



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国休闲食品市场 分析及投资策略研究报告

一、调研说明

《2016-2022年中国休闲食品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/280665.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

2014年中国休闲食品行业销售市场规模约4820亿元，零售市场规模约7050亿元。近几年我国休闲食品零售规模如下图所示：2009-2014年我国休闲食品零售市场规模情况 资料来源：艾凯咨询网整理

目前，我国休闲食品零售行业主要有三类模式，即个体经营的零售模式、超市卖场零售模式、连锁零售模式。

（1）个体经营的零售模式

主要是以个体门店为销售渠道，其主要特点为无品牌、无包装零售。该模式的缺点是产品质量、卫生状况没有保障，随着消费人群对于质量、口味及品牌要求的提高，此类模式市场份额将逐步减小。

（2）超市卖场零售模式

休闲食品生产企业主要采用超市卖场零售模式，即通过独立包装的休闲食品，借助以大卖场、超市及遍布大街小巷的便利店为主的销售渠道推广自己的产品，此类经营模式为目前休闲食品的主要销售模式。

（3）连锁零售模式

连锁零售模式为主要以连锁专卖店形式专业化销售多种类休闲食品的经营模式。连锁零售模式采用统一采购、统一配送、统一管理、统一形象，让管理更有效率、品牌更突出、服务更便捷、产品线更丰富、质量更有保障、价格更实惠，产品也更具有市场竞争力。连锁零售终端能够迅速捕捉消费人群的消费习惯，能够及时的向生产厂家反馈市场动向，能够快速推出符合消费者口味的新产品，引领消费时尚。

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。

报告揭示了休闲食品行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国休闲食品做了重点企业经营状况分析，并分析了中国休闲食品行业发展前景预测。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 休闲食品行业现状分析1

第一节 休闲食品行业定义及分类1

一、定义1

二、分类1

(一) 烘焙类休闲食品1

(二) 炒货类休闲食品1

(三) 糖果类休闲食品1

(四) 膨化类休闲食品1

(五) 其它种类休闲食品2

第二节 休闲食品行业特征分析3

一、行业的周期性3

二、行业的区域性3

三、行业的上下游3

四、行业经营模式4

五、行业的季节性4

第三节 休闲食品行业发展概况5

一、休闲食品品类发展特点分析5

二、休闲食品行业发展情况分析6

三、连锁经营促休闲食品业发展8

四、中国休闲食品专卖店研究9

第四节 休闲食品行业市场现状12

一、市场规模12

二、市场概述12

(一) 休闲食品市场发展特点分析12

(二) 休闲食品市场发展现状分析14

(三) 休闲食品市场消费变化情况15

(四) 休闲食品渠道发展的多元化16

(五) 休闲食品区域板块效应明显18

(六) 休闲食品品牌个性化驱动19

三、存在的问题20

(一) 经营者面临的问题分析20

(二) 食品源头监管存在缺陷21

(三) 销售人员存在问题分析21

(四) 法律监管存在问题分析22

第五节 休闲食品行业进出口状况22

第二章 2013-2015年中国休闲食品行业发展环境分析54

第一节 2015年中国宏观经济发展环境分析54

一、中国GDP增长情况分析54

二、工业经济发展形势分析57

三、社会固定资产投资分析65

四、全社会消费品零售总额71

五、城乡居民收入增长分析74

六、居民消费价格变化分析75

七、对外贸易发展形势分析82

第二节 2015年中国休闲食品发展政策环境分析87

一、行业管理体制及主管部门87

二、休闲食品业主要标准规范88

三、休闲食品业相关产业政策92

(一) 《食品添加剂使用标准》92

(二) 焙烤业实施标准化管理93

(三) 糕点产品市场准入制度94

(四) 焙烤行业其它法规政策94

第三节 中国休闲食品发展社会环境分析95

一、人口环境分析95

二、教育环境分析96

三、文化环境分析97

四、科技环境分析99

五、生态环境分析100

六、中国城镇化率101

第三章 中国休闲食品行业数据监测分析103

第一节 中国休闲食品行业发展概况103

第二节 中国休闲食品行业规模分析104

一、企业数量增长分析104

- 二、资产规模增长分析105
- 三、销售规模增长分析105
- 四、利润规模增长分析105
- 第三节 中国休闲食品行业结构分析106
 - 一、企业数量结构分析106
 - 二、资产规模结构分析106
 - 三、销售规模结构分析107
 - 四、利润规模结构分析107
- 第四节 中国休闲食品行业成本费用分析108
 - 一、销售成本分析108
 - 二、主要费用分析108
- 第五节 中国休闲食品行业运营能力分析108

第四章 休闲食品行业投资特性110

- 第一节 产业政策及其影响110
- 第二节 行业产品结构分析111
- 第三节 行业集中度分析111
 - 一、资产集中度分析111
 - 二、销售集中度分析112
 - 三、利润集中度分析112
- 第四节 产业赢利能力分析113
- 第五节 产业偿债能力分析113
- 第六节 产业成长能力分析114

第五章 休闲食品行业产销量分析115

- 第一节 2013-2015年休闲食品行业供给情况分析115
- 第二节 中国休闲食品零售销售情况分析115
 - 一、休闲食品零售市场销售模式115
 - 二、中国休闲食品零售规模分析116
- 第三节 中国休闲食品连锁经营销售情况分析117
 - 一、休闲食品连锁经营市场规模117
 - 二、休闲食品连锁门店数量规模117

第六章 2014年中国主要休闲食品产业现状分析119

第一节 炒货类休闲食品产业发展情况分析119

一、中国炒货类休闲食品产业发展情况分析119

(一) 炒货类休闲食品产业链119

(二) 炒货类休闲食品主要产品120

(三) 炒货类休闲食品发展现状121

(四) 行业技术水平现状分析121

二、炒货类休闲食品行业经营模式122

(一) 采购模式122

(二) 生产模式123

(三) 销售模式124

(四) 物流模式124

三、炒货类休闲食品细分市场现状125

(一) 葵瓜子市场现状分析125

1、向日葵种植面积125

2、向日葵产量情况127

3、葵瓜子市场现状129

(二) 花生市场现状分析131

1、花生种植面积131

2、花生产量分析132

3、花生市场现状132

(三) 豆类市场现状分析134

1、豆类种植面积134

2、中国豆类产量135

3、豆类市场现状136

(四) 南瓜子市场现状分析137

(五) 高档坚果类市场现状138

四、干果及坚果市场零售规模分析140

(一) 干果市场零售规模140

(二) 坚果市场零售规模141

五、炒货类休闲食品发展趋势分析142

(一) 消费市场发展趋势	142
(二) 行业地位发展趋势	142
(三) 品牌发展趋势分析	142
(四) 消费结构发展趋势	143
第二节 烘焙类休闲食品行业发展情况分析	143
一、烘焙食品行业发展情况分析	143
(一) 行业发展概况分析	143
(二) 企业数量增长分析	144
(三) 资产规模增长分析	144
(四) 销售规模增长分析	145
(五) 利润规模增长分析	145
二、烘焙类休闲食品市场发展现状	146
(一) 品牌发展情况分析	146
(二) 市场竞争现状分析	152
(三) 行业技术水平现状	153
三、中国饼干市场发展情况分析	154
(一) 饼干行业发展状况	154
(二) 饼干产品生产分析	157
(三) 饼干市场零售规模	161
(四) 饼干品牌渗透率	162
(五) 未来发展趋势分析	163
四、蛋糕市场情况分析	164
(一) 蛋糕生产状况分析	164
(二) 蛋糕零售数量分析	165
(三) 蛋糕零售金额分析	165
(四) 蛋糕行业竞争态势	166
五、面包市场情况分析	166
(一) 面包生产状况分析	166
(二) 面包行业竞争态势	166
六、月饼点心市场情况分析	167
(一) 月饼点心生产状况	167
(二) 糕饼市场零售规模	168

(三) 糕点市场零售规模	169
(四) 月饼点心竞争态势	169
(五) 月饼点心品牌发展	170
七、烘焙类休闲食品未来市场展望	171
(一) 烘焙类休闲食品发展机遇	171
(二) 烘焙类休闲食品面临挑战	171
(三) 烘焙类休闲食品发展策略	172
第三节 糖果与巧克力行业发展情况分析	174
一、糖果与巧克力行业发展情况	174
(一) 行业发展概况分析	174
(二) 企业数量增长分析	174
(三) 资产规模增长分析	175
(四) 销售规模增长分析	175
(五) 利润规模增长分析	175
二、中国糖果行业发展情况分析	176
(一) 中国糖果标准分类	176
(二) 中国糖果产量分析	178
(三) 糖果行业细分市场现状	180
(四) 糖果行业消费市场现状	182
(五) 糖果市场消费层次分析	183
(六) 糖果行业品牌发展现状	185
(七) 糖果市场品牌渗透率	187
三、中国巧克力制品市场分析	187
(一) 巧克力市场生产分析	187
(二) 巧克力市场消费概况	197
(三) 巧克力行业品牌情况	198
(四) 巧克力的品牌渗透率	199
(五) 模注巧克力制品开发	201
(六) 巧克力市场竞争格局	203
(七) 巧克力消费需求方向	205
第四节 果脯蜜饯类休闲食品发展情况分析	205
一、中国水果种植业发展情况分析	205

- (一) 果树种植情况分析205
- (二) 主要产品生产情况206
- (三) 区域发展情况分析206
- 二、蜜饯行业发展情况分析208
 - (一) 行业发展概况分析208
 - (二) 企业数量增长分析208
 - (三) 资产规模增长分析209
 - (四) 销售规模增长分析209
 - (五) 利润规模增长分析210
- 三、果脯蜜饯休闲食品行业发展情况210
 - (一) 中国果脯蜜饯发展历史210
 - (二) 果脯蜜饯市场现状分析211
 - (三) 果脯蜜饯市场品牌状况212
- 四、果脯蜜饯休闲食品的发展趋势分析214
 - (一) 产品发展趋势分析214
 - (二) 品类发展趋势分析215
 - (三) 技术发展趋势分析215
 - (四) 包装发展趋势分析216
 - (五) 添加剂发展趋势分析216
 - (六) 口感外形发展趋势分析217
- 第五节 膨化休闲食品市场发展情况分析217
 - 一、膨化休闲食品加工业发展情况分析217
 - (一) 行业技术发展情况217
 - (二) 产品法律法规分析218
 - (三) 产品主要类别分析219
 - 二、膨化休闲食品市场发展现状分析220
 - (一) 需求因素分析220
 - (二) 市场零售规模220
 - (三) 市场格局分析221
 - (四) 品牌渗透率分析221
 - 三、薯类膨化休闲食品发展情况分析221
 - (一) 薯类种植与生产情况221

- (二) 薯类休闲食品市场概况222
- (三) 薯类休闲食品市场规模223
- (四) 薯片市场竞争格局分析223
- 四、膨化休闲食品行业发展趋势分析224
 - (一) 市场前景展望分析224
 - (二) 行业技术发展趋势225
 - (三) 食品安全发展趋势225
 - (四) 品牌文化发展趋势225
- 第六节 中国口香糖市场发展情况分析226
 - 一、中国口香糖市场发展现状分析226
 - (一) 口香糖市场零售量226
 - (二) 口香糖市场零售额226
 - (三) 中国口香糖品牌发展227
 - (四) 中国口香糖消费整体状况分析227
 - 二、中国口香糖细分市场发展分析228
 - (一) 中国无糖口香糖市场销售规模228
 - (二) 中国含糖口香糖市场销售规模228
 - (三) 中国泡泡糖市场销售规模229
 - 三、中国口香糖市场营销终端分析229
 - (一) 各类口香糖终端的基本特点229
 - (二) 各类口香糖终端的分布格局230
 - (三) 口香糖市场主要销售模式230
 - 四、中国口香糖竞争现状分析230
 - (一) 中国口香糖市场竞争激烈230
 - (二) 中国木糖醇市场竞争现状231
 - (三) 爽口片市场竞争现状分析234
 - (四) 外资企业在中国市场情况235
 - 五、未来口香糖重点产品分析235
 - (一) 戒烟口香糖235
 - (二) 无糖口香糖236
 - (三) 环保口香糖236
 - (四) 无胶基口香糖236

第七节 其他休闲食品市场发展情况分析237

一、中国果冻行业发展现状分析237

- (一) 果冻市场品牌渗透率237
- (二) 果冻休闲食品细分市场237
- (三) 果冻休闲食品分销渠道238
- (四) 果冻休闲食品市场竞争239
- (五) 果冻行业进入壁垒分析240

二、肉类休闲食品市场现状分析241

- (一) 中国畜牧产品肉类产量241
- (二) 肉类休闲食品市场概况241
- (三) 肉类休闲食品安全问题243

三、绿色休闲食品市场现状分析245

- (一) 绿色休闲食品基本情况245
- (二) 绿色休闲食品类别分析246
- (三) 绿色休闲食品市场规模247
- (四) 绿色休闲食品行业利润248

第七章 休闲食品行业市场竞争格局249

第一节 市场竞争现状分析249

- 一、国内外休闲食品竞争分析249
- 二、主要休闲食品零售业态竞争249
- 三、休闲食品零售区域竞争分析250
- 四、休闲食品企业竞争主要因素250

第二节 2013-2015年中国休闲食品企业市场占有率分析251

- 一、2013-2015年中国休闲食品行业上市企业市场占有率情况251
- 二、2013-2015年中国休闲食品行业非上市企业市场占有率情况 251

第三节 部分产品市场竞争情况分析252

- 一、糖果休闲食品市场竞争现状252
- 二、坚果炒货市场竞争现状分析254
- 三、果冻休闲食品市场竞争现状256
- 四、休闲饼干市场竞争状况分析256

第八章 中国休闲食品市场消费调查	260
第一节 休闲食品消费者基本情况分析	260
一、消费者购买休闲食品频率	260
二、不同年龄的消费者偏好	260
三、休闲食品消费家庭结构	262
第二节 休闲食品消费者需求分析	262
一、消费者产品偏好分析	262
二、消费者购买目的分析	265
三、消费者考虑因素研究	265
四、消费者价格偏好分析	267
第三节 休闲食品消费者认知情况	267
一、消费者购买休闲食品途径分析	267
二、消费者对休闲食品认知渠道分析	270
三、消费者对休闲食品品牌认知情况	271
第四节 休闲食品安全问题消费者调查	273
一、休闲食品质量问题认知情况分析	273
二、休闲食品安全问题解决途径选择	273
三、休闲食品消费者信心情况分析	275
第九章 休闲食品行业主要企业分析	276
第一节 好想你枣业股份有限公司	276
一、企业发展基本情况	276
二、企业主要产品分析	277
三、企业产品质量分析	277
四、企业经营情况分析	278
五、企业产销情况分析	281
六、企业销售网络分布	281
七、企业竞争优势分析	282
第二节 黑牛食品股份有限公司	283
一、企业发展基本情况	283
二、企业主要产品分析	284
三、企业产品质量分析	284

- 四、企业经营情况分析284
- 五、企业产销情况分析288
- 六、企业销售网络分布288
- 七、企业竞争优势分析289
- 第三节 洽洽食品股份有限公司290
 - 一、企业发展基本情况290
 - 二、企业主要产品分析291
 - 三、企业产品质量分析291
 - 四、企业经营情况分析292
 - 五、企业产销情况分析295
 - 六、企业竞争优势分析295
- 第四节 箭牌糖果（中国）有限公司297
 - 一、企业发展基本情况297
 - 二、企业主要产品分析297
 - 三、企业主要经济指标297
 - 四、企业经营效益分析298
 - 五、企业成本费用分析299
 - 六、企业销售网络分布299
 - 七、企业竞争优势分析299
- 第五节 玛氏食品（中国）有限公司300
 - 一、企业发展基本情况300
 - 二、企业主要产品分析300
 - 三、企业主要经济指标301
 - 四、企业经营效益分析302
 - 五、企业成本费用分析302
 - 六、企业竞争优势分析303
- 第六节 好丽友食品有限公司303
 - 一、企业发展基本情况303
 - 二、企业主要产品分析304
 - 三、企业主要经济指标304
 - 四、企业经营效益分析305
 - 五、企业成本费用分析306

六、企业竞争优势分析306

第七节 东莞徐记食品有限公司307

一、企业发展基本情况307

二、企业主要产品分析307

三、企业主要经济指标307

四、企业经营效益分析308

五、企业成本费用分析309

第八节 不凡帝范梅勒糖果（中国）有限公司309

一、企业发展基本情况309

二、企业主要产品分析309

三、企业主要经济指标310

四、企业经营效益分析310

五、企业成本费用分析311

第九节 百事食品（中国）有限公司311

一、企业发展基本情况311

二、企业主要产品分析311

三、企业产品质量分析312

四、企业主要经济指标312

五、企业经营效益分析313

六、企业成本费用分析314

七、企业食品发展分析314

第十节 好当家集团有限公司314

一、企业发展基本情况314

二、企业主要产品分析315

三、企业主要经济指标316

四、企业经营效益分析317

五、企业成本费用分析317

六、企业销售网络分布318

七、企业竞争优势分析318

第十一节 湖北达利食品有限公司320

一、企业发展基本情况320

二、企业主要产品分析321

三、企业主要经济指标 321

四、企业经营效益分析 322

五、企业成本费用分析323

六、企业竞争优势分析323

第十二节 上好佳（中国）有限公司324

一、企业发展基本情况324

二、企业主要产品分析324

三、企业主要经济指标324

四、企业经营效益分析325

五、企业成本费用分析326

六、企业销售网络分布326

七、企业竞争优势分析326

第十三节 贵州中意食品有限责任公司327

一、企业发展基本情况327

二、企业主要产品分析328

三、企业主要经济指标328

四、企业经营效益分析 328

五、企业成本费用分析329

六、企业竞争优势分析330

第十四节 成都福马食品有限公司330

一、企业发展基本情况330

二、企业主要产品分析330

三、企业主要经济指标331

四、企业经营效益分析331

五、企业成本费用分析332

六、企业竞争优势分析332

第十章 2016-2022年休闲食品行业发展预测333

第一节 2016-2022年中国休闲食品行业发展趋势333

一、休闲食品行业发展趋势分析333

二、休闲食品市场发展趋势分析335

三、休闲食品产品发展趋势分析336

四、休闲食品行业竞争趋势分析	337
第二节 2016-2022年中国休闲食品行业市场前景	339
一、2016-2022年中国休闲食品供给预测	339
二、2016-2022年中国休闲食品行业销售收入预测	339
第三节 休闲食品行业SWOT分析	340
一、优势分析	340
二、劣势分析	340
三、机会分析	340
四、威胁分析	340
五、中国休闲食品行业SWOT分析图	340
第四节 投资分析	341
一、行业投资现状	341
二、投资政策分析	342
(一) 休闲食品产业发展方向和重点	342
(二) 休闲食品产业布局	342
(三) 休闲食品发展目标	346
三、投资潜力分析	347
四、投资效益分析	347
五、投资风险分析	348
(一) 市场风险	348
(二) 政策风险	349
(三) 经营风险	349
(四) 技术风险	349
(五) 竞争风险	350
六、投资策略分析	350
(一) 休闲食品市场策略分析	350
(二) 休闲食品营销策略分析	351
(三) 提高企业竞争力的策略	352

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：休闲食品行业产业链

图表：2011-2015年我国休闲食品行业企业数量增长趋势图

图表：2011-2015年我国休闲食品行业亏损企业数量增长趋势图

图表：2011-2015年我国休闲食品行业从业人数增长趋势图

图表：2011-2015年我国休闲食品行业资产规模增长趋势图

图表：2011-2015年我国休闲食品行业产成品增长趋势图

图表：2011-2015年我国休闲食品行业工业销售产值增长趋势图

图表：2011-2015年我国休闲食品行业销售成本增长趋势图

图表：2011-2015年我国休闲食品行业费用使用统计图

图表：2011-2015年我国休闲食品行业主要盈利指标统计图

图表：2011-2015年我国休闲食品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年休闲食品行业市场供给

图表：2011-2015年休闲食品行业市场需求

图表：2011-2015年休闲食品行业市场规模

图表：休闲食品所属行业生命周期判断

图表：休闲食品所属行业区域市场分布情况

图表：2016-2022年中国休闲食品行业市场规模预测

图表：2016-2022年中国休闲食品行业供给预测

图表：2016-2022年中国休闲食品行业需求预测

图表：2016-2022年中国休闲食品行业价格指数预测

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/280665.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。