



艾凯咨询
ICAN Consulting

2017-2023年中国报刊出版市场发展现状及战略咨询研究报告

一、调研说明

《2017-2023年中国报刊出版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/287270.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

报告目录：

第一章 国际报刊行业运行总况 13

第一节 国际报业综述 13

一、全球报刊市场寻免费出路 13

二、网媒迫使全球报业变革 16

三、世界主要英文报刊介绍 17

第二节 美国 20

一、美国著名报刊介绍 20

二、美国兴起华文免费报刊 23

三、美国报业发展历程回顾 25

四、美国报刊业积极探索营收模式摆脱困境 30

五、美国五大杂志巨头联合推出数字报刊 31

第三节 日本 33

一、日本报纸的发行模式 33

二、日本报业专卖发行制度介绍 35

三、专卖发行制度的比较优势 36

第四节 英国 37

一、英国主要报刊介绍 37

二、英国报业创新求生 39

三、英国客户期刊发展状况 42

四、地方报发行量普降转型成趋势 44

五、英国传统媒体谋求转型 44

六、英国报业集团备战伦敦奥运会广告营销 45

第五节 法国 46

一、法国重要报刊介绍 46

二、法国报纸靠三条腿发行 49

三、法国人爱读期刊杂志 51

四、金融危机催热法国经济类报刊 51

五、法国报业笑迎网络挑战 52

第六节 瑞典 53

一、瑞典报业做小报纸大集团	53
二、瑞典报业现状及资助制度	55
三、瑞典免费报纸竞争策略分析	61
第二章 中国报刊行业运行新形势分析	68
第一节 中国报刊行业概况	68
一、中国报刊行业发展概况	68
二、中国报刊业发展规模分析	69
三、中国报刊业发展方式新变化	69
第二节 中国报刊零售市场状况分析	74
一、报刊零售市场发展状况	74
二、报刊零售市场格局分析	74
三、报刊零售市场占有率关键因素	77
四、加强报刊零售终端建设分析	79
第三节 中国报刊广告市场分析	81
一、中国报刊广告市场分析	81
二、报刊广告刊登额排行榜	86
三、报刊广告投放媒体分析	87
第四节 网络对中国报刊业的影响	91
一、传统报刊相对于网络媒体的独特优势	91
二、网络媒体对中国传统报刊的强烈冲击	92
三、面对网媒冲击中国报刊出版蓄势待发	94
第五节 三农报刊发行SWOT分析与应对策略	96
一、优势分析	96
二、劣势分析	97
三、机会分析	97
四、威胁分析	98
五、农村报刊发行对策	99
第六节 中国报刊业面临问题与对策	101
一、中国报刊内容管理面临的问题	101
二、中国报刊产业存在的问题	103
三、中国报刊产业发展的对策	104
第三章 中国报业市场运行新格局分析	107

第一节 中国报业发展概况	107
一、中国报业发展特点	107
二、中国报业发展现状	108
三、中国报业发展规模分析	114
四、中国报纸进出口市场分析	114
五、中国报业全媒体转型分析	115
第二节 中国报业经营分析	115
一、报业经营改革边缘突破分析	115
二、浅析报纸的多元化经营	123
三、报业经济多元发展价值取向	125
四、报业开展多元化经营的建议	128
第三节 中国报业发展品牌分析	132
一、国外报业品牌营运的重点	132
二、报纸品牌经营的重要性	136
三、报业品牌经营战略分析	139
四、报纸品牌发展趋势与对策	140
第四节 中国报业集团化发展分析	141
一、中国报业集团化背景	141
二、中国报业集团化现状分析	143
三、中国报业集团产业化探析	144
四、中国报业集团化发展瓶颈	148
五、新形势下报业集团战略转型	149
第五节 中国报业发展策略	153
一、转型期报业发展策略探讨	153
二、新媒介生态下报业的发展策略	158
三、发展数字报业拓展报业发展空间	159
四、报纸挽留年轻读者的对策	161
五、报纸无形资产的广告拓展战略	165
第四章 中国报纸细分市场透视	172
第一节 都市类报纸	172
一、都市报市场竞争现状分析	172
二、中国都市报凸显地方特色要素分析	179

- 三、中国都市报面临的形势及战术选择 184
- 四、国内都市报价格战成因分析和规避策略 188
- 五、都市报转型发展趋势分析 192
- 六、全国部分城市都市报销量排名 193
- 第二节 IT类报纸 195
 - 一、从零售市场透视IT类报刊广告价值 195
 - 二、IT类报纸全国城市零售市场 197
 - 三、《电脑报》垄断IT类报纸整个市场 197
 - 四、IT类报纸广告媒体市场分析 199
- 第三节 财经类报纸 200
 - 一、财经类报纸运营与定位 200
 - 二、中国财经类报纸市场竞争情况 201
 - 三、国内主流财经报纸发展情况分析 202
 - 四、中国财经类报纸报道方式的误区剖析 209
 - 五、新财经类报纸活动营销问题及对策分析 212
 - 六、财经类报纸网络化建设刍议 217
 - 七、财经类报纸零售市场解析 218
 - 八、财经类报纸广告行业特征 219
- 第四节 教辅类报纸 219
 - 一、中国教辅类报纸呈现过热态势 219
 - 二、中国教辅类报纸转型途径和意义 220
 - 三、破解教辅类报纸同质化困局分析 223
 - 四、竞合成现代教辅报业发展必由之路 226
 - 五、教辅类报纸发展壮大的突破点 227
- 第五节 文摘类报纸 231
 - 一、中国文摘类报纸面临新课题 231
 - 二、文摘类报纸核心竞争力分析 235
 - 三、文摘类报纸定位探讨 237
- 第五章 中国重点地区报业市场分析 240
 - 第一节 北京 240
 - 一、北京报业发展现状 240
 - 二、北京报纸发行情况分析 242

- 三、北京报业市场报纸销量排行 242
- 四、北京报业竞争格局与空间解析 243
- 五、北京报业竞争策略与价值提升分析 246
- 六、北京报刊亭生存状态分析 248
- 第二节 上海 250
 - 一、上海报业发展历史回顾 250
 - 二、上海报纸发行情况分析 257
 - 三、上海各类报纸销售排行 257
 - 四、上海报业发行市场竞争分析 258
 - 五、从书报亭看上海报业竞争形势 261
 - 六、上海报业发展的制约因素 264
 - 七、上海报业发展战略探析 266
 - 八、上海报业转企改制拉开序幕 270
- 第三节 广东 270
 - 一、广东报业进入融合竞争阶段 270
 - 二、广东报业现状及发展动态 276
 - 三、广东报纸发行情况分析 277
 - 四、广州报业开创报业竞争新境界 278
 - 五、深圳报业市场发展分析 284
 - 六、广东省各类报纸销量排行 288
- 第四节 成都 289
 - 一、成都报业对中国报业的标本意义 289
 - 二、成都报业市场环境分析 293
 - 三、领先者与竞争者的生存博弈 294
 - 四、成都报业市场竞争的理性思考 296
 - 五、成都市各类报纸销量排行 299
- 第五节 湖北 300
 - 一、湖北报业发展概况 300
 - 二、湖北报纸发行情况分析 302
 - 三、湖北报业面临问题分析 303
 - 四、湖北报业发展对策分析 307
 - 五、武汉市各类报纸销售排行 310

第六节 湖南	310
一、湖南报业市场分析	310
二、湖南报纸发行情况分析	312
三、湖南报业转型之路	312
四、长沙市都市类报纸销售排行	315
第六章 中国报纸发行情况分析	315
第一节 中国报纸发行的发展演变	315
一、报纸发行三个战略阶段	315
二、报纸发行模式的历史回顾	318
三、中国报纸自办发行模式发展回顾	321
四、中国报纸发行的六大模式	322
第二节 中国报纸发行市场现状综述	329
一、中国报纸发行三种主要渠道	329
二、影响报纸选择发行渠道的因素	330
三、外资发行公司逐鹿华夏	331
四、应对报刊发行危机的青岛模式	333
第三节 中国报纸发行价值链研究	337
一、报纸发行的价值链整合分析	337
二、网络价值链开发存在的问题	343
三、发行网络价值链的可持续开发	344
第四节 中国报纸发行的整合营销探析	346
一、报纸发行整合营销模式理论依据及作用	346
二、整合报纸发行渠道模式分析	348
三、报纸整合营销传播策略分析	350
四、开展报纸整合营销策略分析	355
第五节 中国报纸发行面临的问题与对策	358
一、国内报纸发行市场面临挑战和对策	358
二、中国报纸发行的误区与应对措施	360
三、报纸分销业应对市场开放的策略	363
四、无赠品时代报纸发行策略	365
五、建立与都市报相匹配发行策略	367
六、省级党报的发行战略及策略	371

第七章 中国期刊市场运行态势	375
第一节 中国期刊发展概况	375
一、中国期刊发展浪潮回顾	375
二、中国期刊出版情况分析	378
三、中国期刊发展现状分析	379
四、中国期刊进出口分析	380
五、中国期刊业将迎来快速发展期	381
六、期刊广告经营现状及发展趋势	383
(一) 国内期刊广告业态势分析	383
(二) 期刊广告宣传模式和效果	383
(三) 期刊广告性质和特点概述	384
(四) 期刊广告发展存在的困难	384
(五) 广告投放量集中和多元化代理	385
第二节 中国多媒体杂志发展分析	386
一、中国多媒体期刊发展概况	386
二、中国多媒体杂志发展历程	386
三、多媒体杂志发展瓶颈分析	388
四、多媒体杂志发展方向分析	388
第三节 中国期刊品牌分析	389
一、中国十大期刊杂志排行榜	389
二、活动加快期刊的品牌成长	390
三、中国期刊的品牌塑造策略	392
四、农业期刊的品牌发展思路	395
第四节 中国期刊发行渠道分析	397
一、中国期刊的发行渠道概述	397
二、期刊渠道设计中的博弈论	400
三、杂志社发行分销渠道分析	403
四、分众期刊发行渠道的设计	404
五、期刊发行渠道的阶段管理	406
第五节 中国期刊业面临的问题及对策	410
一、中国期刊业存在问题分析	410
二、中国期刊业发展对策分析	412

- 三、过期刊物面临的问题分析 413
- 四、期刊行业亟待发行量认证 414
- 第八章 中国期刊细分市场分析（按读者分） 418
 - 第一节 女性期刊 418
 - 一、中国女性期刊市场发展状况 418
 - 二、女性期刊市场发展分析 421
 - 三、诉求转型女性期刊机会与市场 422
 - 四、中国期刊市场粉红潮现象分析 425
 - 五、国内大众女性期刊困境与对策 427
 - 六、女性高码洋时尚期刊销售排行 430
 - 第二节 男性期刊 432
 - 一、中国男性期刊发展现状分析 432
 - 二、男性时尚期刊发展分析 434
 - 三、男性期刊是时尚杂志新生力量 435
 - 四、中国男性时尚期刊经营的特征 436
 - 五、中国男性时尚期刊竞争环境分析 439
 - 六、男性时尚期刊销量排行 441
 - 第三节 少儿期刊 443
 - 一、中国少儿期刊的市场现状 443
 - 二、育儿期刊发展分析 445
 - 三、育儿类期刊销售排名情况 446
 - 四、中国少儿期刊的营销策略 447
 - 五、少儿文学期刊的发展策略 450
 - 第四节 青年期刊 451
 - 一、浅析当代青年期刊的处境 451
 - 二、青年期刊从低谷中的奋起 452
 - 三、青年期刊细分化突围策略 456
 - 第五节 老年期刊 457
 - 一、老年期刊的产生与发展 457
 - 二、老年期刊面临四项挑战 457
 - 三、中国老年期刊特点分析 458
 - 四、老年期刊发展方向分析 460

第九章 中国期刊细分市场分析（按类型） 462

第一节 时尚杂志 462

一、国际知名时尚杂志介绍 462

二、时尚杂志工业发展简史 464

三、时尚杂志进入零售行业 466

四、时尚杂志市场竞争激烈 467

五、女性高码洋时尚类期刊 467

第二节 财经期刊 468

一、中国财经类期刊发展状况分析 468

二、财经期刊市场面临的问题与对策 472

三、财经期刊向新媒体转身的策略 474

四、论财经期刊经营的第三次销售 479

五、国内财经期刊阅读排名 484

六、中国财经类期刊销售排名情况 488

第三节 科普期刊 489

一、中国科普期刊的发展状况 489

二、科普期刊难办的原因分析 489

三、科普期刊的营销对策 490

四、综合科普期刊面临的困境 493

五、科普期刊的发展变革之路 494

第四节 文摘类期刊 496

一、中国文摘类期刊市场现状 496

二、文摘类期刊兴起发展原因 496

三、制约文摘类期刊发展的因素 499

四、文摘类期刊脱颖发展之路 500

五、文摘类期刊的差异化策略 503

第五节 学术期刊 505

一、学术期刊发展现状分析 505

二、国内学术期刊发展挑战 508

三、优势与特色学术期刊 509

四、学术期刊的经营与管理 512

五、学术期刊的转型着力点 518

六、学术期刊发展趋势对策	522
第六节 汽车类期刊	527
一、国内主要汽车杂志介绍	527
二、汽车期刊发展空间分析	528
三、汽车期刊经营管理创新	530
四、部分城市汽车期刊销量	532
五、汽车期刊销售排名情况	533
六、国内汽车期刊市场格局	535
七、汽车期刊市场发展态势	536
第七节 其他类期刊	536
一、IT类杂志市场分析研究	536
二、专业新闻期刊特点研究	541
三、国内DM期刊市场分析	544
四、大众文化期刊市场分析	547
五、时政期刊出版状况综述	551
六、家具期刊杂志发展态势	555
第十章 中国报刊行业营销解析	556
第一节 中国报刊行业营销概况	556
一、从发行实践看报刊发行营销管理	556
二、透视中国报刊的机场零售渠道	558
三、从4Cs理论解析报刊营销误区	560
四、报刊读者特点及开发读者资源营销策略	565
第二节 中国报业营销市场分析	570
一、当代报纸营销基本策略初探	570
（一）报纸营销概述	570
（二）4Ps与4Cs策略	571
（三）读者营销与客户营销	575
（四）三轮驱动的综合营销	576
二、报纸发展生命周期与营销策略	577
（一）引入期市场特征与营销策略	577
（二）成长期市场特征与营销策略	578
（三）成熟期市场特征与营销策略	578

- (四) 衰退期市场特征与营销策略 579
- 三、现代报纸的整合的营销 579
- 四、报业市场营销不良现象有待规范 581
- 第三节 中国期刊营销市场分析 583
 - 一、浅谈行业DM杂志的整合营销 583
 - 二、杂志品牌延伸与整合营销策略 585
 - 三、期刊营销方式分析 588
- 第四节 京沪穗地期刊销售攻略 591
 - 一、北京期刊销售渠道概况 591
 - 二、上海期刊销售渠道介绍 594
 - 三、广州期刊销售渠道攻略 599
- 第十一章 中国报刊行业竞争状况分析 603
 - 第一节 中国各类报纸竞争力分析 603
 - 一、都市类报纸的竞争演变 603
 - 二、生活类报纸强化竞争力的路径分析 608
 - 三、免费报纸的竞争优势分析 609
 - 四、新办报纸的市场竞争策略 611
 - 第二节 提升中国报纸竞争力主要策略分析 613
 - 一、机制创新塑造报纸竞争力 613
 - 二、报纸版面竞争力评价指标及提升策略 615
 - (一) 报纸版面竞争力的评价指标 615
 - (二) 报纸版面竞争力的提升策略 617
 - 三、利用专栏提高报纸竞争力的策略 619
 - 四、提高报纸竞争力的差异化策略 620
 - 五、新闻漫画提升报纸竞争力分析 622
 - 六、利用视觉感提升报纸竞争能力 625
 - 第三节 中国期刊竞争力分析 625
 - 一、科技期刊核心竞争力的五个层面 625
 - 二、中国期刊业需打造五大核心竞争力 627
 - 三、提升中国期刊竞争力的思考 628
 - 第四节 未来中国期刊竞争策略分析 630
 - 一、中国期刊竞争策略的反思 630

- 二、眼球经济时代期刊竞争策略 632
- 三、中国新闻期刊竞争策略分析 632
- 第五节 中国报刊业品牌竞争策略分析 635
 - 一、主流报纸品牌竞争策略分析 635
 - 二、知名期刊品牌竞争策略分析 637
 - 三、小众报刊品牌竞争策略分析 637
- 第十二章 中国报刊重点企业竞争力分析 640
 - 第一节 湖北知音传媒集团 640
 - 一、集团简介 640
 - 二、企业发展历程概述 640
 - 三、企业经营情况分析 641
 - 四、企业发展动态分析 641
 - 第二节 北京日报报业集团 643
 - 一、集团简介 643
 - 二、北京日报报业集团探索新兴媒体接轨 643
 - 三、北京日报与广州日报结成战略联盟 644
 - 四、北京日报报业《北京社区报》亮相 644
 - 第三节 上海文汇新民联合报业集团 645
 - 一、集团简介 645
 - 二、文新集团与汉王联手引领报刊数字化浪潮 646
 - 三、瑞士荣格集团与上海文新合作推出女性周刊 646
 - 四、文汇新民联合报业集团从磨合期进入融合期 647
 - 第四节 南方报业传媒集团 647
 - 一、集团简介 647
 - 二、南方报业传媒集团的品牌拓展战略 648
 - 三、南方报业传媒实现向全媒体转型 650
 - 四、南方报业传媒集团与梅州日报社的战略合作 653
 - 五、南方报业联手腾讯大粤网上线 654
 - 第五节 《时尚》杂志社 654
 - 一、公司介绍 654
 - 二、《时尚》杂志的市场定位 655
 - 三、《时尚》"出版人制"的优势 655

- 四、《时尚》国际化和本土化分析 656
- 五、《时尚》谋篇布局与品牌延伸 656
- 六、《时尚》立体化发行模式 657
- 第六节 北京瑞丽杂志社 658
 - 一、公司介绍 658
 - 二、《瑞丽》营销秘籍延伸同心圆 658
 - 三、《瑞丽》媒体整合之路 661
 - 四、《瑞丽》进军男刊 662
 - 五、《瑞丽》系引领风骚 663
- 第十三章 2017-2023年中国报刊行业发展趋势预测 666
 - 第一节 2017-2023年中国报纸业新趋势探析 666
 - 一、西方报纸业发展趋势分析 666
 - 二、中国报纸业发展趋势分析 668
 - 三、报纸发行个性化服务趋势 669
 - 四、报纸零售发行自办化趋势 670
 - 五、报纸业报网互动发展趋势 672
 - 第二节 2017-2023年中国期刊发展趋势分析 675
 - 一、国际期刊业发展趋势分析 675
 - 二、中国期刊业发展趋势分析 676
 - 三、期刊发行渠道的发展趋势 677
 - 四、女性期刊国际化发展趋势 678
 - 五、都市报的全媒体转型趋势 679
 - 第三节 2017-2023年中国报刊业发展前景分析 680
 - 一、“十二五”中国发行行业发展规划 680
 - 二、“十二五”中国报刊行业发展规划 683
 - 三、“十二五”期刊业改革与发展要求 685
 - 四、“十二五”数字出版发展前景分析 687
- 第十四章 2017-2023年中国报刊行业投资策略探讨 691(AK WZY)
 - 第一节 2017-2023年中国报刊投资机会分析 691
 - 一、中文报刊市场步入全球化时代 691
 - 二、数字报刊出版成未来投资热点 693
 - 三、中国报刊业投资政策环境分析 694

四、国内首份网络报纸创刊发行概况	696
五、新版《中国日报》打造英文媒体	697
第二节 2017-2023年中国报业投资策略探讨	697
一、报业投资运作程序分析	697
二、中国报业投资策略分析	701
(一) 加快体制改革和制度创新	701
(二) 用资本运作战略扩张规模	701
(三) 差异化竞争战略增强竞争实力	702
(四) 多角化经营战略改善收入结构	702
(五) 通过多元化发展增强企业实力	702
第三节 2017-2023年中国期刊投资策略探讨	703
一、中国期刊产业蕴藏着巨大的商机	703
二、中国期刊投融资现状与特征分析	704
三、投资中国期刊产业的可行性分析	706
四、中国期刊产业重点投资机会分析	707

部分图表目录：

图表 1 日本报纸的发行状况与普及率	40
图表 2 专卖店从业人员与专卖店数量的推移	41
图表 3 读者购报方式比较 (%)	42
图表 4 日本报业各项收入比率 (%)	46
图表 5 2016年全国报纸单位零售总量对比	88
图表 6 2016年全国50城市报纸失销率数据	88
图表 7 2016年全国各类报纸零售市场份额	89
图表 8 生活服务类报纸零售发行趋势	90
图表 9 时政类报纸零售发行趋势	91
图表 10 财经类报纸零售发行趋势	92
图表 11 IT类报纸零售发行趋势	92
图表 12 2016年上海综合类日报零售市场份额对比	93
图表 13 2016年南京综合类日报零售市场份额对比	94
图表 14 2014-2016年杭州综合类报纸整体平均销量对比	95
图表 15 2016年深圳综合类日报零售市场份额对比	96

图表 16 2016年重庆综合类日报零售市场份额对比 96
图表 17 2016年成都综合类日报零售市场份额对比 97
图表 18 2016年天津综合类日报零售市场份额对比 98
图表 19 2016年武汉综合类日报零售市场份额对比 99
图表 20 2016年郑州综合类日报零售市场份额对比 100
图表 21 2014年中国报刊广告市场同比增长率 106
图表 22 2009-2014年广告份额 107
图表 23 2014年中国报刊广告市场各城市房地产同比增长率 108
图表 24 2016年报纸广告花费区域增长趋势 110
图表 25 2016年食品饮料细分类分布及酒精饮料细分类增长率表现 111
图表 26 报纸媒体广告投放花费排名TOP50 112
图表 27 杂志媒体广告投放花费排名TOP50 112
图表 28 2016年中国十大报纸品牌排行榜 175
图表 29 2016年北京都市报市场发行销售排名 254
图表 30 2016年下半年IT类报纸10城市零售市场份额对比 259
图表 31 近两年各IT类报纸10城市零售市场份额走势 259
图表 32 2012年至2016年上半年IT类报纸实销率及覆盖率对比 261
图表 33 2016年上半年21城市IT类报纸平均销量对比 262
图表 34 2016年上半年21城市IT类报纸市场份额对比 263
图表 35 2016年上半年21城市IT类报纸实销率与覆盖率对比 263
图表 36 2016年上半年21城市IT类报纸平均潜力对比 264
图表 37 2016年上半年IT类期刊饱和度对比 265
图表 38 2016年10月IT类报纸广告媒体前8强 266
图表 39 财经类报纸零售发行趋势 298
图表 40 2016年下半年北京地区报纸综合类报纸销售情况 339
图表 41 2016年上半年上海地区报纸综合类报纸销售情况 358
图表 42 2016年下半年广州地区报纸综合类报纸销售情况 382
图表 43 2016年上半年成都地区报纸综合类报纸销售情况 395
更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/287270.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。