



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2008年中国手机市场分析及发展趋势研究报告

## 一、调研说明

《2008年中国手机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/69766.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

### 第一章 全球移动通讯产业环境1

#### 第一节 全球手机产业现状1

##### 一、全球移动通信市场的发展1

##### 二、移动通信市场发展特点2

#### 第二节 全球手机产业发展趋势8

##### 一、全球手机产业发展趋势8

##### 二、2005-2006年全球手机市场分析10

#### 第三节 现代移动通讯技术发展14

##### 一、现代移动通信系统的发展14

##### 二、走向3G-全球移动运营商的选择15

##### 三、现代移动通讯技术发展趋势：四代移动通信系统技术26

### 第二章 2006-2007年全球手机市场发展态势9

#### 第一节 2005-2006年世界主要国家手机市场状况29

##### 一、美国手机市场发展分析29

##### 二、西欧手机市场分析35

##### 三、日本手机市场状况42

##### 四、韩国手机市场发展情况48

#### 第二节 2005-2006年全球手机市场发展49

##### 一、全球电信业发展特征49

##### 二、2005-2006年全球手机市场产销情况56

##### 三、2007年手机产品全球市场预期61

#### 第三节 中国在全球手机市场中的地位分析61

### 第三章 2005-2006国内经济环境分析63

#### 第一节 2005年中国经济运行态势63

##### 一、经济全球化分析63

##### 二、2005年经济运行情况分析65

##### 三、2005年经济运行四大问题69

#### 第二节 2006年第一季度经济运行情况分析71

##### 一、总体情况71

##### 二、农业生产72

三、工业生产	72
四、固定资产投资	73
五、国内市场销售	73
六、市场价格	74
七、对外贸易	74
八、城乡居民收入	75
第三节 人口与消费水平	75
一、我国人口	75
二、中国家庭结构变化分析	76
第四章 手机产业政策环境分析	79
第一节 国内手机产业政策分析	79
一、手机牌照审批制度开始松动，手机生产准入门槛降低	79
二、缺陷手机召回制度出台在即	79
第二节 手机出口国内外政策分析	82
一、国外手机厂商对中国GMS手机厂商征收专利费政策	82
第五章 手机关联产业分析	83
第一节 2005-2006年中国电信业发展及展望	83
一、2005-2006年电信业发展现状	83
二、通信制造业	92
第二节 2005-2006年移动运营商运营状况分析	98
一、用户持续增长	98
二、营业收入平稳上升	102
三、趋向理性竞争	106
第三节 中国手机技术研发现状	110
一、技术研发的国际性比较	110
二、国内手机研发公司发展现状	112
第四节 2006-2007年小灵通发展及前景分析	114
一、2005-2006年小灵通市场发展状况	114
二、小灵通市场发展前景分析	117
第五节 手机配件市场分析	119
一、手机配件出现供应危机	119
二、需求看好 手机元件营收逐季攀升	120

第六章 中国手机行业总体现状	122
第一节 2005-2006年中国手机行业整体运行情况	122
一、总量规模与增长情况	124
二、手机行业区域分布	129
三、手机市场结构特征	141
四、外资企业投资状况	143
第二节 手机行业投资特性分析	145
一、手机产业基本特性分析	145
二、手机企业盈利性分析	150
三、手机行业投资风险分析	151
第三节 2005-2006年中国手机市场特点分析	153
一、手机市场细分程度越来越高	153
二、国产手机市场份额持续下跌	155
三、韩日手机厂商进入	156
四、MMS手机市场状况	158
第七章 中国手机进出口分析及预测	164
第一节 2005-2006年手机产品出口分析	164
一、2005-2006年中国手机出口情况	164
二、出口金额及单价分析	167
三、国产手机出口分企业分析	170
四、2005-2006年手机出口贸易方式分析	173
五、国产手机出口形势分析	174
第二节 2005-2006年手机进口情况分析	178
一、2005-2006年中国手机产品进口统计	178
第八章 中国手机厂商的竞争力分析	181
第一节 市场占有率分析	181
一、国产手机与国外手机	181
二、手机市场占有率比较分析	187
第二节 国产手机的发展机遇及方向	188
一、国产手机的发展机遇	188
二、2006年我国手机发展方向	190
第九章 优势企业分析	193

## 第一节 摩托罗拉193

一、2005-2006年产销及经营业绩193

二、中国市场表现198

三、企业战略规划与发展动向199

## 第二节 索尼爱立信201

一、公司发展状况201

二、产销及经营业绩201

三、中国市场表现204

四、市场拓展策略205

五、企业战略规划与发展动向207

## 第三节 波导211

一、产销与经营情况211

二、市场拓展策略213

三、企业战略规划及发展动向214

## 第四节 TCL217

一、产销与经营情况217

二、市场拓展策略219

三、企业战略规划与发展动向221

## 第五节 康佳222

一、产销与经营情况222

二、市场拓展策略223

三、企业战略规划与发展动向224

四、康佳手机优劣势及现状分析224

## 第十章 细分市场状况分析及预测226

### 第一节 产品市场结构分析226

一、2005-2006年GSM、GPRS手机市场分析226

二、2005-2006年CDMA手机产销分析229

### 第二节 彩屏手机市场231

一、市场产销情况231

二、2006年彩屏手机需求规模及预测234

三、消费者分析234

### 第三节 照相手机市场236

- 一、市场产销情况236
- 二、中国照相手机用户关注度分析239
- 三、市场增长空间241
- 四、厂商策略及建议242
- 第四节 智能（PDA）手机市场244
  - 一、市场销售及价格走势244
  - 二、市场发展前景分析247
- 第五节 2006-2007年手机市场需求预测249
  - 一、2006-2007年需求总量分析及预测249
  - 二、各类手机价格走势分析256
- 第十一章 国内主要手机代理商和家电零售商分析261
  - 第一节 中邮普泰261
    - 一、中邮普泰公司简介261
    - 二、中邮普泰商业模式和销售覆盖范围261
    - 三、中邮普泰代理厂商产品261
    - 四、中邮普泰的优势和劣势262
  - 第二节 蜂星电讯262
    - 一、蜂星电讯公司简介262
    - 二、蜂星电讯商业模式和销售覆盖范围263
    - 三、蜂星电讯代理厂商产品263
    - 四、蜂星电讯的优势和挑战264
  - 第三节 深圳市天音通信发展有限公司264
    - 一、天音通信公司简介264
    - 二、天音通信商业模式和销售覆盖范围265
    - 三、天音通信代理厂商产品265
    - 四、天音通信公司的优势和劣势265
  - 第四节 国美电器有限公司266
    - 一、国美电器公司简介266
    - 二、国美电器商业模式和覆盖范围266
    - 三、国美电器代理厂商产品267
    - 四、国美电器的优势和挑战267
  - 第五节 苏宁电器集团267

- 一、苏宁电器公司简介267
- 二、苏宁电器商业模式和覆盖范围269
- 三、苏宁电器代理厂商产品269
- 四、苏宁电器的优势和劣势269
- 第六节 迪信通270
  - 一、迪信通公司简介270
  - 二、迪信通公司商业模式和覆盖范围270
  - 三、迪信通公司代理厂商产品271
  - 四、迪信通公司的优势和挑战271
- 第十二章 消费者分析272
  - 第一节 消费者状况272
    - 一、年龄结构272
    - 二、性别分布272
    - 三、换机时间273
  - 第二节 消费者在购买手机时考虑的因素274
- 第十三章 2005年手机厂商发展策略建议277
  - 第一节 2005年手机市场竞争策略建议277
    - 一、产品策略277
    - 二、价格策略277
    - 三、渠道策略278
  - 第二节 潜在手机市场机会分析及开发策略279
    - 一、学生手机市场容量及营销策略279
    - 二、农村手机市场特点及用户消费特点284
    - 三、二手手机市场特点及发展前景286
- 第十四章 我国移动通信市场289
  - 第一节 我国移动通信市场发展状况289
    - 一、移动电话用户增长性分析289
    - 二、移动通信对固定通信的替代与分流292
  - 第二节 2005-2006年我国手机市场294
    - 一、中国手机行业发展趋势294
    - 二、2005-2006年中国移动电话市场分析297
  - 第三节 我国移动通信市场竞争分析304



一、竞争特点304

二、竞争热点305

三、竞争范围306

第四节 我国移动通信行业的管理、改革及未来发展方向307

一、移动通信行业监管不断加强307

二、持续深化资费管理改革307

三、我国移动通信行业未来发展方向308

四、3G发展步入商用前冲刺阶段308

图表目录

图表1-1 2005年移动用户各地区分布情况3

图表1-2 2005年全球各类移动用户结构3

图表1-3 2005-2009年手机的需求趋势7

图表1-4 2005年第二季度诺基亚净销售额统计11

图表1-5 2005年第二季度摩托罗拉手机销量统计11

图表1-6 2005年第二季度三星电子各项经济指标分析12

图表1-7 2005年第二季度LG电子各项经济指标分析12

图表1-8 2005年Millicom运营业绩统计13

图表1-9 移动通信系统的发展状况14

图表1-10 全球3G用户增长过程16

图表1-11 KDDI “chaku uta full” 业务发展情况18

图表1-12 2005年1-9月份全球公开重大移动设备合同统计19

图表1-13 2005年全球WCDMA终端增长情况20

图表1-14 4G网络分层图27

图表2-1 2005年三季度美国手机销量统计29

图表2-2 2006年第一季度美国手机市场占有率30

图表2-3 2006年4月美国Q1手机市场占有率30

图表2-4 2006年美国手机用户使用情况31

图表2-5 2006年上半年美国手机销量统计31

图表2-6 2006年上半年各品牌市场份额统计32

图表2-7 2005年美国市场手机品牌市场份额分析32

图表2-8 2005年西欧主要手机品牌所占市场份额比较35

图表2-9 2005年西欧手机市场一、二季度手机出货量及其去年同期比较36

图表2-10 2006年第一季度西欧手机市场销量统计36

图表2-11 2005年上半年德国手机用户人数分析39

图表2-12 2005年上半年德国各年龄段手机拥有量39

图表2-13 2005年上半年德国不同学历手机拥有量39

图表2-14 2005年上半年德国手机用户中性别比率39

图表2-15 2005年上半年日本用户更新手机时希望带有的功能42

图表2-16 2005年3月日本博塔峰公司营业利润统计44

图表2-17 2002-2005年3月日本KDDI手机公司市场占有率比较44

图表2-18 2005年日本au公司和dokomo公司用户数比较45

图表2-19 2005年一季度日本手机销量统计45

图表2-20 2005年日本第一季度手机供货量份额46

图表2-21 2005年11、12月日本家庭手机拥有率情况46

图表2-22 2006年第1季度日本国内手机供货量统计48

图表2-23 2006年第1季度日本国内手机厂商市场份额排名48

图表2-24 2005年1季度韩国三大手机制造商出货量48

图表2-25 2006年5、6、7月份韩国国内市场手机销量比较49

图表2-26 2006年全球主要电信运营商潜在现金流（美元）50

图表2-27 2005年全球GSM用户占移动用户的比例52

图表2-28 2005年全球移动通信市场的平均ARPU比较（美元）53

图表2-29 2005年第三季度全球手机市场销量统计56

图表2-30 2005年全球各大洲手机销售及市场占有率情况56

图表2-31 2005年第三季度东欧、中东和非洲地区的手机销量统计58

图表2-32 2005年第三季度拉丁美洲市场手机销量统计58

图表2-33 2005年第三季度亚太地区市场手机销量统计58

图表2-34 2005年第三季度日本市场手机销量统计58

图表2-35 2006年第二季度全球手机销量统计60

图表2-36 2005 - 2006全球手机销量情况60

图表2-37 2005年1-3季度全球手机产量及同比增长（亿部）60

图表3-1 2005年中国国内生产总值65

图表3-2 2003-2004年中国国内生产总值增长65

图表3-3 2005年中国国内生产总值1-4季度增长65

图表3-4 2005年中国第一产业/第二产业/第三产业增长66

- 图表3-5 2005年中国粮食总产量增长统计66
- 图表3-6 2005年中国规模以上工业企业完成增加值统计66
- 图表3-7 2005年以来投资增幅升降比较大的行业67
- 图表3-8 2005年以来利润增幅比较大的行业67
- 图表3-9 2005年中国对外贸易统计69
- 图表3-10 2005年中国人均国内生产总值69
- 图表3-11 2005年我国城镇居民人均可支配收入70
- 图表3-12 2005年我国农民人均纯收入70
- 图表3-13 2005年我国居民消费价格70
- 图表3-14 2005年我国生产资料价格70
- 图表3-15 2005年我国固定资产投资71
- 图表3-16 2006一季度国内生产总值/同比增长71
- 图表3-17 2006一季度全国规模以上工业完成增加值72
- 图表3-18 2006一季度全国规模以上工业利润73
- 图表3-19 2006一季度全社会固定资产投资73
- 图表3-20 2006一季度社会消费品零售总额73
- 图表3-21 2006一季度进出口总额74
- 图表3-22 中国人口数及构成(万人)75
- 图表3-23 中国城镇化率76
- 图表3-24 中国城镇化率76
- 图表3-25 中国居民恩格尔系数变化77
- 图表5-1 2005年1-6月电子信息产业利润总额统计83
- 图表5-2 2005年1-6月电子信息产业各行业利润总额统计84
- 图表5-3 2005年1-6月电子信息产业利润总额柱型图分析84
- 图表5-4 2005年1-6月电子信息产业各行业利润总额比重分析85
- 图表5-5 2006年1~5月中国电信产业业务收入构成89
- 图表5-6 2006年7月通信行业主要指标完成情况90
- 图表5-7 2006年7月中国固定电话分布情况92
- 图表5-8 2005年上半年通信制造业利润统计92
- 图表5-9 2006年1-2月份中国通信制造业实现销售收入和利润统计93
- 图表5-10 2006年1-2月份中国通信制造业手机产量和出口额统计93
- 图表5-11 2006年1-2月份中国集成电路行业完成销售收入统计93

图表5-12 2006年1-4月中国联通用户数情况98

图表5-13 2006年1-4月中国移动新增用户数情况99

图表5-14 2005年1-6月全国移动通信新增用户数变化情况99

图表5-16 2002-2005年新增移动用户发展情况（单位：万户） 101

图表5-17 2006年上半年中移动净增客户统计101

图表5-18 2006年上半年中移动客户总数统计102

图表5-19 2006年5、6月份中国联通用户量统计102

图表5-20 2005年中国四大电信运营商收入及增长率情况103

图表5-21 2005年中国四大运营商财务状况103

图表5-22 截至2006年6月底中移动业绩统计 104

图表5-23 截至2006年6月底中移动营运收入统计 105

图表5-24 2005年中国四大电信运营商净利润及增长率情况105

图表5-25 2005年各网络制式终端的销量占比114

图表5-26 2005年6 - 11月中国小灵通手机生产数量 115

图表5-27 2005年9月 - 2006年5月中国小灵通用户发展情况116

图表6-1 2005年各月不同价格段手机的比例变化122

图表6-2 2005年GSM手机机型数量的变化122

图表6-3 2005年12月手机种类的比例123

图表6-4 2005年手机销售渠道的比例变化123

图表6-5 2006年1-5月全行业手机产量统计125

图表6-6 2005年1-7月手机全行业产销状况 126

图表6-7 2005年6 - 11月中国移动通信手持机生产数量统计126

图表6-8 2005年1-7月国内品牌销量及所占市场总量 129

图表6-9 2005年移动电话机全国合计130

图表6-10 2006年移动电话机全国合计130

图表6-11 2005年移动电话机北京市合计132

图表6-12 2006年移动电话机北京市合计132

图表6-13 2005年移动电话机天津市合计132

图表6-14 2006年移动电话机天津市合计133

图表6-15 电子信息产业基地地区2005年上半年行业经济效益分析135

图表6-16 2005年上半年IT产业利润率135

图表6-17 2005年移动电话机上海市合计135

图表6-18 2006年移动电话机上海市合计136

图表6-19 2005年移动电话机广东省合计136

图表6-20 2006年移动电话机广东省合计137

图表6-21 2005年移动电话机辽宁省合计137

图表6-22 2006年移动电话机辽宁省合计138

图表6-23 2005年7月移动电话分省情况138

图表6-24 截止到2006年6月底电话用户情况 140

图表6-25 2006年7月电话用户分省情况 140

图表6-26 2005年1-3季度中国手机市场手机销量 141

图表6-27 2005年各季度TFT彩屏手机销量市场份额 142

图表6-28 2005年各季度重要创新功能手机覆盖率变化142

图表6-29 2005年1-3季度年彩信照相、彩信、彩屏手机细分情况 143

图表6-30 中国手机用户对MMS的需求调查 160

图表6-31 2005-2006年中国移动增值业务市场规模及预测 161

图表6-32 2005-2008年各移动增值业务生命周期图 162

图表7-1 2005分月手机出口数量图164

图表7-2 2005分月手机出口数量比较图164

图表7-3 2005年10月手机出口量、出口额统计165

图表7-4 2005年11月手机出口量、出口额统计165

图表7-5 2005年12月手机出口量、出口额统计166

图表7-6 2005年中国手机出口量统计167

图表7-7 2006年前7个月中国手机出口量统计167

图表7-8 2005分月手机出口金额及比较图168

图表7-9 2005手机出口单价及比较169

图表7-10 2005年中国手机出口额统计169

图表7-11 2006年前7个月中国手机出口额统计169

图表7-12 2005年1-9月国产手机出口数量统计170

图表7-13 2005年1-9月国产手机出口量分企业构成170

图表7-14 2005年国内手机出口企业类型比例增长趋势170

图表7-15 2005年国内品牌手机企业出口量统计171

图表7-16 2005年波导手机出口量统计171

图表7-17 2006年前5月我国手机累计出口统计172

图表7-18 2006年1-5月波导股份有限公司出口量统计172

图表7-19 2005年手机出口贸易方式分析173

图表7-20 2005年手机出口贸易方式饼状图分析174

图表7-21 2005分月手机进口数量图178

图表7-22 2005分月手机进口数量比较图178

图表7-23 2005年第3季度我国共进口手机进口量统计179

图表7-24 2005年1-3季度中国手机进出口增长趋势179

图表8-1 2005年GSM市场国产品牌与国外品牌销量的份额变化181

图表8-2 2005年国产品牌与国外品牌的销售金额份额的变化181

图表8-3 2005年国产品牌与国外品牌价格的变化趋势182

图表8-5 2005年6月中国市场最受用户关注的十大国内手机品牌183

图表8-6 2005年6月中国市场最受用户关注的十大手机品牌184

图表8-7 2005年度手机品牌关注度分析185

图表8-8 2006年第一季度中国市场手机销售量统计186

图表8-9 2005年1-7月国产品牌手机国内市场占有率统计187

图表8-10 2005年国产手机国内市场份额变化187

图表9-1 2005年第二季摩托罗拉公司业绩统计193

图表9-2 2005年第三季摩托罗拉公司业绩统计196

图表9-3 2005年第四季度的摩托罗拉业绩统计197

图表9-4 2006年第一季度的摩托罗拉业绩统计198

图表9-5 2005年摩托罗拉中国市场表现198

图表9-6 2005年摩托罗拉中国公司业绩统计199

图表9-7 2005年第一季度索尼爱立信手机市场表现201

图表9-8 截止到2005年6月30日索尼爱立信业绩统计202

图表9-9 截止到2005年9月30日索尼爱立信的第三季度的财务报告202

图表9-10 2005年第四季度索尼爱立信业绩统计203

图表9-11 2005年宁波波导股份有限公司手机产销量统计212

图表9-12 2005年波导公司经营状况统计212

图表9-13 2006年第一季度波导公司业绩统计213

图表9-14 2006年上半年波导公司业绩统计213

图表9-15 2006年2月TCL中国市场排名217

图表9-16 2005年TCL在中国内地市场的手机销量统计218

图表9-17 TCL 2005年海外手机销量统计218

图表9-18 2006年第一季度TCL海外市场销量统计218

图表9-19 2005年1~6月康佳公司业绩统计223

图表9-20 2005年康佳公司业绩统计223

图表10-1 2005年第二季度GSM手机销售量和品牌市场份额226

图表10-2 2005年一、二、三季度诺基亚在GSM手机市场的份额227

图表10-3 2005年前9个月GSM手机销量统计227

图表10-4 2005年GSM手机产量统计227

图表10-5 2006年第2季度GSM手机销量统计228

图表10-6 2005年1-9月CDMA手机销量统计229

图表10-7 2005年我国CDMA手机产销量统计229

图表10-8 2006年第2季度CDMA手机销量统计230

图表10-9 2005年1-3季度TET彩屏手机销量情况231

图表10-10 2005年1-3季度彩屏手机市场份额增长情况232

图表10-11 较高收入者中彩屏手机使用比例235

图表10-12 彩屏手机可接受价位与现有价位调查235

图表10-13 消费者对于购买彩屏幕手机意向调查236

图表10-14 2005年10月八大厂商30万像素级手机品牌分布情况237

图表10-15 2005年各季度重要创新功能手机新品覆盖率变化238

图表10-16 2005年8月中国市场最受用户关注的前十款拍照手机238

图表10-17 2005年6月不同像素产品关注比例对比239

图表10-18 2005年6月中国手机市场30万像素级用户关注度排名240

图表10-19 2005年6月中国手机市场百万像素级用户关注度排名240

图表10-20 彩信照相手机2005年1-3季度市场份额增长情况241

图表10-21 2005年第三季度中国智能手机市场销售状况245

图表10-22 截至到2006年4月中国移动用户数发展情况249

图表10-23 2006-2007年中国手机市场规模预测256

图表10-24 2005年10月八大厂商30万像素级手机均价对比256

图表10-25 2005年6月不同价位区间产品关注度比较257

图表10-26 2005年6月1000 - 2000元主流价位产品关注度排名257

图表10-27 2005年6月2001 - 3000元主流价位产品关注度排名258

图表10-28 2005年6月3001 - 4000元主流价位产品关注度排名258

图表10-29 用户购买不同手机档次的比例260

图表12-1 移动电话消费群体年龄调查272  
图表12-2 移动电话消费者性别调查273  
图表12-3 移动电话消费群体的换机时间分布273  
图表12-4 购买手机考虑的因素274  
图表12-5 购机者购买手机价格比例274  
图表12-6 购机者的功能偏好275  
图表13-1 学生拥有手机价格段比率280  
图表13-2 学生手机话费月消费状况281  
图表13-3 学生购买手机的目的282  
图表14-1 2005年移动通话总时情况290  
图表14-2 2005年电信业务收入结构比较290  
图表14-3 我国移动通信发展各指标增长率对比291  
图表14-4 2005年移动用户与固定用户增量比较293  
图表14-5 2005年我国移动--固定本地电话业务替代分析293  
A004

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/69766.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。