



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008年中国洗衣粉行业市场分析 及发展趋势研究报告

一、调研说明

《2008年中国洗衣粉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/44925.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

中国日用化工用品将持续稳步增长，2008年到2009年的年均复合增长率保持在13.4%左右，比国际整体市场增速要快，预计到2009年整体市场可达到2000亿元。目前中国人均洗衣粉年消耗量为3千克，世界人均洗衣粉年消耗为7.4千克，显示出中国洗衣粉市场具有很大潜力，而拥有十亿人口的农村市场平均家庭拥有洗衣机的比例比城市低50个百分点，只有30%左右，因此，随着农村洗衣机市场的逐步扩大，洗衣粉产品在农村市场的销售将会有大幅的增长。

从近年来我国洗涤用品行业的竞争来看，国产洗涤剂产品越来越具有竞争力，国内的洗涤剂企业越做越强。原来市场份额不足三成的洗衣粉行业，国产品牌已三分天下占其二。宝洁、联合利华、汉高和花王四大国际品牌从占据了国内洗衣粉市场近50%的份额节节败退，近两年销量三甲位置上昂首挺立的是三大国产品牌：雕牌、奇强与立白。从这些数字就可以看出我国洗涤剂行业的发展水平和企业竞争力已经趋于成熟。就洗衣粉企业来说，市场依旧是由几个大巨头所占据，主要企业有联合利华公司、广州宝洁洗涤用品有限公司、上海白猫(集团)有限公司、浙江纳爱斯集团、广州立白企业集团有限公司、山西南风化工集团股份有限公司等。由它们生产的洗衣粉占据了市场的76%。当前洗衣粉行业的竞争体现在对市场的竞争，企业的营销对象是目标市场，是一种大众化的营销模式，还没有针对消费都进行营销，即整合营销模式。企业的生存不会仅限在单一产品的生产上，多元化经营是其经营的趋势。现阶段，泡沫多的普通粉仍符合消费者的消费水平和消费心理，因此在今后较长一段时期内仍可保持高增长率及市场占有率。但随着生活质量的提高和消费者环境意识的增强，普通粉将逐渐被超浓缩粉的代替。超浓缩粉具有省水、省电、省包装的特点，因此发展潜力巨大。无磷、功能型、专业化的洗衣粉等市场的需求，都是生产厂家竞争点所在。洗衣液是洗衣粉的最终发展趋势，在欧美地区它已取代洗衣粉。洗衣液的最大突破是可以充分溶解不致浪费，目前已在大陆市场崭露头角，但要走的路还很长，洗衣粉仍将在未来较长的时间、较大的范围保持消费主流的地位。

本研究咨询在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家海关总署、国务院发展研究中心、中国洗涤用品工业协会、中国轻工业协会、中国日用化工协会、中国行业研究网、国内外相关报刊杂志的基础信息以及对国内消费市场调查获得的第一手资料，对我国洗衣粉行业的发展现状、竞争与消费状况、销售情况、重点企业以及国家相关产业政策

等进行了研究，并重点分析了洗衣粉市场的消费状况以及行业竞争格局，详解了行业知名品牌营销策略，剖析了行业企业竞争状况，并对洗衣粉企业的发展提出了建设性的意见。报告还对我国洗衣粉行业的原料资源和发展环境进行了详细深入的分析及研究，重点分析了影响我国洗衣粉行业发展的主要因素以及洗衣粉行业的发展趋势，并对我国主要洗衣粉行业的经营现状及发展战略进行了详细科学的分析及预测，针对我洗衣粉竞争力的现状，提出了提高我国洗衣粉行业竞争力的策略，是洗衣粉生产企业、科研单位、经销企业等单位准确了解目前洗衣粉行业发展动态，把握企业定位和发展战略不可多得的决策参考。

【 目 录 】

第一部分 行业概况分析

第一章 洗衣粉行业发展概况 1

第一节 洗衣粉行业概念 1

一、洗衣粉定义 1

二、洗衣粉成分 1

三、洗衣粉去污机理 15

四、洗衣粉分类 18

五、中性洗衣粉分析 19

第二节 洗衣粉组成原料分析 24

一、表面活性剂 24

二、烷基苯 26

三、丙烯酸 27

四、助洗剂 28

第三节 洗衣粉行业技术分析 30

一、洗衣粉生产技术 30

二、洗衣粉行业主要专利技术 30

三、洗衣粉技术变革 34

四、国内合成洗衣粉生产技术 36

五、煤矸石转化为洗衣粉代磷助剂 39

第四节 国外洗衣粉行业发展 40

一、南非洗衣粉新型包装分析 40

二、阿联酋洗衣粉市场情况	40
三、中国洗衣粉在俄国销售情况	41
四、瑞典禁售含磷洗衣粉情况	42

第二部分 行业发展环境及相关行业

第二章 洗衣粉行业发展环境分析 43

第一节 宏观环境分析 43

一、2007年国民经济发展状况	43
二、2008年1-5月份国民经济运行状况	47
三、2008年1-5月国民经济运行分析	66

第二节 政策环境 69

一、洗衣粉国家标准标志	69
二、洗衣粉新标准	70
三、立法禁磷提案分析	72
四、我国织物等洗涤剂全面禁磷情况分析	73
五、环保洗衣粉标准分析	74
六、江西洗涤业首部地方性政策法规	78
七、2008年质检总局专项整治洗涤用品情况	78
八、2008年上海洗涤用品禁磷地方标准颁布情况	80

第三章 相关行业发展分析 82

第一节 石油行业分析 82

一、2008年国际市场石油价格现状	82
二、中国石油产业国际竞争力分析	97
三、2007-2008年石油进出口统计	99
四、中国石油发展战略规划	111
五、2008年油价对洗衣粉行业影响分析	114
六、2008年7月石油对洗衣粉影响	115

第二节 日化用品行业发展分析 116

一、2007年我国洗涤用品出口情况	116
二、2008年1季度我国洗涤用品出口情况	118
三、我国日化用品市场格局	118

四、中国日用化工行业发展趋势	122
五、2008年日化业标志性品牌情况	123
六、中国洗涤行业发展战略分析	124

第三部分 行业发展分析

第四章 中国洗衣粉行业发展状况	129
第一节 中国洗衣粉行业发展状况	129
一、洗衣粉行业特点分析	129
二、中国洗衣粉行业发展概况	130
三、洗衣粉行业发展现状	136
四、2008年洗衣粉列入中国名牌评价目录情况	137
第二节 我国洗衣粉包装分析	138
一、洗衣粉包装问题	138
二、洗衣粉包装材料变化趋势分析	141

第五章 中国洗衣粉市场发展概况

第一节 洗衣粉市场发展情况	144
一、洗衣粉市场发展状况	144
二、洗衣粉市场机遇分析	147
三、洗衣粉市场挑战分析	148
第二节 2008年洗衣粉发展现状分析	152
一、2008年洗衣粉市场发展现状	152
二、2008年洗衣粉换装减量策略	154
三、2008年6月洗衣粉价格走势分析	155

第六章 洗衣粉市场消费者分析

第一节 洗衣粉消费情况分析	156
一、消费者洗涤习惯调查	156
二、我国洗衣粉消费行为分析	161
三、洗衣粉消费者对洗衣粉认知分析	163
四、江浙沪洗衣粉消费联动情况	164
五、洗衣粉涨价对消费者影响	165

第二节 洗衣市场发展情况分析	166
一、洗衣革命对洗涤行业影响分析	166
二、2008年洗衣市场流行情况	168

第四部分 竞争格局分析

第七章 洗衣粉行业竞争状况分析 169

第一节 洗衣粉行业竞争状况 169

一、洗衣粉品牌竞争情况分析 169

二、外资与本土企业竞争分析 171

三、洗涤用品行业价格战分析 174

四、洗衣粉市场竞争状况分析 179

第二节 洗衣粉替代品发展状况 180

一、肥皂 180

二、改性二硅酸钠 182

三、2008年洗衣液发展状况分析 186

第三节 不用洗衣粉洗衣机发展分析 195

一、2009年不用洗衣粉洗衣机国标开始实施 195

二、不用洗衣粉洗衣机原理 198

三、不用洗衣粉洗衣机对洗衣粉行业影响 200

第四节 企业竞争状况分析 201

一、2008年威亮向中国大陆扩张情况 201

二、纳爱斯与立白竞争分析 204

三、宝洁与欧莱雅在华竞争分析 205

四、奇强与雕牌洗衣粉竞争分析 208

五、雕牌与奥妙洗衣粉对比分析 209

六、宝洁与联合利华在华竞争分析 211

七、联合利华与本土品牌竞争状况 220

第八章 我国洗衣粉重点企业分析 225

第一节 广州市浪奇实业股份有限公司 225

一、公司概况 225

二、2007-2008年公司经营状况 226

三、2008年公司动态	231
第二节 上海白猫股份有限公司	233
一、公司概况	233
二、2007-2008年公司经营状况	234
三、2008年白猫股份动向分析	239
四、公司品牌战略	240
第三节 山西南风化工集团股份有限公司	243
一、公司概况	243
二、2007-2008年公司经营状况	244
三、奇强品牌战略分析	249
四、2008年公司动态	256
第四节 浙江传化股份有限公司	261
一、公司概况	261
二、2007-2008年公司经营状况	263
三、公司动态	267
第五节 广州宝洁洗涤用品有限公司	268
一、公司概况	268
二、2008年公司洗衣粉动态	270
三、宝洁洗衣粉低端化策略分析	275
第六节 联合利华公司	277
一、公司概况	277
二、2008年1季度公司经营状况	279
三、奥妙价格策略分析	281
四、2008年公司动态	287
第七节 纳爱斯集团	288
一、公司概况	288
二、2008年公司发展动向分析	290
三、公司营销策略	291
四、雕牌发展战略分析	301
第八节 广州立白企业集团有限公司	309
一、企业概况	309
二、公司获得北京奥运日化供应商	310

三、2008年立白欲入洗衣粉高端市场	311
第九节 广西奥奇丽集团股份有限公司	312
一、公司概况	312
二、奥奇丽多元化扩张策略	313
三、2008年公司动态	315
第十节 南京佳和日化有限公司	316

第五部分 行业发展策略及趋势

第九章 市场发展策略分析	317
第一节 日化企业营销策略	317
一、日化品牌整合营销方式	317
二、日化企业终端包场模式	319
三、中小日化企业开拓卖场渠道策略	322
第二节 日化品牌终端运作策略	324
一、打造终端产品	324
二、终端布局	327
三、终端建设	331
四、促销策略	335
五、关系维护	337
第三节 日化行业经营策略	338
一、中小日化品牌发展策略	338
二、2008年国内日化企业突围策略	343
三、日化产品店中店操作要素	345
四、我国洗涤用品行业创新策略	347

第十章 洗衣粉发展趋势及策略 353

第一节 洗衣粉行业产品发展趋势	353
一、全球市场洗涤剂发展趋势	353
二、洗涤用品行业发展趋势	354
三、洗衣粉浓缩化趋势	355
四、洗衣粉最终发展趋势	360
第二节 洗衣粉行业发展策略	360

- 一、洗衣粉企业竞争策略 360
- 二、洗衣粉行业品牌策略 363
- 三、日化用品行业创新战略 366

图表目录

- 图表：洗衣粉配方例（1） 7
- 图表：洗衣粉配方例（2） 7
- 图表：2005-2007年国内生产总值季度环比图 43
- 图表：2007年各月份CPI涨幅 46
- 图表：2007年经济核心数据及政策 46
- 图表：2008年1月份居民消费价格指数变化 47
- 图表：2008年1月份国民经济运行情况 48
- 图表：2008年1月份居民消费价格总水平 49
- 图表：2007-2008年2月居民消费价格指数变化 52
- 图表：2008年2月国民经济运行情况 53
- 图表：2008年2月份居民消费价格总水平 54
- 图表：2008年2月我国经济及政策状况 55
- 图表：2006-2008年1月我国贷款状况 56
- 图表：2008年2月末广义货币供应量走势图 56
- 图表：2008年2月份全国房屋价格指数 57
- 图表：2008年2月份居民消费价格总水平走势图 57
- 图表：2008年2月工业品出厂价格环比图 58
- 图表：2007-2008年2月我国CPI走势图 58
- 图表：中国CPI各类产品和服务比重 59
- 图表：美国CPI各类产品和服务比重 59
- 图表：2008年1季度中国GDP数据 60
- 图表：2008年1季度中国CPI数据 60
- 图表：2008年1季度中国房价数据 60
- 图表：2008年1季度中国PPI数据 60
- 图表：2008年1季度中国固定资产投资数据 60
- 图表：2008年1季度中国就业数据 60
- 图表：2008年1季度中国居民收入数据 61

图表：2008年1季度中国金融数据 61

图表：2008年1季度中国外汇储备数据 61

图表：2008年1季度中国贸易顺差数据 61

图表：2008年1季度中国国内生产总值GDP走势图 61

图表：2008年3月全国物价指数走势图 62

图表：2008年1月央行下一步调控措施动向调查 62

图表：2008年央行加息次数调查 62

图表：2008年2月央行下一步调控措施动向调查 63

图表：2008年1月物价动向调查 63

图表：CPI上涨投资动向调查 63

图表：CPI上涨消费动向调查 64

图表：2008年5月份居民消费价格总水平 64

图表：2008年1-6月月主要经济数据及货币调控政策 65

图表：2007-2008年1季度进出口增速的反差 66

图表：工业增加值三个月环比增速 66

图表：2008年3月份不同价格的同比和环比涨幅 67

图表：2008年1季度石油加工、炼焦行业利润总额占比图 67

图表：2008年1季度石油加工、炼焦行业利润总额走势图 68

图表：2008年1季度准M2三个月环比增速 68

图表：1991-2015年日化产业发展趋势 69

图表：1993-2025年世界石油资源统计和预测 84

图表：2007-2011年世界石油供需统计及预测 85

图表：2007-2011年世界石油消费量统计及预测 85

图表：2007-2011年非OPEC国家石油产量统计及预测 86

图表：2007-2011年OPEC国家石油产量统计及预测 86

图表：2008年欧佩克国家原油剩余产能 92

图表：2006-2007年纽约市场原油期货（WTI）价格对比图 93

图表：2006-2007年纽约商品交易所原油期货净多持仓量与WTI价格走势图 93

图表：2008年世界石油需求量走势图 94

图表：2008年主要经济体经济增长预测表 96

图表：2001-2007年W T I 原油期货价格变化表 97

图表：国际机构对国际油价走势的预测表 97

图表：2007年1季度石油原油进口统计	100
图表：2007年2季度石油原油进口统计	100
图表：2007年3季度石油原油进口统计	100
图表：2007年10月石油原油进口统计	100
图表：2007年11月石油原油进口统计	100
图表：2007年12月石油原油进口统计	101
图表：2008年1月石油原油进口统计	101
图表：2008年2月石油原油进口统计	101
图表：2008年3月石油原油进口统计	101
图表：2008年4月石油原油进口统计	101
图表：2007年1季度石油出口统计	102
图表：2007年2季度石油出口统计	102
图表：2007年3季度石油出口统计	102
图表：2007年10月石油出口统计	102
图表：2007年11月石油出口统计	102
图表：2007年12月石油出口统计	103
图表：2008年1月石油出口统计	103
图表：2008年2月石油出口统计	103
图表：2008年3月石油出口统计	103
图表：2008年4月石油出口统计	103
图表：2007年1季度石油气进口统计	104
图表：2007年2季度石油气进口统计	104
图表：2007年3季度石油气进口统计	104
图表：2007年10月石油气进口统计	104
图表：2007年11月石油气进口统计	105
图表：2007年12月石油气进口统计	105
图表：2008年1月石油气进口统计	105
图表：2008年2月石油气进口统计	105
图表：2008年3月石油气进口统计	105
图表：2008年4月石油气进口统计	106
图表：2007年1季度石油焦、石油沥青等进口统计	106
图表：2007年2季度石油焦、石油沥青等进口统计	106

图表：2007年3季度石油焦、石油沥青等进口统计	106
图表：2007年10月石油焦、石油沥青等进口统计	107
图表：2007年11月石油焦、石油沥青等进口统计	107
图表：2007年12月石油焦、石油沥青等进口统计	107
图表：2008年1月石油焦、石油沥青等进口统计	107
图表：2008年2月石油焦、石油沥青等进口统计	107
图表：2008年3月石油焦、石油沥青等进口统计	108
图表：2008年4月石油焦、石油沥青等进口统计	108
图表：2007年1季度石油焦、石油沥青等出口统计	108
图表：2007年2季度石油焦、石油沥青等出口统计	109
图表：2007年3季度石油焦、石油沥青等出口统计	109
图表：2007年10月石油焦、石油沥青等出口统计	109
图表：2007年11月石油焦、石油沥青等出口统计	109
图表：2007年12月石油焦、石油沥青等出口统计	110
图表：2008年1月石油焦、石油沥青等出口统计	110
图表：2008年2月石油焦、石油沥青等出口统计	110
图表：2008年3月石油焦、石油沥青等出口统计	110
图表：2008年4月石油焦、石油沥青等出口统计	111
图表：2007-2009年中国日化市场规模统计和预测	147
图表：消费者洗衣服频率调查	156
图表：消费者是否分类洗衣服调查	157
图表：消费者关注洗衣效果调查	157
图表：消费者是否知道洗衣粉用量调查	157
图表：消费者确定洗衣粉用量方法调查	158
图表：消费者是否认为洗衣粉可杀菌调查	158
图表：消费者是否使用额外杀菌洗涤用品调查	158
图表：消费者是否担心洗衣机漂洗不干净调查	159
图表：消费者因洗衣机洗不干净而额外漂洗的几率调查	159
图表：消费者是否了解洗衣机用水量调查	159
图表：消费者是否采用节水洗涤方式调查	160
图表：消费者是否会对洗衣后污水再利用调查	160
图表：消费者使用洗衣机品牌调查	160

图表：消费者使用洗衣机类型调查结果	161
图表：中外日化企业优劣势对比	174
图表：洗衣粉和洗衣液的比较	190
图表：雕牌与奥妙洗衣粉在质量、性价比方面的对比	209
图表：雕牌与奥妙洗衣粉使用情况的分析	210
图表：使用者对于雕牌与奥妙洗衣粉满意程度的分析	211
图表：2007年4季度广州市浪奇实业股份有限公司主营构成	226
图表：2007年4季度广州市浪奇实业股份有限公司人员构成	226
图表：2007-2008年广州市浪奇实业股份有限公司投资收益分析	227
图表：2007-2008年广州市浪奇实业股份有限公司资本结构	227
图表：2007-2008年广州市浪奇实业股份有限公司获利能力分析	227
图表：2007-2008年广州市浪奇实业股份有限公司经营能力分析	228
图表：2007-2008年广州市浪奇实业股份有限公司偿债能力分析	228
图表：2007-2008年广州市浪奇实业股份有限公司发展能力分析	228
图表：2007-2008年广州市浪奇实业股份有限公司现金流量分析	228
图表：2007-2008年广州市浪奇实业股份有限公司主营业务收入	229
图表：2007-2008年广州市浪奇实业股份有限公司主营业务利润	229
图表：2007-2008年广州市浪奇实业股份有限公司营业利润	229
图表：2007-2008年广州市浪奇实业股份有限公司利润总额	230
图表：2007-2008年广州市浪奇实业股份有限公司净利润	230
图表：2007年4季度上海白猫股份有限公司主营构成	234
图表：2007年4季度上海白猫股份有限公司人员构成	235
图表：2007-2008年上海白猫股份有限公司投资收益分析	235
图表：2007-2008年上海白猫股份有限公司资本结构	236
图表：2007-2008年上海白猫股份有限公司获利能力分析	236
图表：2007-2008年上海白猫股份有限公司经营能力分析	236
图表：2007-2008年上海白猫股份有限公司偿债能力分析	236
图表：2007-2008年上海白猫股份有限公司发展能力分析	237
图表：2007-2008年上海白猫股份有限公司现金流量分析	237
图表：2007-2008年上海白猫股份有限公司主营业务收入	237
图表：2007-2008年上海白猫股份有限公司主营业务利润	237
图表：2007-2008年上海白猫股份有限公司营业利润	238

图表：2007-2008年上海白猫股份有限公司利润总额	238
图表：2007-2008年上海白猫股份有限公司净利润	239
图表：2007年4季度山西南风化工集团股份有限公司主营构成	244
图表：2007年4季度山西南风化工集团股份有限公司人员构成	245
图表：2007-2008年山西南风化工集团股份有限公司投资收益分析	245
图表：2007-2008年山西南风化工集团股份有限公司资本结构	246
图表：2007-2008年山西南风化工集团股份有限公司获利能力分析	246
图表：2007-2008年山西南风化工集团股份有限公司经营能力分析	246
图表：2007-2008年山西南风化工集团股份有限公司偿债能力分析	246
图表：2007-2008年山西南风化工集团股份有限公司发展能力分析	247
图表：2007-2008年山西南风化工集团股份有限公司现金流量分析	247
图表：2007-2008年山西南风化工集团股份有限公司主营业务收入	247
图表：2007-2008年山西南风化工集团股份有限公司主营业务利润	247
图表：2007-2008年山西南风化工集团股份有限公司营业利润	248
图表：2007-2008年山西南风化工集团股份有限公司利润总额	248
图表：2007-2008年山西南风化工集团股份有限公司净利润	249
图表：2007年4季度浙江传化股份有限公司主营构成	263
图表：2007年4季度浙江传化股份有限公司人员构成	263
图表：2007-2008年浙江传化股份有限公司投资收益分析	264
图表：2007-2008年浙江传化股份有限公司资本结构	264
图表：2007-2008年浙江传化股份有限公司获利能力分析	264
图表：2007-2008年浙江传化股份有限公司经营能力分析	265
图表：2007-2008年浙江传化股份有限公司偿债能力分析	265
图表：2007-2008年浙江传化股份有限公司发展能力分析	265
图表：2007-2008年浙江传化股份有限公司现金流量分析	265
图表：2007-2008年浙江传化股份有限公司主营业务收入	266
图表：2007-2008年浙江传化股份有限公司主营业务利润	266
图表：2007-2008年浙江传化股份有限公司营业利润	266
图表：2007-2008年浙江传化股份有限公司利润总额	267
图表：2007-2008年浙江传化股份有限公司净利润	267
图表：广州宝洁公司产品种类	269
图表：广州宝洁公司在中国发展情况	270

图表：一级市场终端门店的匹配要求	328
图表：二级市场终端门店的匹配要求	328
图表：三级市场终端门店的匹配要求	328
图表：重点终端、资源的投入和控制	331
图表：导购终端、资源的投入和控制	331
图表：流通终端、资源的投入和控制	331

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/44925.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。