



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国微型汽车产业发展现状及市场监测报告

一、调研说明

《2016-2022年中国微型汽车产业发展现状及市场监测报告》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/272357.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

微型汽车一般是指发动机排量不超过1.1L，车身长度、宽度、高度不超过3.8m、1.6m和2m，最大载货量不超过600kg的汽车。微型汽车产品具有燃料消耗少、价格便宜、使用费用低、占地面积小、用途多、适应性广等特点。微型汽车包括微型轿车、微型客车、微型货车。微型轿车主要是指发动机排量在1升以下的，微型客车主要是指长度不超过3.5米，微型货车主要是指载重在1.8吨以下。

中国的微型汽车业快速增长，成为汽车行业中增长速度最快的车种之一，成为汽车生产和消费市场的重要拉动力量和生力军。中国交叉乘用车和微型货车均作为世界最大规模产业，受到国内外制造商的关注。微型车行业之所以能保持增长势头，与行业自身的发展状况有着直接关系。经过近几年的稳步发展，微型车行业的生产集中度大大提高了。与轿车行业群雄竞争的局面形成鲜明对比的是，微型车行业里的无序竞争状况，已经有了根本性改变，微型车完成了群雄纷争的历史过程，形成了市场寡头局面，规模效益开始凸显。

自2002年开始，微型车市场转入低增长后便开始渐渐显露出疲态，而在进入到2006年后，微型车产品的价格更是整体降到了谷底，微车产品的发展空间也随之急剧紧缩。多年产品不变样，性能技术升级缓慢，致使微车市场整体不断缩水。这个趋势也蔓延到2007年上半年，国内大部分微车企业销量都出现了不同程度的下滑。然而，从下半年开始，随着一些实力微型车企业在产品研发和生产上的升级换代，以长安之星II代为代表的众多新一代微型车的异军突起，并不断在市场上创出销售奇迹，国内微型车市场逐渐呈现出新的市场格局。从2007年全年来看，全国微型车销量同比2006年增长10%达到120万辆，国内包括长安、上汽通用五菱等在内的微型车企业都在全年销量上实现了一定幅度的增长，整个微型车市场开始逐渐脱离连续多年的低迷期。新一代微型车成为2007年微型车市场的拯救者，带动了整个市场的升温。

2008年国产汽车产销分别为934.51万辆和938.05万辆，分别同比增长5.21%和6.70%；其中微型客车累计生产1060715辆，比同期累计增长6.22%，占中国汽车生产总量的11.3%；累计销售1063560辆，比同期累计增长7.67%，占中国汽车总销量的11.3%。微型货车累计生产327423辆，比同期累计增长21.78%；累计销售330092辆，比同期累计增长19.93%。到2008年年末，中国的交叉乘用车生产企业共9家，向大型制造商的生产集约化特征显著。

2009年，微型车扮演了重要的市场角色，1.6升及以下排量乘用车1-11月累计销量对整个汽车市场的增长贡献度达到85%，多数品种出现一车难求的局面。由于年底购置税政策优惠敏感期的到来，该排量品种更是产销两旺，2009年11月1.6升及以下排量乘用车销量为72.33万辆，其中1.6升及以下轿车销售53.42万辆，均创出历史新高。微型车在国内的强劲表现与政府的刺

激政策分不开。微型车的消费人群对于使用成本十分敏感，从2008年12月以来，政府不断出台的政策利好成为这波行情的主要推手。包括燃油消费税的开征、油价下调、养路费取消、二级公路收费站取消等措施，在一段时间内密集释放，让微型车迅速成为整个市场的新宠，市场呈现出明显"政策市"倾向。

微型汽车主要的生产商为上汽通用五菱、长安汽车、哈飞汽车。不过自此中国兵器装备集团与中国航天集团合作之后，长安和哈飞汽车合作。实际上长安的微车已经暂居了中国微车的半壁江山，长安汽车也一跃成为中国四大汽车集团之一。

微车的生产价格相对便宜、客户面极广、使用用途大。这些特点使得微车成为中国尤为特殊的汽车分支之一。值得注意的是，不仅这几家大汽车集团注重微车的发展，连自主品牌也插手投足，准备来分一杯羹。比如奇瑞、力帆，当然不仅长安，上汽五菱的微车四处可见。那个"傻根"王宝强代言的东风小康(渝安汽车制造厂生产)也遍地开花。可以说，微车竞争市场已经变的白热化，当然。竞争对消费者是绝对的好处，更为高的配置、更为便宜的价格以及更为完善的售后都是消费者愿见的。

在中国汽车产业振兴规划(2006-2011)中提到，到2011年，国内1.0升以下排量车型要达到15%以上。中国微型汽车行业在国家产业政策和市场竞争的作用下，将迎来新的发展机遇，潜在的市场空间将不断扩大，行业整体水平在日益激烈的竞争中将有较大幅度的提高。

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。

报告目录：

第一章 微型车的相关概述

1.1 汽车的相关介绍

1.1.1 汽车的定义

1.1.2 汽车的分类

1.1.3 汽车的性能

1.2 微型汽车的定义及分类

1.2.1 微型汽车的定义

1.2.2 微型汽车的特点

1.2.3 微型汽车的分类

1.3 微型轿车简述

1.3.1 微型轿车简介

- 1.3.2 微型轿车的特点
- 1.3.3 微型轿车的价格区间
- 1.3.4 微型轿车发展的优势
- 1.4 微型客车与微型货车的简介

- 1.4.1 微型客车的定义
- 1.4.2 微型货车的定义
- 1.4.3 微型客车与微型轿车的区别
- 1.4.4 微型客车与其它客车的区别

第二章 2013-2015年国外微型汽车的发展分析

- 2.1 2013-2015年世界微型汽车的发展概述
 - 2.1.1 世界微型汽车发展起源于美国
 - 2.1.2 微型汽车在日本得到长足发展
 - 2.1.3 印度是世界微型汽车发展的主要市场
 - 2.1.4 微型汽车在东欧国家汽车生产中所占比例高
 - 2.1.5 韩国近年积极发展微型汽车产业
- 2.2 2013-2015年日本微型汽车的发展
 - 2.2.1 日本微型汽车的发展历程
 - 2.2.2 日本微型汽车的特点
 - 2.2.3 日本微型车市场成功发展的原因
 - 2.2.4 日本微型车保有量状况
- 2.3 2013-2015年印度微型汽车的发展
 - 2.3.1 印度政府鼓励微型汽车的发展
 - 2.3.2 印度微型汽车产业发展势头强劲
 - 2.3.3 印度微型车市场空间大国际品牌争相涌入
 - 2.3.4 印度微型车出口产业发展现状
- 2.4 国外鼓励微型汽车发展的优惠政策
 - 2.4.1 日本
 - 2.4.2 意大利
 - 2.4.3 韩国
 - 2.4.4 法国
 - 2.4.5 美国

第三章 2013-2015年中国微型汽车的发展

- 3.1 2013-2015年中国微型车市场的发展综述
 - 3.1.1 中国微型车市场的发展演变历程
 - 3.1.2 中国微型车行业的发展现状
 - 3.1.3 中国微型汽车行业竞争力分析
 - 3.1.4 微型车扮演重要市场角色
- 3.2 2013-2015年中国微型汽车行业发展的新市场特征
 - 3.2.1 微车产品呈现高档化和环保安全化
 - 3.2.2 微型车产品内涵扩大更新速度加快
 - 3.2.3 产品品牌价值突出市场竞争延伸到多方位
 - 3.2.4 微型汽车越来越受到市场各方关注
- 3.3 2013年中国微型车市场的发展
 - 3.3.1 2013年中国微型车市场发展概况
 - 3.3.2 2013年中国微型车行业热点分析
 - 3.3.3 2013年中国微型车行业发展动态
 - 3.3.4 2013年中国微型车市场发展格局
- 3.4 2014年中国微型车市场的发展
 - 3.4.1 2014年中国微型车市场发展概况
 - 3.4.2 2014年中国微型车行业热点分析
 - 3.4.3 2014年中国微型车行业发展动态
 - 3.4.4 2014年中国微型车市场发展格局
- 3.5 2015年中国微型车市场的发展
 - 3.5.1 2015年中国微型车市场发展概况
 - 3.5.2 2015年中国微型车行业热点分析
 - 3.5.3 2015年中国微型车行业发展动态
 - 3.5.4 2015年中国微型车市场发展格局
- 3.6 中国微型车市场的需求特征分析
 - 3.6.1 产品特征
 - 3.6.2 价格特征
 - 3.6.3 价值特征
 - 3.6.4 地域特征
- 3.7 中国微型车发展面临的问题及对策分析
 - 3.7.1 中国微车市场走低的原因及发展出路

- 3.7.2 油价上涨对微型车影响大
- 3.7.3 自主品牌微车面临危机《微型车法》亟待出台
- 3.7.4 微车市场发展尚需宽松外部环境
- 3.7.5 中国微型车厂商应该评估的策略

第四章 2013-2015年微型轿车市场分析

- 4.1 2013-2015年中国微型轿车市场的发展综述
 - 4.1.1 中国微型轿车市场的发展轨迹
 - 4.1.2 中国微型轿车市场的特征
 - 4.1.3 中国微型轿车发展存在的问题
 - 4.1.4 中国应坚持用政策鼓励微型轿车发展
- 4.2 2013-2015年中国微型轿车市场的发展
 - 4.2.1 2013年中国微型轿车市场分析
 - 4.2.2 2014年中国微型轿车市场分析
 - 4.2.3 2015年中国微型轿车市场状况
- 4.3 2013-2015年中国微型轿车市场竞争状况分析
 - 4.3.1 微型轿车市场需求不断萎缩
 - 4.3.2 微型车各细分市场占比情况
 - 4.3.3 微型轿车企业竞争情况
 - 4.3.4 微型轿车各品牌竞争情况
- 4.4 2013-2015年全国及主要省份基本型乘用车（轿车）（排量 \leq 1升）产量分析
 - 4.4.1 2013年产量分析
 - 4.4.2 2014年产量分析
 - 4.4.3 2015年产量分析
- 4.5 2013-2015年我国主流微型轿车的消费群体分析
 - 4.5.1 夏利锁定中年族群
 - 4.5.2 自由舰频繁现身城乡结合部及三线城市
 - 4.5.3 奇瑞成为时尚人士的最爱
 - 4.5.4 奔奔迎合"落寞"年轻一族心理
- 4.6 制约国内微型轿车市场走强的主要原因
 - 4.6.1 国家对汽车安全环保要求的日益提高和相关法规苛刻
 - 4.6.2 经济型轿车及中级轿车对微型轿车市场的冲击
 - 4.6.3 主流微型轿车品牌表现不佳

- 4.6.4 微型轿车品种偏少致使需求不振
- 4.6.5 环境变化使低价微型轿车对消费者的吸引力逐渐降低
- 4.7 微型轿车市场发展趋势
 - 4.7.1 微型轿车竞争将更加激烈
 - 4.7.2 微型轿车第三代产品将成为市场新亮点

第五章 2013-2015年微型客车市场分析

- 5.1 2013-2015年中国微型客车的发展综述
 - 5.1.1 中国微型客车的变化发展分析
 - 5.1.2 中国微型客车市场集中度浅析
 - 5.1.3 中国微客微客产品走向细分化市场
 - 5.1.4 中国微客市场第 一代微客异军突起形成新格局
 - 5.1.5 中国微客市场呈现"轿车级"概念趋势
- 5.2 2013-2015年中国微型客车市场发展分析
 - 5.2.1 2013年中国微型客车市场分析
 - 5.2.2 2014年中国微客市场发展状况
 - 5.2.3 2015年中国微客市场发展状况
- 5.3 2013-2015年中国微型客车市场总体发展分析
 - 5.3.1 微型客车整体市场情况
 - 5.3.2 微型客车企业竞争情况
 - 5.3.3 企业市场占有率
 - 5.3.4 微型客车品牌
- 5.4 中国微型客车市场的未来发展趋势
 - 5.4.1 加长微客渐成潮流
 - 5.4.2 加宽微客暗流涌动
 - 5.4.3 微客准轻客化（大微客化）
 - 5.4.4 平地板仍是微客今后发展的主流
 - 5.4.5 微客排量不断升级
 - 5.4.6 微客更安全化、更环保化

第六章 2013-2015年微型货车市场分析

- 6.1 2013-2015年中国微型货车的发展综述
 - 6.1.1 中国微型货车行业发展历程
 - 6.1.2 中国微型货车适应市场需求发展迅速

6.1.3 中国微型货车消费群市场分析

6.2 2013-2015年中国微型货车市场的发展

6.2.1 2014年中国微型货车市场分析

6.2.2 2015年中国微型货车销量概况

6.2.3 2015年中国微型货车市场分析

6.3 促使微型货车农村市场规模扩大的因素

6.3.1 农村居民收入增加为微货市场发展创造条件

6.3.2 农村道路交通条件改善为微货发展提供行车环境

6.3.3 微货具有代替农用车等落后交通工具的市场机会

6.3.4 农产品比重上升促进城乡物流对微货需求增加

6.3.5 农民收入渠道变化催生对小型运输车辆的需求

第七章 2013-2015年微型汽车行业进出口数据分析

7.1 2013-2015年汽油型小轿车（排量 \leq 1000ml）行业进出口数据分析

7.1.1 主要贸易国进口市场分析

7.1.2 主要贸易国出口市场分析

7.1.3 主要省份进口市场分析

7.1.4 主要省份出口市场分析

7.2 2013-2015年汽油型越野车（排量 \leq 1000ml）行业进出口数据分析

7.2.1 主要贸易国进口市场分析

7.2.2 主要贸易国出口市场分析

7.2.3 主要省份进口市场分析

7.2.4 主要省份出口市场分析

7.3 2013-2015年汽油型小客车（排量 \leq 1000ml）行业进出口数据分析

7.3.1 主要贸易国进口市场分析

7.3.2 主要贸易国出口市场分析

7.3.3 主要省份进口市场分析

7.3.4 主要省份出口市场分析

7.4 2013-2015年柴油小轿车（排量 \leq 1000ml）行业进出口数据分析

7.4.1 主要贸易国进口市场分析

7.4.2 主要贸易国出口市场分析

7.4.3 主要省份进口市场分析

7.4.4 主要省份出口市场分析

第八章 政策扶持下的农村微型车市场发展分析

8.1 近年农村微型车市场的利好政策

8.1.1 50亿补贴拉动农村微型车市场

8.1.2 中国"汽车下乡"首先从微型车起步

8.1.3 汽车下乡为微型车打开市场空间

8.1.4 微型车市场迎来"春天"

8.2 新政策下的微型车市场发展态势

8.2.1 微型客车市场出现"爆发性"增长

8.2.2 微车及相关企业受益显著

8.2.3 微型车下乡拉动销量上扬

8.2.4 中国自主品牌开始抢食农村微车市场

8.2.5 微车下乡 车型不限品牌企业火拼服务牌

8.3 2013-2015年农村微型车市场发展分析

8.3.1 微客和微货更加适应于中国农村市场

8.3.2 农村微型客车市场发展现状分析

8.3.3 农村微型货车市场发展现状分析

8.3.4 农村微型车市场的发展趋势分析

第九章 中国微型车的发展环境分析及投资参考

9.1 宏观经济环境

9.1.1 2013年中国国民经济和社会发展状况

9.1.2 2014年中国国民经济和社会发展状况

9.1.3 2015年中国国民经济和社会发展现状

9.2 中国汽车工业的发展

9.2.1 2014年中国汽车产业发展分析

9.2.2 2015年中国汽车工业运行分析

9.2.3 2015年中国汽车工业运行分析

9.3 政策鼓励发展小排量车

9.3.1 国家鼓励发展小排量车

9.3.2 新消费税减轻了小排量车的负担

9.3.3 国家再次鼓励企业推动小排量车发展

9.3.4 国家再次调整汽车消费税鼓励小排量汽车发展

9.4 投资参考

9.4.1 投资微型汽车将有更多发展机会

9.4.2 投资微型车行业机会分析

9.4.3 投资微型车行业风险分析

9.4.4 微型车市场潜力大但利润相对薄

第十章 中国微型车市场的前景趋势预测分析

10.1 中国微型车市场发展展望

10.1.1 中国微车市场迎来大好机遇

10.1.2 中国微车市场发展的不利因素

10.1.3 中国微车市场发展的有利因素

10.1.4 2016-2022年年中国微车市场预测分析

10.2 中国微型车市场的发展前景及趋势

10.2.1 中国未来几年微型车市场庞大

10.2.2 中国微型车市场的发展趋势

10.2.3 我国微型车取代农用车的趋势

10.2.4 大型化产品成为微车行业的未来发展趋势

图表目录:

图表 日本与中国微型车的购车税税率比较

图表 中国国内微客知名品牌

图表 中国微型车三大阵营

图表 微车发展有利因素

图表 中国微车厂家应该评估的策略

图表 2014年微轿市场与整体汽车市场增速对比

图表 2010-2015年微型轿车主力品牌销量走势

图表 2015年1-9月自主微型轿车销售情况

图表 2015年1-9月自主微型轿车车型销量排名

图表 2013年全国基本型乘用车（轿车）（排量 \leq 1升）产量数据

图表 2013年天津市基本型乘用车（轿车）（排量 \leq 1升）产量数据

图表 2013年安徽省基本型乘用车（轿车）（排量 \leq 1升）产量数据

图表 2013年重庆市基本型乘用车（轿车）（排量 \leq 1升）产量数据

图表 2013年广西壮族自治区基本型乘用车（轿车）（排量 \leq 1升）产量数据

图表 2013年陕西省基本型乘用车（轿车）（排量 \leq 1升）产量数据

图表 2013年湖南省基本型乘用车（轿车）（排量 \leq 1升）产量数据

图表 2013年云南省基本型乘用车（轿车）（排量≤1升）产量数据

图表 2014年全国基本型乘用车（轿车）（排量≤1升）产量数据

图表 2014年安徽省基本型乘用车（轿车）（排量≤1升）产量数据

图表 2014年重庆市基本型乘用车（轿车）（排量≤1升）产量数据

图表 2014年广西壮族自治区基本型乘用车（轿车）（排量≤1升）产量数据

图表 2014年湖南省基本型乘用车（轿车）（排量≤1升）产量数据

图表 2014年云南省基本型乘用车（轿车）（排量≤1升）产量数据

图表 2014年陕西省基本型乘用车（轿车）（排量≤1升）产量数据

图表 2014年吉林省基本型乘用车（轿车）（排量≤1升）产量数据

图表 2015年全国基本型乘用车（轿车）（排量≤1升）产量数据

图表 2015年天津市基本型乘用车（轿车）（排量≤1升）产量数据

图表 2015年安徽省基本型乘用车（轿车）（排量≤1升）产量数据

图表 2015年陕西省基本型乘用车（轿车）（排量≤1升）产量数据

图表 2015年广西壮族自治区基本型乘用车（轿车）（排量≤1升）产量数据

图表 2015年湖南省基本型乘用车（轿车）（排量≤1升）产量数据

图表 2015年重庆市基本型乘用车（轿车）（排量≤1升）产量数据

图表 2015年云南省基本型乘用车（轿车）（排量≤1升）产量数据

图表 2013年主要贸易国汽油型小轿车（排量≤1000ml）进口量及进口额情况

图表 2014年主要贸易国汽油型小轿车（排量≤1000ml）进口量及进口额情况

图表 2015年主要贸易国汽油型小轿车（排量≤1000ml）进口量及进口额情况

图表 2013年主要贸易国汽油型小轿车（排量≤1000ml）出口量及出口额情况

图表 2014年主要贸易国汽油型小轿车（排量≤1000ml）出口量及出口额情况

图表 2015年主要贸易国汽油型小轿车（排量≤1000ml）出口量及出口额情况

图表 2013年主要省份汽油型小轿车（排量≤1000ml）进口量及进口额情况

图表 2014年主要省份汽油型小轿车（排量≤1000ml）进口量及进口额情况

图表 2015年主要省份汽油型小轿车（排量≤1000ml）进口量及进口额情况

图表 2013年主要省份汽油型小轿车（排量≤1000ml）出口量及出口额情况

图表 2014年主要省份汽油型小轿车（排量≤1000ml）出口量及出口额情况

图表 2015年主要省份汽油型小轿车（排量≤1000ml）出口量及出口额情况

图表 2013年主要贸易国汽油型越野车（排量≤1000ml）进口量及进口额情况

图表 2014年主要贸易国汽油型越野车（排量≤1000ml）进口量及进口额情况

图表 2015年主要贸易国汽油型越野车（排量≤1000ml）进口量及进口额情况

图表 2015年主要省份柴油小轿车（排量≤1000ml）出口量及出口额情况

图表 微型货车不同年龄消费群构成比例情况

图表 微型货车消费群职业分布情况

图表 消费者购买微型货车用途分析

图表 农村微型货车用户不选农用车的原因

图表 2010-2015年国内生产总值及其增长速度

图表 2010-2015年城镇新增就业人数

图表 2010-2015年国家全员劳动生产率

图表 2010-2015年全国一般公共财政收入

图表 2010-2015年全国粮食产量增长情况

图表 2010-2015年全部工业增加值及其增长情况

图表 2010-2015年全社会建筑业增加值及其增长速度

图表 2010-2015年全社会固定资产投资规模

图表 2015年分行业固定资产投资（不含农户）及其增速

图表 2015年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表 2010-2015年社会消费品零售总额

图表 2010-2015年我国货物进出口总额

图表 其他指标环比数据表

图表 2014年国民经济主要统计数据

图表 2010-2014年月度汽车销量及同比变化情况

图表 2010-2014年月度乘用车销量变化情况

图表 2010-2014年商用车月度销量变化情况

图表 2010-2014年1.6L及以下乘用车销量变化情况

图表 2014年国内汽车销售市场占有率

图表 2011-2014年月度汽车销量及同比变化情况

图表 2011-2014年月度乘用车销量变化情况

图表 2011-2014年1.6L及以下乘用车销量变化情况

图表 2011-2014年商用车月度销量变化情况

图表 2012-2014年乘用车系别市场份额比较

图表 2014年国内汽车销售市场占有率

图表 2012-2015年月度汽车销量及同比变化情况

图表 2012-2015年月度乘用车销量变化情况

图表 2012-2015年1.6L及以下乘用车销量变化情况
图表 2012-2015年商用车月度销量变化情况
图表 2015年乘用车各席别市场份额
图表 2015年国内汽车销售市场占有率
图表 2016-2022年中国汽车制造行业工业总产值预测
图表 2016-2022年中国汽车制造行业产品销售收入预测
图表 2016-2022年中国汽车产量预测
图表 中国微型车市场的发展趋势

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/272357.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。