



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国火锅店连锁市 场分析及投资策略研究报告

一、调研说明

《2016-2022年中国火锅店连锁市场分析及投资策略研究报告》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/276723.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

火锅已成为中国最受欢迎的外出就餐选择之一。传统意义上的火锅指炖煮，即在餐桌中心放置金属锅煮阴温底，待火锅沸腾时，将食材放入锅内煮食。火锅菜品一般包括肉片、蔬菜、菌菇、银钝、雕蛋、饺子及海解。蔬菜、焦颊及肉颊磨是新解的。

煮熟的食物通常蘸稠料食用。火锅可分为若干类别，例如四川和重庆地区以麻辣火锅闻名，羊肉火锅在华北出名，海鲜火锅源转华南。尽管2013年整个餐饮业的发展因公款消费受到限制而放缓，但传统火锅近年来增长相对稳定。2008年至2014年，传统火锅市场的零售额以16%左右的复合年增长率增长，达到人民币4130亿元。 2007-2015年我国传统火锅行业市场规模情况 数据来源：国家统计局

从中国餐饮各种业态来看，火锅和西餐行业高于平均利润率，而宾馆餐饮、特色酒楼、休闲快餐、综合餐饮均低于平均利润率火锅企平均单店利润居各业态之首，从消费者喜好程度来看，火锅也是消费者最喜欢的餐饮业态之一，为火锅餐饮市场的发展提供了巨大的机会。管目前大部分火锅企业的现代化企业管理制度有所缺失，但这种处于快速发展期的市场为资本提供了更多的切入机会。 2007-2013年我国火锅店连锁行业市场规模情况 数据来源：艾凯咨询网整理

事实上，餐饮投资尤其是技术门槛更为简易的火锅餐饮店投资一直是近两年投资的热点。据介绍，经过20多年的发展，火锅业的产业链条已具雏形。内蒙古、四川、山东、河北等地农牧业面向全国火锅餐饮市场，组建了羊肉、辣椒、花椒、香油、芝麻酱、粉丝、固体酒精等火锅常用原料、调料、燃料生产、加工、销售基地，为连锁火锅企业提供统一采购配送，缩小经营成本创造更大经济利益。而一些火锅餐饮龙头企业不仅具备了自己的原料生产线，还配备了专门的食物研发中心负责新菜品及肉品的推陈出新。在连锁加盟体系上，企业也研制了适合规模化发展的标准化的原料和汤料，保证特许加盟店的"原汁原味"。

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。

报告揭示了火锅店连锁行业市场潜在需求与市场机会，报告对火锅店连锁行业做了重点企业经营状况分析，并分析了中国火锅店连锁行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录：

第一章 2012-2015年中国餐饮业整体运行态势分析1

第一节 2012-2015年中国餐饮业运行综述1

一、中国餐饮业多种所有制存在1

二、现阶段餐饮市场的概况3

三、餐饮市场与需求的平衡分析4

第二节 2012-2015年中国餐饮市场发展情况5

一、餐饮市场状况及发展特点5

二、2013年中国餐饮业运行状况分析7

三、2013年餐饮行业消费及满意度评估8

四、2013年中国餐饮业基本面良好增速放缓9

五、2014年三季度中国餐饮业景气度分析10

第三节 近两年中国重点餐饮企业发展情况11

一、我国餐饮百强企业发展特征11

二、2013年我国餐饮百强企业发展状况分析15

三、餐饮百强销售额接近两千亿22

第四节 2012-2015年餐饮业存在的问题及发展对策23

一、国内制约餐饮业发展的问题23

二、中国集团饮食供应存在问题分析24

三、平衡餐饮市场与消费需求的措施30

四、餐饮企业的主要营销手段32

五、国内餐饮业品牌打造的策略37

第二章 2012-2015年中国火锅店连锁业运行环境解析43

第一节 2012-2015年中国火锅连锁行业政策环境分析43

一、政府鼓励连锁经营行业规范发展43

二、火锅底料国家标准有望出台47

三、食品安全法47

四、点评：政策环境及趋势67

五、中国餐饮业发展规划纲要67

第二节 2012-2015年中国经济环境分析77

- 一、中国GDP增长情况分析77
- 二、工业经济发展形势分析80
- 三、全社会固定资产投资分析91
- 四、社会消费品零售总额分析99
- 五、城乡居民收入与消费分析102
- 六、对外贸易的发展形势分析103

第三节 2012-2015年中国火锅连锁行业社会环境分析113

- 一、地区餐饮文化深刻影响火锅连锁业113
- 二、城镇居民日益追求生活品质 and 品味114
- 三、点评：社会环境及趋势115

第四节 2012-2015年中国火锅连锁行业资本市场环境分析117

- 一、中国VC/PE发展现状及趋势117
- 二、中国努力解决中小企业融资难题119
- 三、全球市场带领下，中国股市一泻千里125
- 四、中国居民个人金融资产呈现不断上升态势127
- 五、点评：资本市场环境及趋势127

第三章 2011中国火锅店连锁产业环境分析——餐饮连锁业剖析131

第一节 2012-2015年中国餐饮连锁行业运行总况131

- 一、中国餐饮连锁经营进入高速增长期131
- 二、餐饮连锁业品牌重新转向直营模式132
- 三、我国餐饮连锁企业盈利状况分析132

第二节 2012-2015年中国餐饮连锁市场品牌及营销策略分析134

- 一、品牌化拓展已成连锁餐饮业的战略选择134
- 二、打造连锁餐饮店品牌发展对策137
- 三、连锁餐饮产品营销策略139
- 四、餐饮连锁企业的"统一性"战略140
- 五、餐饮连锁酒店抢占旅游市场应重视营销策略的创新141

第三节 2012-2015年中国餐饮连锁业的经营管理分析143

- 一、餐饮连锁经营自身模式建立的探索143
- 二、连锁餐饮业的员工管理方案探析143

- 三、餐饮连锁经营的关键准备147
- 五、中国餐饮连锁经营的商圈分析152
- 六、中国连锁餐饮业顾客关系管理研究154

第四章 2012-2015年中国火锅店连锁业运行新形势透析159

第一节2012-2015年中国火锅店连锁业运行况159

- 一、中国火锅店连锁业的发展速度快159
- 二、中国火锅店连锁行业市场规模159
- 三、火锅店连锁在餐饮连锁业中的优势明显161
- 四、火锅产业链雏形显现162

第二节2012-2015年中国火锅店连锁行业的经营状况分析163

- 一、火锅连锁业的经营能力与意识在迅速提高163
- 二、火锅业态特许加盟连锁门店发展速度较快163
- 三、火锅连锁业经营模式164
- 四、中国火锅店连锁的原因分析164

第三节 2012-2015年中国火锅店连锁行业热点问题探讨166

- 一、产品创新以模仿跟风为主166
- 二、火锅店连锁扩张过快167
- 三、连锁加盟标准缺失制约产业化进程168
- 四、对发展中国火锅店连锁业的建议168

第五章 2012-2015年中国火锅店连锁细分市场运行分析172

第一节 重庆火锅店连锁172

- 一、重庆火锅现状172
- 二、重庆火锅店连锁发展趋势174

第二节 北方涮羊肉火锅店连锁180

第三节 新派火锅店连锁182

第六章 2012-2015年中国火锅店连锁区域市场运行分析185

第一节 华北地区市场现状及发展趋势185

- 一、运行环境分析185
- 二、火锅连锁市场规模186

第二节 华东地区市场现状及发展趋势	186
第三节 华中地区市场现状及发展趋势	188
第四节 华南地区市场现状及发展趋势	189
第五节 东北地区市场现状及发展趋势	191
第六节 西北地区市场现状及发展趋势	192
第七节 西南地区市场现状及发展趋势	194

第七章 2012-2015年中国重点城市火锅店连锁市场运行动态分析196

第一节 重庆火锅店连锁市场196

- 一、重庆火锅店连锁行业的发展概述196
- 二、市场规模196
- 三、重庆火锅店连锁市场的发展特征分析197

第二节 北京火锅店连锁市场199

第三节 天津火锅店连锁市场199

第四节 广州火锅店连锁市场199

第五节 上海地区火锅店连锁市场200

第八章 2012-2015年中国火锅店连锁业竞争新格局透析201

第一节 2012-2015年中国火锅店连锁行业的竞争总况201

- 一、火锅竞争从单兵作战到集团对决201
- 二、京城火锅业竞争激烈201
- 三、中国火锅的连锁新经营模式竞争204

第二节 2012-2015年中国火锅店连锁业集中度分析206

- 一、市场集中度分析206
- 二、区域集中度分析207

第三节 2012-2015年中国火锅店连锁企业的竞争行为分析207

- 一、市场与价格定位207
- 二、产品竞争208
- 三、服务环境208

第四节 2016-2022年中国火锅店连锁业竞争趋势分析209

第九章 2012-2015年中国火锅店连锁行业主体企业竞争力分析212

第一节 内蒙古小肥羊餐饮连锁有限公司212

一、企业概况212

二、连锁模式及发展规模212

三、公司发展213

四、小肥羊上市运作状况探析217

第二节 内蒙古小尾羊餐饮连锁有限公司218

一、企业概况218

二、管理团队219

三、生产及物流配送体系219

第三节 重庆小天鹅控股（集团）有限公司220

一、企业概况220

二、企业财务分析222

第四节 重庆德庄实业集团223

一、企业概况223

二、企业财务分析225

第五节 重庆秦妈餐饮文化有限公司226

一、企业概况226

二、企业财务分析227

第六节 重庆苏大姐火锅228

一、企业概况228

二、企业财务分析230

第七节 北京呷哺呷哺231

一、企业概况231

二、企业财务分析232

第八节 四川谭鱼头233

一、企业概况233

二、企业财务分析234

第九节 北京东来顺235

一、企业概况235

二、企业财务分析237

第十章 2012-2015年中国火锅优势品牌竞争力分析240

- 第一节 小肥羊火锅240
- 第二节 奇火锅240
- 第三节 谭鱼头火锅241
- 第四节 秦妈火锅241
- 第五节 蓉城老妈241
- 第六节 海底捞火锅242
- 第七节 德庄火锅243
- 第八节 丰滑火锅244
- 第九节 鼎鼎香火锅244
- 第十节 小天鹅火锅245

第十一章 2012-2015年中国火锅市场消费调研246

第一节 中国火锅市场消费者需求变量分析246

一、人口统计变量分析246

2009-2015年中国人口数量变化趋势图 资料来源：国家统计局 艾凯咨询网整理 2014年中国人口数量及其构成情况

结构	人数(万人)	比例
城镇人口	74916	54.77%
乡村人口	61866	45.23%
总计	136782	

资料来源：国家统计局 艾凯咨询网整理

2013年年末全国就业人员76977万人，比上年末增加273万人，其中城镇就业人员38240万人，比上年末增加1138万人。

2013年末，中国大陆总人口（包括31个省、自治区、直辖市和中国人民解放军现役军人，不包括香港、澳门特别行政区和台湾省以及海外华侨人数）136072万人，比上年末增加668万人。出生人口1640万人，人口出生率为12.08‰，死亡人口972万人，人口死亡率为7.16‰，人口自然增长率为4.92‰。

从性别结构看，男性人口69728万人，女性人口66344万人，总人口性别比为105.10（以女性为100），出生人口性别比为117.60。

从年龄构成看，16周岁以上至60周岁以下（不含60周岁）的劳动年龄人口91954万人，比上年末减少244万人，占总人口的比重为67.6%，60周岁及以上人口20243万人，占总人口的14.9%，65周岁及以上人口13161万人，占总人口的9.7%。

从城乡结构看，城镇常住人口73111万人，比上年末增加1929万人，乡村常住人口62961万人，减少1261万人，城镇人口占总人口比重为53.73%。全国居住地和户口登记地不在同一个乡镇街道且离开户口登记地半年以上的人口（即人户分离人口）2.89亿人，比上年末增加959万人，其中流动人口为2.45亿人，比上年末增加812万人。

2012年末全国大陆总人口为135404万人，比上年末增加669万人，其中城镇人口为71182万人，占总人口比重为52.6%，比上年末提高1.3个百分点。全年出生人口1635万人，出生率为12.10‰；死亡人口966万人，死亡率为7.15‰；自然增长率为4.95‰。出生人口性别比为117.70。0-14岁（含不满15周岁）人口22287万人，占总人口的16.5%，比上年末提高0.01个百分点；15-59岁（含不满60周岁）劳动年龄人口93727万人，比上年末减少345万人，占总人口的69.2%，比上年末下降0.60个百分点；60周岁及以上人口19390万人，占总人口的14.3%，比上年末提高0.59个百分点。全国人户分离的人口为2.79亿人，其中流动人口为2.36亿人。

2014年末，中国大陆总人口（包括31个省、自治区、直辖市和中国人民解放军现役军人，不包括香港、澳门特别行政区和台湾省以及海外华侨人数）136782万人，比上年末增加710万人。全年出生人口1687万人，人口出生率为12.37‰，死亡人口977万人，人口死亡率为7.16‰，人口自然增长率为5.21‰，比上年提高0.29个百分点。从性别结构看，男性人口70079万人，女性人口66703万人，总人口性别比为105.06（以女性为100），出生人口性别比为115.88。从年龄构成看，16周岁以上至60周岁以下（不含60周岁）的劳动年龄人口91583万人，比上年末减少371万人，占总人口的比重为67.0%，60周岁及以上人口21242万人，占总人口的15.5%，65周岁及以上人口13755万人，占总人口的10.1%。

从城乡结构看，城镇常住人口74916万人，比上年末增加1805万人，乡村常住人口61866万人，减少1095万人，城镇人口占总人口比重为54.77%。全国居住地和户口登记地不在同一个乡镇街道且离开户口登记地半年以上的人口（即人户分离人口）2.98亿人，比上年末增加944万人，其中流动人口为2.53亿人，比上年末增加800万人。年末全国就业人员77253万人，比上年末增加276万人，其中城镇就业人员39310万人，比上年末增加1070万人。

二、火锅市场需求分析248

2009-2015年中国市场火锅消费需求分析 资料来源：国家统计局 艾凯咨询网整理

习总书记反对“舌尖上的浪费”重要批示，无疑将成为加快大众化餐饮发展的一针强心剂。未来大众化理性消费的餐饮市场，给火锅企业提出了新任务、新要求。然而火锅餐饮从出现伊始，所倡导的就是按需而取、量力而为的进餐原则，火锅产业已经以其简单、快捷、经济、营养的消费模式成为大众化餐饮中的重要组成部分，随着社会经济的不断发展和火锅产业自身的完善，火锅产业必将在大众化餐饮发展的浪潮中取得新的辉煌。

（一）、对火锅市场的影响因素：

1、经济发展对火锅的影响，其中包括了消费者对火锅需求的增加、现有火锅存在着各档次火锅店的结构性矛盾、社会发展和国家政策措施为餐饮行业发展起着巨大的推动作用、客观环

境的变化和消费的不不乱性等几大方面的因素。

2、传统因素对火锅的影响，其中包含了火锅的历史性、广泛性、文化性、独特性等。

3、周边环境对火锅的影响，包括政策环境，如开办地的治安状况、职能部分的效率等;基础举措措施，如道路交通、泊车位置、水电气供给、通讯网络、采购途径、消费人群、金融、卫生、劳动等与经营紧密亲密相关的配套举措措施;措施优惠，如税务、各类收费、房钱、人才引进等方面是否有优惠政策。

(二)、客源的调查分析：

1、服务对象分析：

(1)、消费者的职业特点：一般学生、民工、普通工薪阶层，与高级白领阶层、公务职员，他们的消费习惯和消费档次是不同的;

(2)、消费者的年龄特征：如老年人喜爱平淡型，年青人偏好味重味厚型等等;

(3)、消费者的性别特征：女性和男性往往在对于火锅的锅品、口味轻重、菜品类型等方面都有一定的差别;

(4)、消费者的地区和民族特征：不同地域、不同民族的人们对于火锅的锅品要求千差万异，应当加以区别。

当然，因为火锅的相互渗透渗出性、交杂性，良多火锅已经被改良、立异，适合大多数人的口味，具有共性了。但是对于消费者的分析必不可少。

2、顾客消费行为分析：

消费是一个综合概念，消费行为包括消费水平、消费结构、消费方式和消费习惯等。

(1)、消费水平和顾客的经济承受能力有直接的关系，体现了顾客的支持力和这种支持力相相宜的需求知足，直接表现为顾客 选择火锅店的档次和类型;

(2)、消费结构是顾客各种消费支出的比例，其开支与职业、年龄、性别、地域民族等因素有紧密亲密联系;

(3)、消费方式有个人、家庭、商务、集团等，不同的消费方式在选择档次与品种方面各有不同;

(4)、消费习惯体现在，对就餐环境、氛围、品牌、风味、经济等方面形成的习惯。

3、顾客消费特征分析：

(1)、不确定性：大部门顾客是活动的，小部门是确定的，因此选址要公道。

(2)、随机性：顾客数目多、差别大，对火锅的消费具有选择性，因此要掌握火锅发展动态，及时调整口味，改进立异。

(3)、灵活性：这是由成功的品牌所决定，以顾客就餐的频率和回头率为标志。

(4)、引导性：调整经营策略、成功的广告运作等，都会对顾客的消费产生一定引导。

第二节 中国火锅市场消费者需求特征分析250

- 一、中国火锅市场行业消费者对其"功能"的敏感度分析250
- 二、中国火锅市场行业消费者对其"质量"的敏感度分析251
- 三、中国火锅市场行业消费者对其"价格"的敏感度分析252
- 四、中国火锅市场行业消费者对其"外观"的敏感度分析252
- 五、中国火锅市场行业消费者对其"服务"的敏感度分析252

第十二章 2016-2022年中国火锅店连锁业前景展望与趋势预测分析254

第一节 连锁经营及餐饮业发展趋势254

- 一、连锁经营的四个发展趋势254
- 二、中国餐饮消费呈三大发展趋势255
- 三、未来餐饮业营销的的几大发展方向255

第二节 2016-2022年中国火锅店连锁行业新趋势分析262

第三节 2016-2022年中国火锅店连锁业盈利预测分析262

第十三章 2016-2022年中国火锅店连锁的市场投资战略研究265

第一节 2016-2022年中国火锅店连锁投资概况265

- 一、餐饮连锁企业风险资本利用分析265
- 二、连锁经营的风险及规避对策267
- 三、餐饮连锁店的投资考察事项270
- 四、我国连锁餐饮业的投资回报周期272

第二节 2016-2022年中国火锅店连锁投资机会分析272

- 一、区域投资潜力分析272
- 二、火锅店连锁业投资价值研究273

第三节 2016-2022年中国火锅店连锁的风险预警274

- 一、资金风险274
- 二、政策风险274
- 三、市场竞争风险274

第四节 权威专家投资建议 (ZY LXY) 275

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2015年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2015年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2015年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2015年中国GDP增速预测

图表：火锅连锁行业产业链

图表：2011-2015年年我国火锅连锁行业企业数量增长趋势图

图表：2011-2015年年我国火锅连锁行业亏损企业数量增长趋势图

图表：2011-2015年年我国火锅连锁行业从业人数增长趋势图

图表：2011-2015年年我国火锅连锁行业资产规模增长趋势图

图表：2011-2015年年我国火锅连锁行业产成品增长趋势图

图表：2011-2015年年我国火锅连锁行业工业销售产值增长趋势图

图表：2011-2015年年我国火锅连锁行业销售成本增长趋势图

图表：2011-2015年年我国火锅连锁行业费用使用统计图

图表：2011-2015年年我国火锅连锁行业主要盈利指标统计图

图表：2011-2015年年我国火锅连锁行业主要盈利指标增长趋势图

图表：企业1

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业2

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业3

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业4

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业5

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业6
图表：企业主要经济指标走势图
图表：企业经营收入走势图
图表：企业盈利指标走势图
图表：企业负债情况图
图表：企业负债指标走势图
图表：企业运营能力指标走势图
图表：企业成长能力指标走势图
图表：其他企业……
图表：主要经济指标走势图
图表：2011-2015年火锅连锁行业市场供给
图表：2011-2015年火锅连锁行业市场需求
图表：2011-2015年火锅连锁行业市场规模
图表：火锅连锁所属行业生命周期判断
图表：火锅连锁所属行业区域市场分布情况
图表：2016-2022年中国火锅连锁行业市场规模预测
图表：2016-2022年中国火锅连锁行业供给预测
图表：2016-2022年中国火锅连锁行业需求预测
图表：2016-2022年中国火锅连锁行业价格指数预测
图表：……

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/276723.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。