

2014-2019年中国婴幼儿教 具市场深度调研与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2014-2019年中国婴幼儿教具市场深度调研与投资前景研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/zhongyao1404/U25104XA1F.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2014-04-02

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2014-2019年中国婴幼儿教具市场深度调研与投资前景研究报告》共十二章。首先介绍了中国婴幼儿教具行业市场发展环境、中国婴幼儿教具整体运行态势等，接着分析了中国婴幼儿教具行业市场运行的现状，然后介绍了中国婴幼儿教具市场竞争格局。随后，报告对中国婴幼儿教具做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国婴幼儿教具行业发展趋势与投资预测。您若想对婴幼儿教具产业有个系统的了解或者想投资婴幼儿教具行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

在婴幼儿教育活动中，教具指学婴幼儿在游戏和学习活动中使用的玩具、教具。它是借助一定物质材料，如布、塑料、木材、金属、纸张等，依据一定的设计要求，通过工业化生产或手工制作而完成的，可视的平面、立体或可活动的集游戏、娱乐、竞赛、教育功能于一身的，适合于不同年龄、层次、智力类型需要的开发智力、锻炼体魄、促进身心健康发展的游戏娱乐工具。

婴幼儿教具分类

A.按照设计、制作者的不同来归类，婴幼儿教具可分为：(a)自制玩教具；(b)工业成品玩教具。

B.根据游戏形式和内容的差异，游戏可以分为创造游戏和规则游戏两大类。其中规则游戏又可分为：(a)体育游戏；(b)智力游戏；(c)音乐游戏。

体育游戏，侧重于运动技能；智力游戏，侧重于知识掌握和认知能力的发展；音乐游戏，侧重于音乐素质及技巧的培养。与这些游戏相对应的就是(a)体育游戏玩教具；(b)智力游戏玩教具；(c)音乐游戏玩教具。

资料来源：博思数据研究中心整理

C. 婴幼儿教具在婴幼儿的成长中还扮演了开发儿童多元智能的重要角色。八十年代，美国著名发展心理学家、哈佛大学教授霍华德·加德纳博士提出多元智能理论，二十多年来该理论已经广泛应用于欧美国家和亚洲许多国家的幼儿教育上，并且获得了极大的成功。他指出人类的智能是多元化而非单一的，主要是由数学逻辑智能、空间智能、语言智能、音乐智能、身体运动智能、人际智能、自我认知智能、自然认知智能八项组成，每个人都拥有不同的智能优势组合(如下图)。如果按照多元智能理论对玩教具进行归类，分别是:(a)数理逻辑类；(b)空间智能类；(C)语言智能类；(d)音乐类；(e)运动类；(f)人际类；(g)自省类；(h)自然类

资料来源：博思数据研究中心整理

(3) 婴幼儿教具的作用及意义

婴幼儿材料是幼儿游戏的物质支柱，是幼儿游戏的工具，其中教育性玩具主要以教育儿童为目的，藉由玩具在游戏把玩过程与引导，使智力、能力、手眼协调能得到成长，以提升孩子的学习发展能力。

婴幼儿教具对儿童发展可以产生以下十项影响:A.刺激幼儿感官；B.刺激幼儿好奇心；C.培养幼儿的记忆力；D.刺激幼儿想象；E.培养幼儿的审美力；F.促进幼儿体能发展；G.建立社会规范；H.抒发情感平衡心智；I.养成注重清洁卫生；J.养成独立而且专心。

婴幼儿教具业的发展与区域经济的发展密不可分，这是产业特点所决定的。值得关注的是，国民经济的地区发展不平衡，也直接导致了我国婴幼儿教具企业的分布不均衡。如我国东部沿海地区、长三角、珠三角地区经济发展较快，婴幼儿教具业呈繁荣之势，而西部内陆地区的经济发展相对落后，其婴幼儿教具市场占比则比较低。

资料来源：博思数据研究中心整理

据统计显示：广东、福建、浙江、上海、江苏四省一市的婴幼儿教具企业总产值约占全国婴幼儿教具总产值的一半以上；而西北地区的陕西、甘肃、宁夏、青海、内蒙等省区婴幼儿教具产值仅占全国的7%左右。这种现状，一是造成了资源浪费；二是企业没有足够的竞争力；三是阻碍了婴幼儿教具企业的自身发展。

资料来源：博思数据研究中心整理

第一章 2013年世界婴幼儿教具行业市场运行形势分析 1

第一节 2013年全球婴幼儿教具行业发展概况 1

第二节 世界婴幼儿教具行业发展走势 1

二、全球婴幼儿教具行业市场分布情况 1

欧美等一些老牌的跨国婴幼儿教具制造企业，在长期的市场竞争中，逐步将主要精力转向高端市场，从提升产品档次、产品创新与研发、品牌建设方面提高自身竞争能力，除保留拥

有核心竞争力的高端产品生产外，主要通过OEM形式将生产环节逐步外包给低成本的新兴市场国家。

三、全球婴幼儿教具行业发展趋势分析 2

第三节 全球婴幼儿教具行业重点国家和地区分析 2

一、北美 2

二、亚洲 2

三、欧盟 2

第二章 2013年中国婴幼儿教具产业发展环境分析 4

第一节 2013年中国宏观经济环境分析 4

一、GDP历史变动轨迹分析 4

二、固定资产投资历史变动轨迹分析 11

三、2014年中国经济发展预测分析 14

第二节 婴幼儿教具行业主管部门、行业监管体 15

第三节 中国婴幼儿教具行业主要法律法规及政策 16

一、关于幼儿教育改革与发展指导意见的通知 16

二、幼儿园教育指导纲要 22

第四节 2013年中国婴幼儿教具产业社会环境发展分析 30

一、人口环境分析 30

二、教育环境分析 31

三、文化环境分析 31

四、生态环境分析 33

五、消费观念 34

第三章 2012-2013年中国婴幼儿教具产业发展现状 38

第一节 婴幼儿教具行业的有关概况 38

一、婴幼儿教具的定义 38

在婴幼儿教育活动中，教具指学婴幼儿在游戏和学习活动中使用的玩具、教具。它是借助一定物质材料，如布、塑料、木材、金属、纸张等，依据一定的设计要求，通过工业化生产

或手工制作而完成的，可视的平面、立体或可活动的集游戏、娱乐、竞赛、教育功能于一身的，适合于不同年龄、层次、智力类型需要的开发智力、锻炼体魄、促进身心健康发展的游戏娱乐工具。

婴幼儿教具分类

A.按照设计、制作者的不同来归类，婴幼儿教具可分为：(a)自制玩教具；(b)工业成品玩教具。

B.根据游戏形式和内容的差异，游戏可以分为创造游戏和规则游戏两大类。其中规则游戏又可分为：(a)体育游戏；(b)智力游戏；(c)音乐游戏。

体育游戏，侧重于运动技能；智力游戏，侧重于知识掌握和认知能力的发展；音乐游戏，侧重于音乐素质及技巧的培养。与这些游戏相对应的就是(a)体育游戏玩教具；(b)智力游戏玩教具；(c)音乐游戏玩教具。

C. 婴幼儿教具在婴幼儿的成长中还扮演了开发儿童多元智能的重要角色。八十年代，美国著名发展心理学家、哈佛大学教授霍华德·加德纳博士提出多元智能理论，二十多年来该理论已经广泛应用于欧美国家和亚洲许多国家的幼儿教育上，并且获得了极大的成功。他指出人类的智能是多元化而非单一的，主要是由数学逻辑智能、空间智能、语言智能、音乐智能、身体运动智能、人际智能、自我认知智能、自然认知智能八项组成，每个人都拥有不同的智能优势组合(如下图)。如果按照多元智能理论对玩教具进行归类，分别是:(a)数理逻辑类；(b)空间智能类；(c)语言智能类；(d)音乐类；(e)运动类；(f)人际类；(g)自省类；(h)自然类。

(3) 婴幼儿教具的作用及意义

婴幼儿材料是幼儿游戏的物质支柱，是幼儿游戏的工具，其中教育性玩具主要以教育儿童为目的，藉由玩具在游戏把玩过程与引导，使智力、能力、手眼协调能得到成长，以提升孩子的学习发展能力。

婴幼儿教具对儿童发展可以产生以下十项影响:A.刺激幼儿感官；B.刺激幼儿好奇心；C.培养幼儿记忆力；D.刺激幼儿想象；E.培养幼儿的审美力；F.促进幼儿体能发展；G.建立社会规范；H.抒发情感平衡心智；I.养成注重清洁卫生；J.养成独立而且专心。

二、婴幼儿教具的特点 39

婴幼儿教具产品具有以下特点：

1、采用五彩缤纷的色调制造。因为婴幼儿对于鲜艳的产品具有更强的好奇心，婴幼儿教具

产品通常会采用多彩的色调制成，以吸引婴幼儿的注意。

2、体积较小，重量较轻。由于教具的最重要目标，是为了符合儿童的内在需要，所以在大小、尺寸上，以儿童的能力为设计重点。

3、每项教具都有能够吸引小孩子的因素，例如重量、颜色；或者声音。

4、教具的设计，以供给一个人操作为主要考虑目标。

5、教具的单独和联合使用，都有其步骤和顺序才能完成。而且不管在设计上或者在使用方法上，都是由简单到复杂，其主要目的是培养孩子了解步骤、重视秩序，并间接的培养其内在纪律。。

6、每样教具都具有直接与间接的教育目的。

7、在设计上，具有控制错误的特性，可以使小朋友自行发现错误，而能自己改正。既有助于孩子自己了解问题、解决问题。亦能培养。知过能改。或独立、负责的品德，并有助于创造性思考和打开智慧窍门等多种作用。

8、由步骤、秩序中培养孩子的逻辑习性和推理能力。

第二节 婴幼儿教具的产业链情况 40

一、产业链模型介绍 40

二、婴幼儿教具行业产业链分析 42

第三节 上下游行业对婴幼儿教具行业的影响分析 43

第四章 2012-2013年中国婴幼儿教具行业技术发展分析 47

第一节 中国婴幼儿教具行业技术发展现状 47

一、婴幼儿教具设计的规则性

要让一款带有游戏性的婴幼儿教具能够合理地被婴幼儿使用，就必须要有有一套完备的游戏规则作为指导。游戏规则体现了游戏者之间的约定性，它既是属于游戏者自身的，又是约束游戏者行为的特殊“意识”；这里通过分析现有婴幼儿教具产品，将其规则的内涵归纳为以下六项(如下图):

1.适合年龄段

从认知发展的角度来分析，儿童在不同的年龄阶段有不同的生理及心理特征。所以，在设定玩教具游戏规则时必须界定该类型玩教具所适合的儿童年龄段，从而让玩教具的形式和功能最大程度的符合儿童成长的需求。

2.参与对象

游戏型玩教具的游戏主体是儿童，但值得注意的是，老师也在儿童游戏中起到非常重要的作用，是不容忽视的参与对象。

3.参与人数

按照游戏的社会性分类理论，游戏的参与人数可以是一个、两个或多个。

4.玩具组建

它是指玩具的硬件配套设施，是玩具形式的组成部分，是游戏能够顺利进行的物质基础。

5.游戏方式

它是指玩具的软设施，是游戏规则的重要组成部分，它指导着游戏的进行。游戏方式可以是玩教具设计者预先设定的，也可以在游戏的过程中伴随玩者的意愿发生相应改变。

6.游戏时间量

这里指的游戏时间不是玩者玩游戏的总时间量，因为玩者可能会玩很多局，时间是没法定义的。本文中的游戏时间量指在需要分出胜负或者等级的前提下，一局游戏从开始到结束需要的时间量。游戏时间量的设定能对玩教具的可玩性产生直接的影响，过长或者过短的时间，都会让玩教具的可玩性打折扣。短暂的游戏时间不利于儿童从规则性游戏中得到足够的愉悦感，太长的游戏时间也会消磨儿童的兴致，这两种情况都可能导致儿童玩了几次之后就放弃游戏。

二、婴幼儿教具的形态界定

1.形态的概念及分类

形态有两个层面的意思。“形”是指一个物体的外形或形状，如圆形、方形或者三角形。“态”是指人对于客观存在的形的生理感受而发展出来的主观情感。“形”和“态”包含着事物本身的表现形式以及人对事物的主观感受。按照形态学的划分原则，一般将形态分为两类：一类是通过视觉、触觉等直接感受的，即自然形态和人造形态；另一类是通过几何学处理，不能直接知觉的概念性形态，如理论上的点、线、面等。形态分类如下图。

2.教具的形态要素

从形态学的角度分析，婴幼儿教具的形态要素包括：色彩、材质、结构、形状，这些要素共同影响着玩者的生理和心理感受。

3. 婴幼儿教具形态的作用及意义

形态对于婴幼儿教具而一言有以下的一些作用：(1)使教具易于掌握、理解和让玩者印象深刻；(2)为教具游玩的进行提供物质基础；(3)提供角色扮演体验；(4)增强教具的可玩性；(5)为

婴幼儿释放情感提供物质基础。

三、婴幼儿教具功能界定

所谓功能就是“事物所发挥的有利作用和能力”，包括产品在人们心目中具有存在价值的所有因素。教具的功能主要是指其所能发挥的有利作用或效能，包括对儿童自身认知发展及所有参与游戏的玩者能产生的有利作用。以下从三个不同角度对婴幼儿教具的功能进行分类：

1. 广义的玩具功能角度

玩教具的主要功能是：(1)游戏功能；(2)教育功能。婴幼儿教具的游戏功能，顾名思义，就是指其能带给玩者愉悦的能力，它是吸引婴幼儿的最基本功能。婴幼儿教具对儿童的教育作用是多方面的，它影响着儿童的“身体”和“思维”(即所谓“身”、“心”)发展，同时，它又是分层次的，必须与儿童的年龄特征相适应。

2. 多元智能角度

结合多元智能理论，玩教具的功能可以分为：(1)数理逻辑功能；(2)空间智能功能；(3)语言智能功能；(4)音乐功能；(5)运动功能；(6)人际交往功能；(7)自我认知功能；(8)认知自然功能。

3. 产品角度

婴幼儿教具从产品设计角度来讲，它就是一种具有针对性市场的教具产品，它是教具产品中的一个小小的分支。这里将玩教具导入广义的产品范围内，对其功能进行分类整理，是为了提醒玩教具的设计者站在产品系统设计的角度去思考这类婴幼儿教具的设计，让其产品更符合市场需求。从产品设计的角度，玩教具的基本功能包括物质功能和精神功能两个方面。具体内容如下图。

资料来源：博思数据研究中心整理

第二节 婴幼儿教具行业技术特点分析 50

第三节 婴幼儿教具行业技术发展趋势分析 51

第五章 2012-2013年中国婴幼儿教具产业运行情况 54

第一节 中国婴幼儿教具行业发展状况 54

一、2008-2013年婴幼儿教具行业市场供给分析 54

二、2008-2013年婴幼儿教具行业市场需求分析 54

三、2008-2013年婴幼儿教具行业市场规模分析 55

第二节 中国婴幼儿教具行业集中度分析 55

一、行业市场区域分布情况 55

婴幼儿教具业的发展与区域经济的发展密不可分，这是产业特点所决定的。值得关注的是，国民经济的地区发展不平衡，也直接导致了我国婴幼儿教具企业的分布不均衡。如我国东部沿海地区、长三角、珠三角地区经济发展较快，婴幼儿教具业呈繁荣之势，而西部内陆地区的经济发展相对落后，其婴幼儿教具市场占比则比较低。

数据来源：博思数据研究中心整理

二、行业市场集中度情况 56

三、行业企业集中度分析 56

据统计显示：广东、福建、浙江、上海、江苏四省一市的婴幼儿教具企业总产值约占全国婴幼儿教具总产值的一半以上；而西北地区的陕西、甘肃、宁夏、青海、内蒙等省区婴幼儿教具产值仅占全国的7%左右。这种现状，一是造成了资源浪费；二是企业没有足够的竞争力；三是阻碍了婴幼儿教具企业的自身发展。

数据来源：博思数据研究中心整理

第六章 2012-2013年中国婴幼儿教具市场运行情况 57

第一节 行业最新动态分析 57

一、行业相关动态概述 57

二、行业发展热点聚焦 60

第二节 行业品牌现状分析 61

第三节 行业产品市场价格情况 61

第四节 行业外资进入现状及对未来市场的威胁 62

第七章 2010-2013年中国婴幼儿教具所属行业主要数据监测分析 64

第一节 2010-2013年中国婴幼儿教具所属行业总体数据分析 64

一、2010年中国婴幼儿教具所属行业全部企业数据分析 64

二、2011年中国婴幼儿教具所属行业全部企业数据分析 66

三、2013年中国婴幼儿教具所属行业全部企业数据分析 67

第二节 2009-2011年中国婴幼儿教具所属行业不同规模企业数据分析 69

一、2010年中国婴幼儿教具所属行业不同规模企业数据分析 69

二、2011年中国婴幼儿教具所属行业不同规模企业数据分析 70

三、2013年中国婴幼儿教具所属行业不同规模企业数据分析 70

第三节 2010-2013年中国婴幼儿教具所属行业不同所有制企业数据分析 71

一、2010年中国婴幼儿教具所属行业不同所有制企业数据分析 71

二、2011年中国婴幼儿教具所属行业不同所有制企业数据分析 71

三、2013年中国婴幼儿教具所属行业不同所有制企业数据分析 72

第八章 2012-2013年中国婴幼儿教具行业竞争情况 73

第一节 行业经济指标分析 73

一、赢利性 73

二、附加值的提升空间 73

三、进入壁垒／退出机制 73

进入壁垒：

进入壁垒(Barriers to entry)是影响市场结构的重要因素，是指产业内既存企业对于潜在进入企业和刚刚进入这个产业的新企业所具有的某种优势的程度。换言之，是指潜在进入企业和新企业若与既存企业竞争可能遇到的种种不利因素。进入壁垒具有保护产业内已有企业的作用，也是潜在进入者成为现实进入者时必须首先克服的困难。

婴幼儿教具行业的进入障碍如下：

1、技术和设备壁垒

婴幼儿教具生产需要相应的设备和技术投入，尤其是环保方面有着较高的要求，生产高品相的婴幼儿教具对企业的技术要求也更高，行业存在一定的技术壁垒。

2、行业推广及销售渠道壁垒

婴幼儿教具行业推广及销售渠道的建立还需要大量的时间、资金、人力的投入。因此，存在着较高的行业推广及销售渠道壁垒。

3、资金壁垒

婴幼儿教具规模化生产需要的资金规模较大，此外在技术投、原材料购买等方面都需要大

量资金支持，因此，行业存在一定的资金壁垒。

退出机制：

所谓投资退出机制，是指风险投资机构在所投资的风险企业发展相对成熟或不能继续健康发展的情况下，将所投入的资本由股权形态转化为资本形态，以实现资本增值或避免和降低财产损失的机制及相关配套制度安排。风险投资的本质是资本运作，退出是实现收益的阶段，同时也是全身而退进行资本再循环的前提。

婴幼儿教具行业的退出机制主要包括股份上市和公司清算两种。对于发展环境规模较大的企业可以谋求上市，而发展陷入停滞期的企业多数通过公司清算的方式退出行业。

四、行业周期 74

第二节 行业竞争结构分析 74

一、现有企业间竞争 74

二、潜在进入者分析 75

新进入者在给行业带来新生产能力、新资源的同时，将希望在已被现有企业瓜分完毕的市场中赢得一席之地，这就有可能会与现有企业发生原材料与市场份额的竞争，最终导致行业中现有企业盈利水平降低，严重的话还有可能危及这些企业的生存。竞争性进入威胁的严重程度取决于两方面的因素，这就是进入新领域的障碍大小与预期现有企业对于进入者的反应情况。

由于婴幼儿教具需求的不断扩张，行业市场容量的不断增长，未来将有部分企业进入婴幼儿教具行业，新进入者将会加剧行业竞争状况。

三、替代品威胁分析 75

四、供应商议价能力 75

五、客户议价能力 75

第三节 行业国际竞争力比较 76

一、整体产品竞争力评价 76

二、产品竞争力评价结果分析 76

三、竞争优势评价及构建建议 76

第九章 2012-2013年婴幼儿教具行业重点生产企业分析 77

第一节 宁波市鄞州瑞时工贸有限公司 77

一、企业简介 77

二、企业经营数据 77

三、企业产品分析 79

第二节 深圳敬航电子制品有限公司 79

一、企业简介 79

二、企业经营数据 79

三、企业产品分析 81

第三节 惠阳伟特工业实业有限公司 81

一、企业简介 81

二、企业经营数据 81

三、企业产品分析 83

第四节 宁波祥泰集大工贸有限公司 83

一、企业简介 83

二、企业经营数据 83

三、企业产品分析 85

第五节 泉州新恒辉儿童用品有限公司 85

一、企业简介 85

二、企业经营数据 85

三、企业产品分析 87

第十章 2014-2019年婴幼儿教具行业发展预测分析 88

第一节 2014-2019年中国婴幼儿教具行业未来发展预测分析 88

一、中国婴幼儿教具行业发展方向及投资机会分析 88

专家指出，2013-2020，受20世纪80年代-90年代第三次出生人口高峰的影响，在2013年-2020年期间，20岁-29岁生育旺盛期妇女数量将形成一个高峰。同时，由于独生子女陆续进入生育年龄，按照现行生育政策，政策内生育水平将有所提高。上述两个因素共同作用，导致中国将迎来第四次出生人口高峰。 2007-2013年我国人口总量及自然增长率图表

数据来源：国家统计局

在国内幼儿人口大幅度增长的同时，国内婴幼儿教具需求量将呈现出快速增长的态势。我

国现代家庭，独生子女居多，新生儿都成了父母的掌上明珠。加之改革开放以来，人民生活水平提高了，“望子成龙”的心理愈益迫切，他们对教育重视了，有教育投资的心理，也有教育投资的能力，越来越多的人开始关注早期婴幼儿的智力开发问题。广大家长已经不再满足孩子单一的学前教育，而希望孩子能在玩乐的同时也能对其智力和各项素质进行培养。因此，婴幼儿教具产品将越来越受到国内家长的喜爱。

从目前市场发展来看，2-3岁的幼儿教具是目前市场发展的重点。2-3岁的孩童正是对于各项新颖玩具好奇心较大的时候，也是父母对孩子最娇惯的年纪。因此，针对2-3岁的孩童开发的教具将具有广阔的投资空间。

二、2014-2019年中国婴幼儿教具行业发展规模分析 89

三、2014-2019年中国婴幼儿教具行业发展趋势分析 89

第二节 2014-2019年中国婴幼儿教具行业供需预测 90

一、2014-2019年中国婴幼儿教具行业供给预测 90

二、2014-2019年中国婴幼儿教具行业需求预测 90

第三节 2014-2019年中国婴幼儿教具行业价格走势分析 91

第十一章 2014-2019年中国婴幼儿教具行业投资风险预警 92

第一节 中国婴幼儿教具行业存在问题分析 92

第二节 中国婴幼儿教具行业政策投资风险 92

一、政策和体制风险 92

二、技术发展风险 92

三、市场竞争风险 93

四、原材料压力风险 93

五、经营管理风险 93

第十二章 2014-2019年中国婴幼儿教具行业发展策略及投资建议 94

第一节 婴幼儿教具行业发展策略分析 94

一、坚持产品创新的领先战略 94

二、坚持品牌建设的引导战略 94

三、坚持工艺技术创新的支持战略 94

四、坚持市场营销创新的决胜战略 95

五、坚持企业管理创新的保证战略 95

第二节 婴幼儿教具行业市场的关键客户战略实施 95

- 一、实施关键客户战略的必要性 95
- 二、合理确立关键客户 96
- 三、对关键客户的营销策略 96
- 四、强化关键客户的管理 97
- 五、实施关键客户战略要重点解决的问题 97

第三节 博思数据投资建议 98

- 一、重点投资区域建议 98
- 二、重点投资产品建议 99 本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/zhongyao1404/U25104XA1F.html>