



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2008年中国网络招聘市场专题报告

## 一、调研说明

《2008年中国网络招聘市场专题报告》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/41163.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

### 研究背景

机构基于自己对TMT产业和互联网市场，特别是网络招聘行业的多年积累，结合对大量业界专业人士的深访与二手资料分析，完成了本报告。

伴随着中国网络招聘产业市场高速发展，部分传统招聘会将对求职者的免费开放，外资对中国网络招聘主流厂商的介入，以及网络招聘正经历由一线城市逐渐向发展较快的二线、三线城市渗透，网络招聘已经逐渐取代招聘会等传统招聘形式成为互联网用户的首选求职媒介。

目前，网络招聘市场呈现全国性招聘网站、区域性招聘网站主导，行业性招聘网站及新兴的招聘网站成为有力补充，整个网络招聘市场趋向多极化发展的态势。而2007年前程无忧、中华英才网、智联招聘以及其他招聘网站借助充裕的资金流更是展开了全面的广告投放比拼。

本文针对以下几个问题，对网络招聘的现状和趋势进行研究：

市场规模：2007年中国网络招聘市场的规模是多少？

网络招聘产业链分析

网络招聘厂商市场营销策略如何？

网络招聘市场现状是什么？

竞争状况：网络招聘市场的竞争格局是什么？

网络招聘市场的发展趋势如何？

实力矩阵：网络招聘主要厂商发展的方向分析。

## 研究范畴

本报告涉及的技术领域为：新媒体 - 网络招聘。

本报告涉及的厂商主要包括：前程无忧、中华英才网、智联招聘、中国人才热线、南方人才网、英才网、卓博人才网、528招聘网、八方人才网、浙江人才网等。

本报告研究的国家和地区主要包括：中国大陆，不包括港澳台地区。

## 研究方法

本报告主要通过运用定性和定量方法，研究市场的一手和二手信息得到相关结论。

报告中的一手数据和信息主要有两个来源：

第一个来源，通过机构网络招聘固定样本组等渠道获得的相关业务经营数据。

第二个来源，机构采用深度访谈的方式和网络招聘产业价值链各环节的资深人士进行了深入的交流，相关信息如下：

网络招聘企业资深人士5位

网络招聘市场相关环节企业人士8位

报告中的二手信息主要通过下述方式获得：

机构互联网观点库

机构互联网数据库

行业公开信息

行业资深专家公开发表的观点

政府数据与信息

相关的经济数据

企业年报、季报

经济分析师的财务分析报告

网络信息

机构在报告中的数据和信息都是经过反复的交叉检查获得的结果，机构相信报告中的数据和信息是精确且有意义的。

研究说明

机构提供的产业分析，主要是在产业宏观数据、最终用户季度调研数据、厂商历史数据以及厂商季度业务监测信息等基础上，运用机构的产业分析模型，并结合市场研究、行业研究以及厂商研究方法得出的，主要反映了市场现状、趋势、拐点和规律，以及厂商的发展现状。

机构相信通过上述产业研究方法得出的数据在行业公认可接受误差范围内，可以准确反映行业走势与变化规律。

通过专业研究方法得到的研究结果，旨在供决策参考。厂商的实际数据请查询厂商发布的财务报告。

研究定网络招聘，英文为e-Recruiting，即招聘电子化。指以互联网为媒介，以网络作为招聘平台，一般而言，通过收集个人用户注册简历及对个人用户免费开放招聘信息，通过向

企业客户提供广告位、发布招聘信息、个人简历数据库及其他人力资源增值服务并收取费用，是雇主与求职者的网上交流平台。是区别于传统的招聘会和报纸招聘的一种招聘形式。

## 研究发现和建议

### 机构发现

### 总体概述

2007年中国网络招聘市场全年营收规模达到9.096亿元人民币，较2006年同比增长37%。全国性的3家招聘网站：前程无忧、中华英才网、智联招聘分列网络招聘市场前三甲，市场份额分别是31.1%、25.7%、15.3%。网络招聘市场集中度CR3为72.1%，属于市场集中度较高的行业。区域性及行业性招聘网站分食网络招聘剩余市场。

2011年中国网络招聘市场规模将达到20.3亿元。从2003年到2011年网络招聘市场规模的年均复合增长率达到为34.97%。网络招聘市场成长的主要推动力来自求职者用户和招聘企业客户对网络招聘认知程度的提升。中国网民数量的高速增长是所有互联网服务的促进因素，为网络招聘市场提供了较大规模的用户基数。中国每年高等教育毕业人数增长25%，就业压力越来越大，便捷的网络招聘成为越来越多的毕业生首选的求职渠道。另一方面，网络招聘具有灵活、便捷、高效的特点，降低了企业的招聘成本，提升了HR部门的工作效率，越来越多的企业认识到网络招聘服务的价值，将网络招聘作为其人才招聘的最主要来源。

目前中国网络招聘市场的竞争格局大致可以划分出4个阵营。

第一阵营占据市场规模最大，综合实力最强，是网络招聘行业的领先者，主要有全国性的网络招聘运营商：前程无忧、中华英才网、智联招聘等。

第二阵营主要是营收在1000万-6000万人民币之间的招聘网站。目前只是在部分区域或部分行业的领先者。主要有中国人才热线、英才网联、南方人才网、卓博人才网、浙江人才网等。

第三阵营主要是营收相对较少的省市级的招聘网站，这类招聘网站主要是地方性的人才

市场或人事局等搭建的招聘网站，如齐鲁人才网等等。

第四阵营是细分式的招聘网站。主要是职位搜索引擎、SNS招聘等。目前规模不大，运营时间在一到两年内，都提供有别于综合性、区域性、行业性招聘网站的服务。目前较具规模的网站主要有职友集、应届生求职网、数字英才网等。

覆盖全国市场的网络招聘厂商主要有前程无忧、中华英才网、智联招聘。三大厂商在一线城市均有分公司，在二线城市覆盖区域重合度在95%以上。前程无忧共覆盖26个城市，中华英才网直属分公司共有12个，智联招聘共覆盖城市21个。

区域性招聘网站专注于省级市场较为典型。省级市场具有一定规模的厂商主要分布经济较发达的在华东、华南地区。如中国人才热线、南方人才网、卓博人才网、528招聘网、八方人才网、浙江人才网、上海招聘网等。

省级市场的网络招聘厂商主要特征是在本省具有较高的品牌认可度，有较丰厚的利润，目前，几家大型省级网络招聘厂商均已经盈利。然而，由于全国性网络招聘厂商的地区扩张在一定程度上损害到了省级网络招聘厂商的利益，以及跨区域招聘、求职市场需求空间的不断增长，省级市场网络招聘厂商逐渐向周围省市及一线城市拓展。

省级市场的网络招聘网站商部分为当地人才市场、人事局等下属的专业网站，在当地具有政府背景及政策支持，且其在本地影响力目前远胜于全国性品牌的网络招聘运营商，如浙江人才网是浙江省人才市场下属的专业人才网站，业务覆盖整个浙江地区。

地级市场网络招聘厂商，主要是覆盖某一地级市的网络招聘厂商。目前，国内较具规模及影响力的地级市场网络招聘厂商均为市人事局直接搭建或市人事局下属的人才交流中心运营。依托政府背景及人才市场、招聘会、报纸招聘专栏等传统招聘的影响力，在当地获得独有的竞争优势。

地级市场网络招聘厂商，业务线较为综合。既有传统招聘业务，如招聘会、报纸招聘、职介中心等，也有新兴招聘业务，如网络招聘、无线招聘（手机短信）等。具体业务方面，包括企业招聘、校园招聘、猎头服务、人才培养、人才测评等。同时，也有部分承担一些人事局职能，如档案托管、流动人才组织及人事关系转接等。

## 市场现状

网络招聘商业化运营、提供服务严重同质化。网络招聘市场进入门槛比较低，导致了市场上招聘网站规模庞大，提供服务同质化较为严重，服务质量层次不齐，由于现有网络招聘商业模式及运营模式均比较单一，大量招聘网站都能够存活下来，但是，要获得进一步的发展，需要较多的资金进行运维。而随着更多新兴的网络招聘细分服务商进入市场，这个市场集中度将进一步下降，并且置换了现有大多数经营不善、没有任何特色服务的招聘网站。

网络招聘效果监测环节缺失是网络招聘价值被低估的重要原因。目前，网络招聘产业链存在对企业及个人评估体系缺失的问题，使得招聘网站仅仅是以人才招聘服务的价格进行收费，对企业及个人最终效果究竟如何，没有统一的第三方评测中心进行衡量。招聘网站上发布信息仅仅是以招聘服务形态进行收费，并没有触及企业信息、形象的广告展示价值，使得网络招聘价值远被低估。

通用名成为垂直招聘网站未来发展的最大屏障。目前，垂直招聘网站均以某一行业、某一职位、某一类用户群的中文拼音、英文作为域名，以中文通用名作为网站名称。如中国建筑人才网、中国化工人才网、中国建筑招聘网、中国化工招聘网、应届生就业网等等，名称相同，域名有的相似，有的却有很大悬殊，以至于鱼目混珠，难分彼此。机构认为，垂直招聘网站在运营初期，以通用名作为网站名称，在一定程度上确实可以降低市场营销推广成本及培育市场成本，但是从长远来看，通用名成为垂直招聘网站未来发展的最大屏障。这主要是由于：1、网民对互联网品牌的认知力逐渐加强，通用名作为网站的名称区分度较低，不利于培养忠诚客户、忠诚用户。2、以通用名作为网站名称及域名的同类网站日趋泛滥，且提供产品、服务差异不大，不利于培养自有品牌。

中国网络招聘行业存在的赢利模式主要是依据广告形态收费和依据应用招聘收费。包括前程无忧、中华英才网、智联招聘等在内的95%以上的招聘网站都是以广告形态收费，主要依据广告位置、时间段、广告形式、banner大小以及点击作为收费标准。将应用招聘收费作为主要赢利渠道的有Hiall等。

## 营销形态

投放媒体。中国网络招聘各厂商采取了全面的网络营销推广策略，涉及电视、报纸、地铁灯箱等传统媒体，以及互联网、楼宇液晶屏等新媒体。前程无忧与智联招聘均在电视、报纸、地铁/公交车、互联网以及楼宇液晶屏等媒介上进行市场推广，中华英才网除了没有在报纸媒介上推出招聘专刊而外，在电视、地铁/公交车、互联网、楼宇液晶屏等其他媒介上均有投放广告。而中国人才热线投放广告主要集中在华东地区，有针对性地在电视、报纸、地铁/公交车、互联网等媒体进行投放广告。英才网由于其行业专注性，推广形式主要采取线下活动、招聘会等，线上与行业性网站互换链接、赞助活动等方式进行合作，没有在电视、楼宇液晶屏等进行大范围的投放广告。机构认为，招聘网站应该进行市场营销推广，但是不应该采取全覆盖式的大手笔投入，而是应该采取有针对性投放，关键是提升用户体验、客户服务，以保证良好的用户忠诚度，有效提高客户ARPU值。对用户来说，口碑效应是一个很重要的营销途径。

电视广告：主要针对商务人士集中的电视台、节目等。如智联招聘的张飞篇电视广告、前程无忧鸵鸟篇电视广告、黄健翔代言的智联招聘广告、前程无忧的“大话西游”版广告、中华英才网《超人篇》电视广告等。

报纸广告：本报告主要指采取与当地报纸媒体合作发布招聘专刊的方式。如：前程无忧的《前程招聘专版》、智联招聘的《辽沈晚报&#8226;智联招聘周刊》等。

地铁/公交车广告：包括城际列车、火车、地铁、公交车等。具体指地铁车门广告、站台灯箱广告、车厢海报广告、地铁通道海报广告、车载电视广告、公交车身等。

互联网广告：主要涉及门户网站、网络联盟广告、即时通讯软件广告、网络视频广告、搜索引擎广告等。如智联招聘在QQ聊天框中的广告、搜狐首页两侧栏的广告等。

楼宇液晶屏广告：针对商务人士，如黄健翔代言的智联招聘广告、前程无忧的“大话西游”版广告、中华英才网《超人篇》电视广告等。而楼宇液晶屏广告与电视广告大多重复。

投放区域。网络招聘运营商营销推广投放区域主要在北京、上海、深圳等一线城市，在二线城市有少量投放。招聘网站市场推广投放区域呈现明显的总部性、大城市性、行业聚集地性。这主要体现在，前程无忧、中华英才网、智联招聘等综合性招聘网站市场推广有很强的大城市性，主要在北京、上海、广东等一线城市以及主要二三线城市进行市场推广，但是

在各区域推广的方式及费用相差比较大。在北京、上海、广东等一线城市推广形式较多、推广费用较高。中国人才热线等区域性招聘网站市场推广有很强的总部性，主要在总部及总部周边有市场的区域进行推广。英才网等行业性招聘网站市场推广有很强的行业性，主要体现在对分行业进行市场推广时，会较多地考虑不同行业的地域特征，如投放医疗行业招聘广告会更多地江浙地区进行推广。

投放时段。网络招聘运营商广告投放时间段主要集中在企业招聘及用户求职的高峰时间段，即集中在第1季度、第4季度投放广告较多。整体来看，网络招聘运营商都会选择在互联网上全年投放广告，主要是选择关键字竞价排名广告、关键字固定排名广告、网络联盟广告、门户网站banner广告、视频广告、IM广告等。

网络招聘运营商广告投放时间段正经历由求职高峰时段向全年投放转变。这种转变的主要原因是网络招聘市场运营商数量庞大且同质化较为严重，以及网络招聘市场正随着国民经济及网民的快速发展而呈现几何级数增长，众多运营商均凭借外资及相关投资人的资本实力以抢占市场制高点。

### 商业模式KSF分析

客户服务是网络招聘运营商在未来能够立足的重要因素。目前，各网络招聘运营商技术差异性较小，提供服务大同小异，并且没有完善的效果监测体系，客户所能感知到的最直接的效果是服务质量、服务差异化等。而未来，一揽子服务尤其是差异化服务将是网络招聘运营商能够立足市场的关键核心竞争力。

资金是网络招聘运营商得以进一步发展的助力。新进入网络招聘厂商所需资金额度较小，但是要想在市场立足或者获得长期持续的发展，需要后期充裕的资金投入。现阶段，资金主要用于两部分：一部分用于构建自己的渠道，一部分用于营销支出。而在未来，资金将更多地分流于技术的提升、差异化的服务等。

用户是网络招聘运营商的成功之本，与客户资源、招聘信息是相辅相成的。优质的客户、长期持续有效的庞大招聘信息将是吸引用户流量的重要支撑，同时，较具规模的、高质的、有效的用户人才库是得以维系老客户、吸引新客户的基本保障。

## 发展趋势

2008年及未来几年细分类网络招聘商机无限。现有网络招聘行业内的几家综合型招聘网站提供的招聘服务同质化较为严重，面对的客户群也大同小异，造成行业内恶性竞争。而应届生求职网、职位搜索引擎职友集等细分类招聘网站在2007年成功融资，是验证细分类网络招聘商机无限的一个较好的例子。

网络招聘呈现精品化发展趋势。精品化主要体现在网站页面结构逻辑简洁化、产品服务完善化、行业细分化、职位层级化、用户精准化、无效信息占用资源趋零化，等等。

效果监测体系助力网络招聘市场规范化发展。效果监测环节的完善将能够从效果上严格地区分各招聘网站及招聘形式的贡献率，进而使招聘网站提供的服务规范化发展，网络招聘市场内部的恶性比价销售、广告拉动销售逐渐规范化。

网络招聘多元化商业模式并存。网络招聘商业模式将逐渐由目前依据广告形态收费与依据应用招聘收费转向更为网络化、专业化、多元化发展。如在满足基本招聘需求的前提下同时开发定向广告、专业服务、收费排名、无线增值以及其他增值服务等。

企业雇主对人才的需求层次将随着市场经济的细分化发展进一步差异化。目前，网络招聘产业与传统的招聘形式在具体人才分化上有较高的重合性，都是在地域、行业及职位等几个级别进行分类，并没有发挥互联网的优势，提供更为精准的人才招聘服务。而随着市场经济的细分化发展，必然要求招聘网站针对企业雇主更高的人才需求层次，对网络招聘市场进行进一步的差异化。

专精式行业性招聘网站将获得市场立足点。无论是综合性行业招聘网站，还是单一行业招聘网站，都将面临全国性、区域性网络招聘运营商在行业细分上的威胁，行业性招聘网站唯有在本行业内纵深角度进行专业化、精细化挖掘，方能获得市场立足点。

以搜索企业网站招聘信息为主的职位搜索引擎异军突起。职位搜索引擎将发挥搜索引擎及网络招聘的整合优势，以搜索企业网站招聘信息为主的关键词竞价排名、固定排名成为职位搜索引擎的新模式。

## 机构建议

机构基于对中国网络招聘市场发展的的问题、现状及未来发展趋势进行的深入研究，特针对网络招聘运营商、投资者提出以下建议：

### 对网络招聘运营商

提升老客户的续签率。加强老用户增值优质服务，继续提高对客户尤其是老客户的服务水准、质量，避免因同行营销推广及价格战导致老客户大范围流失。

加强对招聘信息、简历库进行结构化处理。采取系统的结构化处理，以优化现有累赘、不合理的筛选与分类条件，最终提高企业客户与个人用户的使用效果。

创新服务形态及商业模式。从技术上、服务方式上不断创新服务形态，以赢得企业雇主及用户的长期忠诚度。

走精品化发展战略。未来网络招聘将渐趋精品化的发展态势，势必要求网络招聘厂商从产品、服务各个方面进行精品化的完善。如完善页面凌乱的banner展示形式、层级化，真正解决用户端的需求，提升用户的使用体验，进而保持较高的用户忠诚度及使用度。具体战略制定、策略模式可以利用专业的第三方研究咨询公司。

### 对投资者

应对新兴的网络招聘商业模式给予投资考虑。具体是否应该投资，首先要看业务的吸引力，业务本身的市场吸引力主要从市场容量、成长潜力、竞争格局、技术壁垒等几方面判断；其次要看该招聘网站的盈利能力；最后看投资风险，研究技术环境和核心技术以及相关配套的技术是否成熟，产业环境的风险等。

对于老牌招聘网站，如前程无忧、中华英才网、智联招聘等，应该从其长远战略规划及核心竞争力等各方面给予综合评估，作为是否应该对其进行投资的重要参考依据。

1分类与特征及研究范畴	1
1.1分类与特征	1
1.2研究范畴	4
1.3专业术语	5
2中国网络招聘市场环境分析	6
2.1宏观环境PEST分析	6
2.2产业年度大事记及影响分析	9
3中国网络招聘产业链分析	11
3.1产业整体价值链分析	11
3.2产业链参与各方及分析	12
3.2.1企业雇主	12
3.2.2网络招聘运营商	13
3.2.3个人用户	14
3.3产业链各环节综合分析	15
4中国网络招聘市场营销策略分析	16
4.1网络招聘各厂商营销形态研究	16
4.1.1投放媒体	16
4.1.2投放预算	17
4.1.3投放区域	17
4.1.4投放时段	18
4.2案例研究：中国人才热线营销推广分析	19
5中国网络招聘市场现状分析	22
5.1市场发展整体现状分析	22
5.1.1市场规模分析	22
5.1.2发展优势	25
5.1.3发展问题	26
5.2区域研究	27
5.2.1厂商现有区域分析	27

5.2.2各类厂商可扩张区域市场分析 34

5.3垂直招聘网站分析 35

5.3.1行业招聘网站 36

5.3.2专业招聘网站 39

5.4新兴网络招聘形态分析 42

5.4.1圈子招聘 42

5.4.2视频招聘 42

5.4.3 SNS招聘 43

6中国网络招聘市场趋势分析 44

6.1影响市场发展的驱动及阻碍因素分析 44

6.1.1驱动因素 44

6.1.2阻碍因素 45

6.2商业模式 46

6.3市场规模预测 48

6.4市场发展趋势分析 49

7中国网络招聘市场竞争形态分析 50

7.1厂商竞争KSF（关键成功要素）分析 50

7.2厂商分析 51

7.2.1前程无忧 51

7.2.2中华英才网 57

7.2.3智联招聘 59

7.2.4中国人才热线 61

7.2.5英才网 63

图目录

图2-1 PEST分析模型 6

图3-1网络招聘产业价值链 11

图3-2 2006Q1-2007Q4中国网络招聘企业雇主季度规模及季度环比增长率 12

图3-3 2006Q1-2007Q4中国网络招聘个人用户季度规模及季度环比增长率 14

图5-1 2006Q1-2007Q4中国网络招聘市场季度营收规模及季度环比增长率 22

图5-2	2007年网络招聘运营商市场份额	23
图5-3	2007Q1-Q4中国网络招聘市场厂商季度营收统计	24
图6-1	2008-2011年中国网络招聘市场规模及增长率	48
图7-1	2006Q1-2007Q4前程无忧出版业务季度营收及增长率	51
图7-2	2006Q1-2007Q4前程无忧网络招聘业务季度营收及增长率	52
图7-3	2006Q1-2007Q4前程无忧经理人搜索业务季度营收及增长率	53
图7-4	2006Q1-2007Q4前程无忧其他HR服务季度营收及增长率	54
图7-5	2003-2007前程无忧整体营收规模及增长率	55
图7-6	前程无忧SWOT分析	55
图7-7	2006Q1-2007Q4中华英才网季度营收规模及增长率	57
图7-8	中华英才网SWOT分析	58
图7-9	2006Q1-2007Q4智联招聘季度营收规模及增长率	59
图7-10	智联招聘SWOT分析	60
图7-11	2006Q1-2007Q4中国人才热线季度营收规模及增长率	61
图7-12	中国人才热线SWOT分析	62
图7-13	2006Q1-2007Q4英才网联季度营收规模及增长率	63
图7-14	英才网联SWOT分析	64

## 表目录

表1-1	中国网络招聘分类及特征表	2
表2-1	中国网络招聘产业年度大事记	9
表4-1	2007年典型中国网络招聘运营商广告投放媒体分布表	16
表4-2	2007年中国网络招聘运营商广告投放区域分布表	17
表4-3	2007年中国网络招聘运营商广告投放时段分布表	18
表5-1	2007年中国网络招聘厂商全国市场覆盖表	27
表5-2	中国网络招聘省级市场运营商覆盖地区分布表	29
表5-3	中国网络招聘地级市场典型运营商覆盖地区分布表	33
表5-4	中国网络招聘综合性行业招聘网站特征表	36
表5-5	中国网络招聘单一行业典型招聘网站特征表	38
表5-6	中国网络招聘专职类人才招聘网站特征表	39
表5-7	中国网络招聘专企类人才招聘网站特征表	40
表5-8	中国网络招聘校园招聘网站特征表	41

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/41163.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。