



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2013-2017年中国饮用水市场深度分析与投资前景预测报告

# 一、调研说明

《2013-2017年中国饮用水市场深度分析与投资前景预测报告》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/243006.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](mailto: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

21世纪以来，中国饮用水行业进入稳步成长阶段。各种品牌的纯净水、矿泉水、蒸馏水、山泉水、天然水、矿物质水频频出现在全国市场。中国饮用水市场竞争日趋激烈。

目前，包装饮用水以其40%的市场占有率，已稳居全国饮料市场头把交椅。2011年，全国包装饮用水类累计产量为47,889,965.83吨，比上年同期增长了25.67%。2012年，全国包装饮用水类累计产量为55,627,750.79吨，比上年同期增长了19.20%。

随着人们生活水平的日益提高，消费者对饮用水的要求也越来越高。纵观中国饮用水市场，众多企业把主战场放在低端饮用水产品，经历多年价格战后，这一市场的利润已日渐微薄。在消费市场出现扩大的同时，许多企业开始尝试拓展新领域，越来越多的企业抢占高端市场，希望得到一席之地。

2012年7月1日起，新的《生活饮用水卫生标准》开始在全国强制实施，饮用水监测指标从35项提高到106项，加强了对水质有机物、微生物和水质消毒等方面的要求；统一了城镇和农村饮用水卫生标准；特别是对饮用水中氯酸盐、大肠杆菌、重金属和放射性物质等含量做了更加严格的规定，基本实现了饮用水标准与国际接轨。

当前，我国饮用水产业经过多年的发展逐渐走向成熟，在"便捷时代"、"健康时代"之后进入"生态时代"。"便捷时代"，消费者缺乏基本的饮水安全、健康意识，消费目标多以水饮品为主。"健康时代"，消费者对饮用水的需求提升到健康的高度，饮用水行业开始向水家电、水装修、水处理等领域进行延展，技术和产品创新优势开始显现。围绕健康，形成对节能、环保、营养、服务等综合性需求，行业逐渐围绕消费者开始构建饮用水和谐生态环境，技术和产品创新动力大幅提升，同时围绕产品的服务能力和解决方案能力形成新的市场契机，作为我国饮用水发展最高阶段的"生态时代"是产业发展的又一次机遇。

艾凯咨询集团发布的《2013-2017年中国饮用水市场深度分析与投资前景预测报告》共十章。首先介绍了饮用水的概念、分类及饮用水与健康等，接着分析了中国饮用水行业的现状，然后具体介绍了桶装水、瓶装水、矿泉水、纯净水、功能水、袋装水、直饮水的发展。随后，报告对饮用水行业做了水家电市场分析、替代品分析、投资潜力分析和未来前景趋势分析。最后细致分析了20家重点饮用水生产企业的经营状况。

本研究报告数据主要来自于国家统计局、卫生部、水利部、环保部、宇博智业市场研究中心、中国饮料工业协会以及国内外重点刊物等渠道，数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若想对饮用水市场有个系统深入的了解、或者想投资饮用水行业，本报告将是您不可或缺的重要参考工具。

报告目录：

## 第一章 饮用水概述

### 1.1 饮用水的概念及分类

#### 1.1.1 饮用水简介

#### 1.1.2 饮用水的分类

### 1.2 饮用水与健康

#### 1.2.1 饮用水有关健康知识

#### 1.2.2 饮用水选购应因人而异

#### 1.2.3 孩子经常喝瓶桶装水容易蛀牙

#### 1.2.4 饮用水安全已成全球性问题

## 第二章 2011-2012年饮用水行业分析

### 2.1 2011-2013年饮用水行业政策环境分析

#### 2.1.1 2010年两项净水器国家标准发布

#### 2.1.2 2011年起我国将饮用水卫生安全巡查纳入医改项目

#### 2.1.3 2011年我国净水市场三大标准实施

#### 2.1.4 2011年WHO发布新版饮用水质量指导标准

#### 2.1.5 2012年我国饮用水新国标正式实施

#### 2.1.6 我国将制定饮用水水源地保护法

#### 2.1.7 "十二五"环保部拟定饮用水保护"蓝图"

### 2.2 2011-2012年饮用水行业的发展

#### 2.2.2 矿物质水正式成为我国饮用水第六水种

#### 2.2.3 2011年中国饮用水行业热点分析

#### 2.2.4 2011年我国饮用水源地水质达标情况

#### 2.2.5 2012年我国饮用水监测点已覆盖全国省地市

### 2.3 2011-2012年饮用水市场概况

#### 2.3.1 中国饮用水市场发展状况概述

#### 2.3.2 2010年中国饮用水市场分析

#### 2.3.3 2011年中国饮用水市场品牌概况

#### 2.3.4 我国饮用水市场安全问题备受关注

#### 2.3.5 中国高端饮用水市场进入爆发期

#### 2.3.6 饮用水市场再次酝酿产品升级革命

- 2.4 2010-2012年全国及主要省份包装饮用水类产量分析
  - 2.4.1 2010年1-12月全国及主要省份包装饮用水类产量分析
  - 2.4.2 2011年1-12月全国及主要省份包装饮用水类产量分析
  - 2.4.3 2012年1-12月全国及主要省份包装饮用水类产量分析
- 2.5 各地区饮用水市场状况
  - 2.5.1 2010年宁夏生活饮用水合格率达33.77%
  - 2.5.2 2011年陕西出台规划保护饮用水水源地环境
  - 2.5.3 2011年深圳《学校饮用水卫生管理工作指引》出台
  - 2.5.4 2012年安徽马鞍山饮用水总体情况良好
  - 2.5.5 2013年广东将全面解决农村饮用水水质问题
  - 2.5.6 2014年四川农村饮用水合格率将达90%
- 2.6 中国饮用水存在的问题及发展对策
  - 2.6.1 中国饮用水存在的主要问题
  - 2.6.2 我国城市饮用水安全保障存在五大问题
  - 2.6.3 我国包装饮用水行业面临的主要挑战
  - 2.6.4 饮用水市场监管有待加强
  - 2.6.5 我国农村饮用水存在的安全问题及对策分析
  - 2.6.6 国内企业进军高端饮用水市场应注意的问题

### 第三章 2011-2012年桶装水行业发展分析

- 3.1 2011-2012年桶装水行业的发展
  - 3.1.1 桶装水行业简况
  - 3.1.2 我国桶装水行业现状概述
  - 3.1.3 2012年中国桶装饮用水行业自律文件出炉
  - 3.1.4 我国小包装桶装水发展辨析
- 3.2 2011-2012年桶装水市场的发展
  - 3.2.1 桶装水市场价差较大
  - 3.2.2 国外品牌抢滩桶装水市场
  - 3.2.3 2012年中国高端桶装水市场再添新军
  - 3.2.4 直饮机争夺桶装水市场
- 3.3 部分地区桶装水行业状况
  - 3.3.1 郑州桶装水市场状况分析及对策

- 3.3.2 广西桶装水行业出台赔偿方法
- 3.3.3 2012年广东桶装水行业新标准实施
- 3.3.4 2012年广东桶装水行业创新经营模式
- 3.4 桶装水行业发展存在的问题及对策
  - 3.4.1 桶装水企业发展存在的问题
  - 3.4.2 桶装水行业质量问题分析
  - 3.4.3 桶装水产业亟待升级
  - 3.4.4 桶装水企业应对市场分割策略分析
  - 3.4.5 桶装水生产企业发展的建议

#### 第四章 2011-2012年瓶装水行业发展分析

- 4.1 国际瓶装水市场概况
  - 4.1.1 全球瓶装水市场发展回顾
  - 4.1.2 美国瓶装水市场分析
  - 4.1.3 韩国瓶装水市场发展潜力看好
  - 4.1.4 比利时瓶装水消费分析
  - 4.1.5 瓶装水行业发展带来的问题
- 4.2 2011-2012年中国瓶装水发展分析
  - 4.2.1 中国瓶装饮用水行业进入新阶段
  - 4.2.2 2011年我国瓶装水行业发展概况
  - 4.2.3 2012年中国瓶装水市场发展概述
  - 4.2.4 2012年我国高价瓶装水市场现况
  - 4.2.5 我国高端瓶装水市场有望快速发展
  - 4.2.6 矿物质水和矿泉水将成为我国瓶装水发展方向
- 4.3 中国瓶（罐）装饮用水制造行业财务状况分析
  - 4.3.1 2008-2012年中国瓶（罐）装饮用水制造行业经济规模
  - 4.3.2 2008-2012年中国瓶（罐）装饮用水制造行业盈利能力指标分析
  - 4.3.3 2008-2012年中国瓶（罐）装饮用水制造行业营运能力指标分析
  - 4.3.4 2008-2012年中国瓶（罐）装饮用水制造行业偿债能力指标分析
  - 4.3.5 2008-2012年中国瓶（罐）装饮用水制造行业财务状况综合评价
- 4.4 瓶装饮用水营销分析
  - 4.4.1 瓶装饮用水市场营销特性

- 4.4.2 瓶装饮用水销售的主要线路
- 4.4.3 瓶装水龙头企业营销策略比较
- 4.5 中国瓶装水行业存在的问题
  - 4.5.1 我国瓶装水市场比较混乱
  - 4.5.2 瓶装水标签有待规范
  - 4.5.3 瓶装水产业亟需加强监管

## 第五章 2011-2012年矿泉水行业发展分析

- 5.1 矿泉水相关介绍
  - 5.1.1 矿泉水简介
  - 5.1.2 矿泉水的类型
  - 5.1.3 矿泉水的特点
  - 5.1.4 矿物质水和矿泉水的区别
  - 5.1.5 矿泉水适应的人群及适应症
- 5.2 矿泉水资源开发
  - 5.2.1 中国矿泉水资源开发利用状况分析
  - 5.2.2 透视北京饮用天然矿泉水资源开发利用状况及发展
  - 5.2.3 西藏优势矿泉水资源开发受资本青睐
  - 5.2.4 长白山天然矿泉水资源保护及开采战略剖析
  - 5.2.5 广州矿泉水开采存在的主要问题
- 5.3 2011-2012年国内外矿泉水行业概况
  - 5.3.1 发达国家矿泉水产品发展特点
  - 5.3.2 2011年度日本矿泉水市场规模概况
  - 5.3.3 中国矿泉水市场已迎来高端时代
  - 5.3.4 2012中国矿泉水市场品牌排行
  - 5.3.5 2012年我国高端矿泉水企业渠道谋变
  - 5.3.6 中国矿泉水战略崛起的要素分析
- 5.4 矿泉水标准实施及其影响分析
  - 5.4.1 矿泉水新标准实施简述
  - 5.4.2 我国矿泉水新标准与国际接轨
  - 5.4.3 《饮用天然矿泉水》新国标对行业的影响分析
- 5.5 中国主要地区矿泉水行业分析

- 5.5.1 吉林长白山天然矿泉水产业发展回顾
- 5.5.2 2011年吉林高端矿泉水项目投资百亿
- 5.5.3 2011年深圳矿泉水企业领跑全国
- 5.5.4 2012年深圳矿泉水市场再添新军
- 5.5.5 2012年吉林矿泉水品牌进入韩国市场
- 5.5.6 贵州矿泉水产业发展概况
- 5.5.7 拉萨市饮用天然矿泉水行业研究
- 5.5.8 青海省矿泉水行业亟需加大开发力度
- 5.6 矿泉水产业发展面临的挑战及对策
  - 5.6.1 我国矿泉水产业发展存在的问题
  - 5.6.2 中国矿泉水产业发展的制约因素解析
  - 5.6.3 我国与欧盟在矿泉水质量保证方面的差距
  - 5.6.4 我国矿泉水产业有待政策扶持
  - 5.6.5 我国矿泉水产业发展的建议
  - 5.6.6 推动矿泉水产业健康发展的有利措施

## 第六章 2011-2012年其他种类饮用水行业发展分析

- 6.1 纯净水
  - 6.1.1 中国纯净水市场的发展概况
  - 6.1.2 纯净水市场发展特点分析
  - 6.1.3 中国纯净水市场较混乱
  - 6.1.4 纯净水市场品牌派生策略分析
- 6.2 功能水
  - 6.2.1 功能水简介
  - 6.2.2 中国功能水行业发展概况
  - 6.2.3 中国首个功能水行业标准发布
  - 6.2.4 中国功能水行业进入新发展阶段
- 6.3 袋装水
  - 6.3.1 袋装水出击市场
  - 6.3.2 袋装水市场发展现状概述
  - 6.3.3 袋装水发展面临的机遇与挑战
  - 6.3.4 袋装水行业的技术趋势分析



- 6.4 直饮水
  - 6.4.1 直饮水爆炸式增长挑战桶装水
  - 6.4.2 湖南涟源成全国首个普供直饮水城市
  - 6.4.3 2011年山西长治市王庄煤矿直饮水工程启动
  - 6.4.4 2011年神东直饮水工程试供水成功
  - 6.4.5 2012年万绿湖直饮水供穗工程启动
  - 6.4.6 直饮水行业的未来市场趋势分析

## 第七章 2011-2012年水家电市场发展分析

- 7.1 水家电市场概况
  - 7.1.1 水家电的主要种类
  - 7.1.3 我国水家电市场发展态势分析
  - 7.1.4 主要水家电的目标市场分析
  - 7.1.5 水家电市场发展存在三大难题
- 7.2 饮水机
  - 7.2.1 我国饮水机市场总体发展状况
  - 7.2.2 2011年中国饮水机市场发展分析
  - 7.2.3 2012年中国饮水机市场发展分析
  - 7.2.4 我国饮水机产品存在主要问题
  - 7.2.5 我国饮水机市场的隐患及对策
- 7.3 净水机
  - 7.3.1 中国净水机市场发展综述
  - 7.3.2 2011年中国净水器行业发展概述
  - 7.3.3 2012年中国净水器市场发展态势
  - 7.3.4 中国净水机市场的制约因素及策略建议
  - 7.3.5 中国净水器市场前景喜人
- 7.4 直饮机
  - 7.4.1 直饮机亮相饮水市场
  - 7.4.2 直饮机市场潜力巨大
  - 7.4.3 直饮机行业的基本特征
  - 7.4.4 影响直饮机行业发展进程的因素
- 7.5 水家电行业投资分析及前景趋势

- 7.5.1 中国水家电行业投资分析
- 7.5.2 中国水家电发展前景广阔
- 7.5.3 水家电市场发展趋势透析

## 第八章 2011-2012年饮用水替代品行业发展分析

### 8.1 碳酸饮料

- 8.1.1 2010年中国碳酸饮料产量回顾
- 8.1.2 2011年中国碳酸饮料产量状况
- 8.1.3 2012年中国碳酸饮料产量状况

### 8.2 果汁饮料

- 8.2.1 果汁饮料市场的发展特点
- 8.2.2 2010年中国果汁饮料健康消费新趋势
- 8.2.3 2011年我国果汁市场竞争态势
- 8.2.4 2012年我国果汁行业发展动态
- 8.2.5 果汁饮料行业瓶颈及发展对策
- 8.2.6 中国果汁饮料产品发展方向

### 8.3 茶饮料

- 8.3.1 中国茶饮料市场总体概述
- 8.3.2 我国茶饮料行业特征分析
- 8.3.3 2011年我国茶饮料市场竞争再添新军
- 8.3.4 2012年我国茶饮料市场的发展特点
- 8.3.5 茶饮料市场大品牌最具优势
- 8.3.6 茶饮料行业产品发展方向

### 8.4 功能饮料

- 8.4.1 影响功能饮料发展的主要因素
- 8.4.2 2011年中高端功能饮料品牌崛起
- 8.4.3 2012年我国功能饮料的发展态势
- 8.4.4 2013年娃哈哈欲大力拓展功能饮料市场
- 8.4.5 国内功能饮料监管市场存在缺失
- 8.4.6 中国功能饮料市场前景可期

## 第九章 饮用水行业投资及前景趋势分析

- 9.1 饮用水行业投资分析
  - 9.1.1 进军矿泉水市场机会分析
  - 9.1.2 饮用水净化市场将迎来新投资主题
  - 9.1.3 终端直饮水产业投资收益剖析
  - 9.1.4 我国高端饮用水市场的投资前景及风险分析
- 9.2 饮用水行业前景趋势
  - 9.2.1 2013-2017年中国瓶（罐）装饮用水制造行业预测分析
  - 9.2.2 中国瓶装饮用水行业发展趋势分析
  - 9.2.3 天然矿泉水将主导未来饮用水市场
  - 9.2.4 中国饮用水处理技术发展趋势

## 第十章 2006-2012年饮用水行业重点企业运营状况分析

- 10.1 杭州娃哈哈保健食品有限公司
  - 10.1.1 2006-2012年公司发展概况
  - 10.1.2 公司总体规模与盈利状况
  - 10.1.3 公司偿债能力分析
  - 10.1.4 公司营运能力分析
  - 10.1.5 公司获利能力分析
  - 10.1.6 公司成长能力分析
- 10.2 桂林娃哈哈食品有限公司
  - 10.2.1 2006-2012年公司发展概况
  - 10.2.2 公司总体规模与盈利状况
  - 10.2.3 公司偿债能力分析
  - 10.2.4 公司营运能力分析
  - 10.2.5 公司获利能力分析
  - 10.2.6 公司成长能力分析
- 10.3 华润怡宝食品饮料（深圳）有限公司
  - 10.3.1 2006-2012年公司发展概况
  - 10.3.2 公司总体规模与盈利状况
  - 10.3.3 公司偿债能力分析
  - 10.3.4 公司营运能力分析
  - 10.3.5 公司获利能力分析

- 10.3.6 公司成长能力分析
- 10.4 江西润田饮料有限责任公司
  - 10.4.1 2006-2012年公司发展概况
  - 10.4.2 公司总体规模与盈利状况
  - 10.4.3 公司偿债能力分析
  - 10.4.4 公司营运能力分析
  - 10.4.5 公司获利能力分析
  - 10.4.6 公司成长能力分析
- 10.5 沈阳润田食品饮料有限公司
  - 10.5.1 2006-2012年公司发展概况
  - 10.5.2 公司总体规模与盈利状况
  - 10.5.3 公司偿债能力分析
  - 10.5.4 公司营运能力分析
  - 10.5.5 公司获利能力分析
  - 10.5.6 公司成长能力分析
- 10.6 四川蓝光饮品实业有限公司
  - 10.6.1 2006-2012年公司发展概况
  - 10.6.2 公司总体规模与盈利状况
  - 10.6.3 公司偿债能力分析
  - 10.6.4 公司营运能力分析
  - 10.6.5 公司获利能力分析
  - 10.6.6 公司成长能力分析
- 10.7 兰州顶津食品有限公司
  - 10.7.1 2006-2012年公司发展概况
  - 10.7.2 公司总体规模与盈利状况
  - 10.7.3 公司偿债能力分析
  - 10.7.4 公司营运能力分析
  - 10.7.5 公司获利能力分析
  - 10.7.6 公司成长能力分析
- 10.8 农夫山泉湖北丹江口有限公司
  - 10.8.1 2006-2012年公司发展概况
  - 10.8.2 公司总体规模与盈利状况

- 10.8.3 公司偿债能力分析
- 10.8.4 公司营运能力分析
- 10.8.5 公司获利能力分析
- 10.8.6 公司成长能力分析
- 10.9 农夫山泉股份有限公司建德分公司
  - 10.9.1 2006-2012年公司发展概况
  - 10.9.2 公司总体规模与盈利状况
  - 10.9.3 公司偿债能力分析
  - 10.9.4 公司营运能力分析
  - 10.9.5 公司获利能力分析
  - 10.9.6 公司成长能力分析
- 10.10 乐百氏（沈阳）食品饮料有限公司
  - 10.10.1 2006-2012年公司发展概况
  - 10.10.2 公司总体规模与盈利状况
  - 10.10.3 公司偿债能力分析
  - 10.10.4 公司营运能力分析
  - 10.10.5 公司获利能力分析
  - 10.10.6 公司成长能力分析
- 10.11 江西蓝宝实业发展有限公司
  - 10.11.1 2006-2012年公司发展概况
  - 10.11.2 公司总体规模与盈利状况
  - 10.11.3 公司偿债能力分析
  - 10.11.4 公司营运能力分析
  - 10.11.5 公司获利能力分析
  - 10.11.6 公司成长能力分析
- 10.12 山东文登黑豹矿泉水有限公司
  - 10.12.1 2006-2012年公司发展概况
  - 10.12.2 公司总体规模与盈利状况
  - 10.12.3 公司偿债能力分析
  - 10.12.4 公司营运能力分析
  - 10.12.5 公司获利能力分析
  - 10.12.6 公司成长能力分析

- 10.13 杭州娃哈哈百立食品有限公司
  - 10.13.1 2006-2012年公司发展概况
  - 10.13.2 公司总体规模与盈利状况
  - 10.13.3 公司偿债能力分析
  - 10.13.4 公司营运能力分析
  - 10.13.5 公司获利能力分析
  - 10.13.6 公司成长能力分析
- 10.14 白山娃哈哈饮料有限公司
  - 10.14.1 2006-2012年公司发展概况
  - 10.14.2 公司总体规模与盈利状况
  - 10.14.3 公司偿债能力分析
  - 10.14.4 公司营运能力分析
  - 10.14.5 公司获利能力分析
  - 10.14.6 公司成长能力分析
- 10.15 莱阳鲁花矿泉水有限公司
  - 10.15.1 2006-2012年公司发展概况
  - 10.15.2 公司总体规模与盈利状况
  - 10.15.3 公司偿债能力分析
  - 10.15.4 公司营运能力分析
  - 10.15.5 公司获利能力分析
  - 10.15.6 公司成长能力分析
- 10.16 农夫山泉广东万绿湖有限公司
  - 10.16.1 2006-2012年公司发展概况
  - 10.16.2 公司总体规模与盈利状况
  - 10.16.3 公司偿债能力分析
  - 10.16.4 公司营运能力分析
  - 10.16.5 公司获利能力分析
  - 10.16.6 公司成长能力分析
- 10.17 农夫山泉吉林长白山有限公司
  - 10.17.1 2006-2012年公司发展概况
  - 10.17.2 公司总体规模与盈利状况
  - 10.17.3 公司偿债能力分析

- 10.17.4 公司营运能力分析
- 10.17.5 公司获利能力分析
- 10.17.6 公司成长能力分析
- 10.18 陕西娃哈哈食品有限公司
  - 10.18.1 2006-2012年公司发展概况
  - 10.18.2 公司总体规模与盈利状况
  - 10.18.3 公司偿债能力分析
  - 10.18.4 公司营运能力分析
  - 10.18.5 公司获利能力分析
  - 10.18.6 公司成长能力分析
- 10.19 吉林娃哈哈食品有限公司
  - 10.19.1 2006-2012年公司发展概况
  - 10.19.2 公司总体规模与盈利状况
  - 10.19.3 公司偿债能力分析
  - 10.19.4 公司营运能力分析
  - 10.19.5 公司获利能力分析
  - 10.19.6 公司成长能力分析
- 10.20 福建省新中亚食品有限公司（长乐市）
  - 10.20.1 2006-2012年公司发展概况
  - 10.20.2 公司总体规模与盈利状况
  - 10.20.3 公司偿债能力分析
  - 10.20.4 公司营运能力分析
  - 10.20.5 公司获利能力分析
  - 10.20.6 公司成长能力分析

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/243006.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。