



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008年中国照相器材行业市场分 析及发展趋势研究报告

一、调研说明

《2008年中国照相器材行业市场分析及发展趋势研究报告》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/39675.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

随着数码相机市场的日益成熟和消费者购买心理的日益理性，数码相机消费的季节性差异日益减弱，由促销和新品推出带动的销量增长将呈现下降趋势。2008年，奥运商机、人们消费能力的增强、数码相机性价比的提高以及二次购机群体的换机行为都将推动数码相机市场规模的节节高升。虽然2008年市场增长率相对2007年会有所下降，但增长仍将保持在20%以上，预计在2008年中国市场有望实现千万台的突破，2008年全年销量将达到1025万台。高像素、大变焦、高成像品质的数码相机的销量会高速增长；同时，专业和准专业的数码单反相机随着技术进步、新品增多、价格下降，将被越来越多的家庭所接受，数码单反相机会有较大增长，成为2008市场新的争夺点。

2007年数码相机全球供货量比上年增长27%，达到1亿36万部，预计2008年全球供货量将比上年增长11%，达到1亿1194万部。目前全球销售的相机中，75%为数码相机。全球对数码相机的需求短期内仍很旺盛，预计2008年数码相机的出货量将达到1.1亿部。到2010年，预计将有90%的专业照片是通过数码相机拍摄的，而目前这一比例为70%，且亚太地区及ROW地区将是全球数码相机销售增长的推动力，这些地区将占全球数码照相机出货量的40%。零关税为数码市场带来的机遇大于挑战。零关税的实行将使国内数码产品种类更加丰富，营造更好的消费氛围。消费者选购数码相机考虑的因素会更全面，数码相机将走出“像素至上”的时代。2007年国际品牌通用首次进入相机市场，而国产品牌爱国者的各条产品线都得到了极大丰富，据悉2008年将推出爱国者品牌的数码单反相机。至于原有的主要相机厂商，则基本都在原有的基础上再求进步。

【 目录 】

第一部分 行业发展现状分析

第一章 照相器材制造市场基本概况分析 1

第一节 照相器材行业定义与分类 1

一、行业定义 1

二、行业分类 1

第二节 照相器材产品特性与投资特性 2

一、照相器材产品特性	2
二、照相器材投资特性	4
第三节 2007-2008年我国宏观经济发展分析	5
一、2007年我国宏观经济发展分析	5
二、2008年中国经济增长趋势预测	12
第四节 照相器材制造市场发展环境分析	17
一、零关税影响分析	17
二、中国照相机行业自律公约	20
第二章 全球照相器材市场分析	23
第一节 全球照相器材市场概况	23
一、全球照相器材市场现状	23
二、2007年全球数码相机供货量分析	23
三、全球数码相机市场增长率分析	24
四、2008-2011年世界性相机市场发展趋势	24
第二节 主要照相机生产国市场概况	25
一、日本市场概况	25
二、美国市场概况	32
三、德国市场概况	35
四、俄罗斯市场概况	40
第三章 中国照相器材行业发展概况	42
第一节 中国照相器材行业发展历程	42
一、中国照相器材行业发展历程	42
二、中国传统照相机工业的发展	49
三、中国数码照相机工业的发展	58
四、中国照相器材行业发展特点	63
第二节 中国照相器材行业现状	65
一、2007年中国市场单反数码相机品牌分析	65
二、2007年数码相机市场的特点分析	68
第二部分 市场发展现状分析	

第四章 2007年照相器材行业经济运行分析	71
第一节 2007年照相器材市场经济指标分析	71
一、2007年照相机产量分析	71
二、2007年照相机及器材制造销售收入前十家企业	75
三、2007年照相机及器材制造主要经济指标分析	76
第二节 2007年我国照相机及器材制造绩效分析	96
一、2007年行业产销情况	96
二、2007年行业规模	104
三、2007年行业盈利能力	110
四、2007年行业经营发展能力	128
五、2007年行业偿债能力	137
第五章 中国照相器材市场分析	147
第一节 中国照相器材进出口分析	147
一、2007年我国照相机及其零部件进出口分析	147
二、进口照相机市场管理办法(修正)	147
第二节 数码相机市场消费者调查分析	151
一、调查对象基本情况	151
二、市场拥有率分布状况	156
三、实际用户的消费行为调查分析	156
四、潜在用户消费行为调查分析	169
第三节 2007-2008年中国数码相机市场分析	189
一、2007年数码相机关注度分析	189
二、2008年1月中国数码相机市场关注分析	202
三、2008年中国数码相机市场预测	223
第六章 照相器材主要子产业分析	225
第一节 照相机综述	225
一、银盐相机的结构	225
二、照相机的种类	226
第二节 数码照相机	230
一、2008年数码相机市场发展特点	230

二、国内数码相机市场无规范标准约束	231
三、数码相机市场未来发展分析	234
第三节 胶片	236
一、胶片在中国依旧存在大市场	236
二、胶片相机发展预测	238
第四节 胶卷	240
一、胶卷市场监管应加强	240
二、数码相机发展加速胶卷行业萎缩	240
第五节 镜头	241
一、数码相机镜头的类型和发展概况	241
二、进口镜头引导市场动向	244
第三部分 竞争格局及优势企业分析	
第七章 照相器材竞争格局	247
第一节 数码相机竞争分析	247
一、2007年数码相机市场竞争激烈	247
二、2007年数码相机竞争现状分析	249
三、2007年数码相机与照相手机竞争分析	254
第二节 胶片市场竞争分析	264
第八章 照相器材主要外资企业分析	267
第一节 柯达公司	267
一、公司概况	267
二、公司推广战略	270
三、2007年公司财务状况	279
第二节 富士胶卷株式会社	280
一、公司概况	280
二、2007财年公司财务状况	281
三、公司动态	283
第三节 佳能株式会社	286
一、佳能公司概况	286
二、2007年公司财务状况	290

三、公司动态	291
第四节 奥林巴斯光学工业株式会社	295
一、公司概况	295
二、2007年公司财务状况	300
第五节 索尼公司	301
一、公司概况	301
二、2007年公司财务状况	304
三、公司动态	305
第六节 尼康公司	307
一、公司概况	307
二、2007年公司财务状况	308
第九章 照相器材国内主要企业分析	310
第一节 凤凰光学仪器集团公司	310
一、公司概况	310
二、2007年公司经营况况	312
三、公司动态	317
第二节 中国乐凯胶片集团	318
一、公司概况	318
二、2007年公司经营况况	320
三、公司动态	324
第三节 天津三星光电子有限公司	327
第四节 上海海鸥照相机有限公司	328
第五节 北京华旗资讯科技发展有限公司	329
一、公司概况	329
二、爱国者独辟巧径的奥运营销策略分析	332
三、公司动态	337
第四部分 行业发展趋势分析	
第十章 照相器材市场发展趋势	339
第一节 照相器材销售模式现状及发展趋势	339
一、目前照相器材销售模式及其变化	339

二、电子商务对照相器材销售的影响	340
第二节 照相器材市场发展趋势	340
一、照相器材的总体发展趋势	340
二、手机相机取代数码相机的可能性分析	341

图表目录

图表：常用照相器材分类表	2
图表：主要照相器材行业属性	3
图表：2007年我国GDP增长11.4%	5
图表：2007年我国农业生产稳定发展	6
图表：2007年全国社会消费品零售总额同比增长16.8%	6
图表：2007年我国CPI上涨4.8%	7
图表：2007年全国居民收入快速增长就业增加较多	7
图表：2007年我国货币供应量增长较快	8
图表：2007年我国工业生产增长加快企业效益提高	8
图表：2007年我国固定资产投资快速增长	9
图表：国内外综合因素推动2007年CPI涨幅创11年新高	9
图表：2003-2007年CPI增长与PPI的两波增长比较	12
图表：1979-2007年GPD缩减指数和CPI年度增长率变化趋势	13
图表：1983-2007年GDP增长与投资 and 消费增长的周期关系	13
图表：2001-2010年全球数码相机销量走势图	24
图表：2006-2010年世界相机市场预测	25
图表：2003-2008年美国数码相机产量趋势	34
图表：2000-2005年中国数码相机销售量及增长率	62
图表：2005年中国数码相机市场份额	62
图表：2005年度最受用户喜爱的数码相机品牌	63
图表：2007年11月中国市场单反数码相机品牌关注度排行榜	66
图表：2007年11月中国市场单反数码相机品牌关注比例分布	67
图表：2007年中国数码相机市场销售量	68
图表：2006年各季度中国数码相机市场销售量及同比增长率	69
图表：2007年前三季度中国数码相机市场不同像素产品结构情况	69
图表：2007年2-12月照相机产量全国合计	71

图表：2007年2-12月照相机产量北京市合计	71
图表：2007年2-12月照相机产量天津市合计	72
图表：2007年2-12月照相机产量上海市合计	72
图表：2007年2-12月照相机产量江苏省合计	72
图表：2007年2-12月照相机产量浙江省合计	73
图表：2007年2-12月照相机产量福建省合计	73
图表：2007年2-12月照相机产量江西省合计	74
图表：2007年2-12月照相机产量广东省合计	74
图表：2007年2月照相机及器材制造销售收入前十家企业	75
图表：2007年5月照相机及器材制造销售收入前十家企业	75
图表：2007年8月照相机及器材制造销售收入前十家企业	75
图表：2007年11月照相机及器材制造销售收入前十家企业	76
图表：2007年1-11月照相机及器材制造主要经济指标全国合计	76
图表：2007年1-11月照相机及器材制造主要经济指标北京市合计	78
图表：2007年1-11月照相机及器材制造主要经济指标天津市合计	79
图表：2007年1-11月照相机及器材制造主要经济指标辽宁省合计	80
图表：2007年1-11月照相机及器材制造主要经济指标上海市合计	82
图表：2007年1-11月照相机及器材制造主要经济指标江苏省合计	83
图表：2007年1-11月照相机及器材制造主要经济指标浙江省合计	85
图表：2007年1-11月照相机及器材制造主要经济指标福建省合计	86
图表：2007年1-11月照相机及器材制造主要经济指标江西省合计	87
图表：2007年1-11月照相机及器材制造主要经济指标山东省合计	89
图表：2007年1-11月照相机及器材制造主要经济指标湖北省合计	90
图表：2007年1-11月照相机及器材制造主要经济指标广东省合计	92
图表：2007年1-11月照相机及器材制造主要经济指标四川省合计	93
图表：2007年1-11月照相机及器材制造主要经济指标宁夏区合计	94
图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造累计产成品	96
图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造累计产成品比上年同期增长	97
图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造累计产品销售收入	98
图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造累计产品销售收入比上年同期增长	99
图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造累计产品销售成本	100
图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造累计产品销售成本比上年同期增长	101

图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造累计产品销售费用 102

图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造累计产品销售费用比上年同期增长 103

图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造累计全部从业人数平均个数 104

图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造累计全部从业人数平均比上年同期增长 105

图表：2007年1-12月全国各省市照相机及器材制造累计企业单位数 106

图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造累计亏盈企业单位数 107

图表：2007年1-12月全国各省市照相机及器材制造累计工业总产值 108

图表：2007年1-9月全国各省市照相机及器材制造累计工业总产值比上年同期增长 109

图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造累计利润总额 110

图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造上年本月止累计利润总额 111

图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造累计亏损企业亏损总额 112

图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造累计亏损企业亏损总额比上年同期增长 113

图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造产值利税率 114

图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造产值利税率最好水平 115

图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造资金利税率 116

图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造资金利税率最好水平 117

图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造成本费用利润率 118

图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造成本费用利润率最好水平 119

图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造人均销售率 120

图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造人均销售率最好水平 121

图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造产成品资金占用率 122

图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造产成品资金占用率最好水平 123

图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造累计产品销售税金及附加 124

图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造累计产品销售税金及附加比上年同期增长 125

图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造累计税金总额 126

图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造累计税金总额比上年同期增长 127

图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造产成品资金占用率 128

图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造产成品资金占用率最好水平 129

图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造资本保值增值率 130

图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造资本保值增值率最好水平 131

图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造流动资产周转次数 132

图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造流动资产周转次数最好水平	133
图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造累计管理费用	134
图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造累计管理费用比上年同期增长	135
图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造累计财务费用	136
图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造累计流动资产平均余额	137
图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造累计流动资产平均余额比上年同期增长	138
图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造累计固定资产净值平均余额	139
图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造累计固定资产净值平均余额比上年同期增长	140
图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造累计资产总计	141
图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造累计资产总计比上年同期增长	142
图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造累计负债合计	143
图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造累计负债合计比上年同期增长	144
图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造资产负债率	145
图表：2007年1-11月全国各省市照相机及器材制造资产负债率最好水平	146
图表：2006年不同性别的消费群体分布状况	152
图表：不同年龄段消费群体分布状况	152
图表：不同受教育程度的消费群体分布状况	153
图表：不同职业的消费群体分布状况	154
图表：不同月均收入的消费群体分布状况	155
图表：数码相机市场占有率分布状况	156
图表：实际用户购买产品所属品牌与二次换机用户计划更换产品品牌分布对比	157
图表：佳能用户二次换机品牌分布	158
图表：2006年索尼用户二次换机品牌分布	159
图表：2006年柯达用户二次换机品牌分布	160
图表：2006年尼康用户二次换机品牌分布	160
图表：2006年三星用户二次换机品牌分布	161
图表：奥林巴斯用户二次换机品牌分布	162
图表：拥有产品时间分布	162
图表：购机时间选择分布状况	163
图表：计划购买到实际购买的时间差距分布特征	164
图表：像素分布状况	165

图表：价位区间分布状况	165
图表：实际用户购买的数码相机在价位与像素上的分布状况	166
图表：数码相机特征分布状况	167
图表：数码相机的使用频率分布特征	168
图表：受影响的信息来源分布状况	169
图表：计划购买时间分布状况	170
图表：不同选购时间分布比例对比	171
图表：计划购买产品时间分布对比	172
图表：不同类型产品分布状况	173
图表：不同机型分布比例对比	173
图表：不同类型产品的品牌分布状况	174
图表：计划选购数码相机特征分布状况	175
图表：实际用户与潜在用户选购数码相机外观分布特征对比	176
图表：潜在用户计划购买产品外观色彩分布状况	177
图表：潜在用户对不同数码相机技术关注分布状况	178
图表：可接受价位区间分布状况	179
图表：实际用户与潜在用户计划购买产品价位区间分布对比	180
图表：像素分布状况	180
图表：实际用户与潜在用户购买产品像素分布比例对比	181
图表：主流价位区间不同像素产品分布状况	182
图表：不同价格差距对潜在用户的购买影响分布状况	183
图表：获知产品信息的渠道分布状况	184
图表：影响购买行为的主要信息来源分布	184
图表：不同传播渠道对实际用户与潜在用户的影响分布对比	185
图表：选购数码相机地点分布状况	186
图表：不同促销方式分布状况	187
图表：2007年度数码相机品牌关注度对比状况	190
图表：2007年度数码相机品牌关注度对比分析	190
图表：2007年数码相机品牌关注度前10位排名	191
图表：2007年不同像素区间数码相机产品的关注度对比分析	192
图表：2007年各季度最受关注像素数码相机走势图	192
图表：2007年不同显示屏尺寸数码相机产品的关注度对比分析	193

图表：2007年度最受关注前20位数码相机产品对比分析	194
图表：2007年度最受关注前10位长焦数码相机产品对比分析	195
图表：2007年各季度长焦数码相机榜首排名	196
图表：2007年最受关注前10位单反数码相机产品对比分析	197
图表：2007年各季度单反数码相机榜首排名	198
图表：2007年度最受关注前10位家用数码相机产品对比分析	199
图表：2007年各季度家用数码相机榜首排名	199
图表：2007年度最受关注前10位卡片数码相机产品对比分析	200
图表：2008年1月最受用户关注的前十款产品分布状况	203
图表：2008年1月前十款产品主要参数对比及价格查询	204
图表：2008年1月最受用户关注的十大数码相机品牌分布	206
图表：2008年1月消费类相机品牌和单反类相机品牌排行榜	207
图表：2008年1月中国七大区域数码相机市场关注比例分布	209
图表：2008年1月数码相机七大区域市场品牌格局	210
图表：2008年1月不同价位消费类数码相机关注比例分布	211
图表：2008年1月不同价位单反类数码相机关注比例分布	212
图表：2007年12月与2008年1月不同相似产品关注比例对比	213
图表：2008年1月与2月数码相机关注指数对比	215
图表：2008年1月与2月不同机身类型数码相机关注比例对比	215
图表：2008年2月中国市场最受用户关注的十大数码相机品牌分布	216
图表：2008年1月与2月数码相机十大品牌排行榜	217
图表：2008年1月与2月数码相机最受关注消费类相机厂商	218
图表：2008年2月中国七大区域数码相机市场关注比例分布	219
图表：2008年2月数码相机七大市场最受关注品牌排名分析	220
图表：2008年1月与2月不同价位消费类数码相机关注比例对比	221
图表：2008年1月与2月不同价位单反类数码相机关注比例对比	222
图表：2008年1月与2月不同像素产品关注比例对比	222
图表：常见照相机及性能简介	228
图表：各类非常用照相机及性能简介	229
图表：2007年7月2000元及以下与2000元以上数码相机关注比例对比	255
图表：2007年7月2000元内不同像素手机关注比例分布对比	256
图表：2000元内数码相机与照相机手机选择状况调查分布	257

图表：2001-3000元之间消费者可选择数码相机品牌及产品分布	258
图表：2007年7月2001-3000元之间不同像素照相手机关注比例对比	259
图表：2001-3000元之间消费者对数码相机与照相手机选择状况调查分布	260
图表：3001-4000元之间消费者可选择数码相机品牌及产品分布	261
图表：2007年7月3001-4000元之间不同像素照相手机关注比例对比	262
图表：3001-4000元之间消费者对数码相机与照相手机选择状况调查分布	262
图表：柯达中港台业务概况	270
图表：奥林巴斯组织结构图	300
图表：2007年4月1日至2008年3月31日索尼公司财务状况	304
图表：2007年二季度凤凰光学仪器集团公司主营业务构成图	312
图表：2007年一、二、三季度凤凰光学仪器集团公司主营收入季度分布图	312
图表：2007年三季度凤凰光学仪器集团公司利润总额构成图	312
图表：2007年二季度凤凰光学仪器集团公司主营构成表	313
图表：2007年一、二、三季度凤凰光学仪器集团公司每股指标	313
图表：2007年一、二、三季度凤凰光学仪器集团公司获利能力表	313
图表：2007年一、二、三季度凤凰光学仪器集团公司经营能力表	314
图表：2007年一、二、三季度凤凰光学仪器集团公司偿债能力表	314
图表：2007年一、二、三季度凤凰光学仪器集团公司资本结构表	314
图表：2007年一、二、三季度凤凰光学仪器集团公司发展能力表	314
图表：2007年一、二、三季度凤凰光学仪器集团公司现金流量分析表	315
图表：2007年一、二、三季度凤凰光学仪器集团公司利润分配表	315
图表：2004-2007年凤凰光学仪器集团公司光加工业务收入及毛利率状况	316
图表：光加工产业价值链分布	317
图表：2008年凤凰光学仪器集团公司利润预测表	317
图表：2007年一、二、三季度乐凯胶片股份有限公司主营收入季度分布图	320
图表：2007年三季度乐凯胶片股份有限公司利润总额构成	321
图表：2007年二季度乐凯胶片股份有限公司主营构成表	321
图表：2007年一、二、三季度乐凯胶片股份有限公司每股指标	321
图表：2007年一、二、三季度乐凯胶片股份有限公司获利能力表	322
图表：2007年一、二、三季度乐凯胶片股份有限公司经营能力表	322
图表：2007年一、二、三季度乐凯胶片股份有限公司偿债能力表	322
图表：2007年一、二、三季度乐凯胶片股份有限公司资本结构表	322

图表：2007年一、二、三季度乐凯胶片股份有限公司发展能力表 323

图表：2007年一、二、三季度乐凯胶片股份有限公司现金流量分析表 323

图表：2007年一、二、三季度乐凯胶片股份有限公司利润分配表 323

图表：北京华旗资讯数码科技有限公司销售网络 332

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/39675.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。