



艾凯咨询
ICAN Consulting

2006年中国服装市场研究预测报告 告

一、调研说明

《2006年中国服装市场研究预测报告》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/47712.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

【描述】 本报告着重介绍了2005年中国服装市场发展现状，经营理念的变化以及行业发展趋势。依据对大量最新资讯的详尽分析，结合权威的观点，并将近年来大量的连续监测数据运用数据模型分析，对2006年中国服装业的发展做出科学的预测。 本报告的数据来源于国家海关、国家统计局、国务院发展研究中心、国家信息中心、数据库中的相关资料，其它渠道行业非公开数据、行业专家访谈结果以及大量一手调研数据；权威、公正、客观。

【目录】

第一章 中国服装行业显著特点与风险分析 1

第一节 2005年中国服装行业的显著特征 1

一、产业集群特征 1

二、产业升级提速 2

第二节 中国服装业存在的投资风险 3

一、服装业的主要风险 3

二、服装企业如何降低经营风险 4

第三节 业界品牌采取西进策略缓解成本压力 6

第二章 中国服装业外部环境分析及预测 10

第一节 2005-2006年中国宏观经济环境分析 10

一、2005年前三季度中国宏观经济运行特点 10

二、2006年经济走势及各项经济指标预测 15

第二节 2005-2006年中国人口环境分析 26

一、人口规模与市场需求 26

二、人口分布与市场划分 29

三、人口结构与市场细分 30

四、人口变动与市场波动 33

五、居民收入与消费 36

第三节 2005-2006年服装业政策环境 37

一、《商业特许经营管理办法》 37

二、《零售商促销行为管理办法》 40

三、《输美纺织品管理公告》 41

第四节 加入 WTO对中国服装业的影响 43

第五节 中国服装市场回顾 49

一、市场概况 49

二、市场竞争 57

三、销售渠道 58

四、贸易法规 61

第三章 全球服装行业与市场 67

第一节 全球服装市场发展概况与预期 68

一、2000-2004年全球服装市场发展简析 68

二、2005年全球服装市场预期 70

第二节 近几年主要国家和地区服装行业与市场 75

一、美国服装行业现状及市场状况 75

二、欧盟服装行业现状及市场状况 89

三、日本服装行业现状及市场状况 96

四、韩国服装行业现状及市场 100

五、香港服装行业现状及市场状况 105

六、加拿大纺织品服装市场 106

七、俄罗斯纺织服装业 110

第四章 服装面料生产与供应 121

第一节 服装面料供应分析 121

一、化纤 121

二、纺织品 124

(一) 棉纺供应 124

(二) 麻纺供应 125

(三) 丝织品供应 127

三、皮革 130

四、中国服装面料工业与国外的差距 131

第二节 服装辅料供应分析 135

第三节 2005年原材料供应预测 137

一、服装面料 137

二、服装里料 139

第四节 缝纫机械 141

第五章 2004-2005年中国服装工业运行态势 144

第一节 2004-2005年服装行业经济指标分析 144

一、2001-2005年10月服装企业数量变化及趋势分析 144

二、2002-2005年10月服装企业产值变化及趋势分析 144

三、2001-2005年10月服装企业产量变化及趋势分析 145

四、2001-2005年10月服装企业产品销售收入变化及趋势分析 156

五、2001-2005年10月服装企业利润变化及趋势分析 157

六、2001-2005年10月服装企业资本负债率变化及趋势分析 157

七、2001-2005年10月服装企业资金利润率变化及趋势分析 158

八、2001-2005年10月服装企业成本费用利润率变化及趋势分析 158

九、2001-2005年10月服装企业人均销售率变化及趋势分析 149

十、2002-2005年10月服装企业产成品资金占用率变化及趋势分析 149

第二节 2003年中国服装行业运行特点分析 149

第三节 2005年上半年中国服装行业运行特点 153

一、各类服装市场表现特点 153

二、外贸环境变化特点 156

三、86种纺织品：近九成供大于求 159

第六章 女装市场分析 160

第一节 2004年女装品牌销售排行榜 160

第二节 2005年最新女装市场表现 162

第三节 女装市场需求变化新特点 163

第四节 2005年女装市场发展特点 165

第五节 2005年女性消费者满意度评选各类服装服饰品牌 167

第七章 男装市场分析 172

第一节 2004年中国男装市场概况 172

第二节 中国男装品牌变局分析 178

二、浙江男装 180

第三节	2004-2005年男装市场发展情况	188
第四节	2005年男西装与男衬衫市场表现	192

第八章 童装市场分析 195

第一节	2004-2005年童装市场变化特点及变化趋势	195
一、	国外品牌竞相争夺中国童装市场	196
二、	国产童装品牌亟须“长大”	197
三、	中国品牌500强无一童装企业	199
四、	中国童装产业聚集地面临选择	200
五、	2006年童装发展趋势	202
第二节	2004年全国大型零售企业童装市场销售情况	204
第三节	童装市场营销策略研究	207
一、	利润偏高性价比失调	207
二、	品牌缺失设计落后	207
三、	专业厂商少产销脱离	208

第九章 内衣市场分析 209

第一节	2004年中国内衣行业市场概况	209
一、	内衣行业的特点	209
二、	中国内衣市场需求规模	211
第二节	2005年中国女性内衣市场最新情况	212
第三节	中国内衣市场的品牌和竞争格局	213
一、	中国内衣市场的总体竞争格局	214
二、	内业自主品牌意识淡薄	216
三、	内衣品牌克隆现象严重	217
四、	汕头内衣产业走向品牌营销模式	218
第四节	女性内衣的消费新视角	219
第四节	保暖内衣市场	227
一、	保暖内衣市场特点	227
二、	终端是保暖内衣的最大软肋	228
第五节	2005年内衣市场影响因素分析	229
一、	服装质量国家强制标准将实施	230

二、2005年中国内衣行业继续变局 230

第十章 其他服装 232

第一节 休闲服装 232

- 一、中国国内休闲服装市场发展新特点 232
- 二、2004年中国休闲服装市场表现 233
- 三、2005年运动休闲服成为最具投资价值服装 233

第二节 牛仔装市场 235

- 一、2004年中国牛仔服装消费情况 235
- 二、牛仔装消费者调查 237

第三节 T恤 238

第四节 皮衣市场 240

第五节 羽绒服市场 242

第六节 运动服装市场 244

- 一、运动服装行业特点 244
- 二、中国运动服装市场发展特点 247
- 三、中国运动服装供给区域分布格局 249
- 四、年龄结构细分与运动服装市场消费结构 251

第十一章 国内服装市场竞争格局 254

第一节 中国服装市场总体竞争格局 254

- 一、优势品牌和领先市场地位日趋稳固 254
- 二、海外知名服装商大量移师中国 255
- 三、国际市场在中国实施本土化攻略 257

第二节 服装市场价格竞争 258

- 一、服装市场的价格竞争特点 258
- 二、2005年服装类价格指数变化 259

第三节 服装市场品牌竞争 260

第四节 服装生产区域格局 261

- 一、广东服装产业 261
- 二、江苏服装产业 263
- 三、湖北服装业 265

四、其他主要地区 267

五、关注弱势地区服装行业发展 280

第五节 农村服装市场需求规模及特点 282

第十二章 服装业领先企业与品牌分析 283

第一节 宁波雅戈尔 283

一、2004-2005年公司发展近况 283

二、雅戈尔的名牌战略 286

三、经营情况 289

第二节 宁波杉杉 291

一、发展简要 291

二、品牌战略 296

三、企业最新经营状况 298

第三节 上海开开实业 300

一、上海开开(集团)有限公司简介 300

二、经营方向的变化 301

三、2005年上半年上海开开(集团)有限公司主要财务数据和指标 303

第四节 江苏红豆 304

一、品牌介绍 304

二、企业发展特点 306

三、2003年之前的经营情况 310

四、2005年前三季主要经营数据统计 310

第十三章 中国服装业国际市场分析及预测 312

第一节 2005年中国服装进口分析及2006年预测 312

一、1999-2005年中国服装进口分析 312

二、2004-2005年中国服装进口分析 313

第二节 2005年中国服装出口分析及2006年预测 314

一、2005年中国纺织品服装出口 314

二、2005年中国服装出口分析 316

三、2005-2006年中国服装进出口趋势预测 324

第三节 服装进出口贸易经营分析 326

- 一、中国服装开拓国际市场的方式 326
- 二、领先企业优势及海外市场策略分析 331
- 三、中国服装业经营指标国际比较分析 335
- 四、中国服装业在全球比较中存在三方面优势 337
- 第四节 中国主要国际竞争对手分析 341
 - 一、印度服装业 341
 - 二、加勒比地区 346
 - 三、斯里兰卡 353
 - 四、其他国家 354
- 第五节 贸易壁垒及应对措施 355
 - 一、服装出口遭遇环保壁垒 355
 - 二、当前纺织服装业反倾销的特点 356
 - 三、中国纺织服装行业应对反倾销的有效途径 358
- 第六节 2005年美国从中国进口服装情况分析 359
 - 一、2004年美国从中国进口服装情况 359
 - 二、2005年1-7月美国进口纺织品服装情况 360

- 第十四章 消费者及其行为分析 364
 - 第一节 服装细分市场消费分析 364
 - 一、男性消费心理分析 364
 - 二、女性消费心理分析 369
 - 三、青年的消费心理特征 370
 - 四、学生以及学校运动服装消费分析 385
 - 五、蓝领消费者 393
 - 第二节 服装购买行为偏好分析 395
 - 一、消费者购买行为类型 396
 - 二、影响消费者购买行为的因素 401

- 第十五章 服装市场营销与渠道分析 403
 - 第一节 中国服装销售渠道构成 403
 - 一、中国服装销售各种业态竞争趋于激烈 403
 - 二、中国服装销售渠道定位逐渐清晰 405

- 三、中国服装流通业进入转型期 407
- 第二节 国外服装销售渠道对中国服装企业的借鉴 410
 - 一、复合营销网络 410
 - 二、无店销售 411
 - 三、与零售业结成联盟 412
 - 四、直销 413
 - 五、特许经营 413

第十六章 中国服装品牌策略分析 416

- 第一节 服装制造业品牌运作 416
 - 一、服装企业应从品牌战略突围 416
 - 二、中国服装品牌发展问题多 419
 - 三、服装品牌国际化 421
 - 四、关注国际趋势 423
 - 五、49个纺织服装品牌获2004年"中国名牌"称号 425
- 第二节 品牌创新 427

第十七章 中国服装业生产发展趋势分析 427

- 第一节 企业信息化建设更为广泛 427
 - 一、当前服装行业信息化面临的难题 427
- 第二节 2005年中国服装市场发展趋势 430
 - 一、老年市场发展空间广阔 430
 - 二、职业装：服装行业新亮点 435
- 第三节 2005秋冬及2006春夏流行趋势 440
- 附件一《商业特许经营管理办法》 442

图表目录

- 图表1-3-1：2004-2005年10月国内规模以上服装企业总数与资产总额变化对比 6
- 图表2-1-1：1998-2005年中国国内生产毛额增长图（亿元） 11
- 图表2-1-2：1998-2005年中国国内生产毛额增长率趋势图（%） 11
- 图表2-1-3：2005-2006年总量及产业指标预测 22
- 图表2-1-4：2005-2006年全社会固定资产投资指标预测 23

- 图表2-1-5 : 2005-2006年价格指数预测 23
- 图表2-1-6 : 2005-2006年居民收入与消费指标预测 24
- 图表2-1-7 : 2005-2006年消费品市场指标预测 24
- 图表2-1-8 : 2005-2006年财政指标预测 25
- 图表2-1-9 : 2005-2006年金融指标预测 25
- 图表2-1-10 : 2005-2006年金融指标预测 26
- 图表2-2-1 : 近年来中国人口统计 (单位:亿人) 27
- 图表2-2-2 : 未来中国人口增长趋势 27
- 图表2-2-3 : 中国主要人口经济指标与其它国家的比较, 1995 28
- 图表2-2-4 : 中国的家庭收入分布占总收入的% 29
- 图表2-2-4 : 中国人口年龄金字塔 30
- 图表2-2-5 : 1980-2000年中国家庭规模变化趋势 32
- 图表2-2-6 : 2002年中国家庭结构分布 32
- 图表2-2-7 : 2004-2005年中国人口分类构成图 33
- 图表2-2-8 : 中国人口出生率、死亡率和自然增长率的变化 33
- 图表2-2-9 : 1998-2005年中国居民可支配收入变化 (单位:元) 36
- 图表2-2-10 : 1998-2004中国城乡居民家庭恩格尔系数 36
- 图表2-3-1 : 2006-2007年中国输美纺织品配额分配表 41
- 图表2-4-1 : 中国服装市场调查---国外及台湾与香港品牌进入统计 44
- 图表2-5-1 : 2004年全国大型商场服装市场销售情况统计 49
- 图表2-5-2 : 2004年消费者对服装选择的看法 50
- 图表2-5-3 : 2004-2005年消费者感兴趣的促销手段统计 51
- 图表2-5-4 : 2004-2005年国内与国外服装品牌喜好度对比 51
- 图表2-5-5 : 2004-2005年各地服装综合得分统计 52
- 图表2-5-6 : 2004年进口服装产品及相关金额统计 54
- 图表2-5-7 : 2004年全国服装专业市场名称及地址统计表 59
- 图表2-5-8 : 2005-2006年各类服装展会资料统计表 60
- 图表2-5-9 : 2004年各类服装货物编号及税率统计 61
- 图表2-5-10 : 2004-2005年各类出口纺织品原产地标准统计 63
- 图表2-5-11 : 2004年出口服装国家标准目录 67
- 图表3-1-1 : 未来几年世界服装市场结构变化情况 69
- 图表3-1-2 : 2004年世界服装市场结构图 69

图表3-1-3 : 2010年世界服装市场结构图 70

图表3-2-1 : 美国与其他国家签署的贸易协定 83

图表3-2-2 : 美国从 N A F T A 进口纺织品服装与从其他国家和地区进口比较 (单位 : 亿美元 ; %) 83

图表3-2-3 : 美国纺织品服装主要进口来源地市场占有率 (%) 85

图表3-2-4 : 韩国品牌进军中国现况 102

图表3-2-5 : 1970年--2002年韩国服装出口额变化 (单位 : 亿美元) 103

图表3-2-6 : 1970年--2002年韩国服装出口线性回归模型的参数估计结果 104

图表4-1-1 : 2005年1-2月与1-4月化纤业各项指标增幅 (与去年同期) 比较 121

图表4-1-2 : 2005年1-2月化学纤维流向分类统计 122

图表4-1-3 : 2001-2005年6月中国棉布产量 (万米) 125

图表4-1-4 : 2001-2004年中国丝织品产量 (万米) 127

图表4-1-5 : 2002-2004年中国轻革产量 (平方米) 130

图表4-1-6 : 2002-2003年中国毛皮(折羊毛皮)产量 (张) 130

图表5-1-1 : 2001-2005年10月中国服装制造业企业单位数 (个) 144

图表5-1-2 : 2002-2005年10月中国服装制造业工业总产值 (当年价格) (千元) 144

图表5-1-3 : 2001-2004年中国梭织服装产量 (万件) 145

图表5-1-4 : 2002-2004年中国梭织服装产量 (万件) 145

图表5-1-5 : 2002-2005年10月中国针织服装产量 (万件) 145

图表5-1-6 : 2002-2005年10月中国衬衫产量 (万件) 146

图表5-1-7 : 2001-2005年10月中国服装制造业产品销售收入 (千元) 146

图表5-1-8 : 2001-2005年10月中国服装制造业利润总额 (千元) 147

图表5-1-9 : 2001-2005年10月中国服装制造业资本负债率 147

图表5-1-10 : 2001-2005年10月中国服装制造业资金利润率 148

图表5-1-11 : 2001-2005年10月中国服装制造业成本费用利润率 148

图表5-1-12 : 2001-2005年10月中国服装制造业人均销售率 (元) 149

图表5-1-13 : 2001-2005年10月中国服装制造业产成品资金占用率 149

图表5-2-1 : 2003年全国重点大型百货商场服装销售情况 153

图表5-3-1 : 2005年上半年服装销售额占重大型零售企业销售额比例示意图 154

图表5-3-2 : 2005年上半年服装零售额增长幅度在零售企业中的比较 156

图表6-1-1 : 女装十大主销商场 162

图表6-2-1 : 2005年5国内女装销售排名统计 162

图表6-2-2：2005年5月全国重点商场女装销售统计 163

图表6-4-1：2005年上半年女装销售额占重大型零售企业服装销售额比例示意图 165

图表6-5-1：2005年女性消费者对服装服饰类品牌满意度调查评先标准汇总 167

图表6-5-2：2005年女性消费者最满意的女士职业装品牌 167

图表6-5-3：2005年女性消费者最满意的时尚淑女装品牌 168

图表6-5-4：2005年女性消费者最满意的女士休闲装品牌 168

图表6-5-5：2005年女性消费者最满意的羊毛（绒）衫品牌 169

图表6-5-6：2005年女性消费者最满意的女士内衣品牌 169

图表6-5-7：2005年女性消费者最满意的保暖内衣品牌 170

图表6-5-8：2005年女性消费者最满意的女鞋品牌 171

图表6-5-9：2005年女性消费者最满意的袜子品牌 171

图表6-5-10：2005年女性消费者最满意的箱包品牌 171

图表7-1-1：2002-2004年中国西服及西服套装产量（万件） 172

图表7-2-2：浙江男装部分知名品牌一览 180

图表7-3-1：2004年男装销售额在全国3亿元以上大商场中所占比重 188

图表7-3-2：2005年男装品牌创建成本估值统计 190

图表7-3-3：上海05年3月十大商场十大类服装销售情况 190

图表7-4-1：2005年9国内男西装销售排名统计 193

图表7-4-2：2005年9国内男衬衫销售排名统计 194

图表8-1-1：2005年5月国内童装品牌销售排名统计 196

图表8-1-2：2002-2004年中国儿童服装产品产量（万件） 197

图表8-2-1：童装十大主销商场 206

图表8-2-2：2003年全国重点大型零售企业童装市场综合占有率前十个品牌 206

图表8-2-3：2003年全国重点大型零售企业童装销量分月统计表 206

图表9-1-1：1998～2002年中国内衣销售额 212

图表9-2-1：2005年5国内女性内衣销售排名统计 213

图表9-2-2：2005年5月全国重要商场女性内衣销售情况 213

图表9-4-1：现代女性购买内衣时的颜色偏好 220

图表9-4-2：女性内衣消费者经常买的面料 220

图表9-4-3：女性内衣消费者对功能的偏好 220

图表9-4-4：不同年龄段女性的选择偏好 220

图表9-4-5：内衣选择的考虑因素 221

- 图表9-4-6：内衣选择的影响因素 221
- 图表9-4-7：消费者偏好 222
- 图表9-4-8：消费者心里分析 222
- 图表9-4-9：品牌的选择 223
- 图表9-4-10：男性消费何曾为妻子或女友购买过内衣的调查 223
- 图表9-4-11：三类女性群体的特征及对内衣的态度 224
- 图表10-4-1：2002-2004年中国革皮服装产量（件） 240
- 图表10-4-2：2002-2004年中国毛皮服装产量（件） 241
- 图表10-5-1：2002-2004年中国羽绒服装产量（万件） 243
- 图表10-6-1：运动服装层次需求特点与影响因数 247
- 图表10-6-2：国产运动品牌状况比较分析表 247
- 图表10-6-3：中国运动服装企业区域分布格局 250
- 图表10-6-4：中国运动服装企业所有制构成图 251
- 图表10-6-5：运动服装不同年龄结构需求特点及影响因数 251
- 图表10-6-6：运动服装市场消费者构成比例图 253
- 图表11-1-1：2004年1-8月纺织服装制造收入前十家企业 254
- 图表11-1-2：2003年中国服装行业"产品销售收入"百强企业名单(前20名) 255
- 图表11-2-1：1994-2002年居民衣着消费价格指数（上年为100） 260
- 图表11-5-1：农村居民家庭衣着消费变化情况比较表 282
- 图表12-1-1：2005年三季度雅戈尔纺织服装业务数据统计 290
- 图表12-1-2：2003-2006年雅戈尔服装业务增长预测 290
- 图表12-2-1：2005年1-9月占主营收入或主营业务利润总额10%以上的主营行业或产品情况 299
- 图表12-2-2：2005年1-9月财务数据统计 299
- 图表12-3-1：1999～2002年上海开开（集团）有限公司主要会计数据和财务指标 300
- 图表12-3-2：2005年上半年占主营业务收入或主营业务利润10%以上（含10%）的行业或产品 303
- 图表12-3-3：2005年上半年上海开开主营业务分地区情况统计 303
- 图表12-4-1：2005年三季度主营收入或主营业务利润总额10%以上的主营行业或产品 311
- 图表12-4-2：2005年前三季主要财务指标统计 311
- 图表13-1-1：1999-2005年中国纺织品服装进口额（亿美元） 312
- 图表13-1-2：2001-2005年中国服装进口额（亿美元） 312
- 图表13-1-3：2005年服装进口占纺织品类进口总额的比例示意图 313

图表13-1-4：1999-2005年中国纺织品服装进出口贸易顺差额（亿美元） 314

图表13-2-1：2005年服装出口占纺织品类出口总额的比例示意图 314

图表13-2-2：1999-2005年中国纺织品服装出口额（亿美元） 315

图表13-2-3：2001-2005年中国服装出口额（亿美元） 316

图表13-2-4：2001-2005年9月出口服装同期比较示意图 317

图表13-2-5：2001-2005年按月分类出口服装统计比较 318

图表13-2-6：2001-2005年9月中国出口日本服装创汇情况统计 320

图表13-2-7：2001-2006年中国服装出口额变化预测（亿美元） 325

图表13-2-8：2001-2006年中国服装进口额变化预测（亿美元） 325

图表13-2-9：1999-2006年中国服装进出口差额变化预测（亿美元） 325

图表13-3-1：世界十大纺织品出口方劳动力成本比较 336

图表13-3-2：2003年服装类上市公司跨国经营状况 341

图表13-6-1：2004年美国从中国进口纺织品服装分类统计表 360

图表13-6-2：2002-2005年7月美国进口纺织服装金额前十大地区 361

图表13-6-3：2005年1-7月美国进口纺织服装前十位地区数量情况统计 362

图表13-6-4：2005年1-7月我国出口美国纺织各品种情况 363

图表14-1-1：京沪青少年的消费结构 375

图表14-1-2：青少年的消费理念 376

图表14-1-3：青少年对服装名牌的看法 376

图表14-1-4：青少年对服装名牌的态度 377

图表14-1-5：青少年对名牌服装打折消费的态度 378

图表14-1-6：对假冒服装名牌的看法 378

图表14-1-7：青少年一周的媒体接触情况 379

图表14-1-8：京沪青少年经常看的电视节目类型 380

图表14-1-9：京沪青少年对电视、广播栏目的接触情况 381

图表14-1-10：京沪青少年经常听的广播节目类型 382

图表14-1-11：京沪青少年爱看的报纸、杂志 383

图表14-1-12：学校购置的主要体育用品和经费支出一览表 387

图表14-1-13：班级购置的主要体育用品和费用一览表 388

图表14-1-14：学生购置主要体育用品及费用情况一览表 389

图表14-1-15：学校常用体育用品品牌一览表 391

图表14-2-1：购买行为的4种类型 398

图表15-1-1：1997～2000年美国服装网络销售额 411

图表16-1-1：49个纺织服装品牌获2004年"中国名牌"称号 425

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/47712.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。