



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国体育场馆市场发展现状及战略咨询报告

一、调研说明

《2016-2022年中国体育场馆市场发展现状及战略咨询报告》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/278929.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

体育场馆的产业属性是由它在国民经济和社会发展中的地位与作用决定的。在1985年制定的三次产业划分标准中，体育产业被置于第三产业的第四层次，构成卫生、体育和社会福利业，体育产业没有次级分类，对体育的描述是"包括组织和举办的各种室内、外体育活动以及对进行这些活动的场所和设施的管理。"在为数不多的文字中阐明了体育场馆的产业地位，但并没有引起体育管理部门和理论研究工作者的足够重视。

2003年，国家统计局制定了新的三次产业分类标准，体育产业在新的《国民经济行业分类》（GB/T4754—2002）大类中独立存在，地位得到明显提升，并对体育产业小类所包括的各种产品生产或劳务（服务）活动的范围进行了详细的说明和解释。对体育场馆所包含的产业内容也作了规定，包括体育系统内部的管理活动和对外经营管理活动（不包括投资建设活动）。体育场馆成为衡量我国体育产业发展水平的一个重要指标，为我国体育场馆今后的发展定位和服务方向提供了政策依据。体育产业在国民经济行业分类中的内容

随着社会经济的不断发展和人民生活水平的逐步提高,人们的物质生活日益改善,精神生活领域在不断拓宽,大量的闲暇时间和剩余的金钱使人们开始追求更高层次的精神生活。体育集健身、娱乐、时尚为一体,逐渐成为人们消费的热点,各种体育活动极大地丰富了人们的精神生活。体育场馆作为休闲产业的重要组成部分,对于满足人们的休闲需求具有举足轻重的作用。国内学者鲍明晓说,时至21世纪,体育产业已经成为我国国民经济发展的一个新的经济增长点,而体育场馆是人们从事体育活动的重要场所,是体育产业发展的物质基础条件之一,因此,合理利用体育场馆资源有利于促进体育产业的发展。本文研究的国有体育场馆是指国家投资兴建的,以满足我国竞技体育运动训练、竞技体育竞赛和群众健身需求的体育场、体育馆,属于公共体育场馆。目前,在国有体育场馆投资主体中,国有经济成分的场馆占总数的30.6%,集体经济成分占总数的25.5%,企业（私营）占23%,私人占12.8%,另外有8.1%为外商独资、中外合资和港澳台投资,国有体育场馆的比例最大。

2014年12月正式公布的第六次全国体育场地普查结果显示，截至2013年底，全国共有体育场地169.46万个，用地面积39.82亿平方米，建筑面积2.59亿平方米，场地面积19.92亿平方米。对比第五次全国体育场地普查（截至2003年12月31日），全国体育场地数量增加84.45万个，将近翻了一倍，用地面积增加17.32亿平方米，建筑面积增加1.84亿平方米，场地面积增加6.62亿平方米；人均场地面积增加0.43平方米，每万人拥有体育场地数增加5.87个。1995-2013年中国体育场馆行业数量规模资料来源：艾凯咨询网整理

尽管我国体育消费水平存在着一定的差异性，但相信随着未来经济的不断向前发展，我国的体育消费水平会逐步提高，具体体现为：

1、随着我国社会生产力的发展，居民收入水平的提高，生活质量的改善，人们的消费结构将会发生变化，整个社会消费水平在范围、内容、数量和质量上也都将随之扩大和提高，从而可以带动体育消费水平的提高。

2、马斯洛的需要层次理论表明，在社会消费需要中，生存需要、发展需要和享受需要三者，不会按同一比例扩大和增长，其中属于基础层次的生存需要由于自然消费力（生理需要）的制约，总是有一定界限的，到一定程度它就不再增长。而属于高层次的发展需要和享受需要主要受社会经济因素的制约，人的自然生理因素对它的制约较小，从增长趋势来看，具有无限性。

3、现代社会正朝着现代化的方向发展，在日常工作中，由于工作的自动化、信息化，人们的体力支出在逐步减少，为了保持旺盛的精力和健康的体魄，人们必将更多地参加各种体育活动，这就造成了对体育需求的增长，从而推动了体育消费需求的增加。

4、由于和体育相关的产业的发展，体育消费品数量的增加和质量的提高以及体育活动场所和项目的增多，也将激发人们的体育消费欲望，从而带动体育消费水平的提高。

从我国体育消费的发展趋势看，实物型体育消费需求将迅速增长，欣赏型体育消费者队伍将日趋壮大，参与型体育消费将逐步兴旺。

随着我国取消福利性体育消费，实行体育消费货币化以及体育消费市场的逐步开放，体育消费必将更加活跃，成为拉动国民经济增长的一个重要因素。

体育业与其他产业有着比较密切的产业关联度，大力开拓体育消费，可以推动一大批产业部门的消费，为扩大内需、拉动经济增长做出贡献。

体育消费市场已经初步形成，就体育管理部门来说，与自身的过去相比，有了很大进步，但与经济发展和时代前进的一切相比，我们的步子还不够大，培育和发展体育消费市场的任务还很艰巨。

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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 2011-2015年中国体育场馆行业发展综述1

第一节 体育场馆行业概述1

一、体育场馆分类1

二、体育场馆行业发展4

三、体育场馆产品的基本属性6

(1) 产业属性6

(2) 服务产品属性7

(3) 社会公益性和市场经营性7

四、体育场馆行业在国民经济中的重要地位8

第二节体育场馆行业发展环境分析9

一、体育场馆行业经济环境分析9

(1) 国际宏观经济环境分析9

(2) 国内宏观经济环境分析19

二、体育场馆行业政策环境分析22

(1) 《全民健身计划纲要》22

(2) 《关于加快发展体育产业的指导意见》25

四、体育场馆行业技术环境分析43

第三节公共体育场馆制度演进47

一、公共体育场馆的发展历程47

(1) 计划经济制度下的初建阶段(1949-1978)47

(2) 内制度的转型摸索阶段(1978-1992)48

(3) 外制度的转型探索阶段(1992-2002)49

(4) 多元化制度创新发展阶段(2002-至今)51

二、公共体育场馆制度演进过程中不同发展阶段的特点比较52

三、公共体育场馆制度演进的影响分析53

(1) 积极影响53

(2) 消极影响54

四、公共体育场馆制度演进的展望55

(1) 民营化改革55

(2) 多元化经营管理模式58

第四节体育场馆与城市的复兴和发展59

一、体育建筑对城市发展在物质层面的促进59

二、体育建筑对城市发展在精神层面的作用60

三、体育建筑与城市的融合60

(1) 合理规划不同规模体育场馆建设布局60

(2) 重点发展社区体育设施建设61

(3) 体育建筑的建设应可持续发展61

第二章 2011-2015年中国体育场馆行业发展状况分析62

第一节中国体育场馆行业发展分析62

一、中国体育场馆行业发展现状62

(1) 中国体育场馆行业规模62

(2) 中国体育场馆企业性质63

(3) 中国体育场馆资产情况63

二、中国体育场馆行业经营分析64

(1) 体育场馆营业范围64

(2) 体育场馆经费来源64

(3) 体育场馆经营方式65

(4) 体育场馆税负66

(5) 体育馆就业情况67

三、中国体育场馆行业发展中存在的问题67

(1) 产业发展政策缺乏67

(2) 体育场馆事业单位改革困难重重68

(3) 未来体育场馆发展的政策导向不明68

(4) 场馆资源闲置较为严重68

(5) 专业机构人才缺乏69

第二节中国高校体育场馆发展分析69

一、中国高校体育场馆供给现状分析69

(1) 供给规模不断扩大69

(2) 供给主体以公立学校为主70

(3) 建设资金主要来源于学校自筹和财政拨款70

(4) 非公有制经济主体逐步开始涉足高校体育场馆供给71

(5) 高校体育场馆提供与生产环节未能有效分离71

(6) 高校体育场馆供给质量与档次快速提升72

(7) 高校体育场馆供给在体育场馆供给中发挥重要角色72

二、中国高校体育场馆供给的特殊性73

(1) 功能设计的独特性73

(2) 供给主体的单一性73

(3) 服务对象与功能的多重性74

(4) 生产过程的公益性75

(5) 提供与生产的合一性76

三、中国高校体育馆建设中存在问题分析76

(1) 高校体育场馆建设相对滞后76

(2) 建设指导思想有失偏颇77

(3) 场馆建设与运作管理滞后78

四、中国高校体育场馆建设的建议78

(1) 节能环保人性化趋势78

(2) 高校体育场馆的多功能使用设计79

(3) 高校体育场走向社会的趋势80

(4) 内部空间利用率高外部造型简洁81

五、中国高校体育场馆供给的发展趋势81

(1) 学校与政府部门逐步合作81

(2) 高校体育场馆功能多元化82

(3) 供给所需资金逐步以高校自筹为主83

(4) 高校体育场馆运营逐步专业化83

(5) 高校逐步成为体育场馆供给的重要主体84

六、中国高校体育场馆向社会开放的可行性分析84

(1) 高校体育场馆向社会开放的意义84

(2) 高校体育场馆向社会开放的风险85

1) 管理方面85

2) 经营方面86

3) 固定资产折旧方面86

4) 安全、环保方面87

(3) 高校体育场馆向社会开放的风险规避87

1) 树立正确的风险意识87

2) 处理好体育场馆向社会开放过程中的各种矛盾87

3) 设立专门管理机构对场馆进行科学运营88

4) 加强安全教育和管理工作88

第三节中国体育场馆行业发展趋势89

一、中国体育场馆行业运营升级89

- (1) 运营逐步国际化89
- (2) 运营逐步市场化89
- (3) 运营逐步专业化89
- 二、中国体育场馆行业结构调整90
 - (1) 企业从业机构比例上升90
 - (2) 委托经营比例上升90
- 三、中国体育场馆发展方向不一90
 - (1) 分类发展90
 - (2) 多元化发展91

第三章 2011-2015年中国体育场馆消费分析92

第一节中国居民体育消费分析92

一、居民体育消费现状分析92

- (1) 实物消费92
- (2) 精神消费93
- 二、影响体育消费的因素分析94
 - (1) 收入水平94
 - (2) 体育场馆开放程度及服务水平94
 - (3) 传统消费观念的根本改变及对体育功能的重新认识95
 - (4) 其他因素95

三、居民体育消费展望95

第二节中国体育场馆健身消费人群现状分析96

一、参加健身锻炼人群的身份特点96

- (1) 参加休闲锻炼人群的年龄、性别构成96
- (2) 参加锻炼人群的学历、职业职务情况99
- (3) 消费者到场馆的距离及采用的交通工具分析100

二、消费者喜欢从事的项目及消费情况100

- (1) 消费者喜欢从事的项目分析100
- (2) 消费的主要来源及消费金额情况分析101
- (3) 消费者来锻炼的时间分配情况102
- (4) 从事锻炼的时段和每次的锻炼时间103
- (5) 锻炼的目的和锻炼后的效果104

三、消费者满意度调查105

第三节中国部分大型体育场馆对外开放使用调查分析106

一、体育场馆对大众健身开放的使用现状106

(1) 对大众健身开放的项目106

(2) 对大众健身开放的对象109

(3) 对大众健身开放经营情况109

(4) 场馆所在地区的经济状况和人们的体育消费意识对场馆经营的影响110

二、体育场馆、场地对外出租的现状与分析110

三、体育场馆冠名权的开发112

第四章 2011-2015年中国体育场馆运营管理分析113

第一节体育场馆运营管理概述113

一、体育场馆运营管理的基本内容113

(1) 提供各种体育服务113

(2) 举办体育赛事114

(3) 开展体育培训114

(4) 发展体育健身休闲娱乐116

(5) 体育场馆广告117

(6) 综合性服务118

(7) 财产物资管理119

二、体育场馆运营管理的基本方法120

(1) 建立现代企业制度120

(2) 树立市场营销观念120

(3) 体育场馆的经营形式120

1) 会员制形式120

2) 转包经营形式121

3) 合作经营形式121

4) 直接经营形式121

5) 委托经营形式122

三、体育场馆绩效管理目标122

(1) 财务绩效指标122

(2) 客户满意绩效指标123

(3) 流程绩效指标123

(4) 成长绩效指标123

第二节体育场馆业务管理124

一、体育场馆中的赛事管理124

(1) 商业计划124

(2) 吸引体育赛事125

(3) 赛事分析127

(4) 赛事准备128

(5) 赛后评估128

二、户外节事活动管理129

(1) 户外节事活动概述129

(2) 节庆活动的场地布置要求131

(3) 露天文艺表演的场地布置要求134

三、商业性展览活动管理135

(1) 商业性展览活动概述135

(2) 展览场馆一般具有的功能区136

(3) 国际标准展位的配置及其编号137

(4) 展区布局中常出现的问题137

第三节体育场馆收入支出分析138

一、体育场馆收入来源138

(1) 财政拨款收入138

(2) 事业经营收入138

1) 事业收入138

2) 经营收入138

3) 其他收入138

二、体育场馆主要支出项目138

(1) 根据支出项目的性质分类138

(2) 根据支出项目的来源分类139

三、体育场馆盈利模式分析139

第四节大型体育场馆运营管理139

一、美国四个大型体育场馆运营管理139

(1) 麦迪逊广场花园 (Madison Square Garden) 139

(2) 玫瑰碗球场 (Rose Bowl Stadium)	141
(3) 丰田体育中心 (Toyota Center)	141
(4) 万乔维亚中心球场 (Wachovia Center)	143
二、美国大型体育场馆成功运营经验	144
(1) 场馆经营活动以体为主，多种经营并存	144
(2) 积极先进的多元化市场营销策略	144
(3) 引入专业体育经理公司进行人力资源管理和场馆维护	145
(4) 成熟的集团化托管式运营管理模式	146
(5) 融资方式多元化，监管方式科学化	148
(6) 积极吸引大型企业赞助，重视场馆内广告市场开发	149
三、中国大型体育场馆运营管理中存在的主要问题	150
(1) 场馆功能单一，使用率低	150
(2) 经营管理观念落后，营销手段缺乏	150
四、中国大型体育场馆运营管理建议	150
(1) 实现大型体育场馆设施所有权、经营权的分离	150
(2) 场馆经营多元化发展	152
(3) 加强以消费者需求为导向的市场营销	153
(4) 积极开发无形资产	155
(5) 体育场馆运营管理与职业体育赛事相结合	155
第五节体育场馆的运营发展趋势	156
一、拓展融资渠道	156
二、引入市场运营机制	157
三、发展大众健身娱乐	157

第五章 2011-2015年中国大型体育赛事对体育场馆的影响分析158

第一节 2008年北京奥运会158

一、北京奥运会场馆建设及分布情况158

 (1) 场馆建设情况158

 (2) 场馆分布情况159

二、北京奥运会场馆结构分析160

 (1) 功能结构分析160

 (2) 高校结构分析200

三、现有的奥运场馆赛后利用模式200

- (1) 保持原来体育功能不变200
- (2) 还原使用201
- (3) 功能转换使用201
- (4) 拆除临时场馆设施202
- (5) 进一步开发利用202

四、北京奥运场馆后继使用需要考虑的特殊情况202

- (1) 大型体育赛事相对较少202
- (2) 职业化俱乐部少203
- (3) 体育场馆饱和203
- (4) 场馆远离居住区203

五、北京奥运场馆赛后利用建议204

- (1) 改变管理主体204
- (2) 拓展体育场馆功能的外延205
- (3) 通过联合降低体育场馆维护保养成本205
- (4) 加大高校奥运场馆的社会开放度205
- (5) 兼顾经济效益和社会效益206

六、国家体育场——鸟巢运营分析206

- (1) 国家体育场投资主体及投资成本206
- (2) 国家体育场运营主体及运营方式208
- (3) 国家体育场运营成本214
- (4) 国家体育场收入模式217

七、奥运后体育场馆运营前景221

- (1) 旅游221
- (2) 竞赛演出221
- (3) 休闲娱乐产业222

第二节 广州亚运会223

一、广州亚运会场馆建设及分布情况223

- (1) 场馆建设情况223
- (2) 场馆分布情况225

二、现有的亚运场馆赛后利用模式225

- (1) 综合性场馆群利用方案225

(2) 大型场馆利用方案226

(3) 专业性场馆利用方案226

三、广州亚运场馆赛后利用制约因素226

(1) 依赖政府投资增加了赛后场馆运营风险226

(4) 专业人才匮乏制约赛后场馆经营管理水平228

四、广州亚运场馆赛后利用建议229

(1) 多元化引入社会资本229

(2) 加强无形资产开发利用229

(3) 转变和创新经营管理体制230

(4) 多渠道培养经营管理人才230

第三节深圳大运会231

一、深圳大运会场馆建设及分布情况231

(1) 场馆建设情况231

(2) 场馆分布情况233

二、深圳大运会场馆建设原则分析234

三、深圳大运会场馆赛后利用建议234

四、深圳大运会部分场馆的赛后利用236

(1) 体育运动学校：将成优秀运动员培养基地236

(2) 大学城体育中心：将向附近高校及市民开放237

(3) 大运村：将成深圳信息职业技术学院新校区238

(4) 海上运动基地：让深圳海滨"动起来"238

五、大运开幕式场馆——春蚕运营分析239

(1) 大运开幕场馆运营模式分析239

(2) 大运开幕场馆赛后运营分析240

六、深圳大运场馆的集团化管理分析240

(1) 集团化运营管理的优势240

(2) 大运场馆集团化管理的设想241

(3) 大运场馆集团化管理的目标242

第六章 2011-2015年中国体育场馆行业领先个案分析243

第一节中国领先体育场馆分析243

一、首都体育馆243

(1) 场馆简介243

(2) 场馆规模243

(3) 场馆设施243

(4) 场馆服务项目244

(5) 场馆运营管理244

(6) 场馆特色244

二、国家奥林匹克体育中心体育场245

(1) 场馆简介245

(2) 场馆规模246

(3) 场馆设施246

(4) 场馆服务项目246

(5) 场馆运营管理246

三、北京职工体育服务中心工人体育场247

(1) 场馆简介247

(2) 场馆规模247

(3) 场馆设施247

(4) 场馆服务项目247

(5) 场馆运营管理248

四、首钢体育发展有限公司篮球中心248

(1) 场馆简介248

(2) 场馆规模248

(3) 场馆设施249

(4) 场馆服务项目249

(5) 场馆运营管理250

(6) 场馆特色250

五、海淀区综合训练馆250

(1) 场馆简介250

(2) 场馆规模250

(3) 场馆设施250

(4) 场馆服务项目251

(5) 场馆运营管理251

第七章 2016-2022年中国体育场馆行业发展前景及融资分析252

第一节中国体育场馆建设融资模式分析252

一、政府资本252

(1) 税收形式的政府资本投入252

(2) 一般义务公债252

(3) 收益公债252

(4) 参与凭证253

(5) 租税增额融资TIF253

二、私人资本253

三、公私联合融资PPP (Public-Private Partnership) 254

(1) BOT (Build-Operate-Transfer) 建设-经营-移交254

(2) TOT (Transfer-Operate-Transfer) 移交-运营-移交254

(3) ABS (Asset-Backed Securitization) 资产证券化融资255

四、其他融资方式258

(1) 无形资产融资258

(2) 体育彩票融资259

(3) 土地置换融资260

第二节中国体育场馆行业发展前景预测261

一、体育场馆行业发展的驱动因素分析261

(1) 国家政策支持261

(2) 大型体育赛事举办262

(3) 居民体育消费需求增长264

二、体育场馆行业发展的障碍266

(1) 体制障碍266

(2) 管理理念滞后267

三、体育场馆行业发展前景预测268

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：体育场馆行业产业链

图表：2011-2015年我国体育场馆行业企业数量增长趋势图

图表：2011-2015年我国体育场馆行业亏损企业数量增长趋势图

图表：2011-2015年我国体育场馆行业从业人数增长趋势图

图表：2011-2015年我国体育场馆行业资产规模增长趋势图

图表：2011-2015年我国体育场馆行业产成品增长趋势图

图表：2011-2015年我国体育场馆行业工业销售产值增长趋势图

图表：2011-2015年我国体育场馆行业销售成本增长趋势图

图表：2011-2015年我国体育场馆行业费用使用统计图

图表：2011-2015年我国体育场馆行业主要盈利指标统计图

图表：2011-2015年我国体育场馆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年体育场馆行业市场供给
图表：2011-2015年体育场馆行业市场需求
图表：2011-2015年体育场馆行业市场规模
图表：体育场馆所属行业生命周期判断
图表：体育场馆所属行业区域市场分布情况
图表：2016-2022年中国体育场馆行业市场规模预测
图表：2016-2022年中国体育场馆行业供给预测
图表：2016-2022年中国体育场馆行业需求预测
图表：2016-2022年中国体育场馆行业价格指数预测

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/278929.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。