



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2008-2010年中国电视购物行业 应对金融危机影响及发展策略咨 询报告

## 一、调研说明

《2008-2010年中国电视购物行业应对金融危机影响及发展策略咨询报告》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/70234.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

2008-2010年中国电视购物行业应对金融危机影响及发展策略咨询报告

目录

CONTENTS

### 第一部分 金融危机分析

#### 第一章 金融危机基本规律与研究

##### 第一节 金融危机概述

一、金融危机定义

二、金融危机类型

三、金融危机特征

##### 第二节 金融危机分类

一、货币危机

二、银行危机

三、债务危机

四、资本市场危机

五、混合型危机

##### 第三节 金融危机爆发的原因

一、金融危机爆发的直接原因

二、金融危机爆发的深层次原因

##### 第四节 危机发生前的典型特征与规律总结

一、经济持续多年高增长

二、外部资金大量流入

三、国内信贷快速增长

四、普遍的过度投资

五、股票、房地产等资产价格快速上涨

六、贸易持续逆差并不断恶化

七、货币普遍被高估

八、危机的发生机制和规律总结

##### 第五节 历次金融危机分析

一、美国1929-1933年经济危机与政策简述

- 二、20世纪90年代北欧三国银行危机
- 二、日本1990年危机与政策简述
- 三、次贷危机下的中国经济与政策选择
- 第六节 国际市场面对金融危机应对经验
- 一、美国证券市场几次著名危机的应对
- 二、日本金融市场危机的应对
- 三、东南亚金融危机的应对
- 四、香港金融危机的应对

## 第二章 目前的金融危机形成分析

### 第一节 美国次债机制的形成

- 一、次贷的概念
- 二、次贷的形成、传递及放大

### 第二节 美国次债形成的根源

- 一、宽松的货币政策
- 二、从全球经济失衡的角度看次贷危机
- 三、金融创新带来的大量衍生产品

### 第三节 美国次贷危机的成因和根源

- 一、美国房市的调整
- 二、贷款风险的产生

### 第四节 世界金融危机的形成

- 一、次贷危机向全球的传导和蔓延情况
- 二、2008年世界各国的救市政策和成效
- 三、当前危机的严重性和发展趋势分析

## 第三章 金融危机导火线——次贷危机

### 第一节 美国次贷危机原因

- 一、美国次贷危机的直接原因
- 二、美国次贷危机深层次原因

### 第二节 次贷危机的作用机制

- 一、次贷危机的触发
- 二、次贷危机从信贷市场传导至资本市场

三、次贷危机从资本市场传导至信贷市场

四、次贷危机从金融市场传导至实体经济

五、次贷危机结论

第三节 美国金融危机深层原因及发展阶段

一、美国金融危机的直接原因

二、美国金融危机的深层剖析

三、美国金融危机的发展阶段

第四节 美国金融危机的新发展

一、美国金融危机的“世纪性”特征

二、2008-2009年美国金融管理当局危机干预措施

三、2008-2009年美国拯救经济的计划

第五节 美国次贷危机对经济的影响

一、美国次贷危机对美国经济的影响

二、美国次贷危机对全球经济的影响

三、面对美国次贷危机中国应采取的措施

第二部分 金融危机对全球经济的影响

第四章 金融危机下的全球经济2009-2010年走势分析

第一节 2008年全球经济走势分析

一、2008年前三季度全球经济走势分析

二、2008年第四季度全球经济走势分析

第二节 2009-2010年美国经济发展趋势分析

一、2008年美国经济发展现状分析

二、2009-2010年美国经济发展趋势预测

第三节 2009-2010年欧盟经济走势分析

一、2009-2010年欧盟经济发展现状分析

二、2009-2010年欧盟经济发展趋势预测

第四节 2009-2010年亚洲经济走势分析

一、2009-2010年亚洲经济发展现状分析

二、2009-2010年亚洲经济发展趋势预测

第五节 2009-2010年日本经济走势分析

一、2009-2010年日本经济发展现状分析

## 二、2009-2010年日本经济发展趋势预测

### 第六节 2009-2010年韩国经济走势分析

#### 一、2009-2010年韩国经济发展现状分析

#### 二、2009-2010年韩国经济发展趋势预测

### 第七节 金融危机对2009-2010年全球经济的影响

#### 一、金融危机对全球经济的影响

#### 二、2009-2010年全球经济走势分析预测

## 第五章 金融危机对全球经济、政策影响分析

### 第一节 金融危机对全球经济的影响

#### 一、金融危机对各国实体经济的影响

#### 二、国际金融危机发展趋势及其国际影响

#### 三、2008年金融危机发展现状及趋势

#### 四、2009-2010年全球经济增长预测

### 第二节 2008年世界经济形势分析

#### 一、2008年前三季度世界经济变化主要特点

#### 二、2008年第四季度世界经济变化主要特点

#### 三、2008年世界经济发展中存在的主要问题

#### 四、应对国际经济变化的主要对策

#### 五、2009-2010年世界经济形势展望

### 第三节 金融危机对各大经济体的影响

#### 一、2008年金融危机对北美的影响

#### 二、2008年金融危机对欧盟的影响

#### 三、2008年金融危机对亚洲的影响

#### 四、2008年金融危机对拉美的影响

### 第四节 各经济体应对金融危机的措施

#### 一、2008年北美应对金融危机的措施

#### 二、2008年欧盟应对金融危机的措施

#### 三、2008年亚洲应对金融危机的措施

#### 四、2008年拉美应对金融危机的措施

### 第五节 2009-2010年全球各地应对策略研究

### 第三部分 金融危机对中国经济的影响

#### 第六章 金融危机下的中国经济2009-2010年走势分析

##### 第一节 2008年国民经济发展情况

- 一、2008年经济增长情况
- 二、2008年城镇居民收入情况
- 三、2008年城镇人员就业状况
- 四、2008年存贷款利率变化
- 五、2008年财政收支状况
- 六、2008年人民币汇率变化

##### 第二节 2008年中国经济走势分析

- 一、2008年前三季度中国经济走势分析
- 二、2008年第四季度中国经济走势分析
- 三、2008年中国经济增长情况分析预测
- 四、2008年中国出口趋势及其影响分析

##### 第三节 2009-2010年中国经济走向预测

- 一、2009-2010年中国经济增长分析预测
- 二、2009-2010年出口趋势及其影响预测
- 三、2009-2010年投资趋势及其影响预测
- 四、2009-2010年消费趋势及其影响预测

#### 第七章 金融危机对我国经济、政策影响分析

##### 第一节 国际金融危机下的中国经济运行分析

- 一、2008年金融危机下我国的经济运行
- 二、2008年第四季度我国经济运行分析
- 三、金融危机对实体经济的影响分析
- 四、2008-2010年中国经济发展预测

##### 第二节 国际金融危机下的中国政策选择

- 一、如何把握金融危机提供的机遇
- 二、我国应对金融危机各项措施
- 三、求解中小企业发展的难题
- 四、中国政策选择趋势预测

##### 第三节 国际全球金融危机下的中国经济应对策略

- 一、调整经济结构
- 二、扩大内需
- 三、保持政策的及时、灵活与有效

## 第八章 金融危机对中国的影响和启示

### 第一节 金融危机对中国经济造成的损失

- 一、金融危机对中国金融机构造成的损失
- 二、中国出口持续下滑所受到的损失情况
- 三、中国金融市场动荡加剧带来的损失
- 四、对宏观调控构成的压力分析
- 五、在金融危机中遭受较大损失的中国企业

### 第二节 金融危机对中国的启示

- 一、金融危机对中国房屋抵押贷款市场的启示
- 二、金融危机对中国金融衍生品市场的启示
- 三、金融危机对中国金融监管的启示

### 第三节 受金融危机负面影响的主要行业

- 一、受外需下降、出口下滑负面影响的主要行业
- 二、受行业产能过剩负面影响的主要行业
- 三、受海外投资失败负面影响的主要行业
- 四、受汇兑损失负面影响的主要行业
- 五、受行业周期下探负面影响的主要行业
- 六、受其他因素负面影响的主要行业
- 七、行业受冲击的程度及抗风险能力比较及排序

## 第四部分 金融危机对行业发展的影响

### 第九章 2008年电视购物行业运行情况分析

#### 第一节 电视购物行业发展现状分析

- 一、2008年前一、二季度电视购物行业发展分析
- 二、2008年第三、四季度电视购物行业发展分析
- 三、2008年电视购物行业细分产业发展分析
- 四、2008年电视购物行业关联产业发展分析
- 五、2009-2010年电视购物行业发展情况预测



## 第二节 电视购物行业产供销状况分析

- 一、2008年主要产品供需现状
- 二、2008年主要产品产销现状
- 三、2008年主要产品市场规模
- 四、2008年主要企业规模现状
- 五、2009-2010年电视购物行业产供销状况预测

## 第三节 电视购物行业财务基本面分析

- 一、2008年电视购物行业盈利能力分析
- 二、2008年电视购物行业运营效率分析
- 三、2008年电视购物行业偿债能力分析
- 四、2008年电视购物行业成长能力分析
- 五、2009-2010年电视购物行业财务基本面预测

## 第十章 金融危机对电视购物行业发展的影响分析

### 第一节 金融业与电视购物行业的关系

- 一、全球金融业与电视购物行业的关系
- 二、我国金融业与电视购物行业的关系

### 第二节 当前金融危机对全球电视购物行业的影响

- 一、对电视购物行业本身影响
- 二、对电视购物行业相关行业影响

### 第三节 次贷金融危机对我国电视购物行业的影响

- 一、对国内电视购物市场的影响
- 二、对我国电视购物需求的影响
- 三、对电视购物企业并购整合的影响
- 四、对电视购物市场竞争格局的影响

### 第四节 我国电视购物行业当前政策与金融危机的关系

- 一、2008年我国电视购物行业政策环境分析
- 二、2008年我国电视购物行业针对金融危机的政策分析
- 三、我国电视购物行业当前政策与金融危机的关系

## 第五部分 金融危机对企业发展的影响

### 第十一章 金融危机对电视购物行业竞争的影响分析

## 第一节 电视购物行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

## 第二节 电视购物行业国际竞争力比较

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

## 第三节 电视购物行业历史竞争格局概况

一、电视购物行业集中度分析

二、电视购物行业竞争程度分析

## 第四节 电视购物行业竞争状况分析

一、2007年电视购物行业竞争分析

二、2008年全球电视购物市场竞争分析

三、2008年我国电视购物市场竞争分析

四、2008年我国电视购物市场竞争格局

五、2009-2010年我国电视购物市场竞争格局

## 第五节 电视购物市场集中度分析

一、2008年电视购物市场集中度分析

二、2008年电视购物品牌集中度分析

三、2008年电视购物企业集中度分析

四、2008年电视购物区域集中度分析

五、2009-2010年电视购物区域集中度分析

## 第六节 电视购物行业企业竞争策略分析

一、金融危机对行业竞争格局的影响

二、2008-2010年电视购物行业竞争格局展望

三、2008-2010年电视购物行业竞争策略分析

## 第十二章 金融危机对中国企业的影响分析

### 第一节 金融危机影响中国企业的途径

- 一、外需减少导致销量降低
- 二、人民币升值带来汇兑损失
- 三、海外资产缩水
- 四、外汇投资损失

### 第二节 金融危机引发中国部分行业出现调整

- 一、部分行业显现出产能潜在过剩风险
- 二、出口导向型产业遭受重大冲击
- 三、周期性敏感产业受经济周期下行拖累
- 四、耐用消费类产业出现负增长

### 第三节 金融危机引发中国产业格局变化

- 一、金融危机有利于西方制造业向中国转移
- 二、金融危机显著减轻了企业的生产成本压力
- 三、金融危机加速了中国出口产业结构调整和优化进程

### 第四节 次贷金融危机对我国电视购物企业发展的影响

- 一、次贷金融危机对我国大型电视购物企业发展的影响
- 二、次贷金融危机对我国中小电视购物企业发展的影响

## 第十三章 金融危机下电视购物行业排名前十企业发展情况分析

### 第一节 企业一

- 一、企业概况
- 二、2008年经营情况分析
- 三、2007-2008年财务分析
- 四、企业在危机中的优劣势分析
- 五、2009-2010年公司发展策略分析

### 第二节 企业二

- 一、企业概况
- 二、2008年经营情况分析
- 三、2007-2008年财务分析
- 四、企业在危机中的优劣势分析
- 五、2009-2010年公司发展策略分析

### 第三节 企业三

#### 一、企业概况

#### 二、2008年经营情况分析

#### 三、2007-2008年财务分析

#### 四、企业在危机中的优劣势分析

#### 五、2009-2010年公司发展策略分析

### 第四节 企业四

#### 一、企业概况

#### 二、2008年经营情况分析

#### 三、2007-2008年财务分析

#### 四、企业在危机中的优劣势分析

#### 五、2009-2010年公司发展策略分析

### 第五节 企业五

#### 一、企业概况

#### 二、2008年经营情况分析

#### 三、2007-2008年财务分析

#### 四、企业在危机中的优劣势分析

#### 五、2009-2010年公司发展策略分析

### 第六节 企业六

#### 一、企业概况

#### 二、2008年经营情况分析

#### 三、2007-2008年财务分析

#### 四、企业在危机中的优劣势分析

#### 五、2009-2010年公司发展策略分析

### 第七节 企业七

#### 一、企业概况

#### 二、2008年经营情况分析

#### 三、2007-2008年财务分析

#### 四、企业在危机中的优劣势分析

#### 五、2009-2010年公司发展策略分析

### 第八节 企业八

#### 一、企业概况

- 二、2008年经营情况分析
- 三、2007-2008年财务分析
- 四、企业在危机中的优劣势分析
- 五、2009-2010年公司发展策略分析

#### 第九节 企业九

- 一、企业概况
- 二、2008年经营情况分析
- 三、2007-2008年财务分析
- 四、企业在危机中的优劣势分析
- 五、2009-2010年公司发展策略分析

#### 第十节 企业十

- 一、企业概况
- 二、2008年经营情况分析
- 三、2007-2008年财务分析
- 四、企业在危机中的优劣势分析
- 五、2009-2010年公司发展策略分析

### 第六部分 行业发展趋势及应对策略

#### 第十四章 2009-2010年电视购物行业发展趋势及预测

##### 第一节 2008-2009-2010年电视购物市场消费能力预测

- 一、2008-2009-2010年主要产品需求规模预测
- 二、2008-2009-2010年主要产品市场规模预测

##### 第二节 2008-2009-2010年电视购物市场供应能力预测

- 一、2008-2009-2010年行业产能扩张分析
- 二、2008-2009-2010年主要产品发展预测

##### 第三节 2008-2009-2010年电视购物主要产品价格走势预测

- 一、2008-2009-2010年主要产品市场价格现状
- 二、2008-2009-2010年主要产品价格走势预测

##### 第四节 2008-2010年电视购物行业运行状况预测

- 一、2008-2010年电视购物行业工业总产值预测
- 二、2008-2010年电视购物行业销售收入预测
- 三、2008-2010年电视购物行业总资产预测

## 第十五章 金融危机下电视购物行业发展机遇与风险

### 第一节 金融危机下我国电视购物行业发展机遇

- 一、金融危机对国外电视购物企业的影响
- 二、我国电视购物企业在危机中具有竞争优势
- 三、金融危机为我国电视购物企业提供了并购国外企业的机会
- 四、金融危机导致部分经营不善的电视购物企业退出市场
- 五、金融危机给我国电视购物企业的经营管理能力提升带来机遇
- 六、电视购物企业如何从危机中把握市场机遇

### 第二节 金融危机下我国电视购物行业市场风险

- 一、国内同业竞争风险
- 二、国际同业竞争风险
- 三、金融市场风险
- 四、技术市场风险
- 五、人力资源风险
- 六、宏观经济周期风险
- 七、国家产业政策现状及变动影响
- 八、行业发展中的不确定性因素

### 第三节 电视购物行业投资风险分析

- 一、市场风险分析
- 二、政策风险分析
- 三、经营风险分析

## 第十六章 我国电视购物行业应对金融危机的主要策略

### 第一节 政策角度

- 一、国家经济、金融政策调整
- 二、电视购物行业政策调整

### 第二节 上游市场

### 第三节 下游市场

### 第四节 企业应采取的措施

- 一、成本控制策略
- 二、定价策略

### 三、竞争策略

### 四、并购重组策略

#### 第五节 我国电视购物行业应对金融危机的主要策略评价

#### 第六节 电视购物行业应对危机策略

#### 图表目录

图表：美国抵押贷款信用等级划分标准

图表：美国的S&P Case ShiHer房价指数

图表：美国次级抵押贷款支持证券的主要购买方

图表：次贷危机中金融机构资产减记前10位

图表：2008年9-12月4家著名投资银行日均在险价值指数的变动情况

图表：次贷危机爆发后主权财富基金对跨国金融机构的注资

图表：TED息差的走势

图表：2006-2008年美国ABCP市场余额

图表：2006-2008年美国的季度GDP增速以及各部分的贡献

图表：2004-2008年美国商业银行坏帐率

图表：2004-2008年美国商业银行逾期率

图表：金融危机经济传导图

图表：美国1929年之前的贸易顺差累计额

图表：美国大萧条前后货币供给与商业银行信贷变动状况

图表：美国大萧条前后的工业生产与零售物价指数

图表：大萧条前后美国经济增长与股市表现

图表：大萧条前后道琼斯工业指数

图表：大萧条期间美国消费者价格指数走势

图表：美国大萧条期间的主要经济政策及其效果

图表：日本1990年前后经济增长情况

图表：日本1990年前后资本流入与股市表现

图表：日本1990年之前信用出现了快速大幅增长

图表：日本1990年前后股指与东京地价指数

图表：日本1990年前后零售物价指数

图表：日经225指数

图表：日本通胀状况与趋势线

图表：2001年后美国的货币扩张

图表：2008年前三季度宏观经济形势

图表：2008年1-12月国民生产总值

图表：2008年1-12月农业生产总值

图表：2008年1-12月工业生产总值

图表：2008年1-12月固定资产投资总值

图表：2008年1-12月社会消费品零售总额

图表：2008年1-12月居民消费价格总水平

图表：2008年1-12月进出口总额

图表：2008年1-12月城镇就业情况

图表：2008年1-12月城乡居民收入情况

图表：2008年1-12月主要经济数据及货币调控政策

图表：2008年1-12月我国货币政策

图表：2008年国内生产总值及其增长速度

图表：2008年1-12月规模以上工业增加值分月增速

图表：2008年1-12月轻重工业增加值增速

图表：2008年1-12月我国工业品出口交货分月增速

图表：2008年1-12月流通环节生产资料价格月涨幅

图表：2008年1-12月工业品和原燃料价格月同比

图表：2001-2008年中国的货币供给增长率

图表：1998-2008年中国零售物价指数

图表：中国经济与日本（1990）、美国（1929）经济危机之前的相同点

图表：2007-2008年纽约商品交易所交货的轻质原油期货价格走势

图表：1998年1季度-2008年4季度国内生产总值季度同比增长率

图表：1999-2008年9月工业增加值月度同比增长率

图表：1999-2008年9月社会消费品零售总额月度同比增长率

图表：1999-2008年固定资产投资完成额月度累计同比增长率

图表：1999-2008年出口总额月度同比增长率与进口总额月度同比增长率

图表：1999-2008年居民消费价格指数（上年同月=100）

图表：1999年-2008年工业品出厂价格指数（上年同月=100）

图表：1999-2008年货币供应量月度同比增长率

图表：2008年1-12月我国对外贸易情况



图表：2008年1-12月房屋销售情况

图表：2008年固定资产投资贷款资金来源情况

图表：2008年房地产开发贷款资金来源

图表：2008年1-12月主要行业累计亏损总额同比增长显著上升

图表：2008年1-12月主要行业累计从业人员同比增长回落

图表：2008-2010年中国经济预测

图表：2008年1-12月中国对世界各大洲出口增速对比

图表：2008年1-12月电视购物行业主要经济指标全国合计

图表：2008年1-12月电视购物行业主要经济指标北京市合计

图表：2008年1-12月电视购物行业主要经济指标天津市合计

图表：2008年1-12月电视购物行业主要经济指标河北省合计

图表：2008年1-12月电视购物行业主要经济指标山西省合计

图表：2008年1-12月电视购物行业主要经济指标内蒙古合计

图表：2008年1-12月电视购物行业主要经济指标辽宁省合计

图表：2008年1-12月电视购物行业主要经济指标吉林省合计

图表：2008年1-12月电视购物行业主要经济指标黑龙江合计

图表：2008年1-12月电视购物行业主要经济指标上海市合计

图表：2008年1-12月电视购物行业主要经济指标江苏省合计

图表：2008年1-12月电视购物行业主要经济指标浙江省合计

图表：2008年1-12月电视购物行业主要经济指标安徽省合计

图表：2008年1-12月电视购物行业主要经济指标福建省合计

图表：2008年1-12月电视购物行业主要经济指标江西省合计

图表：2008年1-12月电视购物行业主要经济指标山东省合计

图表：2008年1-12月电视购物行业主要经济指标河南省合计

图表：2008年1-12月电视购物行业主要经济指标湖北省合计

图表：2008年1-12月电视购物行业主要经济指标湖南省合计

图表：2008年1-12月电视购物行业主要经济指标广东省合计

图表：2008年1-12月电视购物行业主要经济指标广西区合计

图表：2008年1-12月电视购物行业主要经济指标海南省合计

图表：2008年1-12月电视购物行业主要经济指标重庆市合计

图表：2008年1-12月电视购物行业主要经济指标四川省合计

图表：2008年1-12月电视购物行业主要经济指标云南省合计

图表：2008年1-12月电视购物行业主要经济指标陕西省合计  
图表：2008年1-12月电视购物行业主要经济指标甘肃省合计  
图表：2008年1-12月电视购物行业主要经济指标青海省合计  
图表：2008年1-12月电视购物行业主要经济指标宁夏区合计  
图表：2008年1-12月电视购物行业主要经济指标新疆区合计  
图表：2008年2月电视购物行业收入前十家企业  
图表：2008年5月电视购物行业收入前十家企业  
图表：2008年8月电视购物行业收入前十家企业  
图表：2008年11月电视购物行业收入前十家企业  
略.....

B001

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/70234.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。