



艾凯咨询
ICAN Consulting

2011-2015年中国食醋行业市场 发展前景及投资风险研究报告

一、调研说明

《2011-2015年中国食醋行业市场发展前景及投资风险研究报告》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/177450.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

调味品行业自2003年以来进入了高速发展的阶段，已连续十年实现年增长幅度超过10%以上，近5年行业年增长率达20%左右。预示着调味品行业的品牌时代已经来临。中国调味品市场经过几轮的行业整合和国内、国际资本整合之后，已经从一个相对滞后的行业，大跨越地转型为激烈的市场竞争行业。随着消费的不断升级，市场竞争的加剧，调味品表现出向高档化发展的趋势，中高档调味品市场容量在进一步扩大品牌产品的市场份额进一步提高。随着国家对调味品行业的不断规范，使得门槛逐步提高，加上国际化、专业化的并购重组相继上演，调味品行业集中度将逐步提高，中小企业的优胜劣汰也将加速。传统调味品生产企业纷纷投资进行技术改造，调味品产品的技术含量日益增强，产品质量进一步提高。外资对国内调味品市场的渗透力度加大，但由于我国调味品消费的区域性特色明显，在未来相当长时期内，国内名优品牌仍将占据主导地位。

我国是一个食醋生产和消费的大国，酿醋历史悠久，许多人都有食醋的习惯和爱好。随着人们生活水平的提高以及科学研究对食醋功能特性的进一步揭示，食醋的用途也越来越广，对食醋及其衍生产品的需求越来越大。现在对醋的使用已不仅仅局限于传统的烹调中，作为营养饮品、保健品等正日益受到越来越多人的喜好。目前，我国食醋行业市场竞争相当激烈，除传统的四大名醋外，我国醋业市场上还有各地大小上千种醋品牌。其中，我国的四大名醋分别是：镇江香醋、山西老陈醋、四川保宁醋、浙江大红浙醋；我国国内食醋行业市场主要以内资品牌为主，但是由于各种历史原因导致了这些企业尚不具备操作全国市场的能力，全国食醋的生产还没有一家形成相当的规模，而是以点状分布为主。但目前，我国食醋市场已经逐渐有外族品牌进入，并占据着较大的市场份额。

随着品牌意识、渠道建设和新的营销理念，再加上食醋本身具有良好的药理和保健功能，所以在近年内食醋行业发展快速，远销国外。在未来的几年内，食醋行业不仅要面对新的市场机会，更要面对打假和维护市场品牌形象的重要任务，需要加强对自身特点、定位和文化传承的了解，更需要了解市场的变化、重新调整和发展竞争战略、分析和掌握消费者的需求和真实感知。为了在激烈的竞争环境中求得生存和发展，食醋企业有必要了解消费者对自身及竞争品牌产品的质量感知，以准确地把握当前的市场态势，寻找发展机会。

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!

报告目录

目 录

CONTENTS

第一部分 发展现状与前景分析

第一章 全球食醋行业发展分析 1

第一节 2010年全球食醋市场分析 1

一、2010年全球食醋市场分析 1

二、国际调味品消费发展情况 1

第二节 部分 国家地区食醋行业发展状况 3

一、欧美食醋市场分析 3

二、日本食醋市场分析 3

第二章 我国食醋行业发展现状 4

第一节 我国食醋行业发展现状 4

一、2010年中国调味品行业发展现状分析 4

二、我国醋行业发展状况分析 5

三、我国食醋行业格局分析 9

第二节 我国食醋行业发展状况 12

一、我国调味品行业发展情况分析 12

二、食醋市场发展分析 14

三、食醋行业存在的问题分析 15

四、调味品行走向品牌时代 16

第三节 中国食醋行业供需分析 19

一、2010年中国食醋市场供给总量分析 19

二、2010年中国食醋市场供给结构分析 19

三、2010年中国食醋市场需求总量分析 20

四、2010年中国食醋市场需求结构分析 20

第三章 中国食醋行业经济运行分析 22

第一节 2009-2010年食醋行业运行情况分析 22

一、2009年食醋行业经济指标分析 22

二、2010年食醋行业经济指标分析 22

第二节 2009-2010年食醋行业产量分析 23

一、2009年我国食醋产品产量分析 23

二、2010年我国食醋产品产量分析 23

第三节 2008-2010年食醋行业进出口分析 24

一、2008-2010年食醋行业进口总量及价格 24

二、2008-2010年食醋行业出口总量及价格 28

三、2011-2015年食醋进出口态势展望 31

第四章 中国食醋消费市场分析 32

第一节 食醋行业产品目标客户群体调查 32

一、不同收入水平消费者偏好调查 32

二、不同年龄的消费者偏好调查 35

三、不同性别的消费者偏好调查 37

第二节 食醋市场消费需求分析 40

一、食醋行业的需求情况分析 40

二、食醋消费结构分析 40

第三节 食醋行业产品的市场调查 41

一、消费者对食醋包装要求调查 41

二、消费者对食醋容量要求调查 41

三、消费者对食醋价格的要求调查 42

四、消费者每月食醋消费情况调查 42

五、消费者食醋数量增长情况调查 43

六、消费者食醋顾虑情况调查 43

七、消费者对食醋产品要求情况调查 44

八、消费者食醋购买地点情况调查 44

九、消费者经常购买的品牌调查 45

第五章 中国食醋行业区域市场分析 46

第一节 山西食醋分析 46

一、山西老陈醋 46

二、2010年山西食醋市场分析 47

三、山西醋产业发展 48

四、山西醋的困惑及对策 52

第二节 镇江食醋分析 55

一、镇江香醋海外市场分析 55

二、镇江香醋品牌维护分析 57

三、镇江恒顺香醋酿制技艺 59

第三节 四川食醋分析 62

一、四川食醋争夺需求旺盛市场 62

二、收购激活保宁醋 64

三、2010年上海市食醋产品状况 66

第六章 食醋行业投资与发展前景分析 67

第一节 食醋行业投资机会分析 67

一、食醋行业消费品领域投资热点 67

二、食醋行业的商业机会 74

第二节 食醋行业发展前景分析 78

第三节 食醋行业投资环境分析 79

一、2010年中国工业经济发展分析 79

二、我国将完善调味品行业食品安全国家标准 92

第二部分 市场竞争格局与形势

第七章 食醋行业竞争格局分析 93

第一节 食醋行业集中度分析 93

一、食醋市场集中度分析 93

二、食醋企业集中度分析 93

三、食醋区域集中度分析 93

第二节 食醋行业竞争格局分析 94

- 一、中国调味品市场竞争格局 94
- 二、2009-2010年中外食醋产品竞争分析 98
- 三、2009-2010年国内外食醋竞争分析 99
- 四、2009-2010年我国食醋市场竞争分析 101
- 五、2011-2015年国内主要食醋企业动向 107

第八章 2011-2015年中国食醋行业发展形势分析 113

第一节 食醋行业发展概况 113

- 一、食醋行业发展特点分析 113
- 二、食醋行业投资现状分析 114
- 三、食醋行业总产值分析 115
- 四、食醋行业技术发展分析 115

第二节 2009-2010年食醋行业市场情况分析 124

- 一、食醋行业市场发展分析 124
- 二、食醋市场存在的问题 125
- 三、食醋市场规模分析 126

第三节 2009-2010年食醋产销状况分析 126

- 一、食醋产量分析 126
- 二、食醋产能分析 126
- 三、食醋市场需求状况分析 126

第四节 产品发展趋势预测 127

- 一、产品发展新动态 127
- 二、技术新动态 128
- 三、产品发展趋势预测 133

第三部分 赢利水平与企业分析

第九章 中国食醋行业整体运行指标分析 135

第一节 2009-2010年中国食醋行业总体规模分析 135

- 一、企业数量结构分析 135
- 二、行业生产规模分析 135

第二节 2009-2010年中国食醋行业产销分析 135

- 一、行业产成品情况总体分析 135
- 二、行业产品销售收入总体分析 135
- 第三节 2009-2010年中国食醋行业财务指标总体分析 136
 - 一、行业盈利能力分析 136
 - 二、行业偿债能力分析 136
 - 三、行业营运能力分析 136
 - 四、行业发展能力分析 137

第十章 食醋行业赢利水平分析 138

第一节 成本分析 138

- 一、2009-2010年食醋原材料价格走势 138
- 二、2009-2010年食醋行业人工成本分析 140

第二节 产销运存分析 146

- 一、2009-2010年食醋行业产销情况 146
- 二、2009-2010年食醋行业库存情况 148
- 三、2009-2010年食醋行业资金周转情况 149

第三节 盈利水平分析 150

第十一章 食醋行业盈利能力分析 168

第一节 2009-2010年中国食醋行业利润总额分析 168

- 一、利润总额分析 168
- 二、不同规模企业利润总额比较分析 168
- 三、不同所有制企业利润总额比较分析 168

第二节 2009-2010年中国食醋行业销售利润率 169

- 一、销售利润率分析 169
- 二、不同规模企业销售利润率比较分析 169
- 三、不同所有制企业销售利润率比较分析 169

第三节 2009-2010年中国食醋行业总资产利润率分析 170

- 一、总资产利润率分析 170
- 二、不同规模企业总资产利润率比较分析 170
- 三、不同所有制企业总资产利润率比较分析 170

第四节 2009-2010年中国食醋行业产值利税率分析 171

第十二章 食醋重点企业发展分析 172

第一节 山西老陈醋集团有限公司 172

一、公司简介 172

二、东湖醋介绍 173

三、公司发展状况 176

四、公司独特工艺 179

第二节 山西水塔老陈醋股份有限公司 181

一、公司简介 181

二、公司产品与服务 181

三、公司发展分析 182

第三节 江苏恒顺集团有限公司 183

一、公司简介 183

二、公司品牌发展 184

三、2009-2010年经营状况 185

四、公司发展战略 188

第四节 四川保宁醋有限公司 189

一、公司简介 189

二、保宁醋简介 190

三、2010年公司发展形势分析 190

第五节 石家庄珍极酿造集团有限责任公司 191

一、公司简介 191

二、公司技术实力 191

三、公司发展战略 192

第六节 北京市龙门醋厂 192

一、公司简介 192

二、龙门醋的发展 194

三、龙门醋的发展战略 195

第七节 山东玉兔食品有限责任公司 198

一、公司简介 198

二、公司竞争力 199

三、公司发展状况 199

第八节 天津市天立独流老醋股份有限公司 200

- 一、公司简介 200
- 二、公司产品及技术 201
- 三、公司发展状况 202
- 四、公司发展战略 204
- 第九节 山西紫林食品有限公司 205
 - 一、公司简介 205
 - 二、公司竞争力 206
 - 三、紫林醋介绍 207
- 第十节 长沙好韵味实业发展有限公司 208
 - 一、公司简介 208
 - 二、公司竞争力 208
 - 三、公司发展战略 209

第四部分 投资策略与风险预警

第十三章 食醋行业投资策略分析 211

第一节 行业发展特征 211

- 一、行业的周期性 211
- 二、行业的区域性 211
- 三、行业的上下游 211
- 四、行业经营模式 231

第二节 行业投资形势分析 237

- 一、行业发展格局 237
- 二、行业进入壁垒 240
- 三、我国食醋产业SCP模式分析 241
- 四、行业五力模型分析 246

第三节 食醋行业投资效益分析 250

- 一、2010年食醋行业投资状况分析 250
- 二、2010年食醋行业投资效益分析 251
- 三、2011-2015年食醋行业投资方向 251
- 四、2011-2015年食醋行业投资建议 251

第四节 食醋行业投资策略研究 252

第十四章 食醋行业投资风险预警 258

第一节 影响食醋行业发展的主要因素 258

- 一、2010年影响食醋行业运行的有利因素 258
- 二、2010年影响食醋行业运行的稳定因素 258
- 三、2010年影响食醋行业运行的不利因素 260
- 四、2010年我国食醋行业发展面临的挑战 260
- 五、2010年我国食醋行业发展面临的机遇 260

第二节 食醋行业投资风险预警 260

- 一、2011-2015年食醋行业市场风险预测 260
- 二、2011-2015年食醋行业政策风险预测 261
- 三、2011-2015年食醋行业经营风险预测 261
- 四、2011-2015年食醋行业技术风险预测 262
- 五、2011-2015年食醋行业竞争风险预测 262
- 六、2011-2015年食醋行业其他风险预测 263

第五部分 发展趋势与规划建议

第十五章 食醋行业发展趋势分析 265

第一节 2011-2015年中国食醋市场趋势分析 265

- 一、2009-2010年我国食醋市场趋势总结 265
- 二、2011-2015年我国食醋发展趋势分析 266

第二节 2011-2015年食醋产品发展趋势分析 273

- 一、2011-2015年食醋产品技术趋势分析 273
- 二、2011-2015年食醋产品价格趋势分析 275

第三节 2011-2015年中国食醋行业供需预测 275

- 一、2008-2012年中国食醋供给预测 275
- 二、2011-2015年中国食醋需求预测 275
- 三、2011-2015年中国食醋价格预测 276

第四节 2011-2015年食醋行业规划建议 276

- 一、食醋行业"十一五"整体规划 276
- 二、食醋行业"十二五"规划预测 277
- 三、2011-2015年食醋行业规划建议 280

第十六章 食醋企业管理策略建议 285

第一节 市场策略分析 285

一、食醋价格策略分析 285

二、食醋渠道策略分析 292

第二节 销售策略分析 294

一、媒介选择策略分析 294

二、产品定位策略分析 300

三、企业宣传策略分析 306

第三节 提高食醋企业竞争力的策略 313

一、提高中国食醋企业核心竞争力的对策 313

二、食醋企业提升竞争力的主要方向 316

三、影响食醋企业核心竞争力的因素及提升途径 320

第四节 对我国食醋品牌的战略思考 325

一、食醋实施品牌战略的意义 325

二、食醋企业品牌的现状分析 330

三、我国食醋企业的品牌战略 335

图表目录

图表：2010年中国食醋市场供给总量 19

图表：2010年中国食醋市场供给结构 19

图表：2010年中国食醋市场需求总量 20

图表：2010年中国食醋市场需求结构 20

图表：2009年食醋行业工业总产值 22

图表：2009年食醋行业工业销售产值 22

图表：2009年食醋行业利润总额 22

图表：2010年食醋行业工业总产值 22

图表：2010年食醋行业工业销售产值 23

图表：2010年食醋行业利润总额 23

图表：2009年我国食醋产品产量 23

图表：2010年我国食醋产品产量 23

图表：2008年1季度醋及用醋酸制得的醋代用品进口 24

图表：2008年1月醋及用醋酸制得的醋代用品进口 24

图表：2008年2月醋及用醋酸制得的醋代用品进口 24

图表：2008年3月醋及用醋酸制得的醋代用品进口 24

图表：2008年2季度醋及用醋酸制得的醋代用品进口 25

图表：2008年4月醋及用醋酸制得的醋代用品进口 25

图表：2008年5月醋及用醋酸制得的醋代用品进口 25

图表：2008年6月醋及用醋酸制得的醋代用品进口 25

图表：2008年3季度醋及用醋酸制得的醋代用品进口 25

图表：2008年7月醋及用醋酸制得的醋代用品进口 26

图表：2008年8月醋及用醋酸制得的醋代用品进口 26

图表：2008年9月醋及用醋酸制得的醋代用品进口 26

图表：2008年4季度醋及用醋酸制得的醋代用品进口 26

图表：2008年10月醋及用醋酸制得的醋代用品进口 26

图表：2008年11月醋及用醋酸制得的醋代用品进口 27

图表：2008年12月醋及用醋酸制得的醋代用品进口 27

图表：2009年醋及用醋酸制得的醋代用品进口 27

图表：2010年醋及用醋酸制得的醋代用品进口 27

图表：2008年1季度醋及用醋酸制得的醋代用品出口 28

图表：2008年1月醋及用醋酸制得的醋代用品出口 28

图表：2008年2月醋及用醋酸制得的醋代用品出口 28

图表：2008年3月醋及用醋酸制得的醋代用品出口 28

图表：2008年2季度醋及用醋酸制得的醋代用品出口 28

图表：2008年4月醋及用醋酸制得的醋代用品出口 29

图表：2008年5月醋及用醋酸制得的醋代用品出口 29

图表：2008年6月醋及用醋酸制得的醋代用品出口 29

图表：2008年3季度醋及用醋酸制得的醋代用品出口 29

图表：2008年7月醋及用醋酸制得的醋代用品出口 29

图表：2008年8月醋及用醋酸制得的醋代用品出口 30

图表：2008年9月醋及用醋酸制得的醋代用品出口 30

图表：2008年4季度醋及用醋酸制得的醋代用品出口 30

图表：2008年10月醋及用醋酸制得的醋代用品出口 30

图表：2008年11月醋及用醋酸制得的醋代用品出口 30

图表：2008年12月醋及用醋酸制得的醋代用品出口 31

图表：2009年醋及用醋酸制得的醋代用品出口 31

图表：2010年醋及用醋酸制得的醋代用品出口 31

图表：月收入1001-2000元消费者购买食醋首先考虑的因素 32

图表：月收入2001-3000元消费者购买食醋首先考虑的因素 33

图表：月收入3001-4000元消费者购买食醋首先考虑的因素 33

图表：月收入不同消费者购买食醋产品首先考虑的因素 34

图表：21-25岁消费者购买食醋产品首先考虑的因素 35

图表：26-30岁消费者购买食醋产品首先考虑的因素 35

图表：31-35岁消费者购买食醋产品首先考虑的因素 36

图表：不同年龄消费者购买食醋产品首先考虑的因素 36

图表：消费者购买食醋首先考虑的因素总体分析 37

图表：男性消费者购买食醋产品首先考虑的因素 38

图表：女性消费者购买食醋产品首先考虑的因素 38

图表：不同性别消费者购买食醋产品首先考虑的因素 39

图表：消费者对食醋需求 40

图表：各种食醋消费占比 40

图表：消费者购买食醋包装要求 41

图表：消费者对食醋容量的要求 41

图表：消费者对食醋价格的要求 42

图表：消费者每月食醋消费情况 42

图表：消费者食醋数量增长情况 43

图表：消费者食醋顾虑情况 43

图表：消费者对食醋产品要求情况 44

图表：消费者食醋购买地点情况 44

图表：食醋消费者经常购买的品牌 45

图表：2010年1月食品类生活资料出厂价格指数 70

图表：2010年2月食品类生活资料出厂价格指数 70

图表：2010年3月食品类生活资料出厂价格指数 70

图表：2010年4月食品类生活资料出厂价格指数 70

图表：2010年5月食品类生活资料出厂价格指数 70

图表：2010年6月食品类生活资料出厂价格指数 71

图表：2010年7月食品类生活资料出厂价格指数 71

图表：2010年8月食品类生活资料出厂价格指数 71

图表：2010年9月食品类生活资料出厂价格指数 71

图表：2010年10月食品类生活资料出厂价格指数 71

图表：2010年11月食品类生活资料出厂价格指数 72

图表：2010年12月食品类生活资料出厂价格指数 72

图表：2010年1月城市平均食品价格指数 72

图表：2010年2月城市平均食品价格指数 72

图表：2010年3月城市平均食品价格指数 72

图表：2010年4月城市平均食品价格指数 73

图表：2010年5月城市平均食品价格指数 73

图表：2010年6月城市平均食品价格指数 73

图表：2010年7月城市平均食品价格指数 73

图表：2010年8月城市平均食品价格指数 73

图表：2010年9月城市平均食品价格指数 74

图表：2010年10月城市平均食品价格指数 74

图表：2010年11月城市平均食品价格指数 74

图表：2010年12月城市平均食品价格指数 74

图表：2011年中国食醋品牌排名 93

图表：生产工艺流程图 122

图表：2009-2010年我国食醋产量统计 126

图表：2009-2010年我国食醋产能统计 126

图表：我国调味品行业销售额增长趋势图 150

图表：中国调味品行业龙头企业分布 152

图表：国内主要酱油品牌 157

图表：我国各大鸡精企业市场份额分配表 160

图表：2008-2012年普通食糖与功能性食醋销量增长趋势对比 165

图表：2009-2010年江苏恒顺醋业股份有限公司主营构成 185

图表：2009-2010年江苏恒顺醋业股份有限公司每股指标 185

图表：2009-2010年江苏恒顺醋业股份有限公司获利能力 185

图表：2009-2010年江苏恒顺醋业股份有限公司经营能力 186

图表：2009-2010年江苏恒顺醋业股份有限公司偿债能力 186

图表：2009-2010年江苏恒顺醋业股份有限公司资本结构 186

图表：2009-2010年江苏恒顺醋业股份有限公司发展能力 186

图表：2009-2010年江苏恒顺醋业股份有限公司现金流量 187

图表：2009-2010年江苏恒顺醋业股份有限公司主营业务收入 187

图表：2009-2010年江苏恒顺醋业股份有限公司主营业务利润 187

图表：2009-2010年江苏恒顺醋业股份有限公司营业利润 187

图表：2009-2010年江苏恒顺醋业股份有限公司利润总额 188

图表：2009-2010年江苏恒顺醋业股份有限公司净利润 188

图表：2010年1-6月我国居民消费价格指数 224

图表：2008-2009年我国居民消费价格指数 225

图表：2010年7月我国居民消费价格指数 225

图表：2010年8月我国居民消费价格指数 226

图表：2010年9月我国居民消费价格指数 227

图表：2010年10月我国居民消费价格指数 228

图表：2010年11月我国居民消费价格指数 229

图表：2010年12月我国居民消费价格指数 230

图表：2005-2007年我国食醋产量统计 244

图表：2003-2007年恒顺醋业利润表 245

图表：2006-2015年我国食醋产量统计 275

图表：2011-2015年我国食醋需求量预测 275

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/177450.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。