



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 中国果醋、果酒市场竞争力与投资盈利预测报告（2011-2015年）

# 一、调研说明

《中国果醋、果酒市场竞争力与投资盈利预测报告（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/188596.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

果醋是以水果，包括苹果、山楂、葡萄、柿子、梨、杏、柑橘、猕猴桃、西瓜等，或果品加工下脚料为主要原料，利用现代生物技术酿制而成的一种营养丰富、风味优良的酸味调味品。它兼有水果和食醋的营养保健功能，是集营养、保健、食疗等功能为一体的新型饮品。科学研究发现，果醋具有多种功能。

果酒是用水果本身的糖分被酵母菌发酵成为酒精的酒，含有水果的风味与酒精。因此民间的家庭时常会自酿一些水果酒来饮用。如李子酒，葡萄酒等等。因为这些水果表皮会有一些野生的酵母，加上一些蔗糖，因此不需要额外添加酵母也能有一些发酵作用，但民间传统做酒的方法往往旷日费时，也容易被污染。所以外加一些活性酵母是快速酿造水果酒的理想方法。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

### 第一章 果醋、果酒基础概述

#### 第一节 果醋

##### 一、果醋的原料

##### 二、果醋的主要功能

##### 三、果醋的主要品种

##### 四、果醋的减肥原理解析

#### 第二节 果酒

##### 一、果酒特点

##### 二、果酒工艺制作

##### 三、果酒的质量鉴别

##### 四、果酒的健康功效

### 第二章 2010-2011年国内外软饮料业整体运行态势分析

#### 第一节 2010-2011年全球软饮料市场运行透析

##### 一、世界软饮料三分天下

##### 二、全球软饮料生产商销售业务点评

##### 三、国际软饮料业新流行产品

##### 四、欧洲软饮料市场形势喜人东西部差异大

## 五、西方低糖软饮料发展时机已成熟

### 第二节 2010-2011年中国软饮料业运行总况

#### 一、近几年中国软饮料产业经济指标分析

#### 二、近几年中国软饮料产量统计分析

#### 三、我国软饮料行业发展分析

#### 四、中国软饮料制造行业SCP分析

#### 五、中国软饮料科技创新分析

### 第三节 2010-2011年中国软饮料行业的安全与健康

#### 一、食品饮料行业面对健康和赢利难以选择

#### 二、食品饮料业面临安全考验

#### 三、亟需建立食品饮料安全保障体系

#### 四、管理问题是中国饮料行业发展的重要问题

### 第四节 2010-2011年中国软饮料行业面临的挑战及对策

#### 一、中国"饮料"企业面临八大考验

#### 二、国内软饮料企业应对品牌竞争对策

#### 三、中国饮料企业攻克技术壁垒的途径

## 第三章 2010-2011年中国果醋市场运行态势分析

### 第一节 2010-2011年中国果醋业运行总况

#### 一、果醋行业逐步摆脱困境渐入佳境

#### 二、中国果醋饮料业生存现状

#### 三、果醋饮料市场发展迅猛格局初现

#### 四、果醋饮料渐成礼品市场新宠

#### 五、果醋饮料市场竞争激烈陷国标困局

### 第二节 2010-2011年中国果醋区域市场分析

#### 一、重庆"果醋减肥"成为女性时尚潮流

#### 二、广东果醋饮料行业蓄势待发

#### 三、河南果醋行业的生存现状及发展建议

#### 四、河南果醋业在产品形象与销售渠道上实现突破

### 第三节 2010-2011年中国苹果醋市场动态分析

#### 一、苹果醋市场亮点聚焦

#### 二、新一代苹果醋升级产品

#### 三、苹果醋市场呼唤领军品牌

#### 四、苹果醋饮料市场的误区及发展策略

#### 第四节 2010-2011年中国果醋市场存在的问题与对策

##### 一、标准缺失成为果醋饮料发展的最大软肋

##### 二、中国果醋行业存在的不足

##### 三、果醋市场存在两大怪象

##### 四、果醋的市场开发途径挖掘

#### 第四章 2010-2011年中国果酒市场运行新格局探析

##### 第一节 2010-2011年中国果酒业运行简况

##### 一、我国发展果酒业的有利条件

##### 二、中国果酒市场容量巨大竞争激烈

##### 三、中国果酒市场的新变化

##### 四、果酒企业在酒标上标新立异

##### 五、中国南派果酒夹缝中艰难成长

##### 第二节 2010-2011年中国果酒的区域市场发展概况

##### 一、成都发力高端果酒市场

##### 二、广东年产5000吨果酒生产线开建

##### 三、江苏果酒业发展现状探析

##### 四、山东苹果酒陷入尴尬境地

##### 第三节 2010-2011年中国果酒业发展的问题与对策

##### 一、我国果酒业存在的主要不足

##### 二、中国果酒产业发展的瓶颈

##### 三、中国果酒发展道路上的五大忧思

##### 四、推进我国果酒业快速发展的措施

##### 五、中国果酒业发展的出路探讨

#### 第五章 2006-2010年中国果酒、果醋进出口数据监测分析（2209）

##### 第一节 2006-2010年中国果酒、果醋进口数据分析

##### 一、进口数量分析

##### 二、进口金额分析

##### 第二节 2006-2010年中国果酒、果醋出口数据分析

##### 一、出口数量分析

##### 二、出口金额分析

##### 第三节 2006-2010年中国果酒、果醋进出口平均单价分析

#### 第四节 2006-2010年中国果酒、果醋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

#### 第六章 2010-2011年中国果醋、果酒行业的工艺技术研究

##### 第一节 果醋的生产工艺

##### 一、果醋的主要加工工艺研究进展

##### 二、苹果醋的制作流程简述

##### 三、柑桔果醋的生产技术

##### 四、野生酸枣果醋的生产方法探究

##### 第二节 果酒的工艺技术研究进展

##### 一、国内外果酒生产工艺的研究概况

##### 二、福建成功掌握两类果酒生产技术

##### 三、江苏大学黑莓果酒生产技术成熟

##### 四、湖工大攻克果酒产品开发技术难题

##### 五、果酒加工生产存在的主要难题

##### 第三节 各种果酒产品的生产技术

##### 一、无花果酒的生产工艺解析

##### 二、柑橘果酒的酿制流程

##### 三、杨梅果酒生产工艺研究进程

##### 四、五味子果酒的制造工艺分析

##### 五、法国苹果酒制造工艺研究

#### 第七章 2010-2011年中国果醋、果酒行业原料分析

##### 第一节 水果

##### 一、我国水果市场发展概况

##### 二、中国水果市场持续增长

##### 三、我国积极推动水果产业健康有序发展

##### 四、中国水果产业的品牌化路径分析

##### 五、影响我国水果贸易的因素及应对策略

##### 第二节 枸杞

##### 一、国内枸杞市场发展综述

##### 二、宁夏中宁枸杞产业蓬勃发展

##### 三、青海省大力推进枸杞种植产业化发展

## 四、我国枸杞产业全球扩张面临的挑战及对策

### 第三节 食醋

#### 一、我国食醋行业发展概况

#### 二、国内食醋业市场结构简析

#### 三、我国食醋行业发展中存在的问题

#### 四、促进中国食醋业发展的措施建议

### 第四节 食糖

#### 一、中国食糖业总体发展概况

#### 二、榨季国内食糖市场发展综述

#### 三、影响食糖价格变动的因素

#### 四、中国食糖生产面临的制约因素及风险

## 第八章 2010-2011年中国果醋、果酒的营销解析

### 第一节 2010-2011年中国果醋的市场定位与营销分析

#### 一、果醋饮料需要明确的市场定位

#### 二、果醋饮料市场营销的缺失现象

#### 三、果醋市场营销面临的主要问题

#### 四、果醋饮料营销模式亟待突破创新

#### 五、果醋饮料的营销方案规划

### 第二节 2010-2011年中国果酒的营销分析

#### 一、果酒的营销路径分析

#### 二、中国果酒品牌营销的缺失

#### 三、以糖酒会为平台探究果酒的体验营销策略

#### 四、果酒的市场定位与营销突围

### 第三节 2010-2011年中国高度果酒的销售渠道分析

#### 一、高度果酒的定义及发展

#### 二、餐饮终端

#### 三、商务团购

#### 四、时尚夜场

### 第四节 知名果醋、果酒品牌的营销案例分析

#### 一、汇源果汁醋

#### 二、宁夏红枸杞酒

#### 三、仙林青梅酒

四、宁波永成杨梅酒

五、南国香邑

六、梅鹤山庄青梅果酒

## 第九章 2010-2011年中国果醋、果酒行业领先企业动态分析

### 第一节 宁夏红枸杞产业集团公司（000557）

一、公司简介

二、宁夏红成为枸杞果酒行业龙头企业

三、宁夏红集团打造果酒市场典范品牌

四、宁夏红诞生果酒业首个国家认定企业技术中心

五、2010年宁夏红七大类33个产品通过绿色食品认证

### 第二节 广东帝浓酒业有限公司

一、公司简介

二、帝浓酒业积极拓展国内果酒市场

三、帝浓酒业冰荔枝酒进入香港市场

四、2010年帝浓酒业"荔枝果醋生产技术"通过省科技厅鉴定

### 第三节 广东天地壹号饮料有限公司

一、公司简介

二、天地壹号保持果醋行业领先地位

三、天地壹号加速国内果醋市场扩张步伐

四、天地壹号推出国内首款罐装果醋饮料

### 第四节 维嘉思食品饮料有限公司

一、公司简介

二、维嘉思公司倾力打造果醋品牌"华生堂"

三、2010年维嘉思公司推出新一代苹果醋升级产品

## 第十章 2010-2011年中国果醋、果酒重点企业运营关键财务数据分析

### 第一节 青岛琅琊台集团股份有限公司

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 天津挂月集团有限公司

- 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 烟台飞龙王葡萄酒业有限公司

- 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 宁夏香山酒业集团有限公司

- 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 兴邦仙人掌有限责任公司

- 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 青岛格林玛特礼品有限公司

- 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

#### 第七节 宁夏红中宁枸杞制品有限公司

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 飞环(集团)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 淄博涇源酒水公司

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

#### 第十节 江西省猕猴桃酒业股份有限公司

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

#### 第十一节 略&hellip;&hellip;

## 第十一章 2010-2011年中国果醋、果酒替代产品剖析

### 第一节 果汁

- 一、中国果汁饮料行业发展概况
- 二、果汁行业发展态势良好
- 三、饮料新规助推果汁产业健康发展
- 四、果汁饮料市场的发展特点
- 五、果汁饮料市场逐渐走向细分

### 第二节 乳饮料

- 一、我国乳饮市场竞争格局
- 二、乳饮料的市场创新
- 三、乳饮料产品市场定位分析
- 四、果粒酸乳饮料成市场热点
- 五、乳饮料市场发展趋势分析

### 第三节 保健酒

- 一、中国保健酒发展进入快车道
- 二、中国保健酒行业的发展规律
- 三、中国保健酒行业良性升级情况
- 四、中国保健酒市场销售形势分析

### 第四节 露酒

- 一、露酒产业发展的有利条件
- 二、露酒的生产沿革
- 三、白酒消费税新政给露酒带来实质利好
- 四、露酒的产品开发建议
- 五、露酒市场的发展趋势分析

## 第十二章 2011-2015年中国果醋、果酒行业投资战略研究

### 第一节 2011-2015年中国果醋、果酒投资机遇

- 一、我国软饮料行业投资前景乐观
- 二、我国果酒产业迎来投资机遇
- 三、果醋饮料成为饮料市场投资新热点

### 第二节 2011-2015年中国果醋、果酒投资风险预警

- 一、国内饮料行业竞争门槛提高
- 二、企业新产品开发力度加大

### 三、国内果醋、果酒市场投资风险

#### 第三节 专家投资建议

### 第十三章 2010-2011年中国果酒、果醋制造业运行环境分析

#### 第一节 2010-2011年中国宏观经济环境分析

##### 一、中国GDP分析

##### 二、消费价格指数分析

##### 三、城乡居民收入分析

##### 四、社会消费品零售总额

##### 五、全社会固定资产投资分析

##### 六、进出口总额及增长率分析

#### 第二节 2010-2011年中国果酒、果醋制造业政策环境分析

##### 一、中华人民共和国食品卫生法

##### 二、饮料产品生产许可证审查细则

##### 三、果醋饮料国家标准（意见稿）

#### 第三节 2010-2011年中国果酒、果醋制造业社会环境分析

### 第十四章 2011-2015年中国果醋、果酒行业前景展望

#### 第一节 2011-2015年中国软饮料行业前景预测

##### 一、我国软饮料行业发展前景广阔

##### 二、2011-2015年中国软饮料制造行业预测分析

##### 三、未来软饮料业将步入重构时期

#### 第二节 2011-2015年中国果醋行业发展趋势及前景

##### 一、我国果醋市场发展规模预测

##### 二、国内苹果醋市场发展趋势

##### 三、葡萄果醋行业未来发展方向

#### 第三节 2011-2015年中国果酒行业发展趋势及前景

##### 一、中国果酒行业发展前景看好

##### 二、我国苹果酒开发有望蓬勃发展

#### 图表目录：（部分）

图表：日本各类饮料市场规模

图表：中国软饮料市场品牌列表（部分）

图表：无花果酒的感观指标

图表：无花果酒的理化指标

图表：2008年我国园林水果种植面积及产量情况

图表：08、09榨季与07、08榨季我国食糖产量对比表

图表：08、09榨季与07、08榨季我国食糖销量对比表

图表：营养快线、小洋人妙恋与某二线品牌PET瓶乳饮料价格体系比较

图表：酒类发展趋势对比表

图表：果醋饮料理化指标

图表：2006-2009年中国果酒、果醋进口数量分析

图表：2006-2009年中国果酒、果醋进口金额分析

图表：2006-2009年中国果酒、果醋出口数量分析

图表：2006-2009年中国果酒、果醋出口金额分析

图表：2006-2009年中国果酒、果醋进出口平均单价分析

图表：2006-2009年中国果酒、果醋进口国家及地区分析

图表：2006-2009年中国果酒、果醋出口国家及地区分析

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

图表：青岛琅琊台集团股份有限公司主要经济指标走势图

图表：青岛琅琊台集团股份有限公司经营收入走势图

图表：青岛琅琊台集团股份有限公司盈利指标走势图

图表：青岛琅琊台集团股份有限公司负债情况图

图表：青岛琅琊台集团股份有限公司负债指标走势图

图表：青岛琅琊台集团股份有限公司运营能力指标走势图

图表：青岛琅琊台集团股份有限公司成长能力指标走势图

图表：天津挂月集团有限公司主要经济指标走势图

图表：天津挂月集团有限公司经营收入走势图

图表：天津挂月集团有限公司盈利指标走势图

图表：天津挂月集团有限公司负债情况图

图表：天津挂月集团有限公司负债指标走势图

图表：天津挂月集团有限公司运营能力指标走势图

图表：天津挂月集团有限公司成长能力指标走势图

图表：烟台飞龙王葡萄酒业有限公司主要经济指标走势图

图表：烟台飞龙王葡萄酒业有限公司经营收入走势图

图表：烟台飞龙王葡萄酒业有限公司盈利指标走势图

图表：烟台飞龙王葡萄酒业有限公司负债情况图

图表：烟台飞龙王葡萄酒业有限公司负债指标走势图

图表：烟台飞龙王葡萄酒业有限公司运营能力指标走势图

图表：烟台飞龙王葡萄酒业有限公司成长能力指标走势图

图表：宁夏香山酒业集团有限公司主要经济指标走势图

图表：宁夏香山酒业集团有限公司经营收入走势图

图表：宁夏香山酒业集团有限公司盈利指标走势图

图表：宁夏香山酒业集团有限公司负债情况图

图表：宁夏香山酒业集团有限公司负债指标走势图

图表：宁夏香山酒业集团有限公司运营能力指标走势图

图表：宁夏香山酒业集团有限公司成长能力指标走势图

图表：兴邦仙人掌有限责任公司主要经济指标走势图

图表：兴邦仙人掌有限责任公司经营收入走势图

图表：兴邦仙人掌有限责任公司盈利指标走势图

图表：兴邦仙人掌有限责任公司负债情况图

图表：兴邦仙人掌有限责任公司负债指标走势图

图表：兴邦仙人掌有限责任公司运营能力指标走势图

图表：兴邦仙人掌有限责任公司成长能力指标走势图

图表：青岛格林玛特礼品有限公司主要经济指标走势图

图表：青岛格林玛特礼品有限公司经营收入走势图

图表：青岛格林玛特礼品有限公司盈利指标走势图

图表：青岛格林玛特礼品有限公司负债情况图

图表：青岛格林玛特礼品有限公司负债指标走势图

图表：青岛格林玛特礼品有限公司运营能力指标走势图

图表：青岛格林玛特礼品有限公司成长能力指标走势图

图表：宁夏红中宁枸杞制品有限公司主要经济指标走势图

图表：宁夏红中宁枸杞制品有限公司经营收入走势图

图表：宁夏红中宁枸杞制品有限公司盈利指标走势图

图表：宁夏红中宁枸杞制品有限公司负债情况图

图表：宁夏红中宁枸杞制品有限公司负债指标走势图

图表：宁夏红中宁枸杞制品有限公司运营能力指标走势图

图表：宁夏红中宁枸杞制品有限公司成长能力指标走势图

图表：飞环(集团)公司主要经济指标走势图

图表：飞环(集团)公司经营收入走势图

图表：飞环(集团)公司盈利指标走势图

图表：飞环(集团)公司负债情况图

图表：飞环(集团)公司负债指标走势图

图表：飞环(集团)公司运营能力指标走势图

图表：飞环(集团)公司成长能力指标走势图

图表：淄博涇源酒水公司主要经济指标走势图

图表：淄博涇源酒水公司经营收入走势图

图表：淄博涇源酒水公司盈利指标走势图

图表：淄博涇源酒水公司负债情况图

图表：淄博涇源酒水公司负债指标走势图

图表：淄博涇源酒水公司运营能力指标走势图

图表：淄博涇源酒水公司成长能力指标走势图

图表：江西省猕猴桃酒业股份有限公司主要经济指标走势图

图表：江西省猕猴桃酒业股份有限公司经营收入走势图

图表：江西省猕猴桃酒业股份有限公司盈利指标走势图

图表：江西省猕猴桃酒业股份有限公司负债情况图

图表：江西省猕猴桃酒业股份有限公司负债指标走势图

图表：江西省猕猴桃酒业股份有限公司运营能力指标走势图

图表：江西省猕猴桃酒业股份有限公司成长能力指标走势图

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/188596.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](http://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。