



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2010年中国第三方物流行业市场调研与投资分析报告

一、调研说明

《2009-2010年中国第三方物流行业市场调研与投资分析报告》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/98684.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

中国的第三方物流产业尚处于起步阶段，迫切需要政府部门的大力支持和推动，为现代物流的发展创造良好的宏观环境。目前中国第三方物流市场规模还较小，而且高度分散，面对庞大的物流市场需求和弱小的供应能力国外物流企业早已跃跃欲试。

中国巨大的物流市场已经吸引了国际上各个货运巨头的目光，外国物流企业纷纷进军中国市场，预测未来几年中国物流业将保持快速增长态势，中国物流市场发展前景广阔，给了投资者一个发挥的空间。

未来物流需求尤其是第三方物流需求规模将越来越大，预测到2010年中国物流行业的产值将达到12000亿元，2008年北京奥运会的总体物流需求约为2760亿元人民币。第三方物流市场在增长中细分，第三方物流企业在竞争中整合，第三方物流政策环境进一步改善，中国第三方物流将在新的起点上快速发展。

金融危机带来的冲击让很多人措手不及。工业企业的产量出现下滑趋势，与之息息相关的第三方物流企业也因此面临生存挑战。下一步怎么走？第三方物流企业开始思索。

本报告依据国家统计局、国家商务部、国务院发展研究中心、国家经济信息中心、中国交通运输部、中国物流行业协会、中国仓储协会等单位提供的大量资料，对我国第三方物流市场的全球市场、发展现状、供需市场、竞争格局、重点企业、发展趋势及策略等进行了深入分析。在对我国第三方物流整体走势预测的基础上，本报告还运用定性、定量分析方法对我国第三方物流行业整体的格局、现状、未来走势做出了极具参考价值的判断。

目录

第一章 第三方物流相关概述

第一节 第三方物流的概念及本质

一、第三方物流的概念

二、第三方物流的经济本质

三、第三方物流的法律性质

第二节 第三方物流的优势分析

一、第三方物流在不同方式下的情况

二、第三方物流的优势分析

第三节 对第三方物流的认识

一、第三方物流产生的原因

二、第三方物流的优越性

三、第三方物流及其市场现状

四、第三方物流发展的前景

第二章 全球第三方物流市场分析

第一节 第三方物流世界环境概述

一、欧美日第三方物流业的相似之处

二、国外第三方物流发展的不同之处

三、世界第三方物流的发展前景

第二节 美国第三方物流的发展

一、美国的第三方物流的特点

二、美国第三方物流的发展现状、存在问题及其前景

三、财政和金融成为美国第三方物流公司业务拓展新方向

第三节 亚洲第三方物流的现状和发展分析

一、存在的差距

二、中国的第三方市场

三、亚洲的当务之急

第四节 欧洲第三方物流发展分析

一、欧洲第三方物流企业分析

二、欧洲第三方物流发展迅猛

三、欧洲大型第三方物流的五个优势

四、欧洲的地方性中小型企业第三方物流的优势

第五节 西方第三方物流的发展趋势分析

一、第三方物流加速发展的趋势

二、第三方物流的一体化方向

三、第三方物流的服务日益完善

四、第三方物流的高技术化趋势

五、物流发展的网络化

六、第三方物流的绿色化

七、与其他第三方物流企业的密切合作

八、第三方物流的国际化趋势

第三章 2008-2009年我国物流行业运行分析

第一节 2008年我国物流行业运行状况

一、2008年我国物流业各项经济指标分析

二、2008年物流需求分析

三、2000-2008年动态物流发展分析

四、2008年物流行业的挑战与机会

第二节 2009年我国物流行业运行状况

一、2009年全社会物流总额分析

二、2009年物流固定资产投资分析

三、2009年物流统计数据

四、2009年物流行业发展分析

第三节 中国物流市场现状分析

一、中国物流企业的现状分析

二、中国物流环境中各个阶层的不同表现

第四节 我国物流业发展中存在问题的分析

一、物流突出"新"重点

二、物流的运作主体和能力要求

三、物流集成的障碍分析

四、实现物流业整合的方向和途径

第五节 我国现代物流发展趋势

一、物流业需求扩张与结构调整的趋势

二、企业物流社会化与专业化的趋势

三、物流企业规模化与个性化的趋势

四、物流市场细分化与国际化的趋势

五、区域物流集聚与扩散的趋势

六、物流基础设施整合与建设的趋势

七、关键领域和薄弱环节物流优先发展的趋势

八、物流信息集成化与移动化的趋势

九、物流经营成本进一步上升的趋势

十、物流发展政策环境更加宽松的趋势

第四章 中国第三方物流发展分析

第一节 中国第三方物流的发展概况

一、第三方物流及欧美发展概况

二、第三方物流特征

三、我国第三方物流时代勃然发展

四、第三方物流发展空间巨大

第二节 中国第三方物流的发展现状分析

一、总体规模偏小

二、需求的不平衡性较强

三、行业集中度较低

四、发展潜力巨大

第三节 第三方物流经营表现分析

一、了解客户物流的需求

二、第三方物流的实力

三、提供客户满意的物流服务

第四节 我国第三方物流发展面临的问题分析

一、我国第三方物流发展面临的问题

二、第三方物流业面临五大矛盾

第五节 第三方物流区域市场分析

一、2007-2008年四川省第三方物流企业发展分析

二、2008年福建第三方物流发展分析

三、南通市发展第三方物流分析

第六节 我国区域经济发展中第三方物流模式分析

一、现代物流在经济发展中的作用与地位

二、物流联合体模式的借鉴意义

第七节 我国第三方物流信用规制体系的构建

一、合同规制

二、物流企业内控

三、政府行政管制

四、行业协会自律

五、社会公众监督

第八节 第三方物流委托代理问题分析

一、第三方物流委托代理问题的产生

二、第三方物流委托代理问题原因分析及解决方法

第九节 第三方物流运作模式分析及发展建议

- 一、市场现状分析
- 二、物流运作的三种模式
 - (一)传统外包型物流运作模式
 - (二)战略联盟型物流运作模式
 - (三)综合物流运作模式
- 三、我国发展第三方物流的建议

第五章 我国第三方物流市场供需分析

第一节 第三方物流市场供求及发展趋势分析

- 一、我国第三方物流的市场容量分析
- 二、我国第三方物流的市场细分和市场定位策略分析
- 三、我国第三方物流的市场供给分析
- 四、我国第三方物流发展趋势分析

第二节 基于问卷调查的第三方物流供给分析

第三节 拉动第三方物流需求的模式演进分析

- 一、第三方物流需求的现状
- 二、第三方物流需求不足的原因
- 三、第四方物流的兴起
- 四、“拉动”的可行性
- 五、“拉动”中的政策建议

第四节 我国第三方物流市场需求分析及发展策略

- 一、国内第三方物流现状
- 二、我国第三方物流市场需求分析
- 三、第三方物流发展存在的问题
- 四、发展我国第三方物流业的策略

第六章 2008-2009年第三方物流与运输业发展分析

第一节 2008-2009年铁路运输与第三方物流发展分析

- 一、2008-2009年铁路货运量统计
- 二、铁路货运代理企业向第三方物流转型的实施策略
- 三、铁路物资企业开展第三方物流的优势和对策
- 四、铁路运输开展第三方物流的对策

- (一) 物流及第三方物流
- (二) TPL与运输的区别
- (三) 铁路运输开展TPL的优势与不足
- (四) 铁路运输开展TPL的切入点
- (五) 铁路运输开展TPL的主要对策

第二节 2008-2009年公路运输与第三方物流发展分析

- 一、2008-2009年公路货运量统计
- 二、中小型公路运输企业向第三方物流转型分析
- 三、我国公路第三方物流企业的物流策略选择
- 四、公路运输企业向第三方物流企业转变的对策
- 五、公路运价对公路发展第三方物流的影响及建议

第三节 2008-2009年水运与第三方物流发展分析

- 一、2008-2009年水运与港口货运量统计
- 二、我国水运健步走向第三方物流
- 三、港口物流企业发展第三方物流的模式分析
- 四、经济全球化与港口第三方物流发展战略分析

第四节 2008-2009年航空与第三方物流发展分析

- 一、2008-2009年航空货运量统计
- 二、航空快递企业第三方物流经营模式分析
- 三、航空快递业怎样走上第三方物流舞台
- 四、第三方物流(3PL)航空快递业的出路

第七章 邮政业与第三方物流

第一节 中国邮政物流的发展概况

- 一、中国邮政物流标准化分析
- 二、RFID在全球邮政、快递业的应用
- 三、中国邮政物流配送能力与时俱进

第二节 邮政第三方物流模式分析

- 一、国外邮政进入第三方物流的特点
- 二、不同性质企业物流模式应考虑的问题
- 三、邮政第三方物流创新模式的架构

第三节 邮政物流第三方物流战略分析

- 一、第三方物流服务的形成与发展
- 二、第三方物流战略设计与实施要点
- 三、"全能"型企业的物流流程再造

第八章 连锁零售业与第三方物流

第一节 零售业的连锁经营

- 一、百货零售业进入连锁时代
- 二、中国连锁企业配送的特点及发展趋势
- 三、连锁零售业巨头应对金融危机分析

第二节 商业连锁企业与第三方物流企业的合作发展分析

- 一、连锁超市物流系统竞争力建设
- 二、连锁超市物流之痛
- 三、基于连锁便利店的第三方物流模式分析
- 四、商业连锁企业与第三方物流的优势互补
- 五、第三方物流连锁零售业缺货的解决之道

第三节 第三方物流切入连锁零售业的机遇与挑战

- 一、第三方物流进入连锁零售业的机遇
- 二、第三方物流进入连锁零售业的挑战

第四节 第三方物流进入连锁零售业市场的策略

- 一、选择合适的时机
- 二、选准合适的业态
- 三、选择特定的产品
- 四、选择合适的行业
- 五、选择合适的市场
- 六、抓住购物中心浪潮
- 七、网上购物为第三方物流提供了发展新途径

第九章 电子商务与第三方物流发展分析

第一节 电子商务的发展对第三方物流的要求

- 一、电子商务与物流的相互关系
- 二、现代国际物流的发展趋势
- 三、电子商务的发展对第三方物流的要求

第二节 第三方物流与电子商务的整合模式分析

一、电子商务的发展带来第三方物流需求

二、电子商务与第三方物流

三、第三方物流与电子商务的整合模式

第三节 第三方物流服务商开展电子商务的SWOT分析

一、优势分析

二、劣势分析

三、机会分析

四、威胁分析

第四节 第三方物流服务商开展电子商务的竞争战略

一、以顾客为中心的纵向整合竞争策略

二、以关联为基础的供应链横向整合策略

第十章 其它行业与第三方物流发展分析

第一节 医药与第三方物流发展分析

一、医药物流市场现状和趋势分析

二、医药行业第三方物流赢利转型

三、医药第三方物流挑战传统医药物流企业

四、第三方物流可能成为医药流通企业的终结者

五、第三方物流企业发展医药行业物流的SWOT分析

第二节 家电行业与第三方物流发展分析

一、家电物流市场的概况分析

二、第三方物流在家电物流中的重要作用

三、家电业第三方物流发展面临的主要问题

四、家电业第三方物流发展的途径与措施

五、家电业的第三方物流——安泰达、安得物流服务运作模式分析

六、第三方物流是中国家电物流业的战略选择

第三节 其他行业与第三方物流

一、汽车零部件与第三方物流

二、石化行业与第三方物流

三、印刷行业与第三方物流

四、食品行业与第三方物流

- 五、汽车行业与第三方物流
- 六、农产品物流期待第三方
- 七、我国成品油第三方物流发展趋势

第十一章 第三方物流信息系统的发展分析

第一节 第三方物流信息化发展现状分析

- 一、我国第三方物流信息化亟待发展
- 二、信息化带动第三方物流业务扩张
- 三、第三方物流信息化企业赢在起跑线
- 四、第三方物流企业与物流供应链信息化分析
- 五、第三方物流企业网络化信息化是出路
- 六、第三方物流信息化技术提升核心竞争力

第二节 网络支持下的第三方物流信息系统

- 一、第三方物流信息系统的重要性
- 二、第三方物流主要作业内容设计
- 三、第三方物流信息系统设计

第三节 第三方物流管理信息系统的规划设计分析

- 一、从供应链角度对第三方物流管理信息系统的再造分析
- 二、供应链角度下第三方物流业务运作模式分析
- 三、第三方物流管理信息系统总体规划设计

第四节 第三方物流管理信息系统方案设计分析

- 一、第三方物流的作业流程
- 二、物流管理信息系统的主要功能
- 三、物流管理信息系统的结构
- 四、系统方案设计
- 五、系统功能要求

第五节 第三方物流与网络信息流动及管理协调分析

- 一、使用第三方物流的优越性
- 二、我国企业在使用第三方物流方面存在的问题
- 三、我国第三方物流企业在发展中遇到的问题

第六节 第三方物流信息化四大问题分析

- 一、业务尚未定型，信息化标准缺乏

- 二、物流企业的信息化意识薄弱
- 三、物流企业的信息化能力不够
- 四、基础信息和公共服务平台发展缓慢

第十二章 第四方物流发展分析

第一节 第三方物流与第四方物流的比较分析

- 一、第三方物流与第四方物流的概念和业务范围
- 二、第三方物流与第四方物流产生的背景和发展
- 三、第四方物流对物流理论和实践的影响

第二节 第四方物流和第三方物流战略合作可行性分析

- 一、有限理性博弈原理
- 二、模型建立及稳定性分析
- 三、基于有限信息的合作可行性分析

第三节 第四方物流在我国的发展与应用分析

- 一、第四方物流的定义及与第三方物流的区别
- 二、第四方物流的特点
- 三、信息技术的重要作用
- 四、第四方物流案例
- 五、谁能成为第四方物流
- 六、中国发展第四方物流的局限性

第四节 第四方物流服务的运作及发展分析

- 一、第四方物流的运作
- 二、我国发展第四方物流的策略

第五节 我国第四方物流发展的困境与出路

- 一、已有研究与发展现状
- 二、我国第四方物流发展的困境分析
- 三、我国第四方物流发展的出路

第六节 发展中国第四方物流的对策

- 一、发展中国第四方物流的思路
- 二、中国第四方物流的市场机会
- 三、两大新市场的需求和新增的利润空间
- 四、第四方物流案例

第十三章 第三方物流竞争分析

第一节 第三方物流的核心竞争力分析

- 一、第三方物流的核心竞争力的特征
- 二、增强第三方物流核心竞争力的措施

第二节 第三方物流与企业竞争力分析

- 一、当前企业竞争状况
- 二、第三方物流(TPL)与企业竞争力的关系
- 三、如何使用第三方物流来重构企业竞争力

第三节 增值服务缔造第三方物流核心竞争力分析

- 一、增值服务的差距
- 二、经营模式的选择

第四节 中小企业在第三方物流业中生存的可能性和竞争战略分析

- 一、关于中小企业行业选择的文献回顾
- 二、中小企业在物流产业生存和发展的可能性
- 三、我国涉足第三方物流的中小企业的特点和竞争状态
- 四、中小物流企业的竞争战略

第五节 第三方物流企业的竞争战略选择

- 一、物流企业核心竞争力的涵义
- 二、我国第三方物流企业竞争力存在的问题及原因分析
- 三、第三方物流企业培育核心竞争力的战略选择

第十四章 第三方物流企业发展分析

第一节 民营第三方物流企业发展现状分析

- 一、影响民营第三方物流发展的环境变化分析
- 二、民营第三方物流企业SWOT分析
- 三、民营第三方物流企业的市场占有能力分析

第二节 我国第三方物流企业的运作模式分析

- 一、我国传统物流转化为第三方物流的障碍
- 二、不当的第三方物流运作模式的负面影响
- 三、第三方物流企业运作模式分类的界定依据
- 四、我国第三方物流企业可行的几种主要运作模式

第三节 第三方物流企业的并购整合分析

- 一、中国第三方物流的现状与分析
- 二、第三方物流企业并购整合的必要性论证
- 三、第三方物流企业整合的经济效应
- 四、第三方物流企业并购整合的方式
- 五、第三方物流企业并购整合中应该注意的问题

第四节 第三方物流企业风险管理分析

- 一、第三方物流企业风险概述
- 二、第三方物流企业的风险识别
- 三、第三方物流企业风险的评价和管理

第五节 中国第三方物流企业个性化发展策略

- 一、我国第三方物流企业发展现状与需求分析
- 二、开展个性化物流服务提升企业核心竞争力
- 三、第三方物流企业开展个性化物流服务的具体措施
- 四、第三方物流企业开展个性化物流服务应注意的问题

第六节 国内企业实施第三方物流的障碍及对策

- 一、对第三方物流企业能力的质疑
- 二、运营情报外泄的疑虑
- 三、业务流程失控之忧
- 四、承担巨大风险之虑
- 五、物流企业存在的差距
- 六、推动第三方物流发展的对策

第七节 面向中小企业的第三方物流对策

- 一、第三方物流的特征
- 二、我国制约第三方物流发展的主要因素
- 三、我国第三方物流的发展战略
- 四、我国发展第三方物流的基本方式

第八节 第三方物流企业顾客服务策略分析

- 一、第三方物流企业市场细分标准的选择
- 二、基于服务战略群体差异化进行市场定位
- 三、第三方物流企业物流服务模式选择

第九节 第三方物流企业核心经营层面选择分析

- 一、运作层

二、管理层

三、规划层

四、第三方物流企业的需求前景

五、第三方物流企业的营销策略

六、营销策略的选择

第十节 第三方物流企业的发展战略分析

一、我国第三方物流企业的SWOT分析

二、我国第三方物流企业的发展战略

第十五章 国内外知名第三方物流企业

第一节 UPS

一、UPS的管理

二、2008-2009年财务分析

三、2009年在华发展分析

四、UPS在深投1.8亿美元

五、UPS航空的全球扩张

第二节 联邦快递

一、2008-2009年财务分析

二、2008年联邦快递亚太转运中心开通

三、2008年联邦快递在华推国际经济快递

四、2009年联邦快递亚太转运中心运营

五、联邦快递的价格战

六、联邦快递商业创新之举

七、2009年在华发展分析

八、联邦快递并购金考分析

第三节 DHL

一、2007年DHL实现在华独资

二、DHL拓展深圳物流

三、2008年DHL退出美国国内快递业务

四、2008年DHL进军电子商务领域

五、2008年DHL中亚区枢纽启用

六、DHL快递全球业务重构

七、中国成为DHL全球业务最大国

八、DHL在亚洲实施可持续发展战略

第四节 中储发展

一、公司简介

二、2008-2009年财务分析

三、挖掘传统业务增值服务

四、新业务发展迅速

五、发展前景

第五节 中远物流

一、公司简介

二、中远物流重庆建化工物流中心

三、2008年中远物流投资在新疆建物流园

四、2008年中远物流创重件运输纪录

五、中远物流国际化经营分析

六、中远物流信息化成功案例

七、中远供应链变革借重网络

第六节 宝供物流

一、公司简介

二、2008年宝供物流入驻成都海峡科技园

三、RFID在宝供物流的试点应用

四、宝供物流之第三方物流成功分析

五、未来发展策略

六、宝供物流的启示

第七节 招商局物流

一、公司简介

二、招商局物流升格发展第三方

三、招商局欲发展渝第三方物流

四、招商局拟做大深圳港口物流

五、招商局建武汉物流基地

第八节 中外运空运发展股份有限公司

一、公司简介

二、2008-2009年财务分析

三、2008年外运发展与深圳机场战略合作

四、外运发展抢滩国内速递

五、外延式扩张成主线

第九节 中邮物流有限责任公司

一、公司简介

二、中邮物流突围

三、2008年中邮物流携手天狮集团

四、EMS、中邮物流再议合并

五、具有国际竞争力的精益物流

第十六章 第三方物流发展趋势分析

第一节 第三方物流动因及其发展趋势分析

一、第三方物流的起源与流变

二、第三方物流的特性及意义

三、第三方物流兴起的动因

四、我国第三方物流发展状况及其努力方向

第二节 未来第三方物流模式发展趋势分析

一、企业内部物流模式

二、配送模式

三、运输企业模式

四、货运代理和报关行模式

五、冷冻仓储模式

第三节 我国第三方物流发展的趋势分析

一、服务链不断延伸、专业化不断加强

二、服务范围向金融领域扩展

三、物流行业的整合趋势非常明显

第四节 第三方物流发展趋势及发展攻略

一、第三方物流发展趋势

二、第三方物流发展攻略

第十七章 第三方物流发展对策分析

第一节 第三方物流发展对策的分析

一、第三方物流的特征和优势

二、第三方物流存在的问题

三、第三方物流的发展对策

第二节 企业进入第三方物流业的对策分析

一、机遇

二、挑战

三、生产企业涉足第三方物流案例分析

四、对策分析

第三节 第三方物流多种风险及保险对策

一、第三方物流业务风险概述

二、第三方物流风险的防范对策

三、发展物流保险尚需解决的问题

四、当前环境下可资借鉴的物流保险建议

第四节 第三方物流的战略选择

一、成本领先战略适合有实力的企业

二、集中化战略适合有一定自身优势的企业

三、起步较晚的新企业最可取的是差异化战略

四、物流企业差异化战略选择的基本思路

第五节 我国第三方物流发展的对策

一、加强宏观指导和政策调控

二、提高我国第三方物流服务企业的规模

三、实施人才战略

四、加大对基础设施的投入

部分图表目录

图表 2008年公路货运量总计

图表 2008年公路货运量总计累计

图表 2008年公路货运量总计累计同比

图表 2008年公路货运量总计

图表 2008年公路货运量总计累计

图表 2008年公路货运量总计累计同比

图表 2008年水运货运量总计

图表 2008年水运货运量总计累计

图表 2008年水运货运量总计累计同比

图表 2008年全国港口货物吞吐量总计

图表 2008年全国港口集装箱吞吐量总计

图表 2008年全国港口外贸货物吞吐量总计

图表 2008年民用航空货运量总计

图表 2008年民用航空货运量总计累计

图表 2008年民用航空货运量总计累计同比

图表 第三方物流信用规制体系的总体框架

图表 第三方物流服务对客户企业供应链物流成本管理绩效决定因子的多元回归估计（N=102）

图表 第三方物流可以选择不同的市场定位策略

图表 不同的第三方物流企业有不同的优势和劣势

图表 企业的第三方物流服务项目

图表 企业的业务满意程度

图表 邮政第三方物流模式构架

图表 第三方物流服务提供商指标体系

图表 第三方物流配送中心作业流程图

图表 第三方物流信息系统网络结构图

图表 对第三方物流不满意的原因

图表 第三方物流基本作业流程

图表 第三方物流管理信息系统的业务流程

图表 第三方物流信息流程图

图表 物流信息管理系统方案设计图

图表 4PL服务商和3PL服务商博弈模型

图表 物流服务产品市场

图表 工业企业物流需求内容

图表 商业企业物流需求内容

图表 第三方物流企业的组合分类矩阵

图表 物流服务集成内容阶梯图

图表 物流执行主体（1）

图表 物流执行主体（2）

图表 企业物流外协比例状况

图表 TPL的五个发展阶段

图表 工商企业物流执行主体1

图表 工商企业物流执行主体2

图表 略.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/98684.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。