



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2008年中国移动位置服务(LBS)市场分析及发展趋势研究报告

## 一、调研说明

《2008年中国移动位置服务(LBS)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/43217.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

LBS市场已经由业务的概念逐步外延到产业层面上，在2007年进入快速发展期，2008年将迎来产业发展的高峰期。3G时代手机定位服务市场存在着很大的发展空间。中国移动和中国联通都推出了相关的LBS服务，主要包括提供最近的商场/宾馆/餐厅等查询、导航、物流、报警、车辆跟踪/指挥/调度、老人/孩子位置查询等。目前，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。

2008年4月1日起中国移动在北京、上海、天津等8个城市启动第三代移动通信(3G)“中国标准”TD-SCDMA社会化业务测试和试商用。在即将到来的3G时代，LBS将会发展成为基于移动网络本身的核心应用，移动互联网上的一个业务亮点。与GPS技术的无缝集成，网络条件质的飞跃，3G终端的普及，信息内容的丰富，各方面条件的改善会促使LBS实用性的优势得到充分体现与释放。未来中国的移动运营商将面临更激烈的竞争，亟需推出差异化的服务，如果能够制定合理的资费和逐步培养用户习惯，LBS业务有望在中国获得较快的发展。随着中国移动定位市场的启动和各种新兴定位业务的推广，市场在未来三年将进入一个稳定增长期。

中国车载导航领域的发展带动了LBS产业快速成长，随着集成了导航功能的PDA、智能手机和PND的出现，使无线导航终端的普及率大大提高，给无线导航应用走向成熟奠定了基础。交通信息是LBS产业发展中不可缺少的元素，2008年奥运会将为中国LBS产业腾飞走出坚实的一步。2008年是我国LBS市场重要的转折点，市场将会快速启动，到2009年市场规模将达到25亿元人民币。然而，当前国内移动位置服务市场发展缓慢，暴露出许多阻碍市场快速发展的因素，例如LBS服务涉及的环节较多，产业链耦合难度大；商业模式尚不成熟，产业链各方利益难以平衡。内容信息匮乏，缺乏统一的地理信息资源。消费者可支配收入相对较低，ARPU值持续降低。机遇面前，产业如何发展？企业如何选择突破口呢？

【 目录 】

## 第一部分 行业概述及应用分析

### 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 7

#### 第三节 LBS系统介绍 9

##### 一、LBS系统的组成部分 10

##### 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 17

##### 五、LBS平台介绍 18

## 第二章 LBS的应用领域分析 21

### 第一节 LBS定位服务发展介绍 21

#### 一、全球LBS业务 21

#### 二、中国LBS业务 22

### 第二节 LBS应用分析 24

#### 一、LBS应用的特点 24

#### 二、移动定位在安全领域的应用 25

#### 三、GPS/GSM移动车辆定位技术及其应用 27

#### 四、LBS让测绘高新技术走进百姓生活 35

### 第三节 移动定位业务产业价值链状况 37

### 第四节 2008年3G时代移动定位业务发展分析 40

## 第二部分 国内外发展分析

### 第三章 全球LBS市场分析 49

#### 第一节 全球导航市场发展分析 49

##### 一、全球LBS发展现状分析 49

二、全球定位系统大众化地图应用时代即将来临 52

三、2012年全球GPS导航手机产量预测 56

四、2013年全球汽车导航市场预测 56

第二节 国外移动定位业务发展走势 57

一、国外移动定位业务发展概况 57

二、2009年全球移动定位业务市场规模 58

三、2010年亚太地区LBS市场规模预测 58

四、2010年欧洲移动LBS市场规模预测 59

第三节 北美移动定位业务市场分析 60

一、SprintPCS 60

二、VerizonWireless 60

三、BellMobility 60

第四节 日本移动定位业务市场分析 61

一、NTTDoCoMo 61

二、KDDI 61

第五节 韩国移动定位业务市场分析 62

一、LGT 62

二、KTF 62

三、SKT 63

第六节 运营商开展移动定位业务分析 63

一、定位业务应用 63

二、运营模式 63

三、LBS业务的主要驱动力 64

四、对终端的要求 64

第七节 发展移动定位业务的建议 65

一、市场需要一定的培育期 65

二、提供用户确实需要的业务内容 65

三、业务设置要从简 65

四、在业务发展的同时处理好相关问题 65

第四章 中国LBS发展现状 67

第一节 中国导航市场概况 67

一、中国导航市场发展现状	67
二、中国北斗导航系统介绍	71
三、PND拓宽汽车导航仪市场	74
第二节 中国导航市场发展现状	77
一、2007年定位服务进入高速增长期	77
二、2008年LBS产业链呼之欲出	78
三、2008年奥运会拉动移动定位市场快速增长	80
第三节 中国导航市场发展现状	82
一、GPS市场消费者心理需求分析	82
二、2008年中国GPS导航市场和研发分析	84
三、2008年导航产业市场规模预测	89
第四节 中国移动通信市场分析	91
一、2008年中国移动通信市场发展分析	91
二、未来20年我国移动通信市场发展预测	99
第五节 中国手机定位市场分析	102
一、2008年GPS手机市场发展分析	102
二、2011年中国市场GPS手机销量预测	104
三、2008-2012年GPS手机产值预测	105
四、2012年GPS导航手机市场预测	106
第六节 车载定位市场分析	108
一、我国车载导航市场概况	108
二、2008年影响我国汽车导航市场的因素	108
三、我国车载导航市场发展趋势	109
四、2009年中国汽车GPS导航市场预测	110

### 第三部分 行业产业链发展分析

#### 第五章 移动定位服务运营商发展分析 113

##### 第一节 中国移动 113

一、2007年中国移动业绩分析	113
二、2008年中国移动仍将高速平稳发展	114
三、2008年中国移动抢占重组后市场先机	115
四、2008年4月起中国移动8城市试用3G	118

五、多普达联手中国移动推广GPS手机	119
第二节 中国联通	119
一、中国联通LBS的业务介绍	119
二、中国联通GPS手机定位导航服务分析	121
三、2007年中国联通业绩分析	122
四、2008年联通免费“导航10191”C、G两网铺开	123
第三节 中国电信	124
一、2007-2008年通信行业运行状况	124
二、中国电信随e游A100介绍	152
三、2008年中国电信产业趋势预测	154
四、2011年电信业展望	157
第四节 中国网通	161
一、2007年中国网通业绩分析	161
二、山东网通推出“关爱精灵”小灵通定位服务	164
第五节 北京合众思壮科技有限责任公司	165
一、公司概况	165
二、“北斗”导航卫星技术成就与展望	167
三、公司动态	169
第六节 北京北斗星通导航技术股份有限公司	171
一、公司概况	171
二、2007年公司业绩分析	172
三、公司动态	178
第六章 位置服务SP	182
第一节 北京协进科技发展有限公司	182
一、公司概况	182
二、产品介绍	183
第二节 北京国都信业科技有限公司	188
一、公司概况	188
二、产品介绍	189
第三节 广东怡创通信有限公司	201
一、公司概况	201

## 二、增值业务发展 202

### 第四节 成都华好网景科技有限公司 203

#### 一、公司概况 203

#### 二、位置服务 204

### 第五节 杭州红雨科技有限公司 206

#### 一、公司简介 206

#### 二、产品介绍 206

### 第六节 北京华娱互动网络科技有限公司 210

#### 一、企业简介 210

#### 二、产品介绍 210

### 第七节 四川长城软件科技有限公司 212

#### 一、公司简介 212

#### 二、产品服务 213

### 第八节 北京安通汽车卫星定位通讯有限责任公司 215

#### 一、公司简介 215

#### 二、主要业务 216

### 第九节 中卫国脉通信股份有限公司 221

#### 一、公司简介 221

#### 二、业务简介 221

#### 三、2007年公司财务状况 223

### 第十节 北京搜讯通网络科技有限公司 227

#### 一、公司简介 227

#### 二、产品介绍 227

## 第七章 电子地图提供商 229

### 第一节 国内电子地图市场分析 229

#### 一、导航电子地图的市场规模 229

#### 二、导航电子地图行业的产业结构特点 232

#### 三、行业发展的趋势 233

#### 四、政府在促进导航电子地图产业健康发展中的作用 234

#### 五、导航电子地图市场须规范 236

#### 六、2009年国内导航电子地图市场预测 239



第二节 GIS引擎提供商	240
一、ESRI	240
二、北京冠图信息技术有限公司	244
三、武大吉奥信息工程技术有限公司	245
四、研勤科技股份有限公司	248
五、北京超图地理信息技术有限公司	250
六、厦门精图信息技术有限公司	255
七、适普软件有限公司	256
八、武汉中地信息工程有限公司	259
第三节 地图数据提供商	262
一、北京四维图新	262
二、易图通科技(北京)有限公司	264
三、高德软件有限公司	264
四、北京灵图软件有限公司	268
五、北京瑞图万方科技有限公司	270
第八章 位置服务方案提供商	272
第一节 安德鲁(Andrew)	272
一、公司概况	272
二、推出地面站天线新品	272
三、赢得国际战略定位系统合同	274
第二节 西门子	275
一、公司概况	275
二、2007年公司经营状况	276
第三节 爱立信	277
一、公司概况	277
二、公司动态	280
第四节 摩托罗拉	282
一、公司概况	282
二、公司动态	282
第五节 中兴通讯	284
一、公司概况	284

二、2007年公司经营情况	286
三、公司动态	300
四、中兴通讯移动定位系统解决方案	301
第六节 华为	303
一、公司概况	303
二、公司动态	306
三、公司发展趋势	307
第七节 诺基亚	311
一、公司概况	311
二、公司动态	312
第八节 阿尔卡特	315
一、公司概况	315
二、公司动态	315
三、公司成功基石	316
第九章 位置服务软件提供商	318
第一节 SiRF	318
一、公司背景	318
二、合作发展	318
第二节 IBM	319
一、公司背景	319
二、发展情况	319
第三节 高通/SnapTrack	320
一、公司背景	320
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	322
三、系统特点	323
第五节 厦门雅迅网络股份有限公司	325
一、公司概况	325
二、产品发展	325

## 第六节 泰为TeleNav 327

### 一、公司概况 327

### 二、产品介绍 327

## 第十章 位置服务终端市场 330

### 第一节 GPS终端市场发展分析 330

#### 一、GPS终端市场发展现状分析 330

#### 二、GPS手机受芯片厂商追捧 333

#### 三、GPS移动电话设计发展制约因素 337

### 第二节 2008年GPS终端市场分析 338

#### 一、2008年中国联通率先突破GPS终端瓶颈 338

#### 二、2008年消费性GPS手持式终端成主流 340

## 第四部分 行业发展前景与建议

### 第十一章 LBS发展前景与建议分析 343

#### 第一节 LBS发展前景及趋势分析 343

##### 一、2008-2011年LBS发展前景分析 343

##### 二、未来交通物流业移动定位服务应用 347

##### 三、移动定位业务的未来 349

#### 第二节 发展移动定位业务的建议 350

##### 一、市场需要一定的培育期 350

##### 二、提供用户确实需要的业务内容 350

##### 三、业务设置要从简 351

##### 四、在业务发展的同时处理好相关问题 351

## 图表目录

图表：LBS系统结构图 10

图表：LBS结构示意图 10

图表：LBS系统工作流程 11

图表：基于位置服务的种类 12

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	16
图表：2003-2006年全球LBS服务市场规模	21
图表：中国运营商提供的LBS服务	23
图表：LBS产业链各环节厂商介绍	23
图表：基于GSM话音通道的移动监控定位系统	29
图表：移动终端设备组成	29
图表：基于SMS的移动监控定位系统	30
图表：移动定位系统车载单元组成	31
图表：监控中心控制系统组成	32
图表：定位系统车载部分主程序流程图	34
图表：2003~2009年全球移动定位市场规模	40
图表：2004~2008年中国移动定位市场规模及预测	41
图表：A-GPS工作原理	44
图表：几种移动定位技术比较	45
图表：2003-2009年全球LBS市场发展及预测	58
图表：卫星导航产业价值链	67
图表：2000-2006年我国卫星导航产品产值	68
图表：2000-2005年我国主要导航应用产品需求量	68
图表：2003-2008年中国LBS用户规模增长趋势	71
图表：2004-2008年中国移动定位市场规模	81
图表：远峰基于AtlasIII的GPS导航硬件系统方案框图	86
图表：五合三电信重组方案	94
图表：2008-2012年中国手机市场销量及增长预测	97
图表：2003-2007年电信综合价格水平下降情况	124
图表：2003-2007年电话用户到达数和新增数	125
图表：2003-2007年移动电话用户所占比重	125
图表：2005-2007年移动电话用户各月净增比较	126
图表：2004年12月-2007年12月各月移动分组数据用户发展情况	126
图表：2005-2007年固定电话用户各月净增比较	127
图表：2003-2007年无线市话用户所占比重	127
图表：2003-2007年公用、办公、住宅电话用户所占比重	128

图表：2003-2007年网民数和互联网普及率 128

图表：2004年12月-2007年12月各月互联网拨号、宽带接入用户净增比较 129

图表：2003-2007年固定本地电话通话量 130

图表：2003-2007年移动本地电话通话时长 130

图表：2007年长途电话通话时长 131

图表：2003-2007年长途电话市场构成 131

图表：2006-2007年IP电话发起方式 132

图表：2004-2007年短信业务发展情况 132

图表：2007年电信业务收入构成 133

图表：2003-2007年邮政、电信固定资产投资 134

图表：2007年主要电信能力指标增长情况 134

图表：2005-2007年基础电信企业的增值业务收入 135

图表：2003-2007年基础电信企业的用户、收入HHI指数 136

图表：2005-2008年1月各月通信业务收入比较 137

图表：2005-2008年1月固定电话用户各月净增比较 138

图表：2005-2008年1月移动电话用户各月净增比较 138

图表：2005-2008年1月互联网用户各月净增比较 139

图表：2007年电信业务收入构成 139

图表：2008年电信业务收入构成 140

图表：2008年通信行业各项业务收入同比增长率 140

图表：2008年固定本地与移动本地通话量比较 141

图表：2006-2008年通信行业同期长途电话通话长构成 141

图表：2006-2007年通信行业同期东、中、西部通信业务收入 142

图表：2005-2007年通信行业同期东、中、西部新增固定电话用户 142

图表：2005-2007年通信行业同期东、中、西部新增移动电话用户 143

图表：2008年1月通信业务收入排名前十的省份 143

图表：2008年1月固定电话用户排名前十的省份 144

图表：2008年1月移动电话用户排名前十的省份 144

图表：2005-2008年2月各月电信业务收入比较 145

图表：2005-2008年2月固定电话用户各月净增比较 145

图表：2005-2008年2月移动电话用户各月净增比较 146

图表：2005-2008年1月互联网用户各月净增比较 146

图表：2007年1-2月电信业务收入构成 147

图表：2008年1-2月电信业务收入构成 147

图表：2008年1-2月各项业务收入同比增长率 148

图表：2008年1-2月固定本地与移动本地通话量比较 148

图表：2006-2008年同期长途电话通话时长构成 149

图表：2006-2007年同期东、中、西部电信业务收入 150

图表：2006-2008年1-2月同期东、中、西部新增固定电话用户 150

图表：2006-2008年1-2月同期东、中、西部新增移动电话用户 151

图表：2008年1-2月电信业务收入排名前十名的省份 151

图表：2008年2月固定电话用户排名前十名的省份 152

图表：2008年2月移动电话用户排名前十名的省份 152

图表：2002-2006年全球电信投资规模 157

图表：2002-2011年中国电信投资预测 158

图表：2002-2011年3G投资与非3G投资预测 158

图表：1997-2007年GDP增长率与电信业务收入增长率 158

图表：2003-2007年中国电信业CAPEX/业务收入比 159

图表：运营商重组与博弈进程 159

图表：2007-2011年3G投资CAPEX预测 159

图表：2005-2011年中国移动未来投资计划分析与预测 160

图表：2005-2011年中国电信收购C网设备投资支出分析与预测 160

图表：2005-2011年中国联通并网后电信设备投资支出分析与预测 160

图表：2005-2011年国电信设备投资支出分析与预测 161

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 173

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 174

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 174

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 174

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 175

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 175

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 175

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 175

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 176

图表：2006-2010年北京北斗星通导航技术股份有限公司盈利预测 177

图表：2007-2010年北京北斗星通导航技术股份有限公司预测和比率 178

图表：2006-2010年北京北斗星通导航技术股份有限公司利润表 178

图表：北京国都信业科技有限公司位置救援应用流程 190

图表：北京国都信业科技有限公司MyLife系统服务示意图 197

图表：国都企信通系统示意图 198

图表：广东怡创通信有限公司组织结构图 201

图表：红雨科技定位服务收费标准 208

图表：四川长城软件开发人员构成 212

图表：2007年二季度中卫国脉通信股份有限公司主营构成表 223

图表：2007年一、二、三季度中卫国脉通信股份有限公司每股指标 223

图表：2007年一、二、三季度中卫国脉通信股份有限公司获利能力表 224

图表：2007年一、二、三季度中卫国脉通信股份有限公司经营能力表 224

图表：2007年一、二、三季度中卫国脉通信股份有限公司偿债能力表 224

图表：2007年一、二、三季度中卫国脉通信股份有限公司资本结构表 225

图表：2007年一、二、三季度中卫国脉通信股份有限公司发展能力表 225

图表：2007年一、二、三季度中卫国脉通信股份有限公司现金流量分析表 225

图表：2007年一、二、三季度中卫国脉通信股份有限公司利润分配表 225

图表：搜讯通网络GPS定位器与传统GPS定位仪的对比 228

图表：超图公司关联企业 251

图表：超图公司内部架构 252

图表：武汉中地数码MAPGIS系列软件应用领域 260

图表：中地数码东部地区GIS实验室名单 260

图表：中地数码中部地区GIS实验室名单 261

图表：中地数码西部地区GIS实验室名单 261

图表：瑞图万方集团组织结构 271

图表：中兴通讯中国区域营销网络 286

图表：2007年二、四季度中兴通讯股份有限公司主营构成表 287

图表：2007年二、三、四季度中兴通讯股份有限公司每股指标 288

图表：2007年二、三、四季度中兴通讯股份有限公司获利能力表 288

图表：2007年二、三、四季度中兴通讯股份有限公司经营能力表 289

图表：2007年二、三、四季度中兴通讯股份有限公司偿债能力表 289

图表：2007年二、三、四季度中兴通讯股份有限公司资本结构表 289

图表：2007年二、三、四季度中兴通讯股份有限公司发展能力表	289
图表：2007年二、三、四季度中兴通讯股份有限公司现金流量分析表	290
图表：2007年二、三、四季度中兴通讯股份有限公司利润分配表	290
图表：2005-2009年中兴通讯财务发展及预测	291
图表：2007-2010年中兴通讯CDMA业务收入预测	292
图表：2007-2010年中兴通讯GSM业务收入预测	292
图表：2005-2009年中兴通讯主营业务收入及预测结果	293
图表：2004-2008年中兴通讯利润分配表	293
图表：2005-2008年中兴通讯资产负债表分析及预测	294
图表：2005-2011年中兴通讯国内业务市场份额分析与预测	294
图表：2007-2011年中兴通讯未来国内收入分析与预测	295
图表：2006-2011年中兴通讯国际业务收入增长趋势分析与预测	295
图表：2005-2011年中兴通讯海外业务收入分析与预测	295
图表：2001-2011年中兴通讯收入分析与预测	296
图表：2001-2010年中兴通讯未来EPS分析与预测	296
图表：中兴通讯国际市场分析	296
图表：2007年无线通信设备合同个数占比	297
图表：2004-2011年全球移动网络合同销售额分析与预测	297
图表：2001-2014年中兴通讯销售增长率分析与预测	297
图表：2004-2009年中兴通讯销售收入分析与预测	298
图表：2004-2009年中兴通讯销售收入构成	298
图表：2004-2011年中兴通讯无线系统设备销售构成	298
图表：2004-2009年中兴通讯毛利率情况分析与预测	299
图表：2006-2009年中兴通讯利润表分析与预测	299
图表：2006-2009年中兴通讯资产负债表分析与预测	300
图表：ZXMLSgpsOne GEC移动定位系统网络结构框图	302
图表：ZXMLSGEC产品网络结构框图	303
图表：华为业务领域	304
图表：2002-2007年华为经营业绩	305
图表：华为公司业务发展客户需求	309
图表：未来3-5年华为公司的网络逻辑架构图	310
图表：天天行手机导航与一般GPS导航产品的比较	329



图表：我国电子地图行业相关管理规定 344

图表：我国八家导航电子地图厂商业务情况对比 344

图表：2005-2010年中国车载GPS销售情况及预测 345

图表：2005-2010年中国无线导航用户规模及预测 345

图表：2008年北京奥运会交通信息项目规划一览 347

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/43217.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。