



艾凯咨询
ICAN Consulting

中国高端白酒市场营销态势与投资商机分析报告(2011-2015年)

一、调研说明

《中国高端白酒市场营销态势与投资商机分析报告(2011-2015年)》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/174895.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！

第一章 2010年中国白酒行业整体运行情况分析

第一节 中国白酒行业相关要述

- 一、白酒的分类
- 二、白酒香型介绍
- 三、白酒生产的特性

第二节 中国白酒行业运行简况

- 一、白酒行业发展的历程
- 二、白酒酿造技术现状
- 三、白酒行业规模和地位
- 四、中国白酒发展路径的9种深化

第三节 近三年中国白酒行业运行情况分析

- 一、中国白酒行业产销情况
- 二、中国白酒市场价格情况
- 三、白酒上市公司业绩良好
- 四、白酒业掀起新一轮"资本潮"

第二章 2010年中国高端白酒市场运行分析

第一节 高端白酒市场特征分析

- 一、高档酒市场特征
- 二、高端白酒的消费特征
- 三、高端白酒市场调查

四、高端白酒市场进入壁垒与赢利模式分析

第二节2010年高端白酒市场发展情况分析

一、前期调整主要源自需求下滑和库存消化

二、2010年高端白酒市场价格情况分析

第三节 2011-2015年高端白酒市场预测分析

一、高档白酒进入平稳增长期

二、当前影响中国高端白酒发展的因素

第三章 2010年中国白酒产业技术研发分析

第一节 生物工程技术的研究

一、窖泥微生物研究

二、酱香功能菌的研究

第二节 酿酒发酵机理的研究

第三节 白酒香味成分剖析

第四节 生产工艺的改革与创新

一、麸曲酱香白酒工艺创新

二、复式发酵

三、分层发酵

四、夹泥发酵

五、汾酒发酵的最高品温控制

六、将先进的纳米技术引入白酒行业

第五节 白酒贮存研究

第六节 新型白酒的发展

第七节 低度酒的生产与发展

第四章 2006-2010年中国白酒制造行业主要数据监测分析

第一节2006-2010年11月份中国白酒制造行业规模分析

一、企业数量增长分析

二、从业人数增长分析

三、资产规模增长分析

第二节2010年11月份中国白酒制造行业结构分析

一、企业数量结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

二、销售收入结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

第三节2006-2010年11月份中国白酒制造行业产值分析

一、产成品增长分析

二、工业销售产值分析

三、出口交货值分析

第四节2006-2010年11月份中国白酒制造行业成本费用分析

一、销售成本分析

二、费用分析

第五节2006-2010年11月份中国白酒制造行业盈利能力分析

一、主要盈利指标分析

二、主要盈利能力指标分析

第五章 2006-2010年中国白酒（折65度，商品量）产量统计分析

第一节 2006-2009年全国白酒（折65度，商品量）产量分析

第二节 2010年1-11月全国及主要省份白酒（折65度，商品量）产量分析

第三节 2010年1-11月白酒（折65度，商品量）产量集中度分析

第六章 2006-2009年中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料进出口数据监测

第一节 2006-2009年中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料进口数据分析

一、进口数量分析（2208）

二、进口金额分析

第二节 2006-2009年中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料出口数据分析

一、出口数量分析

二、出口金额分析

第三节 2006-2009年中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料进出口平均单价分析

第四节 2006-2009年中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料进出口国家及地区分析

一、进口国家及地区分析

二、出口国家及地区分析

第七章 2009年中国高端白酒分区域市场运行分析

第一节 华北地区高端白酒市场

- 一、华北市场概述
- 二、北京白酒市场
- 三、天津白酒市场
- 四、河北白酒市场
- 五、山西白酒市场
- 六、内蒙古白酒市场

第二节 华东地区高端白酒市场

- 一、华东地区市场概述
- 二、上海白酒市场
- 三、山东白酒市场
- 四、江苏白酒市场
- 五、浙江白酒市场
- 六、安徽白酒市场
- 七、江西白酒市场
- 八、福建白酒市场

第三节 华南地区高端白酒市场

- 一、华南市场概述
- 二、广东白酒市场
- 三、广西白酒市场
- 四、海南白酒市场

第四节 华中地区高端白酒市场

- 一、华中市场概述
- 二、河南白酒市场
- 三、湖南白酒市场
- 四、湖北白酒市场

第五节 东北地区高端白酒市场

- 一、东北地区概述
- 二、黑龙江白酒市场
- 三、吉林白酒市场

四、辽宁白酒市场

第六节 西北地区高端白酒市场

一、西北地区市场概述

二、陕西白酒市场

三、甘肃白酒市场

第七节 西南地区高端白酒市场

一、西南市场概述

二、四川白酒市场

三、重庆白酒市场

四、贵州白酒市场

五、云南白酒市场

第八章 2010年中国高端白酒消费者分析

第一节 2010年中国高端白酒消费者需求分析

一、现阶段我国高端白酒消费特点

二、商务消费回暖和再库存化预期带动行业反弹

三、私人消费回暖带动高端白酒复苏

四、长期：商务和私人消费是未来持续增长动力

五、高端白酒市场具有收入和利润的高弹性

六、高端白酒厂商盈利具有高弹性

七、我国高端白酒各主要细分市场消费占比测算

第二节 2010年中国高端白酒消费者购买行为分析

一、白酒消费者购买行为类型分析

二、白酒消费者购买动机分析

三、白酒消费者购买方式分析

四、白酒消费者购买目分析

五、白酒消费者对广告促销的态度分析

第三节 2010年中国中产阶层白酒消费群体分析

一、中产阶层扩大带来的机会

二、中产阶层的消费特征

三、中产阶层市场竞争策略

第四节 "80后"白酒消费群体分析

- 一、"80后"未来的主流消费群体
 - 二、"80后"群体的消费特征分析
 - 三、针对"80后"群体白酒企业的创新策略
- 第五节 白酒消费行为的价值体现及营销启示
- 一、白酒消费行为特点
 - 二、白酒消费行为的价值体现
 - 三、白酒消费行为价值体现的营销启示

第九章 2010年中国高端白酒营销策略分析

第一节 2010年中国白酒营销形势分析

- 一、白酒营销模式及其发展趋势
- 二、中国白酒营销的四种形式
- 三、白酒营销的分层化趋势

第二节 2010年中国白酒营销渠道分析

- 一、白酒终端现状与策略分析
- 二、电子商务对白酒营销渠道的发展
- 三、金融危机下白酒销售渠道分析

第三节 2010年中国白酒营销策略分析

- 一、白酒营销规律分析
- 二、白酒淡季营销策略分析
- 三、白酒企业促销攻略
- 四、白酒企业三、四级市场攻略
- 五、白酒价格营销策略分析
- 六、高端白酒招商策略
- 七、关于金融危机时期白酒市场出路的分析

第四节 白酒广告策略分析

第五节 高端白酒文化营销策略分析

- 一、高端白酒：中国酒文化的宏大叙事
- 二、白酒业：契合文化的品牌想象力
- 三、浅析白酒如何注入新文化

第六节 高端白酒营销策略分析

- 一、浅谈高端白酒的营销定位

二、专业酒展推动高端白酒营销

三、高端白酒营销的根据地之战

第七节 高端白酒买断品牌需求创新的驱动战略

第十章 2010年中国高端白酒市场竞争新格局透析

第一节 2009-2009年中国高端白酒行业竞争总况

一、高端白酒五强格局初成型

二、浓香型高端白酒竞争格局

三、中国白酒市场场竞争加剧

第二节 2010年中国白酒品牌生存发展情况分析

一、品牌竞争格局

二、品牌竞争力体现

第三节 2010年中国高端白酒行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、生产企业的集中分布

第四节 2011-2015年中国高端白酒行业竞争趋势分析

一、高端白酒提价或导致行业洗牌

二、品牌决定未来格局

三、白酒行业市场竞争中的四大关键因素

第十一章 2010年中国高端白酒标杆企业竞争对比及关键性财务数据分析

第一节 贵州茅台酒股份有限公司（600519）

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 宜宾五粮液股份有限公司（000858）

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 泸州老窖股份有限公司（000568）

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 四川沱牌曲酒股份有限公司（600702）

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 四川水井坊股份有限公司（600779）

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 山西杏花村汾酒厂股份有限公司（600809）

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 安徽古井贡酒股份有限公司（000596）

- 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 酒鬼酒股份有限公司（000799）

- 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 湖北稻花香集团

- 一、公司概况
- 二、稻花香集团将在涪陵兴建白酒生产基地
- 三、稻花香集团高薪聘请企业顾问谋发展
- 四、稻花香白酒生产技改再发力

第十二章 2010年中国高端白酒行业运行环境

第一节 2010年中国白酒行业经济环境分析

- 一、中国GDP分析
- 二、酒的制造在国民经济中的地位
- 三、城乡家庭人均可支配收入分析
- 四、中国CPI分析
- 五、进出口总额及增长率分析
- 六、社会消费品零售总额

第二节 2010年中国白酒行业运行政策环境分析

- 一、白酒税收调整促使我国白酒发展更加规范化
- 二、严查酒后驾驶对白酒的影响
- 三、《酱香型白酒》国家标准通过专家组审定

第三节 2010年中国高端白酒行业景气度分析

- 一、高端类消费品受益于经济的复苏
- 二、高端白酒提价能力分析
- 三、品牌基础和消费升级促高端白酒销量增长
- 四、白酒公司2-15%提价就可完全抵消消费税征收

第十三章 2011-2015年中国高端白酒行业发展趋势分析

第一节 2011-2015年中国白酒行业发展方向分析

- 一、白酒收入和利润总额在规模和增速上均领先行业
- 二、白酒行业税前利润率持续提升并领先行业
- 三、白酒产量增速数据和稳定性强于其他子行业
- 四、四次政策调整促使白酒行业出现两个发展方向
- 五、行业格局在政策的引导下出现两个发展方向
- 六、消费升级和城镇化率提升是白酒行业发展的驱动因素

第二节 2011-2015年中国高端白酒行业发展趋势

- 一、未来高端行业发展趋势
- 二、白酒低度化趋势
- 三、白酒包装发展趋势分析
- 四、高端白酒消费可延续到年

第三节 2011-2015年中国白酒市场消费趋势分析

- 一、消费需求市场趋势
- 二、集中度仍将稳步提高
- 三、业外资本不断涌入对白酒行业形成冲击
- 四、白酒消费不断朝品牌化靠近
- 五、低度酒、高档化白酒将成为发展趋势

第四节 2011-2015年中国高端白酒行业产销预测分析

第十四章 2011-2015年中国高端白酒行业发展战略分析

第一节 中国白酒行业新盈利模式探析

第二节 白酒品牌发展策略分析

- 一、建设白酒品牌的十大法则
- 二、白酒品牌布局策略
- 三、白酒品牌客户资源的战略整合

四、中小白酒企业的品牌经营

五、白酒品牌传播如何诠释自己的卖点

六、成功创建白酒品牌的关键

第三节 高端白酒品牌发展策略分析

一、高端白酒品牌竞争策略

二、浅析高档白酒品牌的发展思路

三、打造高档白酒品牌的四大法则

四、中国高端白酒"功能价值"救赎之路

五、高端白酒正确把握价值与理性的相融

第四节 中国白酒的蓝海战略

一、白酒企业寻找蓝海十个命题的判断

二、白酒企业开辟蓝海的方向

第五节 白酒海外市场攻略

一、区域的选择

二、模式的选择

三、时机与方式的选择

图表目录

图表：2006-2010年11月份中国白酒制造行业企业数量及增长率分析 单位：个

图表：2006-2010年11月份中国白酒制造行业亏损企业数量及增长率分析 单位：个

图表：2006-2010年11月份中国白酒制造行业从业人数及同比增长分析 单位：个

图表：2006-2010年11月份中国白酒制造企业总资产分析 单位：亿元

图表：2010年中国白酒制造行业不同类型企业数量 单位：个

图表：2010年中国白酒制造行业不同所有制企业数量 单位：个

图表：2010年中国白酒制造行业不同类型销售收入 单位：千元

图表：2010年中国白酒制造行业不同所有制销售收入 单位：千元

图表：2006-2010年11月份中国白酒制造产成品及增长分析 单位：亿元

图表：2006-2010年11月份中国白酒制造工业销售产值分析 单位：亿元

图表：2006-2010年11月份中国白酒制造出口交货值分析 单位：亿元

图表：2006-2010年11月份中国白酒制造行业销售成本分析 单位：亿元

图表：2006-2010年11月份中国白酒制造行业费用分析 单位：亿元

图表：2006-2010年11月份中国白酒制造行业主要盈利指标分析 单位：亿元

图表：2006-2010年11月份中国白酒制造行业主要盈利能力指标分析

图表：2006-2009年全国白酒（折65度，商品量）产量分析

图表：2010年1-11月全国及主要省份白酒（折65度，商品量）产量分析

图表：2010年1-11月白酒（折65度，商品量）产量集中度分析

图表：2006-2009年中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料进口数量分析

图表：2006-2009年中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料进口金额分析

图表：2006-2009年中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料出口数量分析

图表：2006-2009年中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料出口金额分析

图表：2006-2009年中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料进出口平均单价分析

图表：2006-2009年中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料进口国家及地区分析

图表：2006-2009年中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料出口国家及地区分析

图表：贵州茅台酒股份有限公司主要经济指标走势图

图表：贵州茅台酒股份有限公司经营收入走势图

图表：贵州茅台酒股份有限公司盈利指标走势图

图表：贵州茅台酒股份有限公司负债情况图

艾凯数据研究中心发布的《中国高

端白酒市场营销态势与投资商机分析报告(2011-2015年)》，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：贵州茅台酒股份有限公司负债指标走势图

图表：贵州茅台酒股份有限公司运营能力指标走势图

图表：贵州茅台酒股份有限公司成长能力指标走势图

图表：宜宾五粮液股份有限公司主要经济指标走势图

图表：宜宾五粮液股份有限公司经营收入走势图

图表：宜宾五粮液股份有限公司盈利指标走势图

图表：宜宾五粮液股份有限公司负债情况图

图表：宜宾五粮液股份有限公司负债指标走势图

图表：宜宾五粮液股份有限公司运营能力指标走势图

图表：宜宾五粮液股份有限公司成长能力指标走势图

图表：泸州老窖股份有限公司主要经济指标走势图

图表：泸州老窖股份有限公司经营收入走势图

图表：泸州老窖股份有限公司盈利指标走势图

图表：泸州老窖股份有限公司负债情况图

图表：泸州老窖股份有限公司负债指标走势图

图表：泸州老窖股份有限公司运营能力指标走势图

图表：泸州老窖股份有限公司成长能力指标走势图

图表：四川沱牌曲酒股份有限公司主要经济指标走势图

图表：四川沱牌曲酒股份有限公司经营收入走势图

图表：四川沱牌曲酒股份有限公司盈利指标走势图

图表：四川沱牌曲酒股份有限公司负债情况图

图表：四川沱牌曲酒股份有限公司负债指标走势图

图表：四川沱牌曲酒股份有限公司运营能力指标走势图

图表：四川沱牌曲酒股份有限公司成长能力指标走势图

图表：四川水井坊股份有限公司主要经济指标走势图

图表：四川水井坊股份有限公司经营收入走势图

图表：四川水井坊股份有限公司盈利指标走势图

图表：四川水井坊股份有限公司负债情况图

图表：四川水井坊股份有限公司负债指标走势图

图表：四川水井坊股份有限公司运营能力指标走势图

图表：四川水井坊股份有限公司成长能力指标走势图

图表：山西杏花村汾酒厂股份有限公司主要经济指标走势图

图表：山西杏花村汾酒厂股份有限公司经营收入走势图

图表：山西杏花村汾酒厂股份有限公司盈利指标走势图

图表：山西杏花村汾酒厂股份有限公司负债情况图

图表：山西杏花村汾酒厂股份有限公司负债指标走势图

图表：山西杏花村汾酒厂股份有限公司运营能力指标走势图

图表：山西杏花村汾酒厂股份有限公司成长能力指标走势图

图表：安徽古井贡酒股份有限公司主要经济指标走势图

图表：安徽古井贡酒股份有限公司经营收入走势图

图表：安徽古井贡酒股份有限公司盈利指标走势图

图表：安徽古井贡酒股份有限公司负债情况图

图表：安徽古井贡酒股份有限公司负债指标走势图

图表：安徽古井贡酒股份有限公司运营能力指标走势图

图表：安徽古井贡酒股份有限公司成长能力指标走势图

图表：酒鬼酒股份有限公司主要经济指标走势图

图表：酒鬼酒股份有限公司经营收入走势图

图表：酒鬼酒股份有限公司盈利指标走势图

图表：酒鬼酒股份有限公司负债情况图

图表：酒鬼酒股份有限公司负债指标走势图

图表：酒鬼酒股份有限公司运营能力指标走势图

图表：酒鬼酒股份有限公司成长能力指标走势图

图表：2005-2010年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2010年一季度中国三产业增加值结构图

图表：2008-2010年中国CPI、PPI月度走势图

图表：2005-2010年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2005-2010年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：2000-2009年中国城乡居民人均收入增长对比图

图表：1978-2009中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表：1978-2009中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2005-2009年中国工业增加值增长趋势图

图表：2005-2010年我国社会固定资产投资额走势图

图表：2005-2010年我国城乡固定资产投资额对比图

图表：2005-2009年我国财政收入支出走势图

图表：2009年1月-2010年4月人民币兑美元汇率中间价

图表：2010年4月人民币汇率中间价对照表

图表：2009年1月-2010年3月中国货币供应量统计表 单位：亿元

图表：2009年1月-2010年3月中国货币供应量的增速走势图

图表：2001-2009年中国外汇储备走势图

图表：2005-2009年中国外汇储备及增速变化图

图表：2008年12月23日中国人民银行利率调整表

图表：2007-2008年央行历次调整利率时间及幅度表

图表：我国历年存款准备金率调整情况统计表

图表：2005-2010年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2005-2010年我国货物进出口总额走势图

图表：2005-2010年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表：2005-2009年中国就业人数走势图

图表：2005-2009年中国城镇就业人数走势图

图表：1978-2009年我国人口出生率、死亡率及自然增长率走势图

图表：1978-2009年我国总人口数量增长趋势图

图表：2009年人口数量及其构成

图表：1978-2009年中国城镇化率走势图

图表：2005-2009年我国研究与试验发展（R&D）经费支出走势图

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/174895.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。