



艾凯咨询
ICAN Consulting

2007年中国移动位置服务(LBS)市场分析及发展趋势研究报告(9月版)

一、调研说明

《2007年中国移动位置服务(LBS)市场分析及发展趋势研究报告（9月版）》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/43255.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

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。但是目前，移动增值服务LBS服务仍处于市场发展的初期。

相比之下，经过多年的发展，国外的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。在中国，由于市场尚未发育，存在较多的机会，国内厂商可以充分利用其熟悉本地情况的特点，建立先发优势，尽快占领相关的市场。

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。

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。2007-2008年度是我国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。

展望未来的同时，我们也应清晰的看到，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？

本研究咨询报告依据国家统计局、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》、中国行业研究网、国内外多种相关报刊杂志的基础信息以及专业研究单位等公布、提供的大量的内容翔实、统计精确的资料和数据，从LBS的概念、技术、应用领域、以及世界LBS市场、中国LBS市场的现状与发展趋势、行业主要竞争格局以及未来发展趋势等多方面深度剖析。报告全面展示了LBS现状，揭示了LBS的市场潜在需求与潜在机会，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 行业概述及应用分析

第一章 LBS概述 1

第一节 LBS概念 1

第二节 LBS技术 1

一、移动定位技术的分类 1

二、基于移动电信的定位方法 2

三、移动定位技术比较 7

第三节 LBS系统介绍 8

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、移动定位在安全领域的应用 24

二、GPS/GSM移动车辆定位技术及其应用 25

三、LBS让测绘高新技术走进百姓生活 33

第三节 移动定位业务产业价值链状况	35
第四节 3G时代移动定位业务发展思考	38

第二部分 国内外发展分析

第三章 2007年全球LBS市场分析 49

第一节 全球导航市场概况 49

- 一、北斗导航中国版GPS加速布局 49
- 二、国际导航产业发展的新趋势 54
- 三、2012年全球汽车导航市场预计 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、全球移动定位业务市场规模 58

第三节 北美移动定位业务市场分析 58

- 一、SprintPCS 59
- 二、VerizonWireless 59
- 三、BellMobility 59

第四节 欧洲移动定位业务市场分析 60

- 一、Vodafone 60
- 二、诺基亚 61

第五节 日本移动定位业务市场分析 61

- 一、NTTDoCoMo 61
- 二、KDDI 62
- 三、J - PHONE 62

第六节 韩国移动定位业务市场分析 63

- 一、SK 63
- 二、LGT 64
- 三、KTF 65
- 四、SKT 65

第七节 运营商开展移动定位业务的经验 66

- 一、定位业务应用 66
- 二、运营模式 66
- 三、LBS业务的主要驱动力 66

四、对终端的要求 67

第四章 中国LBS发展现状 68

第一节 中国导航市场概况 68

一、中国导航市场发展现状 68

二、中国北斗导航系统介绍 72

三、PND拓宽汽车导航仪市场 75

第二节 中国移动通信市场分析 78

一、2007年1-7月中国通信行业运行分析 78

二、中国移动通信发展情况分析 94

第三节 中国LBS市场发展概况 120

一、移动位置服务的发展与展望 120

二、LBS发展现状与未来趋势 127

三、2007年定位服务进入高速发展期 130

四、杭州要建立全球先进的“GPS卫星定位系统” 131

五、重庆个人移动定位2010年有望实现 134

六、中国移动定位市场调查 134

第四节 中国手机定位市场分析 140

一、手机定位的两种方式 140

二、3G手机移动定位分析 142

三、GPS手机挖掘“个人应用”金矿 144

四、从智能交通看GPS手机导航定位 145

五、GPS手机业务潜力巨大 149

六、手机GPS与车载GPS急增 151

七、中国开通海事卫星手机业务 154

第五节 车载定位市场分析 155

一、厂商混战车载定位市场 155

二、汽车GPS系统屏幕决定价格 157

三、GPS寻宝游戏也开始风靡中国 157

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 159

第一节 中国移动 159

- 一、中国移动备战TD加紧调研用户定位 159
- 二、2007年上半年中国移动经营业绩 161
- 三、中国移动首度公布SP分层管理结果 166
- 四、多普达联手中国移动推广GPS手机 167
- 五、中国移动物流行业移动信息化成功案例 167
- 六、四维图新与中移动合作推吃喝玩乐搜索 169
- 七、上海移动推出GPS手机导航服务 170

第二节 中国联通 171

- 一、2007年上半年中国联通业绩 171
- 二、中国联通大规模启动定位服务 172
- 三、中国联通LBS的业务介绍 172

第三节 中国电信 174

- 一、2007年上半年中国电信经营业绩 174
- 二、小灵通定位业务抢摊江苏 175
- 三、中国电信随e游A100介绍 176

第四节 中国网通 178

- 一、2007年上半年中国网通经营业绩 178
- 二、青岛网通推出定位小灵通“关爱精灵” 178

第五节 北京合众思壮科技有限责任公司 181

- 一、企业简介 181
- 二、产品海外中标 183
- 三、发展战略 186

第六节 北京北斗星通导航技术股份有限公司 190

- 一、公司简介 190
- 二、业务发展 191
- 三、募集资金项目 194
- 四、财务分析 197

第六章 位置服务SP 199

第一节 北京协进科技发展有限公司 199

- 一、公司简介 199

二、产品介绍	200
第二节 北京国都信业科技有限公司	205
一、公司简介	205
二、产品介绍	206
第三节 广东怡创通信有限公司	216
一、公司简介	216
二、增值业务发展	219
第四节 成都华好网景科技有限公司	221
一、公司简介	221
二、发展历程	222
三、位置服务	226
四、地图数据	228
第五节 杭州红雨科技有限公司	230
一、公司简介	230
二、产品介绍	231
第六节 北京安通汽车卫星定位通讯有限责任公司	234
一、公司简介	234
二、主要业务	235
第七节 北京易索得科技有限责任公司	240
第八节 北京华娱互动网络科技有限公司	240
一、企业简介	240
二、产品介绍	240
第九节 四川长城软件科技有限公司	242
一、公司简介	242
二、产品服务	244
第十节 武汉奥发科技工程有限公司	245
一、公司简介	245
二、资质和荣誉	245
第十一节 中卫国脉通信股份有限公司	249
一、公司简介	249
二、业务简介	249
三、财务分析	251

四、发展态势 253

第十二节 北京搜讯通网络科技有限公司 254

一、公司简介 254

二、产品介绍 254

第七章 电子地图提供商 256

第一节 2007年国内电子地图市场分析与展望 256

一、国内电子地图市场分析与展望 256

二、测绘局发布基础地理信息数字产品生产技术规程 260

三、导航电子地图市场盗版猖獗 261

四、电子地图将进入规模整合期 262

五、互联网电子地图盈利前景 263

六、中国导航电子地图发展状况分析 265

七、手机地图将成为都市时尚一族的新宠 270

八、中国导航地图企业面临的机遇和挑战 271

第二节 GIS引擎提供商 273

一、ESRI 273

二、武汉中地信息工程有限公司 278

三、适普软件有限公司 282

四、厦门精图信息技术有限公司 287

五、北京超图地理信息技术有限公司 288

六、研勤科技股份有限公司 293

七、武大吉奥信息工程技术有限公司 294

八、北京冠图信息技术有限公司 297

第三节 地图数据提供商 298

一、北京四维图新 298

二、北京瑞图万方科技有限公司 300

三、北京灵图软件有限公司 302

四、高德软件有限公司 304

五、易图通科技（北京）有限公司 307

第八章 位置服务方案提供商 308

第一节 安德鲁 (Andrew)	308
一、 公司介绍	308
二、 推出地面站天线新品	308
三、 赢得国际战略定位系统合同	310
四、 康普收购安德鲁	311
第二节 西门子	314
一、 公司介绍	314
二、 经营状况	315
第三节 爱立信	315
一、 公司简介	315
二、 2007年公司经营情况	316
三、 爱立信位置服务解决方案发展情况	320
四、 ESRI软件为爱立信巴西公司建立企业级GIS系统	321
第四节 摩托罗拉	322
一、 公司介绍	322
二、 江苏移动采用摩托罗拉定位服务解决方案	323
第五节 中兴通讯	324
一、 公司介绍	324
二、 2007年中兴通讯经营情况分析	324
三、 中兴通讯携手联通推出导航定位手机	325
四、 中兴通讯移动定位系统解决方案	326
第六节 华为	328
一、 公司介绍	328
二、 华为率先实现3GPP标准A-GPS	329
第七节 诺基亚	330
一、 公司介绍	330
二、 诺基亚移动位置定位服务	330
三、 诺基亚GPS新技术定位	331
四、 诺基亚收购定位软件公司	331
第八节 上海贝尔阿尔卡特股份有限公司	332
一、 公司介绍	332
二、 产品简介	333

三、上海贝尔GSM/GPRS移动定位解决方案 334

第九章 位置服务软件提供商 337

第一节 SiRF 337

一、公司背景 337

二、合作发展 337

三、SiRF巨资收购掌微 338

第二节 IBM 341

一、公司背景 341

二、发展情况 341

第三节 高通/SnapTrack 342

一、公司背景 342

二、发展情况 342

第四节 凯立德公司 344

一、移动导航系统 344

二、系统主要功能 344

三、系统特点 345

四、联手盈科创展 346

第五节 厦门雅迅网络股份有限公司 349

一、公司简介 349

二、产品发展 349

第六节 泰为TeleNav 351

一、公司简介 351

二、全球发展 351

三、产品介绍 353

第七节 北京天泰正合数码科技有限公司 354

一、公司简介 354

二、主要业务 355

三、发展状况 355

第十章 位置服务终端市场 358

一、GPS终端市场发展分析 358

二、全球GPS手机市场发展趋势	361
三、GPS手机受芯片厂商追捧	364
四、高灵敏度GNSS接收机发展情况	368
五、任我游GPS全球市场第一	370
六、GPS手机大行其道	371
七、电子地图成车载GPS“瓶颈”	372
八、GPS移动电话设计发展制约因素	374
九、全球使用高通GPS技术手机出货量超三亿	375

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	377
第一节 LBS发展前景及趋势分析	377
一、LBS发展前景分析	377
二、中国市场对移动位置服务（LBS）需求分析	381
三、卫星导航手机应用值得期待	382
四、未来交通物流业移动定位服务应用	386
五、移动定位业务的未来	387
六、地理信息系统技术发展新趋势	388
第二节 LBS运营商发展建议	390
一、无线增值业务应从正视用户需求开始	390
二、手机定位需产业合作才能多方共赢	394
第三节 发展移动定位业务的建议	396

图表目录

图表：LBS系统结构图	9
图表：LBS结构示意图	9
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	12
图表：LBS应用服务结构	14
图表：LBS的用户接入方式	15

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	27
图表：移动终端设备组成	28
图表：基于SMS的移动监控定位系统	28
图表：移动定位系统车载单元组成	29
图表：监控中心控制系统组成	31
图表：定位系统车载部分主程序流程图	32
图表：2003～2009年全球移动定位市场规模	38
图表：2004～2008年中国移动定位市场规模及预测	39
图表：A-GPS工作原理	42
图表：几种移动定位技术比较	43
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	68
图表：2000-2006年我国卫星导航产品产值	69
图表：2000-2005年我国主要导航应用产品需求量	69
图表：2003-2008年中国LBS用户规模增长趋势	72
图表：2006年7月-2007年7月电信业务收入变化情况表	78
图表：2006年-2007年1-7月电信业务总量与收入同比增长趋势比较	79
图表：2006年7月-2007年7月电信各项收入同比增长趋势比较	80
图表：2006年7月-2007年7月全国电信业固定资产投资完成额增长情况表	80
图表：2006-2007年1-7月全国电信业固定资产投资完成额增长趋势	81
图表：2005-2007年7月全国电话用户数发展趋势	82
图表：2005-2007年7月固定电话和移动电话用户月均净增数量走势	82
图表：2006年7月-2007年7月全国固定电话用户月净增数量趋势	83
图表：2006年7月-2007年7月全国固定电话月均净增用户数变化趋势	84
图表：2006年7月-2007年7月移动电话用户和移动分组数据用户增长情况	85
图表：2006年7月-2007年6月全国移动电话用户和移动分组用户数增长趋势	85
图表：2006年7月-2007年7月全国基础电信企业互联网接入用户增长趋势	86
图表：2006-2007年-7月固定本地电话通话量和移动本地电话通话时长同比增长趋势比较	87
图表：2006-2007年1-7月三种方式长途电话通话时长同比增长趋势比较	88

图表：2006年1～7月长途电话通话时长的构成情况	88
图表：2007年1～7月长途电话通话时长的构成情况	89
图表：2006年-2007年1-7月移动短信月均发送量变化趋势	89
图表：2006-2007年7月四大运营商每月新增电话用户数量比较	90
图表：2006年7月-2007年7月中国移动电话用户的月增长趋势	91
图表：2006年7月-2007年7月中国联通GSM用户和CDMA用户各月净增数量对比	92
图表：2006年7月-2007年7月中国电信电话用户增长情况	93
图表：2007年前7个月中国网通各月主要运营数据	93
图表：1985-2006年美国、印度、中国历年移动用户数对比	95
图表：1985-2006年美国、印度、中国历年移动用户增长率对比	95
图表：1995年-2006年中国手机普及率	96
图表：2000-2005年世界各大洲手机普及率与中国手机普及率对比	97
图表：2005年世界主要国家和地区手机普及率	97
图表：1999-2006年中国移动电话通话时长情况	99
图表：1999-2006年移动电话MOU值（平均每月每用户通话分钟数）	101
图表：2005年主要国家和地区移动电话MOU值比较	102
图表：1998-2006年中国移动电话ARPU值变化趋势	103
图表：1987-2005年美国移动电话ARPU值变化趋势	103
图表：2000-2006年印度移动电话ARPU值变化趋势	104
图表：1999-2006年移动业务平均资费（每分钟营业收入ARPM）	104
图表：2005年主要国家和地区移动业务平均资费比较	105
图表：1998-2006年中国移动通信语音与非语音业务收入情况	107
图表：1998-2006年我国移动话音与非话音业务收入比例	107
图表：2002-2007年全球移动非话音业务增长	108
图表：2002-2006年全球移动话音与非话音业务增长比例	109
图表：全球主要移动运营商话音与非话音业务收入之比	109
图表：2001年～2006年中国移动、中国联通短信业务发展	111
图表：中国主要移动增值业务生命周期图	112
图表：2002-2006年中国短信业务发展	113
图表：Vodafone、和黄、Verizon、中国移动增值业务对比	114
图表：2001-2006年中国移动与联通短信业务年发送量	115
图表：2002-2006年我国短信业务年增长率	115

图表：2003-2006年中国移动短信收入占新业务收入比重	116
图表：2003-2006年中国与欧洲月人均短信发送量比较	117
图表：2003-2005年中国彩信市场规模	118
图表：中国移动定位市场发展周期	123
图表：LBS产业链构成示意图	124
图表：定位服务的精度要求	135
图表：全球和中国移动定位市场发展阶段对比	136
图表：网民使用移动定位服务的途径选择	136
图表：网民使用移动定位服务的运营商选择	137
图表：主要省区网民使用移动定位服务的途径	138
图表：网民期望的移动定位服务功能	139
图表：网民期望的移动定位服务价格	140
图表：车载GPS与手机导航区别	146
图表：2006-2007年上半年中国移动有限公司总体营运情况	162
图表：2005-2007年上半年中国移动有限公司用户数增长情况	163
图表：2005-2007年上半年中国移动有限公司通话时间情况	163
图表：2006-2007年上半年中国移动有限公司增值业务发展情况	164
图表：2006-2007年上半年中国移动有限公司各类型产品业务发展情况	164
图表：2005-2007年上半年中国移动有限公司营运指标分析情况	165
图表：2005-2007年上半年中国移动有限公司利润指标分析情况	165
图表：2006-2007年上半年中国移动有限公司资本开支分析情况	166
图表：中国网通“关爱精灵”定位业务首期开通地区	179
图表：2004-2006年北斗星通公司收入与毛利率	191
图表：2006年北斗星通公司主营收入构成	191
图表：2006年全球卫星定位产品专业应用市场构成	192
图表：2006年国内卫星定位产品专业应用市场构成	193
图表：2004-2006年北斗星通自主定位产品收入占比	193
图表：2004-2006年北斗星通自主定位产品毛利率与代理产品比较	194
图表：1997-2006年北斗星通公司自主产品与国际厂商产品毛利率比较	194
图表：北斗卫星海洋渔业安全生产与交易信息服务应用示范工程项目	195
图表：2007年上半年北京北斗星通导航技术股份有限公司利润分配表	197
图表：2007年上半年北京北斗星通导航技术股份有限公司获利能力表	197

图表：2007年上半年北京北斗星通导航技术股份有限公司经营能力表	197
图表：2007年上半年北京北斗星通导航技术股份有限公司偿债能力表	198
图表：2007年上半年北京北斗星通导航技术股份有限公司资本结构表	198
图表：2007年上半年北京北斗星通导航技术股份有限公司发展能力表	198
图表：2007年上半年北京北斗星通导航技术股份有限公司现金流量分析表	198
图表：北京国都信业科技有限公司位置救援应用流程	207
图表：北京国都信业科技有限公司MyLife系统服务示意图	213
图表：国都企信通系统示意图	214
图表：广东怡创通信有限公司组织结构图	217
图表：红雨科技定位服务收费标准	232
图表：四川长城软件开发人员构成	243
图表：2007年上半年中卫国脉通信股份有限公司主营构成	251
图表：2007年上半年中卫国脉通信股份有限公司利润分配表	251
图表：2007年上半年中卫国脉通信股份有限公司获利能力表	252
图表：2007年上半年中卫国脉通信股份有限公司经营能力表	252
图表：2007年上半年中卫国脉通信股份有限公司偿债能力表	252
图表：2007年上半年中卫国脉通信股份有限公司资本结构表	252
图表：2007年上半年中卫国脉通信股份有限公司发展能力表	252
图表：2007年上半年中卫国脉通信股份有限公司现金流量分析表	253
图表：搜讯通网络GPS定位器与传统GPS定位仪的对比	255
图表：武汉中地数码MAPGIS系列软件应用领域	280
图表：中地数码东部地区GIS实验室名单	280
图表：中地数码中部地区GIS实验室名单	281
图表：中地数码西部地区GIS实验室名单	281
图表：超图公司关联企业	289
图表：超图公司内部架构	290
图表：2006年我国车载前装导航地图市场份额	299
图表：瑞图万方集团组织结构	300
图表：ZXMLSgpsOne GEC移动定位系统网络结构框图	327
图表：ZXMLSGEC产品网络结构框图	328
图表：上海贝尔阿尔卡特Nextenso定位服务器的组成	335
图表：上海贝尔阿尔卡特SmartTracer车辆定位系统整体配置图	336

图表：天天行手机导航与一般GPS导航产品的比较 354

图表：我国电子地图行业相关管理规定 378

图表：我国八家导航电子地图厂商业务情况对比 378

图表：2005-2010年中国车载GPS销售情况及预测 379

图表：2005-2010年中国无线导航用户规模及预测 380

图表：2008年北京奥运会交通信息项目规划一览 381

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/43255.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。