



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008年中国洗衣机行业市场分析 及发展趋势研究报告

一、调研说明

《2008年中国洗衣机行业市场分析与发展趋势研究报告》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/42237.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年消费者在选择健康型滚筒洗衣机时，把灭菌消毒作为第一考虑因素。以“健康”为主题的活动风生水起。围绕健康洗、节能和环保健康为主题的高技术含量新品依然是主流。在相对成熟的洗衣机行业,价格战的营销策略早已过时。取而代之的是采用科技创新、市场细分、工业设计等进行竞争，正是这些与国际市场竞争方式相同的策略使国内洗衣机市场日趋成熟。

2007年3月1日起我国强制实施《电动洗衣机能源效率标志实施规则》。《规则》中规定，凡在我国生产、销售、进口的洗衣机都必须加贴能效标志。额定洗涤容量为1~13公斤的波轮式和滚筒式家用电动洗衣机，未粘贴能效标志的不允许在市场上销售。能效标志制度实施后，加速了洗衣机产品的技术进步，有15%的波轮双桶洗衣机和10%的波轮全自动洗衣机因无法达到最低能效标准而退市。高附加值产品及滚筒洗衣机市场份额则相应扩大，这也使得2007年洗衣机的平均价格有所上扬。

2007年对于中国洗衣机行业来讲，应该说是非常精彩的一年，整个产业的格局在经历了大的并购和重组后，进入了相对平稳的时期，厂商们纷纷通过差异化的产品定位抢占市场份额，而技术方面则朝着人性化、智能化的方向发展。2007年1-9月洗衣机市场零售量累计比上年同期增长了5.16%，零售额同比增长了14.35%。其中除了单缸产品明显缩水，市场份额下降了17.25%之外，其余的产品都是呈现上升趋势，特别是滚筒洗衣机同比上升了17.7%。各个洗衣机厂商的产品都在往中高端方向发展。同时，产品的高端也带动了价格的上扬，2007年1-9月市场上整体高于2600元的产品增长幅度最大，累计增长了40.45%。

受国际原油、钢材等原材料价格的上涨，导致生产成本上涨，这给洗衣机生产企业带来很大的经营压力，在出现过的89个洗衣机品牌中，有30~40个洗衣机品牌将消失，品牌淘汰率将高达40%~50%。从各个品牌来看，海尔、小天鹅和荣事达仍是洗衣机市场的前三强，一些市场份额的变化还不至于动摇品牌地位，但整体的波澜不惊下面还是有几股涌动的暗流：一方面是美的、创维等新军的望风而动；而西门子、三星、LG等外资品牌也纷纷发力高端洗衣机市场。源于意大利的国际专业电器制造商——CANDY集团更是携新品Grand ' O洗衣机强势搅局，力图撼动行业格局，而其他各路诸侯也争霸滚筒市场，使得洗衣机行业波涛汹涌。

【 目录 】

第一部分 行业发展概况

第一章 洗衣机行业发展概况 1

第一节 洗衣机基本知识 1

一、洗衣机概述 1

二、洗衣机洗涤要素 1

三、洗衣机发展历史 1

第二节 洗衣机分类 4

一、波轮式洗衣机 4

二、滚筒式洗衣机 4

三、搅拌式洗衣机 5

第三节 洗衣机的工作原理 5

一、普通型波轮洗衣机工作原理 5

二、机械全自动洗衣机工作原理 5

第二章 洗衣机相关行业发展分析 7

第一节 家电行业市场分析 7

一、2007年家电业十大事件回顾 7

二、2007年家电行业标准盘点 11

三、2007年家电经济运行分析 13

四、家电行业需破除四大禁锢 18

五、中国家电流行材料替代 20

第二节 钢材行业市场分析 23

一、钢价上涨对家电的影响 23

二、2008年1月钢材市场分析 23

三、2008年钢材出口关税调整 32

四、2008年钢铁行业下游需求 35

第三节 洗衣机电机市场分析 37

一、洗衣机电机市场现状 37

二、无刷电机功率器件分析 40

三、洗衣机电机市场“趋于饱和” 43

第二部分 行业市场现状

第三章 中国洗衣机行业发展分析 45

第一节 2007年中国洗衣机市场回顾 45

一、2007年洗衣机行业状况 45

二、2007年洗衣机企业状况 50

三、2007年冬洗衣机市场流行 52

四、2007年中国洗衣机十大新闻 53

五、2007年洗衣机平媒广告投放 58

第二节 2007年5-11月洗衣机关注度分析 60

一、2007年5月洗衣机关注度排行 60

二、2007年6月洗衣机关注度排行 63

三、2007年7月洗衣机关注度排行 65

四、2007年8月洗衣机关注度排行 77

五、2007年9月洗衣机产品排行榜 80

六、2007年10月洗衣机市场关注 82

七、2007年11月洗衣机品牌排行 92

第三节 2007年洗衣机市场存在问题分析 94

一、洗衣机质量参差不齐 94

二、洗衣机功能问题多 97

三、洗衣机健康安全问题 99

四、洗衣机品牌淘汰率高 100

第四节 洗衣机消费者需求分析 101

一、消费者基本情况分析 101

二、消费者首选要素 102

三、消费者主要购买地 103

四、消费者购买方式 103

五、消费者预期购买分析 104

第四章 中国洗衣机行业市场分析 107

第一节 中国洗衣机市场经济运行分析 107

一、2007年1-11月洗衣机产量统计	107
二、2007年1-11月企业销售收入排行	113
三、清洁卫生电器具制造经济指标合计	115
四、2007年1-11月洗衣机进出口统计	137
五、2007年1-8月中国洗衣机出口分析	142
第二节 2007年第二季度中国洗衣机市场分析	145
一、2007年第二季度中国洗衣机市场概述	145
二、2007年第二季度中国洗衣机市场结构分析	146
三、2007年第二季度中国洗衣机市场价格分析	154
第三节 2007年第三季度中国洗衣机市场分析	160
一、2007年第三季度洗衣机市场概述	160
二、2007年第三季度洗衣机市场结构	162
三、2007年第三季度洗衣机价格分析	169
第四节 洗衣机分类型市场分析	174
一、波轮与滚筒洗衣机对比	174
二、滚筒放量洗衣机结构升级	175
三、滚筒洗衣机蚕食波轮市场	176
四、高端滚筒洗衣机市场分析	177
五、波轮洗衣机市场发展状况	179
六、杀菌洗衣机市场发展状况	182

第三部分 行业市场竞争

第五章 洗衣机行业市场竞争分析	185
第一节 洗衣机市场竞争现状	185
一、洗衣机行业竞争格局分析	185
二、洗衣机高端市场竞争分析	188
三、中外洗衣机品牌激烈交战	190
四、洗衣机品牌格局稳中生变	191
第二节 洗衣机行业技术竞争分析	196
一、洗衣机技术激战日趋猛烈	196
二、洗衣机的设计和零部件竞争	197
三、技术标准成为竞争制高点	199

四、洗衣机企业杀菌技术竞争	201
第三节 2007年度中国洗衣机市场竞争力分析报告	206
一、竞争概述	206
二、产品竞争力分析	208
三、品牌竞争力格局	211
四、洗衣机价格竞争力调查	215
第六章 洗衣机行业优势企业分析	220
第一节 海尔	220
一、公司简介	220
二、公司洗衣机奥运战略	221
三、公司洗衣机的“符号”意义	222
四、公司的国际性品牌战略	225
五、2007年公司财务数据	229
第二节 小天鹅	234
一、公司简介	234
二、公司回归洗衣机主业	236
三、公司谋划滚筒洗衣机变局	237
四、公司洗衣机营销战略解析	239
五、2007年公司财务数据	242
第三节 西门子	247
一、公司简介	247
二、公司洗衣机价格分析	248
三、公司洗衣机促销策略	249
第四节 松下	251
一、公司简介	251
二、公司洗衣机业务状况	252
三、公司洗衣机技术优势	255
四、公司发展家电策略	256
第五节 荣事达	261
一、公司简介	261
二、公司洗衣机技术	262

第六节 美菱	265
一、公司简介	265
二、企业文化	266
三、经营策略	267
四、公司财务数据	269
第七节 三星	274
一、公司简介	274
二、公司洗衣机产品	275
三、公司洗衣机优势	276
第八节 LG	277
一、公司概况	277
二、公司洗衣机产品	278
第九节 小鸭	280
一、公司简介	280
二、公司"物理洗衣"概念	281
第十节 惠而浦	282
一、公司简况	282
二、公司洗衣机产品	283
三、2008年公司洗衣机价格	284

第四部分 行业发展趋势

第七章 洗衣机行业发展趋势分析	287
第一节 洗衣机市场发展预测	287
一、滚筒式洗衣机的时代来临	287
二、外资品牌占有率将继续提升	287
三、技术战将在未来主导竞争	287
第二节 洗衣机未来消费趋势分析	288
一、滚筒成为家庭首选	288
二、洗衣向高品质发展	288
三、大容量洗衣机的发展	288
四、洗净度成选购标准	289
五、外观选择与家具搭配	289

第三节 2008年家用洗衣机行业趋势	290
一、洗衣机打“健康”牌	290
二、高端市场倾向“洗涤智能化”	291

第五部分 行业发展策略

第八章 洗衣机行业营销策略分析 295

第一节 家电企业突围策略 295

一、消化上游成本 295

二、加速产业升级 295

三、减少流通成本 296

四、杜绝恶意价格战 296

第二节 洗衣机的推广策略 297

一、适当的促销活动 297

二、开发新市场 298

三、加强沟通 298

四、调整并稳固网络 298

第三节 洗衣机企业发展策略 299

一、用全球化视野思考 299

二、确定战略定位 299

三、寻找战略突破口 299

四、洗衣机企业产品策略 300

第九章 洗衣机行业投资分析 312

第一节 洗衣机行业投资环境 312

一、投资概要驱动因素 312

二、影响投资的重要事件 319

三、投资的主要风险因素 319

第二节 洗衣机投资机会及策略 320

一、投资投币式洗衣机分析 320

二、洗衣机机会成本分析 320

三、农村洗衣机市场发展 322

四、洗衣机行业投资策略 322

图表目录

图表：2007年1-8月家电行业分地区产品销售收入	13
图表：2007年1-8月家电行业龙头企业基本情况	14
图表：2000-2007年8月家电行业各项指数	14
图表：家电行业偿债能力指数	16
图表：家电行业发展能力指数	16
图表：2007年1-8月家电行业各类型企业经济指标统计	16
图表：家电行业财务效益指数	17
图表：家电行业资产运营指数	17
图表：2007年1-8月家电行业各类型企业资产运营指标	17
图表：2007年5月最受关注的前十款洗衣机排行榜	61
图表：2007年5月最受关注的前十款洗衣机产品参数	61
图表：2007年6月最受关注的十大洗衣机品牌分布比例	63
图表：2007年5月与6月最受关注的十大品牌排行对比	64
图表：2007年7月最受用户关注的十大洗衣机品牌排行	66
图表：2007年7月不同价格产品关注比例分布	68
图表：2007年6月与7月不同价格段洗衣机关注比例对比	69
图表：2007年7月不同价格段洗衣机数量分布	70
图表：2007年7月各价位段不同厂商洗衣机产品数量分布	70
图表：2007年6月与7月中国洗衣机市场平均价格走势分析	71
图表：2007年7月波轮式与滚筒式洗衣机市场均价对比	72
图表：2007年7月主流洗衣机厂商市场均价对比	73
图表：2007年7月最受用户关注的十款洗衣机产品排行	74
图表：2007年7月最受用户关注的十款洗衣机产品类型	74
图表：2007年6月与7月最受用户关注的十款洗衣机产品对比	75
图表：2007年8月最受用户关注的十款洗衣机产品排行	77
图表：2007年8月最受用户关注的十款洗衣机产品参数	78
图表：2007年9月最受用户关注的十款洗衣机产品排行	80
图表：2007年9月最受用户关注的十款洗衣机产品参数	80

图表：2007年10月最受用户关注的十大洗衣机品牌关注比例分布	83
图表：2007年10月波轮式与滚筒式洗衣机关注比例分布	84
图表：2007年10月不同价位段洗衣机关注比例分布	85
图表：2007年9月与10月不同价位段洗衣机关注比例对比	86
图表：2007年10月不同价位段洗衣机产品数量分布	87
图表：2007年10月洗衣机整体市场价格指数走势	88
图表：2007年10月洗衣机整体市场均价走势	88
图表：2007年10月波轮式与滚筒式洗衣机均价对比	89
图表：2007年10月主流洗衣机厂商市场均价对比	90
图表：2007年10月最受用户关注的十款洗衣机产品排行	91
图表：2007年10月最受用户关注的十款洗衣机产品参数	91
图表：2007年11月最受用户关注的十大洗衣机品牌关注比例分布	93
图表：2007年11月洗衣机厂商关注比例排行	93
图表：农村消费者选择洗衣机的考虑因素	105
图表：2007年1-11月全国洗衣机产量统计	107
图表：2007年1-11月北京市洗衣机产量统计	107
图表：2007年1-11月天津市洗衣机产量统计	108
图表：2007年1-11月河北省洗衣机产量统计	108
图表：2007年1-11月上海市洗衣机产量统计	108
图表：2007年1-11月江苏省洗衣机产量统计	109
图表：2007年1-11月浙江省洗衣机产量统计	109
图表：2007年1-11月安徽省洗衣机产量统计	109
图表：2007年1-11月山东省洗衣机产量统计	110
图表：2007年1-11月河南省洗衣机产量统计	110
图表：2007年1-11月湖北省洗衣机产量统计	111
图表：2007年1-11月湖南省洗衣机产量统计	111
图表：2007年1-11月广东省洗衣机产量统计	111
图表：2007年1-11月重庆市洗衣机产量统计	112
图表：2007年1-11月四川省洗衣机产量统计	112
图表：2007年1-11月陕西省洗衣机产量统计	112
图表：2007年1-11月甘肃省洗衣机产量统计	113
图表：2007年2月家用清洁卫生电器具制造企业销售收入前十位	113

图表：2007年5月家用清洁卫生电器具制造企业销售收入前十位	114
图表：2007年8月家用清洁卫生电器具制造企业销售收入前十位	114
图表：2007年11月家用清洁卫生电器具制造企业销售收入前十位	114
图表：2007年1-11月全国清洁卫生电器具制造经济指标合计	115
图表：2007年1-11月河北省清洁卫生电器具制造经济指标合计	116
图表：2007年1-11月辽宁省清洁卫生电器具制造经济指标合计	118
图表：2007年1-11月上海市清洁卫生电器具制造经济指标合计	119
图表：2007年1-11月江苏省清洁卫生电器具制造经济指标合计	120
图表：2007年1-11月浙江省清洁卫生电器具制造经济指标合计	122
图表：2007年1-11月安徽省清洁卫生电器具制造经济指标合计	123
图表：2007年1-11月福建省清洁卫生电器具制造经济指标合计	124
图表：2007年1-11月山东省清洁卫生电器具制造经济指标合计	126
图表：2007年1-11月河南省清洁卫生电器具制造经济指标合计	127
图表：2007年1-11月湖北省清洁卫生电器具制造经济指标合计	129
图表：2007年1-11月湖南省清洁卫生电器具制造经济指标合计	130
图表：2007年1-11月广东省清洁卫生电器具制造经济指标合计	131
图表：2007年1-11月重庆市清洁卫生电器具制造经济指标合计	133
图表：2007年1-11月四川省清洁卫生电器具制造经济指标合计	134
图表：2007年1-11月陕西省清洁卫生电器具制造经济指标合计	135
图表：2007年1月洗衣机进口统计	137
图表：2007年2月洗衣机进口统计	137
图表：2007年3月洗衣机进口统计	137
图表：2007年4月洗衣机进口统计	138
图表：2007年5月洗衣机进口统计	138
图表：2007年6月洗衣机进口统计	138
图表：2007年7月洗衣机进口统计	138
图表：2007年8月洗衣机进口统计	139
图表：2007年9月洗衣机进口统计	139
图表：2007年10月洗衣机进口统计	139
图表：2007年11月洗衣机进口统计	139
图表：2007年1月洗衣机出口统计	140
图表：2007年2月洗衣机出口统计	140

图表：2007年3月洗衣机出口统计	140
图表：2007年4月洗衣机出口统计	140
图表：2007年5月洗衣机出口统计	141
图表：2007年6月洗衣机出口统计	141
图表：2007年7月洗衣机出口统计	141
图表：2007年8月洗衣机出口统计	141
图表：2007年9月洗衣机出口统计	142
图表：2007年10月洗衣机出口统计	142
图表：2007年11月洗衣机出口统计	142
图表：2007年第2季度最受关注的十大洗衣机品牌分布	147
图表：2007年1-6月最受关注三大洗衣机厂商关注度走势	149
图表：2007年第2季度波轮式和滚筒式洗衣机关注比例分布	150
图表：2007年1-6月波轮式和滚筒式洗衣机关注度走势	151
图表：2007年第2季度洗衣机区域市场关注比例分布	152
图表：2007年第2季度十大主流品牌区域关注度对比表	153
图表：2007年第2季度不同价格段洗衣机关注比例分布	155
图表：2007年1-6月不同价格段中低档洗衣机关注度走势	156
图表：2007年1-6月不同价位段高档洗衣机关注度走势	157
图表：2007年第2季度主流品牌波轮式洗衣机均价对比	158
图表：2007年第2季度主流品牌滚筒式洗衣机均价对比	159
图表：2007年第3季度最受用户关注的十大洗衣机品牌关注分布	162
图表：2007年1-9月最受关注的三大洗衣机厂商关注度走势	163
图表：2007年9月主流洗衣机厂商产品数量分布	164
图表：2007年第3季度不同类型洗衣机产品数量对比	165
图表：2007年第3季度不同类型洗衣机关注度分布	166
图表：2007年1-9月不同类型洗衣机关注度走势	166
图表：2007年第3季度洗衣机市场区域关注比例分布	167
图表：2007年第3季度不同价格段洗衣机关注比例分布	169
图表：2007年1-9月不同价格段中低档洗衣机关注度走势	170
图表：2007年1-9月不同价格段高档洗衣机关注度走势	171
图表：2007年第3季度十大主流洗衣机厂商产品均价对比	172
图表：2007年第3季度十大主流洗衣机厂商波轮式产品均价对比	173

图表：2007年第3季度十大主流洗衣机厂商滚筒式产品均价对比	173
图表：2007年1月-8月波轮式和滚筒式洗衣机关注度走势	208
图表：2007年1-8月波轮式与滚筒式洗衣机产品数量对比	209
图表：2007年1-8月波轮式与滚筒式洗衣机产品均价对比	210
图表：2006年1-12月主流厂商洗衣机品牌关注比例分布	212
图表：2007年1-8月主流厂商洗衣机品牌关注比例分布	212
图表：2007年1-8月三大主流厂商洗衣机关注度走势	214
图表：2007年1-8月不同价位段洗衣机关注比例分布	215
图表：2007年1-8月不同价位洗衣机产品数量对比	216
图表：2007年1-8月六大主流洗衣机厂商不同价位段产品数量分布	218
图表：海尔发展战略	221
图表：2007年前三季度青岛海尔股份有限公司主营业务收入表	229
图表：2007年前三季度青岛海尔股份有限公司主营业务利润表	229
图表：2007年前三季度青岛海尔股份有限公司营业利润表	229
图表：2007年前三季度青岛海尔股份有限公司利润总额表	230
图表：2007年前三季度青岛海尔股份有限公司净利润表	230
图表：2007年前三季度青岛海尔股份有限公司经营活动产生的现金流量	230
图表：2007年前三季度青岛海尔股份有限公司投资活动产生的现金流量	231
图表：2007年前三季度青岛海尔股份有限公司筹资活动产生的现金流量	232
图表：2007年前三季度青岛海尔股份有限公司每股份指标表	232
图表：2007年前三季度青岛海尔股份有限公司获利能力表	233
图表：2007年前三季度青岛海尔股份有限公司经营能力表	233
图表：2007年前三季度青岛海尔股份有限公司偿债能力表	233
图表：2007年前三季度青岛海尔股份有限公司资本结构表	234
图表：2007年前三季度青岛海尔股份有限公司发展能力表	234
图表：2007年前三季度青岛海尔股份有限公司现金流量分析表	234
图表：2007年前三季度无锡小天鹅股份有限公司主营业务收入表	242
图表：2007年前三季度无锡小天鹅股份有限公司主营业务利润表	242
图表：2007年前三季度无锡小天鹅股份有限公司营业利润表	242
图表：2007年前三季度无锡小天鹅股份有限公司利润总额表	243
图表：2007年前三季度无锡小天鹅股份有限公司净利润表	243
图表：2007年前三季度无锡小天鹅股份有限公司经营活动产生的现金流量	243

图表：2007年前三季度无锡小天鹅股份有限公司投资活动产生的现金流量	244
图表：2007年前三季度无锡小天鹅股份有限公司筹资活动产生的现金流量	245
图表：2007年前三季度无锡小天鹅股份有限公司每股份指标表	245
图表：2007年前三季度无锡小天鹅股份有限公司获利能力表	246
图表：2007年前三季度无锡小天鹅股份有限公司经营能力表	246
图表：2007年前三季度无锡小天鹅股份有限公司偿债能力表	246
图表：2007年前三季度无锡小天鹅股份有限公司资本结构表	246
图表：2007年前三季度无锡小天鹅股份有限公司发展能力表	247
图表：2007年前三季度无锡小天鹅股份有限公司现金流量分析表	247
图表：松下企业发展目标	256
图表：2007年前三季度合肥美菱股份有限公司主营业务收入表	269
图表：2007年前三季度合肥美菱股份有限公司主营业务利润表	269
图表：2007年前三季度合肥美菱股份有限公司营业利润表	269
图表：2007年前三季度合肥美菱股份有限公司利润总额表	269
图表：2007年前三季度合肥美菱股份有限公司净利润表	270
图表：2007年前三季度合肥美菱股份有限公司经营活动产生的现金流量	270
图表：2007年前三季度合肥美菱股份有限公司投资活动产生的现金流量	271
图表：2007年前三季度合肥美菱股份有限公司筹资活动产生的现金流量	271
图表：2007年前三季度合肥美菱股份有限公司每股份指标表	272
图表：2007年前三季度合肥美菱股份有限公司获利能力表	272
图表：2007年前三季度合肥美菱股份有限公司经营能力表	273
图表：2007年前三季度合肥美菱股份有限公司偿债能力表	273
图表：2007年前三季度合肥美菱股份有限公司资本结构表	273
图表：2007年前三季度合肥美菱股份有限公司发展能力表	273
图表：2007年前三季度合肥美菱股份有限公司现金流量分析表	274
图表：LG集团概况	277
图表：LG经营发展图表	277

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/42237.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。