



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国旅游市场分析 及投资策略研究报告

一、调研说明

《2016-2022年中国旅游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/277869.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

旅游业是当今世界发展最快、前景最广的新兴产业之一。国际旅游在 2004 年至 2007 年以较大的幅度增长，四年间年均增幅 7%，远高于世界旅游组织预定的长期平均增长 4% 的目标。2008 年下半年，金融危机席卷全球，使得国际旅游陡然下滑，根据世界旅游组织的报告，发达国家经济减速，也冲击到新兴经济体。在 2009 年受经济危机影响增长短暂停滞之后，国际旅游市场连续第五年快速增长。2014 年国际旅游人数达到 11.38 亿，比上年增长 4.7%，国际旅游收入 12450 亿美元，比上年增长 3.7%。2004-2014 年国际旅游人数情况统计

数据来源：World Tourism Organization

根据世界旅游组织的行业预测，未来 20 年世界旅游行业将持续保持较高的增长趋势。国际旅游人数预计平均增长率为每年 3.3%，平均每年新增 0.43 亿人次。到 2030 年，国际旅游人数将达到 18 亿人次。亚太地区增长强劲，旅游人数预计平均增长率达到 5% 每年，在 2030 年预计市场份额将从 2010 年的 22% 增长到 30%。

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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：

第一部分 行业发展分析

第一章 旅游行业概述

第一节 旅游的定义论述

一、旅游的定义

二、现代旅游业定义

三、国际组织关于旅游的定义

四、对国内旅游者的定义

五、关于定义的采纳效果

第二节 旅游业相关概述

一、旅游的观念

二、旅游的特征

三、旅游时间与旅游地的选择

四、旅游业发展的阶段性与转型

五、体验旅游同观光旅游的比较

第三节 我国旅游业的政策环境

一、我国假日旅游市场监管情况

二、我国国家、省、地市三级旅游质监体系情况

三、我国高尔夫旅游服务法规情况

四、云南面向全国发行旅游护照情况

五、对旅游业发展政策取向的思考

第二章 世界旅游行业发展分析

第一节 世界旅游业发展状况

一、世界旅游业发展现状

二、2014年世界旅游业的市场发展情况

三、2015年世界旅游业的市场发展情况

四、世界旅游业发展必须实现智能化

第二节 世界各地区和国家旅游市场发展情况

一、2015年亚太地区旅游发展情况

二、2015年非洲旅游业发展情况分析

三、2015年法国旅游业发展情况分析

四、2015年美国旅游业发展情况分析

五、2015年巴西旅游业发展的新动态

六、2015年澳大利亚旅游业推出旅游振兴计划

七、2015年欧洲旅游业发展情况分析

八、2015年东南亚旅游业发展情况分析

第三章 中国旅游行业发展分析

第一节 中国旅游业概况

一、中国旅游业发展的特点

二、中国旅游业进入快速发展时期

三、旅游业与环境的发展关系

四、旅游环境承载力研究分析

五、中国旅游业转型与产业政策选择分析

六、中国入境旅游的产业发展地位分析

第二节 2015年我国旅游业数据分析

一、2015年主要客源市场情况

二、2015年主要客源市场情况

三、2015年我国入境游情况

四、2015年我国入境游情况

五、2015年入境旅游外国人人数数据

六、2015年我国各省市入境旅游接待情况

七、2015年我国主要城市入境旅游接待情况

八、2015年我国各省市入境旅游接待情况

九、2015年我国主要城市入境旅游接待情况

第三节 2014-2016年中国旅游业发展分析

我国旅游资源十分丰富，是世界旅游资源大国之一。自 2004 年以来，我国旅游业保持快速发展的势头，我国国内旅游收入增长率均高于同期GDP增长率。2004-2014 年，我国国内旅游收入与 GDP的具体情况如下：

资料来源：国家统计局《国民经济和社会发展统计公报》（2004-2014年）

我国 GDP 的快速增长是旅游业收入增长的根本动力。2004 年至 2014 年，我国国内旅游收入与 GDP 的相关系数高达 0.97。从 2004 年至 2014 年，我国入境旅游人数从 1.10 亿人次增长到 1.30 亿人次，年复合增长率为 1.66%；入境游收入从 2,130.4 亿元增长到 3,495.9亿元，年复合增长率为8.26%。国内游客人数从 11.02亿人次增长到 36.11 亿人次，年复合增长率为 12.60%；国内旅游收入从4,710.7 亿元增长到30,311.9 亿元，年复合增长率为 20.46%。相对于国内游市场，入境游市场增长缓慢，其主要原因是国际经济受 2008 年经济危机影响相对较严重，而我国经济一直保持着持续高水平的增长。具体情况如下：2004-2014年中国入境游及国内游人数统计

资料来源：国家统计局《国民经济和社会发展统计公报》（2004-2014年）；2004-2014年中国入境游及国内游收入统计

资料来源：国家统计局《国民经济和社会发展统计公报》（2004-2014年）；

注：入境游收入按照统计局提供的年度汇率（年平均价）换算成人民币

2009年12月，《国务院关于加快旅游业发展的意见》出台，将旅游业定位于"国民经济的战略性支柱产业"。2013 年起，政府又相继出台《国民旅游休闲纲要》、《中华人民共和国旅游

法》、《国务院关于促进旅游业改革发展的若干意见》等政策法规，这些政策法规的相继实施将解决带薪休假等长期制约旅游业发展的矛盾、问题，为推动我国旅游业持续健康发展提供法律政策保障，有利于进一步扩大旅游消费、激活国内旅游市场，有利于旅游业转型升级以及旅游企业的做大做强。

2014年10月，国务院的常务会议部署推进消费扩大和升级，会议要求重点推进6大领域消费，“升级旅游休闲消费”即为该6大领域之一。会议要求推动落实职工带薪休假制度，实施乡村旅游富民等工程，建设自驾车、房车营地等。我国经济正处于积极转型期，旅游业涉及“吃住行游购娱”多方面，产业链覆盖面广、与其它产业关联度高。推动旅游业健康快速发展，符合我国目前经济转型的需要，也能够拉动餐饮、酒店、零售、交通运输业等相关产业的发展。

2015年1月，全国旅游工作会议在南昌召开。会议站在全面深化改革关键之年和全面建设小康社会转承之年历史时点，对旅游工作作出全面分析和谋划，围绕“文明、有序、安全、便利、富民强国”5大目标，推出今后三年旅游业发10大行动52项举措。会议提出，未来35年是我国旅游业的发展黄金期和转型攻坚期，全行业要不断增强产业自信、行业自信、事业自信，努力开辟新常态下中国旅游业发展的新天地。会议展望了2020年、2050年我国旅游发展总体目标：到2020年，从初步小康型旅游大国到全面小康型旅游大国，带薪休假制度初步实现，年人均出游达5次以上，超过中等发达国家国内人均出游4次水平，人均花费赶上中等发达国家人均水平，我国旅游业在规模、质量、效益上都达到世界旅游大国水平。到2050年，将实现从全面小康型旅游向初步富裕型旅游跨越，年人均出游达10次以上，国内旅游人次、出游率和消费水平居世界前列。

二、2015年中国旅游业发展状况

三、2016年中国旅游业发展展望

第四节 我国旅游业发展的问题

一、景区的组织类型设计与企业改制问题

二、旅游集团的组建及其结构安排问题

三、“软实力”产业与企业功能创新问题

四、产业链与价值链的拓展问题

五、区域内的联合与分工以及改善产业生态问题

六、政府主导范围的设定和能力的增强问题

七、中国旅游业的竞争弊端问题

八、我国旅游市场的导游问题

九、中国旅游业面临后劲不足难题

十、中国旅游业或面临投资过热问题

第五节 我国的海洋旅游文化资源及其开发情况

- 一、我国海洋旅游文化资源的类别与形态
- 二、开发我国海洋旅游文化资源的现实意义
- 三、我国海洋旅游文化产品体系的建构

第六节 我国旅游业信息化的发展情况分析

- 一、我国旅游业信息化的发展现状
- 二、传统旅游商业模式遭遇信息服务瓶颈
- 三、现代旅游业发展依赖信息网络
- 四、打造旅游强国离不开信息化支撑
- 五、信息化激发旅游业新活力

第七节 我国旅游电子商务市场发展分析

- 一、我国旅游电子商务市场存在的问题
- 二、推动我国旅游电子商务发展的措施，

第八节 旅游传媒与旅游市场营销分析

- 一、旅游企业要重视通过媒体进行品牌传播
- 二、品牌传播要选择主流媒体
- 三、品牌传播要注重事件营销

第二部分 细分及区域市场分析

第四章 细分市场发展分析

第一节 乡村旅游业市场发展分析

- 一、世界乡村旅游发展现状
- 二、北美乡村旅游发展特点及对我国的启示
- 三、我国乡村旅游产业组织模式探讨
- 四、中国乡村旅游发展的矛盾
- 五、我国乡村旅游开发中的问题分析
- 六、我国乡村旅游发展中的政府职能定位
- 七、农业部、国家旅游局合力推乡村旅游
- 八、我国大力发展乡村旅游对策
- 九、乡村旅游与金融支持

第二节 农业旅游业市场发展分析

- 一、世界旅游农业发展概况及其对中国的启示

二、欧美国家农业旅游的基本特征

三、我国农场旅游开发思路与产品设计

四、我国农业生态旅游资源及其发展现状

第三节 假日旅游业市场发展分析

一、度假旅游概述

二、中国旅游度假的现状与发展前景

三、我国度假旅游的发展道路

四、度假旅游市场潜力分析

五、度假旅游的性质特征与优势

第四节 生态旅游业市场发展分析

一、生态旅游的兴起

二、我国生态旅游的发展现状及发展前景

三、中国特色的生态旅游之路的探索

四、关于建立我国生态旅游认证制度的思考

五、国家旅游局将09年定为中国生态旅游年

第五节 大城市旅游市场发展分析

一、构建大城市旅游圈的机遇

二、我国主要旅游城市

三、我国大城市旅游圈划分的设想

四、我国大城市旅游发展的特征

第六节 中国大学生旅游市场发展分析

一、开发大学生旅游市场的可行性

二、大学生旅游市场的特征

三、大学生旅游市场的开发策略

第七节 工业旅游市场发展分析

一、世界工业旅游的发展状况

二、工业旅游的由来及国际经验

三、我国工业旅游的发展现状

四、推进我国工业旅游发展的意义和作用

五、对发展工业旅游的几点思考

第八节 我国红色旅游市场发展

一、红色旅游产品开发原则

二、红色旅游资源开发

三、我国红色旅游的发展情况

四、我国红色旅游经典景区的打造情况

五、《2015年全国红色旅游发展规划纲要》

第九节 在线旅游市场发展分析

一、2015年在线旅游市场发展情况

二、我国在线旅游业存在的问题

三、2015年中国在线旅游市场规模

第十节 其他旅游业细分市场发展分析

一、2015年中国旅游房地产发展情况

二、中国旅游房地产发展趋势分析

三、世界商务旅游发展情况和趋势

四、商务旅游产业发展方向研究

五、旅游业发展应保存古村镇的生活空间

六、我国古村镇旅游发展状况

七、旅行社网站营运中存在的问题与建议

第五章 区域市场分析

第一节 海南省旅游业市场发展分析

一、海南旅游发展阶段的划分

二、海南旅游的萌芽期和起步期

三、2015年海南旅游实现新突破

四、2015年海南旅游新兴业态发展壮大

五、2015年离岛免税搅热海南旅游

六、2016年海南旅游产业发展存在八大问题

七、2016年海南省旅游工作重点

第二节 深圳旅游业市场发展分析

一、2015年深圳旅游业发展情况

二、2015年深圳迎来高铁旅游新时代

第三节 四川省旅游业市场发展分析

一、四川省旅游业发展的地理优势

二、2015年四川省旅游发展概况

三、2015年四川旅游将迎来高铁时代

四、2015年清明小长假四川旅游收入

五、2015年小长假四川旅游收入

第四节 北京旅游业市场发展分析

一、2015年北京旅游业发展情况

二、北京成在线旅游预订第二大目的地

三、2015年北京首设旅游产业发展促进基金

四、2015年北京旅游业收入情况

五、2015年北京春节旅游总收入

六、2015年北京"五一"旅游总收入

七、2015年北京拟出台7项旅游业新标准

八、2016年北京市旅游收入预计

第五节 其他地区旅游业市场发展情况

一、全国30个省市区将旅游业定位为支柱产业

二、2015年上海市旅游市场运行分析

三、2015年西安市旅游市场运行分析

四、2015年广西旅游市场运行分析

五、2016年云南旅游业市场发展预测

六、2016年安徽旅游业市场发展预测

第三部分 行业竞争格局分析

第六章 旅游行业竞争分析

第一节 中国旅游业的国际竞争力分析

一、中国旅游国际竞争力的整体水平概述

二、中国旅游业参与国际竞争的优势分析

三、中国旅游业参与国际竞争的劣势分析

第二节 中国旅游业市场竞争概况

一、2015年中国旅游竞争力全球排名

二、中国旅游市场价格竞争过度分析

三、我国旅游市场中的不正当竞争现象

四、中国在线旅游业竞争激烈

五、中国旅游业提升营销竞争力

六、中国旅游竞争力有望迅速提升

七、2015年度旅游竞争力百强城市

第三节 旅游业的人才竞争探讨

一、旅游业人才竞争的层次

二、旅游业人才竞争的特点

三、旅游业人才竞争策略

第四节 中国旅游业的竞争战略

一、中国内资旅行社的市场竞争战略

二、旅游文化是中国旅游业参与国际竞争的关键

三、提高旅游企业竞争力八大策略

第七章 优势企业分析

第一节 中青旅控股股份有限公司

一、公司概况

二、2015年企业经营情况分析

三、2016年企业经营情况分析

四、2012-2015年企业财务数据分析

五、2016年公司发展展望及策略

第二节 深圳华侨城股份有限公司

一、公司概况

二、2015年企业经营情况分析

三、2016年企业经营情况分析

四、2012-2015年企业财务数据分析

五、2016年公司发展展望及策略

第三节 云南旅游股份有限公司

一、公司概况

二、2015年企业经营情况分析

三、2016年企业经营情况分析

四、2012-2015年企业财务数据分析

五、2016年公司发展展望及策略

第四节 北京首都旅游股份有限公司

一、公司概况

二、2015年企业经营情况分析

三、2016年企业经营情况分析

四、2012-2015年企业财务数据分析

五、2016年公司发展展望及策略

第五节 桂林旅游股份有限公司

一、公司概况

二、2015年企业经营情况分析

三、2016年企业经营情况分析

四、2012-2015年企业财务数据分析

五、2016年公司发展展望及策略

第六节 上海锦江国际酒店发展股份有限公司

一、公司概况

二、2015年企业经营情况分析

三、2016年企业经营情况分析

四、2012-2015年企业财务数据分析

五、2016年公司发展展望及策略

第七节 峨眉山旅游股份有限公司

一、公司概况

二、2015年企业经营情况分析

三、2016年企业经营情况分析

四、2012-2015年企业财务数据分析

五、2016年公司发展展望及策略

第八节 黄山旅游发展股份有限公司

一、公司概况

二、2015年企业经营情况分析

三、2016年企业经营情况分析

四、2012-2015年企业财务数据分析

五、2016年公司发展展望及策略

第九节 丽江玉龙旅游股份有限公司

一、公司概况

二、2015年企业经营情况分析

三、2016年企业经营情况分析

四、2012-2015年企业财务数据分析

五、2016年公司发展展望及策略

第十节 西安旅游股份有限公司

一、公司概况

二、2015年企业经营情况分析

三、2016年企业经营情况分析

四、2012-2015年企业财务数据分析

五、2016年公司发展展望及策略

第四部分 行业发展环境分析

第八章 2016-2022年旅游行业发展环境分析

第一节 国际宏观经济环境分析

一、2015年主要经济体经济运行概况

二、2016年国际宏观经济未来发展预测

第二节 中国宏观经济环境分析

一、2015年中国宏观经济运行分析

二、2016年经济运行形势分析及展望

三、2016年中国经济发展预测

第三节 2015年政治环境分析

一、2015年重点政策汇总

二、2015年重点政策和重大事件分析

三、旅游政策未来发展趋势

第四节 社会环境对旅游行业影响分析

一、行业发展社会环境概述

二、具体社会环境分析

第九章 2016-2020年产业链发展分析及其影响

第一节 上游产业链的构建与整合

一、旅游产业链内涵

二、旅游产业链体系的构建

三、旅游产业链存在的问题

四、旅游产业链整合对策

第二节 中国旅游产业链存在的问题及发展对策探析

一、旅游产业链存在的问题

二、旅游产业链构建的政策建议

三、构建旅游产业链的途径

第三节 应加快构建我国区域旅游产业链

一、发展时机与政策背景

二、综合考量 做实规划

三、多方互动打造产业的整体性

四、合纵连横构建旅游大产业链

第五部分 行业发展趋势与战略探讨

第十章 2016-2022年旅游行业发展趋势预测

第一节 世界旅游业发展趋势分析

一、未来五年世界旅游业的发展新趋势

二、未来世界旅游市场的发展趋势和特征

三、世界环保旅游的发展趋势

四、未来五年全球最热门旅游地

五、世界旅游发展六大新趋势

第二节 中国旅游市场变化趋势

一、短途旅游将成为旅游市场新趋势

二、传统节日将成旅游市场新宠

三、个性化休假将成时尚

四、春节、十一黄金周看涨

五、暑假游成旅游市场黄金月

第三节 2016年我国旅游业市场发展情况及预测

一、2016年国内旅游市场增长预测

二、2016年出境旅游市场增长预测

三、2016年入境旅游市场增长预测

四、2016年假日旅游市场增长预测

第四节 "十三五"我国旅游市场发展趋势

一、"十三五"规划的主要目标

二、"十三五"规划的发展战略

三、"十三五"国内外环境机遇挑战并存

四、"十三五"旅游市场发展预测

第五节 我国旅游细分市场发展趋势

一、中国网络旅游市场发展趋势

二、我国西部旅游产业发展趋势

三、我国邮轮旅游发展趋势

四、我国南极旅游发展趋势

五、中西部旅游业发展预测

六、我国露营旅游市场未来需求分析

第十一章 2016-2022年行业发展战略探讨

第一节 我国体育旅游发展策略

一、体育旅游的内涵及意义

二、我国体育旅游发展现状与存在问题

三、我国体育旅游的发展对策

第二节 发展会展旅游的对策与建议

一、加大对会展旅游的宣传力度

二、充分发挥政府在发展会展旅游中的重要作用

三、成立会展行业协会和专业会展旅行社

四、健全有关会展旅游的法律法规

五、加强会展旅游人才的培养

六、争取社会各界的支持

七、加强与城市之间的协调合作

第三节 我国女性旅游的开发策略

一、我国女性旅游的影响因素

二、开发我国女性旅游市场的策略

第四节 我国导游的发展策略

一、提升文化素养

二、自身素质专业化

三、重视差异化服务

四、具备强健的体魄

第五节 我国旅行社品牌战略的发展策略

一、旅行社品牌发展存在的问题

二、旅行社品牌现状的SWOT分析

三、旅行社在竞争中的应对策略分析

第六节 我国旅游业应对"散客时代"的策略

一、制约散客旅游市场发展的主要问题

二、应对"散客时代"的策略

第七节 我国旅游业竞争力提升策略

一、构建城市旅游业的核心竞争力

二、城市旅游业核心竞争力"范式"的构建

三、提升我国旅游服务贸易竞争力

第八节 我国旅游业产业功能的转变和再定位

一、从国际格局演变看中国旅游产业转型

二、从中国国内发展历程看中国旅游产业功能转变

三、我国旅游产业功能的新定位

第九节 基于SWOT分析的中原城市群旅游发展对策

一、中原城市群旅游产业SWOT分析

二、中原城市群旅游发展对策

第十节 旅游客源市场等级划分理论的应用

一、空间距离递减规律

二、旅游竞争态模型

三、引力模型

第六部分 行业投资风险评估及策略探讨

第十二章 2016-2022年旅游行业风险评估

第一节 宏观经济波动风险及防范措施

一、2016年全球宏观经济风险

二、2016年我国国内的宏观环境风险

第二节 旅游业面临的政策风险

一、国家旅游局颁布：《旅游景区质量等级管理办法》

二、将摘几家不达标旅游景区牌子

第三节 旅游业务面临的其他风险

一、旅游业对战争、瘟疫等突发性灾害较敏感

二、旅游业公司治理因素

三、安全因素

四、生态风险和文化风险

第四节 旅游行业风险分析

一、周期性

二、产业政策的变化

三、行业内竞争程度

四、行业的国际竞争力

五、政治事件

六、季节性经营

七、汇率的波动

第十三章 2016-2022年旅游业投资战略探讨

第一节 境外对我国旅游业投资情况

一、境外资本正加快投身我国旅游业

二、境外资本占我国旅游资本总量比重情况

三、境外资本投资西部情况

第二节 我国旅游业投资存在的误区及建议

一、我国旅游投资存在的误区

二、纠正当前我国旅游投资误区的对策建议

第三节 我国旅游业市场投资分析

一、近几年我国旅游业投资年均增长情况分析

二、我国中部旅游业投资情况

三、旅游行业投资机会分析

四、中国商旅市场的投资发展潜力

五、2016年中国旅游投资的新特点

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：2015-2020年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2015-2020年中国GDP增速预测

图表。。。。。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/277869.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。