



艾凯咨询
ICAN Consulting

2011-2015年中国调味品市场竞争格局与发展前景预测报告

一、调研说明

《2011-2015年中国调味品市场竞争格局与发展前景预测报告》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/161663.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

随着21世纪的到来和人民生活水平的提高，我国的调味品工业获得了迅猛发展，总产量已超过1000万吨，成为食品行业中新的经济增长点。国家有关部门越来越重视调味品生产销售的行业管理工作；质量和标准化工作进一步加强；与国际接轨的步伐加快；调味品产业“小产品、大市场”的格局正在形成；发展前景非常广阔。

艾凯数据研究中心发布的《2011-2015年中国调味品市场竞争格局与发展前景预测报告》共十五章。首先介绍了调味品相关概述、国际运营概况等，接着分析了中国调味品行业的现状，然后具体介绍了中国调味品业细分产品运营、调味品原料市场走势。随后，报告对中国调味品行业做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国调味品行业发展趋势及前景展望。您若想对调味品产业有个系统的了解，本报告是您不可或缺的重要工具。

艾凯数据研究中心是专业和专注的产业研究机构，拥有多年的产业研究、市场研究、市场调研、行业研究及项目咨询的专业经验，是中国市场领先的研究报告和竞争情报提供商。网站每天更新大量行业分析报告、图表资料、投资情报、竞争情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利。我们与国内各大数据源，（包括国家统计局、国家信息中心、国家海关总署、地方政府机构、行业协会等权威机构）建立战略合作关系，保障准确、权威、可靠的数据信息服务。本报告为艾凯数据研究中心原创，近期我公司发现一些不良公司及个人将本公司的报告目录原样或改头换面后挂在其网站或一些博客网站进行宣传销售，对不明情况的客户进行欺诈。本产业研究中心郑重声明：本报告为我单位原创,为确保您所购买报告的准确、真实、权威，请直接从本中心购买，我单位没有开展其它代理销售渠道，敬请识别，谨防上当受骗！

第一章 调味品相关概述

第一节 调味品的概念

一、调味品定义

二、我国调味产品体系

三、调味的基本原理

第二节 调味品的分类

一、根据调味品呈味感觉分类

二、根据调味品成品形状分类

三、根据调味品商品性质及经营习惯分类

四、根据我国调味品的历史沿革分类

第三节 调味品相关介绍

- 一、调味品的感官特征
- 二、调味品的市场特征
- 三、几种主要调味品的特性

第二章 2010年国际调味品市场运营概况分析

第一节 欧美

- 一、西欧调味品市场概述
- 二、欧盟调味品行业出台新规
- 三、加拿大进口调味品的比较分析
- 四、欧美食醋发展概况
- 五、法国鹅肝酱产业发展分析

第二节 日本

- 一、日本天然调味料市场持续扩大
- 二、日本酱油市场概况
- 三、日本酱油质量标签标准
- 四、日本复合调味品分析

第三节 韩国

- 一、韩国泡菜的发展及地位
- 二、韩国颁布泡菜卫生新标准
- 三、韩国泡菜贸易逆差加大
- 四、韩国泡菜发展的成功经验

第四节 中国台湾

- 一、台湾调味品行业概况
- 二、台湾酱油行业生产状况
- 三、台湾酱油的标准与品质

第五节 其他国家

- 一、泰国调味品市场综述
- 二、越南胡椒市场动态分析
- 三、印度辣椒生产简况

第三章 2010年中国调味品行业发展态势分析

第一节 2010年中国调味品行业发展概况

- 一、我国调味品行业发展回顾
 - 二、中国调味品行业发展现状
 - 三、国内调味品行业重点企业分析
 - 四、中国调味品行业发展契机
 - 五、《调味品经销商经营管理规范》
 - 六、调味品生产模式的改造分析
- 第二节 2010年中国调味品市场概况分析
- 一、我国调味品市场发展特点
 - 二、国内调味品市场进入调整阶段
 - 三、西餐涌入国内市场带动西餐调味品发展
 - 四、消费升级带动调味品市场细分趋势
- 第三节 2010年中国调味品行业竞争格局分析
- 一、我国调味品市场竞争加剧
 - 二、调味品行业出现专业化兼并重组现象
 - 三、外资挺进中国调味品市场
 - 四、调味品区域品牌竞争策略
 - 五、中小调味品企业竞争策略
- 第四节 2010年中国调味品包装产业发展局势分析
- 一、调味品包装发展概况
 - 二、包装成为调味品行业发展动力
 - 三、调味品包装运用中存在的问题
 - 四、塑料软管包装成调味品包装新趋势
- 第五节 2010年中国调味品业存在的问题及对策分析
- 一、我国调味品业当前存在的问题
 - 二、我国调味品行业发展的误区
 - 三、促进调味品业发展的对策措施
 - 四、调味品行业结构调整期应对策略
 - 五、国内中小调味品企业须加强品牌建设

第四章 2008-2010年中国调味品、发酵制品制造行业主要数据监测分析

第一节 2008-2010年中国调味品、发酵制品制造行业总体数据分析

- 一、2008年中国调味品、发酵制品制造行业全部企业数据分析

二、2009年中国调味品、发酵制品制造行业全部企业数据分析

三、2010年中国调味品、发酵制品制造行业全部企业数据分析

第二节 2008-2010年中国调味品、发酵制品制造行业不同规模企业数据分析

一、2008年中国调味品、发酵制品制造行业不同规模企业数据分析

二、2009年中国调味品、发酵制品制造行业不同规模企业数据分析

三、2010年中国调味品、发酵制品制造行业不同规模企业数据分析

第三节 2008-2010年中国调味品、发酵制品制造行业不同所有制企业数据分析

一、2008年中国调味品、发酵制品制造行业不同所有制企业数据分析

二、2009年中国调味品、发酵制品制造行业不同所有制企业数据分析

三、2010年中国调味品、发酵制品制造行业不同所有制企业数据分析

第五章 2010年中国调味品业细分产品运营分析--酱油

第一节 酱油概述

一、酱油的概念

二、酱油的分类

三、酱油的生产工艺及流程

第二节 2010年中国酱油行业发展现况分析

一、我国酱油行业的发展环境

二、中国酱油行业发展概况

三、中、日酱油行业发展比较

四、酱油生产企业发展策略

五、国内新兴酱油产品

第三节 2008-2010年中国酱油产量统计分析

一、2008-2009年全国酱油产量分析

二、2010年全国及主要省份酱油产量分析

三、2010年酱油产量集中度分析

第四节 2010年中国酱油市场营运态势分析

一、小酱油可造就大市场

二、我国酱油市场竞争格局

三、外资并购冲击中国酱油市场

四、国内酱油市场"海天"独大

第五节 2010年国内部分酱油消费市场分析

一、河南酱油市场

二、湖北酱油市场

三、广东酱油市场

四、山西酱油市场

第六节 2010年中国铁强化酱油发展形势分析

一、卫生部启动铁酱油计划

二、“铁酱油”推广多年增速缓慢

三、铁强化酱油发展又逢新契机

四、铁酱油符合调味品行业发展趋势

第六章 2010年中国调味品业细分产品运营分析--食醋

第一节 食醋概述

一、食醋的概念

二、食醋的分类

三、食醋的生产工艺

四、世界名醋特色简介

第二节 2010年中国食醋行业发展格局分析

一、我国食醋行业概况

二、国内食用醋酸发展简述

三、我国醋行业发展中存在的问题

四、促进食醋业发展的措施建议

五、中小食醋企业的生存与发展

第三节 2010年中国食醋市场动态分析

一、我国主要食醋品牌市场运作情况

二、中国名醋企业联手打造醋市场

三、香港名醋进军内地食醋市场

第四节 山西老陈醋

一、山西老陈醋的生产工艺和产品特色

二、山西老陈醋与镇江香醋的比较分析

三、山西老陈醋的发展困境

四、山西醋业发展对策

五、山西老陈醋的未来发展方向

第五节 2010年中国食醋行业技术与工艺研究进展分析

- 一、中国食醋酿造技术概况
- 二、固态发酵法生产食醋技术
- 三、食醋酿造技术的革新与发展
- 四、我国食醋酿造技术发展趋势

第七章 2010年中国调味品业细分产品运营分析--味精

第一节 2010年中国味精行业发展概况分析

- 一、我国味精行业发展回顾
- 二、我国味精行业总体发展分析
- 三、中国味精行业贯彻实施新国标
- 四、我国味精行业区域生产状况
- 五、我国逐步淘汰纯度80%味精

第二节 2010年中国味精市场运营走势分析

- 一、国内味精市场需求依然巨大
- 二、国内味精市场价格分析
- 三、我国味精进口状况浅析

第三节 2008-2010年中国味精产量统计分析

- 一、2008-2009年全国味精产量分析
- 二、2010年全国及主要省份味精产量分析
- 三、2010年味精产量集中度分析

第四节 2010年中国味精行业发展中存在的问题及对策分析

- 一、味精行业存在的主要问题
- 二、味精行业须加强观念及技术创新
- 三、味精废水制饲料顺应环保节能
- 四、梅花味精的战略转型策略

第五节 2010年中国味精生产技术发展探析

- 一、味精工艺技术进展情况
- 二、与国际味精生产技术相比的差距
- 三、味精生产技术发展方向

第八章 2010年中国调味品业细分产品运营分析--鸡精（鸡粉）

第一节 2010年我国鸡精（鸡粉）行业发展概况

一、我国鸡精（鸡粉）行业总体状况

二、我国鸡精行业基本特点

三、中国鸡精行业标准之路

四、我国鸡粉行业步入有序竞争期

第二节 2010年中国鸡精市场营运局势分析

一、我国鸡精市场发展综述

二、国内鸡精市场的总体格局

三、华南鸡精市场品牌竞争状况

四、鸡精市场消费分析

五、鸡精企业营销模式分析

第三节 2010年中国鸡精行业SWOT分析

一、优势（Strength）

二、劣势（Weakness）

三、机遇（Opportunity）

四、威胁（Threats）

第四节 2010年中国鸡精（鸡粉）行业生产技术及工艺分析

一、鸡精（鸡粉）生产配方及检验标准

二、鸡精的生产配料

三、鸡精生产工艺

四、肉香型鸡精生产新工艺

五、鸡精生产技术发展趋势

第九章 2010年中国调味品业细分产品运营分析--其他调味品

第一节 番茄酱

一、我国番茄酱行业概况

二、我国番茄酱出口价格分析

三、制约我国番茄酱出口的瓶颈因素

四、我国番茄酱行业发展策略

第二节 胡椒

一、中国胡椒生产概况

二、我国胡椒生产中遇到的主要问题

三、影响中国胡椒国际竞争力的因素

四、提升中国胡椒产品国际竞争力的建议

第三节 复合调味料

一、复合调味品市场主要产品

二、复合调味品市场占有率较低的原因

三、复合调味品企业须增强精品意识

四、复合调味品发展呈现的趋势

第四节 香辛料

一、调味品领域的几种主要香辛料

二、我国香辛料加工行业概况

三、香辛料调味品开发应注意的问题

四、发展香辛料行业的对策

第五节 酱腌菜

一、酱腌菜行业新标准分析

二、涪陵榨菜获酱腌菜行业首个“中国驰名商标”

三、酱腌菜行业分销渠道存在的问题

四、酱腌菜的质量问题及对策

第十章 2010年中国调味品主要消费地区分析

第一节 上海

一、上海调味品制造业概述

二、上海调味品老字号面临传承危机

三、上海调味品市场发展趋势

第二节 郑州

一、郑州调味品市场概况

二、郑州调味品市场竞争态势

三、郑州调味品市场渠道分布及特征

四、郑州调味品市场消费渠道分析

第三节 武汉

一、武汉调味品市场发展概况

二、武汉调味品市场背景分析

三、武汉调味品市场的竞争格局

四、武汉调味品市场消费者分析

五、武汉调味品市场的推广特点

第四节 山东

一、山东调味品行业发展概况

二、山东调味品企业重视品牌建设

三、山东调味品行业面临的挑战

四、山东调味品突破地域屏障是关键

五、山东酿造调味品行业应加快整合步伐

第五节 其他

一、江苏调味品市场

二、广东调味品市场

三、广西天然香料市场

四、四川特色调味品市场

第十一章 2010年中国调味品原料市场走势分析

第一节 大豆

一、中国大豆产业发展综述

二、中国大豆市场行情分析

三、大豆市场展望

第二节 小麦

一、中国的小麦分布及产量状况

二、我国小麦市场回顾

三、影响小麦价格的因素分析

第三节 玉米

一、国内玉米市场回顾

二、国内玉米市场价格分析

三、玉米价格的影响因素分析

四、中国玉米生产发展趋势

第四节 稻米

一、国内稻米市场概述

二、我国稻米市场的主要发展特点

三、我国稻米进出口贸易简析

第十二章 2010年中国调味品相关行业发展分析

第一节 餐饮业

- 一、我国餐饮业发展取得的成就
- 二、中国餐饮业发展特征
- 三、全国餐饮业发展规划纲要（2009-2013）
- 四、家庭消费推动餐饮业大众化趋势
- 五、我国餐饮业发展面临的机遇与挑战

第二节 方便食品市场

- 一、方便食品逐渐成为生活必备
- 二、中国方便面行业发展概况
- 三、方便面企业挺进中式餐饮连锁市场
- 四、国内速冻食品市场格局
- 五、华东地区方便粉丝行业SWOT分析
- 六、方便食品市场前景广阔

第三节 食品添加剂

- 一、中国食品添加剂行业发展综述
- 二、中国食品添加剂行业发展概况
- 三、食品添加剂行业发展中存在的问题
- 四、食品添加剂行业必须实现由大转强
- 五、食品添加剂行业未来走向

第十三章 2010年中国调味品行业市场营销分析

第一节 2010年中国调味品行业的营销渠道分析

- 一、家庭消费渠道分析
- 二、餐饮业渠道分析

第二节 2010年调味品行业消费者分析

- 一、消费者如何认定产品品质
- 二、消费者是怎么看待品牌
- 三、消费结构与使用的理由

第三节 2010年中国调味品行业经销商分析

- 一、调味品经销商简述
- 二、大型调味品经销商的经营特点

三、调味品经销商逐步转型

四、家族式调味品经销商发展策略

第四节 以太太乐为例分析调味品售点营销模式

一、主要终端渠道的售点细分和定位

二、餐饮渠道的售点细分和定位

三、零售渠道的售点细分和定位

第五节 中国调味品行业营销案例分析

一、华南调味品市场营销策略大战

二、梅花味精的绿色营销

三、加加酱油凭借独特成就经典

四、“年份调味品”营销策略的误区

第六节 2010年中国调味品行业营销策略

一、调味品行业品牌营销的基本原则

二、调味品市场中小企业的营销策略

三、调味品市场弱势品牌的终端营销

四、调味品行业的数据库营销策略

第十四章 2010年中国调味品行业优势企业竞争力分析

第一节 通辽梅花生物科技有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节 河南省莲花味精集团有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节 佛山市海天调味食品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第四节 河北梅花味精集团有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第五节 上海太太乐食品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第六节 山东信乐味精有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第七节 李锦记新会食品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第八节 山东齐鲁味精食品集团有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第九节 王致和集团鄂尔多斯天骄食品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十五章 2011-2015年中国调味品行业发展趋势及前景展望分析

第一节 2011-2015年中国调味品行业发展趋势

一、调味品行业发展趋势

二、我国调味品行业未来生产趋势

三、中国调味品向多样化方向发展

第二节 2011-2015年中国调味品行业发展前景预测

一、2011-2015年中国调味品、发酵制品行业预测分析

二、我国调味品市场前景展望

三、“顿包装”调味品市场前景看好

四、国产调味品仍将占据市场主导地位

第三节 2011-2015年中国调味品细分市场前景展望

一、复合调味品未来发展方向

二、鸡精酱油市场前景无限

三、高档鸡精产品市场前景广阔

图表目录：（部分）

图表：中国调味产品体系表

图表：河南省酱油市场外来品牌、地产品牌一览表

图表：固态发酵法食醋原料配方

图表：北方制醋工艺原料配方

图表：全国分地区味精产量比较

图表：鸡精生产基本配方

图表：鸡粉生产基本配方

图表：部分国家胡椒单产情况对比

图表：武汉市场各渠道调味品销售排名表

图表：武汉市主要调味品销量表及排名情况

图表：调味品消费结构和使用理由

图表：调味品消费渠道售点细分表

图表：调味品餐饮渠道售点影响因素

图表：上海太太乐调味品有限公司餐饮渠道的售点细分和定位

图表：餐饮客户调味品进货一览表

图表：太太乐相对应餐饮渠道的售点细分和定位

图表：零售业态对比表

图表：产品在零售渠道的运用

图表：酿造酱油感官特性

图表：酿造酱油的理化标准

图表：食醋质量检验项目表

图表：含盐味精指标规格

图表：特鲜（强力）味精指标规格

图表：对包装净重允许差的要求

图表：鸡精调味料理化指标

图表：鸡精调味料卫生指标

图表：通辽梅花生物科技有限公司主要经济指标走势图

图表：通辽梅花生物科技有限公司经营收入走势图

图表：通辽梅花生物科技有限公司盈利指标走势图

图表：通辽梅花生物科技有限公司负债情况图

图表：通辽梅花生物科技有限公司负债指标走势图

图表：通辽梅花生物科技有限公司运营能力指标走势图

图表：通辽梅花生物科技有限公司成长能力指标走势图

图表：河南省莲花味精集团有限公司主要经济指标走势图

图表：河南省莲花味精集团有限公司经营收入走势图

图表：河南省莲花味精集团有限公司盈利指标走势图

图表：河南省莲花味精集团有限公司负债情况图

图表：河南省莲花味精集团有限公司负债指标走势图

图表：河南省莲花味精集团有限公司运营能力指标走势图

图表：河南省莲花味精集团有限公司成长能力指标走势图

图表：佛山市海天调味食品有限公司主要经济指标走势图

图表：佛山市海天调味食品有限公司经营收入走势图

图表：佛山市海天调味食品有限公司盈利指标走势图

图表：佛山市海天调味食品有限公司负债情况图

图表：佛山市海天调味食品有限公司负债指标走势图

图表：佛山市海天调味食品有限公司运营能力指标走势图

图表：佛山市海天调味食品有限公司成长能力指标走势图

图表：河北梅花味精集团有限公司主要经济指标走势图

图表：河北梅花味精集团有限公司经营收入走势图

图表：河北梅花味精集团有限公司盈利指标走势图

图表：河北梅花味精集团有限公司负债情况图

图表：河北梅花味精集团有限公司负债指标走势图

图表：河北梅花味精集团有限公司运营能力指标走势图

图表：河北梅花味精集团有限公司成长能力指标走势图

图表：上海太太乐食品有限公司主要经济指标走势图

图表：上海太太乐食品有限公司经营收入走势图

图表：上海太太乐食品有限公司盈利指标走势图

图表：上海太太乐食品有限公司负债情况图

图表：上海太太乐食品有限公司负债指标走势图

图表：上海太太乐食品有限公司运营能力指标走势图

图表：上海太太乐食品有限公司成长能力指标走势图

图表：山东信乐味精有限公司主要经济指标走势图

图表：山东信乐味精有限公司经营收入走势图

图表：山东信乐味精有限公司盈利指标走势图

图表：山东信乐味精有限公司负债情况图

图表：山东信乐味精有限公司负债指标走势图

图表：山东信乐味精有限公司运营能力指标走势图

图表：山东信乐味精有限公司成长能力指标走势图

图表：李锦记新会食品有限公司主要经济指标走势图

图表：李锦记新会食品有限公司经营收入走势图

图表：李锦记新会食品有限公司盈利指标走势图

图表：李锦记新会食品有限公司负债情况图

图表：李锦记新会食品有限公司负债指标走势图

图表：李锦记新会食品有限公司运营能力指标走势图

图表：李锦记新会食品有限公司成长能力指标走势图

图表：山东齐鲁味精食品集团有限公司主要经济指标走势图

图表：山东齐鲁味精食品集团有限公司经营收入走势图

图表：山东齐鲁味精食品集团有限公司盈利指标走势图

图表：山东齐鲁味精食品集团有限公司负债情况图

图表：山东齐鲁味精食品集团有限公司负债指标走势图

图表：山东齐鲁味精食品集团有限公司运营能力指标走势图

图表：山东齐鲁味精食品集团有限公司成长能力指标走势图

图表：王致和集团鄂尔多斯天骄食品有限公司主要经济指标走势图

图表：王致和集团鄂尔多斯天骄食品有限公司经营收入走势图

图表：王致和集团鄂尔多斯天骄食品有限公司盈利指标走势图

图表：王致和集团鄂尔多斯天骄食品有限公司负债情况图

图表：王致和集团鄂尔多斯天骄食品有限公司负债指标走势图

图表：王致和集团鄂尔多斯天骄食品有限公司运营能力指标走势图

图表：王致和集团鄂尔多斯天骄食品有限公司成长能力指标走势图

图表：南通迪爱生色料有限公司主要经济指标走势图

图表：南通迪爱生色料有限公司经营收入走势图

图表：南通迪爱生色料有限公司盈利指标走势图

图表：南通迪爱生色料有限公司负债情况图

图表：南通迪爱生色料有限公司负债指标走势图

图表：南通迪爱生色料有限公司运营能力指标走势图

图表：南通迪爱生色料有限公司成长能力指标走势图

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/161663.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。