



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2008年中国彩电行业市场分析及 发展趋势研究报告

# 一、调研说明

《2008年中国彩电行业市场分析及发展趋势研究报告》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/42232.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

2008年奥运会的到来将对中国彩电市场产生巨大的拉力，总体规模有望获得7%的高增长。CRT彩电虽然进入衰减期，但由于奥运的影响以及“家电三下乡”活动的拉动，2008年估计可以保持在2400万台以上。而液晶和等离子电视则受奥运拉动更显著，继续着较高增长的态势，零售规模预计分别将达到1257万台和115万台。收看精彩奥运比赛节目对彩电产品提出了更高的要求，大屏幕、高清晰、动态画质好，以及可以自由录制节目的彩电将更受消费者的青睐。由于人们对超薄彩电需求的快速增长，预计2011年全球彩电需求量将超过2亿台。在2011年超过2亿台的彩电需求中，超薄彩电将占到64.5%，其中液晶电视占53.1%，等离子电视占11.4%。

奥运会对彩电企业来讲是一个巨大的机遇，关键是解决消费者如何“看”的问题。从时间来讲，需要让消费者随时看、重复看、不间断看，打破时间的界限；从载体上讲，需要打破媒体的界限；此外就是让消费者舒舒服服看，没有售后服务等方面的担忧。从彩电技术的趋势变化来看，呈现以下四方面的特点：彩电功能向多媒体化发展；彩电技术将日趋环保、节能化；彩电款式向大屏幕、平面化、超薄型方向发展；随着数字信号的推广，2008年奥运会的召开，彩电显像向高清晰度方向发展，全高清是未来的发展趋势。2008年，在奥运期间，我国将开播高清数字信号，基于观看奥运的大屏幕、高清晰度的要求，并伴随当前国内数字化改造的加速，预计2008年我国将迎来彩电市场的丰收年，特别是对高端的平板电视需求急剧增加，需求增长将达到80%-100%。

如今，居民购买彩电时，已是“言必谈液晶、等离子”。从市场萌芽到厂商豪赌，再到整个彩电业变革，短短两年间，平板化趋势在彩电行业乘风破浪，势如破竹，直奔王朝彼岸而去。然而，在多种力量的共同影响之下，被迅速“催熟”的平板电视业隐约伴着急功近利的影子。液晶电视是否真的无懈可击？等离子电视真的开始显露败相？无法控制上游的中国彩电企业路在何方？2008年的彩电业，依旧充满变数。

### 【 目录 】

#### 第一部分 行业发展概况分析

第一章 彩电行业概况	1
第一节 彩电的基本情况	1
一、彩电分类	1
二、彩电的发展历史	4
第二节 彩电业对我国制造业意义	7
第三节 2007-2008年年中国宏观经济运行分析	9
一、2007年宏观经济政策分析	9
二、2007年居民消费价格分类指数分析	11
三、2008年我国经济增长趋势预测	17
四、2008年中国宏观经济政策取向预测	22
第二章 彩电行业发展分析	25
第一节 2007年彩电市场状况	25
一、彩色电视发展现状分析	25
二、2007年彩电产业转型加速	29
三、2007年彩电行业发展分析	33
四、自主创新引领我国彩电业快速发展	38
第二节 2007年彩电行业变化情况	40
一、2007年影响行业发展因素	40
二、彩电行业三年内完成结构调整	44
第三章 彩电市场发展分析	46
第一节 2007年彩电市场发展分析	46
一、2007年中国彩电市场发展现状	46
二、彩电市场用液晶显示屏主流规范出台	48
三、全球化之路逼迫中国彩电进行深层变革	49
四、国产品牌仍是彩电市场主力军	51
第二节 国产彩电与外资彩电状况	52
一、国产彩电以价值战对抗外资价格战	52
二、外资品牌低价冲击彩电市场	53
第三节 彩电市场需求分析	54
一、市场需求趋势分析	54

二、2011年全球彩电需求量预测	56
第四节 彩电企业发展分析	56
一、2007年国内彩电企业盈利分析	56
二、2007年彩电企业直面资源整合大考验	57
三、2007年中国彩电企业力破专利费反倾销阴影	60
第五节 2008年中国彩电品牌发展分析	63
一、2008年彩电的奥运营销战	63
二、“达尔文主义”给中国彩电品牌策略的启示	66
三、2008年中国彩电复兴之路	67

#### 第四章 彩电市场运行状况分析 70

第一节 彩色电视机产品产量	70
一、2007年彩色电视机产量分析	70
二、家用影视设备制造经济运行分析	77
三、彩电分区域销售情况	116
第二节 2007年彩电进出口统计	118
一、2007年我国彩电出口分析	118
二、2007年广东省彩电出口分析	120
三、中国彩电出口面临新考题	121

#### 第二部分 行业市场状况分析

#### 第五章 彩电相关行业发展分析 123

第一节 彩色显象管市场分析	123
一、2007年彩色显象管产量分析	123
二、新型彩色显象管分析	126
第二节 平板显示业发展分析	129
一、我国平板显示业的分布情况	129
二、国内平板显示业整合提速	134
三、2008年国家重点扶持平板显示业	136
四、2010年广东省平板显示产业规模预测	138
第三节 液晶面板市场分析	139
一、2007年全球液晶面板市场分析	139

二、我国液晶面板技术现状	140
三、液晶电视应用下的玻璃基板现况	144
四、2008年液晶面板欲借税率调整打通产业链	148
五、2008-2011年液晶面板生产设备投资预测	152

## 第六章 彩电细分市场分析 153

### 第一节 2008年背投电视市场分析 153

- 一、2007年背投电视发展现状 153
- 二、背投电视未来市场潜力巨大 155

### 第二节 2008年CRT彩电市场分析 156

- 一、2007年CRT电视市场分析 156
- 二、我国CRT电视竞争优势分析 160
- 三、2008年CRT彩电市场预测 163
- 四、2008年CRT电视市场发展展望 164

### 第三节 2008年液晶电视市场分析 165

- 一、2007年最畅销液晶电视分析 165
- 二、2008年5大液晶电视厂商市场份额 172
- 三、2008年二线品牌液晶电视发展预测 172

### 第四节 2008年平板电视市场分析 173

- 一、平板电视终端市场分析 173
- 二、2008年中国平板电视产业进入整合时代 178
- 三、2008年平板电视消费全面推向高清时代 180
- 四、2008年平板电视销量预测 182

### 第五节 2008年等离子电视市场分析 183

- 一、2007年等离子电视行业发展现状 183
- 二、2008年国内等离子电视产业规模预测 195
- 三、2009年等离子电视市场发展预测 197

### 第六节 2008年数字电视市场分析 198

- 一、数字电视加速推进 198
- 二、2008年奥运助推数字电视发展 199
- 三、2008年数字电视发展趋势展望 201
- 四、2012年中国数字有线电视用户预测 207

### 第三部分 行业市场竞争分析

#### 第七章 彩电市场竞争分析 209

##### 第一节 彩电市场竞争现状分析 209

- 一、2007年中国彩电市场竞争现状 209
- 二、2007年竞争天平偏向国产彩电 213
- 三、节能降耗成为平板彩电竞争的新焦点 215

##### 第二节 彩电行业竞争格局分析 217

- 一、国内彩电市场格局分析 217
- 二、彩电业政策与技术竞争分析 219

##### 第三节 本土彩电与外资彩电竞争 221

- 一、本土彩电品牌优势分析 221
- 二、国产与外资彩电的市场分析 222
- 三、外资彩电向低端市场进军 224
- 四、国产外资彩电竞争激烈 225
- 五、国产彩电整合上下游与外资竞争分析 227
- 六、2008年中外彩电产品竞争预测 232

##### 第四节 彩电企业竞争分析 234

- 一、国内彩电企业的核心竞争力分析 234
- 二、彩电企业的竞争战略分析 239
- 三、2008年彩电企业竞争激烈 241

#### 第八章 彩电重点企业分析 244

##### 第一节 长虹 244

- 一、公司概况 244
- 二、公司战略 245
- 三、2007年公司经营情况 251
- 四、2008年公司发展策略 254

##### 第二节 康佳集团 255

- 一、公司概况 255
- 二、公司电视战略 259
- 三、2007年公司经营情况 260

四、公司奥运营销策略	264
五、公司动态	269
第三节 TCL	271
一、公司概况	271
二、公司发展战略	272
三、2007年公司经营情况	274
第四节 海信集团	278
一、公司概况	278
二、2007年公司经营情况	280
三、公司动态	284
第五节 海尔集团	296
一、公司概况	296
二、公司动态	297
三、公司发展电视策略	300
第六节 厦华	303
一、公司概况	303
二、2007年公司经营情况	305
三、公司动态	312
第七节 创维集团	314
一、公司概况	314
二、2007年经营状况	316
三、创维彩电营销模式分析	317
四、公司动态	318
第八节 三星	319
一、公司概况	319
二、公司动态	320
三、公司营销策略	321
第九节 松下	323
一、公司概况	323
二、公司动态	324
三、公司发展策略	325
第十节 索尼	329



一、公司概况	329
二、公司动态	330
三、公司网络营销策略分析	334

## 第九章 彩电发展策略分析 339

### 第一节 彩电行业营销策略分析 339

一、彩电厂家和经销商合作路径	339
二、面对专利费、反倾销的策略	350
三、彩电业国家战略分析	352

### 第二节 我国彩电企业营销策略及战略创新 353

一、企业战略概念	353
二、我国彩电企业营销策略的SWOT分析	354

### 第三节 彩电行业发展模式分析 359

一、彩电整机厂新模式分析	359
二、彩电的创新模式	362
三、彩电行业4C融合下的运营新模式	363

### 第四节 中外彩电战略分析 365

一、洋品牌彩电中国战略大调整	365
二、国产彩电尚需掌握核心技术	367

## 第四部分 行业发展趋势分析

### 第十章 彩电发展趋势分析 369

#### 第一节 2008年彩电行业发展趋势 369

一、2008年彩电行业展望	369
二、2008中国彩电发展四大趋势	369
三、中国彩电行业发展新趋势	371

#### 第二节 彩电市场走向分析 373

一、2008年彩电销售量预测	373
二、2008年全球彩电行业流行趋势	374

### 第十一章 彩电行业投资分析 377

#### 第一节 彩电业机遇与挑战分析 377

一、彩电行业面临挑战分析	377
二、彩电业面临机遇分析	378
第二节 2008年彩电行业投资分析	380
一、IPS硬屏技术液晶电视成为彩电行业新宠	380
二、2008年家用电器行业投资策略	381

## 图表目录

图表：2007年1月居民消费价格分类指数	11
图表：2007年2月居民消费价格分类指数	12
图表：2007年3月居民消费价格分类指数	13
图表：2007年4月居民消费价格分类指数	13
图表：2007年5月居民消费价格分类指数	14
图表：2007年6月居民消费价格分类指数	14
图表：2007年7月居民消费价格分类指数	15
图表：2007年8月居民消费价格分类指数	15
图表：2007年9月居民消费价格分类指数	16
图表：2007年10月居民消费价格分类指数	16
图表：2007年11月居民消费价格分类指数	17
图表：2003-2007年7月我国CPI增长与PPI的两波增长比较	18
图表：1979-2007年我国GDP缩减指数和CPI年度增长率变化趋势	18
图表：1981-2007年我国GDP增长与投资 and 消费增长的周期关系	19
图表：2007 - 2010年中国大陆彩电市场销量预测	43
图表：2006年我国彩电市场规模于结构图	47
图表：2007年电视行业所占分量比例	47
图表：2007年2-11月彩色电视机产量全国合计	70
图表：2007年2-11月彩色电视机产量吉林省合计	70
图表：2007年2-11月彩色电视机产量江苏省合计	71
图表：2007年2-11月彩色电视机产量福建省合计	71
图表：2007年2-11月彩色电视机产量河南省合计	71
图表：2007年2-11月彩色电视机产量广东省合计	72
图表：2007年2-11月彩色电视机产量新疆区合计	72
图表：2007年2-11月彩色电视机产量黑龙江合计	72

图表：2007年2-11月彩色电视机产量浙江省合计	73
图表：2007年2-11月彩色电视机产量江西省合计	73
图表：2007年2-11月彩色电视机产量四川省合计	74
图表：2007年2-11月彩色电视机产量陕西省合计	74
图表：2007年2-11月彩色电视机产量天津市合计	74
图表：2007年2-11月彩色电视机产量辽宁省合计	75
图表：2007年2-11月彩色电视机产量上海市合计	75
图表：2007年2-11月彩色电视机产量安徽省合计	75
图表：2007年2-11月彩色电视机产量山东省合计	76
图表：2007年2-11月彩色电视机产量贵州省合计	76
图表：2007年2-11月彩色电视机产量内蒙古合计	77
图表：2007年2月家用影视设备制造销售收入前十家企业	77
图表：2007年5月家用影视设备制造销售收入前十家企业	77
图表：2007年8月家用影视设备制造销售收入前十家企业	78
图表：2007年11月家用影视设备制造销售收入前十家企业	78
图表：2007年1-11月家用影视设备制造主要经济指标全国合计	79
图表：2007年1-11月家用影视设备制造主要经济指标北京市合计	80
图表：2007年1-11月家用影视设备制造主要经济指标天津市合计	82
图表：2007年1-11月家用影视设备制造主要经济指标内蒙古合计	83
图表：2007年1-11月家用影视设备制造主要经济指标辽宁省合计	85
图表：2007年1-11月家用影视设备制造主要经济指标吉林省合计	86
图表：2007年1-11月家用影视设备制造主要经济指标黑龙江合计	88
图表：2007年1-11月家用影视设备制造主要经济指标上海市合计	89
图表：2007年1-11月家用影视设备制造主要经济指标江苏省合计	91
图表：2007年1-11月家用影视设备制造主要经济指标浙江省合计	92
图表：2007年1-11月家用影视设备制造主要经济指标安徽省合计	94
图表：2007年1-11月家用影视设备制造主要经济指标福建省合计	95
图表：2007年1-11月家用影视设备制造主要经济指标江西省合计	97
图表：2007年1-11月家用影视设备制造主要经济指标山东省合计	98
图表：2007年1-11月家用影视设备制造主要经济指标河南省合计	100
图表：2007年1-11月家用影视设备制造主要经济指标湖北省合计	101
图表：2007年1-11月家用影视设备制造主要经济指标湖南省合计	103

图表：2007年1-11月家用影视设备制造主要经济指标广东省合计	104
图表：2007年1-11月家用影视设备制造主要经济指标广西区合计	106
图表：2007年1-11月家用影视设备制造主要经济指标重庆市合计	107
图表：2007年1-11月家用影视设备制造主要经济指标四川省合计	109
图表：2007年1-11月家用影视设备制造主要经济指标贵州省合计	110
图表：2007年1-11月家用影视设备制造主要经济指标陕西省合计	112
图表：2007年1-11月家用影视设备制造主要经济指标新疆区合计	113
图表：2001-2007年8月家用视听设备业销售收入及增速图	115
图表：2001-2007年8月家用视听设备业主营业务利润表	115
图表：2007年4月彩电西北区域市场占有率统计	116
图表：2007年4月彩电华东区域市场占有率统计	116
图表：2007年4月彩电东北区域市场占有率统计	117
图表：2007年4月彩电西南区域市场占有率统计	117
图表：2007年4月彩电华北区域市场占有率统计	117
图表：2007年4月彩电中南区域市场占有率统计	118
图表：2007年2-11月彩色显象管全国产量	123
图表：2007年2-11月彩色显象管北京市产量	123
图表：2007年2-11月彩色显象管天津市产量	124
图表：2007年2-11月彩色显象管上海市产量	124
图表：2007年2-11月彩色显象管江苏省产量	124
图表：2007年2-11月彩色显象管福建省产量	125
图表：2007年2-11月彩色显象管广东省产量	125
图表：2007年2-11月彩色显象管陕西省产量	126
图表：2007年2-11月彩色显象管湖南省产量	126
图表：防眩玻璃荧光屏的光线漫反射图	127
图表：2005-2010年各显示技术所占市场比例	135
图表：2006-2010年平板显示应用趋势分析	135
图表：2005-2007年中国彩管电视市场规模与变化	157
图表：2007年中国彩管电视分规格比重走势	159
图表：2007年超薄彩管电视市场表现	160
图表：2007年前三季度中国平板电视分技术类型结构	179
图表：2007年前三季度中国液晶电视尺寸销售量结构	179

图表：有线电视网络运营驱动因素分析	201
图表：2003-2010年我国数字电视用户高速增长	202
图表：美国有线电视产业规模快速增长	202
图表：1997-2007年美国有线电视总收入保持快速增长	203
图表：美国有线电视收入结构图	204
图表：数据、语音和有线电视业务在美国高速增长	204
图表：有线网络ARPU国际比较	205
图表：付费电视的良性收益循环	206
图表：核心城市数字电视增值业务推广状况	207
图表：2007年二季度四川长虹电器股份有限公司主营构成表	251
图表：2007年一、二、三季度四川长虹电器股份有限公司每股指标	251
图表：2007年一、二、三季度四川长虹电器股份有限公司获利能力表	251
图表：2007年一、二、三季度四川长虹电器股份有限公司经营能力表	252
图表：2007年一、二、三季度四川长虹电器股份有限公司偿债能力表	252
图表：2007年一、二、三季度四川长虹电器股份有限公司资本结构表	252
图表：2007年一、二、三季度四川长虹电器股份有限公司发展能力表	252
图表：2007年一、二、三季度四川长虹电器股份有限公司现金流量分析表	253
图表：2007年一、二、三季度四川长虹电器股份有限公司利润分配表	253
图表：2007年二季度康佳集团股份有限公司主营构成表	260
图表：2007年一、二、三季度康佳集团股份有限公司每股指标	261
图表：2007年一、二、三季度康佳集团股份有限公司获利能力表	261
图表：2007年一、二、三季度康佳集团股份有限公司经营能力表	261
图表：2007年一、二、三季度康佳集团股份有限公司偿债能力表	262
图表：2007年一、二、三季度康佳集团股份有限公司资本结构表	262
图表：2007年一、二、三季度康佳集团股份有限公司发展能力表	262
图表：2007年一、二、三季度康佳集团股份有限公司利润分配表	263
图表：2007年二季度TCL集团股份有限公司主营构成表	274
图表：2007年一、二、三季度TCL集团股份有限公司每股指标	275
图表：2007年一、二、三季度TCL集团股份有限公司获利能力表	275
图表：2007年一、二、三季度TCL集团股份有限公司经营能力表	275
图表：2007年一、二、三季度TCL集团股份有限公司偿债能力表	276
图表：2007年一、二、三季度TCL集团股份有限公司资本结构表	276

图表：2007年一、二、三季度TCL集团股份有限公司发展能力表	276
图表：2007年一、二、三季度TCL集团股份有限公司现金流量分析表	276
图表：2007年一、二、三季度TCL集团股份有限公司利润分配表	277
图表：青岛海信电器股份有限公司产权关系图	279
图表：青岛海信电器股份有限公司大事记表	280
图表：2007年二季度青岛海信电器股份有限公司主营构成表	280
图表：2007年一、二、三季度青岛海信电器股份有限公司每股指标	280
图表：2007年一、二、三季度青岛海信电器股份有限公司获利能力表	281
图表：2007年一、二、三季度青岛海信电器股份有限公司经营能力表	281
图表：2007年一、二、三季度青岛海信电器股份有限公司偿债能力表	281
图表：2007年一、二、三季度青岛海信电器股份有限公司资本结构表	282
图表：2007年一、二、三季度青岛海信电器股份有限公司发展能力表	282
图表：2007年一、二、三季度青岛海信电器股份有限公司现金流量分析表	282
图表：2007年一、二、三季度青岛海信电器股份有限公司利润分配表	282
图表：2001-2007年三季度青岛海信电器股份有限公司营业收入及增速图	285
图表：2001-2007年三季度青岛海信电器股份有限公司主营业务利润及毛利率图	285
图表：2001-2007年三季度青岛海信电器股份有限公司净利润及增速图	286
图表：2001-2007年三季度青岛海信电器股份有限公司总资产及资产负债率图	286
图表：2006年青岛海信电器股份有限公司彩电行业资产负债率分布图	286
图表：青岛海信电器股份有限公司信芯芯片研发预测表	287
图表：2007-2010年青岛海信电器股份有限公司电视液晶模组加工项目利润预测表	287
图表：2004-2007年9月青岛海信电器股份有限公司彩电产、销量对比图	289
图表：2004-2007年青岛海信电器股份有限公司彩电月产量分布图	289
图表：2004-2007年青岛海信电器股份有限公司彩电产销率分布图	290
图表：2004-2007年三季度青岛海信电器股份有限公司营业收入分布图	291
图表：2004-2007年三季度青岛海信电器股份有限公司净利润分布图	291
图表：2006-2010年液晶电视国内销量预测图	291
图表：2007年三季度彩电行业上市公司盈利能力对比图	292
图表：2007年三季度彩电行业上市公司资产规模对比图	292
图表：2007-2008年彩电行业上市公司基本数据表	293
图表：2006-2007年三季度青岛海信电器股份有限公司股东持股变动图	293
图表：2006-2007年三季度青岛海信电器股份有限公司机构持股变动图	293

图表：2006-2010年青岛海信电器股份有限公司盈利预测表	294
图表：2004-2007年三季度青岛海信电器股份有限公司资产负债表	295
图表：2004-2007年三季度青岛海信电器股份有限公司现金流量表	295
图表：海尔集团全球化品牌战略	299
图表：2007年二季度厦门华侨电子股份有限公司主营构成表	305
图表：2007年一、二、三季度厦门华侨电子股份有限公司每股指标	305
图表：2007年一、二、三季度厦门华侨电子股份有限公司获利能力表	306
图表：2007年一、二、三季度厦门华侨电子股份有限公司经营能力表	306
图表：2007年一、二、三季度厦门华侨电子股份有限公司偿债能力表	306
图表：2007年一、二、三季度厦门华侨电子股份有限公司资本结构表	306
图表：2007年一、二、三季度厦门华侨电子股份有限公司发展能力表	307
图表：2007年一、二、三季度厦门华侨电子股份有限公司现金流量分析表	307
图表：2007年一、二、三季度厦门华侨电子股份有限公司利润分配表	307
图表：2005-2009年厦门华侨电子股份有限公司主要财务指标	309
图表：2004-2007年三季度厦门华侨电子股份有限公司营业利润	309
图表：厦门华侨电子股份有限公司的战略模式	310
图表：2006-2009年厦门华侨电子股份有限公司损益表	310
图表：2006-2009年厦门华侨电子股份有限公司现金流量表	311
图表：2006-2009年厦门华侨电子股份有限公司资产负债表	311
图表：2006-2009年厦门华侨电子股份有限公司比率分析表	312
图表：2006年索尼集团销售额（按业务领域划分）	330
图表：2006年索尼集团销售额（按地区划分）	330
图表：我国彩电企业的成长及营销演变过程一览表	355
图表：彩电企业SWOT分析表	356
图表：2007-2010年中国大陆彩电市场销量预测	374

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/42232.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。