



艾凯咨询
ICAN Consulting

2010-2015年传媒行业发展前景 分析及投资风险预测报告

一、调研说明

《2010-2015年传媒行业发展前景分析及投资风险预测报告》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/156318.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

随着新的传播媒介和传播技术的出现以及融合，传媒业可以划分为电视媒体、广播媒体、网络媒体、纸质媒体（包括报纸和杂志）以及新兴但是前景美好的移动媒体。每种媒体由于自身所具有的特点和属性，各自有各自的优势。未来5年我国将形成管制逐渐放松、市场竞争日趋激烈和公平的传媒行业环境，随之将会有跨媒体、跨区域的传媒企业集团产生。比照国外传媒行业发展经验，乃至国内外其他行业发展轨迹，这种跨媒体、跨区域的混合媒体产业模式，也必将是我国传媒产业的发展趋势。在此进程中，资本市场将为此提供强大的支撑力。在中国市场，报纸、广播、电视三足鼎立，而且它们分别占据着相当大的受众市场，但细细分析就不难发现，三大传媒所分别占有的受众需要的服务，网络传媒同样能够提供。网络传媒作为一支新兴力量异军突起，迅速汇集了千百万“大军”，并大有改变传统媒介格局之势。近几年来，由于市场竞争机制和国家产业政策的引导，以及信息技术的迅猛发展，我国传媒业获得了前所未有的发展机遇，传媒产业化进程不断加快。特别是国际传媒业规模化、集中化和全球化趋势的推动，传统的单一传媒的生存空间越来越受到挤压，我国传媒业正面临重大的转型期，呈现集团化、规模化的发展趋势。

2009年传媒产业收入保持稳定增长。2009年中国传媒产业总产值为4,908亿元,同比增长16.3%,预计2010年将达5,620亿元,同比增长14.5%。网络游戏等新媒体成为传媒行业增长的重要推动力,而报刊、出版等传统媒体增长放缓。传媒行业上市公司2009年营业收入300亿元,同比增长9.15%;净利润32.33亿元,同比增长19.33%。2010年1季度营业收入81.95亿元,同比增长26.05%;净利润7.2亿元,同比增长6.22%。2009年有线网络上市公司营业收入126亿元,同比增长15.15%;净利润16.97亿元,同比增长28.06%。2010年1季度营业收入37.78亿元,同比增长44.97%;净利润2.73亿元,同比增长10.75%。数字化平移带来的折旧摊销压力仍将抑制业绩的释放,增值业务处于培育期,短期难以贡献较大利润,区域整合将是行业的主要关注点。2009年出版发行行业营业收入55.89亿元,同比增长10.09%;净利润6.31亿元,同比增长7.55%。2010年1季度营业收入15.17亿元,同比增长8.8%;净利润2亿元,同比增长9.84%。报刊平面媒体面临转型挑战,2009年板块营业收入62.25亿元,同比下滑13.43%;净利润4.32亿元,同比增长0.27%。受益于经济的回暖,企业广告费用增长,2010年1季度营业收入15.14亿元,同比增长13.61%;净利润1.41亿元,同比增长14.76%。广告营销行业快速增长,迎来整合良机。2009年板块营业收入42.8亿元,同比增长28.34%;净利润2.45亿元,同比增长22.39%。2010年1季度营业收入11.22亿元,同比增长37.53%;净利润5,939万元,同比下降0.72%。广告行业受益于消费行业的快速发展、营销费用的不断提高;龙头企业上市后资金实力和品牌影响力大幅提升,整合行业资源奠定了良好的基础。影视娱乐行业2009年营业收入26.26亿元,同比增长37.81%;净利润3.42亿元,同比增长52.49%。2010年1季度营业收

入5.29亿元,同比下降12.45%;净利润5,558万元,同比下降22.26%,净利润大幅波动主要由于相关公司收入规模仍较小。受益于消费升级,内容等需求旺盛,企业迎来快速发展良机。

2010年上半年,自1月三网融合在国务院层面推出引发传媒行情以来,传媒行业发展形势良好。2010年下半年,随着文化消费的不断升级和产业的一系列积极变化,文化产业崛起之势将继续增强,成为传媒估值可以继续向上的主要推动力。中国文化产业在2009年经历了大踏步的转型发展,现已踏上快乐火爆的崛起征程。长期看好中国文化产业的精彩未来,目前内容产业、传统媒体和新媒体产业正积极寻求各自的发展,蕴含较大投资机会。前程远大的内容产业虽处虚拟的世界却享受着真实的成长快乐:电影行业快乐并快速成长着,预计2010年票房将达90亿元,同比增长45%;动漫产业已奏响"俘获人心带来巨大市场"的乐章,预计动漫制作和衍生品开发都将有所突破,产量将保持50%的增长;网游行业将历经盘整之年,然后继续前进,未来网游产品将在内容上更广更深地融入中国文化并逐步走向繁荣。体制改革下的传统行业在融合与变革中突破前行:广电行业-三网融合兵临城下有线网整合火爆上演;出版行业-敢当改制先锋寻求多元发展;广告行业-阵痛中稳步成长营销创新打造新亮点。随着移动互联时代的到来,在技术、渠道、应用和终端发展的共同推动下,新媒体行业正探索有效商业模式,开拓信息娱乐蓝海。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上,主要依据了国家统计局、国家商务部、中国新闻出版总署、中国海关总署、国务院发展研究中心、国内外相关刊物杂志的基础信息以及传媒研究单位等公布和提供的大量资料,结合对传媒相关企业的实地调查,对我国传媒行业发展现状与前景、市场竞争格局与形势、赢利水平与企业发展、投资策略与风险预警、发展趋势与规划建议等进行深入研究,并重点分析了传媒行业的前景与风险。报告揭示了传媒市场潜在需求与潜在机会,为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据,同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

目录

CONTENTS

第一部分 发展现状与前景分析

第一章 全球传媒行业发展分析

第一节 2009-2010年全球传媒市场分析

一、2009年全球传媒市场回顾

二、2010年全球传媒需求分析

三、2010年全球传媒市场规模

第二节 美国传媒行业发展分析

一、2009-2010年美国出版行业发展现状分析

二、美国媒体市场并购分析

第三节 日本传媒行业发展分析

一、日本公共广播电视体制分析

二、2009-2010年日本数字出版发展现状

第四节 英国传媒行业发展分析

一、英国期刊出版业概况

二、英国媒体发展概况

第五节 世界传媒企业对中国的启示

一、贝塔斯曼对中国的启示

二、默多克的传媒战略

三、时代华纳对中国的启示

第二章 我国传媒行业发展现状

第一节 中国传媒行业的发展概况

一、传媒产业布局的演变分析

二、制约传媒业生态链的因素

三、传媒业的价值分析

第二节 我国传媒行业发展状况

一、2009年中国传媒行业发展回顾

二、2009年传媒行业发展情况分析

三、2009年我国传媒市场特点分析

四、2010年我国传媒市场发展分析

第三节 中国传媒行业供需分析

一、2009年中国传媒市场供给总量分析

二、2009年中国传媒市场供给结构分析

三、2010年中国传媒市场需求总量分析

四、2010年中国传媒市场需求结构分析

五、2010年中国传媒市场供需平衡分析

第三章 中国传媒行业经济运行分析

第一节 2009年全国新闻传媒业基本概况

一、图书

二、期刊

三、报纸

四、音像制品及电子传媒物

五、传媒物发行

六、传媒物印刷

七、传媒物进出口

八、版权管理及版权贸易

第二节 2009年中国传媒产品进出口分析

一、2009年书籍、小册子及类似印刷品进出口情况

二、2009年报纸、杂志及期刊进出口情况

三、2009年儿童图书进出口情况

四、2009年乐谱原稿或印本进出口情况

五、2009年地图及手绘的设计图纸原稿等进出口情况

六、2009年贴花纸、明信片及日历等进出口情况

第四章 中国传媒细分市场分析

第一节 广播电视媒体

一、2009-2010年行业发展现状分析

二、2009-2010年市场规模情况分析

三、2010-2015年市场需求情况分析

四、2010-2015年行业发展前景预测

五、2010-2015年行业投资风险预测

第二节 网络媒体

一、2009-2010年行业发展现状分析

二、2009-2010年市场规模情况分析

三、2010-2015年市场需求情况分析

四、2010-2015年行业发展前景预测

五、2010-2015年行业投资风险预测

第三节 报纸期刊媒体

- 一、2009-2010年行业发展现状分析
- 二、2009-2010年市场规模情况分析
- 三、2010-2015年市场需求情况分析
- 四、2010-2015年行业发展前景预测
- 五、2010-2015年行业投资风险预测

第四节 媒体广告

- 一、2009-2010年行业发展现状分析
- 二、2009-2010年市场规模情况分析
- 三、2010-2015年市场需求情况分析
- 四、2010-2015年行业发展前景预测
- 五、2010-2015年行业投资风险预测

第五章 中国传媒行业区域市场分析

第一节 华北地区传媒行业分析

- 一、2009-2010年行业发展现状分析
- 二、2009-2010年市场规模情况分析
- 三、2010-2015年市场需求情况分析
- 四、2010-2015年行业发展前景预测
- 五、2010-2015年行业投资风险预测

第二节 东北地区传媒行业分析

- 一、2009-2010年行业发展现状分析
- 二、2009-2010年市场规模情况分析
- 三、2010-2015年市场需求情况分析
- 四、2010-2015年行业发展前景预测
- 五、2010-2015年行业投资风险预测

第三节 华东地区传媒行业分析

- 一、2009-2010年行业发展现状分析
- 二、2009-2010年市场规模情况分析
- 三、2010-2015年市场需求情况分析
- 四、2010-2015年行业发展前景预测
- 五、2010-2015年行业投资风险预测

第四节 华南地区传媒行业分析

- 一、2009-2010年行业发展现状分析
- 二、2009-2010年市场规模情况分析
- 三、2010-2015年市场需求情况分析
- 四、2010-2015年行业发展前景预测
- 五、2010-2015年行业投资风险预测

第五节 华中地区传媒行业分析

- 一、2009-2010年行业发展现状分析
- 二、2009-2010年市场规模情况分析
- 三、2010-2015年市场需求情况分析
- 四、2010-2015年行业发展前景预测
- 五、2010-2015年行业投资风险预测

第六节 西南地区传媒行业分析

- 一、2009-2010年行业发展现状分析
- 二、2009-2010年市场规模情况分析
- 三、2010-2015年市场需求情况分析
- 四、2010-2015年行业发展前景预测
- 五、2010-2015年行业投资风险预测

第七节 西北地区传媒行业分析

- 一、2009-2010年行业发展现状分析
- 二、2009-2010年市场规模情况分析
- 三、2010-2015年市场需求情况分析
- 四、2010-2015年行业发展前景预测
- 五、2010-2015年行业投资风险预测

第六章 传媒行业投资与发展前景分析

第一节 2009年传媒行业投资情况分析

- 一、2009年传媒行业总体投资结构
- 二、2009年传媒行业投资规模情况
- 三、2009年传媒行业投资增速情况
- 四、2009年传媒分行业投资分析
- 五、2009年传媒分地区投资分析

第二节 传媒行业投资机会分析

- 一、传媒投资项目分析
- 二、可以投资的传媒模式
- 三、2010年传媒投资机会
- 四、2010年传媒细分行业投资机会
- 五、2010年传媒投资新方向
- 第三节 传媒行业发展前景分析
- 一、传媒市场发展前景分析
- 二、我国传媒市场蕴藏的商机
- 三、后危机时代传媒市场的发展前景
- 四、2010年传媒市场面临的发展商机
- 五、2010-2015年传媒市场面临的发展商机

第二部分 市场竞争格局与形势

第七章 传媒行业竞争格局分析

第一节 传媒行业集中度分析

- 一、传媒市场集中度分析
- 二、传媒企业集中度分析
- 三、传媒区域集中度分析

第二节 传媒行业主要企业竞争力分析

- 一、重点企业资产总计对比分析
- 二、重点企业从业人员对比分析
- 三、重点企业全年营业收入对比分析
- 四、重点企业利润总额对比分析
- 五、重点企业综合竞争力对比分析

第三节 传媒行业竞争格局分析

- 一、2009年传媒行业竞争分析
- 二、2009年中外传媒产品竞争分析
- 三、2009-2010年国内外传媒竞争分析
- 四、2009-2010年我国传媒市场竞争分析
- 五、2009-2010年我国传媒市场集中度分析
- 六、2010-2015年国内主要传媒企业动向

第八章 2010-2015年中国传媒行业发展形势分析

第一节 传媒行业发展概况

一、传媒行业发展特点分析

二、传媒行业投资现状分析

三、传媒行业总产值分析

四、传媒行业技术发展分析

第二节 2009-2010年传媒行业市场情况分析

一、传媒行业市场发展分析

二、传媒市场存在的问题

三、传媒市场规模分析

第三节 产品发展趋势预测

一、产品发展新动态

二、技术新动态

三、产品发展趋势预测

第三部分 赢利水平与企业分析

第九章 中国传媒行业整体运行指标分析

第一节 2009-2010年中国传媒行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业生产规模分析

第二节 2009-2010年中国传媒行业产销分析

一、行业产成品情况总体分析

二、行业产品销售收入总体分析

第三节 2009-2010年中国传媒行业财务指标总体分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十章 传媒行业赢利水平分析

第一节 成本分析

一、2009-2010年传媒原材料价格走势

二、2009-2010年传媒行业人工成本分析

第二节 产销运存分析

一、2009-2010年传媒行业产销情况

二、2009-2010年传媒行业库存情况

三、2009-2010年传媒行业资金周转情况

第三节 盈利水平分析

一、2009-2010年传媒行业价格走势

二、2009-2010年传媒行业营业收入情况

三、2009-2010年传媒行业毛利率情况

四、2009-2010年传媒行业赢利能力

五、2009-2010年传媒行业赢利水平

六、2010-2015年传媒行业赢利预测

第十一章 传媒行业盈利能力分析

第一节 2009-2010年中国传媒行业利润总额分析

一、利润总额分析

二、不同规模企业利润总额比较分析

三、不同所有制企业利润总额比较分析

第二节 2009-2010年中国传媒行业销售利润率

一、销售利润率分析

二、不同规模企业销售利润率比较分析

三、不同所有制企业销售利润率比较分析

第三节 2009-2010年中国传媒行业总资产利润率分析

一、总资产利润率分析

二、不同规模企业总资产利润率比较分析

三、不同所有制企业总资产利润率比较分析

第四节 2009-2010年中国传媒行业产值利税率分析

一、产值利税率分析

二、不同规模企业产值利税率比较分析

三、不同所有制企业产值利税率比较分析

第十二章 传媒重点企业发展分析

第一节 北京歌华有线电视网络股份有限公司

一、企业概况

二、2009-2010年经营状况

三、2010-2015年盈利能力

四、2010-2015年投资风险

第二节 上海东方明珠（集团）股份有限公司

一、企业概况

二、2009-2010年经营状况

三、2010-2015年盈利能力

四、2010-2015年投资风险

第三节 湖南电广传媒股份有限公司

一、企业概况

二、2009-2010年经营状况

三、2010-2015年盈利能力

四、2010-2015年投资风险

第四节 成都博瑞传播股份有限公司

一、企业概况

二、2009-2010年经营状况

三、2010-2015年盈利能力

四、2010-2015年投资风险

第五节 上海新华传媒股份有限公司

一、企业概况

二、2009-2010年经营状况

三、2010-2015年盈利能力

四、2010-2015年投资风险

第六节 北京赛迪传媒投资股份有限公司

一、企业概况

二、2009-2010年经营状况

三、2010-2015年盈利能力

四、2010-2015年投资风险

第七节 中信国安集团公司

一、企业概况

二、2009-2010年经营状况

三、2010-2015年盈利能力

四、2010-2015年投资风险

第八节 中视传媒股份有限公司

一、企业概况

二、2009-2010年经营状况

三、2010-2015年盈利能力

四、2010-2015年投资风险

第九节 华闻传媒投资集团有限公司

一、企业概况

二、2009-2010年经营状况

三、2010-2015年盈利能力

四、2010-2015年投资风险

第十节 陕西广电网络传媒股份有限公司

一、企业概况

二、2009-2010年经营状况

三、2010-2015年盈利能力

四、2010-2015年投资风险

第四部分 投资策略与风险预警

第十三章 传媒行业投资策略分析

第一节 行业发展特征

一、行业的周期性

二、行业的区域性

三、行业的上下游

四、行业经营模式

第二节 行业投资形势分析

一、行业发展格局

二、行业进入壁垒

三、行业SWOT分析

四、行业五力模型分析

第三节 传媒行业投资效益分析

- 一、2009年传媒行业投资状况分析
- 二、2009年传媒行业投资效益分析
- 三、2010-2015年传媒行业投资方向
- 四、2010-2015年传媒行业投资建议

第四节 传媒行业投资策略研究

- 一、2009年传媒行业投资策略
- 二、2010年传媒行业投资策略
- 三、2010-2015年传媒行业投资策略
- 四、2010-2015年传媒细分行业投资策略

第十四章 传媒行业投资风险预警

第一节 影响传媒行业发展的主要因素

- 一、2010年影响传媒行业运行的有利因素
- 二、2010年影响传媒行业运行的稳定因素
- 三、2010年影响传媒行业运行的不利因素
- 四、2010年我国传媒行业发展面临的挑战
- 五、2010年我国传媒行业发展面临的机遇

第二节 传媒行业投资风险预警

- 一、2010-2015年传媒行业市场风险预测
- 二、2010-2015年传媒行业政策风险预测
- 三、2010-2015年传媒行业经营风险预测
- 四、2010-2015年传媒行业技术风险预测
- 五、2010-2015年传媒行业竞争风险预测
- 六、2010-2015年传媒行业其他风险预测

第五部分 发展趋势与规划建议

第十五章 传媒行业发展趋势分析

第一节 2010-2015年中国传媒市场趋势分析

- 一、2009-2010年我国传媒市场趋势总结
- 二、2010-2015年我国传媒发展趋势分析

第二节 2010-2015年传媒产品发展趋势分析

- 一、2010-2015年传媒产品技术趋势分析

二、2010-2015年传媒产品价格趋势分析

第三节 2010-2015年中国传媒行业供需预测

一、2008-2012年中国传媒供给预测

二、2010-2015年中国传媒需求预测

三、2010-2015年中国传媒价格预测

第四节 2010-2015年传媒行业规划建议

一、传媒行业"十一五"整体规划

二、传媒行业"十二五"规划预测

三、2010-2015年传媒行业规划建议

第十六章 传媒企业管理策略建议

第一节 市场策略分析

一、传媒价格策略分析

二、传媒渠道策略分析

第二节 销售策略分析

一、媒介选择策略分析

二、产品定位策略分析

三、企业宣传策略分析

第三节 提高传媒企业竞争力的策略

一、提高中国传媒企业核心竞争力的对策

二、传媒企业提升竞争力的主要方向

三、影响传媒企业核心竞争力的因素及提升途径

四、提高传媒企业竞争力的策略

第四节 对我国传媒品牌的战略思考

一、传媒实施品牌战略的意义

二、传媒企业品牌的现状分析

三、我国传媒企业的品牌战略

四、传媒品牌战略管理的策略

图表目录

图表：传媒产业链分析

图表：传媒行业生命周期

图表：2009-2010年中国传媒行业市场规模

图表：2009-2010年全球传媒产业市场规模

图表：2009-2010年传媒重要数据指标比较

图表：2009-2010年中国传媒行业利润情况分析

图表：2009-2010年中国传媒行业资产情况分析

图表：2009-2010年中国传媒竞争力分析

图表：2010-2015年中国传媒市场前景预测

图表：2010-2015年中国传媒市场价格走势预测

图表：2010-2015年中国传媒发展前景预测

图表：2009-2010年6月传媒行业销售成本分析

图表：2009-2010年6月传媒行业销售费用分析

图表：2009-2010年6月传媒行业管理费用分析

图表：2009-2010年6月传媒行业财务费用分析

图表：2009-2010年6月传媒行业销售及利润分析

图表：2009-2010年6月传媒行业销售毛利率分析

图表：2009-2010年6月传媒行业销售利润率分析

图表：2009-2010年6月传媒行业成本费用利润率分析

图表：2009-2010年6月传媒行业总资产利润率分析

图表：2009-2010年6月传媒行业资产分析

图表：2009-2010年6月传媒行业负债分析

图表：2009-2010年6月传媒行业偿债能力分析

图表：2004-2009年国内生产总值及其增长速度

图表：2004-2009年居民消费价格涨跌幅度

图表：2009年居民消费价格比上年涨跌幅度

图表：2004-2009年年末国家外汇储备

图表：2004-2009年税收收入及其增长速度

图表：2004-2009年粮食产量及其增长速度

图表：2004-2009年工业增加值及其增长速度

图表：2009年主要工业产品产量及其增长速度

图表：2009年规模以上工业企业实现利润及其增长速度

图表：2004-2009年建筑业增加值及其增长速度

图表：2004-2009年固定资产投资及其增长速度
图表：2009年分行业城镇固定资产投资及其增长速度
图表：2009年固定资产投资新增主要生产能力
图表：2009年房地产开发和销售主要指标完成情况
图表：2004-2009年社会消费品零售总额及其增长速度
图表：2009年货物进出口总额及其增长速度
图表：2009年主要商品出口数量、金额及其增长速度
图表：2009年主要商品进口数量、金额及其增长速度
图表：2009年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度
图表：2004-2009年货物进出口总额及其增长速度
图表：2009年分行业外商直接投资及其增长速度
图表：2009年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度
图表：2009年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度
图表：2004-2009年年末电话用户数
图表：2009年全部金融机构本外币存贷款及其增长速度
图表：2004-2009年城乡居民人民币储蓄存款余额及其增长速度
图表：2004-2009年年末各类教育招生人数
图表：2009年人口数及其构成
图表：2004-2009年农村居民村收入及其增长速度
图表：2004-2009年城镇居民可支配收入及其增长速度
图表：2009-2010年6月全国居民消费价格指数
图表：2009-2010年6月工业品出厂价格指数

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/156318.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。