



艾凯咨询
ICAN Consulting

2017-2022年中国天然药物市场 需求及投资前景分析报告

一、调研说明

《2017-2022年中国天然药物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/285668.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

天然药物是指经现代医药体系证明具有一定药理活性的动物药、植物药和矿物药等。天然药物不等同于中药或中草药。随着社会的发展，人们越来越关注化学药品给人类自身健康及生活环境带来的负面影响；回归自然、保护环境已成为一种处理人类和环境关系的潮流思想。包括植物药、动物药和海洋药物的天然药物的研究和开发顺势大力发展，对天然药物的各种人为禁制也趋于宽松。

天然药物是指在现代医药理论指导下使用的天然药用物质及其制剂。其来源包括植物、动物和矿物，一般不包括来源于基因修饰动植物的物质、经微生物发酵或经化学等修饰的物质。

天然药物的研发应关注以下几点：一是以现代医药理论指导临床试验方案设计与评价；二是活性成份的确定应有充分的依据；三是应有充分的试验数据说明处方合理性、非临床和临床的有效性以及安全性；四是保证资源的可持续利用。天然药物的开发利用

序号 开始利用概况

1 到目前为止全球的天然药物使用情况：已形成应用系统理论的有，中国医药、印度佛教医学、伊斯兰医学、欧洲传统草药、南美民族医学和非洲民族医药。其中中国医药被认为是当今国际上最为发展的天然药物体系。

2 从天然药物使用的规模来看，单是我国天然药物总数已达12772种，其中植物来源的为11118种，动物来源的为1574种，矿物来源的为80种；而植物来源的天然药物又以被子植物中的双子叶植物最多，占到8598种。

3 从天然药物开发和应用的技术水平分析，有下面几种情况：原料药，这在我国的市场上占了很大比例，亦即传统意义上的中药；制剂或提取物，通过一些简单的加工制成，中成药大多来源于此；纯天然有效化学成分，美国的FDA即如此要求，但也逐渐放松管制。

4 国际热点天然药物：抗癌药物紫杉醇及其衍生物；抗疟药青蒿素；心脑血管药物银杏素内酯；抗艾滋病的天然药物虽有很多报道，但还无药可进入临床。

由于西药研发成本越来越高、时间越来越长，以“自然疗法”为特点的天然药物产业将成为全球制药业最具发展前景的特色产业。

随着中国医药体制改革的不断深化，天然药物企业正面临国内外市场的激烈竞争，各个企业都想通过转型升级来提升竞争力，抢占行业制高点。

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1章：中国天然药物行业转型升级背景分析

1.1天然药物定义与范围

1.1.1广义天然药物

1.1.2狭义天然药物

1.2中国中药行业发展现状分析

1.2.1中药行业市场规模 2011-2015年全国中药材销售总额（万元）

1.2.2中药行业供给结构 2014年中药细分行业规模占比

1.2.3中药行业竞争格局 中药行业不同领域前十名企业市场份额占比

1.3中国天然药物行业转型升级环境动因分析

1.3.1政策环境动因分析

1.3.2经济环境动因分析

1.3.3社会环境动因分析

（1）消费观念的变化

（2）天然绿色潮流

（3）对天然药物的认知程度

1.4中国天然药物行业转型升级内在动因分析

1.4.1上游：原材料成本上涨压缩盈利空间

（1）上游原材料对行业影响巨大

（2）成本上涨，压缩盈利空间

1.4.2出口：受困准入壁垒产品技不如人

（1）出口遭遇技术壁垒

（2）规模小、技术水平较低

（3）有强大的竞争对手

（4）国际市场准入制度严格

（5）缺乏完善的中药国际营销策略

（6）出口产品结构不合理，产品附加值低

第2章：全球天然药物行业发展分析

2.1全球天然药物行业发展状况分析

2.2美国天然药物行业发展状况分析

2.2.1美国天然药物行业发展历程

2.2.2美国天然药物行业研究现状

2.2.3美国天然药物行业生产现状

2.2.4美国天然药物发展经验借鉴

2.3德国天然药物行业发展状况分析

2.3.1德国天然药物行业发展历程

2.3.2德国天然药物行业研究现状

2.3.3德国天然药物行业生产现状

2.3.4德国天然药物发展经验借鉴

2.4日本天然药物行业发展状况分析

2.4.1日本天然药物行业发展历程

2.4.2日本天然药物行业研究现状

2.4.3日本天然药物行业生产现状

2.4.4日本天然药物发展经验借鉴

(1) 提高中药质量

(2) 加强政府扶持和政策引导

(3) 增强专利保护与利用意识

(4) 中药企业注重提高自身竞争力

(5) 发展中药相关产业

(6) 重视中药的本质

2.5韩国天然药物行业发展状况分析

2.5.1韩国天然药物行业发展历程

2.5.2韩国天然药物行业研究现状

2.5.3韩国天然药物行业生产现状

2.5.4韩国天然药物发展经验借鉴

第3章：中国天然药物行业转型升级模式分析

3.1天然药物行业转型升级模式分类

3.2天然药物行业专业化模式分析

3.2.1佛慈制药专业化模式分析

(1) 佛慈制药发展历程

(2) 佛慈制药业务构成

(3) 佛慈制药经营状况

- 1) 主要经济指标分析
- 2) 企业盈利能力分析
- 3) 企业运营能力分析
- 4) 企业偿债能力分析
- 5) 企业发展能力分析

(4) 佛慈制药经营优劣势

(5) 佛慈制药专业化战略

3.2.2 莱茵生物专业化模式分析

(1) 莱茵生物发展历程

(2) 莱茵生物业务构成

(3) 莱茵生物经营状况

- 1) 主要经济指标分析
- 2) 企业盈利能力分析
- 3) 企业运营能力分析
- 4) 企业偿债能力分析
- 5) 企业发展能力分析

(4) 莱茵生物经营优劣势

(5) 莱茵生物专业化战略

3.2.3 中新药业专业化模式分析

(1) 中新药业发展历程

(2) 中新药业业务构成

(3) 中新药业经营状况

- 1) 主要经济指标分析
- 2) 企业盈利能力分析
- 3) 企业运营能力分析
- 4) 企业偿债能力分析
- 5) 企业发展能力分析

(4) 中新药业经营优劣势

(5) 中新药业专业化战略

3.2.4 羚锐制药专业化模式分析

(1) 羚锐制药发展历程

(2) 羚锐制药业务构成

(3) 羚锐制药经营状况

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(4) 羚锐制药经营优劣势

(5) 羚锐制药专业化战略

3.2.5 仁和药业专业化模式分析

(1) 仁和药业发展历程

(2) 仁和药业业务构成

(3) 仁和药业经营状况

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(4) 仁和药业经营优劣势

(5) 仁和药业专业化战略

3.3 天然药物行业纵向一体化模式分析

3.3.1 九芝堂纵向一体化模式分析

(1) 九芝堂发展历程

(2) 九芝堂业务构成

(3) 九芝堂经营状况

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(4) 九芝堂经营优劣势

(5) 九芝堂纵向一体化战略

3.3.2东阿阿胶纵向一体化模式分析

(1) 东阿阿胶发展历程

(2) 东阿阿胶业务构成

(3) 东阿阿胶经营状况

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(4) 东阿阿胶经营优劣势

(5) 东阿阿胶纵向一体化战略

3.3.3昆明制药纵向一体化模式分析

(1) 昆明制药发展历程

(2) 昆明制药业务构成

(3) 昆明制药经营状况

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(4) 昆明制药经营优劣势

(5) 昆明制药纵向一体化战略

3.3.4华润双鹤纵向一体化模式分析

(1) 华润双鹤发展历程

(2) 华润双鹤业务构成

(3) 华润双鹤经营状况

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(4) 华润双鹤经营优劣势

(5) 华润双鹤纵向一体化战略

3.3.5 康缘药业纵向一体化模式分析

(1) 康缘药业发展历程

(2) 康缘药业业务构成

(3) 康缘药业经营状况

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(4) 康缘药业经营优劣势

(5) 康缘药业纵向一体化战略

3.4 天然药物行业相关多元化模式分析

3.4.1 云南白药相关多元化模式分析

(1) 云南白药发展历程

(2) 云南白药业务构成

(3) 云南白药经营状况

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(4) 云南白药经营优劣

(5) 云南白药相关多元化战略

3.4.2 同仁堂相关多元化模式分析

(1) 同仁堂发展历程

(2) 同仁堂业务构成

(3) 同仁堂经营状况

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(4) 同仁堂经营优劣势

(5) 同仁堂相关多元化战略

3.4.3天士力相关多元化模式分析

(1) 天士力发展历程

(2) 天士力业务构成

(3) 天士力经营状况

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(4) 天士力经营优劣势

(5) 天士力相关多元化战略

3.4.4片仔癀相关多元化模式分析

(1) 片仔癀发展历程

(2) 片仔癀业务构成

(3) 片仔癀经营状况

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(4) 片仔癀经营优劣势

(5) 片仔癀相关多元化战略

3.4.5马应龙相关多元化模式分析

(1) 马应龙发展历程

(2) 马应龙业务构成

(3) 马应龙经营状况

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(4) 马应龙经营优劣势

(5) 马应龙相关多元化战略

3.5天然药物行业不相关多元化模式分析

3.5.1太极集团不相关多元化模式分析

(1) 太极集团发展历程

(2) 太极集团业务构成

(3) 太极集团经营状况

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(4) 太极集团经营优劣势

(5) 太极集团不相关多元化战略

3.5.2吉林敖东不相关多元化模式分析

(1) 吉林敖东发展历程

(2) 吉林敖东业务构成

(3) 吉林敖东经营状况

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(4) 吉林敖东经营优劣势

(5) 吉林敖东不相关多元化战略

3.5.3中恒集团不相关多元化模式分析

(1) 中恒集团发展历程

(2) 中恒集团业务构成

(3) 中恒集团经营状况

1) 主要经济指标分析

- 2) 企业盈利能力分析
- 3) 企业运营能力分析
- 4) 企业偿债能力分析
- 5) 企业发展能力分析
- (4) 中恒集团经营优劣势
- (5) 中恒集团不相关多元化战略

第4章：中国天然药物行业转型升级热点方向分析

4.1天然药材种植业——传统产业现代化

4.1.1天然药材种植面积与种类

- (1) 种植规模
- (2) 药材种类
- 1) 各地生产经营的中药材种类
- 2) 《药典》收载的中药材种类
- 3) 地方标准收载的药材种类
- 4) 出口的药材种类
- 5) 贵重药材的种类
- 6) 民间药/民族药种类

4.1.2天然药材种植项目建设分析

- (1) 项目建设条件
- (2) 项目投资成本
- (3) 项目投资效益

4.1.3天然药材GAP基地建设现状

- (1) 中药材生产基地建设形态
- (2) 中药材GAP基地建设现状
- (3) 中药材GAP认证企业数量
- (4) 中药材GAP认证企业区域分布
- (5) 中药材GAP种植企业及品种分布
- (6) 中药材GAP基地建设特点

4.1.4天然药材GAP基地运作模式

- (1) "公司+农户"运作模式
- (2) "公司+基地"运作模式

4.1.5天然药材种植产值效益参考

4.1.6天然药材重点品种流通分析

4.1.7天然药材种植产业化发展前景

4.2天然药物提取物行业——中药西做

4.2.1天然药物提取物行业发展规模

4.2.2天然药物提取物行业竞争格局

4.2.3天然药物提取物行业影响因素

(1) 产业政策

(2) 技术替代

(3) 市场需求趋势

(4) 行业发展瓶颈

1) 大部分企业仍集中在中小规模阶段

2) 人员素质不高

3) 国家质量标准体系尚不健全

(5) 国际市场的冲击

4.2.4天然药物提取物行业盈利水平

4.2.5天然药物提取物行业发展特点

(1) 区域自然资源优势明显

(2) 营销模式由被动型转为主动型

(3) 小企业多，未形成龙头优势企业

(4) 产品繁多，具有竞争力的品种极少

4.2.6天然药物提取物行业前景预测

4.2.7天然药物提取物行业发展战略

(1) 产业化发展战略

1) 先期迎合市场，后期培育市场

2) 改进工艺技术，提高科技附加值

3) 改进检测技术、提高产品质量

4) 保护中药资源，防止掠夺收购

(2) 集群化发展战略

1) 以规范为基础

2) 以创新为手段

3) 以转型为导向

4.3天然功能食品行业——药食同源

4.3.1天然功能食品行业发展规模

4.3.2天然功能食品行业区域分布

4.3.3天然功能食品行业竞争格局

4.3.4天然功能食品行业主要企业

4.3.5天然功能食品行业盈利模式

4.3.6天然功能食品行业利润水平

4.3.7天然功能食品开发应用现状

(1) 天然功能食品注册信息统计

(2) 天然功能食品批准种类统计

4.3.8天然功能食品行业发展战略

(1) 进一步加强天然功能食品的理论研究

(2) 采用高新技术生产天然功能食品

(3) 建立完整的天然功能食品评价体系

4.4天然药妆行业——"药"而优则"妆"

4.4.1天然药妆行业发展规模

(1) 全球天然药妆市场规模

(2) 中国天然药妆市场规模

4.4.2天然药妆行业区域分布

(1) 全球天然药妆区域分布

(2) 中国天然药妆区域分布

4.4.3天然药妆行业竞争格局

(1) 竞争层次

(2) 竞争格局

4.4.4天然药妆下游需求分析

(1) 天然药妆消费特点

(2) 天然药妆消费人群

(3) 天然药妆消费结构

4.4.5天然药妆产品需求现状

(1) 保湿类天然药妆市场需求与品牌格局

(2) 祛斑类天然药妆市场需求与品牌格局

(3) 美白类天然药妆市场需求与品牌格局

(4) 抗衰老类天然药妆市场需求与品牌格局

(5) 祛痘类天然药妆市场需求与品牌格局

(6) 祛角质类天然药妆市场需求与品牌格局

(7) 其他类天然药妆市场需求与品牌格局

4.4.6天然药妆行业投资机会

4.4.7天然药妆行业发展战略

4.5天然茶饮料行业——对撼外资品牌的武器

4.5.1天然茶饮料行业发展规模

4.5.2天然茶饮料行业区域分布

4.5.3天然茶饮料行业竞争格局

4.5.4天然茶饮料行业影响因素

4.5.5天然茶饮料行业盈利模式

4.5.6天然茶饮料行业进入壁垒

4.5.7天然茶饮料行业发展战略

4.6天然药物日化行业——云南白药牙膏的奇迹

4.6.1天然药物日化行业发展历程

4.6.2天然药物洗发产品分析

(1) 中草药护发功能明确

(2) 中药洗发市场发展历程

(3) 中药洗发市场发展前景

4.6.3天然药物牙膏产品分析

(1) 中药有效缓解口腔问题

(2) 中药牙膏市场竞争格局

(3) 中药牙膏使用调查分析

(4) 中药牙膏市场发展规模

(5) 中药牙膏市场发展前景

第5章：中国天然药物行业转型升级战略管理分析

5.1天然药物行业转型升级时机选择

5.1.1转型升级实现的条件

5.1.2转型升级时机的识别

5.1.3转型升级时机的选择

- (1) 基于产业生命周期理论优先选择主动转型
- (2) 在战略转型的内部条件具备的时候实施转型
- (3) 对战略转型时机的把握不能超出企业能力的控制范围

5.2天然药物行业转型升级路径选择

5.2.1新业务的进入

- (1) 内部培育
- (2) 并购
- (3) 联盟

5.2.2旧业务的退出

- (1) 剥离
- (2) 战略性暂时停业
- (3) 收割

5.3天然药物行业转型升级资源保障

5.3.1有形资源对天然药物行业转型升级的影响分析

- (1) 固定资产对天然药物行业转型升级的影响分析
- (2) 财务资产对天然药物行业转型升级的影响分析

5.3.2无形资源对天然药物行业转型升级的影响分析

- (1) 无形资产对天然药物行业转型升级的影响分析
- (2) 人力资源对天然药物行业转型升级的影响分析
- (3) 历史绩效对天然药物行业转型升级的影响分析

5.4天然药物行业转型升级风险管控

5.4.1转型升级——高风险战略行为

5.4.2天然药物行业转型升级主要问题

- (1) 转型升级产业选择被资本市场热点左右
- (2) 转型升级时机与切入点选择不当
- (3) 将转型升级等同于追求多元化
- (4) 资源冲突和管理跨度加大产生管理不适应症

5.5天然药物行业转型升级品牌战略

5.5.1天然药物行业转型升级品牌战略地位

5.5.2天然药物行业转型升级品牌建设策略

5.5.3天然药物行业转型升级品牌战略实施

- (1) 企业品牌

(2) 产品品牌

(3) 品牌文化

5.5.4天然药物行业转型升级品牌建设定位

(1) 企业品牌定位

(2) 产品品牌定位

5.5.5天然药物行业转型升级品牌发展趋势

(1) 品牌破界

(2) 品牌升级

(3) 品牌下乡

(4) 打造渠道品牌

(5) 打造品牌责任

(6) 品牌直销网购

(7) 品牌传播立体化

图表目录：

图表1：2014-2016年中药行业工业总产值及增长情况（单位：亿元，%）

图表2：2013-2016年中药行业结构变化（单位：%）

图表3：2016年中国中药行业市场竞争格局（按企业数量）（单位：%）

图表4：2016年中国中药行业市场竞争格局（按销售收入）（单位：%）

图表5：中药制造行业生产成本构成示意图（单位：%）

图表6：2013-2016年中药制造行业利润水平变化情况（单位：%）

图表7：中药出口技术性贸易壁垒

图表8：2016年我国中药出口产品结构（单位：%）

图表9：2013-2016年全球草药市场规模对比（单位：亿美元）

图表10：全球天然药市场区域分布情况（单位：%）

图表11：2013-2016年美国草药补品市场规模（单位：亿美元）

图表12：美国天然药物发展经验借鉴

图表13：德国天然药物行业发展历程

图表14：德国常用天然药物汇总绍

图表15：2013-2016年欧洲草药市场销售额（单位：亿美元）

图表16：德国天然药物发展经验借鉴

图表17：韩国天然药物发展经验借鉴

图表18：天然药物行业转型升级模式分类（单位：%）

图表19：兰州佛慈制药股份有限公司基本信息表

图表20：兰州佛慈制药股份有限公司业务能力简表

图表21：2016年兰州佛慈制药股份有限公司销售结构（单位：%）

图表22：2011-2016年兰州佛慈制药股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）

图表23：2016年兰州佛慈制药股份有限公司主营业务分地区情况表（单位：万元，%）

图表24：2011-2016年兰州佛慈制药股份有限公司盈利能力分析（单位：%）

图表25：2011-2016年兰州佛慈制药股份有限公司运营能力分析（单位：次）

图表26：2011-2016年兰州佛慈制药股份有限公司偿债能力分析（单位：%、倍）

图表27：2011-2016年兰州佛慈制药股份有限公司发展能力分析（单位：%）

图表28：兰州佛慈制药股份有限公司优劣势分析

图表29：桂林莱茵生物科技股份有限公司基本信息表

图表30：桂林莱茵生物科技股份有限公司业务能力简况表

图表31：桂林莱茵生物科技股份有限公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

图表32：2011-2016年桂林莱茵生物科技股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）

图表33：2016年桂林莱茵生物科技股份有限公司主营业务分地区情况表（单位：万元，%）

图表34：2011-2016年桂林莱茵生物科技股份有限公司盈利能力分析（单位：%）

图表35：2016年桂林莱茵生物科技股份有限公司主营业务分产品情况表（单位：万元，%）

图表36：2011-2016年桂林莱茵生物科技股份有限公司运营能力分析（单位：次）

图表37：2011-2016年桂林莱茵生物科技股份有限公司偿债能力分析（单位：%、倍）

图表38：2011-2016年桂林莱茵生物科技股份有限公司发展能力分析（单位：%）

图表39：桂林莱茵生物科技股份有限公司优劣势分析

图表40：桂林莱茵生物科技股份有限公司专业化战略

图表41：2016年天津中新药业集团股份有限公司的产品结构（单位：%）

图表42：2011-2016年天津中新药业集团股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）

图表43：2016年天津中新药业集团股份有限公司主营业务分地区情况表（单位：万元，%）

图表44：2011-2016年天津中新药业集团股份有限公司盈利能力分析（单位：%）

图表45：2016年天津中新药业集团股份有限公司主营业务分产品情况表（单位：万元，%）

图表46：2011-2016年天津中新药业集团股份有限公司运营能力分析（单位：次）

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/285668.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。