



艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2020年中国电子教育市场 分析预测及投资战略研究报告

一、调研说明

《2015-2020年中国电子教育市场分析预测及投资战略研究报告》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/256349.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

第一章 中国电子教育市场发展现状 12

第一节 电子教育产品行业市场分析 12

- 1、电子教育产品产品简介 12
- 2、2014年电子教育产品行业发展分析 12
- 3、电子教育产品市场价格分析 14
- 4、行业发展周期 15
- 5、电子教育产品行业发展动态 16

第二节 中国电子教育产品行业管理机构和管理体制 18

- 1、电子教育产品行业管理体系 18
- 2、电子教育产品行业管理机构 19
- 3、电子教育产品行业相关部门介绍 19
- 4、电子教育产品行业管理体制现状 28
- 5、电子教育产品行业管理体制分析 29
- 6、电子教育产品行业管理体制改革 29

第二章 2012-2014年电子教育产品总体发展情况分析 31

第一节 电子教育产品行业需求特征分析 31

- 1、需求概况 31
- 2、需求影响因素 31
- 3、用户特点分析 32
- 4、用户关注因素分析 33
- 5、购买渠道分析 34
- 6、需求价格分析 34

第二节 电子教育产品市场渠道分析 35

- 1、市场渠道格局 35
- 2、销售渠道要素对比 35
- 3、主流渠道策略研究 36

第三节 电子教育产品行业竞争分析 37

- 1、竞争结构分析 37
- 2、行业国际竞争力比较 38
- 3、品牌竞争格局比较 40

4、重点品牌排名分析	41
第三章 中国电子教育产品行业统计分析	45
第一节 电子教育产品行业市场分析	45
1、市场规模分析	45
2、产能及产量分析	45
3、供需平衡分析	46
第二节 电子教育产品行业经济运行分析	47
1、2011-2014年电子教育产品行业工业总产值分析	47
2、2011-2014年电子教育产品市场销售收入分析	47
3、2011-2014年电子教育产品行业成本费用分析	48
4、2011-2014年电子教育产品行业盈利分析	48
5、2011-2014年电子教育产品行业资产负债分析	49
第三节 电子教育产品行业区域市场分析	50
1、区域盈利能力对比分析	50
2、区域经营效率对比分析	50
3、区域偿债能力对比分析	51
4、区域成长能力对比分析	52
第四节 电子教育产品行业进出口分析	52
1、2011-2014年电子教育产品行业进出口分析	52
2、主要进口来源地区及进口企业分析	53
3、主要出口目的地区、贸易方式及出口企业分析	54
第五节 2012-2014年中国教育电子产品品牌销售份额	55
一、总销量前五名品牌占市场份额比重	55
二、诺亚舟	56
三、文曲星	56
四、步步高	57
五、好记星	57
六、e百分	58
第四章 2012-2014年中国电子教育行业发展态势分析	59
第一节 2012-2014年中国电子教育行业发展概况	59
一、电子教育产品销售情况	59
二、中国的电子教育产品市场现状分析	59

三、	电子教育行业广告市场发展现状	60
四、	电子教育行业销售热点	61
五、	电子教育行业技术发展现状	62
第二节	2012-2014年中国电子教育行业发展存在的问题分析	63
一、	电子教育行业的发展困境	63
二、	电子教育行业存在的问题	63
第三节	2014年中国电子教育行业发展情况	67
一、	2014年电子教育行业发展前景	67
二、	2014年电子教育行业技术发展分析	69
三、	2014年电子教育行业发展方向	71
第四节	2012-2014年中国电子教育市场营销分析	73
一、	2012-2014年电子教育产品营销标杆分析	73
二、	电子教育产业营销战略分析	77
三、	电子教育产品的终端营销策略分析	81
四、	电子教育行业品牌厂家掌握市场渠道的策略	83
第五章	2012-2014年中国电子教育细分市场之讲课点读机分析	86
第一节	2012-2014年讲课点读机市场发展概况	86
一、	2008-2014年讲课点读机创新营销分析	86
二、	点读机市场发展概况	88
第二节	2012-2014年中国讲课点读机市场发展现状发展	89
一、	2012-2014年讲课点读机市场发展前景	89
二、	2012-2014年讲课点读机市场发展方向	90
三、	2012-2014年讲课点读机市场竞争趋势	90
第六章	2012-2014年中国电子教育细分市场之数码学习机分析	92
第一节	2012-2014年中国数码学习机产业环境分析	92
一、	数码学习机在英语学习中的应用分析	92
二、	数码学习机大市场逐步成形	93
三、	数码学习机行业新标准呼之欲出	95
第二节	2012-2014年中国数码学习机市场发展状况分析	96
一、	中国数码学习机市场规模状况	96
二、	数码学习机市场火热	97
三、	数码学习机品牌集中阶段	98

四、中国数码学习机市场回顾与发展	99
第三节 2012-2014年中国数码学习机市场营销分析	101
一、数码学习机产品的消费者分析	101
二、数码学习机中国特色产品营销解析	104
三、数码电子学习机市场营销全面透析	106
四、学习机市场要警惕"数码保健品"营销模式	108
第四节 2012-2014年中国数码学习机市场面临的挑战及对策分析	111
一、数码学习机发展中的问题	111
二、数码学习机市场鱼龙混杂	115
三、数码学习机遭遇"版权门"事件	118
四、数码学习机发展相关建议	120
第七章 2012-2014年中国电子教育细分市场之电子词典分析	122
第一节 2012-2014年中国电子词典市场发展概况	122
一、电子辞典功能简述	122
二、电子辞典历史与发展	124
第二节 2012-2014年中国电子词典市场发展现状发展	132
一、电子词典市场发展现状	132
二、电子词典市场容量分析	133
三、电子词典市场竞争分析	134
第八章 2012-2014年中国教育电子产品细分行业市场分析——复读机	135
第一节 2012-2014年中国复读机行业发展概况	135
一、运行特点分析	135
二、主要产品价格走势分析	136
三、有关复读机资讯	137
第二节 2012-2014年中国复读机行业市场运行分析	138
一、市场规模分析	138
二、市场竞争格局分析	138
第三节 2015-2020年中国复读机行业发展趋势分析	139
第九章 2012-2014年中国电子教育细分市场之电纸书分析	140
第一节 2012-2014年中国电纸书市场发展概况	140
一、电纸书行业发展现状及趋势	140
二、新闻出版总署将规范电纸书市场	142

三、彩屏电纸书将成市场主流	143
第二节 2012-2014年中国电纸书市场发展现状分析	144
一、中国电纸书市场竞争分析	144
二、电纸书产业的发展危机	146
三、电纸书市场产销量分析	146
第十章 2012-2014年中国电子教育需求与消费者偏好调查	148
第一节 青少年的消费行为及消费心理的分析	148
第二节 2012-2014年中国电子教育品牌产品消费情况	157
一、国内儿童电子教育产品消费情况	157
二、电子教育产品的消费日趋理性	158
三、英语电子产品的教育消费需求	159
四、高端教育产品消费行为对品牌偏好的影响研究	160
第十一章 2012-2014年中国电子教育产业市场竞争格局分析	168
第一节 2012-2014年中国电子教育产业竞争现状分析	168
第二节 2012-2014年中国电子教育产业运行分析	168
一、产品市场集中度分析	168
二、电子教育区域运行分析	169
1、华东地区	169
2、华南地区	170
3、华中地区	170
4、华北地区	171
5、西北地区	172
6、西南地区	172
7、东北地区	173
三、主要省市集中度及竞争力分析	174
第三节 2012-2014年中国电子教育企业提升竞争力策略分析	174
第十二章 2012-2014年中国主要电子教育品牌竞争力分析	177
第一节 上海好记星数码科技有限公司	177
一、公司基本概述	177
二、公司主要经营数据指标分析	180
三、公司竞争力分析	182
四、公司发展战略分析	184

第二节 大恒新纪元科技股份有限公司 185

一、公司基本概述 185

二、公司主要经营数据指标分析 186

三、公司竞争力分析 190

四、公司发展战略分析 191

第三节 东莞市步步高教育电子产品有限公司 191

一、公司基本概述 191

二、公司主要经营数据指标分析 192

三、公司竞争力分析 196

四、公司发展战略分析 197

第四节 深圳市日欣达电子实业有限公司 197

一、公司基本概述 197

二、公司主要经营数据指标分析 197

三、公司竞争力分析 199

四、公司发展战略分析 200

第五节 深圳市学之友电子有限公司 200

一、公司基本概述 200

二、公司主要经营数据指标分析 200

三、公司竞争力分析 202

四、公司发展战略分析 204

第六节 天津市一品科技发展有限公司 204

一、公司基本概述 204

二、公司主要经营数据指标分析 206

三、公司竞争力分析 208

四、公司发展战略分析 209

第七节 中山市小霸王教育电子有限公司 209

一、公司基本概述 209

二、公司主要经营数据指标分析 210

三、公司竞争力分析 212

四、公司发展战略分析 213

第八节 安迈信科技（广州）有限公司 213

一、公司基本概述 213

二、	公司主要经营数据指标分析	214
三、	公司竞争力分析	216
四、	公司发展战略分析	218
第九节	深圳市威龙兴实业有限公司	218
一、	公司基本概述	218
二、	公司主要经营数据指标分析	219
三、	公司竞争力分析	221
四、	公司发展战略分析	221
第十节	中山市真力电子有限公司	221
一、	公司基本概述	221
二、	公司主要经营数据指标分析	222
三、	公司竞争力分析	224
四、	公司发展战略分析	224
第十三章	2012-2014年中国电子教育相关行业分析	226
第一节	2012-2014年教育行业发展分析	226
一、	中国少儿英语教育行业现状及趋势分析	226
二、	教育的投资回报率分析	226
三、	教育信息化与信息技术教育发展分析	227
四、	中国教育信息化的发展目标和基本对策	234
五、	2012-2014年教育行业投资机会及策略	241
第二节	电子行业发展分析	243
一、	2012-2014年电子信息产业的危机与转机	243
二、	2014年电子制造业运行情况	245
三、	2014年电子信息产业固定资产投资分析	246
四、	2010-2014年电子行业发展预测	252
五、	2009-2014年电子信息产业调整和振兴规划	252
第十四章	2013-2014年中国电子教育业发展预测分析	260
第一节	2012-2014年电子教育产品市场趋势	260
一、	中国家长的教育趋势	260
二、	中国人的教育消费调查	260
第二节	2009-2019年数码学习机市场发展趋势分析	263
一、	2013-2014年数码学习机整合趋势	263

- 二、2013-2014年数码学习机产业链发展趋势 263
- 三、2013-2014年数码学习机渠道发展趋势 264
- 四、2013-2014年数码学习机营销趋势 265
- 五、2013-2014年数码学习产品销售趋势 265
- 第三节 2013-2014年电子教育行业发展趋势 265
 - 一、2013-2014年资源整合趋势 265
 - 二、2013-2014年核心功能集成发展化趋势 265
 - 三、2013-2014年娱乐、互动性成发展趋势 266
 - 四、2013-2014年渠道发展趋势 266

第十五章 中国电子教育产品行业前景与投资分析 267

第一节 电子教育产品行业发展前景分析 267

- 1、未来3-5年电子教育产品行业供给分析 267
- 2、未来3-5年电子教育产品行业需求分析 267
- 3、未来3-5年电子教育产品价格走势分析 268
- 4、2015-2020年电子教育产品行业产品消费预测 268
- 5、2015-2020年电子教育产品行业产品产量预测 269

第二节 电子教育产品行业投资需求分析 269

- 1、投资需求及规划 269
- 2、投资方式 270
- 3、资金来源 270

第三节 电子教育产品行业投资风险及防范 271

- 1、环境风险 271
- 2、上下游风险 271
- 3、政策风险 271
- 4、技术风险 272
- 5、市场风险 272

第四节 电子教育产品行业投资机会及建议 272

- 1、总体投资建议 272
- 2、子行业投资建议 277
- 3、重点投资区域建议 284
- 4、投资企业类型建议 284

5、 电子教育产品应用领域投资建议 285

6、 产业链投资机会及建议 285

图表目录：

图表 1 2012-2014年3季度国内居民主要消费种类排名 12

图表 2 2014年我国电子教育产品行业生命周期分析 15

图表 3 2011-2014年我国电子教育产品市场需求分析 31

图表 4 2012-2014年3季度我国电子教育产品消费者购买渠道分析 34

图表 5 2012-2014年3季度我国电子教育产品行业竞争结构分析 37

图表 6 2011-2014年中国便携式电子学习产品市场规模及增长率 37

图表 7 2010-2014年中国便携式电子学习产品市场销售量及其发展速度预测 38

图表 8 2014年最有效的英语学习机销量排行榜 41

图表 9 2014年复读机品牌排名 42

图表 10 2014年七佳点读机品牌榜上 42

图表 11 2014年十佳学习机品牌排名 43

图表 12 2014年十佳电子辞典/电子词典品牌排名 43

图表 13 2011-2014年我国电子教育产品市场规模分析 45

图表 14 2011-2014年我国电子教育产品产能及产量分析 45

图表 15 2011-2014年我国电子教育产品供需平衡分析 46

图表 16 2011-2014年电子教育产品行业工业总产值分析 47

图表 17 2011-2014年电子教育产品市场销售收入分析 47

图表 18 2011-2014年电子教育产品行业成本费用分析 48

图表 19 2011-2014年电子教育产品行业盈利分析 49

图表 20 2011-2014年电子教育产品行业资产负债分析 49

图表 21 2012-2014年3季度我国电子教育行业区域盈利能力分析 50

图表 22 2012-2014年3季度我国电子教育行业区域经营效率分析 50

图表 23 2012-2014年3季度我国电子教育行业区域偿债能力分析 51

图表 24 2012-2014年3季度我国电子教育行业区域成长能力分析 52

图表 25 2011-2014年电子教育产品行业进出口分析 52

图表 26 2012-2014年3季度我国电子教育产品主要进口来源地区分析 53

图表 27 2012-2014年3季度国内电子教育产品主要出口目的地区分析 54

图表 28 2012-2014年3季度我国电子教育产品行业贸易方式分析 54

图表 29 2012-2014年3季度国内电子教育产品出口企业分析 55

图表 30	2012-2014年电子教育产品总销量前五名品牌占市场份额比重	55
图表 31	2012-2014年诺亚舟电子教育产品销售量份额分析	56
图表 32	2012-2014年文曲星电子教育产品销售量份额分析	56
图表 33	2012-2014年步步高电子教育产品销售量份额分析	57
图表 34	2012-2014年好记星电子教育产品销售量份额分析	57
图表 35	2012-2014年e百分电子教育产品销售量份额分析	58
图表 36	2011-2014年我国电子教育产品销售量分析	59
图表 37	2011-2014年中国数码学习机市场规模分析	97
图表 38	2013-2014年中国市场数码学习设备销售额的预测	97
图表 39	数码学习机消费者满意度分析	102
图表 40	数码学习机消费者功能满意度分析	102
图表 41	数码学习机消费者功效满意度分析	102
图表 42	数码学习机消费者价格满意度分析	103
图表 43	数码学习机消费者购买便利性满意度分析	103
图表 44	数码学习机消费者售后服务满意度分析	104
图表 45	2001-2014年我国电子词典市场容量分析	133
图表 46	2001-2014年中国复读机市场规模分析	138
图表 47	2011-2014年中国复读机市场规模预测分析	139
图表 48	2012-2014年我国电纸书市场产销量分析	146
图表 49	调查青少年零用钱的统计结果（表一）	149
图表 50	调查青少年消费行为的统计结果（表二）	150
图表 51	2012-2014年国内儿童电子教育产品消费情况	157
图表 52	2012-2014年我国电子教育产品市场集中度分析	168
图表 53	2011-2014年我国华东地区市场电子教育产品市场运行现状分析及前景预测	169
图表 54	2011-2014年我国华南地区市场电子教育产品市场运行现状分析及前景预测	170
图表 55	2011-2014年我国华中地区市场电子教育产品市场运行现状分析及前景预测	170
图表 56	2011-2014年我国华北地区市场电子教育产品市场运行现状分析及前景预测	171
图表 57	2011-2014年我国西北地区市场电子教育产品市场运行现状分析及前景预测	172
图表 58	2011-2014年我国西南地区市场电子教育产品市场运行现状分析及前景预测	172
图表 59	2011-2014年我国东北地区市场电子教育产品市场运行现状分析及前景预测	173
图表 60	2012-2014年3季度我国电子教育产品行业主要省市集中度及竞争力分析	174
图表 61	2011-2014年"好记星"系列英语学习机产品的销售收入分析	180

图表 62 2011-2014年"好记星"系列英语学习机产品的销售盈利指标分析 180

图表 63 2011-2014年上海好记星数码科技有限公司资产负债能力指标分析 181

图表 64 2011-2014年上海好记星数码科技有限公司盈利能力分析 181

图表65 2014年3季度大恒新纪元科技股份有限公司利润分配表 186

图表66 2014年3季度大恒新纪元科技股份有限公司资产负债表 186

图表67 2014年3季度大恒新纪元科技股份有限公司盈利能力分析 187

图表68 2014年3季度大恒新纪元科技股份有限公司成长能力分析 187

图表69 2014年3季度大恒新纪元科技股份有限公司营运能力分析 187

图表70 2014年3季度大恒新纪元科技股份有限公司偿债及资本结构分析 188

图表71 2014年3季度大恒新纪元科技股份有限公司现金流量比率分析 188

图表72 2014年3季度大恒新纪元科技股份有限公司现金流量表 189

图表73 2014年3季度东莞市步步高教育电子产品有限公司利润分配表 192

图表74 2014年3季度东莞市步步高教育电子产品有限公司资产负债表 192

图表75 2014年3季度东莞市步步高教育电子产品有限公司盈利能力分析 192

图表76 2014年3季度东莞市步步高教育电子产品有限公司成长能力分析 193

图表77 2014年3季度东莞市步步高教育电子产品有限公司营运能力分析 193

图表78 2014年3季度东莞市步步高教育电子产品有限公司偿债及资本结构分析 194

图表79 2014年3季度东莞市步步高教育电子产品有限公司现金流量比率分析 194

图表80 2014年3季度东莞市步步高教育电子产品有限公司现金流量表 195

图表 81 2011-2014年深圳市日欣达电子实业有限公司销售收入分析 197

图表 82 2011-2014年深圳市日欣达电子实业有限公司销售盈利指标分析 198

图表 83 2011-2014年深圳市日欣达电子实业有限公司资产负债能力指标分析 198

图表 84 2011-2014年深圳市日欣达电子实业有限公司盈利能力分析 199

图表 85 2011-2014年深圳市学之友电子有限公司销售收入分析 200

图表 86 2011-2014年深圳市学之友电子有限公司销售盈利指标分析 201

图表 87 2011-2014年深圳市学之友电子有限公司盈利能力分析 201

图表 88 2011-2014年深圳市学之友电子有限公司盈利能力分析 202

图表 89 2011-2014年天津市一品科技发展有限公司销售收入分析 206

图表 90 2011-2014年天津市一品科技发展有限公司销售盈利指标分析 207

图表 91 2011-2014年天津市一品科技发展有限公司资产负债能力指标分析 207

图表 92 2011-2014年天津市一品科技发展有限公司盈利能力分析 208

图表 93 2011-2014年中山市小霸王教育电子有限公司销售收入分析 210

图表 94 2011-2014年中山市小霸王教育电子有限公司销售盈利指标分析 211

图表 95 2011-2014年中山市小霸王教育电子有限公司资产负债能力指标分析 211

图表 96 2011-2014年中山市小霸王教育电子有限公司盈利能力分析 212

图表 97 2011-2014年安迈信科技（广州）有限公司销售收入分析 214

图表 98 2011-2014年安迈信科技（广州）有限公司销售盈利指标分析 215

图表 99 2011-2014年安迈信科技（广州）有限公司资产负债能力指标分析 215

图表 100 2011-2014年安迈信科技（广州）有限公司盈利能力分析 216

图表 101 2011-2014年深圳市威龙兴实业有限公司销售收入分析 219

图表 102 2011-2014年深圳市威龙兴实业有限公司销售盈利指标分析 219

图表 103 2011-2014年深圳市威龙兴实业有限公司资产负债能力指标分析 220

图表 104 2011-2014年深圳市威龙兴实业有限公司盈利能力分析 220

图表 105 2011-2014年中山市真力电子有限公司销售收入分析 222

图表 106 2011-2014年中山市真力电子有限公司销售盈利指标分析 222

图表 107 2011-2014年中山市真力电子有限公司资产负债能力指标分析 223

图表 108 2011-2014年中山市真力电子有限公司盈利能力分析 223

图表 109 世界教育投资收益率的国际水平比较 227

图表 110 2014年各地区规模以上电子信息制造业发展情况 246

图表 111 2012-2014年1-11月各地区规模以上电子信息制造业发展情况 246

图表 112 2008年7月-2014年2月规模以上电子信息制造业与全国工业销售产值增速对比 247

图表 113 2008年7月-2014年11月规模以上电子信息制造业与全国工业销售产值月度增速对比 247

图表 114 2014年3季度规模以上电子信息制造业主要经济指标完成情况（一） 248

图表 115 2014年3季度规模以上电子信息制造业主要经济指标完成情况（二） 248

图表 116 2014年3季度规模以上电子信息制造业主要经济指标完成情况（三） 249

图表 117 2014年1-11月规模以上电子信息制造业主要产品产量完成情况（一） 250

图表 118 2014年1-11月规模以上电子信息制造业主要经济指标完成情况(二) 250

图表 119 2014年1-11月规模以上电子信息制造业主要经济指标完成情况(二)续 251

图表 120 2014年3季度电子信息产业进出口情况 251

图表 121 2010-2014年电子行业发展预测 252

图表 122 2015-2020年我国电子教育产品市场供给预测 267

图表 123 2015-2020年我国电子教育产品市场需求预测 267

图表 124 2015-2020年我国电子教育产品价格走势分析 268

图表 125 2015-2020年我国电子教育产品未来市场消费预测 268

图表 126 2015-2020年电子教育产品行业产品产量预测 269

图表 127 2014年3季度各类型软件收入占比情况 286

图表 128 2008年7月-2014年11月规模以上制造业出口交货值月度增速情况 286

图表 129 教育电子政务公文与信息交换网络框架 286

图表 130 WATM网络应用流量管理器在教育系统部署 287

图表 131 2008-2014年11月全国居民消费价格指数 288

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/256349.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。