



艾凯咨询
ICAN Consulting

2007年中国零售百货业市场分析 及发展趋势预测报告（20 07年第二版）

一、调研说明

《2007年中国零售百货业市场分析及发展趋势预测报告（2007年第二版）》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/70270.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

第一部分 国内外行业现状分析

第一章 全球零售业发展概述1

第一节 国际零售业发展现状1

一、全球新兴零售业市场分析1

二、世界零售业巨头在越南开设网点拓展市场9

三、亚洲零售商商铺需求强劲10

四、外资零售业并购潮引起关注12

五、全球零售业发展趋势14

第二节 欧洲零售业17

一、欧洲零售业走在细分市场大道17

二、欧洲网上零售以传统商家为主22

三、欧洲零售市场发展新趋势22

第三节 日本零售业24

一、日本大丸联手Matsuzakaya登日本零售百货业榜首24

二、日本零售领军创新打多层次消费时尚牌25

三、日本零售业的发展动态与趋势33

第四节 美国零售业37

一、美国零售商与沃尔玛过招37

二、美国发布零售企业百强名单40

三、美国零售业界2007年七大预测40

第五节 罗马尼亚零售业46

一、罗马尼亚零售业基本情况46

二、零售业发展存在的主要问题48

三、零售业发展趋势49

第六节 波兰零售业50

一、波兰零售业现状50

二、波兰零售业特点51

三、波兰零售业存在的问题57

四、波兰零售业发展趋势59

第七节 发达国家批发业零售支援策略分析60

- 一、美国批发业的零售支援策略60
- 二、日本批发业的零售支援策略61
- 三、美、日零售支援策略比较分析63
- 四、美、日零售支援策略的启示64
- 第八节 零售业国际化经验及其启示65

- 一、零售业国际化的现状65
- 二、国外零售巨头国际化的经验借鉴66
- 三、对中国零售企业“走出去”的启示69

第二章 零售业发展现状分析72

第一节 中国零售业发展环境综述72

- 一、我国零售业发展环境72
- 二、零售行业仍处于景气周期74
- 三、中国将成全球第二大零售市场75
- 四、零售商争抢中国大市场75
- 五、中国是全球公认的最具诱惑力的零售市场82
- 六、商务部力推零售业节能降耗85
- 七、零售企业“节能降耗”大有可为85

第二节 中国零售业的发展现状88

- 一、零售市场进一步整合不可避免88
- 二、传统零售业正在积极架设电子商务系统90
- 三、我国零售业将迎来新一轮的IT建设高潮91
- 四、自助服务引领零售技术应用新潮93
- 五、中国大型零售企业发展的五大特点95

第三节 中国零售业转型进入关键期98

- 一、品牌创造价值100
- 二、服务创造价值100
- 三、现代信用创造价值101
- 四、企业社会责任创造价值102
- 五、安全创造价值102
- 六、商业模式创造价值103
- 七、商业文化创造价值103
- 八、人力资本创造价值103

第四节 我国零售企业五大问题分析104

一、连锁企业漠视品牌经营104

二、统一采购仅停留于理论105

三、末端优势难以体现106

四、定价和促销流于形式106

五、存货管理漏洞大106

第五节 零售业连锁发展情况107

一、2006年中国连锁100强分析107

二、2006年中国零售企业百强名单120

三、零售餐饮连锁业发展势头日益强劲125

四、连锁零售的终极争霸战132

五、连锁零售业未来发展趋势135

第六节 我国中小城市零售业的发展现状与对策137

一、中小城市零售业的发展优势138

二、中小城市零售业发展过程中存在的问题139

三、中小城市零售业的发展趋势141

第二部分 行业市场分析

第三章 中国零售市场分析145

第一节 零售市场现状分析145

一、2006年零售业态热销排行145

二、2006年重点零售企业销售情况149

三、我国零售市场现状分析153

四、数字解读中国零售业现状156

第二节 当前零售市场的特征、问题与对策157

一、当前零售市场的特征157

二、当前零售市场存在的基本问题158

三、对策建议160

第三节 中国居民生活模式及消费结构描述161

一、2007年零售业受益于消费增长161

二、我国消费品零售总额高速增长163

第四节 我国消费者行为分析与营销创新166

一、当代我国消费者行为特点分析166

二、基于消费者行为特点的零售营销创新167

第四章 我国零售业业态主要细分市场分析169

第一节 超市业发展分析169

一、本土超市概况169

二、洋超市经营优势170

三、超市业态发展分析170

四、超市消费者购买行为分析171

五、大型超市是零售业最耗电的173

六、连锁超市赢利模式的转变分析173

第二节 便利店发展分析178

一、便利店业态发展分析178

二、便利店调查现状分析179

三、零售业新航母便利店的发展181

四、便利店业态经营策略186

第三节 购物中心发展分析188

一、购物中心概况分析188

二、购物中心发展分析192

三、购物中心的市场发展调查193

四、购物中心与中国商业发展198

五、缺乏管理经验是购物中心的软肋200

第四节 仓储式商场发展分析202

一、仓储式商场溯源203

二、仓储式商场的经营分析204

三、仓储式商场的发展分析205

第五节 百货业发展207

一、百货业态发展分析207

二、中国百货零售业存在的问题208

三、2007年零售业的百货景气好212

四、2007年百货零售业经营策略214

第五章 零售业发展的地区比较216

第一节 零售业地区发展概述216

一、2007年中国大陆最佳商业城市揭榜216

二、西部地区零售业竞争格局分析	220
三、长三角零售市场未来几年的五大发展趋势	223
第二节 上海市零售业发展	223
一、上海百货零售业分析	223
二、上海零售商业网点面积年内将突破4200万平米	224
三、上海将开展零售业节能行动	226
第三节 北京市零售业发展	226
一、个性化商场引领京城零售时尚	226
二、全国35城市总部经济能力排行北京列第一	229
第四节 广东省零售业发展	230
一、2007年广州商业零售增幅创十年新高	230
二、深圳零售业布局全国	232
三、深圳零售企业资本运作不断深化	232
四、深圳零售业10年快速发展四大原因	233
五、深圳零售企业致力于发展社区服务型超市	237
第五节 其他城市零售业发展	238
一、青岛十大零售企业高效运行	238
二、武汉商联确定目标3年后跻身国内零售业前列	238
三、河南家电零售商转战二级市场	239
四、江西零售业开展节能行动	240
五、湖南零售市场增长平稳消费结构升级显著	241
第三部分 竞争格局分析	
第六章 中国零售业竞争分析	243
第一节 中国零售业分业态竞争格局分析	243
一、百货商店	243
二、连锁超级市场	244
三、仓储式商场	244
四、专业店	245
五、便利店	245
六、购物中心	245
第二节 中国零售企业竞争力分析	246
一、国内零售企业竞争力低下	246

二、零售业比拼亟须回到竞争力“原点”	250
三、会员管理是零售企业竞争的利剑	256
四、价值创新构筑零售企业核心竞争力	259
第三节 中国零售企业规模格局分析	264
一、我国零售企业规模竞争格局分析	264
二、百强零售企业规模快速扩大	266
第四节 零售业中外资企业竞争力的对比分析	268
一、外资零售企业进入我国的总体状况	269
二、中外资零售企业竞争力的比较分析	271
三、提高中资零售企业竞争力的对策	275
第五节 中国零售业如何与国外零售企业竞争	279
一、中外流通零售业企业的比较	279
二、国内商业企业应采取的对策	281
第七章 外资重点企业分析	284
第一节 沃尔玛	284
一、沃尔玛概况	284
二、沃尔玛的品牌战略分析	286
三、公司动态	290
第二节 家乐福	292
一、家乐福概况	292
二、家乐福的经营理念 and 经营战略分析	293
三、公司动态	298
第三节 麦德龙	300
一、麦德龙概况	300
二、麦德龙的中国行销策略	301
三、公司动态	306
第四节 7-Eleven	308
一、7-Eleven概况	308
二、7-Eleven便利店的网络营销战略	309
第八章 我国重点企业分析	317
第一节 上海百联集团股份有限公司	317
一、公司概况	317

二、2007年公司财务经营情况	318
三、公司动态	321
第二节 大商集团股份有限公司	323
一、公司概况	323
二、2007年公司财务经营情况	324
三、公司动态	328
第三节 北京王府井百货集团股份有限公司	329
一、公司概况	329
二、2007年公司财务经营情况	330
三、公司动态	333
第四节 上海友谊集团股份有限公司	334
一、公司概况	334
二、2007年公司财务经营情况	335
三、公司动态	338
第五节 北京国美电器有限公司	340
一、国美发展历程	340
二、家电连锁的发展	342
三、国美战略调整与未来展望	351
第六节 苏宁电器股份有限公司	352
一、公司概况	352
二、2007年公司财务经营情况	352
三、公司动态	356
第七节 苏果超市	361
一、公司概况	361
二、苏果超市的经营方针与特色	362
三、公司动态	366
第八节 北京华联综合超市股份有限公司	367
一、公司概况	367
二、2007年公司财务经营情况	367
三、公司动态	371
第九节 武汉中百集团股份有限公司	375
一、公司概况	375

二、2007年公司财务经营情况	376
三、公司动态	379
第十节 重庆百货大楼股份有限公司	380
一、公司概况	380
二、2007年公司财务经营情况	382
三、公司动态	385
第四部分 发展趋势与投资分析及市场发展趋势研究报告	
第九章 中国零售业当前发展环境分析	389
第一节 经济运行环境	389
一、2007年中国经济发展预测	389
二、零售业面临的战略环境机遇	391
第二节 政策及法律环境分析	393
一、《零售商供应商公平交易管理办法》	393
二、解读《农村市场体系建设“十一五”规划》	396
三、《规范》即将于2007年12月1日起实施	399
第三节 零售业相关产业的发展	401
一、“十一五”信息技术的发展	401
二、中国商业地产的发展	408
第十章 零售业的发展战略分析	417
第一节 我国农村零售市场的发展	417
一、我国农村商品流通市场现状	417
二、新农村建设中的商品流通体系现代化	425
三、乡村超市前景分析	427
四、全国供销社消费品零售额逾千亿	428
第二节 从新型零售业态发展看百货店创新	429
一、中国零售业新商业模式探究——以山东银座为例	429
二、从战略高度重新定位零售业	434
第三节 对我国零售商开发自有品牌的思考	439
一、自有品牌发展历程	439
二、自有品牌在我国现状及存在问题	440
三、开发自有品牌的条件	441
第四节 我国零售企业跨区域发展对策研究	444

一、我国零售企业跨区域发展的必然性	444
二、我国零售企业跨区域发展面临的主要问题	445
三、我国零售企业跨区域发展的对策	446
第五节 本土零售业的战略发展	448
一、外资的优势	448
二、内资的应对	449
三、本土零售业面临的战略发展方向	451
第六节 我国同业态零售商业企业的竞合策略	454
一、价格竞争是零售商业企业实力较量的主要手段	455
二、差别化经营是零售业非价格竞争的主要策略	456
三、差别化经营是同业态零售企业的竞争合作策略	460
第十一章 零售业发展趋势与投资分析及市场发展趋势研究报告	463
第一节 中国零售业发展趋势分析	463
一、零售信息化进入挖掘价值时代	463
二、中国零售业走到战略的十字路口	467
三、零售业信息化发展与高端市场开拓	473
四、零售业未来发展动力充足	478
五、2008年是商业零售奥运年	481
第二节 2007年消费品零售额预计	485
一、全年消费将创1997年以来最快增速	485
二、政策调控必须保护消费者利益	488
三、收入快速增长消费需求猛增	491
第三节 零售业市场规模预测	494
一、2011年中国零售业IT市场规模预测	494
二、未来5年中国零售市场将达1.3万亿美元	496
第四节 商业零售：制度性变革是持续发展利好	496
一、2006-2007年零售行业经营业绩持续稳定增长	497
二、2007年商业零售行业发展动力充足	498
三、零售行业发展百货子行业发展前景更为看好	502
四、投资策略	505
第五节 2007年零售业投资分析及市场发展趋势研究报告	506
一、中国成为全球最具吸引力的零售投资新兴市场之一	506

二、2007年零售行业投资热点	507
三、次级城市零售业潜力巨大	508
四、商业零售投资机会凸现	508
五、2007年百货零售业投机机会分析	510
第六节 零售业投资风险分析	530

一、零售业跨区域扩张的资本风险	530
二、投资新兴市场商业零售的风险	535

图表目录

图表：2006年全球零售业发展指数	7
图表：2005年、2006年全球零售发展指数排名对比	8
图表：全球零售业发展趋势	15
图表：2005年9月-2006年9月罗马尼亚零售店分布情况	46
图表：截至2007年1月罗马尼亚零售店品牌情况	47
图表：2005年9月-2006年9月罗马尼亚零售店分形式统计	48
图表：波兰主要大型购物中心分布情况	55
图表：2006年波兰零售企业与金融机构合作情况	57
图表：2004年波兰零售市场结构图	58
图表：2005年波兰10大零售企业市场比重情况	58
图表：2006年中国连锁经营100强排名	110
图表：2006年中国零售企业百强排名	120
图表：2006年3月份零售业态热销排行	145
图表：2006年4月份零售业态热销排行	145
图表：2006年5月份零售业态热销排行	146
图表：2006年6月份零售业态热销排行	146
图表：2006年7月份零售业态热销排行	147
图表：2006年8月份零售业态热销排行	147
图表：2006年9月份零售业态热销排行	148
图表：2006年10月份零售业态热销排行	148
图表：2006年11月份零售业态热销排行	149
图表：2006年1-11月重点零售企业销售额同比涨跌幅走势	149
图表：2006年1-11月重点百货店零售额同比涨跌幅走势	150
图表：2006年1-11月重点大型综合超市零售额同比涨跌幅走势	150

图表：2006年1-11月重点超级市场零售额同比涨跌幅走势151

图表：2006年1-11月重点专业店零售额同比涨跌幅走势151

图表：2006年1-11月重点专卖店零售额同比涨跌幅走势152

图表：2006年1-11月重点便利店零售额同比涨跌幅走势152

图表：2006年1-11月重点仓储商场零售额同比涨跌幅走势153

图表：2007年各业态店铺耗电量173

图表：2006年被访者光临便利店的频率分析179

图表：2006年被访者光临便利店的原因分析180

图表：2006年被访者光临便利店购买的物品分析181

图表：未来购物中心的特点调查197

图表：未来购物中心产业特点调查198

图表：2007年中国100所最佳商业城市名单217

图表：2010年中国零售业总额预测230

图表：2005年主要外资零售企业在中国的分布270

图表：2005年上海百联集团与沃尔玛、家乐福的规模比较273

图表：2005年我国各地区超市数量占超市总数的百分比276

图表：沃尔玛公司全球发展地图286

图表：2007年二季度上海百联集团股份有限公司主营构成表318

图表：2007年一、二季度上海百联集团股份有限公司每股指标318

图表：2007年一、二季度上海百联集团股份有限公司获利能力表318

图表：2007年一、二季度上海百联集团股份有限公司经营能力表319

图表：2007年一、二季度上海百联集团股份有限公司偿债能力表319

图表：2007年一、二季度上海百联集团股份有限公司资本结构表319

图表：2007年一、二季度上海百联集团股份有限公司发展能力表319

图表：2007年一、二季度上海百联集团股份有限公司现金流量分析表320

图表：2007年一、二季度上海百联集团股份有限公司利润分配表320

图表：2007年大商集团股份有限公司主营构成表324

图表：2007年一、二季度大商集团股份有限公司每股指标325

图表：2007年一、二季度大商集团股份有限公司获利能力表325

图表：2007年一、二季度大商集团股份有限公司经营能力表325

图表：2007年一、二季度大商集团股份有限公司偿债能力表325

图表：2007年一、二季度大商集团股份有限公司资本结构表326

图表：2007年一、二季度大商集团股份有限公司发展能力表326

图表：2007年一、二季度大商集团股份有限公司现金流量分析表326

图表：2007年一、二季度大商集团股份有限公司利润分配表326

图表：2007年北京王府井百货集团股份有限公司主营构成表330

图表：2007年一、二季度北京王府井百货集团股份有限公司每股指标330

图表：2007年一、二季度北京王府井百货集团股份有限公司获利能力表330

图表：2007年一、二季度北京王府井百货集团股份有限公司经营能力表331

图表：2007年一、二季度北京王府井百货集团股份有限公司偿债能力表331

图表：2007年一、二季度北京王府井百货集团股份有限公司资本结构表331

图表：2007年一、二季度北京王府井百货集团股份有限公司发展能力表331

图表：2007年一、二季度北京王府井百货集团股份有限公司现金流量分析表332

图表：2007年一、二季度北京王府井百货集团股份有限公司利润分配表332

图表：2007年上海友谊集团股份有限公司主营构成表335

图表：2007年一、二季度上海友谊集团股份有限公司每股指标335

图表：2007年一、二季度上海友谊集团股份有限公司获利能力表336

图表：2007年一、二季度上海友谊集团股份有限公司经营能力表336

图表：2007年一、二季度上海友谊集团股份有限公司偿债能力表336

图表：2007年一、二季度上海友谊集团股份有限公司资本结构表336

图表：2007年一、二季度上海友谊集团股份有限公司发展能力表337

图表：2007年一、二季度上海友谊集团股份有限公司现金流量分析表337

图表：2007年一、二季度上海友谊集团股份有限公司利润分配表337

图表：中美家电连锁零售行业阶段比较图343

图表：1993-2006年美国家电零售增长速度对比344

图表：1998-2008年中国专业家电连锁渠道销售额占家电销售总额的比例345

图表：2001-2005前三名家电连锁商（集团）门店、销售数据346

图表：家电连锁行业发展阶段347

图表：2003-2005年国美、苏宁收入增长率348

图表：2001-2005年国美、苏宁综合毛利率348

图表：2004-2005年国美电器的费用率变化349

图表：2004-2005年苏宁电器的费用率变化349

图表：2001-2005年国美、苏宁净利润率350

图表：2001-2006年国美电器（未合并永乐的基本财务状况）350

图表：2002-2006年中国永乐的财务状况350

图表：国美永乐合并后财务状况一览351

图表：2007年苏宁电器股份有限公司主营构成表352

图表：2007年一、二季度苏宁电器股份有限公司每股指标353

图表：2007年一、二季度苏宁电器股份有限公司获利能力表353

图表：2007年一、二季度苏宁电器股份有限公司经营能力表354

图表：2007年一、二季度苏宁电器股份有限公司偿债能力表354

图表：2007年一、二季度苏宁电器股份有限公司资本结构表354

图表：2007年一、二季度苏宁电器股份有限公司发展能力表354

图表：2007年一、二季度苏宁电器股份有限公司现金流量分析表355

图表：2007年一、二季度苏宁电器股份有限公司利润分配表355

图表：1997-2005年苏果网点发展趋势表362

图表：1997年 - 2005年苏果门店增长图363

图表：1997年 - 2005年苏果销售额增长图363

图表：1997-2005年苏果销售增长表363

图表：2007年北京华联综合超市股份有限公司主营构成表367

图表：2007年一、二季度北京华联综合超市股份有限公司每股指标368

图表：2007年一、二季度北京华联综合超市股份有限公司获利能力表369

图表：2007年一、二季度北京华联综合超市股份有限公司经营能力表369

图表：2007年一、二季度北京华联综合超市股份有限公司偿债能力表369

图表：2007年一、二季度北京华联综合超市股份有限公司资本结构表369

图表：2007年一、二季度北京华联综合超市股份有限公司发展能力表370

图表：2007年一、二季度北京华联综合超市股份有限公司现金流量分析表370

图表：2007年一、二季度北京华联综合超市股份有限公司利润分配表370

图表：2007年武汉中百集团股份有限公司主营构成表376

图表：2007年一、二季度武汉中百集团股份有限公司每股指标376

图表：2007年一、二季度武汉中百集团股份有限公司获利能力表377

图表：2007年一、二季度武汉中百集团股份有限公司经营能力表377

图表：2007年一、二季度武汉中百集团股份有限公司偿债能力表377

图表：2007年一、二季度武汉中百集团股份有限公司资本结构表377

图表：2007年一、二季度武汉中百集团股份有限公司发展能力表378

图表：2007年一、二季度武汉中百集团股份有限公司现金流量分析表378

图表：2007年一、二季度武汉中百集团股份有限公司利润分配表378

图表：重庆百货大楼股份有限公司网点分布381

图表：2007年重庆百货大楼股份有限公司主营构成表382

图表：2007年一、二季度重庆百货大楼股份有限公司每股指标382

图表：2007年一、二季度重庆百货大楼股份有限公司获利能力表382

图表：2007年一、二季度重庆百货大楼股份有限公司经营能力表383

图表：2007年一、二季度重庆百货大楼股份有限公司偿债能力表383

图表：2007年一、二季度重庆百货大楼股份有限公司资本结构表383

图表：2007年一、二季度重庆百货大楼股份有限公司发展能力表383

图表：2007年一、二季度重庆百货大楼股份有限公司现金流量分析表384

图表：2007年一、二季度重庆百货大楼股份有限公司利润分配表384

图表：2006-2009年重庆百货大楼股份有限公司经营预测与估值386

图表：北京商铺市场供求走势图411

图表：北京主要商圈平均租金水平412

图表：北京商铺市场供应量与需求量预测414

图表：上海各区域商铺分布情况415

图表：上海商铺市场区域价格特点415

图表：上海商铺市场部分新盘416

图表：银座的商业模式430

图表：用户消费需求模型发展431

图表：整合商业模式的业态整合图432

图表：整合商业模式的网店分布整合432

图表：整合商业模式的错位定位整合433

图表：整合商业模式的经营范围整合433

图表：1990-2006年经济增长率和物价涨幅比较490

图表：1992-1997年消费者信心指数与消费景气指数走势493

图表：2007年全球零售发展指数排名507

图表：1995-2006年我国城镇化进程及GDP增长512

图表：1997-2007年1-6月我国城镇、农村居民可支配收入及增长表512

图表：1995-2009年我国零售总额历年增长及占GDP比重513

图表：2006年前八大连锁超市零售商销售额及网点数量515

图表：2004-2009年沃尔玛和家乐福零售商在中国门店及增长预期515

图表：我国人口结构及各群体收入近10年年均增长水平对比517

图表：1999-2004年我国境内零售店增长和百货店增长一表517

图表：2000-2010年我国百货市场销售额增长及预测518

图表：1995-2005年我国人口结构演变519

图表：2001-2005年我国非食品消费增长情况520

图表：1992-2005年我国各类居民群体人均全年服装消费性支出及年均复合增长水平对比521

图表：2000-2008年我国城镇家庭人均全年鞋类、服装消费性支出521

图表：2000-2008年我国鞋类零售总额及年增长预期及市场集中度522

图表：2000-2009年我国日化产品销售增长及市场集中度522

图表：2005年我国服装、鞋类销售渠道分布523

图表：2003-2006年我国百货上市公司盈利能力和利润增长524

图表：2000-2006年我国连锁百强增长及行业对比524

图表：流通产业利润分配环节 525

图表：区域垄断和品牌连锁型百货零售商特征对比527

图表：全国品牌连锁百货零售商网点规模和赢利水平527

图表：2006年我国部分销售规模靠前的区域百货市场零售商赢利数据及网点数量528

图表：百货公司结构分布和资金配置建议529

B001

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/70270.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。