



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国月子中心市场 需求及投资前景分析报告

一、调研说明

《2016-2022年中国月子中心市场需求及投资前景分析报告》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/277667.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

月子中心即产妇坐月子的地方，也称为月子会所，一般为生产母亲提供专业产后恢复（即坐月子）服务，有专业营养师负责给产妇提供月子餐，帮助产妇尽快恢复身体，提供喂养知识，另有专业护士照顾宝宝。

月子中心作为一个新兴产业，发展时间较短，市场容量还未完全释放。目前月子中心主要分布在经济发达的一线城市和省会城市，针对经济条件较好、消费理念超前的消费群体开展服务。随着需求的不断增加，未来发展潜力巨大，市场空间广阔。

近几年，我国的人口出生率保持在12‰左右。2015年，十八届五中全会决定全面实施一对夫妇可生育两个孩子政策。计生委王培安副主任表示，“实施全面两孩政策，今后几年出生人口总量会有一定程度的增长，最高年份的出生人口预计超过2000万人”。随着80、90婚育高峰期的到来以及全面二胎政策的实施，预计未来较长一段时间内我国年新生人口将维持在1600万以上，这客观上为月子中心的成长与发展创造了条件。 人口出生率和每年出生人口数量

随着城镇居民人均可支配收入和消费水平的提高，新生儿父母健康意识的提升，对产后母婴服务的需求逐渐增加，月子中心“一条龙”式的母婴服务受到新一代产妇的欢迎。一方面，月子中心以专业的护理迎合了新一代产妇的需求。随着新生儿父母年龄的上移和文化层次的提高，新一代家庭更加重视产褥期保健，相信科学坐月子，并且对健康的要求已经从物质供应、生理呵护等基本需求转向心理调节、美容塑形和育儿文化教育，而这些恰恰是月子中心所能提供的服务内容。另一方面，月子期间照顾产妇和婴儿是一个比较辛苦而且繁琐的工作，对于生二胎的家庭来说还要照顾另一个小孩，精力更是有限，月子中心提供“一条龙”式的服务，能让产妇及其家人在月子期间更省心。随着消费者对这一新兴服务的认可，将会有更多新妈妈选择到月子中心坐月子。 城镇居民人均可支配收入

城镇居民消费水平

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。

报告目录：

第一章中国月子中心行业发展环境 25

第一节月子中心行业及属性分析 25

一、行业定义 25

二、国民经济依赖性 25

三、经济类型属性 26

四、行业周期属性 26

第二节经济发展环境 27

一、中国经济发展阶段 27

二、2012-2016年中国经济发展状况 28

三、经济结构调整 37

四、国民收入状况 40

第三节政策发展环境 43

一、产业振兴规划 43

二、产业发展规划 48

三、行业标准政策 51

四、市场应用政策 52

五、财政税收政策 53

第二章中国月子中心生产现状分析 57

第一节月子中心行业总体规模 57

第二节月子中心产能概况 57

一、2012-2016年产能分析 57

二、2016-2022年产能预测 58

第三节月子中心市场容量概况 59

一、2012-2016年市场容量分析 59

二、产能配置与产能利用率调查 60

三、2016-2022年市场容量预测 61

第四节月子中心产业的生命周期分析 61

第五节月子中心产业供需情况 63

第三章2016年中国市场分析 64

第一节我国整体市场规模 64

一、总量规模 64

二、增长速度 64

三、各季度市场情况 65

第二节原材料市场分析 66

第三节市场结构分析 66

一、产品市场结构 66

二、品牌市场结构 67

三、区域市场结构 67

四、渠道市场结构 68

第四章2016年中国月子中心市场供需监测分析 69

第一节需求分析 69

第二节供给分析 69

第三节市场特征分析 70

第五章2016年中国月子中心市场竞争格局与厂商市场竞争力评价 75

第一节竞争格局分析 75

第二节主力厂商市场竞争力评价 75

一、产品竞争力 75

二、价格竞争力 76

三、渠道竞争力 76

四、品牌竞争力 77

第六章我国月子中心行业供需状况分析 78

第一节月子中心行业市场需求分析 78

第二节月子中心行业供给能力分析 79

第三节月子中心行业进出口贸易分析 81

一、产品的国内外市场需求态势 81

二、国内外产品的比较优势 87

第七章月子中心行业竞争绩效分析 90

第一节月子中心行业总体效益水平分析 90

第二节月子中心行业产业集中度分析 90

第三节月子中心行业不同所有制企业绩效分析 91

第四节月子中心行业不同规模企业绩效分析 91

第五节月子中心市场分销体系分析 92

一、销售渠道模式分析 92

二、产品最佳销售渠道选择 93

第八章2016年月子中心市场发展前景预测 96

第一节国际市场发展前景预测 96

一、2016-2022年经济增长与需求预测 96

二、2016-2022年行业总产量预测 98

三、我国中长期市场发展策略预测 99

第二节我国资源配置的前景 101

第九章我国月子中心行业投融资分析 103

第一节我国月子中心行业企业所有制状况 103

第二节我国月子中心行业外资进入状况 103

第三节我国月子中心行业合作与并购 104

第四节我国月子中心行业投资体制分析 104

第五节我国月子中心行业资本市场融资分析 106

第十章月子中心产业投资策略 108

第一节产品定位策略 108

一、市场细分策略 108

二、目标市场的选择 108

第二节产品开发策略 109

一、追求产品质量 109

二、促进产品多元化发展 113

第三节渠道销售策略 114

一、销售模式分类 114

二、市场投资建议 116

第四节品牌经营策略 117

一、不同品牌经营模式 117

月子中心作为一个新兴行业，从国家到地方暂时都没有完善的相关法规和准入制度。因此，不同月子中心在区位环境、床位数量、人员素质等方面可能存在较大差异，从服务价格上的差距也能看出一二。目前，国内的月子中心主要包括酒店服务式、独栋建筑园区式、独栋建筑园区式和社区家庭式四种运营模式。国内月子中心经营模式分类

运营模式	概述
酒店服务式	通过购买或租赁酒店，改造成月子中心。该模式在市场上较为普遍，通常软硬件设备齐全。
独栋建筑园区式	通常选址于幽静园区，使顾客免于外界打扰，确保了产妇和新生儿的安全、私密和舒适，该模式在市场上较为普遍。
医院附属式	离门诊较近，有相关状况可随时找到妇产科或小儿科处理，且多半由专业营养师调配饮食，但也因此容易造成带来医院病菌交叉感染。
社区家庭式	该模式一类是由专业医护人员出来创业，另一类则是月嫂转型，不同月子中心软硬件、专业度及价格差别较大。

独栋建筑园区式

二、如何切入开拓品牌 118

第五节服务策略 120

第十一章我国月子中心行业重点企业分析 122

第一节馨月汇母婴专护服务（上海）有限公司 122

一、公司基本情况 122

二、公司经营与财务状况 122

第二节优艾贝（中国）有限公司 130

一、公司基本情况 130

二、公司经营与财务状况 131

第三节北京禧月阁家政服务有限公司 138

一、公司基本情况 138

二、公司经营与财务状况 139

第四节四川月靓母婴健康管理有限责任公司 147

一、公司基本情况 147

二、公司经营与财务状况 148

第五节怡芳苑(上海)母婴护理服务有限公司 155

一、公司基本情况 155

二、公司经营与财务状况 156

第十二章2016年中国月子中心产业投资分析 165

第一节投资环境 165

一、资源环境分析 165

二、市场竞争分析 166

三、政策环境分析 167

第二节投资机会分析 168

第三节投资风险及对策分析 169

第四节投资发展前景 169

一、市场供需发展趋势 169

二、未来发展展望 170

第十三章月子中心相关产业2016年走势分析 172

第一节上游行业影响分析 172

第二节下游行业影响分析 172

第十四章月子中心行业成长能力及稳定性分析 174

第一节月子中心行业生命周期分析 174

第二节月子中心行业增长性与波动性分析 177

第三节月子中心行业集中程度分析 178

第十五章月子中心行业风险趋势分析与对策 179

第一节月子中心行业风险分析 179

一、市场竞争风险 179

二、原材料压力风险分析 179

三、技术风险分析 180

四、政策和体制风险 180

五、进入退出风险 180

第二节月子中心行业投资风险及控制策略分析 182

- 一、2016-2022年月子中心行业市场风险及控制策略 182
- 二、2016-2022年月子中心行业政策风险及控制策略 183
- 三、2016-2022年月子中心行业经营风险及控制策略 184
- 四、2016-2022年月子中心同业竞争风险及控制策略 185
- 五、2016-2022年月子中心行业其他风险及控制策略 185
- 六、专家观点 186

第十六章月子中心产业投资风险 188

- 第一节月子中心行业宏观调控风险 188
- 第二节月子中心行业竞争风险 188
- 第三节月子中心行业供需波动风险 189
- 第四节月子中心行业技术创新风险 189
- 第五节月子中心行业经营管理风险 189
- 第六节观点 190

第十七章2016-2022年中国月子中心行业发展趋势研究分析 191

- 第一节2016-2022年月子中心行业国际市场预测 191
 - 一、月子中心行业产能预测 191
 - 二、月子中心行业市场需求前景 192
- 第二节中国月子中心行业发展趋势 192
 - 一、产品发展趋势 192
 - 二、技术发展趋势 193
- 第三节2016-2022年月子中心行业中国市场预测 195
 - 一、月子中心行业产能预测 195
 - 二、月子中心行业市场需求前景 196

第十八章月子中心行业投资机会分析研究 197

- 第一节2016-2022年月子中心行业主要区域投资机会 197
- 第二节2016-2022年月子中心行业出口市场投资机会 198
- 第三节2016-2022年月子中心行业企业的多元化投资机会 199

第十九章月子中心企业制定"十三五"发展战略研究分析 201

第一节"十三五"发展战略规划的背景意义 201

一、企业转型升级的需要 201

二、企业做强做大的需要 201

三、企业可持续发展需要 202

第二节"十三五"发展战略规划的制定原则 202

一、科学性 202

二、实践性 203

三、前瞻性 203

四、创新性 203

五、全面性 204

六、动态性 204

第三节"十三五"发展战略规划的制定依据 205

一、国家产业政策 205

二、行业发展规律 205

三、企业资源与能力 205

四、可预期的战略定位 206

第二十章2016-2022年全球月子中心行业发展情况 207

第一节全球月子中心发展的情况和趋势 207

第二节全国月子中心发展的情况和趋势 208

第三节未来的月子中心的市场监测 209

第四节亚洲月子中心市场概况 210

第二十一章2016年月子中心年度市场调查分析 214

第一节2016年月子中心行业盈利能力分析 214

第二节2016年月子中心行业偿债能力分析 214

第三节2016年月子中心行业经营效率分析 215

第四节2016年月子中心行业人均创利对比分析 215

第五节2016年月子中心行业亏损面分析 215

第二十二章月子中心行业产业特征点 217

第一节月子中心行业发展分析 217

- 一、月子中心行业发展历程及现状 217
- 二、月子中心行业发展特点分析 218
- 三、月子中心行业与宏观经济相关性分析 219
- 四、月子中心行业生命周期分析 219

第二十三章月子中心市场供需调查分析 222

第一节2016年月子中心市场供给分析 222

- 一、市场供给分析 222
- 二、价格供给分析 222
- 三、渠道供给调研 223

第二节2016年月子中心市场需求分析 223

- 一、市场需求分析 223
- 二、价格需求分析 224
- 三、渠道需求分析 224
- 四、购买需求分析 225

第三节2016年月子中心市场特征分析 225

- 一、2016年月子中心产品特征分析 225
- 二、2016年月子中心价格特征分析 227
- 三、2016年月子中心渠道特征 227
- 四、2016年月子中心购买特征 228

第四节2016-2022年月子中心市场特征预测分析 229

- 一、2016-2022年月子中心种类特征预测分析 229
- 二、2016-2022年月子中心价格特征预测分析 229
- 三、2016-2022年月子中心市场渠道特征 230
- 四、2016-2022年月子中心购买特征 230

第二十四章2016-2022年我国月子中心的发展优势和趋势 232

第一节月子中心行业的发展周期 232

- 一、月子中心行业的经济周期 232
- 二、月子中心行业的增长性与波动性 235
- 三、月子中心行业的成熟度 236

第二节月子中心行业历史竞争格局综述 236

一、月子中心行业集中度分析 236

二、月子中心行业竞争程度 237

第三节中国月子中心市行业SWOT分析与对策 237

一、优势 237

二、劣势 238

三、威胁 238

四、机遇 239

五、发展我国月子中心市工业的建议 240

第二十五章2016-2022年月子中心企业投资潜力与价值分析 244

第一节2016-2022年月子中心企业投资环境分析 244

第二节2016-2022年我国月子中心企业投资潜力分析 245

第三节2016-2022年我国月子中心企业前景展望分析 246

第四节2016-2022年我国月子中心企业盈利能力预测 246

第五节2016-2022年行业生产总量及增速预测 247

第二十六章月子中心经营面临的问题及投资机会与风险总结 249

第一节产业风险总结 249

一、宏观调控风险 249

二、行业竞争风险 249

三、供需波动风险 250

四、经营管理风险 250

五、技术风险 250

六、其他风险 251

第二节投资机会及建议 251

一、投资效益 251

二、投资方向 252

三、投资需注意的问题分析 252

第三节经营风险建议 257

一、影响月子中心企业经营的内外部因素 257（AK WZY）

图表目录：

图表1：月子中心行业企业经济类型属性	26
图表2：中国国内生产总值（GDP）	28
图表3：2010-2015年国内生产总值及其增长速度	29
图表4：中国工业增加值增长	29
图表5：2010-2015年全部工业增加值及其增长速度	31
图表6：2015年主要工业产品产量及其增长速度	32
图表7：中国城镇固定资产投资	33
图表8：2010-2015年全社会固定资产投资	34
图表9：2015年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度	35
图表10：2015年固定资产投资新增主要生产与运营能力	36
图表11：中国居民消费者价格指数（CPI）	40
图表12：中国工业品出厂价格指数（PPI）	41
图表13：2012-2016年3月中国月子中心行业总体规模情况分析	57
图表14：2012-2016年3月我国月子中心行业产能分析	57
图表15：2016-2022年我国月子中心行业产能预测趋势图	58
图表16：2012-2016年3月我国月子中心行业市场容量分析	59
图表17：2012-2016年3月中国月子中心产能配置与产能利用率表	60
图表18：2016-2022年我国月子中心行业市场容量预测趋势图	61
图表19：行业周期图	61
图表20：2012-2016年3月中国月子中心行业供需情况分析	63
图表21：2012-2016年3月我国月子中心行业市场规模分析	64
图表22：2012-2016年3月我国月子中心行业市场规模增长率分析	64
图表23：2016年月子中心行业各个季度市场规模分析	65
图表24：2016年1-3月子中心行业需求区域结构分析	67
图表25：月子中心行业需求分析	69
图表26：月子中心行业供给分析	69
图表27：主要月子中心企业产品竞争力评价	75
图表28：主要月子中心企业价格竞争力评价	76
图表29：主要月子中心企业渠道竞争力评价	76
图表30：主要月子中心企业品牌竞争力评价	77
图表31：2012-2016年3月中国月子中心需求量分析	78
图表32：2016-2022年中国月子中心需求量预测	78

图表33：2012-2016年3月中国月子中心供给量分析	79
图表34：2016-2022年中国月子中心供给量预测	80
图表35：2012-2016年3月中国月子中心行业总体效益水平分析	90
图表36：2016年1-3月月子中心行业不同所有制企业绩效分析	91
图表37：2016年1-3月月子中心行业不同规模企业绩效分析	91
图表38：2016-2022年GDP增长率预测	96
图表39：2016-2022年中国月子中心需求量增长率预测	96
图表40：2016-2022年中国GDP与月子中心需求量相关性预测	97
图表41：2016-2022年中国月子中心总产量预测	98
图表42：2016-2022年中国月子中心总产量增长率预测	98
图表43：目标网络媒体	100
图表44：传播策略	100
图表45：2016年1-3月中国月子中心行业企业所有制状况	103
图表46：中国月子中心行业外资进入状况	103
图表47：近4年馨月汇母婴专护服务（上海）有限公司资产负债率变化情况	122
图表48：近3年馨月汇母婴专护服务（上海）有限公司资产负债率变化情况	123
图表49：近4年馨月汇母婴专护服务（上海）有限公司产权比率变化情况	124
图表50：近3年馨月汇母婴专护服务（上海）有限公司产权比率变化情况	124
图表51：近4年馨月汇母婴专护服务（上海）有限公司固定资产周转次数情况	125
图表52：近3年馨月汇母婴专护服务（上海）有限公司固定资产周转次数情况	125
图表53：近4年馨月汇母婴专护服务（上海）有限公司流动资产周转次数变化情况	126
图表54：近3年馨月汇母婴专护服务（上海）有限公司流动资产周转次数变化情况	127
图表55：近4年馨月汇母婴专护服务（上海）有限公司总资产周转次数变化情况	128
图表56：近3年馨月汇母婴专护服务（上海）有限公司总资产周转次数变化情况	128
图表57：近4年馨月汇母婴专护服务（上海）有限公司销售毛利率变化情况	129
图表58：近3年馨月汇母婴专护服务（上海）有限公司销售毛利率变化情况	129
图表59：近4年优艾贝（中国）有限公司资产负债率变化情况	131
图表60：近3年优艾贝（中国）有限公司资产负债率变化情况	132
图表61：近4年优艾贝（中国）有限公司产权比率变化情况	132
图表62：近3年优艾贝（中国）有限公司产权比率变化情况	133
图表63：近4年优艾贝（中国）有限公司固定资产周转次数情况	133
图表64：近3年优艾贝（中国）有限公司固定资产周转次数情况	134

图表65：近4年优艾贝（中国）有限公司流动资产周转次数变化情况 135

图表66：近3年优艾贝（中国）有限公司流动资产周转次数变化情况 135

图表67：近4年优艾贝（中国）有限公司总资产周转次数变化情况 136

图表68：近3年优艾贝（中国）有限公司总资产周转次数变化情况 136

图表69：近4年优艾贝（中国）有限公司销售毛利率变化情况 137

图表70：近3年优艾贝（中国）有限公司销售毛利率变化情况 138

图表71：近4年北京禧月阁家政服务有限公司资产负债率变化情况 139

图表72：近3年北京禧月阁家政服务有限公司资产负债率变化情况 140

图表73：近4年北京禧月阁家政服务有限公司产权比率变化情况 140

图表74：近3年北京禧月阁家政服务有限公司产权比率变化情况 141

图表75：近4年北京禧月阁家政服务有限公司固定资产周转次数情况 142

图表76：近3年北京禧月阁家政服务有限公司固定资产周转次数情况 142

图表77：近4年北京禧月阁家政服务有限公司流动资产周转次数变化情况 143

图表78：近3年北京禧月阁家政服务有限公司流动资产周转次数变化情况 143

图表79：近4年北京禧月阁家政服务有限公司总资产周转次数变化情况 144

图表80：近3年北京禧月阁家政服务有限公司总资产周转次数变化情况 145

图表81：近3年北京禧月阁家政服务有限公司销售毛利率变化情况 146

图表82：近4年四川月靓母婴健康管理有限责任公司资产负债率变化情况 148

图表83：近3年四川月靓母婴健康管理有限责任公司资产负债率变化情况 148

图表84：近4年四川月靓母婴健康管理有限责任公司产权比率变化情况 149

图表85：近3年四川月靓母婴健康管理有限责任公司产权比率变化情况 150

图表86：近4年四川月靓母婴健康管理有限责任公司固定资产周转次数情况 150

图表87：近3年四川月靓母婴健康管理有限责任公司固定资产周转次数情况 151

图表88：近4年四川月靓母婴健康管理有限责任公司流动资产周转次数变化情况 152

图表89：近3年四川月靓母婴健康管理有限责任公司流动资产周转次数变化情况 152

图表90：近4年四川月靓母婴健康管理有限责任公司总资产周转次数变化情况 153

图表91：近3年四川月靓母婴健康管理有限责任公司总资产周转次数变化情况 153

图表92：近4年四川月靓母婴健康管理有限责任公司销售毛利率变化情况 154

图表93：近3年四川月靓母婴健康管理有限责任公司销售毛利率变化情况 155

图表94：近4年怡芳苑(上海)母婴护理服务有限公司资产负债率变化情况 157

图表95：近3年怡芳苑(上海)母婴护理服务有限公司资产负债率变化情况 157

图表96：近4年怡芳苑(上海)母婴护理服务有限公司产权比率变化情况 158

图表97：近3年怡芳苑(上海)母婴护理服务有限公司产权比率变化情况 158

图表98：近4年怡芳苑(上海)母婴护理服务有限公司固定资产周转次数情况 159

图表99：近3年怡芳苑(上海)母婴护理服务有限公司固定资产周转次数情况 160

图表100：近4年怡芳苑(上海)母婴护理服务有限公司流动资产周转次数变化情况 160

图表101：近3年怡芳苑(上海)母婴护理服务有限公司流动资产周转次数变化情况 161

图表102：近4年怡芳苑(上海)母婴护理服务有限公司总资产周转次数变化情况 162

图表103：近3年怡芳苑(上海)母婴护理服务有限公司总资产周转次数变化情况 162

图表104：近4年怡芳苑(上海)母婴护理服务有限公司销售毛利率变化情况 163

图表105：近3年怡芳苑(上海)母婴护理服务有限公司销售毛利率变化情况 163

图表106：2016-2022年中国月子中心行业供需平衡预测 169

图表107：经济周期波动中的行业景气变动 176

图表108：货币供应与经济周期影响效应次序 176

图表109：2016-2022年全球月子中心产能预测 191

图表110：2016-2022年全球月子中心需求量预测 192

图表111：2016-2022年中国月子中心产能预测 195

图表112：2016-2022年中国月子中心需求量预测 196

图表113：2016-2022年中国月子中心行业供需平衡预测 209

图表114：2014-2016年3月月子中心行业盈利能力 214

图表115：2014-2016年3月月子中心行业偿债能力 214

图表116：2014-2016年3月月子中心行业营运能力 215

图表117：2014-2016年3月月子中心行业人均创利对比分析 215

图表118：2014-2016年3月月子中心行业亏损面分析 215

图表119：行业周期图 219

图表120：2012-2016年3月中国月子中心供给总量分析 222

图表121：2012-2016年3月中国月子中心市场需求总量分析 223

图表122：经济周期波动中的行业景气变动 234

图表123：货币供应与经济周期影响效应次序 235

图表124：2016-2022年中国月子中心市场盈利预测 246

图表125：2016-2022年中国月子中心生产总量预测 247

图表126：2016-2022年中国月子中心生产总量增长率预测 247

图表127：月子中心产品技术应用注意事项分析 253

图表128：月子中心产品项目投资注意事项图 254

图表129：月子中心产品行业生产开发注意事项 255

图表130：月子中心产品销售注意事项 256

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/277667.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。