



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2009年中国医疗器械市场研究预测报告(白金版)

## 一、调研说明

《2009年中国医疗器械市场研究预测报告(白金版)》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/36396.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

**市场贸易** 我国医疗器械进出口贸易金额近年来呈逐渐增长态势，尤其是出口贸易增长幅度明显大于进口增幅。2007年我国医疗器械的进出口额约 127.0亿美元，其中进口额约42.8亿美元，出口额约84.2亿美元，比2000年医疗器械的进出口额（29.5亿美元）、进口额（13.1亿美元）、出口额（16.4亿美元），分别增长了332.0%，226.7%和416.5%.....

**市场竞争** 中国电子医疗器械市场主要被国外企业所掌控，尤其是高端产品几乎被国外几大著名品牌所垄断。占市场份额较大的品牌主要有通用电气(General Electric)、西门子(Siemens)、飞利浦(Philips)、岛津(Shimadzu)、东芝(Toshiba)、日立(Hitachi)、阿洛卡(Aloka)、欧姆龙(Omron)等。这八大品牌无一例外都来自国外，它们所占据的市场份额超过65%， ...

**未来预测** 未来5-7年内，中国将超过日本，成为全球第二大医疗设备市场。到2010年我国医疗器械总产值将达1000亿元，在世界医疗器械市场上的份额将占到5%，到2050年这一份额将达到25%。“十一五”是中国医疗器械大发展的良好机遇,可以预见，未来中国医疗器械行业的发展空间十分巨大.....

声明：

此报告为本司原创，请购买者予以甄别！谨慎选择！凡所见报告目录均为已完成研究成果。收受款后即时发送报告，所有报告均带防伪标志与底纹！如有报告内容与目录不符者均不是本公司产品，或以正在更新或修改为由推延交付时间者均为假冒！

【 目录 】

《2009年中国医疗器械市场研究预测报告》(白金版)

本报告上卷为您对2007—2008年中国医疗器械市场环境进行了详尽的深度分析，并对全球化对中国医疗器械市场影响，2009年经济全球化经济安全因素，我国医药行业的“十一五

”规划，以及2008-2009医疗器械市场需求，2009中国医疗器械市场投资机会等进行了详细分析，让您对2007—2008年中国医疗器械市场投资环境有详尽的了解……，详细内容请您阅读《2009年中国医疗器械市场研究预测报告》(白金版) 1章——6章……

## 第一章 2009年全球化中的中国医疗器械市场 1

### 第一节 全球化对中国医药市场影响 1

#### 一、医药产业结构调整参与国际分工 1

#### 二、医药市场全球化进程加速 2

#### 三、我国医药产业国际地位 5

#### 四、2009中国在全球医药市场地位预测 6

### 第二节 2009年经济全球化经济安全因素分析 7

#### 一、发展中国家参与经济全球化 7

#### 二、发达国家推行经济全球化的战略意图 8

#### 三、全球化影响发展中国家经济安全因素 9

### 第三节 全球化中的中国医疗器械市场 13

#### 一、中国医疗器械在全球市场地位 13

#### 二、全球与中国医疗器械市场规模比较 14

#### 三、外资医疗器械企业在华投资分析 14

#### 四、中国医疗器械企业进军国际市场 17

### 第四节 全球市场规模及预测 18

### 第五节 全球医疗器械市场地区性结构 20

### 第六节 全球医疗器械市场中国竞争力评析 21

### 第七节 全球市场拓展中国医疗器械竞争策略 22

## 第二章 中国医疗器械市场投资分析 24

### 第一节 医疗器械投资特性 24

#### 一、专用性 24

#### 二、产品范围 24

#### 三、局限性 24

#### 四、国际性 25

#### 五、风险性 26

### 第二节 医疗器械需求拉动因素 27

一、市场前景广阔	27
二、市场拉动因素	27
三、医院使用现状	28
四、低端产品领域	29
五、高端产品领域	30
六、产学研领域	30

第三章 中国医疗器械市场现状	32
第一节 医疗器械市场总体分析	32
一、市场规模	32
二、贸易趋势	32
三、生产企业	32
第二节 医疗器械行业运行分析	34

第四章 医疗器械商品贸易分析	39
第一节 总体贸易	39
第二节 出口统计/分析	43
一、出口主要产品	43
二、出口地区分布	47
三、出口主要企业	51
四、出口主要基地	52
第三节 进口统计/分析	56
一、进口地区分布	58
三、进口主要产品	58
四、进口主要企业	60

第五章 主要品类医疗器械市场	62
第一节 中国医疗器械市场热点分析	65
第二节 超声诊断仪器市场	73
一、超声诊断仪器在我国医学上的应用	73
二、现代医学超声诊断仪新技术发展特点	75
三、超声诊断仪产品结构	81

四、超声诊断仪对外贸易	81
(一) 主要出口地区	81
(二) 主要进口地区	81
(三) 诊断、监护及治疗设备行业规模	81
(四) 诊断、监护及治疗设备未来预测	82
五、中国超声诊断医院使用	82
六、超声技术未来市场分析	84
七、超声技术产品需求趋势	85
八、超声造影技术及其发展	86
(一) 超声造影剂的类型及相关技术	87
(二) 超声造影的诊断应用	88
(三) 超声造影剂在治疗上的应用和发展前景	88
九、超声技术与规模经济趋势分析	90
十、我国超声诊断仪未来市场分析	91
十一、国际超声诊断仪器市场分析	92
十二、超声白内障乳化仪的国内需求分析	95
十三、超声诊断重点产品开发的趋势	96
十四、超声诊断市场发展趋势预测	97
第三节 磁共振成像装置市场	98
一、磁共振成像装置及应用	98
二、磁共振成像技术发展与应用	99
(一) 弥散成像(DWI)技术	99
(二) 灌注成像(PWI)技术	100
(三) 脑皮层功能定位技术	100
(四) MR波谱成像(MRS)技术	101
(五) MR水成像(MR hydrography)技术	101
(六) MR血管成像(MRA)技术	101
(七) MR实时成像与MR介入技术	102
三、生物成像的发展方向	102
四、国际磁共振成像装置市场	104
五、中国磁共振成像装置市场	105
(一) 北京医疗磁共振成像系统打入国际市场	105

(三) 磁共振成像技术应用重心正向我国倾斜	105
六、主要生产厂商及竞争动态	106
(一) 西门子	106
(二) 美国国际商用机器公司	107
(三) 新奥博为技术有限公司	107
七、磁共振技术及市场趋势	112
(一) 德国开发一种新型磁共振成像附加系统	112
(二) 心血管病的磁共振成像	113
(三) 磁共振成像仪用于检测人类脑部疾病	118
(四) 低场强磁共振成像技术的现状与进展	118
第四节 CT设备市场	125
一、CT设备技术的进展	125
二、CT产品产销情况	131
三、CT设备下一阶段的发展	132
四、CT设备市场	132
第五节 医用电子仪器重点产品市场分析	134
一、产业现状	134
二、发展前景	136
三、对策与建议	138
四、袖珍心电图机批准投入市场	139
第六节 一次性医疗器械市场	140
一、一次性医疗器械定义	140
二、一次性医疗器械特点	140
三、一次性医疗器械产品结构	140
四、一次性医疗器械使用	140
五、一次性医疗器械未来市场预测	141
六、一次性医疗器械新产品及需求	141
七、一次性医疗器械生产企业	144
第七节 家庭保健用医疗器械	146
一、家用主要医疗器械分类	146
二、家用医疗器械市场需求	146
三、家用医疗器械生产企业	147

四、家用医疗器械市场竞争	148
五、血压计市场	149
六、呼吸机市场分析	149
(一) 呼吸机在医学上的应用	149
(二) 我国呼吸机市场	151
(三) 呼吸机发展趋势	152
七、中国牙科医疗设备市场分析	153
八、临床检验仪器市场分析	155
(一) 临床检验仪器在医学上的应用	155
(二) 主要检测仪器品种现状及医院使用情况	156
九、医疗光学仪器市场分析	162
(一) 医疗光学仪器市场	162
十、其他产品市场	163
(一) 助听器市场	163
(二) 血液机透析市场分析	164
(三) 生物医疗器材市场分析	166

## 第六章 医疗器械地区市场 170

### 第一节 医疗器械生产企业区域结构分析 170

### 第二节 医疗器械三大区域产业分析 171

#### 一、长三角——江苏省医疗器械 171

#### 二、珠三角——深圳医疗器械 173

#### 三、北京市医疗器械 177

#### 四、重庆市医疗器械 179

## 下 卷

### 《2009年中国医疗器械市场研究预测报告》(白金版)

本报告下卷为您对2007—2008年医疗器械市场渠道、市场竞争、行业环境等进行了深度解构分析,让您对2009年中国医疗器械市场有更好的了解与把握,助您把握商机,占尽先机!详细内容请您阅读《2009年中国医疗器械市场研究预测报告》(白金版)7章——12章……



第七章 医疗器械市场竞争	180
第一节 医械“出海”资本驱动	180
第二节 国有品牌与外资品牌的竞争	182
第八章 医疗器械行业优势企业	184
第一节 国内医疗器械企业	184
一、北京万东医疗装备股份有限公司	184
（一）公司基本情况	184
（二）公司经营能力	185
二、北京航天长峰股份有限公司	187
（一）公司基本情况	187
（二）公司经营能力	187
三、深圳威达医用科技股份有限公司	189
（一）公司基本情况	189
（二）公司经营能力	189
四、山东新华医疗器械股份有限公司	191
（一）企业基本情况	191
（二）公司经营能力	194
五、山东万杰高科技股份有限公司	196
（一）企业基本情况	196
（二）公司经营能力	196
六、中国医疗器械工业公司	198
七、上海医疗器械股份有限公司	200
第二节 国际医疗器械企业	201
一、西门子迈迪特磁共振有限公司	201
二、航卫通用电器医疗系统集团	202
三、拜耳集团	204
四、日本阿洛卡	211
五、柯达医疗影像设备公司	213
六、欧姆龙(中国)有限公司	216
第九章 中国医疗器械市场渠道分析	217

第一节 医疗机构销售渠道分析	217
一、医疗器械国营经销单位	217
二、交易市场	217
三、医疗机构增长与医疗器械市场需求分析	218
第二节 医疗器械市场直销模式分析	221
一、大中型医院医疗设备使用状况调查	221
二、从医疗机构就诊病人人数看医疗器械消耗需求	222
第三节 医疗器械销售模式分析	222
一、跨国采购	222
二、品牌展览会	223
三、政府贷款与融资租赁	224
（一）几种销售模式比较分析	224
（二）融资租赁销售模式分析	226
四、医疗器械市场招投标分析	229
（一）医疗耗材走上公开招标路	229
（二）卫生部招标采购情况回顾	230
（三）地方医用耗材集中招标行动回顾	231
第十章 中国医疗器械市场政策环境	232
第一节 政策法规解读	232
一、医疗器械出口的国际市场认可标准	232
二、医疗器械指令—MDD	232
三、CE标志概况	235
四、北京率先颁布医疗器械软件监管法规	237
第二节 行业监管现状	238
一、中美医疗器械监管差异	238
二、卫生部印发《2008年卫生监督工作要点》	242
三、国家医疗器械质量公告	247
（一）一次性使用输血器	247
（二）银合金粉	248
（三）高频手术设备	248
（四）医用内窥镜设备	248

（五）强脉冲光治疗仪（光子美容仪）	249
四、关于2006年医疗器械不良事件病例报告情况的通报	256
五、广州市开展医疗器械违法广告信息监测	258

## 第十一章 中国医疗器械市场技术环境 259

### 第一节 全球医疗器械技术动态 259

#### 一、纳米技术 259

#### 二、内镜技术 263

#### 三、多层螺旋CT技术进展 264

#### 四、乳腺癌影像诊断技术 267

### 第二节 各国家和地区医疗器械研发情况分析 276

#### 一、日本开发出滴血检测胰腺癌技术 276

#### 二、德国开发出测量细胞弹性诊断癌症装置 276

### 第三节 国内主要大学研发动态 277

#### 一、清华大学 277

#### 二、复旦大学 278

#### 三、香港理工大学 278

#### 四、香港 279

#### 五、台湾 279

## 第十二章 中国医疗器械市场经济环境 280

## 附录 医疗器械产品分类界定 285

### 第一节 医疗器械分类规则 285

### 第二节 关于一次性可注射针刀等产品分类界定 294

### 第三节 关于临床检验分析仪器用定标液等产品分类界定 301

### 第四节 关于心血管自动反馈控制给药治疗仪等产品分类界定 301

### 第五节 关于临床分析用氨基酸分析仪等产品分类界定 309

### 第六节 关于体外冲击波心血管治疗系统等产品分类界定 319

### 第七节 关于医用物理降温仪等产品分类界定 328

## 表目录

表1 2003至2007年全球电子医疗器械市场规模及增长	18
表2 2006年我国医疗器械制造业累计总资产	34
表3 2006年我国医疗器械制造业销售收入	34
表4 2006年我国医疗器械制造业销售利润	34
表5 2006年医疗器械制造业销售前10位省市同比增长情况 单位：千元	35
表6 2006年医疗器械制造业利润前10位省市同比增长情况 单位：千元	35
表7 2006中国医疗器械市场规模	35
表8 2007年1-5月医疗仪器设备及器械制造业总资产	36
表9 2007年1-5月医药行业实现利润总额	36
表10 2007年1-5月医疗器械行业累计销售收入	36
表11 2007年上半年中国主要医疗电子产品市场规模	38
表12 2007年1-12月我国医疗器械的进出口额	39
表13 2007年1-12月我国医疗器械的出口额	39
表14 2007年1-12月我国医疗器械的进口额	40
表15 2007年1-12月我国医疗器械出口进料加工贸易额	40
表16 2007年1-12月我国医疗器械出口来料加工装配贸易额	40
表17 2007年1-12月我国医疗器械进口进料加工贸易额	40
表18 2007年1-12月我国医疗器械进口来料加工装配贸易额	41
表19 2007年1-12月占医疗器械加工贸易出口金额前三位的产品	42
表20 2007年1-12月广东省、江苏省和上海市医疗器械出口占全国	43
表21 2007年1-12月机械疗法器具；按摩器具；人工呼吸器等（台/千克）出口统计	43
表22 2007年1-12月其他呼吸器及防毒面具（千克）出口统计	44
表23 2007年1-12月矮形器具；人造的人体部分；助听器等出口统计	44
表24 x射线或a射线、射线、y射线的应用设备出口统计	45
表25 2007年中国出口。出口金额增长较快的医疗器械产品统计	45
表26 2007年中国出口病员监护仪统计	46
表27 2007年中国出口彩色超声波诊断仪统计	46
表28 2007年中国出口X射线断层检查仪统计	46
表29 2007年中国出口助听器统计	46
表30 2007年中国出口血压测量仪器及器具统计	46
表31 2007年1-6月我国医疗器械主要出口市场（单位：万美元）	47
表32 2007年1-12月我国对美国医疗器械加工贸易出口金额统计	50

表33	2007中国对日本医疗器械加工贸易出口金额统计	50
表34	2007中国对德国医疗器械加工贸易出口金额统计	51
表35	2007年我国对美国的医疗器械进出口总额	51
表36	2007年1-9月份医疗器械出口前10名企业	51
表37	2007年北京出口医疗器械品类统计	52
表38	2007年长沙出口医疗器械品类统计	52
表39	2007年广州出口医疗器械品类统计	53
表40	2007年杭州出口医疗器械品类统计	53
表41	2007年桂林出口医疗器械品类统计	53
表42	2007年上海出口医疗器械品类统计	54
表43	2007年成都出口医疗器械品类统计	54
表44	2007年石家庄出口医疗器械品类统计	54
表45	2007年天津出口医疗器械品类统计	55
表46	2007年西安出口医疗器械品类统计	55
表47	2007年深圳出口医疗器械品类统计	55
表48	2007年泰州出口医疗器械品类统计	56
表49	2007年通化出口医疗器械品类统计	56
表50	2007年1-12月医疗、外科、牙科兽医用仪器及器具进口统计	58
表51	2007年1-12月机械疗法器具；按摩器具；人工呼吸器等（台/千克）进口统计	58
表52	2007年1-12月其他呼吸器及防毒面具（千克）进口统计	59
表53	2007年1-12月矮形器具；人造的人体部分；助听器等进口统计	59
表54	x射线或a射线、射线、y射线的应用设备进口统计	60
表55	2007年1-9月份医疗器械进口前10名企业	60
表56	2007年上半年我国经营进口企业类型	61
表57	2007年中国电子仪器设备医疗器械市场规模	62
表58	2007年中国超声仪器设备市场规模	62
表59	2007年中国激光仪器设备市场规模	62
表60	2007年中国生化分析仪器市场规模	62
表61	2007年中国射频与核磁仪器设备市场规模	63
表62	2007年中国主要电子医疗器械市场规模	63
表63	2005-2007年中国各级电子医疗器械市场规模(亿元人民币)	63
表64	2005-2007年中国各级电子医疗器械市场份额(亿元人民币)	64

表65 家用主要医疗器械一览表	146
表66 中国市场血压计及产地一览表	149
表67 我国大型医院呼吸机的配备情况	151
表68 呼吸机国外品牌系列产品前10名的平均价格	151
表69 呼吸机国外品牌/国内品牌价格比较	151
表70 生化分析仪分类方法	156
表71 医院购买生化分析仪基本信息	157
表72 医院使用生化分析仪情况	158
表73 医院购买酶标仪基本信息	159
表74 医院使用酶标仪情况	159
表75 参加全国质量评比的实验使用仪器的分布情况	160
表76 医院购买血球计数仪基本信息	161
表77 医院使用血球计数仪的情况	162
表78 助听器主要产品一览表	163
表79 内式助听器和耳道式助听器市场占有率	164
表80 国外品牌助听器在我国市场占有率	164
表81 体外循环及血液处理设备分类	165
表82 体外循环及血液处理设备分类一览表	165
表83 植入材料和人工器官一览表	166
表84 植入材料和人工器官主要产品分类一览表	166
表85 截至2007年11月全国医疗器械生产企业数量	170
表86 三大区域医疗器械总产值/其销售额占全国	172
表87 2007-2008年度万东高科获利能力分析	185
表88 2007-2008年度万东高科经营能力分析	185
表89 2007-2008年度万东高科偿债能力分析	185
表90 2007-2008年度万东高科资本结构分析	186
表91 2007-2008年度万东高科发展能力分析	186
表92 2007-2008年度万东高科现金流量分析	186
表93 2007-2008年度航天长峰股份获利能力分析	187
表94 2007-2008年度航天长峰股份经营能力分析	187
表95 2007-2008年度航天长峰股份偿债能力分析	188
表96 2007-2008年度航天长峰股份资本结构分析	188

表97 2007-2008年度航天长峰股份发展能力分析	188
表98 2007-2008年度航天长峰股份现金流量分析	188
表99 2007年威达医用获利能力分析	189
表100 2007年威达医用经营能力分析	189
表101 2007年威达医用偿债能力分析	190
表102 2007年威达医用资本结构分析	190
表103 2007年威达医用发展能力分析	190
表104 2007年威达医用现金流量分析	191
表105 新华医疗器械产品一览表	191
表106 2007-2008年度新华医疗器械获利能力分析	194
表107 2007-2008年度新华医疗器械经营能力分析	194
表108 2007-2008年度新华医疗器械偿债能力分析	194
表109 2007-2008年度新华医疗器械资本结构分析	195
表110 2007-2008年度新华医疗器械发展能力分析	195
表111 2007-2008年度新华医疗器械现金流量分析	195
表112 2007-2008年万杰高科获利能力分析	196
表113 2007-2008年万杰高科经营能力分析	196
表114 2007-2008年万杰高科偿债能力分析	197
表115 2007-2008年万杰高科资本结构分析	197
表116 2007-2008年万杰高科发展能力分析	197
表117 2007-2008年万杰高科现金流量分析	198
表118 中国医疗器械工业公司主要产品一览表	198
表119 SSC-210,SSC-218,SSC-290便携式B超的特点和功能	212
表120 全国药材药品及医疗器材市场摊位容量	218
表121 各地区卫生机构数	220
表122 北京市卫生机构统计	221
表123 MDD基本要求的主要内容一览表	234
表124 CE认证目录范围一览表	235
表125 获得CE标志的一般程序步骤图	236
表126 申请CE/国际认证提交文件清单	237
表127 2007一次性使用输血器产品质量监督抽验结果表-1	249
表128 2007银合金粉产品质量监督抽验结果表	251

表129 207高频手术设备产品质量监督抽验结果表	252
表130 2007医用内窥镜设备产品质量监督抽验结果表	252
表131 2007强脉冲光治疗仪（光子美容仪）产品质量监督抽验结果表	253
表132 2007医疗器械生产企业质量管理体系规范试点检查通过企业名单	254
表133 2006年各省、自治区、直辖市医疗器械不良事件病例报告情况统计	258
表134 纳米技术使医疗仪器的主要方向一览表	262
表135 2008年一季度国内生产总值统计/增长	280
表136 2008年一季度国内生产总值分产业统计/增长	280
表137 2008年一季度全年规模以上工业增加值统计/增长	281
表138 2008年一季度全社会固定资产投资统计/增长	282
表139 2008年一季度农村/固定资产投资统计/增长	282
表140 2008年一季度城镇/固定资产投资统计/增长	282
表141 2008年一季度分地区固定资产投资统计/增长	282
表142 2008年一季度社会消费品零售总额统计/增长	283
表143 2008年一季度进出口总额统计/增长	284
表144 2008年一季度城镇居民人均可支配收入统计/增长	284
表145 2008年一季度农村居民人均现金收入/增长	284
表146 医疗器械分类判定表	289
表147 医疗器械分类目录	290
表148 医疗器械企业产品分类信息一览表	291

## 图目录

图1 世界主要国家（地区）医疗器械销售收入结构图	14
图2 美国2003至2007年电子医疗器械市场规模与增长	18
图3 2003-2007年中国电子医疗器械市场规模与增长	19
图4 2007年中国主要电子医疗器械市场份额	19
图5 全球医疗器械相关专利数目的比较	20
图6 长三角、珠三角、京津地区占我国医疗器械销售比重	33
图7 我国医疗器械企业结构	33
图8 2002-2007年中国医疗电子市场规模与增长	37
图9 2007年上半年中国主要医疗电子产品市场占有率	38
图10 中美医疗器械出口贸易趋势图	47



图11 中美医疗器械一般贸易出口贸易趋势图	48
图12 中日医疗器械出口贸易趋势图	48
图13 中日医疗器械一般贸易出口贸易趋势图	49
图14 中德医疗器械出口贸易趋势图	49
图15 中德医疗器械一般贸易出口贸易趋势图	50
图16 2007年中国各级电子医疗器械市场规模及市场份额	64
图17 2006-2007年中国各级电子医疗器械市场增长情况	65
图18 2007年11月医疗市场热门产品关注度情况	65
图19 2007年11月与10月医疗市场供应情况对比图	66
图20 2007年11月与10月医疗市场求购信息对比图	66
图21 2007年医疗器械市场热门产品关注情况	67
图22 2007医疗市场医用器械搜索前十位	68
图23 2007慧聪医疗市场家用器械搜索9大类	71
图24 一次性医疗器械行业亏损企业比例	145
图25 2007年中国医疗器械生产企业区域结构分析	170
图26 2007年前三季度中国电子医疗器械市场主要品牌市场份额	182

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/36396.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](http://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。