



艾凯咨询
ICAN Consulting

2018-2024年中国展台设计行业 市场专项调研及投资前景分析报 告

一、调研说明

《2018-2024年中国展台设计行业市场专项调研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/288385.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

展台设计的出现是为了提高参展企业公司形象，向外宣传公司产品。在参展的前期需要一个展台设计方案，这个方案将会带领着参展商完成这个展台设计整个流程，方案由专业的展览设计公司进行设计并开展搭建。

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：

第一篇发展环境篇20

第一章中国展台设计行业概述20

第一节会展与会展业概述20

一、会展定义20

二、会展业定义20

三、会展业的发展条件21

（一）地域发展条件21

（二）相关设施条件21

（三）人力资源条件22

四、会展经济功能22

（一）联系和交易功能22

（二）整合营销功能23

（三）调节供需功能24

（四）技术扩散功能25

（五）产业联动功能26

（六）经济一体化功能28

第二节会展展台设计相关概述29

一、会展展台设计概述29

（一）会展展台艺术设计的含义29

（二）展台设计的形成与发展31

（三）会展展台设计的范畴33

（四）会展展台设计的价值37

(五) 会展展台设计的艺术风格	38
(六) 会展展台设计的新趋势	40
二、会展展台设计流程	41
(一) 会展展台设计总体程序	41
(二) 会展展台的艺术设计	44
(三) 会展展台工程设计与实施	51
三、会展展台设计管理	58
(一) 管理与设计管理	58
(二) 会展展台设计管理	65
四、会展活动策划与实施	76
(一) 会展活动总体策划	76
(二) 会展活动策划实施	79
第二章 中国会展业发展环境分析 (pest)	87
第一节 会展业政策环境分析 (p)	87
一、会展业的监管体制	87
二、会展业主要法律法规	89
三、会展业政策规制趋势	90
第二节 2017年中国宏观经济环境分析 (e)	90
一、中国gdp增长情况分析	90
二、工业经济发展形势分析	91
三、社会固定资产投资分析	93
四、全社会消费品零售总额	94
五、城乡居民收入增长分析	95
六、居民消费价格变化分析	96
第三节 会展业社会环境分析 (s)	97
一、全球化趋势加速国际交流合作	97
(一) 贸易自由化	97
(二) 生产国际化	97
(三) 金融全球化	98
(四) 科技全球化	98
二、开放步伐进一步深入	98
第四节 行业技术环境分析 (t)	99

一、会展与信息技术99

（一）信息技术概述99

（二）会展信息与信息流100

（三）信息技术在会展中的功能101

（四）信息技术在展会前的应用及影响101

（五）信息技术在展会中的应用及影响102

（六）信息技术在展会后的应用及影响103

二、会展与多媒体技术104

（一）多媒体技术概述104

（二）多媒体技术在会展中的应用105

三、技术环境对行业的影响106

第二篇会展市场篇108

第三章中国会展业发展分析108

第一节会展业发展现状108

一、会展业发展历程108

二、会展业发展情况109

三、会展业发展模式110

四、会展业发展特征111

第二节会展经济发展分析111

一、会展组织者收入111

二、全国会展数量统计112

三、全国会展展出面积112

四、全国会展场馆建设113

五、全国会展业产业规模113

六、全国会展业就业人数114

第三节会展业品牌发展分析114

一、会展品牌实施意义114

二、会展品牌发展现状115

三、会展品牌发展建议117

第四节会展业存在的问题与对策121

一、会展业存在的问题121

二、会展业发展对策建议124

第四章中国会展数据统计分析125

第一节境内展览数据统计125

- 一、展览数量与面积分析125
- 二、各省市展会数量与面积分析126
- 三、各省市平均办展面积分析128
- 四、各城市展览数据分析129
- 五、各直辖市和计划单列市展览数据136

第二节境外展览数据统计137

- 一、境外办展数量统计137
- 二、境外办展面积统计137
- 三、境外办展企业分布138
- 四、境外办展国家分布140
- 五、境外办展行业分布144
- 六、境外办展各地区分布146
- 七、境外办展时间统计148

第三节展览机构状况统计149

- 一、展览机构总体情况149
- 二、各省市展览管理机构150
- 三、各城市展览管理机构152
- 四、各直辖市展览管理机构154
- 五、各计划单列市展览管理机构155

第四节组展商发展分析155

- 一、组展商规模效益分析155
- 二、组展商区域分布情况156
- 三、组展商海外发展情况158
- 四、组展商业务规模分析159
- 五、民营组展商发展状况160

第五章中国主要展会项目分析161

第一节广交会161

- 一、广交会相关概述161
- 二、广交会采购商到会统计162
- 三、广交会成交额统计分析164

四、广交会历届展位规模166

五、广交会经济效应分析166

第二节高交会168

一、高交会相关概述168

二、高交会参展商到会统计169

三、高交会投资商到会统计170

四、高交会参展项目到会统计170

五、高交会相关影响效应分析171

第三节华交会172

一、华交会相关概述172

二、华交会参展商数量统计173

三、华交会成交额数量统计174

四、华交会海外客商数量统计175

五、华交会的成功启示176

第四节西博会177

一、西博会相关概述177

二、西博会参与人数统计178

三、西博会成交项目数量178

四、西博会成交项目金额179

五、西博会经济效应分析180

第五节上海世博会181

一、上海世博会相关概述181

二、上海世博会举办规模181

三、上海世博会效应分析183

第三篇展台设计篇186

第六章中国商业会展设计行业分析186

第一节商业会展设计行业概述186

一、商业会展设计的定义186

二、商业会展设计的目的186

三、商业会展设计的要素187

四、商业会展设计的手法187

五、设计深化思考188

六、商业会展设计的市场基础	189
七、商业会展设计行业的前景	191
第二节展台搭建行业竞争格局分析	191
一、展台搭建行业竞争	191
二、大型展台搭建企业竞争	192
三、小型展台搭建企业竞争	192
四、展台搭建企业竞争策略	192
第三节高交会特装展位参展商基本情况	193
一、满意度结果	193
二、特装展位参展商基本情况	193
（一）特装展位合作单位调查	193
（二）特装展位搭建事件调查	193
（三）特装展位参展商展位搭建满意度调查	193
（四）特装展位参展商投入产出比满意度调查	194
三、信息发布活动满意度评价情况	194
（一）总体评价结果	194
（二）各指标评价结果	194
四、it展、新能源与节能环保展展览效果评价情况	194
（一）参展商评价结果	194
（二）观众评价结果	195
第四节商业会展设计的分类	196
一、商业空间展示	196
二、展示柜台表现	198
三、展示形象表现	198
四、交通空间表现	199
五、摊位商业会展设计	199
第五节商会展设计公司的组织形式	200
一、公司形式	200
二、工作模式	201
第六节商业会展设计项目的操作流程	201
一、项目接洽阶段	202
二、设计阶段	204

三、签约阶段205

四、制作阶段205

五、现场施工阶段206

六、展会期间及撤场阶段207

七、后续跟踪服务208

第七节国内外会展展台设计搭建的差距208

一、搭建水平落后208

二、展台搭建上投入不够209

三、对展品特性的展示有差距209

第八节展览设计策划方案关键点209

一、解决市场问题209

二、充分体现高度210

三、注意法律问题210

四、方案创新问题210

第九节展览设计公司注意事项210

一、安全第一210

二、要熟悉展馆情况211

三、提前做好申报211

第七章中国小型商业展示设计与表现212

第一节设计思路分析212

第二节设计及工程进度安排212

第三节客户资料分析213

一、了解客户213

二、客户要求214

第四节初步设计215

一、空间分析215

二、划分基本功能区216

三、设计整体文化格调218

第五节深入设计219

一、照明设计220

二、色彩设计220

三、展示道具设计220

四、材料的运用221

第六节建立模型221

第七节渲染222

第八节后期润色和气氛烘托222

第九节项目交付222

第八章中国大型商业展示设计与表现223

第一节设计思路分析223

第二节设计及工程进度安排223

第三节客户资料分析224

一、了解客户224

二、客户要求225

第四节初步设计226

一、空间分析226

二、划分基本功能区226

三、设计整体文化格调228

第五节深入设计228

一、照明设计228

二、色彩设计229

三、展示道具设计229

四、材料的运用229

第六节建立模型229

第七节渲染230

第八节项目交付230

第九章中国商业展台展示空间设计231

第一节展示空间特征231

一、展示空间的分类231

二、展示空间的序列和造型232

第二节常见的展示空间造型风格232

一、东方设计风格232

二、古典主义设计风格232

三、解构主义设计风格233

四、超现实主义设计风格233

五、自然主义设计风格233

六、简约主义设计风格234

第三节展示空间设计的主要因素234

一、整体规划234

二、结构处理234

第四节展示空间设计的要求235

一、空间功能235

二、视觉效果235

三、心理效果236

第五节展示空间设计的方法236

一、平面布置236

二、展示空间格局237

三、时序与动线238

第十章中国商业展台设计常用材料240

第一节材料的概念240

一、材料属性概述240

二、材料使用注意事项241

三、材料的应用原则241

第二节木材和石材242

一、木材242

二、石材243

第三节金属和玻璃材料245

一、金属材料245

二、玻璃材料246

第四节塑料和合成材料247

一、塑料材料247

二、合成材料248

第五节涂料和喷绘材料249

一、涂料的种类249

二、使用油漆的注意事项251

三、网格布252

四、喷绘布252

五、灯箱招牌布253

六、喷绘墨水253

第六节高科技新型材料255

一、包膜钛白255

二、高密度复合材料255

三、纳米材料256

四、环保装饰材料256

第四篇细分市场篇258

第十一章中国会展细分市场分析258

第一节轻工业展览市场分析258

一、轻工业展览发展概述258

二、办公用品展市场分析259

三、食品加工展市场分析260

四、玩具礼品工艺品展市场分析262

五、皮革及其制品展市场分析263

六、孕婴童展市场分析264

七、家具制造展市场分析265

八、糖酒展市场分析266

第二节纺织业展览市场分析268

一、中国纺织业展览发展概述268

二、纺织业展览市场分析269

第三节机械制造业展览市场分析272

一、中国机械制造业展览发展概述272

二、新材料展市场分析273

三、高端设备展市场分析274

四、五金展市场分析276

五、机床设备展市场分析277

六、交通设备展市场分析278

第四节电子信息业展览市场分析279

一、中国电子信息业展览发展概述279

二、新兴信息产业展市场分析280

三、通信器材展市场分析280

四、电子元件及材料展市场分析	281
五、消费类电子展市场分析	282
六、电子生产设备展市场分析	282
第五节林农牧渔业展览市场分析	283
一、中国林农牧渔业展览发展概述	283
二、林业展市场分析	284
三、畜牧业展市场分析	286
四、农业展市场分析	287
五、渔业展市场分析	289
第六节建筑业展览市场分析	290
一、中国建筑业展览发展概述	290
二、建筑装饰展市场分析	291
三、房地产展市场分析	291
四、建材展市场分析	292
第七节交通运输业展览市场分析	293
一、中国交通运输业展览发展概述	293
二、汽车展市场分析	295
三、船舶展市场分析	297
四、航空航天展市场分析	298
第八节医疗行业展览市场分析	299
一、中国医疗行业展览发展概述	299
二、医疗器械及中药展市场分析	301
三、生物产业展市场分析	303
四、保健展市场分析	304
第九节服务业展览市场分析	304
一、中国服务业展览发展概述	304
二、酒店展市场分析	304
三、物流展市场分析	305
四、金融展市场分析	307
第十节能源行业展览市场分析	308
一、中国能源行业展览发展概述	308
二、传统能源展市场分析	309

三、新能源展市场分析310

第十一节化工行业展览市场分析311

一、中国化工行业展览发展概述311

二、化工行业展览市场分析311

第十二节文化体育休闲行业展览市场分析313

一、文化传媒展市场分析313

二、休闲展市场分析317

三、体育用品展市场分析317

四、广告传播展市场分析318

第十二章中国展台设计细分领域案例剖析320

第一节不同行业展台设计案例剖析320

一、电子消费320

二、奢侈品320

三、药品保健321

四、建筑建材321

五、能源矿产323

六、绿色环保323

七、印刷包装324

八、医疗器械325

九、工业机械325

十、仪器仪表326

十一、生物科技327

十二、车辆交通327

十三、光电技术328

十四、房产家居329

十五、交通运输330

十六、石油化工330

十七、食品饮料331

十八、文化教育332

十九、休闲娱乐333

二十、其他行业333

第二节上海世博会展厅设计布展施工案例分析341

一、上海世博会成都案例馆设计布展施工	341
二、上海世博会伦敦案例馆设计布展施工	342
三、上海世博会西安馆设计布展施工	343
四、上海世博会罗阿案例馆设计布展施工	345
五、上海世博会汉堡案例馆设计布展施工	346
六、上海世博会上海案例馆设计布展施工	347
七、上海世博会麦加案例馆设计布展施工	348
八、上海世博会澳门案例馆设计布展施工	349
九、上海世博会温哥华案例馆设计布展施工	350
十、上海世博会马德里案例馆设计布展施工	351
十一、上海世博会阿尔萨斯案例馆设计布展施工	352
十二、上海世博会宁波馆设计布展施工	352
第三节各类展台最佳设计奖案例分析	353
一、北京国际汽车展览会最佳汽车展台设计奖	353
二、第16届中国国际博览会（cioe）最佳细节展台奖	353
三、第25届中国国际自行车展览会最佳展台奖	354
四、云创荣获中国软博会最佳展台设计奖	355
五、第十二届广州国际汽车工业展览会最佳汽车展台设计奖	356
第五篇区域市场篇	357
第十三章中国会展经济带发展分析	357
第一节会展经济带发展概况	357
一、会展经济带的形成	357
二、会展经济带的合作	357
（一）区域合作的形式	357
（二）区域合作的理念与措施	358
第二节环渤海会展经济带发展分析	359
一、环渤海会展经济带发展分析	359
二、北京市会展业发展分析	360
（一）北京会展行业设施规模	360
（二）北京会展行业会展项目及结构	360
（三）北京会展行业市场主体结构	361
（四）北京会展行业相关政策及规划	363

(五) 北京会展行业存在问题及对策	364
三、天津会展行业发展分析	365
(一) 天津会展行业设施规模	365
(二) 天津会展行业会展规模及项目	366
(三) 天津会展行业收入规模	367
(四) 天津会展行业存在问题	367
(五) 天津会展行业相关政策及规划	368
四、青岛会展行业发展分析	368
(一) 青岛会展行业设施规模	368
(二) 青岛会展行业会展规模及项目	369
(三) 青岛会展行业存在问题及对策	371
(四) 青岛会展行业相关政策及规划	376
第三节长三角会展经济带发展分析	377
一、长三角会展经济带发展分析	377
二、上海会展行业发展分析	378
(一) 上海会展行业设施规模	378
(二) 上海会展行业会展规模及项目	379
(三) 上海会展行业收入规模	381
(四) 上海会展行业存在问题及对策	381
(五) 上海会展行业相关政策及规划	384
三、南京会展行业发展分析	385
(一) 南京会展行业设施规模	385
(二) 南京会展行业会展规模及项目	386
(三) 南京会展行业存在问题及对策	387
(四) 南京会展行业相关政策及规划	388
第四节珠三角会展经济带发展分析	389
一、珠三角会展经济带发展分析	389
二、广州会展行业发展分析	389
(一) 广州会展行业设施规模	389
(二) 广州会展行业会展规模及项目	391
(三) 广州会展行业收入规模	394
(四) 广州会展行业存在问题及对策	394

(五) 广州会展行业相关政策及规划	395
三、深圳会展行业发展分析	396
(一) 深圳会展行业设施规模	396
(二) 深圳会展行业会展规模及项目	397
(三) 深圳会展行业存在问题及对策	398
(四) 深圳会展行业相关政策及规划	399
第五节 东北会展经济带发展分析	402
一、东北会展经济带发展分析	402
二、大连会展行业发展分析	402
(一) 大连会展行业设施规模	402
(二) 大连会展行业会展规模及项目	404
(三) 大连会展行业存在问题及对策	404
(四) 大连会展行业相关政策及规划	406
三、沈阳会展行业发展分析	411
(一) 沈阳会展行业设施规模	411
(二) 沈阳会展行业会展项目	412
(三) 沈阳会展行业收入规模	413
(四) 沈阳会展行业存在问题及对策	414
(五) 沈阳会展行业相关政策及规划	415
四、长春会展行业发展分析	416
(一) 长春会展行业设施规模	416
(二) 长春会展行业会展规模及项目	416
(三) 长春会展行业收入规模	417
(四) 长春会展行业存在问题及对策	417
(五) 长春会展行业相关政策及规划	418
第六节 中西部会展经济带发展分析	419
一、中西部会展经济带基本状况	419
二、成都会展行业发展分析	420
(一) 成都会展行业设施规模	420
(二) 成都会展行业会展规模及项目	421
(三) 成都会展行业收入规模	422
(四) 成都会展行业存在问题及对策	422

(五) 成都会展行业相关政策及前景424

三、重庆会展行业发展分析426

(一) 重庆会展行业发展概况426

(二) 重庆会展行业会展规模及项目427

(三) 重庆会展行业收入规模429

(四) 重庆会展行业存在问题及对策429

(五) 重庆会展行业相关政策及规划431

四、西安会展行业发展分析433

(一) 西安会展行业设施规模433

(二) 西安会展行业会展规模及项目434

(三) 西安会展行业收入规模434

(四) 西安会展行业存在问题及对策435

(五) 西安会展行业相关政策及规划436

五、郑州会展行业发展分析438

(一) 郑州会展行业设施规模438

(二) 郑州会展行业会展规模及项目439

(三) 郑州会展行业存在问题与对策440

(四) 郑州会展行业相关政策及规划442

第六篇企业运营篇444

第十四章中国展台设计重点企业运营分析444

第一节上海美术设计有限公司444

一、企业发展基本情况444

二、企业营业资质能力444

三、企业业务范围分析445

四、企业展台设计案例445

第二节上海新国际博览中心有限公司449

一、企业发展基本情况449

二、企业营业资质能力450

三、企业业务范围分析450

四、企业展台设计案例450

第三节深圳会展中心管理有限责任公司453

一、企业发展基本情况453

二、企业营业资质能力453

三、企业业务范围分析454

四、企业展台设计案例454

第四节厦门会展集团股份有限公司455

一、企业发展基本情况455

二、企业营业资质能力456

三、企业业务范围分析456

第五节昆明国际会展中心有限公司456

一、企业发展基本情况456

二、企业营业资质能力457

三、企业业务范围分析457

第六节北京笔克展览展示有限公司458

一、企业发展基本情况458

二、企业营业资质能力458

三、企业业务范围分析458

第七节北京点意空间展览展示有限公司459

一、企业发展基本情况459

二、企业营业资质能力459

三、企业业务范围分析460

四、企业展台设计案例460

第八节广东省集美设计工程有限公司463

一、企业基本情况463

二、企业资质能力463

三、企业业务范围464

四、展台设计案例464

第九节广州凡拓数字创意科技股份有限公司465

一、企业基本情况465

二、企业资质能力466

三、企业业务范围467

四、展台设计案例467

第十节中国电子国际展览广告有限责任公司468

一、企业基本情况468

二、企业资质能力469

三、企业业务范围470

四、展台设计案例470

第十一节上海风语筑展览有限公司472

一、企业基本情况472

二、企业资质能力473

三、企业业务范围474

四、展台设计案例474

第十二节上海华凯展览展示工程有限公司476

一、企业基本情况476

二、企业资质能力476

三、企业业务范围477

四、展台设计案例477

第十三节大连星海世博展览展示有限公司478

一、企业基本情况478

二、企业资质能力479

三、企业业务范围479

四、展台设计案例480

第七篇市场前景篇482

第十五章2018-2024年中国展台设计行业发展趋势与前景分析482

第一节2018-2024年世界会展业发展趋势分析482

一、行业分工细化催生新展会482

二、大而全加小而精相结合482

三、空间上更加协调和完善482

四、时间上更加协调和完善483

五、亚洲成为国际竞争中心483

第二节2018-2024年中国会展业发展趋势分析483

一、会展发展趋势整体分析483

二、会展项目发展趋势分析485

三、会展展馆发展趋势分析487

第三节2018-2024年中国会展业发展前景分析488

一、2018-2024年会展发展前景广阔488

二、2018-2024年会展项目发展前景489

三、2018-2024年会展展馆发展前景489

四、2018-2024年会展服务发展前景490

五、2018-2024年会展行业发展预测490

第四节2018-2024年中国展台设计行业市场前景分析491

部分图表目录：

图表1展示设计涵盖的范畴33

图表2筹备机构构成结构图42

图表3展示设计策略管理过程图68

图表42010-2017年中国国内生产总值及增长变化趋势图91

图表52013-2017年国内生产总值构成及增长速度统计91

图表62010-2017年中国工业增加值及增长速度趋势图92

图表72017年中国规模以上工业增加值月度增长速度92

图表82010-2017年中国全社会固定资产投资趋势图93

图表92010-2017年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图94

图表102010-2017年中国城镇居民人均可支配收入及增长趋势图95

图表112010-2017年中国农村居民人均纯收入及增长趋势图96

图表122017年中国居民消费价格月度变化趋势图97

图表132006-2017年中国会展业组织者收入统计112

图表142008-2017年中国举办展出面积5000平方米以上的展览会数量112

图表152008-2017年中国举办展览会展出面积统计113

图表162008-2017年中国会展业直接产值统计114

图表172010-2017年中国会展业从业人数统计114

图表182017年中国会展调查城市覆盖率情况125

图表192008-2017年中国展览数量及面积统计126

图表202017年中国各省市展会数量与面积统计126

图表212011-2017年中国各省市办展数量的年平均增幅趋势图128

图表222017年中国各省市平均办展面积排名情况128

图表232017年各城市办展总面积分布图129

图表242017年中国各城市展会数量与面积统计129

图表252017年中国各城市的平均办展面积分布图133

图表262017年中国平均办展面积排名前25的城市分布图133

图表27中国各城市的办展数量及办展面积年均增幅情况表134
图表282017年中国计划单列市和直辖市的办展数量趋势图136
图表292017年中国计划单列市和直辖市的办展面积趋势图136
图表302012-2017年中国境外办展数量趋势图137
图表312012-2017年中国境外办展面积统计138
图表32中国各企业的境外办展明细情况表139
图表33各个办展国的详细情况表140
图表342012-2017年各国家的办展数量情况表141
图表352012-2017年各国家的办展面积情况表143
更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/288385.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。