



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2008年中国乳制品市场分析及发展趋势研究报告

## 一、调研说明

《2008年中国乳制品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/56100.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](mailto: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

### 第一部分 行业现状1

#### 第一章 2003-2007乳制品行业运行状况分析2

##### 第一节 2006年中国乳制品市场现状2

###### 一、奶业生产情况2

###### 二、鲜奶销售市场价格情况分析2

###### 三、奶业发展需要关注的问题3

##### 第二节 2007年第一季度乳制品市场5

###### 一、奶业生产情况5

###### 二、鲜乳品市场价格情况5

###### 四、2007年奶业发展总体态势预测7

##### 第三节 2003-2006年运行情况回顾8

###### 一、2003-2006年中国液态奶和乳制品累计总产值统计分析8

###### 二、2006年中国乳制品制造业企业评价指标统计分析9

###### (一) 资本保值增值率9

###### (二) 资本负债率9

###### (三) 产值利税率10

###### (四) 资金利润率10

###### (五) 成本费用利润率11

###### (六) 人均销售率12

###### 三、2003-2006年中国乳制品制造业企业盈亏情况分析13

###### (一) 企业单位数13

###### (二) 亏损企业单位数13

###### (三) 亏损企业亏损总额14

###### 四、2006年中国乳制品制造业企业资产负债指标分析14

###### (一) 流动资产平均余额14

###### (二) 固定资产净值平均余额15

###### (三) 资产合计15

###### (四) 负债合计15

###### (五) 资本负债率16

###### 五、2004-2006年中国食品制造业企业产销存统计分析16

- (一) 产品销售成本16
- (二) 产品销售费用17
- (三) 产品销售税金及附加18
- (四) 财务费用19

### 第三节 中国乳制品市场预测21

#### 一、2008-2020年乳制品市场预测21

- (一) 成长性预测21
- (二) 盈利能力预测21

## 第二章 中国乳制品市场进出口分析22

### 第一节 2005-2006年中国乳制品市场进出口分析22

- 一、2005-2006年度整体情况22
- 二、进口分析23
- 三、出口分析27

### 第二节 2007年中国乳制品第一季度进出口分析33

- 一、进口品种/数量33
- 二、进口的国别分析33
- 三、出口品种/数量33

## 第二部分 市场细分37

### 第三章 乳制品细分市场分析38

#### 第一节 液态奶市场分析38

- 一、2005-2007液态奶市场分析38
- 二、液体奶的结构分析41
- 三、液态奶市场竞争特点44
- 四、2006年各地区知名品牌销售动态46
- 五、液态奶2008年发展趋势48

#### 第二节 奶粉市场分析49

- 一、2006年的奶粉市场49
- 二、国内奶粉销售分析50
- 三、成人奶粉主要消费群体分析58

#### 第三节 冰淇淋市场分析60

- 一、中国冰淇淋市场总体分析60
- 二、冰淇淋市场的主要特点60
- 三、中国冰淇淋2008年市场预期61
- 四、冰淇淋消费者行为分析61
- 第四节 乳酸菌奶市场分析62
  - 一、国外乳酸菌奶介绍62
  - 二、乳酸菌奶是我国增长最快的乳制品63
  - 三、乳酸菌奶市场总体分析64
  - 四、乳酸菌奶消费者行为分析64
  - 五、洋品牌全线撤退65
  - 六、酸奶市场标准先行67

#### 第四章 乳制品区域市场68

##### 第一节 区域市场品牌格局68

- 一、华北——北京68
- 二、华东——上海69
- 三、华南——广州70

##### 第二节 北京乳制品行业发展现状71

- 一、市场现状71
- 二、北京地区消费者分析72
- 三、北京乳制品行业发展78
  - (一) 行业规模78
  - (二) 生产企业78
  - (三) 产品产量79
  - (四) 销售情况79
  - (五) 盈利情况79

##### 第二节 上海乳制品行业发展现状80

- 一、市场现状80
- 二、上海地区消费者分析80
- 三、上海乳制品行业发展81
  - (一) 行业规模81
  - (二) 生产企业81

(三) 产品产量81

(四) 销售情况82

(五) 盈利情况82

### 第三节 广东乳制品行业发展现状82

一、广州市场82

二、广东消费者分析83

三、广东省乳制品行业发展84

(一) 行业规模84

(二) 生产企业84

(三) 产品产量85

(四) 销售情况85

(五) 盈利情况85

### 第四节 内蒙古乳品行业发展现状86

一、行业规模86

二、生产企业86

三、产品产量87

四、销售情况87

五、盈利情况87

## 第五章 市场竞争88

### 第一节 国内乳制品市场竞争现状88

一、奶源紧张88

二、生产方式落后89

三、原料奶掺假90

四、行业整合尚未真正开始91

五、光明、蒙牛、伊利三巨头竞争霸主92

六、乳品质量安全问题影响我国乳品业发展93

七、新竞争对手的进入门槛提高96

### 第二节 我国乳制品业的过度竞争分析96

### 第三节 中国乳制品行业竞争特点103

一、大牌企业主导市场103

二、应对国际竞争国内化，跨省扩张全国市场103

- 三、内资与外资、国有与非国有企业加速融合104
  - 四、奶牛基地和非奶源地区的竞争105
  - 第五节 液态奶市场竞争制胜招数——同质化中追求差异化107
    - 一、使用原料的差异性107
    - 二、产品包装的差异性108
    - 三、产品功能的差异性108
    - 四、在强化营养上追求差异性108
    - 五、地方区域的差异性108
    - 六、消费人群的差异性108
    - 七、消费水平不同也给产品的差异性带来不同108
    - 八、销售方法、销售渠道和网络的不同，也要求产品不同109
    - 九、奶源不同方面的差异性109
  - 第六节 中国奶粉走向高端市场中的竞争力分析110
    - 一、阜阳奶粉事件带来的变化110
    - 二、奶粉企业走向高端的“是”与“非”112
    - 三、进入高端市场，审视在前，行动在后115
      - (一) 目标市场的重新审视115
      - (二) 品牌架构的重新审视115
      - (三) 品牌内涵的重新审视116
      - (四) 产品创新的重新审视。116
      - (五) 品牌传播的重新审视117
  - 第七节 冰淇淋市场竞争分析119
- 
- 第六章 中国乳制品加工业重点企业分析125
    - 第一节 内蒙古伊利实业集团股份有限公司125
      - 一、基本情况125
      - 二、2006-2007年经营状况分析125
    - 第二节 上海光明乳业股份有限公司129
      - 一、基本情况129
      - 二、2006-2007年经营状况分析129
    - 第三节 河北三鹿集团股份有限公司133
      - 一、基本情况133

- 二、品牌运营策略分析133
- 三、企业赢利分析135
- 第四节 黑龙江省完达山乳业股份有限公司137
  - 一、基本情况137
  - 二、市场营销策略138
- 第五节 内蒙古蒙牛乳业股份有限公司141
  - 一、基本情况141
  - 二、经营状况成长分析142
  - 三、公司经营策略143
- 第六节 北京三元食品股份有限公司145
  - 一、基本情况145
  - 二、2006-2007年经营状况分析146
- 第七节 英特儿营养乳品有限公司149
  - 一、基本情况149
  - 二、品牌分析——多美滋150

### 第三部分 营销策略151

## 第七章 中国乳制品渠道及营销策略分析152

### 第一节 产品消费策略分析152

- 一、消费结构152
- 二、市场情况152
- 三、产品策略153

### 第二节 乳品销售渠道比较155

### 第三节 品牌渠道策略分析161

- 一、中国乳业的品牌策略161
- 二、蒙牛品牌攻防战的启示162

### 第四节 渠道价格策略分析164

- 一、世界乳制品价格分析164
- 二、2004-2007中国原奶价格分析165
  - (一) 2004-2005价格分析165
  - (二) 2006价格分析166
  - (三) 2007价格分析167



### 三、乳制品的价格策略168

## 第八章 2006-2008年中国乳制品市场营销策略分析170

### 第一节 中国乳制品市场价格战分析170

#### 一、内部价格战分析170

##### (一) 分销客户之间展开价格战170

##### (二) 区域之间的价格战171

##### (三) 渠道之间的价格战171

#### 二、外部价格战表现分析172

##### (一) 销量冠军争夺战172

##### (二) 渠道争夺战172

##### (三) 消费者争夺战172

##### (四) 阵地争夺战173

### 第二节 2006年乳制品企业广告分析174

#### 一、乳业巨头广告投放额度变化174

#### 二、原因分析及后市走势175

## 第九章 不同类型企业的营销策略方向分析182

### 第一节 区域型企业的市场营销策略分析182

#### 一、类型一：资源型182

#### 二、类型二：扩张型183

#### 三、类型三：技术型183

#### 四、类型四：成本型184

### 第二节 龙头乳制品企业营销策略的改变184

### 第三节 城市型乳制品企业进军全国市场策略186

#### 一、集中优势打歼灭战186

#### 二、发挥中小企业机动灵活的优势186

#### 三、轻装上阵主攻重点产品186

#### 四、回避正面交锋187

#### 五、重视管理水平的提高187

## 第四部分 发展趋势189

## 第十章 2008全球乳制品市场发展预期189

### 第一节 世界乳制品行业发展预测190

- 一、世界乳制品业发展分析190
- 二、联合国粮农组织对未来几年全球乳品业的预测191
- 三、国际乳业消费趋势192

### 第二节 中国乳制品发展预测193

- 一、促进我国乳业快速增长的因素分析194
- 二、未来促进中国乳业发展的因素195
- 三、中国乳制品生产预测198

### 第三节 中国乳制品消费趋势预测200

- 一、我国乳制品消费品种200
- 二、乳制品供需缺口分析203
- 三、影响乳制品需求的因素分析203
  - (一) 收入增长是主要因素204
  - (二) 城市化进程是需求增长的新动因。204
  - (三) 人口增长及结构变化将是新动力。204
  - (四) 市场细化和宏观政策将促进需求。204

### 第四节 中国乳品业并购趋势205

- 一、外资直接入资参股205
- 二、国内上市公司并购乳制品企业206
- 三、大型或传统乳品企业并购中小型乳制品企业206
- 四、反向并购206
- 五、拍卖207

## 第十一章 中国乳制品行业面临的危机及解决对策210

### 第一节 中国乳制品行业面临的危机210

- 一、国内企业热衷价格战，缺乏新的竞争优势210
- 二、我国乳业生产中的规模化瓶颈211
- 三、质量安全制约乳业发展214

### 第二节 中小型乳业发展对策215

### 第三节 国内乳制品企业应加强的对策218

- 一、产品多元化218

- 二、高质量运行方式220
- 三、生态乳业是我国乳业发展的必由之路222
- 四、我国乳制品企业发展战略225

## 第五部分 投资环境229

### 第十二章 中国食品行业投资状况分析230

#### 第一节 中国乳制品行业投资特性分析230

- 一、乳制品行情价值分析230
- 二、乳制品成长性分析230
- 三、乳制品行业的盈利能力分析233

#### 第二节 中国乳制品行业重要投资方向推荐234

- 一、奶酪投资方向分析234
- 二、乳酸菌奶投资方向分析236

### 第十三章 乳制品工业包装技术市场分析238

#### 第一节 中国乳品包装加工机械技术现状238

- 一、初级产品的低水平与终端产品的高安全性要求的矛盾238
- 二、行业的特殊要求与复合型技术人才缺失的矛盾238
- 三、行业发展格局与宏观导向缺乏的矛盾239

#### 第二节 近年我国液态奶包装技术的进展及存在的问题239

#### 第三节 英国乳制品包装市场分析243

### 第十四章 中国经济环境分析246

#### 第一节 2006年经济运行情况分析246

#### 第二节 2006年经济运行四大问题250

#### 第三节 2007年第一季度经济运行情况分析253

- 一、总体情况253
- 二、农业生产253
- 三、工业生产253
- 五、国内市场销售255
- 六、市场价格255
- 七、对外贸易256

## 八、城乡居民收入256

### 图表目录

- 图表1-1 2006年1-3月份全国乳制品产量4
- 图表1-2 2006年与2002年1季度各省区鲜奶价格比较4
- 图表1-3 全国鲜奶市场不同价格区间省份分布情况4
- 图表1-4 2007年与2006年一季度，全国监测城市鲜乳品平均价格6
- 图表1-5 2001~2007年全国鲜乳品零售市场季度平均价格7
- 图表1-9 2003-2007年液体乳及乳制品制造业工业总产值8
- 图表1-10 2003-2007年液体乳及乳制品制造业工业产值趋势图8
- 图表1-11 2006年1-12月液体乳及乳制品制造业工业产值统计8
- 图表1-12 2006年1-12月液体乳及乳制品制造业工业产值趋势图9
- 图表1-13 2006年1-12月乳制品制造业资本保值增值率9
- 图表1-14 2006年1-12月乳制品制造业资本保值增值率统计10
- 图表1-15 2006年1-12月乳制品制造业产值利税率统计10
- 图表1-16 2006年1-12月乳制品制造业产值利税率变化趋势图10
- 图表1-17 2006年1-12月乳制品制造业资金利润率11
- 图表1-18 2006年1-12月乳制品制造业资金利润率趋势图11
- 图表1-19 2006年1-12月乳制品制造业成本费用利润率统计11
- 图表1-20 2006年1-12月乳制品制造业成本费用利润率趋势图12
- 图表1-21 2006年1-12月乳制品制造业人均销售率12
- 图表1-22 2006年1-12月乳制品制造业人均销售率趋势图12
- 图表1-23 2006年1-12月乳制品制造业企业增长情况13
- 图表1-24 2003-2006年乳制品制造业亏损企业增长情况13
- 图表1-25 2003-2006年乳制品制造业亏损企业增长情况14
- 图表1-26 2006年1-12月乳制品制造业企业亏损额统计14
- 图表1-27 2006年1-12月乳制品制造业亏损企业流动资产平均余额14
- 图表1-28 2006年1-12月乳制品制造业固定资产净值平均余额15
- 图表1-29 2006年1-12月乳制品制造业资产合计15
- 图表1-30 2006年1-12月乳制品制造业负债合计15
- 图表1-31 2007年1-4月乳制品制造业负债合计15
- 图表1-32 2006年1-12月乳制品制造业资本负债率16

图表1-33 2007年1-4月乳制品制造业资本负债率16

图表1-34 2004-2006年产品销售成本比较16

图表1-35 2006年1-12月产品销售成本比17

图表1-36 2007年1-4月产品销售成本比较17

图表1-37 2004-2006年产品销售费用比较17

图表1-38 2006年1-12月产品销售费用比较18

图表1-39 2007年1-4月产品销售费用比较18

图表1-40 2004-2006年产品销售税金及附加比较18

图表1-41 2006年1-12月产品销售税金及附加统计19

图表1-42 2007年1-4月产品销售税金及附加统计19

图表1-43 2004-2006年财务费用比较19

图表1-44 2006年1-12月财务费用统计20

图表1-45 2007年1-4月财务费用统计20

图表2-1 2005年乳品进出口情况22

图表2-2 2002-2006年未加糖或其他甜物质的乳及奶油进出口统计22

图表2-3 2005年全年与2004年同期相比乳品进口情况23

图表2-4 2002-2006年加糖或其他甜物质的乳及奶油进口金额/数量统计24

图表2-5 2002-2006酪乳、结块的乳及奶油、发酵或酸化乳及奶油进口金额/数量统计24

图表2-6 2002-2006乳清/含天然乳的产品进口金额/数量统计25

图表2-7 2002-2006黄油/乳酱产品进口金额/数量统计25

图表2-8 2002-2006乳酪/凝乳产品进口金额/数量统计26

图表2-9 2005年我国乳制品主要进口国家金额百分比26

图表2-10 2005年我国乳制品主要进口国家数量百分比27

图表2-11 2005年乳品出口情况 ) 28

图表2-12 2006年1-3月份乳品进出口情况29

图表2-13 2006年1-3月主要进口乳品增长变化情况 (%) 29

图表2-14 2006年1-3月乳品主要进口国增长变化情况 (%) 30

图表2-15 2002-2006年加糖或其他甜物质的乳及奶油出口金额/数量统计30

图表2-16 2002-2006酪乳、结块的乳及奶油、发酵或酸化乳及奶油出口金额/数量统计31

图表2-17 2002-2006乳清/含天然乳的产品出口金额/数量统计31

图表2-18 2002-2006黄油/乳酱产品出口金额/数量统计32

图表2-19 2002-2006乳酪/凝乳产品出口金额/数量统计32

图表2-20 2007年1-3月份乳品进出口情况34

图表2-21 2007年1-3月主要进口乳品增长变化情况(%) 34

图表2-22 2007年1-3月乳品主要进口国增长变化情况(%) 35

图表2-23 2007年1-3月主要出口乳品增长变化情况(%) 35

图表3-1 2005年主要企业液态奶产值情况38

图表3-2 2006年保鲜奶和常温奶占液态奶份额42

图表3-3 加热后牛乳中乳清蛋白质的变性率43

图表3-4 牛乳中含硫氨基酸的损失率43

图表3-5 牛乳中可利用赖氨酸的损失率43

图表3-6 加热后牛乳中维生素的损失率44

图表3-7 2006年1月份全国部分连锁店超市液体奶销售排行46

图表3-8 2006年2月份全国部分连锁店超市液体奶销售排行46

图表3-9 2006年3月份全国部分连锁店超市液体奶销售排行47

图表3-10 2006年4月份全国部分连锁店超市液体奶销售排行47

图表3-11 2006年5月份全国部分连锁店超市液体奶销售排行47

图表3-12 2006年6月份全国部分连锁店超市液体奶销售排行48

图表3-13 2006年7月份全国部分连锁店超市液体奶销售排行48

图表3-15 2005年5月奶粉销售排行52

图表3-16 2006年1月份全国部分连锁店超市奶粉销售排行53

图表3-17 2005年11月份全国部分连锁店超市奶粉销售排行53

图表3-18 2005年12月份全国部分连锁店超市奶粉销售排行54

图表4-3 北京城八区居民人均收入、乳品消费支出抽样调查资料75

图表4-4 人均每月液态奶支出和家庭人均收入分组76

图表4-5 2006年1-12月北京乳制品制造业生产总值统计78

图表4-6 2006年1-12月北京乳制品制造业生产企业变化趋势图78

图表4-7 2006年1-12月北京乳制品制造业生产企业统计78

图表4-8 2002 -2007北京乳制品制造业生产企业产量统计79

图表4-9 2006年1-12月北京乳制品制造业生产企业销售收入统计79

图表4-10 2006年1-12月北京乳制品制造业生产企业利润总额统计79

图表4-11 2006年1-12月上海乳制品制造业生产总值统计81

图表4-12 2006年1-12月上海乳制品制造业生产企业统计81

图表4-13 2002-2007上海乳制品制造业生产企业产量统计81

图表4-14 2006年1-12月上海市乳制品制造业生产企业销售收入统计82

图表4-15 2006年1-12月北京乳制品制造业生产企业利润总额统计82

图表4-16 2006年1-12月广东省乳制品制造业生产总值统计84

图表4-17 2006年1-12月广东省乳制品制造业生产企业数量84

图表4-18 2002-2007广东省乳制品制造业产量统计85

图表4-19 2006年1-12月广东省乳制品制造业销售收入85

图表4-20 2006年1-12月广东省乳制品制造业利润总额统计85

图表4-21 2006年1-12月内蒙古乳制品制造业生产总值统计86

图表4-22 2006年1-12月内蒙古乳制品制造业生产企业统计86

图表4-22 2002-2007内蒙古乳制品制造业产量统计87

图表4-23 2006年1-12月内蒙古乳制品制造业销售收入87

图表4-24 2006年1-12月内蒙古乳制品制造业利润总额统计87

图表5-1 2005年中国婴儿奶粉市场不同阶段奶粉销量及增长率113

图表5-2 2005年成人系列奶粉市场销量下跌情况113

图表6-1 2006-2007年伊利集团利润构成分析127

图表6-2 2006-2007年伊利集团获利能力分析127

图表6-3 2006-2007年伊利集团经营能力分析127

图表6-4 2006-2007年伊利集团偿债能力分析128

图表6-5 2006-2007年伊利集团资本结构分析128

图表6-6 2006-2007年伊利集团发展能力分析128

图表6-7 2006-2007年伊利集团现金流量分析128

图表6-8 2006-2007年光明乳业利润构成分析129

图表6-9 2006-2007年光明乳业获利能力分析130

图表6-10 2006-2007年光明乳业经营能力分析130

图表6-11 2006-2007年光明乳业偿债能力分析130

图表6-12 2006-2007年光明乳业资本结构分析130

图表6-13 2006-2007年光明乳业发展能力分析131

图表6-14 2006-2007年光明乳业现金流量分析131

图表6-15 三鹿集团2001-2005年销售收入增长情况136

图表6-26 完达山乳业股份有限公司基本情况137

图表6-27 2006蒙牛乳业年收入构成比较图143

图表6-28 蒙牛公司经营策略143

图表6-16 2005年三元食品主营业务分产品情况表147

图表6-17 2005三元食品主营业务分地区情况表147

图表6-18 2006-2007年三元食品利润构成147

图表6-19 2006-2007年三元食品获利能力148

图表6-20 2006-2007年三元食品经营能力148

图表6-22 2006-2007年三元食品偿债能力148

图表6-23 2006-2007年三元食品资本结构148

图表6-24 2006-2007年三元食品发展能力149

图表6-25 2006-2007年三元食品现金流量分析149

图表10-1 城镇居民人均奶及奶制品消费增长情况200

图表10-2 我国居民人均乳品消费量200

图表11-1 北京地区奶类消费人群年龄构成219

图表11-2 天津城镇居民奶类消费人群职业构成220

图表12-1 2005年城镇居民乳品消费品种百分比232

图表14-1 2006年中国国内生产总值246

图表14-2 2004-2005年中国国内生产总值增长246

图表14-3 2006年中国国内生产总值1-4季度增长246

图表14-4 2006年中国第一产业/第二产业/第三产业增长247

图表14-5 2006年中国粮食总产量增长统计247

图表14-6 2006年中国规模以上工业企业完成增加值统计247

图表14-7 2006年中国对外贸易统计248

图表14-8 2006年以来投资增幅升降比较大的行业248

图表14-9 2006年以来投资增幅比较大的行业249

图表14-10 2006年中国人均国内生产总值250

图表14-11 2006年我国城镇居民人均可支配收入251

图表14-12 2006年我国农民人均纯收入251

图表14-13 2006年我国居民消费价格251

图表14-14 2006年我国生产资料价格252

图表14-15 2006年我国固定资产投资252

图表14-16 2007一季度国内生产总值/同比增长253

图表14-17 2007一季度全国规模以上工业完成增加值254

图表14-18 2007一季度全国规模以上工业利润254



图表14-19 2007一季度全社会固定资产投资255

图表14-20 2007一季度社会消费品零售总额255

图表14-21 2007一季度进出口总额256

A004

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/56100.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。