



艾凯咨询
ICAN Consulting

2010-2014年中国整体衣柜产业 市场运营规划监测及投资前景分 析报告

一、调研说明

《2010-2014年中国整体衣柜产业市场运营规划监测及投资前景分析报告》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/167859.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

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！

目录

第一章 整体衣柜行业发展概述 1

第一节 整体衣柜的概念 1

一、整体衣柜的定义 1

二、整体衣柜的特点 1

三、整体衣柜的价格 2

第二节 整体衣柜优势分析 3

一、与木工手制衣柜相比的优势 3

二、与成品衣柜相比的独特优势 3

三、整体衣柜与标准家具的区别 4

第三节 整体衣柜的选择 4

一、选材 4

二、工艺 6

三、量身定制 8

四、服务 8

第二章 2009-2010年中国整体衣柜行业发展现状分析 9

第一节 2009-2010年整体衣柜市场的发展综述 9

一、国外整体衣柜市场的发展现状 9

二、中国整体衣柜市场的发展现状	9
第二节 2009-2010年中国整体衣柜市场品牌格局	10
一、中国整体衣柜市场现有一线品牌	10
二、中外整体衣柜品牌优劣势分析	11
第三节 2009-2010年制约整体衣柜业发展的瓶颈	12
一、行业标准不完善	12
二、企业生产实力弱	12
三、仿冒抄袭风过甚	12
四、安装服务不专业	13
第四节 2009-2010年整体衣柜市场面临整合	13
一、整体衣柜品牌的灵魂	13
二、整体衣柜品牌的支撑	14
三、整体衣柜品牌的建设	15
第三章 2009-2010年中国整体衣柜行业运行形势分析	17
第一节 2009-2010年中国衣柜行业发展分析	17
一、衣柜行业发展阶段	17
二、衣柜制造过程的变化	17
三、衣柜行业持续发展的关键与未来趋势	18
第二节 2009-2010年中国整体衣柜走俏大势所趋	19
一、根据空间需求设计	19
二、崇尚自由组合	20
三、整体衣柜成家装潮流新宠	20
第三节 2009-2010年中国整体衣柜市场分析	22
一、整体衣柜自成一派	22
二、整体衣柜市场规模及本质核心	23
三、衣柜市场容量及整体衣柜前景	24
四、2009-2012年整体衣柜市场容量	25
五、2009-2010年整体衣柜市场扩张情况分析	26
六、2009-2012年橱柜定制对信息管理的需求	26
七、2009-2012年整体衣柜消费者分析	27

第四章 2005-2010年中国家具制造行业规模以上企业经济运行数据监测 29

第一节 2007-2010年（按季度更新）中国家具制造行业数据监测回顾 29

- 一、竞争企业数量 29
- 二、亏损面情况 29
- 三、市场销售额增长 30
- 四、利润总额增长 30
- 五、投资资产增长性 31
- 六、行业从业人数调查分析 31

第二节 2007-2010年（按季度更新）中国家具制造行业投资价值测算 32

- 一、销售利润率 32
- 二、销售毛利率 32
- 三、资产利润率 32
- 四、未来5年家具制造盈利能力预测 33

第三节 2005-2010年（按季度更新）中国家具制造行业产销率调查 33

- 一、工业总产值 33
- 二、工业销售产值 34
- 三、产销率调查 34
- 四、未来5年家具制造产品产销衔接预测 34

第四节 2007-2010年（按季度更新）家具制造出口交货值数据 35

- 一、出口交货值增长 35
- 二、出口交货值占工业产值的比重 35

第五章 2009年中国整体衣柜产业相关产品产量统计分析 36

第一节 2007-2009年中国家具产量数据统计分析 36

- 一、2007-2008年中国及重点省市家具产量数据分析 36
- 二、2009年中国及重点省市家具产量数据分析 39
- 三、2009年中国及重点省市家具产量增长性分析 40

第二节 2007-2009年中国木制家具产量数据统计分析 42

- 一、2007-2008年中国及重点省市木制家具产量数据分析 42
- 二、2009年中国及重点省市木制家具产量数据分析 45
- 三、2009年中国及重点省市木制家具产量增长性分析 46

第六章 2009-2010年中国整体衣柜关联产业发展分析 49

第一节 2009年中国房地产业发展分析 49

- 一、2009年全国房地产市场发展状况 49
- 二、2009年1-8月份全国房地产市场运行情况 50
- 三、2009年中国大中城市房屋市场销售价格指数 53
- 四、未来十年中国二、三线城市房地产投资潜力 58

第二节 2009-2010年中国家具行业发展分析 60

- 一、中国家具产业发展现状 60
- 二、中国家具行业发展速度分析 60
- 三、中国家具行业发展挑战分析 61
- 四、2009年家具产业发展趋势预测 61

第三节 2009-2010年中国建材行业发展分析 62

- 一、2009年影响建材行业价格的因素 62
- 二、2009年建材行业固定资产投资分析 63
- 三、2009年1-8月中国建材行业分析 63
- 四、2009年建材业多元扩张整合趋势 64

第七章 2009-2010年中国整体衣柜消费市场分析 67

第一节 2009-2010年家居消费者分析 67

- 一、2009年富豪房产家居消费价格分析 67
- 二、“80后”家居消费行为分析 68
- 三、2009年家居行业消费需求分析 71
- 四、2009年整体家居装饰服务消费者成熟度分析 72

第二节 2009-2010年中国整体衣柜消费者分析 74

- 一、整体衣柜定做受消费者青睐 74
- 二、整体衣柜消费者越来越喜欢的新家具 74
- 三、消费者最关注的价格问题分析 76
- 四、整体衣柜消费高端化趋势分析 76

第三节 2009-2010年订制衣柜市场消费调查 77

- 一、选择调查 77
- 二、价格调查 77
- 三、优势调查 77

四、风格调查 78

五、移门调查 78

第八章 2009-2010年中国衣柜行业市场竞争格局分析 79

第一节 2009-2010年中国衣柜市场竞争状况 79

一、2009-2010年衣柜市场竞争力 79

二、2009-2010年衣柜市场畅销排名 79

三、2009-2010年衣柜市场占有份额 80

第二节 2009-2010年中国更衣柜市场竞争状况 80

一、2009-2010年更衣柜市场竞争力 80

二、2009-2010年更衣柜市场畅销排名 81

三、2009-2010年更衣柜市场占有份额 82

第三节 2009-2010年中国整体衣柜市场竞争状况 82

一、2009-2010年整体衣柜市场竞争力 82

二、2009-2010年整体衣柜市场畅销排名 83

三、2009-2010年整体衣柜市场占有份额 83

第九章 2009-2010年中国整体衣柜行业竞争格局分析 85

第一节 2009-2010年中国整体衣柜竞争优势分析 85

一、品质优势 85

二、功能优势 86

三、整体优势 88

第二节 2009-2010年中国整体衣柜行业竞争结构分析 88

一、行业内现有企业的竞争 88

二、新进入者的威胁 90

三、替代品的威胁 91

四、供应商的讨价还价能力 91

五、购买者的讨价还价能力 92

第三节 2009-2010年中国整体衣柜行业竞争分析 92

一、整体衣柜行业竞争对手分析 92

二、整体衣柜行业竞争现状分析 93

三、整体衣柜行业竞争形势分析 94

第四节 2009-2010年中国整体衣柜市场品牌竞争分析 95

一、2009-2010年整体衣柜十大品牌探悉 95

二、未来十年整体衣柜潜力品牌分析 96

第十章 2009-2010年中国整体衣柜企业提升竞争力策略分析 97

第一节 2009-2010年中国家居市场竞争策略分析 97

一、家居品牌建设策略 97

二、家居产品质量策略 99

三、家居售后服务策略 101

第二节 2009-2010年中国整体衣柜市场竞争策略分析 101

一、衣柜将是家具业新生命力 101

二、整体衣柜存在问题及竞争策略 102

三、2009-2010年整体衣柜行业品牌竞争策略 103

第三节 2009-2010年中国整体衣柜领先企业竞争策略 105

一、维护高质量形象 105

二、扩大市场需求总量 106

三、保护市场份额 107

四、扩大市场份额 107

第四节 2009-2010年中国整体衣柜挑战企业竞争策略 107

一、正面进攻 107

二、侧翼攻击 108

三、包围进攻 108

四、迂回攻击 109

五、游击战 109

第十一章 2009-2010年中国主要整体衣柜企业竞争力分析 111

第一节 广州索菲亚家具制品有限公司 111

一、公司基本概述 111

二、公司主要经营数据指标分析 111

三、公司竞争力分析 115

四、公司发展战略分析 116

第二节 福建冠达星五金制品有限公司 116

一、公司基本概述	116
二、公司主要经营数据指标分析	116
三、公司竞争力分析	119
四、公司发展战略分析	119
第三节 佛山市南海新艺家具有限公司	120
一、公司基本概述	120
二、公司主要经营数据指标分析	120
三、公司竞争力分析	122
四、公司发展战略分析	123
第四节 广州欧派集成家居有限公司	123
一、公司基本概述	123
二、公司主要经营数据指标分析	123
三、公司竞争力分析	125
四、公司发展战略分析	126
第五节 中山市顶固金属制品有限公司	126
一、公司基本概述	126
二、公司主要经营数据指标分析	126
三、公司竞争力分析	129
四、公司发展战略分析	129
第六节 惠州崇森家私有限公司	130
一、公司基本概述	130
二、公司主要经营数据指标分析	130
三、公司竞争力分析	132
四、公司发展战略分析	133
第七节 阳江市图强工业有限公司	133
一、公司基本概述	133
二、公司主要经营数据指标分析	133
三、公司竞争力分析	136
四、公司发展战略分析	136
第八节 中山市汉正家居用品有限公司	136
一、公司基本概述	136
二、公司主要经营数据指标分析	136

三、公司竞争力分析 139

四、公司发展战略分析 139

第九节 濮阳市登星家具有限公司 139

一、公司基本概述 139

二、公司主要经营数据指标分析 139

三、公司竞争力分析 142

四、公司发展战略分析 142

第十节 大连华特家具有限公司 142

一、公司基本概述 142

二、公司主要经营数据指标分析 143

三、公司竞争力分析 145

四、公司发展战略分析 145

第十二章 2010-2014年中国家居行业发展趋势分析 147

第一节 2010-2014年中国家居行业发展趋势分析 147

一、家居融合趋势分析 147

二、家居价格变化趋势 148

三、一站式整体家居趋势 149

第二节 2010-2014年中国家居消费趋势分析 150

一、家居消费趋势起变化 150

二、家居消费价格趋向分析 151

三、家居消费环保时尚趋势 151

第三节 2010-2014年中国家居行业发展前景分析 152

一、未来家居流行趋势分析 152

二、家居定制市场前景分析 153

三、家居产业发展前景分析 155

第十三章 2010-2014年中国整体衣柜行业发展预测分析 156

第一节 2010-2014年中国整体衣柜行业发展前景分析 156

一、整体衣柜市场前景看好 156

二、衣柜行业的发展是潜力 157

三、衣柜细分市场前景广阔 158

第二节 2010-2014年中国整体衣柜市场流行趋势分析 159

一、2009-2010年整体衣柜市场流行趋势 159

二、2010年家具市场流行趋势分析 160

三、未来卧室衣柜的发展趋势分析 161

第三节 2010-2014年中国整体衣柜行业发展趋势预测分析 162

一、整体衣柜业在中国的发展机遇与前景 162

二、定制整体衣柜消费趋势及其市场分析 163

三、未来中国整体衣柜行业竞争趋势分析 164

四、2009-2010年整体衣柜行业发展趋势预测 165

五、2010年整体衣柜行业发展趋势预测 165

第十四章 2009-2010年中国整体衣柜行业投资现状分析 167

第一节 2009-2010年中国家居行业投资现状 167

一、西部家居行业投资状况 167

二、家居行业投资状况 167

三、风险投资与家居企业分析 168

第二节 2009-2010年中国整体衣柜行业投资前景分析 169

一、整体衣柜市场前景 169

二、整体衣柜市场空间 169

三、衣柜行业将成未来十年家具业新经济增长点 170

第十五章 2009-2010年中国整体衣柜行业投资环境分析 171

第一节 2009-2010年中国经济发展环境分析 171

一、2008-2009年中国宏观经济景气指数分析 171

二、2009年上半年中国经济运行分析 172

三、2009年8月中国工业产业发展分析 177

四、2009-2012年中国经济趋势分析 184

第二节 2009-2010年中国整体衣柜政策法规环境分析 191

一、2009-2010年家具出口退税率调整情况 191

二、2009-2010年家具行业政策需求分析 192

三、2008年首个整体衣柜行业联盟川内成立 194

四、2009-2010年整体衣柜行业呼吁国家标准出台 195

第三节 2009-2010年中国整体衣柜社会发展环境分析 197

- 一、2008-2009年中国居民收入水平 197
- 二、2008-2009年消费者信心指数分析 198
- 三、2009年居民生活水平分析 198
- 四、2009年中国居民消费情况分析 199

第十六章 2010-2014年中国整体衣柜行业投资机会与风险分析 201

第一节 2010-2014年中国整体衣柜行业投资机会分析 201

- 一、整体衣柜的发展机遇与前景 201
- 二、金融危机下整体衣柜行业发展机遇分析 201

第二节 2010-2014年中国整体衣柜企业战略规划不确定性风险分析 203

- 一、客观事件的不确定性风险 203
- 二、市场的不确定性风险 203
- 三、行业发展的不确定性风险 204
- 四、技术发展的不确定性风险 204
- 五、战略规划者的主观不确定性风险 204
- 六、执行过程的不确定性风险 205
- 七、工具方法的局限性风险 205
- 八、战略规划系统的不确定性风险 206

第十七章 2010-2014年中国整体衣柜行业投资战略研究 207

第一节 2010-2014年中国家居行业投资策略分析 207

- 一、家居店投资策略 207
- 二、家居投资开店筹划策略 207
- 三、2009年家居品牌竞争战略 209

第二节 2010-2014年中国整体衣柜行业品牌建设策略 210

- 一、整体衣柜品牌的规划 210
- 二、整体衣柜业成功之道 211

第三节 2010-2014年中国整体衣柜行业发展战略研究 213

- 一、技术开发战略 213
- 二、产业战略规划 214
- 三、业务组合战略 214

四、营销战略规划	215
五、区域战略规划	215
六、企业信息化战略规划	216
第四节 2010-2014年对中国整体衣柜品牌的战略思考	216
一、品牌的基本含义	216
二、品牌战略在企业发展中的重要性	217
三、整体衣柜品牌的特性和作用	219
四、整体衣柜品牌的价值战略	220
五、中国整体衣柜品牌竞争趋势	221
六、整体衣柜企业品牌发展战略	221
七、整体衣柜行业品牌竞争策略	222

图表目录：

图表 1：2009-2015年整体衣柜市场消费量	25
图表 2：2009-2015年整体衣柜市场扩张增长率	26
图表 3：2007-2010年中国家具制造行业企业数量增长趋势图	29
图表 4：2007-2010年中国家具制造行业亏损企业数量及亏损金额变化	29
图表 5：2007-2010年中国家具制造行业总体销售额增长趋势图	30
图表 6：2007-2010年中国家具制造行业总体利润总额增长	30
图表 7：2007-2010年中国家具制造行业投资资产增长性分析	31
图表 8：2007-2010年中国家具制造行业总体从业人数分析	31
图表 9：2007-2010年中国家具制造行业销售利润率	32
图表 10：2007-2010年中国家具制造行业销售毛利率	32
图表 11：2007-2010年中国家具制造行业资产利润率	32
图表 12：2010-2015年中国家具制造行业资产利润率预测	33
图表 13：2007-2008年中国家具制造行业工业总产值	33
图表 14：2007-2008年中国家具制造行业工业销售产值	34
图表 15：2007-2008年中国家具制造行业产销率	34
图表 16：2010-2015年中国家具制造行业产销率预测	34
图表 17：2007-2008年中国家具制造行业出口交货值增长	35
图表 18：2006-2008年中国家具制造行业出口交货值占工业产值的比重	35
图表 19：2007年1-10月全国各地家具主要产品产量数据	36

图表 20：2008年1-12月份全国重点省市家具产量	37
图表 21：2009年1-12月份全国重点省市家具产量	39
图表 22：2009年全国重点省市家具产量同比增长	40
图表 23：2007年1-12月 全国重点省市木制家具产量	42
图表 24：2008年1-12月 全国重点省市木制家具产量	43
图表 25：2009年1-12月份全国重点省市木制家具产量	45
图表 26：2009年中国及重点省市木制家具产量同比增长	46
图表 27：2008年至今国房景气指数变化情况	49
图表 28：2009年1-8月全国房地产开发景气指数	53
图表 29：2009年12月七十个大中城市房屋销售价格指数（90平米及以下）	54
图表 30：2009年6月居民消费价格指数	67
图表 31：2009-2010年衣柜企业竞争力指数	79
图表 32：2009-2010年衣柜企业产品畅销指数	79
图表 33：2009-2010年衣柜企业所占市场份额	80
图表 34：2009-2010年更衣柜企业竞争力指数	80

艾凯数据研究中心发布的《2010-2014年中国整体衣柜产业市场运营规划监测及投资前景分析报告》，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 35：2009-2010年更衣柜企业产品畅销指数	81
图表 36：2009-2010年更衣柜企业所占市场份额	82
图表 37：2009-2010年整体衣柜企业竞争力指数	82
图表 38：2009-2010年整体衣柜企业产品畅销指数	83
图表 39：2009-2010年整体衣柜企业所占市场份额	83
图表 40：2009-2010中国整体衣柜十大品牌名单	95
图表 41：广州索菲亚家具制品有限公司资产运行指标状况	111
图表 42：广州索菲亚家具制品有限公司资产负债能力指标分析	114
图表 43：广州索菲亚家具制品有限公司盈利能力情况	114

图表 44：广州索菲亚家具制品有限公司销售收入情况 115

图表 45：广州索菲亚家具制品有限公司成本费用构成情况 115

图表 46：福建冠达星五金制品有限公司资产运行指标状况 116

图表 47：福建冠达星五金制品有限公司资产负债能力指标分析 118

图表 48：福建冠达星五金制品有限公司盈利能力情况 118

图表 49：福建冠达星五金制品有限公司销售收入情况 118

图表 50：福建冠达星五金制品有限公司成本费用构成情况 118

图表 51：佛山市南海新艺家具有限公司资产运行指标状况 120

图表 52：佛山市南海新艺家具有限公司资产负债能力指标分析 121

图表 53：佛山市南海新艺家具有限公司盈利能力情况 122

图表 54：佛山市南海新艺家具有限公司销售收入情况 122

图表 55：佛山市南海新艺家具有限公司成本费用构成情况 122

图表 56：广州欧派集成家居有限公司资产运行指标状况 123

图表 57：广州欧派集成家居有限公司资产负债能力指标分析 125

图表 58：广州欧派集成家居有限公司盈利能力情况 125

图表 59：广州欧派集成家居有限公司销售收入情况 125

图表 60：广州欧派集成家居有限公司成本费用构成情况 125

图表 61：中山市顶固金属制品有限公司资产运行指标状况 126

图表 62：中山市顶固金属制品有限公司资产负债能力指标分析 128

图表 63：中山市顶固金属制品有限公司盈利能力情况 128

图表 64：中山市顶固金属制品有限公司销售收入情况 128

图表 65：中山市顶固金属制品有限公司成本费用构成情况 128

图表 66：惠州崇森家私有限公司资产运行指标状况 130

图表 67：惠州崇森家私有限公司资产负债能力指标分析 131

图表 68：惠州崇森家私有限公司盈利能力情况 132

图表 69：惠州崇森家私有限公司销售收入情况 132

图表 70：惠州崇森家私有限公司成本费用构成情况 132

图表 71：阳江市图强工业有限公司资产运行指标状况 133

图表 72：阳江市图强工业有限公司资产负债能力指标分析 135

图表 73：阳江市图强工业有限公司盈利能力情况 135

图表 74：阳江市图强工业有限公司销售收入情况 135

图表 75：阳江市图强工业有限公司成本费用构成情况 135

图表 76：中山市汉正家居用品有限公司资产运行指标状况 136

图表 77：中山市汉正家居用品有限公司资产负债能力指标分析 138

图表 78：中山市汉正家居用品有限公司盈利能力情况 138

图表 79：中山市汉正家居用品有限公司销售收入情况 138

图表 80：中山市汉正家居用品有限公司成本费用构成情况 138

图表 81：濮阳市登星家具有限公司资产运行指标状况 139

图表 82：濮阳市登星家具有限公司资产负债能力指标分析 141

图表 83：濮阳市登星家具有限公司盈利能力情况 141

图表 84：濮阳市登星家具有限公司销售收入情况 141

图表 85：濮阳市登星家具有限公司成本费用构成情况 141

图表 86：大连华特家具有限公司资产运行指标状况 143

图表 87：大连华特家具有限公司资产负债能力指标分析 144

图表 88：大连华特家具有限公司盈利能力情况 144

图表 89：大连华特家具有限公司销售收入情况 145

图表 90：大连华特家具有限公司成本费用构成情况 145

图表 91：2009-2010年中国经济景气指数 171

图表 92：2005-2009年国内生产总值 172

图表 93：2005-2009年居民消费价格涨跌幅度 172

图表 94：2009年居民消费价格比上年涨跌幅度（%） 173

图表 95：2005-2009年年末国家外汇储备 173

图表 96：2005-2009年财政收入 174

图表 97：2005-2009年全社会固定资产投资 174

图表 98：2009年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元） 175

图表 99：2009年固定资产投资新增主要生产能力 176

图表 100：2009年房地产开发和销售主要指标完成情况 176

图表 101：2005-2009年农村居民人均纯收入 197

图表 102：2005-2009年城镇居民人均可支配收入 197

图表 103：2009-2010年消费者信心指数 198

图表 104：2005-2009年居民消费价格涨跌幅度 199

图表 105：2009年居民消费价格比上年涨跌幅度 199

图表 106：2005-2009年社会消费品零售总额 200

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/167859.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。