



艾凯咨询
ICAN Consulting

2011-2015年中国 网络游戏行业投资策略分析及竞争战略研究 咨询报告

一、调研说明

《2011-2015年中国网络游戏行业投资策略分析及竞争战略研究咨询报告》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/183360.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

→内容简介

网络游戏产业是一个新兴的朝阳产业，经历了20世纪末的初期形成期阶段，以及近几年的快速发展，现在中国的网络游戏产业处在成长期并快速走向成熟期的阶段。网络游戏产业之所以可以打破在原来中国整个网络经济中的平衡，主要缘于在20世纪末中国网络经济泡沫破灭整个网络经济大受打击的时候，网络游戏却异军突起成为整个网络经济发展的领头羊，得到迅猛的发展。2010年中国网络游戏市场保持增长，结构调整成为主题。互联网和移动网络游戏市场规模合计为349亿元，增长率26.2%。其中互联网游戏323亿元，增长率25.2%；移动网络游戏26亿元，增长率40.7%。除了互联网游戏和移动网游戏外，广电网游戏目前也逐步形成了一个值得关注的市场。2010年中国网游市场最大的特征表现为三个结构性的变化。第一个是互联网游戏市场中，网页游戏市场份额比2009年上升4.27个百分点。第二个是移动网游戏市场增长快于互联网游戏，其占比近五年来首次上升，同比增长0.7个百分点。第三个是企业竞争结构出现一线企业总体下降，二线企业总体上升的变化。2010年国产网络游戏出口持续高涨，海外市场收入将近2.3亿美元，较2009年增长达到116%。出口产品数量超过100款。有更多的国产游戏企业开始进军海外市场。部分游戏企业通过海外投资开始参与国际资本竞争。中国网游企业凭借着在国内市场积累起来的开发和运营经验和资金实力，积极利用全球资源，布局全球市场。从产品出口，到海外并购的资本输出，既是深入开发海外市场的需要，也有助于中国网游企业提升自身产品研发能力，并提升在全球网游市场格局中的话语权。

从中国网络游戏的市场发展演变情况来看，中国网络游戏市场主要发展趋势：(一)中国网络游戏产品3d化趋势明显。(二)媒体化进程及新收费模式的摸索将加速中国网络游戏的商业模式创新发展。(三)中国网络游戏市场的营收与用户数量持续增加，增速放缓。(四)中国网络游戏的跨界合作案例日渐增多。(五)中国网络游戏海外将进一步海外拓展。预计2010年之后，中国网络游戏将进一步海外拓展，除一些大型的网络游戏运营商自建海外运营体系外，一些中小型的网络游戏内容提供商将通过联合运营、合作开发等形式进入海外市场。值得关注的海外市场仍主要集中在东南亚市场和俄罗斯市场。(六)外围企业将通过并购或战略投资形式进入网络游戏市场。预计在网络游戏的盘整期内，并购与战略投资将成为外围企业进入网络游戏市场的主要途径。在外围企业进入网络游戏企业的进程中，有三类企业值得关注：一是影视传媒机构；二是中国电信运营商；三是部分互联网企业，如百度等。此外，随着互联网与移动互联网应用的“无界化”发展，一些较具实力的无线互联网企业也将进入网络游戏市场。

本研究咨询报告由中研普华咨询公司领衔撰写，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、国家文化部、国家工业和信息化部、国家新闻出版总署、国务

院发展研究中心、中国互联网协会、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、中国行业研究网、各网络游戏门户网站等公布和提供的大量资料，对我国的网络游戏行业进行了全面的分析。报告总结了全球和国内网络游戏产业发展现状，对我国网络游戏市场情况、用户情况、竞争情况、发展前景、投资情况等进行了分析。报告还对网络游戏产业未来发展趋势及发展策略进行了研判，是网络游戏企业、投资机构、相关单位等准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

→报告目录

目录

CONTENTS

第一部分 行业发展概况

第一章 网络游戏相关介绍 1

第一节 网游定义及分类 1

一、网络游戏的定义 1

二、网络游戏的分类 1

三、网络游戏的运作形式 9

第二节 网游发展历程回顾 10

一、世界网络游戏发展史 10

二、网络游戏在中国的发展历程 15

第三节 网络游戏的特性 24

一、图像类型 24

二、游戏类型 25

三、战斗类型 25

四、美术类型 25

五、世界观类型 25

六、在线类型 26

七、杂项类型 26

第二章 国际网络游戏产业 27

第一节 国际网游概况 27

- 一、世界网游市场三大阵营分析 27
- 二、全球网络游戏产业规模分析 28
- 三、欧美网络游戏市场分析 28
- 第二节 美国 29
 - 一、美国网游市场发展分析 29
 - 二、2009-2010年美国网络游戏排行榜 30
 - 三、美国网游玩家人数分析 31
 - 四、2010年美国网游市场调查分析 32
- 第三节 日本 35
 - 一、2011年日本网游行业发展分析 35
 - 二、日本网游行业发展的问题分析 36
 - 三、2011年日本网游市场调查分析 39
- 第四节 韩国 41
 - 一、韩国网络游戏发展分析 41
 - 二、2011年韩国网游市场发展分析 45
 - 三、韩国网游成功的经验分析 46
 - 四、韩国网游政策分析 54
 - 五、韩国网游行业的问题分析 55
 - 六、韩国网游行业发展目标分析 58

第二部分 我国网游行业发展现状分析

第三章 中国网络游戏产业分析 61

第一节 中国网络游戏产业概况 61

- 一、我国网游市场分析 61
- 二、国产网游发展状况分析 62
- 三、我国网络游戏产业法律现状分析 64
- 四、我国网络游戏产业链结构及收费模式分析 70

第二节 2009年中国网络游戏产业回顾 75

- 一、2009年我国网游市场状况分析 75
- 二、2009年我国网游市场增长状况分析 76
- 三、2009年我国网游用户增长状况分析 78
- 四、2009年我国网游市场热点分析 79

五、2010年我国网游出口市场分析	85
第三节 2010年中国网络游戏市场分析	89
一、2010年我国网游市场规模分析	89
二、2010年我国网游市场结构状况分析	91
三、2010年我国网游海外市场分析	91
四、2010年我国网游市场盘点	92
第四节 中国教育网游分析	99
一、我国教育网游发展分析	99
二、教育网游市场推广框架性策略思路	100
三、我国教育网游的SWOT分析	107
四、对教育网游的认识误区	110
第五节 网络游戏存在的问题	118
一、我国网游产业四大痼疾分析	118
二、网游中的法律问题分析	122
三、我国网络游戏管理存在的问题	125
第六节 促进网游发展的对策	130
一、网络游戏产业的政策建议	130
二、对我国网络游戏产业发展的政策建议	131

第四章 网络游戏区域发展概况 134

第一节 四川 134

- 一、四川网游人数分析 134
- 二、四川网游发展状况分析 135
- 三、成都网络游戏产业发展规划 137

第二节 上海 140

- 一、上海网游行业现状 140
- 二、上海网游行业问题分析 141
- 三、行业发展对策 142
- 四、2010-2011年上海网游行业发展状况分析 144

第三节 山东 152

- 一、山东网游行业发展分析 152
- 二、山东省网游市场政策分析 154

三、2011年山东网游行业新动态 155

第四节 深圳 157

一、深圳网友行业发展状况分析 157

三、深圳网民网络游戏使用情况 159

三、深圳发展网游的优势分析 160

第五节 北京 161

一、北京网游行业发展现状 161

二、北京网游行业发展形势分析 162

三、北京网游行业发展政策分析 164

第六节 厦门 168

一、厦门动漫网游发展状况分析 168

二、厦门网游行业洗牌分析 172

三、厦门产网游分析 174

第七节 其他地区 175

一、重庆市 175

二、湖南省 176

三、浙江杭州 179

四、浙江嘉兴 182

五、江苏常州 184

第五章 网络游戏运营与盈利分析 186

第一节 网络游戏运营模式剖析 186

一、代理运营模式 186

二、自主研发模式 186

三、联合运营模式 187

四、合作经营模式 187

五、买断版权运营模式 188

第二节 中国网络游戏的主要盈利模式 188

一、计时收费模式 188

二、准免费模式 188

三、双轨运营模式 189

第三节 中国网络游戏收费模式评析 190

第六章 2010年中国网络游戏用户分析 194

第一节 中国网络游戏用户游戏偏好分析 194

一、整体情况 194

二、画面偏好 197

三、操作偏好 198

四、计费模式 200

第二节 中国网络游戏用户消费行为研究 201

第三节 中国网页游戏用户行为研究 205

第七章 手机网络游戏产业分析 220

第一节 我国手机网游发展状况分析 220

一、我国手机网游市场发展阶段分析 220

二、手机网游与PC网游的差异 221

三、2010年我国手机网游调研报告 226

第二节 手机网游产业的问题 229

一、我国手机网游面临的问题分析 229

二、我国手机网游运营商发展的障碍分析 237

第三节 我国手机市场发展分析 240

一、我国手机市场发展成就分析 240

二、2010年我国手机市场的变化 243

三、2011年我国手机产业发展方向 247

第四节 手机网络游戏行业前景趋势分析 251

一、社区休闲将成手机网游发展趋势 251

二、手机网游行业前景广阔 252

三、手机网络游戏行业的3G机遇分析 253

四、未来影响手机网络游戏发展的关键因素 254

第八章 互联网产业分析 258

第一节 互联网与网络游戏产业浅析 258

一、网游业与互联网市场发展分析 258

二、网游在互联网的地位分析 260

三、网游对互联网的贡献分析 262

第二节 互联网产业发展综述 263

- 一、2010年我国互联网行业发展分析 263
- 二、我国互联网广告市场增长状况分析 272
- 三、2011年我国互联网行业发展预测 272

第三节 互联网发展存在的问题及建议 280

- 一、互联网发展存在的问题 280
- 二、无线互联网应用中面临的瓶颈 281
- 三、知识产权立法国际化的趋势及对策 283
- 四、对移动互联网行业发展策略建议 290
- 五、助推中国互联网产业健康发展的手段 291

第三部分 行业竞争格局

第九章 网络游戏产业竞争与营销 297

第一节 网游业竞争形势分析 297

- 一、网游联合运营趋势分析 297
- 二、网游人才竞争状况 300
- 三、当前网页游戏竞争状况 303
- 四、网络游戏行业恶性竞争问题分析 307
- 五、3D研发力对网游国际市场竞争力的影响 309
- 六、我国网游产业的总竞争力分析 310

第二节 网络游戏业的SWOT分析 317

- 一、优势 317
- 二、劣势 318
- 三、机会 319
- 四、威胁 320

第三节 网络游戏营销分析 320

- 一、网游时代的网游营销 320
- 二、网游营销的变革分析 324
- 三、基于消费者行为分析的网络游戏营销策略研究 326
- 四、网游的营销方式分析 330

第十章 国内重点网游企业分析 332

第一节 盛大企业集团 332

一、企业简介 332

二、2010年公司财务状况 332

三、2011年公司发展分析 337

四、盛大网络游戏目标市场策略 341

第二节 上海巨人网络集团有限公司 347

一、企业简介 347

二、公司业务状况 347

三、2010年公司财务统计 348

四、2011年公司发展预测 353

第三节 网易公司 354

一、公司简介 354

二、2010年公司财务统计 354

三、2011年公司发展预测 359

第四节 腾讯公司 360

一、公司简介 360

二、公司目标及产品 361

三、2010年公司财务状况 362

第五节 第九城市计算机技术咨询（上海）有限公司 363

一、公司简介 363

二、2010年公司财务状况 364

三、2011年公司发展分析 365

第六节 北京完美时空网络技术有限公司 365

一、公司简介 365

二、2010年公司财务状况 366

三、2011年公司发展规划 366

第七节 金山软件有限公司 369

一、公司简介 369

二、公司发展实力 369

三、2010年公司财务状况 370

第八节 网龙公司 373

一、公司简介 373

二、2010年公司财务状况 373

三、2011年公司发展状况 374

第四部分 行业投资及发展趋势分析

第十一章 2011-2015年网络游戏投资策略探讨 377

第一节 网络游戏产业投资概况 377

一、国内网游市场远饱和状况分析 377

二、投资网络游戏产业的回报分析 381

三、网络游戏市场对广告商的吸引力 382

四、未来网络游戏行业投资热点 382

第二节 2011-2015年网络游戏的投资风险分析 384

一、免费运营游戏风险分析 384

二、风险对策建议 387

三、政策风险分析 389

第三节 2011-2015年网络游戏行业投资建议 390

第十二章 2011-2015年网游行业发展趋势预测 392

第一节 2011-2015年全球网游发展前景预测 392

一、全球大型多人在线游戏市场规模预测 392

二、亚太在线游戏市场发展预测 392

三、亚洲将成为全球网络游戏主要市场 393

第二节 2011-2015年中国网络游戏前景及趋势分析 394

一、2011-2015年我国网游市场规模预测 394

二、2011-2015年我国网游市场前景预测 398

三、中国网络游戏市场发展趋势 399

四、网络游戏运营模式变革分析 400

五、网络游戏与视频游戏融合趋势分析 407

第十三章 网游政策法规分析 408

第一节 网络游戏产业政策环境剖析 408

一、网络游戏产业法律环境解析 408

二、新闻出版总署“八大”监管措施对网络游戏产业的规范分析 414

第二节 网游相关政策法规 416

一、互联网信息服务管理办法 416

二、电子出版物管理规定 422

三、《互联网出版管理暂行规定》 438

图表目录

图表：2009-2010年美国网游排行榜 31

图表：比利时网游市场调查问卷 33

图表：德国网游市场调查问卷 33

图表：美国网游市场调查问卷 34

图表：日本网游市场分布（按年龄及电脑性能分类） 40

图表：日本网游市场分布（按年龄及消费金额分类） 41

图表：2010年我国网游用户数统计 62

图表：2010年我国网游销售收入统计 63

图表：2010年我国国产网游销售收入统计 63

图表：2005-2010我国网络游戏出口规模 86

图表：2010部分网络公司出口游戏及出口地区 87

图表：我国网游对国外的出口图示 88

图表：2011-2015年网游国际市场增长率 88

图表：2003-2008年中国免费网络游戏运营商数量 189

图表：2003-2008年中国免费网游戏数量 189

图表：2010年中国网络游戏对用户重要性分布 195

图表：2010年中国网络游戏用户侧重点分布 196

图表：2010年中国不同网络游戏用户对画面要求对比 197

图表：2010年中国网络游戏用户对即时制与回合制偏好分布 198

图表：2010年中国网络游戏用户对锁定与非锁定战斗模式偏好分布 199

图表：2010年中国网络游戏用户对收费模式偏好对比 200

图表：网页游戏的目的 208

图表：网页游戏服务器 209

图表；网页游戏公会 209

图表：放弃游戏的原因 210

图表：联系客服的目的 211

图表：网页风格 214

图表：网页游戏背景 214

图表：网页游戏设置 215

图表：2009-2010年我国手机游戏市场规模 235

图表：2009-2010年我国手机游戏用户规模 236

图表：2010年1-12月手机产量全国合计 244

图表：2010年1-12月手机产量北京市合计 244

图表：2010年1-12月手机产量天津市合计 245

图表：2010年1-12月手机产量内蒙古合计 245

图表：2010年1-12月手机产量辽宁省合计 245

图表：2010年1-12月手机产量吉林省合计 245

图表：2010年1-12月手机产量上海市合计 245

图表：2010年1-12月手机产量江苏省合计 245

图表：2010年1-12月手机产量浙江省合计 245

图表：2010年1-12月手机产量福建省合计 245

图表：2010年1-12月手机产量江西省合计 246

图表：2010年1-12月手机产量山东省合计 246

图表：2010年1-12月手机产量河南省合计 246

图表：2010年1-12月手机产量湖北省合计 246

图表：2010年1-12月手机产量广东省合计 246

图表：2010年1-12月手机产量重庆市合计 246

图表：2010年1-12月手机产量四川省合计 246

图表：2010年1-12月手机产量贵州省合计 246

图表：2010年1-12月手机产量陕西省合计 247

图表：2011年1-3月手机产量全国合计 248

图表：2011年1-3月手机产量北京市合计 248

图表：2011年1-3月手机产量天津市合计 249

图表：2011年1-3月手机产量辽宁省合计 249

图表：2011年1-3月手机产量吉林省合计 249

图表：2011年1-3月手机产量黑龙江省合计 249

图表：2011年1-3月手机产量上海市合计 249

图表：2011年1-3月手机产量江苏省合计 249

图表：2011年1-3月手机产量浙江省合计 249

图表：2011年1-3月手机产量福建省合计 249

图表：2011年1-3月手机产量江西省合计 250

图表：2011年1-3月手机产量山东省合计 250

图表：2011年1-3月手机产量河南省合计 250

图表：2011年1-3月手机产量湖北省合计 250

图表：2011年1-3月手机产量湖南省合计 250

图表：2011年1-3月手机产量广东省合计 250

图表：2011年1-3月手机产量重庆市合计 250

图表：2011年1-3月手机产量四川省合计 250

图表：2011年1-3月手机产量贵州省合计 250

图表：2011年1-3月手机产量陕西省合计 251

图表：2010年1-12月微型计算机设备产量全国合计 266

图表：2010年1-12月微型计算机设备产量北京市合计 266

图表：2010年1-12月微型计算机设备产量天津市合计 266

图表：2010年1-12月微型计算机设备产量辽宁省合计 266

图表：2010年1-12月微型计算机设备产量黑龙江合计 266

图表：2010年1-12月微型计算机设备产量上海市合计 266

图表：2010年1-12月微型计算机设备产量江苏省合计 267

图表：2010年1-12月微型计算机设备产量浙江省合计 267

图表：2010年1-12月微型计算机设备产量安徽省合计 267

图表：2010年1-12月微型计算机设备产量福建省合计 267

图表：2010年1-12月微型计算机设备产量江西省合计 267

图表：2010年1-12月微型计算机设备产量山东省合计 267

图表：2010年1-12月微型计算机设备产量湖北省合计 267

图表：2010年1-12月微型计算机设备产量湖南省合计 267

图表：2010年1-12月微型计算机设备产量广东省合计 268

图表：2010年1-12月微型计算机设备产量广西区合计 268

图表：2010年1-12月微型计算机设备产量重庆市合计 268

图表：2010年1-12月微型计算机设备产量四川省合计 268

图表：2010年1-12月笔记本计算机产量全国合计 268

图表：2010年1-12月笔记本计算机产量北京市合计 268

图表：2010年1-12月笔记本计算机产量上海市合计 268

图表：2010年1-12月笔记本计算机产量江苏省合计 268

图表：2010年1-12月笔记本计算机产量浙江省合计 269

图表：2010年1-12月笔记本计算机产量安徽省合计 269

图表：2010年1-12月笔记本计算机产量福建省合计 269

图表：2010年1-12月笔记本计算机产量江西省合计 269

图表：2010年1-12月笔记本计算机产量山东省合计 269

图表：2010年1-12月笔记本计算机产量湖北省合计 269

图表：2010年1-12月笔记本计算机产量湖南省合计 269

图表：2010年1-12月笔记本计算机产量广东省合计 269

图表：2010年1-12月笔记本计算机产量重庆市合计 270

图表：2010年1-12月笔记本计算机产量四川省合计 270

图表：2010年1-12月显示器产量全国合计 270

图表：2010年1-12月显示器产量北京市合计 270

图表：2010年1-12月显示器产量天津市合计 270

图表：2010年1-12月显示器产量上海市合计 270

图表：2010年1-12月显示器产量江苏省合计 270

图表：2010年1-12月显示器产量浙江省合计 270

图表：2010年1-12月显示器产量安徽省合计 271

图表：2010年1-12月显示器产量福建省合计 271

图表：2010年1-12月显示器产量山东省合计 271

图表：2010年1-12月显示器产量湖北省合计 271

图表：2010年1-12月显示器产量湖南省合计 271

图表：2010年1-12月显示器产量广东省合计 271

图表：2010年1-12月显示器产量广西区合计 271

图表：2010年1-12月显示器产量重庆市合计 271

图表：2011年1-3月微型计算机设备产量全国合计 274

图表：2011年1-3月微型计算机设备产量北京市合计 275

图表：2011年1-3月微型计算机设备产量天津市合计 275

图表：2011年1-3月微型计算机设备产量辽宁省合计 275

图表：2011年1-3月微型计算机设备产量黑龙江合计 275

图表：2011年1-3月微型计算机设备产量上海市合计 275

图表：2011年1-3月微型计算机设备产量江苏省合计 275

图表：2011年1-3月微型计算机设备产量浙江省合计 275

图表：2011年1-3月微型计算机设备产量安徽省合计 275

图表：2011年1-3月微型计算机设备产量福建省合计 276

图表：2011年1-3月微型计算机设备产量江西省合计 276

图表：2011年1-3月微型计算机设备产量山东省合计 276

图表：2011年1-3月微型计算机设备产量湖北省合计 276

图表：2011年1-3月微型计算机设备产量湖南省合计 276

图表：2011年1-3月微型计算机设备产量广东省合计 276

图表：2011年1-3月微型计算机设备产量重庆市合计 276

图表：2011年1-3月微型计算机设备产量四川省合计 276

图表：2011年1-3月笔记本计算机产量全国合计 277

图表：2011年1-3月笔记本计算机产量北京市合计 277

图表：2011年1-3月笔记本计算机产量上海市合计 277

图表：2011年1-3月笔记本计算机产量江苏省合计 277

图表：2011年1-3月笔记本计算机产量浙江省合计 277

图表：2011年1-3月笔记本计算机产量安徽省合计 277

图表：2011年1-3月笔记本计算机产量福建省合计 277

图表：2011年1-3月笔记本计算机产量江西省合计 277

图表：2011年1-3月笔记本计算机产量湖北省合计 278

图表：2011年1-3月笔记本计算机产量湖南省合计 278

图表：2011年1-3月笔记本计算机产量广东省合计 278

图表：2011年1-3月笔记本计算机产量重庆市合计 278

图表：2011年1-3月笔记本计算机产量四川省合计 278

图表：2011年1-3月显示器产量全国合计 278

图表：2011年1-3月显示器产量北京市合计 278

图表：2011年1-3月显示器产量天津市合计 278

图表：2011年1-3月显示器产量上海市合计 279

图表：2011年1-3月显示器产量江苏省合计 279

图表：2011年1-3月显示器产量浙江省合计 279

图表：2011年1-3月显示器产量安徽省合计 279

图表：2011年1-3月显示器产量福建省合计 279

图表：2011年1-3月显示器产量山东省合计 279
图表：2011年1-3月显示器产量湖北省合计 279
图表：2011年1-3月显示器产量湖南省合计 279
图表：2011年1-3月显示器产量广东省合计 280
图表：2011年1-3月显示器产量广西区合计 280
图表：2011年1-3月显示器产量重庆市合计 280
图表：2011年我国网页游戏站点数 304
图表：2011年我国网页游戏站点数用户黏度统计 305
图表：2011年我国网页游戏独立访客照比 306
图表：2010年第四季度盛大财务统计 333
图表：2010年第四季度盛大收入统计 334
图表：2010年第四季度盛大游戏收入统计 334
图表：2010年四季度盛大毛收入统计 335
图表：2010年四季度运营利润统计 336
图表：2010年四季度上大净利润统计 336
图表：2007-2013年我国有端网游市场规模预测 395
图表：2007-2013年我国有端网游市场用户规模预测 396

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/183360.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。