



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2008年中国宾馆酒店市场市场分 析及发展趋势研究报告

# 一、调研说明

《2008年中国宾馆酒店市场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/46188.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

2008年以前的几年时间里，豪华酒店成为了中国酒店业竞争最为激烈的领域。尽管在二星酒店市场以及经济型酒店市场上本土酒店集团占据绝对优势，但在高星级酒店市场上，本土酒店品牌受到外资酒店品牌的强烈冲击，发展艰难。未来3-5年中国经济型连锁酒店的投资将继续保持高速增长，除了在北京、上海、广州等几个中心城市继续增加外，二级城市和西北内陆城市将有更多品牌进行投资。在旺盛的旅游度假需求的推动下，众多世界顶级的酒店管理集团正在中国迅速布阵，2007年至今酒店业资本市场的活跃充分表现表明了酒店业发展的广阔前景。未来几年，在人民币升值的大背景，不只经济型酒店，高星级酒店的投资也将继续保持升温趋势。

2008年的北京奥运会、2010年上海世博会、2011年深圳大运会以及2012年的广州亚运会是促进全国旅游业发展的一个好机遇。这几项全球瞩目的盛事将给旅游业创造极好的机会，也给酒店行业的发展带来极大的促进作用。预计2008年以及2010年酒店行业效益增长的局面会呈直线上升趋势，根据规划，到2015年全国将新增各类住宿设施约20万家，其中星级酒店约1万家，五星级饭店将超过500家，对休闲度假酒店的需求也将有成倍的增长。大量国际、国内资本流向酒店业，目前中国旅游业投资比例中，企业投入比重最大，其中有相当一部分是民营企业，而外资进入中国旅游业的比例也逐年递增，预计“十一五”期间，我国旅游酒店投资将达3400亿元。

自2000年开始，酒店业的景气周期已经持续7年，2007年，旅游酒店数量达到14327家，其中五星级361家，四星级1631家，酒店客房数达到160万间，其中五星级饭店数量增长明显，2007年新评定五星级饭店65家，比2006年增长30家，同比增长幅度超过20%。另外，在五星级之上增设“白金五星级”，北京中国大饭店、上海波特曼丽嘉酒店、广州花园酒店三家饭店2007年8月被正式批准为“白金五星级饭店”。回顾2007年，中国的酒店业经历了不同寻常的一年，也是对中国酒店业的发展承前启后的一年。2007年酒店业呈现繁华似锦，花样百出的局势。品牌酒店、经济型酒店、主题型酒店在市场上各领风骚，而最值得一提的是服务式公寓的加入，这使得本已日趋激烈的竞争更显白热化。

本报告依据国家统计局、国家商务部、国家旅游局、中国酒店管理协会等单位提供的大量资料，对我国宾馆酒店市场的国际市场、相关行业、发展现状、细分市场、竞争格局、发

展趋势及策略等进行了深入分析。在对我国宾馆酒店整体走势预测的基础上，本报告还运用定性、定量分析方法对我国宾馆酒店行业整体的格局、现状、未来走势做出了极具参考价值的判断。

## 【 目录 】

### 第一章 宾馆酒店业概述

#### 第一节 宾馆酒店业的概念与分类

##### 一、宾馆酒店的定义

##### 二、宾馆酒店的分类

#### 第二节 宾馆酒店业的性质和特点

##### 一、现代宾馆酒店的基本性质

##### 二、现代宾馆酒店的基本特点

#### 第三节 酒店发展的影响因素分析

#### 第四节 中国酒店行业发展的特点分析

##### 一、现代化和网络化进程将进一步加快

##### 二、集团化经营

##### 三、品牌化发展

##### 四、经济型酒店加速发展，差异化将成为竞争焦点和发展趋势

### 第二章 2007-2008年全球宾馆酒店业分析

#### 第一节 2007年全球宾馆酒店业现状

##### 一、2007年全球酒店业的发展概况

##### 二、2007年全球酒店价格分析

#### 第二节 2008年世界酒店发展分析

##### 一、2008世界酒店产业新格局

##### 二、2008年全球酒店集团在亚洲扩展业务

##### 三、2008年美首选酒店集团全球布点600家

##### 四、2008年全球惟一七星级酒店进军中国市场

#### 第三节 国际酒店集团发展趋势分析

##### 一、酒店集团化趋势更加明显

二、品牌酒店加速全球化

三、“数据库一族”亮相

四、跨产业合作成为新景象

五、个性化服务不再是虚言

六、市场细分新概念层出不穷

七、酒店内部越来越像家

第四节 国际酒店管理集团在我国发展策略

一、研究目的和样本选择

二、国际酒店管理集团在中国发展状况

三、发展影响因素分析

四、研究策略

第三章 2007-2008年宾馆酒店关联产业分析

第一节 2007-2008年旅游业现状与酒店业发展

一、2007年全球旅游收入分析

二、2007年全国旅游业运行分析

三、2008年国内旅游步入调整期

四、2008年旅游业上市公司业绩分析

五、奥运经济对旅游酒店行业的促进

六、2010年中国游客数量预测

七、2019年中国有望成为世界第一入境游目的国

八、2020年中国旅游收入将逾3000亿美元

第二节 餐饮业发展现状及对酒店业的影响

一、2007年我国餐饮业运行情况

二、2007年我国餐饮业发展分析

三、2008年中国人均餐饮消费分析

四、2008年一季度全国住宿和餐饮业零售额分析

五、2008年餐饮企业发展中的困难分析

六、我国特许经营餐饮业的现状及问题分析

七、未来餐饮业发展前景分析

第三节 会展业与酒店业互动发展情况

一、2008年会展经济迎来新的发展机遇

- 二、奥运效应促进中国商务会展业及会展旅游
- 三、上海会展业的国际竞争力分析
- 四、会展与酒店业互动发展模式
- 五、我国实现会展与酒店互动发展的对策
- 六、未来中国会展业发展趋势预测

#### 第四章 2006-2008年中国宾馆酒店业市场发展分析

##### 第一节 中国酒店行业发展的历史与现状

- 一、中国酒店业发展历史
- 二、中国星级酒店规模与增长速度分析
- 三、中国酒店的区域分布与发展状况
- 四、中国酒店市场结构分析

##### 第二节 2006年中国星级饭店统计分析

- 一、全国星级饭店的构成情况
- 二、分地区的星级饭店情况
- 三、全国星级饭店的客房出租率情况
- 四、全国星级饭店的营业收入情况
- 五、全国星级饭店上缴的营业税金
- 六、全国星级饭店的全员劳动生产率
- 七、全国星级饭店的员工人数
- 八、2006年全国限额以上住宿情况分析

##### 第三节 2007年我国酒店业发展现状分析

- 一、扩大阵容，抢占市场备战2008
- 二、管理提升，迎接酒店精英时期
- 三、寡头涌现，资本运作渐变格局
- 四、假期调整，价量齐升利好酒店
- 五、“白金”概念，评选标准再度升级
- 六、业态多样，竞争白热化

##### 第四节 2008年中国酒店业发展分析

- 一、迎奥运、看长线
- 二、酒店网络双线发展
- 三、酒店以人为本

#### 四、豪华酒店SPA风尚渐显

#### 第五节 2008/2009年中国酒店业发展预测分析

- 一、中国酒店业的主要挑战
- 二、本土酒店品牌发展
- 三、部分一线城市的酒店业发展
- 四、经济型酒店具有发展空间，但品牌也将加快整合
- 五、酒店业兼并、收购风起云涌

#### 第六节 酒店业的集群发展分析

- 一、集群理论国内外发展情况
- 二、酒店业集群的形成与发展
- 三、酒店业集群优势和竞争力提升分析

#### 第七节 酒店行业信息化的方向与建议

- 一、酒店行业信息化方向
- 二、酒店信息化建议

### 第五章 我国酒店业的消费者分析

#### 第一节 酒店消费者分析

- 一、消费者构成
- 二、消费行为

#### 第二节 酒店消费者评价与选择

- 一、消费者认知
- 二、消费心理与消费趋势

#### 第三节 中国商务客人的酒店消费行为分析

- 一、商务客人的群体特征
- 二、影响酒店商务客人的消费行为的因素分析
- 三、商务客人的消费行为理论分析

### 第六章 宾馆酒店细分市场分析

#### 第一节 商务酒店

- 一、商务酒店的价值投资
- 二、非均衡的商务旅游市场与产业结构
- 三、中国商务酒店提升竞争体系分析

四、2007年度十大最受欢迎商务酒店

五、2008年全国最大商务酒店联盟启动

## 第二节 旅游度假酒店

一、中国旅游酒店业发展现状

二、2008年度假酒店涉足疗养产业

三、2008年度假酒店“中式管家”新概念

四、2008年旅游酒店的投资机会分析

五、分时度假酒店在中国的发展

六、度假酒店的市场前景与发展趋势

七、中国旅游酒店业发展政策分析

## 第三节 经济型酒店

一、2000-2006年经济型酒店开业统计

二、2007国内七大经济型连锁酒店分析

三、2008年经济型酒店狂抢奥运商机

四、2008年经济型酒店将进入理性增长期

五、经济型酒店奥运后发展成焦点

六、经济型酒店效益分析和经营运作模式

七、奥运经济型酒店面临风险分析

八、经济型酒店的发展前景分析

## 第四节 产权式酒店

一、国外公寓式酒店的经营模式

二、国内产权式公寓酒店的定义

三、国内酒店业经营现状

四、产权式公寓酒店产品SWOT分析

五、2008年国内最大产权式酒店集群将亮相三亚

六、酒店式公寓的发展前景

## 第五节 主题酒店

一、主题酒店的缘起与兴起

二、威尼斯成为中国首座主题酒店

三、主题酒店的设计与运营

四、主题酒店市场竞争的颠覆性创新

五、国际主题酒店发展前景



## 六、中国主题酒店的发展方向

### 第六节 绿色酒店

- 一、绿色饭店定义与标准
- 二、绿色酒店成为酒店主要发展趋势
- 三、2010年全国将建成万家绿色酒店
- 四、绿色酒店逐渐成投资新宠

### 第七节 会议酒店

- 一、会议酒店兴起的背景
- 二、中国会议酒店发展的现状特征
- 三、中国会议酒店发展存在的问题
- 四、中国会议酒店发展的路径选择
- 五、中国会议酒店发展的趋势

### 第八节 其它酒店

- 一、青年旅舍类酒店
- 二、公寓式酒店

## 第七章 部分城市宾馆酒店业发展分析

### 第一节 2008年北京宾馆酒店业发展分析

- 一、2008年北京酒店开发项目情况
- 二、2008年北京酒店供需分析
- 三、2008年北京酒店房价分析
- 四、2008年北京酒店式公寓分析
- 五、2008年奥运后北京酒店发展分析
- 六、北京星级酒店市场价格分析
- 七、北京酒店业市场竞争态势分析
- 八、北京酒店业前景与趋势

### 第二节 2007-2008年上海宾馆酒店业发展分析

- 一、上海酒店供应趋势
- 二、2008年上海高星级酒店供应分析
- 三、2008年上海首家世博酒店正式营业
- 四、2008年上海高档酒店房价分析
- 五、2008年上海欲建国内首座地下五星级酒店

六、2010年世博会经济型酒店供给分析

七、上海高档酒店业市场分析

八、上海酒店业前景分析

第三节 2008年深圳宾馆酒店业发展分析

一、2008年深圳五星级酒店竞争分析

二、2008年深圳高级酒店群格局分析

三、2008年深圳酒店房价分析

四、2011年大运会深圳酒店业的商机

五、深圳酒店业未来规划

六、深圳酒店式公寓钱景分析

第四节 2007-2008年广州宾馆酒店业发展分析

一、2007年广州酒店业的坎

二、2008年广州五星级酒店供应分析

三、2008年广州经济型酒店五一入住率分析

四、广州五星级酒店价格分析

五、广州酒店业国际化发展分析

六、2010年广州星级酒店发展预测

第八章 中国宾馆酒店业竞争格局分析

第一节 现代酒店业的市场竞争分析

一、产品的开拓和发展分析

二、市场竞争中的价格分析

三、市场竞争中的营销分析

四、竞争中的人员素质分析

五、2008年经济酒店品牌扩张分析

六、2008年香港酒店业竞争力分析

第二节 外资酒店的竞争分析

一、外资加速投资中国酒店业

二、2008年外资高端酒店加速抢滩

三、连锁酒店本土与国际的竞争

第三节 经济型酒店同质竞争分析

一、成本考验

## 二、同质竞争

## 三、管理变难

### 第四节 提升酒店竞争力的主要策略

#### 一、信息化、智能化策略分析

#### 二、经济型酒店市场细分策略

#### 三、经济型酒店的多元化策略

#### 四、国际酒店集团在华扩张策略

## 第九章 部分宾馆酒店业优势企业分析

### 第一节 国际酒店集团分析

#### 一、巴斯酒店集团

##### (一) 2007年洲际酒店全球业绩分析

##### (二) 快捷假日酒店品牌登陆台湾

#### 二、希尔顿酒店集团

##### (一) 2008年希尔顿酒店进驻成都

##### (二) 2010年在华发展预测

#### 三、万豪酒店集团

##### (一) 2008年第一季度财务分析

##### (二) 万豪挺进中国二三线城市

##### (三) 2010年全球扩张

#### 四、香格里拉酒店集团

##### (一) 2007-2008年财务分析

##### (二) “香格里拉”将重返南京

#### 五、速8酒店

##### (一) 速8力拓中国二、三线城市

##### (二) 速8中国全球首开直营店

### 第二节 湖南华天大酒店股份有限公司

#### 一、企业简介

#### 二、2007-2008年财务分析

#### 三、2008年发展目标

### 第三节 上海锦江国际酒店发展股份有限公司

#### 一、企业概况

## 二、2007-2008年财务分析

### 第四节 广州市东方宾馆股份有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、2007-2008年财务分析

### 第五节 深圳新都酒店股份有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、2007-2008年财务分析

### 第六节 金陵饭店股份有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、2007-2008年财务分析

### 第七节 如家快捷酒店连锁集团

#### 一、企业概况

#### 二、2007-2008年财务分析

### 第八节 广州白天鹅宾馆

#### 一、企业概况

#### 二、发展战略

## 第十章 宾馆酒店业发展趋势及投资分析

### 第一节 2008年中国酒店业前景分析

#### 一、国内旅游持续发展

#### 二、京沪比较

#### 三、香港独领风骚

### 第二节 酒店业的发展趋势分析

#### 一、超级化趋势

#### 二、跨行业的发展趋势

#### 三、信息化发展趋势

### 第三节 中国酒店业管理发展趋势

#### 一、酒店管理向人性化发展

#### 二、酒店工作人员的职业化

#### 三、酒店发展的可持续化

#### 四、酒店市场竞争的品牌化

#### 五、酒店服务的定制化

六、酒店营销的网络化

七、酒店组织结构的扁平化

八、酒店产业组织的集团化

九、酒店设施设备的科技化

第四节 中国酒店业发展面临的机会与挑战

一、中国酒店业发展面临的机会

(一) 2007年中国宏观经济继续保持高速发展

(二) 2007年酒店业迎来发展新高潮

(三) 中国团体游、自由游、商务游、区域游等市场在不断扩大

二、中国酒店业面临的挑战

(一) 酒店业竞争激烈

(二) 国内酒店管理集团亟需提高管理水平

(三) 非星级饭店亟需规范

(四) 加强酒店专业人才的培养

第五节 宾馆酒店业的投资特性

一、赢利性与高成长性

二、需求周期

三、要素的密集性

第六节 我国酒店业的投资分析

一、中国酒店投资经营的特点

二、酒店投资必须注意的问题

三、应对措施

第十一章 宾馆酒店业发展的主要策略

第一节 中国酒店企业跨国经营的战略分析

一、战略资源与核心能力是构建跨国竞争优势的基础

二、中国酒店企业跨国经营的核心能力

三、对酒店企业跨国经营核心能力的战略分析

第二节 酒店经营品牌战略分析

一、形象设计

二、服务构建

三、品牌推广

## 四、维护发展

### 第三节 我国酒店吸引入境商务旅游者的策略

#### 一、研究方法

#### 二、结果分析

#### 三、酒店吸引入境商务旅游者的策略

(一) 了解顾客需求，注重“人性化”及“细节化”

(二) 培养全员营销思想，树立内部营销观念

(三) 加深服务专业化程度，完善服务种类

(四) 提高信息化程度，降低营运成本

### 第四节 中国连锁酒店多元化发展战略

## 部分图表目录

图表 2008年北京112家签约酒店情况

图表 2008年一季度全国限额以上住宿与餐饮企业营业额

图表 2008年1-3月全国住宿与餐饮业零售额对比情况表

图表 2008年1-3月全国住宿与餐饮业零售额对比情况

图表 2008年1-3月全国限额、上、下企业经营对比情况

图表 1997-2008年锦江之星历年开店数

图表 2004-2007年中国星级酒店市场规模

图表 2007年我国旅游酒店数量分析

图表 至2007年8月全国星级饭店数量

图表 2000-2007年中国经济型连锁酒店数量增长情况

图表 2000-2007年中国经济型连锁酒店客房数增长情况

图表 2007年七大经济型酒店开业酒店数及客房数比较

图表 2007年七大经济型酒店平均房价比较

图表 2005年-2007年5月星级酒店供应结构图

图表 2007年5月三星级(含)以上酒店价格情况表

图表 2006年10家国际管理集团在国内管理酒店和客房情况表

图表 1982-2006年10家国际酒店管理集团在中国内地酒店数量扩张图

图表 1981-2006年10家国际酒店管理集团管理酒店发展情况表

图表 2006年中国五大地区酒店数量分布

图表 2006年中国酒店级别市场结构

图表 2006年全国星级饭店按注册登记类型划分

图表 2006年全国星级饭店按规模大小划分

图表 2006年全国星级饭店按星级划分

图表 2006年全国拥有星级饭店的座数分地区排名

图表 2006年全国星级饭店按客房出租率分地区排名

图表 2006年全国星级饭店按营业收入分地区排名

图表 2006年按登记注册类型分限额以上住宿基本情况

图表 2006年限额以上住宿法人企业数

图表 2006年限额以上住宿产业活动单位数

图表 2006年限额以上住宿年末从业人数

图表 2006年中国经济型酒店各类住客比例图

图表 2006年中国住宿市场上供应量最大的前十家经济型酒店

图表 2008年第一季度万豪国际酒店集团经营业绩

图表 2005-2007年华天酒店成长性分析

图表 2005-2007年华天酒店现金流量分析

图表 2005-2007年华天酒店经营能力分析

图表 2005-2007年华天酒店盈利能力分析

图表 2005-2007年华天酒店偿债能力分析

图表 2008年第一季度华天酒店主营收入情况

图表 2008年第一季度净利润和基本每股收益情况

图表 2005-2007年锦江股份成长性分析

图表 2005-2007年锦江股份现金流量分析

图表 2005-2007年锦江股份经营能力分析

图表 2005-2007年锦江股份盈利能力分析

图表 2005-2007年锦江股份偿债能力分析

图表 2008年第一季度锦江股份主营收入情况

图表 2008年第一季度净利润和基本每股收益情况

图表 2005-2007年东方宾馆成长性分析

图表 2005-2007年东方宾馆现金流量分析

图表 2005-2007年东方宾馆经营能力分析

图表 2005-2007年东方宾馆盈利能力分析

图表 2005-2007年东方宾馆偿债能力分析

图表 2008年第一季度东方宾馆主营收入情况

图表 2008年第一季度东方宾馆净利润和基本每股收益情况

图表 2005-2007年新都酒店成长性分析

图表 2005-2007年新都酒店现金流量分析

图表 2005-2007年新都酒店经营能力分析

图表 2005-2007年新都酒店盈利能力分析

图表 2005-2007年新都酒店偿债能力分析

图表 2008年第一季度新都酒店主营收入情况

图表 2008年第一季度新都酒店净利润和基本每股收益情况

图表 2005-2007年金陵饭店成长性分析

图表 2005-2007年金陵饭店现金流量分析

图表 2005-2007年金陵饭店经营能力分析

图表 2005-2007年金陵饭店盈利能力分析

图表 2005-2007年金陵饭店偿债能力分析

图表 2008年第一季度金陵饭店主营收入情况

图表 2008年第一季度金陵饭店净利润和基本每股收益情况

图表 2007年如家酒店财务分析

图表 2008年第一季度如家酒店财务分析

图表 2003-2005年上海星级饭店年平均房价

图表 2003-2005年北京各星级酒店接待住宿者情况图

图表 2001-2005年31省市旅游接待人数、旅游收入平均值

图表 2005年中国住宿市场上供应量最大的前十家经济型酒店

图表 2005-2006年中国经济型饭店增长情况

图表 如家酒店连锁门店区域分布表

图表 如家酒店连锁门店区域分布图

图表 锦江之星旅馆门店区域分布表

图表 锦江之星旅馆门店区域分布图

图表 7天连锁酒店门店区域分布表

图表 7天连锁酒店门店区域分布图

图表 莫泰尔168门店区域分布表

图表 莫泰尔168门店区域分布图

图表 速8酒店门店区域分布表



图表 速8酒店门店区域分布图  
图表 汉庭快捷门店区域分布表  
图表 汉庭快捷门店区域分布图  
图表 格林豪泰连锁酒店门店区域分布表  
图表 格林豪泰连锁酒店门店区域分布图  
图表 北京各类别酒店比例图  
图表 影响商务旅游者入住率的因素分析  
图表 管理饭店数量位居前五位的国际饭店  
图表 目前全球各类连锁酒店所占的比重  
图表 全球各地区连锁酒店客房所占比例  
图表 10家国际酒店管理集团管理酒店区域分布情况表  
图表 国际酒店管理集团管理酒店点轴布局示意图  
图表 国际酒店管理集团管理酒店的区域布局与地区主要因素的相关性  
图表 广义的酒店业集群业概念  
图表 狭义的酒店业集群概念  
图表 中国经济型酒店各类设施和服务比例情况  
图表 消费者对经济型酒店的满意度  
图表 经济型酒店消费者最满意及最关注的因素  
图表 消费者了解酒店信息的途径  
图表 酒店服务于商务客人的项目表  
图表 消费行为因素分析图  
图表 美国各等级酒店的投资成本平均水平  
图表 酒店企业国际化能力与跨国经营实施步骤的匹配

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/46188.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。