



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2016-2022年中国移动互联网市场分析及投资策略研究报告

# 一、调研说明

《2016-2022年中国移动互联网市场分析及投资策略研究报告》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/277255.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

2014年，我国移动互联网市场继续蓬勃发展，总市场规模突破千亿元大关。2014年中国移动互联网市场规模为2134.8亿元，同比增长115.5%，为2011年市场规模的7倍多。2009-2014年我国移动互联网行业市场规模 数据来源：工信部

一方面，智能手机和其他移动智能终端的普及和应用，奠定了移动互联网的硬件基础；另一方面，移动互联网所衍生出的互联网金融、交通旅行、在线教育的应用服务愈发完善，并加速推广向市场，成为市场规模快速增长的主要原因。

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。

报告揭示了中国移动互联网行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国移动互联网行业做了重点企业经营状况分析，并分析了中国移动互联网行业发展前景预测。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。

报告目录：

第一章 移动互联网概念及产业链结构	1
第一节 移动互联网行业概述	1
一、移动互联网的定义	1
二、移动互联网的内涵	2
三、移动互联网行业体系分析	6
（一）业务体系	6
（二）技术体系	7
四、移动互联网行业地位分析	7
（一）给信息通信行业带来的影响和变革	7
（二）对区域经济及产业发展带来的影响	12
（三）影响国民经济及产业链的整合升级	15

第二节 移动互联网产业生态系统分析	18
一、移动互联网产业生态系统结构	18
(一) 移动互联网生态系统模型	18
(二) 移动互联网生态系统特征	19
(三) 移动互联网生态系统成员	19
(四) 生态系统成员间相互作用	19
二、移动互联网产业生命周期分析	21
三、移动互联网产业价值链分析	22
(一) 移动互联网价值链基本环节	22
(二) 移动互联网价值链分层结构	22
(三) 运营商在生态系统中地位及作用	23
第三节 移动互联网行业关键技术分析	29
一、移动IP技术	29
二、MASHUP	31
三、SAAS	31
四、云计算	31
五、其他关键技术	32
第二章 移动互联网行业发展环境分析	34
第一节 行业管理规范	34
一、行业管理规范	34
二、行业监管部门	35
三、行业相关政策	36
四、行业相关标准	37
第二节 经济环境分析	38
一、经济环境分析	38
二、国际宏观环境分析	40
(一) 国内宏观环境分析	40
(二) 行业宏观环境分析	42
第三节 技术环境分析	42
一、技术环境分析	42
二、移动通信技术发展分析	45

三、互联网技术发展分析	47
第四节 社会环境分析	49
一、网民消费环境分析	49
二、网民上网趋势分析	50
第三章 移动互联网产业链结构	52
第一节 移动互联网产业链概述	52
一、产业链概况	52
二、产业链层次	56
三、产业链机会	56
第二节 移动互联网产业链模型	61
一、网络基础设施层	61
二、网络接入服务层	62
三、终端应用与服务层	62
第三节 中国移动互联网市场产业链格局	63
一、网络基础设施层	63
二、接入服务层	63
三、终端应用与服务层	64
第四章 全球移动互联网行业发展分析	65
第一节 全球移动互联网行业整体状况	65
一、行业总体发展状况	65
二、移动智能终端软件平台发展现状	72
三、移动智能终端硬件平台发展现状	72
四、移动智能终端外围硬件发展现状	74
五、移动网络平台发展现状	81
六、移动应用服务平台发展现状	90
第二节 美国移动互联网行业发展现状	96
一、美国移动市场概览	96
二、美国智能手机市场	97
三、美国移动互联网行业市场情况	100
四、美国移动互联网业务应用情况	102

第三节 欧洲移动互联网行业发展现状	103
一、欧洲移动互联网行业市场现状	103
二、主要运营商移动互联网业务发展现状	107
第四节 日本移动互联网行业发展现状	121
一、日本移动互联网行业发展历史	121
二、日本移动互联网行业发展现状	123
三、移动互联网主要业务发展状况	126
四、主要运营商移动互联网业务发展现状	128
第五节 韩国移动互联网行业发展现状	131
一、韩国移动互联网行业监管政策	131
二、韩国移动互联网行业发展现状	133
三、主要运营商移动互联网业务发展现状	135
四、韩国移动互联网成功因素分析	137
第六节 国际移动互联网行业发展前景分析	138
第五章 中国移动互联网行业发展分析	139
第一节 中国移动互联网行业历程分析	139
一、中国移动互联网行业发展历程	139
二、播种阶段	139
三、萌芽阶段	140
四、洗礼阶段	141
第二节 中国移动互联网行业发展现状分析	141
一、行业总体发展现状	141
二、终端软件平台发展现状	153
三、终端硬件平台发展现状	154
四、移动互联网网络平台发展现状	155
五、移动互联网应用服务发展现状	157
第三节 中国移动互联网行业市场分析	158
一、移动互联网行业市场规模分析	158
二、移动互联网行业用户规模分析	159
三、移动互联网行业终端规模分析	159
四、移动互联网行业市场格局分析	161

第四节 中国移动互联网用户行为分析	162
一、移动互联网用户终端应用偏好分析	162
(一) 移动互联网用户选择智能手机的原因	162
(二) 移动互联网用户智能手机平台选择倾向	162
二、移动互联网用户手机上网偏好分析	163
(一) 用户手机上网主要活动分布分析	163
(二) 用户手机上网应用及流量消费分析	164
(三) 用户手机上网时间及地点分析	164
(四) 用户手机上网月消费金额调查	165
三、用户对移动互联的业务需求分析	166
第五节 中国移动互联网发展挑战与机遇	166
一、移动互联网行业发展的挑战	166
(一) 技术发展面临的挑战	166
(二) 安全管理面临的挑战	167
二、移动互联网行业发展的机遇	170
第六章 手机游戏市场及用户行为分析	173
第一节 手机游戏发展环境分析	173
一、手机游戏定义及分类	173
(一) 手机游戏定义	173
(二) 手机游戏分类	173
二、手机游戏发展环境	174
(一) 社会环境	174
(二) 技术环境	177
三、手机游戏发展影响因素分析	178
(一) 促进因素	178
(二) 阻碍因素	179
第二节 手机游戏产业链分析	180
一、手机游戏产业链结构	180
二、手机游戏产业链发展特点	180
三、手机游戏商业模式分析	182
第三节 手机游戏市场现状分析	183

一、手机游戏市场规模分析	183
(一)手机游戏市场规模现状	183
(二)手机游戏市场发展趋势	186
二、手机游戏用户规模分析	186
(一)手机游戏用户规模现状	186
(二)手机游戏用户发展趋势	187
第四节手机游戏用户行为分析	188
一、手机游戏用户基本属性分析	188
(一)用户性别及年龄分析	188
(二)用户地区及区域分布	189
(三)用户学历及收入分布	189
(四)用户职业情况分析	190
二、手机游戏用户参与移动互联网及游戏属性分析	191
(一)用户参与手机游戏类别分析	191
(二)手机游戏用户流失原因分析	193
(三)用户参与手机游戏地点分析	194
三、手机单机游戏用户游戏行为及付费行为分析	195
(一)手机单机游戏用户游戏行为分析	195
(二)手机单机游戏用户付费行为分析	196
四、手机网络游戏用户游戏行为及付费行为分析	197
(一)手机网络游戏用户游戏行为分析	197
(二)手机网络游戏用户付费行为分析	200

## 第七章 移动电子商务市场及用户分析 201

### 第一节 移动电子商务体系架构分析 201

一、移动电子商务基本概念	201
(一)移动电子商务的概念	201
(二)移动电子商务分类范围	201
二、移动电子商务产业链分析	202
(一)移动电子商务产业链结构	202
(二)移动电子商务产业链主体	203
三、移动电子商务服务模式分析	205



四、移动电子商务发展环境分析	206
第二节 移动电子商务市场发展分析	215
一、移动电子商务行业发展特点	215
二、移动电子商务市场规模分析	216
(一) 移动电子商务交易规模	216
(二) 移动电子商务用户规模	217
第三节 移动电子商务用户行为分析	218
一、手机购物用户属性分析	218
(一) 用户性别分别状况	218
(二) 用户年龄结构状况	219
二、手机购物用户手机上网行为分析	220
(一) 手机购物用户手机上网时长分析	220
(二) 手机购物手机上网频次分析	220
(三) 手机购物用户手机上网主要活动	221
三、手机购物用户购物行为分析	222
(一) 手机购物用户年手机购物金额分析	222
(二) 手机购物用户年手机购物次数分析	222
四、手机购物用户购物偏好分析	223
(一) 手机购物用户通过手机购买的商品类型分析	223
(二) 决定手机购物用户选择手机购物网站的因素	224
第四节 移动电子商务运营案例分析	224
一、电信运营商主导的移动电子商务	224
(一) "通道+平台"的服务模式简介	224
(二) 广东移动网上商城模式分析	225
(三) 该类服务模式优劣势分析	225
二、传统电子商务提供商主导的移动电子商务	226
(一) "品牌+运营"的服务模式简介	226
(二) 手机淘宝网服务模式分析	227
(三) 手机当当网服务模式分析	227
(四) 该类服务模式优劣势分析	227
三、软件提供商主导的移动电子商务	228
(一) "软件+服务"的服务模式简介	228

(二) 用友移动商街服务模式分析	228
(三) 该类服务模式优劣势分析	229
四、新兴移动电子商务提供商主导的移动电子商务	229
(一) "专注+创新"的服务模式简介	229
(二) 立购网服务模式分析	229
(三) 该类服务模式优劣势分析	230
第五节 移动电子商务发展趋势分析	230
一、移动电子商务发展面临的问题	230
二、移动电子商务发展趋势分析	232
三、移动电子商务发展建议分析	232
(一) 电信运营商策略建议	232
(二) 传统电子商务提供商策略建议	233
(三) 软件提供商策略建议	233
(四) 新兴移动电子商务提供商策略建议	233
第八章 手机浏览器市场及用户行为分析	234
第一节 手机浏览器行业概况	234
一、手机浏览器定义及分类	234
二、手机浏览器行业产业链分析	235
三、手机浏览器行业商业模式分析	241
四、手机浏览器行业发展影响因素	243
第二节 手机浏览器行业市场分析	244
一、手机浏览器行业规模分析	244
(一) 手机浏览器用户规模	244
(二) 手机浏览器市场规模	245
二、手机浏览器行业竞争格局分析	245
(一) 现有企业间竞争分析	245
(二) 供应商议价能力分析	246
(三) 用户的议价能力分析	246
(四) 潜在进入者竞争能力	246
(五) 行业替代品威胁分析	247
第三节 手机浏览器用户行为分析	247

一、手机浏览器用户基本属性分析	247
(一) 用户性别分布情况	247
(二) 用户年龄结构情况	248
(三) 用户学历及收入分析	248
(四) 用户所属行业分析	249
二、手机浏览器用户手机上网行为	250
(一) 用户手机上网主要活动分布	250
(二) 用户手机上网地点分析	251
三、用户手机浏览器使用情况分析	251
(一) 用户使用手机浏览器频率分析	251
(二) 用户使用手机浏览器时长分析	252
(三) 用户使用的浏览器服务项分析	252
四、手机浏览器用户使用偏好分析	253
(一) 手机浏览器用户渗透率分析	253
(二) 用户常用的第三方手机浏览器	253
(三) 用户常用的自带手机浏览器	254
(四) 用户选择手机浏览器影响因素	254
第四节 典型手机浏览器介绍分析	255
一、第三方手机浏览器对比分析	255
(一) 品牌认知度对比	255
(二) 用户渗透率对比	255
(三) 功能设置对比	256
(四) 终端适配能力对比	256
(五) 资本优势对比	257
二、UC浏览器介绍分析	258
(一) 企业概览	258
(二) UC浏览器市场竞争力分析	258
(三) UC浏览器优劣势发展分析	260
三、QQ手机浏览器介绍分析	261
(一) 企业概览	261
(二) QQ手机浏览器市场竞争力分析	261
(三) QQ手机浏览器优劣势发展分析	262

四、OPERA手机浏览器介绍分析	262
(一) 企业概览	262
(二) Opera手机浏览器市场竞争力分析	263
(三) Opera手机浏览器优劣势发展分析	264
五、GO浏览器介绍分析	265
(一) 企业概览	265
(二) GO浏览器市场竞争力分析	265
(三) GO浏览器优劣势发展分析	266
第五节 手机浏览器行业趋势分析	266
一、行业战略地位发展趋势	266
二、手机浏览器发展趋势	267
(一) 向平台化发展	267
(二) 社交化趋势明显	267
三、行业市场发展趋势	268
四、行业竞争发展趋势	268
第九章 移动互联网其他细分市场发展分析	270
第一节 手机音乐市场发展分析	270
一、手机音乐行业发展现状	270
(一) 手机音乐产业价值链分析	270
(二) 手机音乐市场发展现状	272
二、手机音乐用户行为分析	273
(一) 手机音乐用户基本属性	273
(二) 用户手机音乐使用情况分析	275
(三) 用户使用手机音乐网站情况	277
(四) 用户使用手机音乐软件情况	278
第二节 手机阅读市场发展分析	278
一、手机阅读行业发展现状	278
(一) 手机阅读产业价值链分析	278
(二) 手机阅读市场发展现状	279
二、手机阅读用户行为分析	284
(一) 手机阅读用户基本属性	284

(二) 手机阅读用户手机上网行为分析	285
(三) 用户手机阅读行为分析	286
(四) 用户手机阅读偏好分析	286
第三节 手机即时通讯市场发展分析	288
一、手机即时通讯行业发展现状	288
(一) 重点手机即时通讯产品分析	288
(二) 手机即时通讯市场发展现状	290
二、手机即时通讯用户行为分析	292
(一) 手机即时通讯用户基本属性	292
(二) 手机即时通讯用户使用行为分析	292
(三) 用户手机即时通讯应用偏好分析	294
第四节 其他移动互联网细分市场分析	295
一、手机视频市场发展分析	295
(一) 手机视频市场现状分析	295
(二) 手机视频用户属性分析	296
(三) 手机视频用户行为分析	298
二、手机应用商店市场发展分析	299
(一) 手机应用商店产业链分析	299
(二) 手机应用商店商业模式分析	301
(三) 手机应用商店发展现状分析	302
(四) 手机应用商店发展趋势分析	303
三、手机搜索市场发展分析	304
(一) 手机搜索用户规模	304
(二) 手机搜索收入规模	305
四、手机电子邮件市场发展分析	306
(一) 手机电子邮件用户规模	306
(二) 手机电子邮件使用情况	306
第十章 移动互联网行业领先企业经营分析	308
第一节 中国移动有限公司经营情况分析	308
一、企业发展简况分析	308
二、企业用户规模分析	313

三、企业产品服务分析	314
四、企业移动互联网业务及盈利模式	315
五、企业经营状况优劣势分析	316
第二节 大众点评网经营情况分析	317
一、企业发展简况分析	317
二、企业用户规模分析	318
三、企业产品服务分析	318
四、企业移动互联网业务及盈利模式	319
五、企业经营状况优劣势分析	319
第三节 杭州斯凯网络科技有限公司经营情况分析	320
一、企业发展简况分析	320
二、企业用户规模分析	322
三、企业产品服务分析	322
四、企业移动互联网业务及盈利模式	323
五、企业经营状况优劣势分析	324
第四节 空中网经营情况分析	325
一、企业发展简况分析	325
二、企业用户规模分析	331
三、企业产品服务分析	331
四、企业移动互联网业务及盈利模式	331
五、企业经营状况优劣势分析	332
第五节 UC WEB经营情况分析	332
一、企业发展简况分析	332
二、企业用户规模分析	333
三、企业产品服务分析	334
四、企业移动互联网业务及盈利模式	334
五、企业经营状况优劣势分析	335
第六节 买卖宝 ( MAIMAIBAO.COM ) 经营情况分析	336
一、企业发展简况分析	336
二、企业用户规模分析	337
三、企业产品服务分析	337
四、企业移动互联网业务及盈利模式	338

五、企业经营状况优劣势分析	338
第七节 飞拓无限经营情况分析	339
一、企业发展简况分析	339
二、企业用户规模分析	339
三、企业产品服务分析	339
四、企业移动互联网业务及盈利模式	340
五、企业经营状况优劣势分析	340
第八节 宜搜经营情况分析	342
一、企业发展简况分析	342
二、企业用户规模分析	343
三、企业产品服务分析	343
四、企业移动互联网业务及盈利模式	344
五、企业经营状况优劣势分析	344
第九节 爱购（2GOU）经营情况分析	345
一、企业发展简况分析	345
二、企业用户规模分析	346
三、企业产品服务分析	346
四、企业移动互联网业务及盈利模式	347
五、企业经营状况优劣势分析	347
第十节 安徽科大讯飞信息科技股份有限公司经营情况分析	348
一、企业发展简况分析	348
二、企业用户规模分析	356
三、企业产品服务分析	356
四、企业移动互联网业务及盈利模式	357
五、企业经营状况优劣势分析	357
第十一节 拓维信息系统股份有限公司经营情况分析	358
一、企业发展简况分析	358
二、企业用户规模分析	364
三、企业产品服务分析	364
四、企业移动互联网业务及盈利模式	365
五、企业经营状况优劣势分析	365

第十一章 2016-2022年移动互联网行业投资分析与前景预测 367

第一节 移动互联网行业投资分析 367

一、移动互联网行业投资特性分析 367

(一) 行业进入壁垒分析 367

(二) 行业商业模式分析 369

二、移动互联网行业投资现状分析 369

三、移动互联网行业投资风险分析 376

(一) 行业政策风险 376

(二) 盈利模式风险 377

(三) 行业竞争风险 377

(四) 行业其他风险 377

四、移动互联网行业投资机会分析 377

第二节 移动互联网行业前景预测 378

一、移动互联网行业发展趋势分析 378

二、移动互联网行业发展前景预测 381

第三节 移动互联网行业投资建议 382

一、移动互联网行业投资价值 382

二、移动互联网行业投资建议 383

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2015年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）



图表：2015年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2015年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2015年中国GDP增速预测

图表：移动互联网行业产业链

图表：2011-2015年年我国移动互联网行业企业数量增长趋势图

图表：2011-2015年年我国移动互联网行业亏损企业数量增长趋势图

图表：2011-2015年年我国移动互联网行业从业人数增长趋势图

图表：2011-2015年年我国移动互联网行业资产规模增长趋势图

图表：2011-2015年年我国移动互联网行业产成品增长趋势图

图表：2011-2015年年我国移动互联网行业工业销售产值增长趋势图

图表：2011-2015年年我国移动互联网行业销售成本增长趋势图

图表：2011-2015年年我国移动互联网行业费用使用统计图

图表：2011-2015年年我国移动互联网行业主要盈利指标统计图

图表：2011-2015年年我国移动互联网行业主要盈利指标增长趋势图

图表：企业1

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业2

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业3

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业4

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业5

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业6

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：其他企业&hellip;&hellip;

图表：主要经济指标走势图

图表：2011-2015年移动互联网行业市场供给

图表：2011-2015年移动互联网行业市场的需求

图表：2011-2015年移动互联网行业市场规模

图表：移动互联网所属行业生命周期判断

图表：移动互联网所属行业区域市场分布情况

图表：2016-2022年中国移动互联网行业市场规模预测

图表：2016-2022年中国移动互联网行业市场供给预测

图表：2016-2022年中国移动互联网行业市场的需求预测

图表：2016-2022年中国移动互联网行业市场价格指数预测

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/277255.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。