



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008年中国VoIP行业调研报告 告

一、调研说明

《2008年中国VoIP行业调研报告》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/43228.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

2007年国内电信运营市场VoIP业务量增长趋势明显。截至2007年6月底，电信运营商可统计IP通话时长为757.37亿分钟，同比增长4.3%，占长途电话通话时长的比重为43.61%。预计VoIP在长途通话市场所占份额在今后的2到3年内将逐渐等于甚至超过PSTN及移动（GSM、CDMA）长途业务的总和。由于国内及全球需求大增，预计2007年中国大陆VoIP电话的产量将提高34%，总数超过2900万台，出口量将达到2100万台，比2006年增长26%。

政策管制是影响VoIP市场走向的重要因素，在中国政府和现有运营商围攻之下，大量小型虚拟运营商已在2005和2006年退出了这个市场。各国管制机构基于各自国家利益的考虑，需要适合本国国情，可能采取不同管制政策。VoIP应用的出现对传统电信行业影响巨大，使得老牌运营商的基本语音业务赢利能力不断下滑，市场竞争进一步加剧。在此背景下，管制政策需要妥善处理好电信行业的稳定发展问题，开展有效、公平的竞争，因此我国管制政策的制订短期内很难一步到位。需要一个阶段的摸索期，才能推出真正属于我们国家的法律——电信法。从WTO的协定时间来看这个时间应该不会晚于2008年。届时，VoIP市场将对新兴运营商、服务提供商和跨国电信运营商开放。它们将获准合法地运营其自己的VoIP业务，可见，从政策上讲，新兴运营商的市场前景将是一片光明，政策一旦明朗，一批批新兴运营商势必重新崛起。

从长远来看，预测2007年及未来五年中国企业级VoIP设备支出复合增长率将达到48%，2009年设备支出预期为42亿元。另外，VoIP让中国市场兴奋的自然不仅仅是处于产业链下游的设备市场，未来五年，中国VoIP市场多种主要业务将逐渐由成长期步入成熟期，行业发展热点和趋势逐渐清晰。预测2007年及未来几年中国VoIP年增长率可达到12%，2008年中国VoIP市场规模将达到56亿美元。但与传统电信网络相比，VoIP行业的安全性是受到质疑的，基于数字网络的VoIP比电信网络更容易受到病毒、黑客、恶意访问的攻击。国内应该加强VoIP行业监管，为其发展创造公平竞争环境。那么，在如此良好的环境下，我国VoIP企业该如何分析当前VoIP行业的形势、把握未来产品结构调整的方向，根据需求趋势制定发展战略呢？

【 目录 】

第一部分 发展概述

第一章 VoIP发展概述 1

第一节 VoIP的原理及技术 1

一、VoIP概念 1

二、VoIP网络框架 2

三、VoIP的基本传输过程 3

四、VoIP服务细分 6

第二节 VoIP的应用现状、技术平台以及发展趋势 9

一、VoIP应用现状 9

二、VoIP产品平台 10

三、设备及软件开发路线图 12

四、下一代VoIP手机 14

第三节 VoIP电话的应用形式及市场前景 15

一、目前VoIP电话的应用形式 15

二、目前不同IP电话业务的市场前景 18

第四节 软交换技术在VoIP中的应用分析 19

一、当前VoIP网络 19

二、基于软交换技术的VoIP网络 20

三、小结 25

第五节 VoIP快速发展的驱动因素分析 25

一、外在驱动因素 26

二、内在驱动因素 32

三、中国VoIP市场驱动因素 34

第六节 VoIP发展特点及阶段 35

一、VoIP技术发展阶段的三个特点 35

二、全球VoIP市场发展的三个阶段 36

第二章 VOIP产业链及商业模式分析 38

第一节 VoIP市场进入途径 38

一、以设备提供商的身份进入市场 38

二、系统集成商提供VoIP解决方案 38

三、绕道海外，进入市场 39

四、用户自主行为越过监管	40
五、PC和Phone模糊监管边界	41
第二节 VoIP业务模式分析及预测	42
一、VoIP业务模式分析	42
二、VoIP三种业务模式在国内的发展趋势判断	46
第三节 VOIP产业链与运营模式分析	47
一、VoIP产业链	47
二、VoIP运营模式	49
三、VoIP产业链的显著特征与瓶颈	50
四、VoIP商业模式发展趋势	52
第四节 VOIP对传统电信商业模式的影响	52
第五节 不同VOIP运营商的运营模式分析	55
一、Skype模式	55
二、Vonage模式	56
三、Yahoo BB模式	56
四、AT&T/NTT模式	63
第六节 美国有线电视运营商的VoIP运营模式分析及启示	65
一、美国的VoIP市场	65
二、美国有线电视运营商的VoIP运营模式	66
三、对我国通信市场的启示	70
第七节 从经营模式谈全球voip发展前景	71
一、宽带电话的经营模式	72
二、IP电话对话音业务市场的影响分析	74
第二部分 行业分析	
第三章 全球VoIP行业发展现状及趋势	75
第一节 2006年全球VOIP行业发展情况分析	75
一、2006年全球VOIP年增长情况分析	75
二、2006年全球IP电话用户数持续高速增长	76
三、2006年全球VoIP服务收入剧增	77
四、2006年全球VOIP新的技术和产品	78
五、2006年全球VOIP企业市场发展领先于个人用户市场	83

六、2006年全球VOIP渠道动态	85
七、2006年全球VOIP应用情况分析	87
第二节 2007年全球VOIP行业发展情况分析	92
一、2007年独立VoIP服务遭遇寒冬与前景分析	92
二、2007年国际IT巨头与VoIP共舞	95
三、VoIP推动有线电视电话用户增长及2007年VoIP收入突预测	99
第三节 国外VoIP发展现状及启示	100
一、国外宽带电话发展现状	100
二、国外宽带电话发展启示	103
第四节 2007-2011年全球VoIP市场发展预测	105
一、全球网络电话将迎来黄金机遇期	105
二、移动VoIP成为潜在增长方向	106
三、2006-2010年全球运营商VoIP设备投入预测	106
四、2010年全球住宅VOIP市场预测	107
五、2011年全球及美国宽带、VoIP等规模预测	108
六、2011年Skype等VoIP提供商将占固话市场份额预测	109
七、全球VoIP技术发展趋势	110
第五节 美国VoIP市场分析	112
一、2006年美国主要客户端VoIP用户数量	112
二、2006年美国TOP5 VoIP设备服务商	113
三、2006年美国VoIP用户数量增长情况	113
四、2007年微软推软件助VoIP发展称可创收数十亿美元	114
五、2007年美国VoIP提供商SunRocket突然宣布倒闭	115
六、2007年美国宽带IP电话用户数量有望超七百万	116
七、2011年美国VoIP付费用户规模将达4130万户	116
第六节 欧洲VoIP市场分析	117
一、2006年欧洲领跑全球VoIP市场	117
二、2006年英国电信VoIP用户发展情况分析	118
三、2006年荷兰VoIP用户发展情况及市场份额分析	118
四、2007年德国电信参股VoIP服务商	119
第七节 非洲VoIP市场分析	122
一、非洲VoIP市场分析	122

二、2007年阿联酋电信管制局将允许经营VoIP业务	122
第四章 中国VoIP行业发展现状及趋势	123
第一节 中国互联网用户发展状况及需求	123
一、2007年中国互联网用户发展状况及应用情况	123
二、2010年我国网民数及普及率预测	126
第二节 2004-2006年VoIP市场分析	127
一、2004-2006中国VoIP市场概况及现状	127
二、2003-2007年上半年中国IP电话通话情况分析	129
三、2006年企业市场VoIP竞争力突显	131
四、移动VoIP方兴未艾	132
五、融合智能通信异军突起	133
第三节 2007年VoIP市场分析	133
一、2007年VoIP标准推进联盟(VETF)成立	133
二、中国用户超过美国成为Skype全球最大市场	134
三、2007年中国VoIP电话产量预计	135
四、网络电话实现免费拨打国际国内电话	135
五、VoIP超越语音成融合基点	136
第四节 2007及未来几年VoIP行业发展趋势及影响因素	139
一、VoIP乃大势所趋	139
二、VoIP技术发展趋势	140
三、商业模式亟待改变	140
四、业务发展模式趋势	141
五、相关政策导向	142
六、对运营商的影响	143
七、对设备商的影响	144
八、产业预测	144
九、中国VoIP业务生命周期	145
第五节 2007及未来几年中国VoIP市场规模预测	147
一、VoIP服务市场规模及预测	148
二、中国大陆VoIP发展前景诱人	149
三、通过VoIP传送语音的时代即将到来	156

- 四、2008年中国VoIP市场规模预测 158
- 五、预计两三年内VoIP市场大于固话 移动长途 159
- 六、2011年中国统一通信市场预测 161

第五章 VoIP管制政策发展趋势与走向分析 164

第一节 全球VoIP政策管制分析 164

- 一、VoIP海外的虚拟运营商发展迅猛的政策原因 164
- 二、2007年美国FCC要求所有运营商必须接纳VOIP服务 165
- 三、日本VoIP的管制现状及对我国的启示 166
- 四、加拿大VoIP的管制现状及对我国的启示 173
- 五、国外VoIP管制实践的一些先进经验 180
- 六、国外VoIP管制实践对我国的启示 184

第二节 我国VoIP管制现状与面临的困境 186

- 一、中国VoIP管制政策 186
- 二、VoIP尚未走出政策瓶颈发展只欠东风 188
- 三、VoIP开放力求功能平等 191
- 四、2007年或2008年VoIP电信管制政策将逐步放松 196
- 五、2007年或2008年运营商级VoIP将获牌照 小VoIP面临淘汰 197

第三节 VoIP先天优势与垄断利益的较劲 198

- 一、VoIP生存的优势 198
- 二、运营商严厉的封杀 199
- 三、讨论：VoIP该不该封杀？ 201
- 四、总结：VoIP全球化 202

第四节 VoIP监管问题与策略探讨 203

- 一、VoIP监管问题及政策思路思考 204
- 二、VoIP管制政策开放时机探析 208
- 三、VOIP的管制策略分析 213

第三部分 市场分析

第六章 中国VOIP服务市场及服务商竞争分析 221

第一节 中国VoIP运营商竞争态势 221

- 一、大型固网运营商/主导电信运营商的策略 221

二、移动运营商	221
三、中小VoIP运营商	222
四、虚拟运营商	222
五、即时通讯运营商	222
第二节 基础电信运营商分析	223
一、VoIP给传统电信运营商带来挑战及应对策略	223
二、VoIP基础电信服务的运营环境探讨	226
三、移动运营商利用VoIP切入固定市场	233
四、VoIP成电信运营商转型重要支撑	234
五、中国移动飞信业务亟需独特的市场定位	235
六、2007年上半年中国移动TD-SCDMA设备采购情况分析	237
第三节 即时通信服务市场分析	240
一、即时通信的发展历程	240
二、未来的即时通信工具将会呈现几大趋势	242
第四节 虚拟运营商	243
一、电信融合趋势挑战虚拟VoIP运营商	243
二、全球虚拟VoIP运营商前景分析	244
第五节 2007年Skype服务商分析	249
一、2007年Skype企业服务再增管理功能	249
二、2007年Skype停摆期间 VOIP竞争对手网站流量陡增数倍	250
三、2007年Skype中国发展情况分析	251
第七章 移动VoIP市场分析	255
第一节 移动VoIP技术分析	255
一、无线VoIP的技术特点	255
二、Wi-MAX增加无线VoIP未来成功的变数	256
三、运营商和厂商利用无线VoIP进军移动通信市场	257
四、无线VoIP帮助传统运营商推进固网移动融合	257
五、无线VoIP实施存在的问题	258
第二节 移动VoIP市场应用情况分析	259
一、2007年VoIP剑走偏锋融合移动WAP成“杀手应用”	259
二、移动VoIP在企业中已经呈现出一种应用趋势	260

第三节 移动VoIP市场发展空间 262

- 一、移动VoIP发展现状及未来展望 262
- 二、2012年移动VoIP服务收入将超固定VoIP 263

第四节 WiFi手机市场分析 264

- 一、2006年WiFi/蜂窝双模VoIP电话市场增长快 264
- 二、2007年Wi-Fi双模手机市场进展加快 265
- 三、2007年科学家创WiFi技术新纪录 应用距离382公里 267
- 四、2007年诺基亚智能手机将提供移动VoIP服务 267
- 五、2007-2010年Wi-Fi手机出货量预测 268
- 六、VoWiFi面临的挑战与发展前景 268

第八章 VOIP设备商及设备市场分析 274

第一节 中国VoIP设备供应市场现状 274

- 一、中国VoIP设备市场快速增长 274
- 二、VoIP设备供应格局 274
- 三、设备市场的技术走向 275

第二节 2011年中国VoIP设备市场规模预测 275

- 一、设备年增长率预测 275
- 二、多种通信方式走向融合 277
- 三、三类厂商发力统一通信 277
- 四、IP语音质量尚待提高 278

第三节 北电 279

- 一、2007年北电加快拓展在中国市场 279
- 二、2007年北电将统一通信推进到桌面 280
- 三、2007年北电计划推出自己的802.11n无线产品 280
- 四、2007年英国电信与北电联合推VoIP商务电话系统 281
- 五、2007年北电转售网关供应商Genband VOIP媒体网关 282
- 六、2007年北电与美国T-Mobile续约继续提供移动通信服务 282
- 七、2007年北电微软看好VoIP企业市场 284

第四节 思科 284

- 一、2007年思科发布新一代客户交互型IP通信解决方案 284
- 二、2007年思科推集成内置安全措施及VoIP功能路由器 286

三、思科：聚焦未来的创新者	287
第五节 华为	288
一、华为3Com携手黑龙江人保构建全省VoIP网络	288
二、华为3Com IP电话系统使融合成为可能	291
三、2007年华为5000万线DSL商用持续领先IP接入市场	293
第六节 中兴	294
一、中兴通讯SmartIP解决方案	294
二、中兴通讯软交换系统解析	298
三、2007年中兴美国市场获突破 签署WiMAX终端合同	301
第七节 德仪仪器	302
一、德仪VoIP技术在中小型企业应用中巨大商机	302
二、2007年德州仪器推新型TNETV2502低成本VoIP平台	304
三、2007年德州仪器推超宽带编解码器 可提高VoIP音质	305
四、2007年德州仪器最新IP电话平台进一步扩展VoIP产品系列	307
第八节 英特尔	308
一、2007年英特尔投资VoIP技术 刺激芯片销售	308
二、2007年英特尔投资网络电话厂商进驻芯片	310
第九节 Octasic	310
二、Octasic获VoIP半导体市场大奖	310
二、2007年Octasic推出针对企业级VoP系统的集成媒体网关模块	311
第十节 其他公司	312
一、Avaya	312
二、Headcall	313
三、泰克	316
四、华邦	317
五、Fring	318
六、大唐高鸿	319

第四部分 用户需求及发展战略

第九章 VOIP的用户需求剖析 321

第一节 VOIP的用户需求分析 321

一、VoIP用户群概述 321

二、VOIP的用户需求特点	322
三、用户需求决定VoIP的发展	325
第二节 企业用户分析	326
一、企业VoIP的实现方式与网络组织	326
二、企业用户:企业LAN网VoIP技术解决方案	327
三、企业使用VOIP的几点好处	329
四、全球企业通信IP化浪潮迭起	330
五、中国企业级VoIP应用的发展现状与趋势	333
六、VoIP企业级市场未来五年发展趋势	337
七、2011年中国企业VoIP市场预测	339
第十章 VOIP发展战略及建议	342
第一节 VOIP发展策略分析	342
一、探索VoIP产业“乱局”突破点	342
二、VoIP企业服务需要创新	347
三、开源VoIP展现企业应用前景	347
四、VoIP向NGN演进必须解决10大问题	354
第二节 VOIP市场与渠道发展策略及建议	355
一、VoIP市场竞争策略	356
二、VoIP渠道竞争策略	359
三、给上游的一点建议	363
第三节 国外VoIP运营商经营策略借鉴	363
一、AT&T的四大经营策略	363
二、英国电信VoIP业务引入策略剖析	368
三、Vonage宽带电话经营策略分析	373
第四节 传统固网运营商的VoIP战略分析	380
一、国外VoIP发展情况及经验总结	381
二、中国VoIP市场发展情况	382
三、运营商的VoIP发展战略	382
第五节 固网运营商企业VoIP市场发展策略	384
一、固网运营商切入企业级VoIP的意义	384
二、固网运营商开展企业级VoIP业务的策略建议	386

第六节 中小VoIP企业的定位	388
一、中小VoIP软件供应商的定位	389
二、中小VoIP设备制造商的定位	389
第七节 VoIP技术面临的安全威胁及应对策略	390
一、分析师称企业应该聚焦VoIP安全性	390
二、2007年VoIP成为黑客攻击者的目标	391
三、VoIP技术面临的安全威胁及应对措施	396
四、如何拓展VoIP网络的安全性和覆盖范围	396
五、三个方面堵住VoIP漏洞 整体提高安全性	400

图表目录

图表：VoIP原理示意图	1
图表：VoIP网络结构示意图	2
图表：VoIP的模型结构	4
图表：VoIP传输的基本过程	6
图表：PC - PC的VoIP示意图	6
图表：PHONE—PHONE的VoIP示意图	7
图表：PHONE—PC的VoIP示意图	7
图表：PC—PHONE的VoIP示意图	7
图表：VoIP的各种表现形式示意图	8
图表：目前IP电话的主要应用形式	15
图表：三类IP电话主要应用情况	17
图表：基于H.323协议的VoIP网络	20
图表：网关功能分离模型	20
图表：软交换网络结构	21
图表：基于软交换网络的VoIP应用网络	22
图表：软交换与长途交换机对照示意图	23
图表：宽带IP网络的分层模型	29
图表：2005-2010年全球VoIP用户及预测	37
图表：2002-2006年国内IP电话业务量历年发展情况	43
图表：2003-2007年6月国内各类长途电话占比发展情况	43

图表：2002-2007年国内宽带用户数发展情况	45
图表：2002-2007年国内即时通讯用户数发展情况	46
图表：VoIP产业链图	48
图表：VoIP产业价值链关系	51
图表：各类VoIP业务政策监管现状	51
图表：日本宽带服务运营商所占市场份额	57
图表：Yahoo BB ADSL业务收费情况	58
图表：Yahoo BB Phone网络结构图	59
图表：Yahoo BB Mobile网络结构图	60
图表：典型的TV over IP系统	60
图表：日本运营商基本宽带服务价格表	62
图表：美国主要有线电视运营商与其他类型VoIP提供商的业务比较	67
图表：美国主要有线电视运营商与其他类型VoIP提供商的资费比较	69
图表：2006年和2012年（预测）亚太地区VoIP用户数（按业务类型划分）	91
图表：2006年和2012年（预测）北美地区VoIP用户数（按业务类型划分）	91
图表：2006年和2012年（预测）VoIP用户数（按地区划分）	92
图表：BT Broadband-Talk产品线	100
图表：Business Broadband Voice Plus套餐内容	102
图表：Business Broadband Voice Line Only套餐主要国际流向资费	102
图表：2005-2010年住宅VoIP产品收入情况及预测趋势图	107
图表：2011年全球及美国宽带、VOIP、IPTV付费用户规模	108
图表：2006年第三季度美国TOP5客户端VOIP服务商	112
图表：2006年第三季度美国TOP5 VOIP设备服务商	113
图表：2005-2010年美国家庭宽带IP电话用户数据情况及预测图	116
图表：2005-2011年美国VOIP付费用户规模及增长情况及预测图	117
图表：2002-2007年6月中国网民规模及年增长率	123
图表：2006年7月-2007年7月全国基础电信企业的互联网用户发展情况	124
图表：2006年7月-2007年7月全全国基础电信企业互联网接入用户增长趋势图	124
图表：中国网络应用使用率	125
图表：2004-2008年中国VoIP市场发展概况及预测	128
图表：2003-2007年上半年中国IP电话通话时长统计数据	129
图表：2003-2007年上半年IP电话通话时长增长趋势图	130

图表：2003-2007年上半年IP电话国内长途通话时长和国内固定传统长途电话通话时长统计数据 130

图表：2003-2007年上半年IP电话国内长途通话时长、国内固定传统长途电话和移动电话国内长途通话时长增长对比图 130

图表：中国VoIP业务生命周期 145

图表：2005 - 2010中国PC to PC的VoIP用户规模及预测 148

图表：2004-2006年中国大陆电信运营商IP电话通话时长增长及2007-2008年预测。 150

图表：2003-2006年中国大陆电信运营商IP电话收入增长及2007-2008年预测。 150

图表：2003-2006年中国大陆宽带用户数量增长及2007-2008年预测。 151

图表：2003-2006年中国大陆IP电话信号转换设备进口增长及2007年预测。 151

图表：2007年上半年中国大陆IP电话信号转换设备分国别进口统计数据 151

图表：2007年上半年中国大陆IP电话信号转换设备分省市进口数量统计数据 152

图表：2007年上半年中国大陆IP电话信号转换设备分省市进口金额统计数据 152

图表：2007年上半年中国大陆IP电话信号转换设备分国别出口统计数据 153

图表：2007年上半年中国大陆IP电话信号转换设备分省市出口数量统计数据 154

图表：2007年上半年中国大陆IP电话信号转换设备分省市出口金额统计数据 155

图表：2003-2006年中国大陆VoIP用户增长及2007-2008年预测。 155

图表：2003-2006年中国大陆IP电话信号转换设备需求增长及2007年预测 155

图表：2005-2010年全球VoIP设备市场预测 156

图表：2003-2004年日本IP增长图 166

图表：日本OAB-J号码体系 167

图表：日本第二类VOIP业务的号码 169

图表：2004-2007年加拿大各类服务商VOIP住宅用户情况 174

图表：2004-2007年加拿大各类服务商企业VOIP用户情况 175

图表：不同国家对于VoIP业务的定位与管制态度 181

图表：不同国家VoIP服务商承担的义务 184

图表：对我国VoIP的建议分类 185

图表：2004-2007年固网运营商业务收入增长趋势 192

图表：2006年全球宽带、IPTV、VOIP用户数量表 200

图表：2007年腾讯网对于网络电话的调查结果 203

图表：2003和2004年IP电话造成业务收入流失对ARPU值的影响 210

图表：2003和2004年固网运营商数据、长途和业务收入构成 211

图表：长途业务流失与数据业务增长的对比(单位：亿元)	212
图表：固网数据业务收入与IP电话长途流失的对比	212
图表：2007年上半年中国移动GSM集采合同分布情况	237
图表：中国主要IM运营市场2006份额情况	241
图表：IM软件的功能及IM运营商对用户提供的业务	241
图表：IM运营商的基本商业模式示意图	243
图表：2006-2010年全球Wi-Fi功能手机的年出货量及预测	266
图表：无DSP的VoWi-Fi架构	273
图表：中兴通讯SmartIP解决方案	295
图表：未来用户选择VOIP电话的主要原因	322
图表：2002-2007年欧洲企业VOIP用户市场结构图	335
图表：2003-2007年中国企业语音设备市场规模图	335
图表：AT&T公司进入VOIP市场的优惠套餐	365
图表：1999年-2007年美国VoIP用户数变化	366
图表：1990-2003年12月美国移动市场用户变化	367
图表：Vonage宽带电话资费标准	373
图表：Vonage住宅包月套餐与其他公司同等套餐的资费比较	376
图表：新兴VoIP运营商进入市场的渠道	389
图表：多服务IP-IP网关配置示例	400

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/43228.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。