



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009年中国网络游戏市场研究预测报告(白金版)

一、调研说明

《2009年中国网络游戏市场研究预测报告(白金版)》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/41164.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

市场现状 2006年中国网络游戏收入达59.6亿元，比2005年增长了61.96%。2006年，网络游戏用户规模达到4,328万，其中付费用户达到2,458万，占整体用户数的56.8%。2007年中国网络游戏市场规模为128亿元，同比增长66.7%。2007年中国网络游戏用户达到4800万，环比增长17.1%。用户增长一方面来自休闲游戏用户的增加，另外一方面来自于各游戏厂商对二三级等城市的开发。预计在未来的几年间，我国网络游戏的市场规模将.....

市场竞争 作为吸金能力超强的互联网业务，近几年来年网络游戏已成为商家的必争之地。竞争企业通过上市获得资本的情况，让企业迅速跟进，这也就促使了网游企业近期纷纷上市的重要原因。

尽管在网络游戏行业里的竞争已经达到了白热化的程度，但依旧还有大量的资金和企业奋不顾身地往里冲锋，其中很大程度上是取决于游戏在现今能够影响到的用户群还在增长。中国的网民人数达到1.11亿人，宽带用户数达到6430万人，而其常玩游戏的人数也已超过5000万人。所以我国网游市场的空间仍然巨大，在未来几年我国网游市场的竞争也将.....

市场趋势 行业整合加剧，会迅速出现几个行业研究开发巨头；收费降低，进入免费，增值收费的模式将迅速普及；产品市场细分；国内研究开发实力的崛起；教育类、益智类游戏将迅速提高娱乐性、挑战性和画面的精美程度，减少教育内容和成分，从而得到玩家的认可，迅速提高在游戏类市场中的比重；流通领域起到越来越重要的作用，未来我国的网络游戏的发展将趋向.....

声明：

此报告为本司原创，请购买者予以甄别！谨慎选择！凡所见报告目录均为已完成研究成果。收受款后即时发送报告，所有报告均带防伪标志与底纹！如有报告内容与目录不符者均不是本公司产品，或以正在更新或修改为由推延交付时间者均为假冒！

【 目录 】

上 卷

《2009年中国网络游戏市场研究预测报告》(白金版)

本报告上卷为您对2007—2008年网络游戏市场及细分市场进行了详尽的表观描述,并对中国网络游戏行业运行各项指标进行了详细分析,让您对2007—2008年中国网络游戏市场现状及行业运行有详尽的了解……,详细内容请您阅读《2009年中国网络游戏市场研究预测报告》(白金版)1章——9章……

第一部分 市场现状 1

第一章 全球化中的中国网游市场 2

1.1 全球网游分析 2

1.1.1 全球网游发展 2

1.1.2 全球网游产业规模 9

1.1.3 亚太网游产业趋势 10

1.1.4 全球市场主流网游 10

1.1.5 全球最流行网络游戏排行 11

1.1.6 中日韩网游市场竞争 15

1.1.7 中国网游的海外市场表现分析 16

1.2 美国网游全球市场竞争力分析 21

1.2.1 美国网游行业现状 21

1.2.2 美国网游消费者行为分析 22

1.2.3 2007年美国网游市场分析 23

1.2.3.1 2007年美国网游市场统计 23

1.2.3.2 2007年度美国十大畅销网游 26

1.2.4 2008-2011年美国游戏机平台的市场份额预测 27

1.2.5 2012年美国网游产业广告收入预测 28

1.3 日本网游全球市场竞争力分析 29

1.3.1 日本的网游行业概况 29

1.3.2 2007年日本网游市场分析 32

1.4 韩国网游全球市场竞争力分析 33

1.4.1 韩国网游业规模和现状 33

1.4.2 韩国网游产业发展的政策环境 34

1.4.3 韩国网游入侵美国市场分析	39
1.4.4 2008年韩国网游在中国市场分析	40
1.5 中国网游在全球化中的地位	50

第二章 中国网游市场分析 52

2.1 网游产业发展 52

2.1.1 中国网游发展现状 52

2.1.2 中国网游产业区域特点 55

2.1.3 网游产业出现新的格局 61

2.2 2007年网游行业分析 63

2.2.1 2007年中国网游市场状况 63

2.2.1.1 网游研发投入规模 63

2.2.1.2 网游研发企业规模 65

2.2.2 2007中国网游市场规模 67

2.2.3 2007年中国网游排行榜 70

2.2.4 2007年网游从业人员分析 79

2.3 网游产业链结构及收费模式分析 82

2.3.1 网游产业链结构分析 82

2.3.2 网游收费方式分析 83

2.3.3 网游免费向收费演进 84

2.4 中国网游新看点教育网游 87

2.4.1 中国教育网游业状况 87

2.4.2 中国教育网游的策划与研发 90

2.4.3 中国教育网游面临的问题 91

2.4.4 中国教育网游的前景看好 92

2.5 网游存在的问题及建议 93

2.5.1 中国网游行业人才匮乏 93

2.5.2 网游市场面临的问题 95

2.5.3 网游市场发展的障碍 97

2.5.4 网游产业发展的政策建议 99

2.6 中国网游三大系分析 101

第三章 网游地域发展分析	103
3.1 上海地区网游竞争力分析	103
3.1.1 上海有望成为网游硅谷	103
3.1.2 上海成为全国第三个网游动漫产业基地	105
3.1.3 2010年上海网游产业销售收入预测	107
3.2 深圳网游竞争力分析	108
3.2.1 深圳网游产业发展分析	108
3.2.2 深圳网游动漫产业优势突出	109
3.3 四川网游竞争力分析	110
3.3.1 四川列为国家四大网游动漫发展基地	110
3.3.2 巨款投资瞄准四川网游	111
3.4 广东网游竞争力分析	111
3.4.1 广东电信携韩国网游进入网游市场	111
3.4.2 广东网游用户分析	112
3.5 杭州网游竞争力分析	112
3.5.1 杭州网游优势	112
3.5.2 杭州造网游基地	113
3.6 北京网游竞争力分析	114
3.6.1 北京网游研发力分析	114
3.6.2 北京网游中小公司分析	114
3.6.3 北京网游大型企业分析	114
3.6.4 北京网游特色分析	115
3.7 珠三角网游竞争力分析	116
3.7.1 珠三角“网游中心”	116
3.7.2 珠三角网游全国领先	117
3.8 长三角网游竞争力分析	117
3.8.1 网易进驻长三角网游	117
3.8.2 长三角游戏人才之争	117

第四章 网络游戏的研发与销售 119

4.1 网络游戏研发运营模式分析	119
4.1.1 传统的代理运营模式	119

- 4.1.2 中外合资运营模式 120
- 4.1.3 购买技术或合作开发运营模式 120
- 4.1.4 自主研发运营模式 121
- 4.2 网络游戏产品开发策略及流程 123
- 4.2.1 认识你的产品 123
- 4.2.2 网游的产品组合与延伸 129
- 4.2.3 网游的生命周期 129
- 4.2.4 开发新游戏 132

第二部分 市场营销 138

第五章 网游运营与营利分析 139

- 5.1 网游运营模式剖析 139
- 5.1.1 国产网游戏营的第三次浪潮分析 139
- 5.1.2 网游运营商是网络游戏掌舵 142
- 5.1.3 网游新盈利模式分析 144
- 5.2 网游界商业运营模式 147
- 5.2.1 自有产权企业分析 147
- 5.2.2 代理运营型企业 149
- 5.2.3 综合门户型企业 150
- 5.2.4 电信运营企业 151
- 5.3 网游盈利分析 152
- 5.3.1 运作形式分析 153
- 5.3.2 玩家分析 155
- 5.3.3 网游平台分析 156
- 5.4 网游类型和盈利模式 157
- 5.4.1 网游多种商业模式盈利分析 157
- 5.4.2 网游盈利模式变革 160

第六章 网游用户分析 163

- 6.1 不同用户差异分析 163
- 6.1.1 网游用户人数 163
- 6.1.2 网络用户年龄、职业构成 164

6.1.3 网络用户收入花费	165
6.1.4 用户最希望产生的游戏类型	166
6.2 网游玩家分析	167
6.2.1 中国网游用户选择的游戏的类型分析	167
6.2.2 中国角色扮演类游戏玩家游戏行为分析	167
6.2.3 中国角色扮演类游戏玩家偏好分析	169
6.2.4 不同收入用户对网游考虑因素	170
6.2.5 中国角色扮演类游戏玩家获取信息渠道分析	170

第七章 网络游戏产业营销 172

7.1 网络游戏营销分析	172
7.1.1 中国网络游戏营销状况	172
7.1.2 网络游戏成隐性营销新的乐土	176
7.1.3 中国网络游戏运营商类别分析	180

第八章 互联网产业分析 182

8.1 互联网与网络游戏产业浅析	182
8.1.1 网游业成互联网发展的亮点	182
8.1.2 国产网游已占互联网市场六成份额	182
8.1.3 中国将成为互联网强国网游发展不可忽视	183
8.2 互联网产业发展综述	184
8.2.1 互联网行业发展的现状	184
8.2.2 国内互联网主要盈利模式	188
8.2.3 互联网行业未来的发展趋势	189
8.3 互联网发展存在的问题及建议	190
8.3.1 互联网发展存在的问题	190
8.3.2 无线互联网应用中面临的问题	192
8.3.3 发展互联网产业政策思路	194

第九章 手机网络游戏市场分析 197

9.1 手机网络游戏产业分析	197
9.1.1 全球移动游戏产业总体概况	197

9.1.2 手机网络游戏发展面临的问题	199
9.1.3 手机网游发展之5大悬念	202
9.2 2007-2008年手机网游发展状况	205
9.2.1 2007年手机网游发展现状分析	205
9.2.2 2008年手机游戏收入分析	205
9.3 手机网络游戏市场前景分析	207
9.3.1 手机网游市场发展状况与预测	207
9.3.2 手机网游产业链及运营前景分析	208
9.3.3 2011年全球手机游戏收入预测	214
9.3.4 手机网游技术决定竞争力	216

下 卷

《2009年中国网络游戏市场研究预测报告》(白金版)

本报告下卷为您对2007—2008年网络游戏政策环境、市场竞争、重点企业、投资前景、趋势预测等进行了深度解构分析,让您对2009年中国网络游戏市场有更好的了解与把握,助您把握商机,占尽先机!详细内容请您阅读《2009年中国网络游戏市场研究预测报告》(白金版) 10章——16章……

第三部分 市场竞争 218

第十章 网游市场竞争分析 219

10.1 网游业竞争分析 219

10.1.1 开发团队是网游的核心竞争力 219

10.1.2 网游竞争加剧国产服务器受压力 220

10.1.3 中国网游资本竞争分析 224

10.1.4 2008年网游竞争分析 226

10.2 网络游戏业未来竞争态势 228

10.2.1 台湾3G手机网络游戏市场竞争分析 228

10.2.2 国内网络游戏市场竞争分析 229

10.2.3 网络游戏市场竞争的走向分析 231

第十一章 网络游戏重点企业 233

11.1 盛大	233
11.1.1 盛大公司简介	233
11.1.2 2007年盛大经营状况	235
11.1.3 盛大与摩托罗拉共同发布手机游戏	240
11.2 联众世界	241
11.2.1 公司简介	241
11.2.2 2007年联众世界经营状况	242
11.2.3 联众从休闲网游转变到大型网游	242
11.2.4 TOM与联众世界结成战略联盟	244
11.3 第九城市	244
11.3.1 公司发展历史	244
11.3.2 2007年第九城市经营状况	246
11.3.3 韩国开发商选择第九城市为运营商	258
11.4 金山	259
11.4.1 公司介绍	259
11.4.2 金山公司发展历程	260
11.4.3 金山发力拓展海外网游市场	261
11.4.4 2007年运营状况	262

第四部分 趋势预测 266

第十二章 网游市场发展趋势 267

12.1 国内手机游戏未来十大趋势	267
12.2 韩国游戏历年获奖作品及研发趋向	270
12.3 从网络游戏产业供应链看未来发展趋势	272
12.4 2008年网游发展趋势	274
12.4.1 引导休闲网游发展因素	274
12.4.2 3D化成网游主旋律	274
12.4.3 网游未来发展之路	275
12.4.4 休闲网游中等级分析	275

第十三章 未来网游市场预测 277

13.1 2008年网游市场预测	277
------------------	-----

13.1.1 二线网游投资预测分析	277
13.1.2 网游政策预测分析	277
13.1.3 中国网游海外市场预测分析	278
13.1.4 网络游戏产品预测分析	279
13.1.5 奥运对网游的影响预测分析	280
13.1.6 网游企业合作新模式预测分析	280
13.1.7 手机网游标准分析	281
13.1.8 2008年中国网游竞争预测分析	281
13.2 未来10年中国网游发展预测分析	283
13.3 未来大型角色扮演类网络游戏市场预测	287
13.4 未来休闲类网络游戏市场预测	288

第五部分 行业投资 289

第十四章 网络游戏投资与前景分析 290

14.1 网络游戏产业SWOT分析 290

14.1.1 优势 290

14.1.2 劣势 290

14.1.3 机会 291

14.1.4 威胁 292

第十五章 网络游戏的投资方向 293

15.2.1 中国休闲游戏成为国外投资者关注焦点 293

15.2.2 投资网络游戏要调整方向 293

15.2.3 网游投资机会分析 295

15.2.4 网游投资风险分析 298

第十六章 网游政策法规分析 299

16.1 中国网络游戏产业法律现状分析 299

16.1.1 中国网络游戏产业政策法律环境分析 299

16.1.2 网络游戏产业主体法律关系分析 305

16.2 网游相关政策法规 311

16.2.1 网游“防沉迷系统”开发标准 311

16.2.2 电子出版物管理规定	313
16.2.3 《互联网出版管理暂行规定》	334

附录一 网游相关介绍	341
------------	-----

1.1 电子游戏	341
1.1.1 电子游戏定义	341
1.1.2 电子游戏类型分类	342
1.2 网游定义及分类	347
1.2.1 网络游戏的定义	347
1.2.2 网络游戏的分类	347
1.3 网游发展历程回顾	348
1.3.1 网络游戏发展史	348
1.3.2 网络游戏在中国的发展历程	355
1.3.3 网络游戏的主要流派	359

表目录

表1 世界最流行网络游戏排行比较	11
表2 2007年中国网络游戏自主研发进入海外市场分析	17
表3 2007年12月美国市场主机销售排行	24
表4 2007年12月美国市场游戏销售排行	24
表5 2007年全年美国市场游戏销售排行	25
表6 2007年美国游戏市场统计数据	25
表7 2007年度美国十大畅销游戏分析	26
表8 2008-2011年美国游戏机平台的市场份额预测	27
表9 2007年日本游戏市场总销量	32
表10 日本游戏市场品牌销量前五名	32
表11 日本游戏销量前五名	32
表12 网游《FIFA online 2》分析	41
表13 网游《R2》分析	42
表14 网游《苍天》分析	43
表15 网游《地下城与勇士》分析	44
表16 网游《永恒之塔》(Aion)分析	45

表17 网游《梦幻龙族》分析	46
表18 网游《仙境传说2(Ro2)》分析	47
表19 网游HUXLEY分析	48
表20 网游七龙珠分析	49
表21 全球网络游戏的市场规模排名	51
表22 华北地区网络游戏企业数量比较	56
表23 华东地区网络游戏企业数量比较	56
表24 华南地区网络游戏企业数量比较	57
表25 华南地区网络游戏企业数量比较	58
表26 2007年中国自主研发的民族网络游戏市场实际销售收入分析	63
表27 2007年中国大型角色扮演类网络游戏市场实际销售收入分析	64
表28 2007年中国休闲类网络游戏市场的实际销售收入分析	64
表29 2007年中国网络游戏研发公司自主研发的网络游戏款式分析	65
表30 2007年中国手机网络游戏市场运营收入分析	65
表31 2008年中国手机网络游戏市场运营收入预测	65
表32 2007年中国单机游戏市场实际销售收入分析	66
表33 2007年中国同时在线最多人数网游排行榜	77
表34 2007年中国网游综合排行榜	77
表35 2007年中国网游下载流行榜	78
表36 2007年中国网游点卡销售排行榜	78
表37 2007年中国网游公司销售排行榜	79
表38 2007年中国网络游戏自主研发行业从业人员数量	80
表39 20066-2007年男、女网游从业人员数量比例	80
表40 2007年中国网络游戏行业从业人员收入情况	81
表41 2007年我国网游从业人员月收入在1万元以上人数	81
表42 引进韩国游戏的主要国家	95
表43 2005-2009年中国的网络游戏玩家人数分析	158
表44 2007年12月中国网络游戏用户数量	163
表45 2012年中国网络游戏用户数量预测	163
表46 2007年12月中国付费网络游戏用户数量	163
表47 2012年中国付费网络游戏用户数量	164
表48 中国网络用户年龄分布	164

表49	2007-2008年中国互联网消费总规模	184
表50	全球移动游戏市场收入	197
表51	全球移动游戏用户	198
表52	2007-2008年中国手机网络游戏市场运营收入	206
表53	2010年我国手机网游用户预测	206
表54	2008年全球手机游戏市场规模分析	211
表55	2006-2008年中国国内手机游戏市场的整体规模分析	211
表56	手机网游的一些推动因素	212
表57	2007-2011年西欧手机游戏用户收入分析	215
表58	2007-2011年北美手机游戏用户收入分析	215
表59	2007年第四季度盛大公司净营业收入数据	235
表60	2007年全年盛大公司净营业收入数据	235
表61	2007年第四季度盛大公司MMORPG业务的净营业收入数据	235
表62	2007年第四季度盛大公司休闲游戏业务的净营业收入数据	236
表63	2007年第四季度盛大公司运营利润数据	236
表64	2007年第四季度盛大公司净利润数据	236
表65	2007年第四季度盛大公司MMORPG的活跃付费用户数	237
表66	2007年盛大公司网络游戏净营业收入	237
表67	2007年盛大公司净利润	238
表68	2007年联众世界收入情况	242
表69	2007年第四季度第九城市净收入	246
表70	2007年第四季度第九城市预订游戏业务的净收入	246
表71	2007年第四季度第九城市运营物项销售为基础的游戏净收入	247
表72	2007年第四季度第九城市净利润	247
表73	2007年第四季度第九城市经调整的未计利息、税项、折旧及摊销前的利润	247
表74	2007年第九城市净收入	248
表75	2007年第九城市净利润	248
表76	2007年第九城市经调整的未计利息、税项、折旧及摊销前的利润	248
表77	2007年第四季度第九城市总毛收入	249
表78	2007年第四季度第九城市总净收入	249
表79	2007年全年第九城市总毛收入	250
表80	2007年全年第九城市总净收入	250

表81	2007年第四季度第九城市网络游戏服务毛收入	250
表82	2007年全年第九城市网络游戏服务毛收入	251
表83	2007年全年第九城市游戏运营支持、网络解决方案和广告收入	251
表84	2007年全年第九城市其它毛收入	252
表85	2007年第四季度第九城市来自于预订游戏的净收入	252
表86	2007年第四季度第九城市来自于基于物项销售的游戏净收入	252
表87	2007年全年第九城市来自于基于物项销售的游戏净收入	253
表88	2007年第四季度第九城市毛利润	253
表89	2007年第九城市毛利润	254
表90	2007年第四季度第九城市运营开支费用	254
表91	2007年第九城市运营开支费用	254
表92	2007年全年度第九城市运营利润	255
表93	2007年全年度第九城市利息利润	256
表94	2007年全年度第九城市净利润	256
表95	2007年全年度第九城市经调整的未计利息、税项、折旧及摊销前的利润	257
表96	2007年全年金山总营收额	262
表97	2007年全年金山利润总额	262
表98	2007年全年金山为股东创利总额	262
表99	2007年全年金山网游收益	263
表100	2007年全年金山网游用户的日均同时在线人数	263
表101	2007年全年金山网游每个付费用户月平均收益	263
表102	2007年全年金山软件业务方面的收入	264
表103	2007年全年金山毒霸业务方面的收入	264
表104	2004-2007年金山公司现金流量	264
表105	2004-2007年金山公司资产负债	265
表106	2012年中国大型角色扮演类网络游戏市场实际销售收入预测	287
表107	2012年中国休闲类网络游戏的实际销售收入预测	288

图目录

图1	2007-2010年美国游戏产业广告收入	28
图2	2010年韩国和亚太地区网络游戏收入规模预测	34
图3	2007年第四季度中国网络游戏市场规模前10名	66

图4 2003-2011年中国网络游戏市场规模及增长率	67
图5 2007年中国网络游戏运营商市场规模前15名	68
图6 2003-2011年中国网络游戏产业规模发展趋势	69
图7 2008年中国网络游戏在全球网络游戏份额中所占的比重预测	70
图8 2007年中国最受欢迎十大网游	73
图9 2007年中国最受期待网络游戏	74
图10 2007年中国最受欢迎休闲网游	74
图11 2007年中国最受欢迎MMORPG	75
图12 2007年中国最佳原创网络游戏	76
图13 2007年中国十强网游运营商	76
图14 中国网络游戏内置社区广告市场规模及预测	146
图15 国内优秀的网络游戏企业商业模式评定	152
图16 网络游戏运作形式分析	154
图17 网络游戏用户职业构成	165
图18 网络游戏用户买点卡的花费	166
图19 用户最希望产生的游戏类型	166
图20 角色扮演类游戏玩家玩游戏的最主要目的	167
图21 角色扮演类游戏玩家玩游戏的频率	168
图22 角色扮演类游戏玩家玩游戏的主要场所	168
图23 角色扮演类游戏玩家最喜欢的游戏故事题材	169
图24 不同收入收费网络游戏用户选择网络游戏主要因素	170
图25 角色扮演类游戏玩家获取信息的主要渠道及最有影响力渠道	171
图26 2003-2010年中国网络经济市场规模及增长率	185
图27 2003-2010年中国网络经济个人付费细分市场	186
图28 中国手机游戏市场收入规模及预测	207
图29 2004~2009年中国网络游戏市场销售收入及预测	208
图30 手机网游产业链	210
图31 手机网游发展周期	211
图32 2004-2007年盛大收入增长分析	238
图33 盛大网络游戏收入分析	239
图34 2007年第三季度国内上市网络公司游戏收入规模对比	240

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/41164.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。