



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008-2010年中国移动位置服务 (LBS)行业调研及投资咨询 报告

一、调研说明

《2008-2010年中国移动位置服务(LBS)行业调研及投资咨询报告》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/43214.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

2008年3G时代的到来给手机定位服务市场带来巨大的发展空间。2008年4月，中国移动在北京、上海、天津、沈阳、广州、深圳、厦门和秦皇岛这8个城市，正式向用户出售3G号码和手机。3G时代的到来将为运营商推出丰富多彩的增值业务奠定坚实的基础。而随着市售GPS智能手机的日益增多，基于位置的服务(LBS)将为新业务的提供开辟新的天地。未来几年内，包括车辆导航、行人导航和许多其他应用的导航业务一定会迅速发展起来。预测未来2-3年是我国移动位置服务市场的重要转折阶段，整个市场将会启动，并进入快速发展时期。

预计2008年至2010年我国LBS产业竞争将更趋激烈。移动位置服务已经成为最具发展潜力的移动增值业务之一。移动位置服务业务在行业用户市场加快渗透的同时，正逐步向大众用户市场拓展。随着中国移动通信市场的竞争愈演愈烈，移动位置服务(Location-based Service)的移动性、实用性、捆绑性、即时性和个性化的特点，也吸引了包括运营商在内的多个环节参与。目前，我国移动增值服务LBS产业仍处于市场发展的初期。相比之下，经过多年的发展的国外LBS产业链已经成熟，尤其是日韩LBS的商业应用，2008年全球LBS市场规模预计达到120亿美元。中国市场也出现了产业链的细分，竞争开始出现。伴随着用户的增加和业务量的增长，LBS产业链各环节的竞争将逐渐加剧，各环节的领导厂商开始出现。

预计2008年至2010年我国移动位置服务中个人导航业务将得到迅猛发展，而朋友查找、当地信息搜索等业务也将迅速进入市场，获得消费者青睐。从消费趋势来看，经过几年的广告宣传之后，基于移动定位的服务(LBS)终于在无线用户间获得了支持。增长驱动力既来自供应端：越来越多的WCDMA和GSM手机与许多基于CDMA的设备相结合，这些设备加入了GPS功能；也来自需求一端：消费者对个人导航功能的兴趣激增。不过，尽管估计未来几年个人导航仍将是流行的消费应用，但它不会是唯一热门领域：朋友查找、当地信息搜索、家人跟踪装置以及企业应用(包括职工跟踪和车队管理)都将在LBS的保护伞下占得一席之地。可以预见朋友查找将成为下一个大众消费服务。

那么，在当前移动位置服务(LBS)行业发展形势下，我国移动位置服务(LBS)企业该如何分析当前行业发展形势、把握未来市场发展方向，根据行业发展趋势制定发展战略呢？

本报告主要依据国家统计局、国家发改委、国家信息产业部、中国全球定位系统技术应用协会、中国电子学会通信学分会、北京信息产业协会、中国移动、中国联通、《通信市场》、国内外相关刊物的基础信息以及移动位置服务(LBS)行业研究单位等公布和提供的大量资料，结合深入的市场调查资料，立足于世界移动位置服务(LBS)行业整体发展大势，对中国移动位置服务(LBS)行业的发展情况、产业链、等进行了分析及预测，并对未来移动位置服务(LBS)行业发展的整体环境及发展趋势进行探讨和研判，最后在前面大量分析、预测的基础上，研究了移动位置服务(LBS)行业今后的发展与投资策略，为移动位置服务(LBS)产业链中各企业在激烈的市场竞争中洞察先机，根据市场需求及时调整经营策略，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了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。

【 目录 】

第一部分 行业发展概述

第一章 LBS概述 1

第一节 LBS概念 1

一、LBS定义 1

二、LBS业务特点 1

第二节 LBS技术 2

一、移动定位技术的分类 2

二、基于移动通信的定位方法 3

三、移动定位技术比较 8

第三节 LBS系统介绍 9

一、LBS系统的组成部分 9

二、LBS应用的软环境 13

三、LBS运营中心的搭建 14

四、LBS应用服务 16

五、LBS平台介绍 17

第四节 移动定位业务商业模式透视 19

一、以终端厂商为主导的模式 19

二、以运营商为主导的模式 20

第二章 LBS应用领域分析 23

第一节 LBS定位服务发展介绍 23

一、全球LBS业务 23

二、中国LBS业务 24

第二节 LBS应用分析 26

一、LBS应用的特点 26

二、移动定位在安全领域的应用 28

三、GPSGSM移动车辆定位技术及其应用 29

四、LBS让测绘高新技术走进百姓生活 36

第三节 移动定位业务产业价值链状况 39

一、产业价值链状况 39

二、移动定位平台供应商 40

三、移动定位应用开发商ASP/内容供应商 41

四、移动定位业务开展的前提条件 41

五、移动定位业务发展的关键因素 41

第二部分 行业发展情况分析

第三章 全球LBS市场发展情况分析 43

第一节 全球导航市场发展分析 43

一、全球LBS发展现状分析 43

二、全球定位系统大众化地图应用时代即将来临 46

三、2012年全球GPS导航手机产量预测 52

四、2012年全球汽车导航设备市场预测 52

第二节 2009-2010年全球移动定位业务发展预测 53

一、2009年全球移动定位业务市场规模 53

二、2010年亚太地区LBS市场规模预测 53

三、2010年欧洲移动LBS市场规模预测 54

第三节 北美移动定位业务市场分析 55

一、SprintPCS 55

二、VerizonWireless 55

三、BellMobility 55

第四节 日本移动定位业务市场分析 56

一、NTTDoCoMo 56

二、KDDI 56

第五节 韩国移动定位业务市场分析 57

一、LGT 57

二、KTF 57

三、SKT 58

第六节 运营商开展移动定位业务分析 58

一、定位业务应用 58

二、运营模式 59

三、LBS业务的主要驱动力 59

四、对终端的要求 59

第四章 中国LBS市场发展情况分析 61

第一节 中国导航市场发展现状 61

一、中国北斗导航系统介绍 61

二、GPS市场消费者心理需求分析 63

三、2007年中国导航产业发展现状 64

第二节 中国导航市场发展趋势 69

一、PND拓宽汽车导航仪市场 69

二、GPS导航市场膨胀竞争加剧 趋向细分融合 71

三、2008年导航产业市场规模预测 75

四、2008年中国GPS导航市场和研发分析 76

五、2013年GPS设备与系统发展预测 77

第三节 中国LBS市场发展现状 78

一、移动位置服务成为最具发展潜力的增值业务之一 78

二、2007年定位服务进入高速增长期 78

三、2008年LBS产业链呼之欲出 80

四、2008年奥运会拉动移动定位市场快速增长 82

第四节 中国手机定位市场分析 84

一、GPS手机市场前景分析 84

二、GPS在移动终端中的应用日益普及 86

三、2007年GPS手机市场发展分析	87
四、2008年GPS导航手机市场分析	88
第五节 车载导航定位市场分析	91
一、我国车载导航市场概况	91
二、2008年影响我国汽车导航市场的因素	91
三、我国车载导航市场发展趋势	92
四、2009年中国汽车GPS导航市场预测	93
第五章 3G时代移动定位业务发展分析	96
第一节 3G时代移动定位业务发展思考	96
一、LBS概念及业务分类	97
二、3G定位技术分析	98
三、移动定位业务应用前景	101
四、移动定位业务发展面临的问题及建议	101
第二节 LBS业务在3G系统中的应用	104
第三节 在3G中实现LBS的定位技术和GIS系统	107
一、实现LBS应用的网络架构	107
二、定位技术	108
三、GIS系统	110
四、LBS业务的相关标准化工作	116
五、LBS业务在我国的应用	117
第四节 全球及中国3G业务发展分析与预测	119
一、全球3G业务发展走势	119
二、3G全球市场进入收获期	123
三、中国3G的发展状况及其演进走向	126
第三部分 产业链发展情况分析	
第六章 移动定位服务运营商发展分析	132
第一节 中国移动通信市场分析	132
一、2008年中国移动通信市场发展分析	132
二、未来20年我国移动通信市场发展预测	140
第二节 中国移动	143

一、2007年中国移动业绩分析	143
二、2008年中国移动仍将高速平稳发展	144
三、2008年中国移动抢占重组后市场先机	145
四、2008年4月起中国移动8城市试用3G	148
第三节 中国联通	149
一、中国联通LBS的业务介绍	149
二、中国联通GPS手机定位导航服务分析	154
三、2007年中国联通业绩分析	155
四、2008年联通免费“导航10191”C、G两网铺开	155
第四节 中国电信	156
一、2007-2008年通信行业运行状况	156
二、中国电信随e游A100介绍	191
三、2008年中国电信产业趋势预测	193
四、2008年电信业展望	195
第四节 中国网通	202
一、2007年中国网通业绩分析	202
二、山东网通推出“关爱精灵”小灵通定位服务	206
第五节 北京合众思壮科技有限责任公司	207
一、公司概况	207
二、“北斗导航”卫星技术成就与展望	210
三、公司动态	212
第六节 北京北斗星通导航技术股份有限公司	212
一、公司概况	212
二、2007年公司业绩分析	213
三、公司动态	218
第七章 位置服务SP	220
第一节 北京协进科技发展有限公司	220
一、公司概况	220
二、产品介绍	221
第二节 北京国都信业科技有限公司	224
一、公司概况	224

二、产品介绍	226
第三节 广东怡创通信有限公司	228
一、公司概况	228
二、增值业务发展	229
第四节 成都华好网景科技有限公司	230
一、公司概况	230
二、位置服务	232
第五节 杭州红雨科技有限公司	235
一、公司简介	235
二、产品介绍	235
第六节 四川长城软件科技有限公司	236
一、公司简介	236
二、产品服务	237
第七节 北京安通汽车卫星定位通讯有限责任公司	240
一、公司简介	240
二、主要业务	240
第八节 中卫国脉通信股份有限公司	241
一、公司简介	241
二、业务简介	241
三、2007-2008年公司财务状况	243
第九节 北京搜讯通网络科技有限公司	253
一、公司简介	253
二、产品介绍	254
第八章 电子地图提供商	256
第一节 国内电子地图市场分析	256
一、导航电子地图的市场规模	256
二、导航电子地图行业的产业结构特点	257
三、行业发展的趋势	259
四、政府在促进导航电子地图产业健康发展中的作用	260
五、导航电子地图不再是导航产业发展瓶颈	262
六、2008年中国导航电子地图第一案落下帷幕	263

七、导航电子地图市场须规范	265
八、2009年国内导航电子地图市场预测	266
第二节 GIS引擎提供商	267
一、ESRI	267
二、北京冠图信息技术有限公司	269
三、武大吉奥信息工程技术有限公司	270
四、研勤科技股份有限公司	270
五、北京超图软件股份有限公司	271
六、厦门精图信息技术有限公司	272
七、适普软件有限公司	273
八、中地数码集团	274
第三节 地图数据提供商	275
一、北京四维图新	275
二、易图通科技(北京)有限公司	276
三、高德软件有限公司	276
四、北京灵图软件有限公司	277
五、北京瑞图万方科技有限公司	277
第九章 位置服务方案提供商	281
第一节 安德鲁(Andrew)	281
一、公司概况	281
二、推出地面站天线新品	282
三、赢得国际战略定位系统合同	283
第二节 西门子	285
一、公司概况	285
二、2007年公司经营状况	285
第三节 爱立信	286
一、公司概况	286
二、2008年公司动态	287
第四节 摩托罗拉	288
一、公司概况	288
二、2008年公司动态	288

第五节 中兴通讯	292
一、公司概况	292
二、2007年公司经营情况	293
三、2008年公司动态	302
四、中兴通讯移动定位系统解决方案	302
第六节 华为	304
一、公司概况	304
二、2008年公司动态	306
三、公司发展趋势	307
第七节 诺基亚	308
一、公司概况	308
二、2008年公司从称霸GPS手机转战LBS	309
第八节 阿尔卡特	314
一、公司概况	314
二、公司动态	314
三、公司成功基石	317
第十章 位置服务软件提供商	319
第一节 SiRF	319
一、公司背景	319
二、合作发展	319
第二节 IBM	320
一、公司背景	320
二、发展情况	320
第三节 高通SnapTrack	321
一、公司背景	321
二、发展情况	321
第四节 凯立德公司	322
一、移动导航系统	322
二、系统主要功能	323
三、系统特点	327
第五节 厦门雅迅网络股份有限公司	329

一、公司概况 329

二、产品发展 329

第六节 泰为TeleNav 330

一、公司概况 330

二、产品介绍 330

第十一章 位置服务终端市场 333

第一节 GPS终端市场发展分析 333

一、GPS终端市场发展现状分析 333

二、GPS手机受芯片厂商追捧 335

三、GPS移动电话设计发展制约因素 338

第二节 2008年GPS终端市场分析 341

一、2008年中国联通率先突破GPS终端瓶颈 341

二、2008年消费性GPS手持式终端成主流 343

第四部分 行业发展趋势及策略

第十二章 LBS发展前景及趋势预测 348

第一节 LBS发展前景及趋势分析 348

一、2008-2010年移动定位导航服务需求预测 348

二、2008-2011年LBS发展前景分析 349

三、未来交通物流业移动定位服务应用 354

四、移动定位业务的未来 356

第二节 GPS手机发展前景及趋势分析 359

一、2011年中国市场GPS手机销量预测 359

二、2008-2012年GPS手机产值预测 361

三、2012年GPS导航手机市场预测 361

四、2008-2013年GPS手机市场预测 362

第十三章 2008-2010年LBS发展策略 365

第一节 发展移动定位业务的建议 365

一、市场需要一定的培育期 365

二、提供用户确实需要的业务内容 365

三、业务设置要从简	365
四、在业务发展的同时处理好相关问题	365
第二节 3G时代运营商的移动位置服务发展策略	366
一、联通与移动LBS发展的比较	366
二、目前我国LBS业务发展的促进和抑制因素	367
三、重视商业模式与培育健康产业链	368
四、充分结合3G优势与运营商自身特点	368
五、加强业务间捆绑与融合	369
六、优化客户端和用户体验	370
七、拓展车载导航应用和行业应用	370
八、借鉴学习国外发展经验	370

图表目录

图表：LBS系统结构图	10
图表：LBS系统工作流程	11
图表：基于位置服务的种类	11
图表：不同应用对定位精度、频度和移动终端的要求	12
图表：用户青睐的移动数据业务的比例划分	13
图表：LBS应用服务结构	14
图表：LBS的用户接入方式	15
图表：以运营商为主导的移动定位业务产业链结构图	22
图表：2003-2006年全球LBS服务市场规模	23
图表：中国运营商提供的LBS服务	25
图表：LBS产业链各环节厂商介绍	26
图表：基于GSM话音通道的移动监控定位系统	31
图表：移动终端设备组成	31
图表：基于SMS的移动监控定位系统	32
图表：移动定位系统车载单元组成	33
图表：监控中心控制系统组成	34
图表：定位系统车载部分主程序流程图	35
图表：2006年到2012年全球汽车导航系统的出货量	52
图表：2002-2011年中国GPS总体市场容量变化趋势	74

图表：2002-2011年中国GPS市场结构变化趋势	74
图表：2004-2008年中国移动定位市场规模	83
图表：2003-2009年全球移动定位市场规模	96
图表：2004-2008年中国移动定位市场规模	96
图表：移动技术定位比较	101
图表：矢量地图服务的工作方式示意图	119
图表：3G的演进路径图	128
图表：TD-SCDMA演进路线	130
图表：五合三电信重组方案	135
图表：2008 - 2012年中国手机市场销量及增长预测	138
图表：2003-2007年电信综合价格水平下降情况	157
图表：2003-2007年电话用户到达数和新增数	157
图表：2003-2007年移动电话用户所占比重	158
图表：2005-2007年移动电话用户各月净增比较	158
图表：2004年以来各月移动分组数据用户发展情况	159
图表：2005-2007年固定电话用户各月净增比较	159
图表：2003-2007年无线市话用户所占比重	160
图表：2003-2007年公用、办公、住宅电话用户所占比重	161
图表：2003-2007年网民数和互联网普及率	161
图表：2004年以来各月互联网拨号、宽带接入用户净增比较	162
图表：2003-2007年固定本地电话通话量	162
图表：2003-2007年移动本地电话通话时长	163
图表：2007年长途电话通话时长	164
图表：2003-2007年长途电话市场构成	164
图表：2006-2007年IP电话发起方式	164
图表：2004-2007年短信业务发展情况	165
图表：2007年电信业务收入构成	166
图表：2003-2007年邮政、电信固定资产投资	166
图表：2007年主要电信能力指标增长情况	167
图表：2005-2007年基础电信企业的增值业务收入	168
图表：2003-2007年基础电信企业的用户、收入HHI指数	168
图表：2007年电信总量、收入、投资、用户分省情况	172

图表：2007年光缆、交换机容量、电话普及率分省情况	173
图表：2005-2008年1月各月通信业务收入比较	175
图表：2005-2008年1月固定电话用户各月净增比较	175
图表：2005-2008年1月移动电话用户各月净增比较	176
图表：2005-2008年1月互联网用户各月净增比较	176
图表：2007年电信业务收入构成	177
图表：2008年电信业务收入构成	177
图表：2008年通信行业各项业务收入同比增长率	178
图表：2008年固定本地与移动本地通话量比较	178
图表：2006-2008年通信行业同期长途电话通话长构成	179
图表：2006-2007年通信行业同期东、中、西部通信业务收入	179
图表：2005-2007年通信行业同期东、中、西部新增固定电话用户	180
图表：2005-2007年通信行业同期东、中、西部新增移动电话用户	180
图表：2008年1月通信业务收入排名前十的省份	181
图表：2008年1月固定电话用户排名前十的省份	181
图表：2008年1月移动电话用户排名前十的省份	182
图表：2005-2008年2月各月电信业务收入比较	183
图表：2005-2008年2月固定电话用户各月净增比较	183
图表：2005-2008年2月移动电话用户各月净增比较	184
图表：2005-2008年1月互联网用户各月净增比较	184
图表：2007年1-2月电信业务收入构成	185
图表：2008年1-2月电信业务收入构成	185
图表：2008年1-2月各项业务收入同比增长率	186
图表：2008年1-2月固定本地与移动本地通话量比较	186
图表：2006-2008年同期长途电话通话时长构成	187
图表：2006-2007年同期东、中、西部电信业务收入	188
图表：2006-2008年1-2月同期东、中、西部新增固定电话用户	188
图表：2006-2008年1-2月同期东、中、西部新增移动电话用户	189
图表：2008年1-2月电信业务收入排名前十名的省份	189
图表：2008年2月固定电话用户排名前十名的省份	190
图表：2008年2月移动电话用户排名前十名的省份	190
图表：合众思壮公司组织结构	209

图表：2007年四季度北京北斗星通导航技术股份有限公司主营构成表	214
图表：2007年二、三、四季度北京北斗星通导航技术股份有限公司每股指标	215
图表：2007年二、三、四季度北京北斗星通导航技术股份有限公司获利能力表	215
图表：2007年二、三、四季度北京北斗星通导航技术股份有限公司经营能力表	215
图表：2007年二、三、四季度北京北斗星通导航技术股份有限公司偿债能力表	216
图表：2007年二、三、四季度北京北斗星通导航技术股份有限公司资本结构表	216
图表：2007年二、三、四季度北京北斗星通导航技术股份有限公司发展能力表	216
图表：2007年二、三、四季度北京北斗星通导航技术股份有限公司现金流量分析表	217
图表：2007年二、四季度北京北斗星通导航技术股份有限公司利润分配表	217
图表：广东怡创通信有限公司组织结构图	229
图表：四川长城软件开发人员构成	238
图表：2006-2007年4季度中卫国脉通信股份有限公司主营构成表	245
图表：2006-2008年1季度中卫国脉通信股份有限公司流动资产表	246
图表：2006-2008年1季度中卫国脉通信股份有限公司长期投资表	247
图表：2006-2008年1季度中卫国脉通信股份有限公司固定资产表	247
图表：2006-2008年1季度中卫国脉通信股份有限公司无形及其他资产表	247
图表：2006-2008年1季度中卫国脉通信股份有限公司流动负债表	248
图表：2006-2008年1季度中卫国脉通信股份有限公司长期负债表	249
图表：2006-2008年1季度中卫国脉通信股份有限公司股东权益表	249
图表：2006-2008年1季度中卫国脉通信股份有限公司主营业务收入表	250
图表：2006-2008年1季度中卫国脉通信股份有限公司主营业务利润表	250
图表：2006-2008年1季度中卫国脉通信股份有限公司营业利润表	250
图表：2006-2008年1季度中卫国脉通信股份有限公司利润总额表	251
图表：2006-2008年1季度中卫国脉通信股份有限公司净利润表	251
图表：2006-2008年1季度中卫国脉通信股份有限公司每股指标表	251
图表：2006-2008年1季度中卫国脉通信股份有限公司获利能力表	251
图表：2006-2008年1季度中卫国脉通信股份有限公司经营能力表	252
图表：2006-2008年1季度中卫国脉通信股份有限公司偿债能力表	252
图表：2006-2008年1季度中卫国脉通信股份有限公司资本结构表	252
图表：2006-2008年1季度中卫国脉通信股份有限公司发展能力表	252
图表：2006-2008年1季度中卫国脉通信股份有限公司现金流量分析表	253
图表：2006-2007年4季度中兴通讯股份有限公司主营构成表	293

图表：2006-2007年4季度中兴通讯股份有限公司流动资产表	294
图表：2006-2007年4季度中兴通讯股份有限公司长期投资表	295
图表：2006-2007年4季度中兴通讯股份有限公司固定资产表	296
图表：2006-2007年4季度中兴通讯股份有限公司无形及其他资产表	296
图表：2006-2007年4季度中兴通讯股份有限公司流动负债表	297
图表：2006-2007年4季度中兴通讯股份有限公司长期负债表	298
图表：2006-2007年4季度中兴通讯股份有限公司股东权益表	298
图表：2006-2007年4季度中兴通讯股份有限公司主营业务收入表	298
图表：2006-2007年4季度中兴通讯股份有限公司主营业务利润表	299
图表：2006-2007年4季度中兴通讯股份有限公司营业利润表	299
图表：2006-2007年4季度中兴通讯股份有限公司利润总额表	299
图表：2006-2007年4季度中兴通讯股份有限公司净利润表	299
图表：2006-2007年4季度中兴通讯股份有限公司每股指标表	300
图表：2006-2007年4季度中兴通讯股份有限公司获利能力表	300
图表：2006-2007年4季度中兴通讯股份有限公司经营能力表	300
图表：2006-2007年4季度中兴通讯股份有限公司偿债能力表	300
图表：2006-2007年4季度中兴通讯股份有限公司资本结构表	301
图表：2006-2007年4季度中兴通讯股份有限公司发展能力表	301
图表：2006-2007年4季度中兴通讯股份有限公司现金流量分析表	301
图表：ZXMLS gpsOn e GEC移动定位系统网络结构框图	302
图表：ZXMLS GEC产品网络结构框图	303
图表：华为业务领域	305
图表：2002-2007年华为经营业绩	305
图表：iSuppli预计的全球GPS手机出货量	310
图表：天天行手机导航与一般GPS导航产品的比较	332
图表：我国电子地图行业相关管理规定	350
图表：我国八家导航电子地图厂商业务情况对比	350
图表：2005-2010年中国无线导航用户规模及预测	351
图表：2008年北京奥运会交通信息项目规划一览	353

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/43214.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。