



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2009-2012年中国洗发护发行业 投资分析及深度研究咨询报告

# 一、调研说明

《2009-2012年中国洗发护发行业投资分析及深度研究咨询报告》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/128989.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

### &rarr;内容简介

2009-2012年，洗发水产品的主要潮流是向中高档次、功能性、成份天然化方向发展。2009-2012年的洗发水应该是使头发易于梳理，阻止头屑生成，彻底清洁头屑，营养发根，去除发质异味，使头发更健康亮泽，洗后留有愉悦的香气，感觉清新舒适。因此，洗发水的产品功效将越来越重要，特殊功能与辅助功能将不断细化。滋润营养，天然功效，天然美发，清新、清爽等将是未来的发展趋势。除了传统的去屑，防脱发等概念外，防晒、维生素、果酸，自然萃取动植物精华、中草药调理、焗油、免洗润发等概念也纷纷渗透至洗发、护发领域，成为洗发水的新亮点。此外，洗发水的外观和造型还将不断发生变化，价格将更趋于合理，中高档产品将成为主流。从现在的包装形式来看，有瓶装、袋装，两种规格的市场主流。随着人们对生活个性化的追求，相信木质、玻璃、纸质、金属等材料及更多形状、颜色、结构、规格的洗发水产品形式还将不断涌现。2009-2012年，随着人们生活水平的提高，洗发的次数增加，对洗发水和洗发本身的要求也有了变化，除了基本的清洁外，消费者将越来越多地关注头发的健康，以及洗发水的其他附加功能，并希望能和自身性别、年龄、发质等个人条件的密切吻合，消费需求将进一步细分、个性化。

2009-2012年全球护发品市场年均增长率大约为3%，与化妆品及护理品其他产品类型相比较而言，护发品是相对饱和的市场。但随着一些新兴国家市场的有力支撑，整个市场前景还是令人乐观的。2009-2012年，亚太地区和拉美地区市场可望实现6%的增长，这主要是由于这些地区市场的消费者开始越来越效仿西方国家头发护理及美发习惯，从而极大地推高了护发美发品的市场需求。亚太市场中最具潜力的是中国和印度市场。到2012年中国市场增长可能会达到14%，创造了25亿美元的市场价值，而印度市场预计增长率将达到9%，实现6亿美元的市场值。

中国护发品市场的增长最主要的推动力在于洗发水等产品，2009-2012年将为整个中国美发护发品市场贡献出20亿美元的价值。随着人们生活水平的提高，可支配收入增加，城市化程度进一步推进，中国消费者越来越注重自己的外形容貌，从而也在一定程度上改变了很多人一贯而来的洗发习惯。另外，消费者的选择偏好方面也开始从以前选择单一的洗发水或护发素产品变成选择各种多功能或二合一类型的产品，以适应各种不同场合的需要。尽管市场前景总体令人乐观，但中国洗发护发品市场主要由大型国际品牌所垄断，如宝洁和联合利华等，因此竞争仍然激烈。要在如此激烈的竞争中制胜，最佳的方式就是要集中一些新颖的领域，推出具有特殊功能的产品来吸引广大消费者的注意力。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家海关总署、国家商务部、国务院发展研究中心、中国经济景气监测中心、中国轻工业协会、中国香料香精化妆品工业协会、中国洗涤用品工业协会、国内外多种相关报刊杂志的基础信息等公布和提供的大量资料，对我国洗发护发行业的市场规模与前景、从业企业以及国家相关产业政策进行了全面分析。报告详尽分析了洗发护发行业市场发展规模和行业现状、以及细分市场的情况、存在问题和生存环境，国内行业发展趋势；论述了消费者分析、洗发护发企业经营发展策略等；并重点分析了我国洗发护发行业的发展现状与竞争格局，以及我国洗发护发行业的发展策略和趋势。报告还对洗发护发行业投资前景作了分析研判，是洗发护发生产企业、科研单位、经销企业等单位准确了解目前行业发展动态，把握市场机遇、企业定位和发展方向等不可多得的决策参考。

## &rarr;报告目录

### 第一部分 行业发展现状

#### 第一章 发用品化妆品概况 1

##### 第一节 发用品化妆品相关定义 1

###### 一、化妆品的定义及分类 1

###### 二、发用类化妆品的定义 6

##### 第二节 发用类化妆品的分类及作用 6

###### 一、洗发用化妆品分类及作用 6

###### 二、护发用化妆品分类及作用 7

#### 第二章 国内化妆品市场分析 10

##### 第一节 2009年中国化妆品市场分析 10

###### 一、2009年化妆品市场发展态势 10

###### 二、2009年化妆品应对金融危机的措施 12

###### 三、2009年男士化妆品业发展前景 13

###### 四、2009年化妆品市场热点分析 17

##### 第二节 2008-2010年化妆品进出口分析 22

###### 一、2008年化妆品出口数据分析 22

###### 二、2008年化妆品进口数据分析 26

###### 三、2009-2010年中国化妆品降税情况 29

- 四、2009-2010年东盟国家化妆品降税情况 31
- 第三节 2009-2010年中国化妆品业发展趋势 34
  - 一、2009年化妆品市场前景预测 34
  - 二、2009年化妆品行业连锁经营趋势 36
  - 三、2009-2010年中国化妆品市场增长预测 39
  - 四、未来化妆品发展趋势预测 41

### 第三章 我国发用品市场发展分析 49

#### 第一节 中国发用品市场发展概况 49

- 一、发用品市场发展概况 49
- 二、中国发用品市场发展现状 49
- 三、中国发用品市场格局分析 50

#### 第二节 中国发用品市场发展现状 50

- 一、中国发用品市场品牌集中度分析 50
- 二、洗发护发产品的市场情况分析 52

### 第四章 洗发品市场发展分析 54

#### 第一节 洗发水市场发展分析 54

- 一、洗发水的市场发展及产品生命周期 54
- 二、高价洗发水发展情况 56
- 三、2009年洗发水市场发展前景 58

#### 第二节 洗发水行业发展现状分析 61

- 一、2008年中草药洗发水调查报告 61
- 二、2009年洗发水产品创新情况分析 67
- 三、2009年洗发水市场品牌面临的挑战 68

#### 第三节 2009年国产洗发水企业发展分析 71

- 一、我国洗发水行业的发展格局 71
- 二、洗发水行业发展特点 72
- 三、我国洗发水企业存在的问题 74
- 四、国产洗发水企业发展措施 75

### 第五章 护发品美发品市场分析 77

## 第一节 护发品市场概况 77

### 一、染发品概况 77

### 二、香波产品概况 79

### 三、护发素产品概况 80

## 第二节 染发产品现状与发展趋势 81

### 一、染发产品的分类 81

### 二、染发产品市场现状 82

### 三、染发产品的质量、技术现状 83

### 四、染发品市场发展潜力分析 84

### 五、染发品市场发展趋势 85

## 第三节 2008-2009年美发市场分析 87

### 一、2008年美发市场发展情况分析 87

### 二、2008年中国美发市场发展特点 100

### 三、2009年美发产品终端连锁发展趋势 103

### 四、2009年美发行业价格走势 108

## 第二部分 行业竞争格局

## 第六章 发用品市场总体竞争分析 111

### 第一节 2008-2009年发用品竞争格局分析 111

#### 一、洗发水市场品牌竞争特征 111

#### 二、2008年洗发水市场竞争格局 112

#### 三、2009年本土洗发水竞争格局 115

#### 四、2009年去屑洗发水竞争格局 120

#### 五、2009年洗发水市场竞争格局 123

### 第二节 2008-2009年洗发水品牌竞争分析 129

#### 一、2008年飘柔VS清扬竞争情况 129

#### 二、2008年清扬VS海飞丝市场竞争情况 135

#### 三、2009年清扬VS海飞丝终端竞争情况 139

## 第七章 国内外主要发用品公司分析 146

### 第一节 美国宝洁公司 146

#### 一、公司概况 146

- 二、公司品牌战略 148
- 三、公司发展情况 150
- 第二节 英国联合利华公司 154
  - 一、公司概况 154
  - 二、公司竞争优势 156
- 第三节 广东雅倩化妆品有限公司 158
  - 一、公司概况 158
  - 二、公司洗发护发品牌介绍 158
- 第四节 霸王国际集团 167
  - 一、公司概况 167
  - 二、2008-2009年公司经营状况 168
  - 三、2009年公司产品动态 170
- 第五节 拉芳国际集团 172
  - 一、公司概况 172
  - 二、2009年拉芳营销策略 173
- 第六节 广州好迪公司 177
  - 一、企业概况 177
  - 二、公司洗发护发产品介绍 178
  - 三、公司发展策略 190
- 第七节 丝宝集团 192
  - 一、公司概况 192
  - 二、舒蕾终端营销分析 193
- 第八节 北京章光101集团 198
  - 一、公司概况 198
  - 二、公司洗发护发产品介绍 199
  - 三、章光101的营销策略 201
- 第九节 纳爱斯集团 203
  - 一、公司概况 203
  - 二、新百年润发营销分析 204
- 第十节 上海华银日用品有限公司 212
  - 一、公司概况 212
  - 二、公司洗发护发产品介绍 212

### 第三部分 行业发展趋势

#### 第八章 洗发护发市场营销策略 215

##### 第一节 专业洗发水品牌的促销渠道及策略 215

###### 一、零售渠道 215

###### 二、分销渠道 216

###### 三、品牌促销策略 216

##### 第二节 洗发护发市场细分与定位策略分析 217

###### 一、市场细分化 219

###### 二、选择目标市场 222

###### 三、洗发水市场定位策略 223

##### 第三节 洗发护发企业发展策略 225

###### 一、中小型洗发护发企业在市场中突围策略 225

###### 二、洗发护发企业开发农村市场分析 228

##### 第四节 洗发水市场发展策略 233

###### 一、洗发水市场流通品牌策略 235

###### 二、洗发水市场终端品牌策略 238

#### 第九章 2009-2012年发用品行业发展趋势 242

##### 第一节 2009年洗发水行业营销趋势 242

###### 一、2009年洗发水价格营销趋势 242

###### 二、2009年洗发水附加值营销趋势 242

###### 三、2009年洗发水品牌目标营销趋势 243

###### 四、2009年洗发水媒介策划营销趋势 243

###### 五、2009年洗发水环保营销趋势 244

###### 六、2009年洗发水品牌新价值营销趋势 244

###### 七、2009年洗发水行为营销趋势 244

###### 八、2009年洗发水消费者期望值营销趋势 245

###### 九、2009年洗发水客户营销趋势 245

##### 第二节 2009-2012年发用品市场预测 245

###### 一、2009年洗发护发行业发展预测 245

###### 二、2011年洗发护发用品增长率预测 246

###### 三、2009-2012年发用品市场预测 247



### 第三节 2009-2012年洗发护发市场发展预测 247

#### 一、2009-2012年洗发水产品发展趋势 247

#### 二、2009-2012年护发品市场走势预测 248

## 第四部分 行业投资战略研究

### 第十章 洗发护发行业投资环境分析 253

#### 第一节 经济发展环境分析 253

##### 一、2008年中国宏观经济发展情况 253

##### 二、2009年1-5月我国宏观经济运行分析 270

##### 三、2009-2010年中国宏观经济趋势预测 282

##### 四、2009-2010年投资趋势及其影响预测 287

#### 第二节 政策发展环境分析 289

##### 一、美容美发业管理暂行办法 289

##### 二、化妆品卫生标准"十一五"规划 292

##### 三、2010年化妆品成分必须全部标识 297

#### 第三节 社会发展环境分析 298

##### 一、2008-2009年居民消费价格分类指数分析 298

##### 二、2009年1季度全国居民收入情况分析 306

##### 三、2009年1-5月全国社会消费品零售总额 307

##### 四、2009年1-5月全国居民消费价格分析 308

### 第十一章 洗发护发行业投资战略研究 314

#### 第一节 发用品市场投资风险与机会分析 314

##### 一、发用品行业的风险与机会分析 314

##### 二、我国洗发水行业风险分析 315

##### 三、我国美发产业风险与机会分析 315

##### 四、养发馆投资机会分析 318

#### 第二节 洗发护发行业发展战略研究 319

##### 一、技术开发战略 319

##### 二、产业战略规划 322

##### 三、业务组合战略 324

##### 四、营销战略规划 327

五、区域战略规划 329

六、企业信息化战略规划 338

第三节 2009-2012年我国洗发护发企业发展策略 340

一、坚守核心主业 340

二、构建优质渠道 340

三、整合优质资源 341

四、提升经营能力 342

图表目录：

图表：化妆品类别 5

图表：2008年1月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据 22

图表：2008年2月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据 22

图表：2008年3月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据 23

图表：2008年1季度精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据 23

图表：2008年4月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据 23

图表：2008年5月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据 23

图表：2008年6月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据 23

图表：2008年2季度精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据 24

图表：2008年7月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据 24

图表：2008年8月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据 24

图表：2008年9月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据 24

图表：2008年3月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据 24

图表：2008年10月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据 25

图表：2008年11月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据 25

图表：2008年12月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据 25

图表：2008年4季度精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据 25

图表：2008年1-12月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据 25

图表：2008年1月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据 26

图表：2008年2月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据 26

图表：2008年3月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据 26

图表：2008年1季度精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据 26

图表：2008年4月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据 26

图表：2008年5月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据 27

图表：2008年6月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据 27

图表：2008年2季度精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据 27

图表：2008年7月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据 27

图表：2008年8月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据 27

图表：2008年9月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据 28

图表：2008年3月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据 28

图表：2008年10月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据 28

图表：2008年11月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据 28

图表：2008年12月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据 28

图表：2008年4季度精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据 29

图表：2008年1-12月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据 29

图表：洗发水市场各品牌所占份额分析 52

图表：护发素市场各品牌所占份额分析 52

图表：2008年对中国中草药洗发水市场进行调查研究 62

图表：2008年1月美容美发行业最受关注十大产品排行 87

图表：2007年12月-2008年1月美容美发市场最受关注产品走势分析图 87

图表：2008年1月份美容美发市场十大关注产品供应与求购对比图 88

图表：2008年1月美容美发市场全国采购商区域分布图 88

图表：2008年2月份美容美发市场最受关注十大产品排行榜 88

图表：2008年1月与2月美容美发市场最受关注产品走势分析图 89

图表：2008年2月份美容美发市场十大关注产品供应与求购对比图 89

图表：2008年2月份美容美发市场全国采购商区域分布图 90

图表：2008年4月美容美发行业最受关注十大产品排行 90

图表：2008年3-4月美容美发市场最受关注产品走势分析图 91

图表：2008年4月美容美发市场十大关注产品供应与求购对比图 91

图表：2008年4月美容美发市场全国采购商区域分布图 92

图表：2008年5月美容美发行业最受关注十大产品排行 92

图表：2008年4-5月美容美发市场最受关注产品走势分析图 93

图表：2008年5月份美容美发市场十大关注产品供应与求购对比图 93

图表：2008年5月美容美发市场全国采购商区域分布图 94

图表：2008年6月美容美发行业最受关注产品排行 94

图表：2008年5-6月美容美发市场最受关注产品走势对比图 95

图表：2008年6月美容美发市场最受关注十大产品供应与求购对比图 95

图表：2008年6月美容美发市场全国采购商区域分布图 95

图表：2008年7月份美容美发行业最受关注十大产品排行 96

图表：2008年6-7月美容美发市场最受关注产品走势分析图 96

图表：2008年7月份美容美发市场十大关注产品供应与求购对比图 96

图表：2008年7月美容美发市场全国采购商区域分布图 97

图表：2008年12月美容美发行业最受关注十大产品排名 98

图表：2008年11-12月美容美发市场最受关注产品走势对比图 98

图表：2008年12月美容美发市场十大关注产品供应与求购对比图 99

图表：2008年12月美容美发市场全国采购区域分布图 99

图表：广州市好迪化妆品有限公司销售网络 178

图表：北京章光101集团止脱生发系列 200

图表：北京章光101集团洗发护发与美肤系列 201

图表：2008年1-4季度国内生产总值 253

图表：2004-2008年国内生产总值及其增长速度 254

图表：2004-2008年居民消费价格指数涨跌幅度 254

图表：2008年居民消费价格比上年涨跌幅度 255

图表：2004-2008年年末国家外汇储备 255

图表：2004-2008年税收收入及其增长速度 256

图表：2004-2008年粮食产量及其增长速度 257

图表：2008年主要工业产品产量及其增长速度 258

图表：2008年1-11月规模以上工业企业实现利润及其增长速度 259

图表：2004-2008年建筑业增加值及其增长速度 260

图表：2004-2008年固定资产投资及其增长速度 260

图表：2008年分行业城镇固定资产投资及其增长速度 261

图表：2008年固定资产投资新增主要生产能力 262

图表：2008年房地产开发和销售主要指标完成情况 262

图表：2004-2008年社会消费品零售总额及其增长速度 263

图表：2008年1-12月中国PPI发展情况 264

图表：2008年货物进出口总额及其增长速度 264

图表：2008年主要商品出口数量、金额及其增长速度 265

图表：2008年主要商品进口数量、金额及其增长速度 265

图表：2008年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度 266

图表：2004-2008年货物进出口总额及其增长速度 266

图表：2008年分行业外商直接投资及其增长速度 267

图表：2008年人口数及其构成 268

图表：2004-2008年农村居民人均可支配收入及其增长速度 268

图表：2004-2008年城镇居民人均可支配收入及其增长速度 269

图表：2008年1-12月中国PPI和CPI走势图 270

图表：2009年1季度我国国民经济运行数据 273

图表：2008-2009年3月国房景气指数 273

图表：2008-2009年3月房地产开发投资指数 274

图表：2008-2009年2月国家货币供应量 274

图表：2008-2009年2月全国房地产开发投资情况 275

图表：2008-2009年2月工业总产值和同比增长率走势图 275

图表：2008-2009年2月工业总产值和同比增长率情况 276

图表：2008-2009年2月社会消费品零售总额 276

图表：2008-2009年2月全国外商直接投资增长率 277

图表：2008-2009年3月全国GDP、CPI和PPI涨幅 277

图表：2009年1季度一年期存款利率与居民消费价格指数走势图 278

图表：2009年1季度居民消费价格指数走势图 278

图表：2009年1季度我国进出口贸易情况走势图 279

图表：2009年1季度我国GDP走势图 279

图表：2006-2009年1季度中国GDP季度走势 281

图表：2008-2009年5月CPI、PPI涨幅走势图 281

图表：2008-2009年5月全国70大中城市房价涨幅走势图 282

图表：2008-2009年5月进出口总值 282

图表：2008年1月居民消费价格分类指数分析 298

图表：2008年2月居民消费价格分类指数分析 298

图表：2008年3月居民消费价格分类指数分析 299

图表：2008年4月居民消费价格分类指数分析 299

图表：2008年5月居民消费价格分类指数分析 300

图表：2008年6月居民消费价格分类指数分析 300

图表：2008年7月居民消费价格分类指数分析 301

图表：2008年8月居民消费价格分类指数分析 301  
图表：2008年9月居民消费价格分类指数分析 302  
图表：2008年10月居民消费价格分类指数分析 302  
图表：2008年11月居民消费价格分类指数分析 303  
图表：2008年12月居民消费价格分类指数分析 303  
图表：2009年1月居民消费价格分类指数分析 304  
图表：2009年2月居民消费价格分类指数分析 304  
图表：2009年3月居民消费价格分类指数分析 305  
图表：2009年4月居民消费价格分类指数分析 305  
图表：2009年5月居民消费价格分类指数分析 306  
图表：2008-2009年3月全国居民消费价格指数 311  
图表：区域发展战略咨询流程图 335  
图表：区域SWOT战略分析图 337

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/128989.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。