



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2016-2022年中国即时通讯市场发展现状及战略咨询报告

# 一、调研说明

《2016-2022年中国即时通讯市场发展现状及战略咨询报告》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/275323.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](mailto: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

即时通讯（Instant Messaging）是目前Internet上最为流行的通讯方式，各种各样的即时通讯软件也层出不穷；服务提供商也提供了越来越丰富的通讯服务功能。不容置疑，Internet已经成为真正的信息高速公路。从实际工程应用角度出发,以计算机网络原理为指导,结合当前网络中的一些常用技术,编程实现基于C/S架构的网络聊天工具是切实可行的。

目前，中国市场上的企业级即时通信工具主要包括：信鸽、视高科技的视高可视协同办公平台、263EM、群英CC2010、通软联合的GoCom、腾讯公司的RTX、IBM的Lotus Sametime、点击科技的GKE、中国互联网办公室的imo、中国移动的企业飞信、华夏易联的e-Link、擎旗的UcStar等。相对于个人即时通信工具而言，企业级即时通信工具更加强调安全性、实用性、稳定性和扩展性。

2016年2月1日-2月7日，腾讯QQ日均覆盖人数达1.6亿人，网民到达率达51.6%，稳居行业榜首；阿里旺旺日均覆盖人数达1765万人，网民到达率达5.8%，位居第二；微博桌面日均覆盖人数达465万人，网民到达率达1.5%，位居第三。2016年2月1-2月7日即时通讯软件日均覆盖人数排名

从即时通信发展趋势来看，手机因其随身性、个人性、便捷性等特点与即时通信功能更加切合，随着智能机的普及和价格的逐渐降低，手机即时通信使用率已经于2014年底超越PC端。未来，即时通信工具除语音聊天、视频聊天等功能外，还将以广告、支付等新服务作为主要发展方向。

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。

报告目录：

### 第一章 即时通讯相关概述 12

#### 第一节 即时通讯基础概述 12

##### 一、即时通讯新集成性分析 12

##### 二、即时通讯功能 12

##### 三、即时通讯的新发展 12

|                              |    |
|------------------------------|----|
| 四、即时通讯的好处                    | 14 |
| 第二节 即时通讯软件                   | 15 |
| 一、即时通讯软件简介                   | 15 |
| 二、即时通讯软件产品                   | 15 |
| 第三节 即时通讯的行业应用                | 17 |
| 一、个人即时通讯                     | 17 |
| 二、商务即时通讯                     | 17 |
| 三、企业即时通讯                     | 17 |
| 四、行业即时通讯                     | 18 |
| 五、网页即时通讯                     | 18 |
| 六、其他即时通讯                     | 18 |
| 第四节 即时通讯的安全问题                | 18 |
| 一、即时通讯网络安全形势                 | 18 |
| 二、即时通讯的安全准则                  | 19 |
| <br>                         |    |
| 第二章 2015年世界即时通讯行业整体运营状况分析    | 20 |
| 第一节 2015年全球即时通讯业运行概况         | 20 |
| 一、全球即时通讯市场发展概述               | 20 |
| 二、全球即时通讯行业专利部署情况             | 21 |
| 三、移动运营商欲统一全球即时通讯服务           | 27 |
| 四、全球"即时通讯"行业的专利大战            | 28 |
| 五、全球15家运营商鏖战即时通讯市场           | 29 |
| 第二节 2015年全球即时通讯市场分析          | 30 |
| 一、2015年全球即时通讯市场现状分析          | 30 |
| 二、2015年Live Messenger用户规模及现状 | 30 |
| 三、2015年Skype全球用户规模及现状分析      | 31 |
| 四、2015年全球企业即时通讯市场规模分析        | 32 |
| 五、2015年全球移动即时通讯收入规模分析        | 32 |
| 六、全球各类即时通讯工具的使用情况            | 33 |
| 第三节 2015年全球即时通讯动态分析          | 34 |
| 一、雅虎、微软打造全球即时通讯社区            | 34 |
| 二、IBM 构建全球最大的企业即时通讯社区        | 35 |

|     |                           |    |
|-----|---------------------------|----|
| 三、  | 谷歌将为Gmail加入即时社交网络功能       | 35 |
| 四、  | 腾讯与英特尔推出全球首款MID即时通讯软件     | 35 |
| 第四节 | 2015年世界即时通讯部分国家运行分析       | 36 |
| 一、  | 美国即时通讯市场运行状况              | 36 |
| 二、  | 日本即时通讯产业运行格局              | 37 |
| 三、  | 韩国即时通讯市场运行状况              | 38 |
| 四、  | 欧洲手机即时通信用户高速增长            | 39 |
| 第五节 | 2016-2022年世界即时通讯发展前景与趋势预测 | 40 |
| 第三章 | 2015年中国即时通讯行业市场发展环境解析     | 42 |
| 第一节 | 2015年中国宏观经济环境分析           | 42 |
| 一、  | 2015年中国GDP增长情况分析          | 42 |
| 二、  | 2015年中国居民消费价格走势           | 42 |
| 三、  | 2015年城乡居民收入与消费分析          | 43 |
| 四、  | 2015年中国社会消费品零售总额          | 45 |
| 五、  | 2015年全社会固定资产投资分析          | 45 |
| 六、  | 2015年进出口总额及增长率分析          | 46 |
| 第二节 | 2015年中国即时通讯市场政策环境分析       | 46 |
| 一、  | 国家加快推进三网融合计划              | 46 |
| 二、  | 中小企业发展政策及信息化情况            | 47 |
| 三、  | 《互联网信息服务管理办法》             | 50 |
| 四、  | 《互联网信息服务市场秩序监督管理暂行办法》     | 50 |
| 五、  | 即时通讯相关产业法律法规              | 51 |
| 第三节 | 2015年中国即时通讯市场互联网环境分析      | 52 |
| 一、  | 2015年中国网民总体规模情况           | 52 |
| 二、  | 2015年中国宽带网民规模情况           | 53 |
| 三、  | 2015年中国整体互联网应用情况分析        | 54 |
| 四、  | 2015年移动即时通讯互联网应用状况        | 55 |
| 第四节 | 2015年中国即时通讯相关产业发展环境分析     | 57 |
| 一、  | 2015年中国企业邮箱市场竞争格局         | 57 |
| 二、  | 2015年中国企业邮箱产业规模分析         | 58 |
| 三、  | 2015年中国企业邮箱市场收入规模         | 59 |

## 第四章 2015年中国即时通讯行业市场运行态势剖析 61

### 第一节 中国即时通讯行业发展概述 61

- 一、中国即时通讯行业发展历程 61
- 二、第一代即时通讯软件不断完善 62
- 三、第二代即时通讯软件异军突起 62

### 第二节 2015年中国即时通讯业现状综述 63

- 一、中国即时通讯迈入新纪元 63
- 二、中国网络即时通讯全球第一 65
- 三、中国即时通讯的专业化发展 65
- 四、国内EIM产品应用进入成熟期 67

### 第三节 中国即时通讯软件的运营模式分析 68

- 一、IM+门户+应用功能 68
- 二、IM+社区 68
- 三、跨平台模式 69

### 第四节 2015年中国即时通讯技术发展研究 69

- 一、即时通讯原理和工作方式 69
- 二、即时通讯的方式简介 70
- 三、嵌入式即时通讯工具的兴起 71

### 第五节 2015年中国即时通讯产业存在的问题 72

## 第五章 2015年中国即时通讯市场深度剖析 74

### 第一节 2015年中国即时通讯市场运营特点分析 74

### 第二节 2015年中国即时通讯市场发展态势分析 75

- 一、盛大将涉足邮箱业务规划即时通讯产品 75
- 二、三五互联企业级即时通讯业务情况 75
- 三、2015年金山词霸涉足即时通讯市场 76
- 四、2015年新浪联手MSN发力即时通讯 76

### 第三节 2015年中国即时通讯业市场规模 77

截至2014年12月，我国即时通信网民规模达5.88亿，比2013年底增长了5560万。即时通信的总体使用率为90.6%，较2013年底增长了4.4个百分点。而手机即时通信网民数为5.08亿，较2013年底增长了7683万，年增长率达17.8%。手机即时通信使用率为91.2%，较2013年底提升了5个百分点。

- 一、2015年中国即时通讯用户增长情况分析 77
  - 二、2015年中国即时通讯活跃账户数量分析 78
  - 三、2015年中国即时通讯市场累计注册账户 79
  - 四、2015年中国手机即时通讯用户规模分析 80
- 第四节 中国七大即时通讯软件应用情况分析 80

## 第六章 2015年中国即时通讯行业应用状况分析 83

### 第一节 个人即时通讯 83

- 一、个人即时通讯市场分析 83
- 二、个人即时通讯工具在企业中的问题分析 83
- 三、2015年个人即时通讯网络安全现状分析 85

### 第二节 商务即时通讯 86

- 一、阿里旺旺商务即时通讯案例分析 86
- 二、商务即时通讯的发展方向分析 87

### 第三节 企业级即时通讯 88

- 一、企业级即时通信系统概述 88
- 二、企业级即时通信系统的特点 89
- 三、企业级即时通信系统的技术体系 89
- 四、企业级即时通信系统应用的关键因素 90
- 五、2015年中国企业即时通讯市场规模分析 92
- 六、中国企业即时通讯市场竞争格局分析 92
- 七、企业即时通讯服务模式的变革分析 94
- 八、中国企业即时通讯市场发展趋势 95

### 第四节 跨网即时通讯 96

- 一、中国跨网即时通讯发展历程分析 96
- 二、中国跨网语音即时通讯市场概述 97
- 三、跨网即时通讯应用的深化分析 98
- 四、中国跨网即时通讯产业链分析 98
- 五、中国跨网即时通讯盈利模式分析 99
- 六、中国跨网即时通讯市场存在的问题 100
- 七、中国跨网即时通讯市场的发展趋势 101

### 第五节 移动即时通讯 102

- 一、手机即时通讯用户使用行为研究 102
- 二、用户常使用的手机即时通讯软件分布 103
- 三、用户使用过的移动即时通讯软件情况 104
- 四、2015年中国移动即时通讯用户规模分析 105
- 五、2015年中国移动即时通讯市场竞争格局 107

## 第七章 2015年中国即时通讯市场深度调研 109

### 第一节 中国即时通讯用户特征分析 109

- 一、用户男女性别比例 109
- 二、用户职业结构 110
- 三、用户收入状况 111
- 四、用户受教育程度 112

### 第二节 中国即时通讯用户使用习惯分析 113

- 一、用户使用即时通讯软件的频率分析 113
- 二、即时通讯用户的主要交流对象分析 113
- 三、用户经常使用的即时通讯软件功能 114
- 四、即时通讯用户付费意愿及额度调研 115

### 第三节 影响用户选择即时通讯工具的因素分析 116

### 第四节 中国即时通讯用户使用安全防护措施情况 117

## 第八章 2015年中国即时通讯市场竞争格局透析 118

### 第一节 2015年中国即时通讯市场竞争概述 118

- 一、中国即时通讯市场竞争格局分析 118
- 二、中国即时通信市场竞争日益激烈 118
- 三、中国移动即时通讯市场竞争加剧 119
- 四、“3Q”之争催生即时通讯新格局 120

### 第二节 2015年即时通讯市场竞争模型解析 122

- 一、行业内竞争力分析 122
- 二、进入威胁 123
- 三、买方议价能力 123
- 四、替代品的竞争 123

### 第三节 2015年主流即时通讯软件的竞争力比较 124

一、战略定位对比 124

二、盈利模式对比 125

三、产品功能对比 128

四、品牌策略对比 129

#### 第四节 2015年移动即时通讯市场竞争形势分析 129

一、中国移动"飞信" 129

二、中国联通"即时通" 130

三、中国电信"天翼live" 131

四、移动运营商IM竞争力透析 131

#### 第五节 2015年IM运营商的竞争策略探讨 133

一、明确竞争对手和手段 133

二、定位用户群需慎重 133

三、对于功能设计要深思熟虑 134

四、发展目标要切合实际 134

五、营销策略的选择 135

### 第九章 2015年国内外即时通讯重点运营企业分析 136

#### 第一节 国外主要即时通讯工具概述 136

##### 第二节 美国在线ICQ 137

一、AOL基本情况 137

二、2015年AOL经营状况分析 138

三、2015年ICQ用户总数统计 138

四、2015年拟AOL出售即时通讯业务 139

##### 第三节 腾讯QQ 139

一、企业基本情况 139

二、2015年公司经营情况分析 140

三、2015年企业即时通讯业务分析 141

四、2015年公司主要运营指标状况 142

五、腾讯公司SWOT分析 143

##### 第四节 微软MSN 144

一、企业基本情况 144

二、2015年微软MSN用户分析 145

- 三、2015年微软发布新版MSN 145
- 四、2015年微软首推即时通讯手机 146
- 第五节 TOM-Skype 146
  - 一、企业基本情况 146
  - 二、TOM-Skype优点阐述 146
  - 三、2015年TOM-Skype用户规模 147
- 第六节 新浪UC 148
  - 一、企业基本情况 148
  - 二、2015年新浪UC用户规模 148
  - 三、2015年企业营收状况 149
  - 四、新浪SWOT分析 149
- 第七节 网易泡泡 150
  - 一、企业基本情况 150
  - 二、2015年网易泡泡用户规模 150
  - 三、2015年企业业务经营状况 151
  - 四、2015年网易泡泡异军突起 152
  - 五、网易泡泡SWOT分析 152
- 第八节 阿里旺旺 152
  - 一、阿里旺旺概况 152
  - 二、2015年企业经营情况 153
  - 三、阿里旺旺产品功能与特色 153
  - 四、2015年阿里旺旺将推出新版本 154
  - 五、阿里旺旺SWOT分析 155
- 第九节 雅虎通 155
  - 一、企业基本情况 155
  - 二、2015年雅虎通用户统计 156
  - 三、雅虎通的竞争优势分析 157
- 第十节 其他企业 157
  - 一、Google Talk 157
  - 二、263 158
  - 三、乐视网 159
  - 四、三五互联 160

## 五、Xtalk 163

### 第十章 2016-2022年中国即时通讯行业发展趋势与前景展望 164

#### 第一节 2016-2022年中国即时通讯行业发展前景分析 164

一、中国即时通讯软件市场前景分析 164

二、跨平台即时通讯软件前景广阔 165

三、专业性即时通讯需求日趋旺盛 166

#### 第二节 2016-2022年中国即时通讯行业发展趋势分析 166

一、移动即时通讯将趋于主流 166

二、即时通讯软件向企业用户渗透 167

三、即时通讯软件之间实现互通 167

#### 第三节 2016-2022年中国即时通讯行业市场预测分析 168

一、2016-2022年中国即时通讯用户规模预测分析 168

二、2016-2022年移动即时通信用户规模预测分析 168

#### 第四节 2016-2022年中国即时通讯市场盈利预测分析 169

### 第十一章 2016-2022年中国即时通讯行业投资前景预测 170

#### 第一节 2016-2022年中国即时通讯行业投资环境分析 170

一、“十三五”中国经济总体发展状况分析 170

二、即时通讯相关产业对投资影响分析 170

#### 第二节 2016-2022年中国即时通讯行业投资机会分析 174

一、即时通讯行业投资潜力分析 174

二、即时通讯行业主要盈利模式 175

三、即时通讯软件投资吸引力分析 175

#### 第三节 2016-2022年中国即时通讯行业投资风险分析 176

一、宏观经济风险 176

二、市场竞争风险 176

三、市场运营风险 176

#### 第四节 2016-2022年中国即时通讯行业投资策略及建议 177 (AK WZY)

### 图表目录：

图表 1 雅虎公司拥有的即时通讯领域专利 22

- 图表 2 微软公司拥有的即时通讯领域专利 22
- 图表 3 全球即时通讯相关的专利诉讼 29
- 图表 4 2015年全球即时通用户规模及消息数量统计 30
- 图表 5 2015年全球即时信息中企业和个人信息比例 30
- 图表 6 2015年微软Live Messenger即时通信全球发展现状 31
- 图表 7 2015年全球Skype用户规模及现状 31
- 图表 8 2015年全球Skype商务用户比例 31
- 图表 9 2005年和2015年全球企业即时通讯市场规模对比 32
- 图表 10 2006-2015年全球移动即时通讯收入规模 33
- 图表 11 全球主要即时通讯工具上市时间列表 33
- 图表 12 2015年全球主要即时通讯工具用户规模 34
- 图表 13 美国网购用户中使用和未使用在线聊天工具的购物频次比较 37
- 图表 14 美国青少年喜欢的与培养交谈/相处的方式 37
- 图表 15 日本各类即时通讯工具使用情况 38
- 图表 16 2007年和2015年欧洲手机即时通信用户数对比 39
- 图表 17 2007年和2015年西欧短信息使用量对比 40
- 图表 18 2010-2015年全球即时通讯用户规模预测趋势图 40
- 图表19 2006-2015年中国国内生产总值及增长速度 42
- 图表20 2006-2015年中国居民消费价格指数变化趋势图 43
- 图表21 2006-2015年中国城镇居民家庭人均可支配收入趋势图 44
- 图表22 2006-2015年中国农村居民家庭人均纯收入趋势图 44
- 图表23 2006-2015年中国城镇居民消费与恩格尔系数 44
- 图表24 2006-2015年中国农村居民家庭恩格尔系数 45
- 图表25 2006-2015年中国社会消费品零售总额及增长速度 45
- 图表26 2006-2015年中国全社会固定资产投资增长趋势图 46
- 图表27 2006-2015年中国进出口总额及增长速度 46
- 图表28 中国企业信息化进程示意图 49
- 图表29 2006-2015年中国网民数量及互联网普及率增长情况 52
- 图表30 2015年中国宽带网民规模情况 54
- 图表31 2010-2015年中国各类网络应用使用率情况统计 55
- 图表32 2015年手机网民网络应用结构情况 56
- 图表33 2015年中国企业邮箱运营商营收规模市场份额 58

- 图表34 2007-2015年中国企业邮箱产业规模趋势图 59
- 图表35 2007-2015年中国企业邮箱市场营收规模 60
- 图表 36 IM的基本技术原理 70
- 图表 37 2006-2015年中国即时通讯用户规模趋势图 78
- 图表 38 2010-2015年各季度中国即时通讯市场活跃帐户数量 78
- 图表 39 2010-2015年各季度中国即时通讯市场活跃帐户趋势图 79
- 图表 40 2010-2015年各季度中国即时通讯市场累计注册账户数量 79
- 图表 41 2010-2015年各季度中国即时通讯市场累计注册账户趋势图 80
- 图表 42 2006-2015年中国手机即时通讯用户规模趋势图 80
- 图表 43 2015年即时通讯用户使用的安全防范措施对比 85
- 图表 44 2015年用户最常使用即时通讯工具的安全状况变化情况 86
- 图表 45 中国企业即时通讯市场品牌结构图 93
- 图表 46 即时通讯发展各阶段的跨网应用 97
- 图表 47 中国跨网即时通讯产业价值链 99
- 图表 48 2015年中国手机即时通讯用户每周使用频率 103
- 图表 49 2015年中国手机即时通讯用户常使用的软件分布 104
- 图表50 中国移动即时通讯用户使用过的移动即时通讯软件情况 105
- 图表 51 2010-2015年中国移动即时通讯用户规模增长趋势图 105
- 图表 52 2015年第4季度中国手机IM市场用户规模 106
- 图表 53 2010-2015年中国移动即时通讯活跃用户规模增长趋势图 106
- 图表 54 2015年第4季度中国手机IM市场活跃用户规模 106
- 图表 55 2015年Q3移动IM行业累计帐户市场份额 107
- 图表 56 2015年Q3移动IM行业活跃帐户数市场份额 108
- 图表57 2015年即时通讯用户与总体网民性别分布对比 109
- 图表58 2015年主要即时通讯软件用户性别分布情况 110
- 图表59 2015年中国即时通讯用户职业分布情况 110
- 图表60 2015年中国即时通讯用户个人月收入分布情况 111
- 图表61 2015年中国移动即时通讯用户个人月收入分布情况 112
- 图表62 2015年中国即时通讯用户学历分布情况 112
- 图表63 2015年中国即时通讯软件日均有效使用时间情况 113
- 图表64 2015年中国主要即通软件用户使用软件的主要交流对象 114
- 图表65 2015年中国即时通讯用户经常使用即时通讯软件的功能情况 115

- 图表66 2015年中国即时通讯用户付费意愿及额度 116
- 图表67 2015年中国即时通讯用户选择即时通讯软件的影响因素 116
- 图表68 即时通讯用户使用的安全防护措施情况 117
- 图表 69 2015年中国主要即时通讯软件运营商市场占有率 118
- 图表 70 主流即时通讯软件战略定位对比 125
- 图表 71 QQ主要盈利模式分析 126
- 图表 72 腾讯主要盈利点简介 126
- 图表 73 飞信资费标准 127
- 图表 74 MSN的盈利模式 127
- 图表 75 主流即时通讯软件的产品功能对比 128
- 图表 76 主流即时通讯软件产品性能对比 128
- 图表 77 主流即时通讯软件的品牌策略对比 129
- 图表 78 2009-2015年腾讯控股有限公司细分业务收入统计 140
- 图表 79 2009-2015年腾讯控股有限公司细分业务成本统计 141
- 图表 80 2015年腾讯控股有限公司用户增长情况统计 141
- 图表 81 2010-2015年腾讯控股有限公司活跃用户增长趋势 142
- 图表 82 2006-2015年腾讯控股有限公司收入利润统计 142
- 图表 83 2006-2015年腾讯控股有限公司资产负债统计 143
- 图表 84 腾讯SWOT分析 143
- 图表 85 2010-2015年MSN Messenger用户统计 145
- 图表 86 2010-2015年Tom-Skype用户统计 147
- 图表 87 2010-2015年新浪UC用户统计 148
- 图表 88 2006-2015年新浪公司净收入增长趋势图 149
- 图表 89 2006-2015年新浪公司毛利增长趋势图 149
- 图表 90 新浪SWOT分析 149
- 图表 91 2010-2015年网易泡泡用户统计 151
- 图表 92 2015年网易公司分业务收入统计 151
- 图表 93 2015年网易公司毛利统计 151
- 图表 94 网易泡泡SWOT分析 152
- 图表 95 2010-2015年阿里旺旺用户统计 153
- 图表 96 2010-2015年阿里旺旺用户统计 154
- 图表 97 阿里旺旺SWOT分析 155

- 图表 98 2010-2015年雅虎通用用户统计 156
- 图表 99 2006-2015年263公司主营业务收入增长趋势 158
- 图表 100 263邮箱产品种类及特色功能一览表 159
- 图表 101 2006-2015年乐视网主营业务收入增长趋势 160
- 图表 102 35互联企业邮箱产品种类及特色功能分析 162
- 图表 103 2006-2015年厦门三五互联股份公司营收增长趋势图 163
- 图表 104 2010-2015年中国即时通讯用户规模预测趋势图 168
- 图表 105 2010-2015年中国手机即时通讯用户规模预测趋势图 169
- 图表 106 2015年中国手机上网网民规模情况 171
- 图表 107 2006-2015年中国电信业务总量情况统计 172
- 图表 108 2006-2015年中国电信行业固定资产投资增长情况 172
- 图表 109 2006-2015年中国移动电话用户增长趋势图 173
- 图表 110 2006-2015年中国软件业务收入增长趋势图 173

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/275323.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](http://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。