年度LED背光液晶电视关注度分析

一、年度品牌关注度分析

二、主流品牌关注度分析

第六章 2010年上半年液晶电视关注度分析

第一节 2010年上半年中国液晶电视市场关注度

一、整体市场关注度分析

二、细分市场关注度分析

第二节 2010年上半年中国液晶电视产品关注度

一、产品特征关注度分析

二、产品关注度排行分析

第三节 2010年上半年中国重点液晶电视品牌关注度

一、重点品牌关注度分析

二、产品结构关注度分析

第四节 2010年6月中国液晶电视市场关注度

一、品牌关注度格局分析

二、主要产品关注度分析

第七章 液晶电视市场运行情况分析

第一节 2009年中国液晶电视产销分析

一、2009年中国液晶电视行业产量分析

二、2009年中国液晶电视行业产销分析

三、2010年中国液晶电视行业产量预测

第二节 2009年LED电视行业运行分析

一、LED电视进入增长通道

二、价格因素制约LED电视发展

三、LED电视将加速国产彩电业转型升级

第三节 2009年中国彩电产品产量分析

一、2008年彩色电视机产量分析

二、2009年彩色电视机产量分析

三、2010年彩色电视机产量分析

第四节 2009年中国彩电行业运行分析

一、2009年彩电生产情况分析

二、2009年彩电内销形势分析

三、2009年本土企业效益分析

四、2009年彩电业热点及特点

第八章 液晶电视行业竞争格局分析

第一节 液晶电视行业竞争分析

一、2009年液晶电视市场竞争分析

二、2009年LED液晶电视市场竞争态势

三、LED液晶电视将成未来竞争焦点

第二节 日系三巨头差异化竞争分析

一、索尼液晶电视竞争分析

二、松下液晶电视竞争分析

三、夏普液晶电视竞争分析

第三节 2009-2010年液晶电视行业竞争格局

一、液晶电视占市场主导地位

二、内、外资液晶电视竞争分析

三、外资液晶电视竞争形势分析

第九章 液晶电视上市优势企业竞争力分析

第一节 青岛海信电器股份有限公司

一、企业概况

二、2009-2010年财务分析

三、2009-2010年经营状况

第二节 创维集团股份有限公司

一、企业概况

二、2009年品牌价值

三、2010年发展规划

第三节 TCL集团股份有限公司

一、企业概况

二、2009-2010年财务分析

三、2009-2010年经营状况

第四节 康佳集团股份有限公司

一、企业概况

二、2009-2010年财务分析

三、2009-2010年经营状况

第五节 厦门华侨电子股份有限公司

一、企业概况

二、2009-2010年财务分析

三、2009-2010年经营状况

第六节 四川长虹电器股份有限公司

一、企业概况

二、2009-2010年财务分析

三、2009-2010年经营状况

第十章 液晶电视上游供应链分析

第一节 液晶面板

一、2008年全球大尺寸液晶面板供货状况

二、2009年二季度台湾液晶面板产业概况

三、2009年千亿资金豪赌液晶面板

四、2009年外资博弈内地液晶面板投资潮

五、2009年工信部叫停平板玻璃新扩建产能液晶面板项目踩"刹车"

六、2010年下半年液晶面板组件供应分析

七、2010年第三季度后段液晶面板价格分析

八、2012年液晶面板供需形势分析预测

第二节 液晶背光模块

一、CCFL背光的缺陷分析

二、LED背光模块优劣分析

三、CCFL背光模组与LED背光模组性能对比

四、LED抢夺大尺寸液晶面板用背光模块市场

五、2009年大尺寸LED背光模块总出货量增长

第三节 液晶电视驱动及控制IC

- 一、中国LCD驱动IC液晶电视领域需求增长
- 二、LCD驱动IC领域本土供给严重不足
- 三、本土企业在LCD驱动IC市场中具有一定的机遇
- 四、中国LCD驱动IC技术与产业发展现状
- 五、LCD驱动IC未来市场潜力较大

第十一章 液晶电视行业发展趋势预测分析

第一节 平板电视市场发展趋势

- 一、2010年欧洲将成平板电视第一大市场
- 二、2009年厂商扩展LED液晶电视2010年或成为市场主流
- 三、2010-2012年中国目前高世代液晶生产线一览
- 四、LED液晶有望替代CCFL液晶
- 五、未来平板电视发展的六大趋势
- 六、未来平板电视企业的发展方向
- 七、未来中国平板电视市场节能环保成主旋律

第二节 液晶电视市场的发展趋势预测

- 一、2013年全球液晶电视市场规模预测
- 二、2012年中国内陆及中小城市液晶电视市场将扩展
- 三、2013年LED液晶电视市场渗透率将增长为40%
- 四、2010平板电视三热点：LED、3D、互联网发展趋势
- 五、2010年液晶电视厂商LEDTV出货份额将有望增加
- 六、2011年LED电视将占平板电视45%左右
- 七、2012年大陆将成全球最大液晶电视市场
- 八、未来液晶电视市场发展主流

第十二章 液晶电视行业投资机会与投资风险分析

第一节 2010-2012年液晶电视行业投资机会分析

- 一、2009年液晶电视消费者态度
- 二、2010-2012年国产液晶电视厂商的机遇
- 三、2010-2012年合资液晶电视厂商的机遇

第二节 液晶电视三四级市场投资风险分析

- 一、三四级市场液晶电视的投资机会

二、三四级市场液晶电视的投资风险

三、投资三四级市场液晶电视的建议

图表目录

图表：液晶显示屏的发展历经4个阶段

图表：基板的大型化扩展了液晶屏的种类及应用范围

图表：三次交锋后TFT液晶控制了市场

图表：2009年第三季全球电视出货按应用技术别出货量与成长率

图表：2009年第三季全球电视品牌出货金额排名、市占率与成长率

图表：2010年第一季全球按不同应用技术电视机出货量、出货比重及成长率

图表：平板电视行业主力企业盈利情况

图表：2008-2010年平板电视产品价格季度变化

图表：中国平板电视行业十年前后的对比

图表：2009-2019年中国液晶电视生产预测

图表：2008-2014年中国液晶电视在不同区域的发展状况

图表：中国将在2011年成为全球最大的液晶电视销售消费区域

图表：普通32英寸液晶电视机成本结构比较

图表：2008年1-11月索尼液晶电视品牌关注比例走势

图表：索尼不同尺寸液晶电视产品数量与关注度分布

图表：索尼不同分辨率液晶电视产品数量及关注度比例分布

图表：索尼不同系列液晶电视关注指数及市场定位

图表：索尼不同价格段液晶电视产品数量及关注度指数

图表：索尼不同尺寸液晶电视均价及关注指数

图表：2008年1-11月索尼不同尺寸液晶电视降价产品数量

图表：2008年1-11月索尼不同价格段液晶电视降价产品数量

图表：三星不同系列液晶电视新品关注指数及市场定位

图表：三星不同尺寸液晶电视产品数量与关注度分布

图表：三星不同分辨率液晶电视产品数量与关注度分布

图表：三星不同价格段液晶电视产品数量与关注度分布

图表：三星不同尺寸液晶电视产品均价及关注指数

图表：2008年三星不同尺寸液晶电视产品均价对比

图表：2009年4-6月三星不同尺寸液晶电视降价产品数量

图表：2009年4-6月三星不同价位液晶电视降价产品数量

图表：创维液晶电视价格变化

图表：创维液晶电视市场关注份额变化

图表：2008年11月-2009年5月创维老款液晶电视市场均价

图表：2008年11月-2009年5月创维液晶电视品牌关注比例分布

图表：2009年5月创维老款液晶电视价格对比

图表：2009年第二季度中国市场最受用户关注的十大液晶电视品牌分布

图表：2009年上半年中国市场最受用户关注的十大液晶电视品牌分布

图表：2009年第二季度中国市场七大区域液晶电视关注比例分布

图表：2009年第二季度液晶电视厂商在中国七大区域市场关注度排名

图表：2009年第二季度中国市场不同尺寸液晶电视关注比例分布

图表：2009年1-6月主流尺寸液晶电视关注度走势对比（1）

图表：2009年1-6月主流尺寸液晶电视关注度走势对比（2）

图表：2009年第二季度中国市场不同分辨率液晶电视关注比例分布

图表：2009年1-6月不同分辨率液晶电视关注度走势

图表：2009年第二季度中国市场不同价位段液晶电视关注比例

图表：2009年1-6月不同价位段液晶电视关注度走势对比（1）

图表：2009年1-6月不同价位段液晶电视关注度走势对比（2）

图表：2009年1-6月中国市场液晶电视市场均价走势

艾凯数据研究中心发布的《2010-2015年中国液晶电视行业战略投资分析及发展前景深度研究报告》，内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

图表：2009年1-6月主流尺寸液晶电视市场均价对比（1）

图表：2009年1-6月主流尺寸液晶电视市场均价对比（2）

图表：2009年第二季度中国液晶电视市场32吋产品主流品牌均价对比

图表：2009年第二季度中国液晶电视市场42吋产品主流品牌均价对比

图表：2009年第二季度中国液晶电视市场52吋产品主流品牌均价对比

图表：2009年度中国最受用户关注的15大液晶电视品牌排名

图表：2009年度中国最受用户关注的15大液晶电视品牌比例分布

图表：2008-2009年度中国最受用户关注的10大液晶电视品牌对比

图表：2009年Q1-Q4中国最受用户关注的前15大液晶电视品牌走势

图表：2009年度中国最受用户关注的前10款液晶电视产品排名

图表：2009年Q1-Q4创维、海信、LG、夏普液晶电视品牌关注比例走势

图表：2009年度创维液晶电视品牌关注度流失状况

图表：2009年海信液晶电视品牌关注度流失状况

图表：2009年度LG液晶电视品牌关注度流失状况

图表：2009年度夏普液晶电视品牌关注度流失状况

图表：2009年度创维、海信、LG、夏普品牌重合度对比

图表：2009年度中国最受用户关注的10大国产液晶电视品牌比例分布

图表：2009年Q1-Q4创维、海信液晶电视在国产品牌中关注比例走势

图表：2009年度中国最受用户关注的10大国外液晶电视品牌排名

图表：2009年度中国最受用户关注的10大国外液晶电视品牌比例分布

图表：2009年Q1-Q4LG、夏普、三星液晶电视在国外品牌中关注比例走势

图表：2009年度中国最受用户关注的7大LED背光液晶电视品牌排名

图表：2009年度中国最受用户关注的7大LED背光液晶电视品牌比例分布

图表：2009年Q1-Q4三星、索尼、海信、夏普LED背光液晶电视品牌关注比例走势

图表：2010年上半年中国液晶电视品牌关注排名

图表：2010年上半年液晶电视品牌关注比例分布

图表：2010年上半年中国液晶电视国内外品牌结构

图表：2010年上半年中国液晶电视国际品牌关注排名

图表：2010年上半年中国液晶电视国际品牌关注比例分布

图表：2010年上半年中国液晶电视国内品牌关注排名

图表：2010年上半年中国液晶电视国内品牌关注比例分布

图表：2010年上半年不同价位段液晶电视关注份额

图表：2010年上半年不同背光方式液晶电视关注份额

图表：2010年上半年不同屏幕尺寸液晶电视关注份额

图表：2010年上半年中国液晶电视产品关注排名

图表：2010年上半年创维液晶电视产品关注排名

图表：2010年上半年海信液晶电视产品关注排名

图表：2010年上半年索尼液晶电视产品关注排名

图表：2010年上半年LG液晶电视产品关注排名

图表：2010年1-6月创维、海信、索尼、LG液晶电视关注比例走势

图表：2010年上半年创维、海信、索尼、LG液晶电视不同价位段产品数量占比

图表：2010年上半年创维、海信、索尼、LG液晶电视品牌重合度对比

图表：2010年6月中国液晶电视市场最受用户关注的十大品牌

图表：2010年5月与6月中国液晶电视市场品牌关注比例对比

图表：2010年6月中国液晶电视市场最受用户关注的十款产品

图表：2010年6月中国液晶电视市场关注前十名产品主要参数

图表：2010年上半年中国市场LED背光液晶电视关注比例走势

图表：2010年6月LED背光与CCFL背光液晶电视品牌关注排行

图表：2010年6月LED背光与CCFL背光液晶电视品牌关注排行

图表：2010年6月中国液晶电视市场主流尺寸产品关注比例分布

图表：2010年6月中国液晶电视市场不同价位段产品关注比例分布

图表：2010年4月-6月中国液晶电视市场不同价位段产品关注比例走势对比

图表：2010年1-6月中国市场LG液晶电视关注比例走势

图表：2010年6月LG液晶电视产品结构与关注比例结构对比

图表：2009年前三季度中国彩电行业生产和出口概况

图表：2009年前三季度中国CRT彩电外销同比变化

图表：2008年1-12月彩色电视机产量全国合计

图表：2009年1-12月彩色电视机产量全国合计

图表：2010年1-6月彩色电视机产量全国合计

图表：2009-2010年青岛海信电器股份有限公司主营构成

图表：2009-2010年青岛海信电器股份有限公司每股指标

图表：2009-2010年青岛海信电器股份有限公司获利能力

图表：2009-2010年青岛海信电器股份有限公司经营能力

图表：2009-2010年青岛海信电器股份有限公司偿债能力

图表：2009-2010年青岛海信电器股份有限公司资本结构

图表：2009-2010年青岛海信电器股份有限公司发展能力

图表：2009-2010年TCL集团股份有限公司主营构成

图表：2009-2010年TCL集团股份有限公司每股指标

图表：2009-2010年TCL集团股份有限公司获利能力

图表：2009-2010年TCL集团股份有限公司经营能力
图表：2009-2010年TCL集团股份有限公司偿债能力
图表：2009-2010年TCL集团股份有限公司资本结构
图表：2009-2010年TCL集团股份有限公司发展能力
图表：2009-2010年康佳集团股份有限公司主营构成
图表：2009-2010年康佳集团股份有限公司每股指标
图表：2009-2010年康佳集团股份有限公司获利能力
图表：2009-2010年康佳集团股份有限公司经营能力
图表：2009-2010年康佳集团股份有限公司偿债能力
图表：2009-2010年康佳集团股份有限公司资本结构
图表：2009-2010年康佳集团股份有限公司发展能力
图表：2010年上半年厦门华侨电子股份有限公司主营构成
图表：2009-2010年厦门华侨电子股份有限公司每股指标
图表：2009-2010年厦门华侨电子股份有限公司获利能力
图表：2009-2010年厦门华侨电子股份有限公司经营能力
图表：2009-2010年厦门华侨电子股份有限公司偿债能力
图表：2009-2010年厦门华侨电子股份有限公司资本结构
图表：2009-2010年厦门华侨电子股份有限公司发展能力
图表：2009-2010年四川长虹电器股份有限公司主营构成
图表：2009-2010年四川长虹电器股份有限公司每股指标
图表：2009-2010年四川长虹电器股份有限公司获利能力
图表：2009-2010年四川长虹电器股份有限公司经营能力
图表：2009-2010年四川长虹电器股份有限公司偿债能力
图表：2009-2010年四川长虹电器股份有限公司资本结构
图表：2009-2010年四川长虹电器股份有限公司发展能力
图表：2007年1季度-2008年4季度全球液晶面板供货金额统计
图表：2007年1季度-2008年4季度全球液晶面板供货量统计
图表：最新液晶面板报价
图表：液晶面板的供需走势
图表：2009年第二季大尺寸背光源面板按应用别出货量
图表：2009年大尺寸背光源面板按应用出货量
图表：2005-2008年中国LCD驱动IC市场销售额及增长

图表：2008年中国LCD驱动IC市场应用结构

图表：2009-2013年中国LCD驱动芯片市场销售额及增长预测

图表：2010年LED与CCFL背光液晶电视均价走势及LED背光关注比例走势预测

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/158302.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。