



艾凯咨询
ICAN Consulting

2010-2015年中国微波炉行业投资风险分析及运营态势研究报告

一、调研说明

《2010-2015年中国微波炉行业投资风险分析及运营态势研究报告》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/160657.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

→内容简介

2010年微波炉市场的逆势旺销热潮仍在蔓延。在龙头品牌格兰仕的引领下，加上国美、苏宁等家电零售连锁龙头的联手推动，微波炉市场在"淘汰单一功能、普及全能微波炉"的浪潮中一直保持着持续增长。眼下，"炖烤煮蒸，我全能"已经成为广大微波炉消费者的流行主张。而这一流行趋势就为微波炉市场带来了很大的商机。

2009年2月19日，在国务院公布的第二批家电下乡产品目录中，微波炉产品赫然在列，并且把农村每户居民可享受补贴的台数增加到了2台。如果农村居民微波炉的百户保有量增加到50台，那么这将会为国内微波炉市场创造8000万台的市场需求，再加上城市居民微波炉产品更新换代的需求，显然国内微波炉的市场空间还十分巨大。可以预测，随着国内微波炉市场的深度发育，中国微波炉生产企业销售市场的重心将回归国内。微波炉行业应该借助国内消费需求重新启动的大好时机，深耕国内市场，继续为行业寻找新的发展空间，尽量延长行业成熟期，避免国内微波炉产业过早的进入衰退期。目前国内微波炉每百户居民的平均保有量为60台，而农村市场每百户保有量仅为15台，这不仅与国外发达国家的微波炉消费水平有很大差距，就是与国内其他家电产品相比，微波炉的人均保有量也偏低。针对这种情况我国微波炉行业应该认清形势、制定对策取得更好的成绩。

尽管我国微波炉行业形势一片大好，但是一些现实问题不能不引起我们的重视。微波炉行业长期以来围绕着低价做文章，忽略了技术创新和发展，产品一直处于低价、低附加值的水平。随着我国居民收入的增加，社会消费必然升级，消费者追求高品质、高技术含量、高使用价值的产品，进入"趋优消费"阶段。消费者对高效低碳、节能舒适、功能丰富、外观时尚的高端家电需求愈明显，低价格、低价值产品已经不合时宜。

随着科学技术的发展，我国在电子技术、传感器技术以及新材料技术等方面取得了长足的进步，将这些先进的现代化技术应用于微波炉，成为国内外许多研究和生产微波炉的机构和厂家们所追求的目标。各种更先进、更实用、更节能、更方便的微波炉将不断出现，点缀我们现代化绚丽多彩的生活。那么未来的微波炉市场会有哪些新技术、哪些新产品呢？会向哪个方向发展呢？

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、国家工业和信息化部、国家经济信息中心、中国家电协会、国内外相关基础信息以及中研普华公司对中国微波炉市场调查获得的第一手资料。报告对我国微波炉的行业环境、行业产销情况以及国内外市场状况和技术走向进行了分析，并对我国微波炉行业的现状进行了研究、发展前景和投资形势进行了预测，重点分析了我国微波炉的市场状况和竞争态势

，以及行业和企业存在的问题和发展战略。本报告是微波炉生产、经营企业、科研机构等单位准确了解目前微波炉行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的决策参考。

→报告目录

目 录

CONTENTS

第一部分 行业发展环境

第一章 微波炉行业概述 1

第一节 微波炉的组成和基本构造 1

一、微波炉定义 1

二、基本构造 1

第二节 微波炉的相关原理 2

一、微波炉的工作原理 2

二、微波加热原理 4

三、微波炉的发明 4

四、变频微波炉 5

第二章 微波炉行业发展环境分析 6

第一节 国内宏观经济环境 6

一、我国GDP的历史变动 6

二、固定资产投资历史变动轨迹 9

三、进出口贸易历史变动轨迹 12

四、我国宏观经济发展预测 21

第二节 我国经济形势分析 29

一、2009年宏观经济形势分析 29

二、2010年宏观经济形势分析 55

三、我国经济未来30年的预测 59

第三节 我国微波炉产业政策分析 60

一、国家鼓励家电行业的发展 60

二、我国小家电行业的能效标准 65

第四节 影响微波炉行业发展的主要因素 67

- 一、消费习惯对微波炉行业的影响分析 67
- 二、微波炉行业"399"乱局对微波炉行业的影响 68
- 三、"产能过剩"对微波炉行业的影响 71
- 四、中国微波炉企业的问题分析 74

第二部分 行业产销和市场分析

第三章 中国微波炉行业生产分析 79

第一节 我国微波炉行业总产量分析及预测 79

- 一、2009-2010年我国微波炉的产量分析 79
- 二、我国微波炉行业当前形势浅析 82

第二节 2008-2010年我国微波炉行业产销率分析 82

- 一、2009年我国微波炉行业产销率分析 82
- 二、2010年我国微波炉行业产销率分析 84

第四章 中国微波炉市场发展分析 85

第一节 微波炉自身发展的分析 85

- 一、国家对微波炉行业的影响分析 85
- 二、格兰仕微波炉新战略研究 86

第二节 微波炉行业"低价乱局"的分析 89

- 一、"低价乱局"对行业的影响分析 89
- 二、微波炉行业市场需求的分析 90
- 三、未来微波炉市场的发展方向分析 90

第三节 我国微波炉行业消费分析 91

- 一、微波炉市场消费分析 91
- 二、微波炉销售"淡季不淡"的分析 92

第四节 微波炉行业的发展分析 93

- 一、微波炉行业的发展空间分析 93
- 二、微波炉行业前景分析 94
- 三、我国微波炉行业发展趋势 95
- 四、微波炉发展机会分析 96

第五节 我国微波炉市场情况分析 97

一、消费者对微波炉需求的分析	98
二、厂家营销手段的分析	98
第六节 2009年我国微波炉市场分析	99
一、2009年微波炉发展态势分析	99
二、2009年微波炉市场品牌价格走势	100
第七节 2010年中国微波炉市场分析	103
一、2010年中国微波炉市场品牌结构	103
二、2010年中国微波炉市场产品结构	105
三、2010年中国微波炉市场重点品牌研究	110

第五章 中国微波炉行业进出口市场分析 116

第一节 2008-2010年小家电出口形势分析 116

- 一、2008年小家电出口形势浅析 116
- 二、2009年小家电出口形势分析 120
- 三、2010小家电产业环境的分析 121
- 四、2009年厨卫小家电出口评述 124
- 五、小家电国际市场环境分析 126

第二节 我国微波炉行业出口量分析 127

- 一、2008-2009年微波炉出口量分析 128
- 二、2010年我国微波炉出口分析 128
- 三、经济危机下的低端市场 130
- 四、出口形势和大国需求分析 131
- 五、我国微波炉产业出口情况分析 132

第六章 中国微波炉行业产品营销分析 134

第一节 微波炉行业国内营销模式分析 134

- 一、突破"瓶颈"寻发展 135
- 二、品牌提升 136

第二节 "中国制造"形式的分析 138

- 一、2009年格兰仕"积极进攻"策略分析 138
- 二、格兰仕逆势保增长的分析 139
- 三、2010年危机后的新战略分析 140

第七章 中国微波炉行业消费者偏好调查 142

第一节 消费者对微波炉的消费偏好 142

一、消费者对第一理想品牌的选择 142

二、消费者挑选微波炉的标准分析 143

第二节 微波炉产品的价格调查 144

一、消费者心仪的微波炉报价分析 145

二、微波炉市场培育分析 146

三、微波炉选购分析 147

四、微波炉网购价格分析 149

五、消费者购买打算的调查 150

第三节 我国微波炉行业市场价格分析 150

一、重点品牌微波炉的价格及关注度 150

二、2009年微波炉市场品牌价格走势 156

第三部分 产业竞争形势分析

第八章 中国微波炉行业竞争格局分析 159

第一节 我国微波炉行业的竞争态势 159

一、微波炉行业竞争焦点分析 159

二、国内微波炉企业的竞争分析 160

三、微波炉功能的竞争 162

第二节 微波炉行业在农村的竞争 163

一、美的在农村市场的竞争策略 163

二、格兰仕"全能升级"分析 165

第九章 微波炉行业著名企业分析 166

第一节 广东格兰仕集团有限公司 166

一、企业概况 166

二、2010年格兰仕新举措 174

三、格兰仕品牌国际化升级 174

四、格兰仕的营销策略分析 177

第二节 广东美的电器股份有限公司 182

一、企业概况 182

二、2009-2010年财务分析 186

三、美的整合策略分析 190

第三节 松下 193

一、企业概况 193

二、营销策略 198

三、松下未来的目标 202

第四节 合肥荣事达三洋电器股份有限公司 203

一、企业简介 203

二、2009-2010年业绩分析 204

三、2009-2010年财务分析 205

第五节 海尔 210

一、企业概况 210

二、海尔全面发力高端家电市场的分析 227

三、2009-2010年财务分析 228

第六节 LG 232

一、企业概况 232

二、LG的整合营销传播策略及其启示 240

三、2010年LG的攻击性经营策略的分析 246

第七节 方太 247

一、企业概况 247

二、方太营销策略 249

第八节 西门子 251

一、企业简介 251

二、2009年西门子在中国的经营状况 253

三、2010年西门子在中国的经济目标 253

第九节 三星 254

一、企业概况 254

二、2009年韩国三星经营状况 256

三、2010年韩国三星的经营目标 257

第十节 斯威特 257

第四部分 家电行业分析

第十章 我国家电行业浅析 259

第一节 家电行业的综合分析 259

- 一、家电行业的竞争分析 259
- 二、2010年家电下乡和家电企业业绩情况分析 261
- 三、2010年家电产业指数和家电业状况分析 262
- 四、2010年中国家电出口指数分析 262
- 五、2009年家电上市公司财务表现分析 264
- 六、中国家电行业转行复苏之路的分析 267
- 七、低碳经济对家电业的影响分析 269

第二节 我国小家电行业的发展分析 270

- 一、2009年小家电产业研究分析 270
- 二、我国小家电经营理念的转变 272
- 三、小家电能效标准的研究分析 273
- 四、节能型小家电的市场分析 276
- 五、小家电走俏市场的原因分析 277
- 六、2009年小家电行业综述 278
- 七、小家电技术竞争形势 283
- 八、厨卫市场现状分析 285

第十一章 家电业售后服务和投诉情况分析 291

第一节 质量和维修费用的分析 291

- 一、杂牌微波炉售后服务分析 291
- 二、小家电售后维修情况分析 291
- 三、售后服务监管的分析 295

第二节 2010年深圳家电等行业的调查分析 297

- 一、深圳的基本情况 297
- 二、规范特点的分析 301
- 三、存在的问题分析 301
- 四、建议 302

第三节 2009-2010年中国小家电行业投诉统计分析 302

- 一、2010年中国小家电行业投诉分析 302
- 二、2009年小家电行业投诉统计分析 316

第四节 家电投诉情况分析 326

一、家电行业出台新规的分析 326

二、家电下乡的售后服务模式 327

第五部分 行业发展趋势及投资形势

第十二章 我国微波炉行业发展趋势分析 329

第一节 我国微波炉行业前景分析 329

一、新型微波炉分析 329

二、微波炉市场"全能"时代的分析 329

三、微波炉的多功能分析 331

四、微波炉行业的低碳理念 331

五、我国强制性家用微波炉能效标准分析 332

第二节 微波炉技术的未来发展趋势 332

一、智能化趋势 333

二、多功能趋势 333

三、节能化趋势 334

四、健康化趋势 334

五、操作简便化趋势 335

第十三章 中国微波炉行业投资形势分析 336

第一节 我国投资环境的分析 336

一、2010年我国投资环境评估 336

二、中国投资环境的讨论 337

三、中国发展情况的分析 339

四、2010年经济述评 340

五、我国小家电的投资形势 344

六、2010年小家电行业的投资分析 345

第二节 各重点企业对投资环境的反应 345

一、美的微波炉投资浅析 345

二、格兰仕投资战略分析 347

三、2010年海尔进军小家电原因的分析 348

图表目录

图表：2007-2010年我国国内生产总值	7
图表：2009年1季度国民经济核算	7
图表：2009年2季度国民经济核算	7
图表：2009年3季度国民经济核算	8
图表：2009年4季度国民经济核算	8
图表：2010年1季度国民经济核算	8
图表：2010年2季度国民经济核算	9
图表：2009年1季度社会固定资产投资	10
图表：2009年2季度社会固定资产投资	10
图表：2009年3季度社会固定资产投资	11
图表：2009年4季度社会固定资产投资	11
图表：2010年1季度社会固定资产投资	11
图表：2010年2季度社会固定资产投资	12
图表：2003-2010年上半年进出口商品总值表（月度）	15
图表：2003-2010年1月至当月累计进出口商品总值表（月度）	18
图表：当前世界各国"绿色复苏"模式选择与特点	32
图表：世界主要国家无就业增长态势	33
图表：世界主要经济体CPI与失业率统计	35
图表：美国新经济模式示意图	36
图表：美国无就业增长与劳动生产率关系示意图	38
图表：2008-2009年国民经济增长统计	39
图表：2009年社会消费品零售地区结构	42
图表：2009年我国外汇储备月度的数据	44
图表：战略性财政政策运作机理模拟图	51
图表：以供给管理为主体的战略性财政政策构建	52
图表：全球金融危机恢复期战略性财政政策安排	53
图表：2010年6月工业增加值增长速度	57
图表：2010年5月工业增加值增长速度	57
图表：2010年4月工业增加值增长速度	58
图表：2010年3月工业增加值增长速度	58
图表：2010年工业增加值增长速度	59

图表：格兰仕微波炉产品概况 71

图表：1993-2002年微波炉国内外市场占有率 71

图表：2009年1-12月微波炉产量全国合计 79

图表：2009年1-12月微波炉产量天津市合计 79

图表：2009年1-12月微波炉产量上海市合计 79

图表：2009年1-12月微波炉产量安徽省合计 79

图表：2009年1-12月微波炉产量福建省合计 80

图表：2009年1-12月微波炉产量山东省合计 80

图表：2009年1-12月微波炉产量广东省合计 80

图表：2010年1-6月微波炉产量全国合计 80

图表：2010年1-6月微波炉产量天津市合计 80

图表：2010年1-6月微波炉产量上海市合计 80

图表：2010年1-6月微波炉产量安徽省合计 80

图表：2010年1-6月微波炉产量福建省合计 80

图表：2010年1-6月微波炉产量山东省合计 81

图表：2010年1-6月微波炉产量广东省合计 81

图表：2010年1-6月微波炉产量广西区合计 81

图表：2009年1-11月家电产值 83

图表：微波炉城镇百户拥有量 97

图表：2009年4月微波炉市场品牌关注比例统计 101

图表：2009年4月微波炉价格区间关注比例统计 101

图表：2009年4月500-1000元微波炉品牌关注比例与对应数量比例对比 102

图表：2010年上半年中国微波炉品牌关注排行 104

图表：2010年上半年中国微波炉品牌关注比例分布 104

图表：2010年Q1-Q2中国微波炉品牌关注排名对比 105

图表：2010年上半年不同价位微波炉关注份额 106

图表：2010年上半年不同容量微波炉关注份额 106

图表：2010年上半年微波炉产品关注排名 107

图表：2010年上半年格兰仕微波炉产品关注排名 108

图表：2010年上半年美的微波炉产品关注排名 109

图表：2010年上半年松下微波炉产品排名 110

图表：2010年1-6月格兰仕、美的、松下微波炉关注比例走势 111

图表：2010年上半年格兰仕、美的、松下微波炉不同价位段产品数量占比 112

图表：2010年上半年格兰仕、美的、松下微波炉品牌重合度对比 113

图表：2010年上半年最受用户关注的50款产品排行榜 114

图表：2008年1季度-2009年4季度微波炉行业出口走势 124

图表：2008年1季度-2009年4季度电磁炉行业出口走势 125

图表：2008年1季度-2009年4季度电饭锅行业出口走势 126

图表：2009年1月-2010年4月我国微波炉单月出口量价图 129

图表：我国微波炉主要出口市场份额 130

图表：消费者接受价位 145

图表：微波炉"用途" 146

图表：消费者购买微波炉的时机 147

图表：消费者会否参加团购 148

图表：微波炉网络团购调查：接受什么价位的团购价 149

图表：微波炉需求调查 150

图表：2010年6月微波炉前10位品牌零售份额及均价 151

图表：2009年8月最受用户关注的六大微波炉品牌 152

图表：2009年7-8月最受关注的六大微波炉品牌对比 153

图表：2009年8月最受用户关注的十款微波炉 153

图表：2009年8月最受用户关注的十款微波炉主要参数表 154

图表：2009年8月不同价位微波炉关注比例分布 154

图表：2009年8月六大微波炉品牌市场均价对比 155

图表：2009年4月微波炉品牌关注比例统计 156

图表：2009年4月微波炉价格区间关注比例统计 156

图表：2009年4月500-1000元微波炉品牌关注与对应数量比例对比 157

图表：2009-2010年广东美的电器股份有限公司主营构成 186

图表：2009-2010年广东美的电器股份有限公司每股指标 187

图表：2009-2010年广东美的电器股份有限公司获利能力 187

图表：2009-2010年广东美的电器股份有限公司经营能力 187

图表：2009-2010年广东美的电器股份有限公司偿债能力 187

图表：2009-2010年广东美的电器股份有限公司资本结构 188

图表：2009-2010年广东美的电器股份有限公司发展能力 188

图表：2009-2010年广东美的电器股份有限公司现金流量 188

图表：2009-2010年广东美的电器股份有限公司主营业务收入 188

图表：2009-2010年广东美的电器股份有限公司主营业务利润 189

图表：2009-2010年广东美的电器股份有限公司营业利润 189

图表：2009-2010年广东美的电器股份有限公司利润总额 189

图表：2009-2010年广东美的电器股份有限公司净利润 190

图表：2009-2010年合肥荣事达三洋电器股份有限公司主营构成 205

图表：2009-2010年合肥荣事达三洋电器股份有限公司每股指标 206

图表：2009-2010年合肥荣事达三洋电器股份有限公司获利能力 206

图表：2009-2010年合肥荣事达三洋电器股份有限公司经营能力 207

图表：2009-2010年合肥荣事达三洋电器股份有限公司偿债能力 207

图表：2009-2010年合肥荣事达三洋电器股份有限公司资本结构 207

图表：2009-2010年合肥荣事达三洋电器股份有限公司发展能力 207

图表：2009-2010年合肥荣事达三洋电器股份有限公司现金流量 208

图表：2009-2010年合肥荣事达三洋电器股份有限公司主营业务收入 208

图表：2009-2010年合肥荣事达三洋电器股份有限公司主营业务利润 208

图表：2009-2010年合肥荣事达三洋电器股份有限公司营业利润 209

图表：2009-2010年合肥荣事达三洋电器股份有限公司利润总额 209

图表：2009-2010年合肥荣事达三洋电器股份有限公司净利润 209

图表：2009-2010年青岛海尔股份有限公司主营构成 228

图表：2009-2010年青岛海尔股份有限公司每股指标 229

图表：2009-2010年青岛海尔股份有限公司获利能力 229

图表：2009-2010年青岛海尔股份有限公司经营能力 229

图表：2009-2010年青岛海尔股份有限公司偿债能力 230

图表：2009-2010年青岛海尔股份有限公司资本结构 230

图表：2009-2010年青岛海尔股份有限公司发展能力 230

图表：2009-2010年青岛海尔股份有限公司现金流量 230

图表：2009-2010年青岛海尔股份有限公司主营业务收入 231

图表：2009-2010年青岛海尔股份有限公司主营业务利润 231

图表：2009-2010年青岛海尔股份有限公司营业利润 231 艾凯数据研究中心发布的《2010-2015年中国微波炉行业投资风险分析及运营态势研究报告》，内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行

业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

图表：2009-2010年青岛海尔股份有限公司利润总额 232

图表：2009-2010年青岛海尔股份有限公司净利润 232

图表：LG在中国的发展 237

图表：2007-2009年度微波炉出口季节 特征 280

图表：2007-2009年度电磁炉出口季节 特征 281

图表：2007-2009年度电烤箱出口季节 特征 282

图表：2010年上半年小家电行业投诉量趋势 303

图表：2010年上半年小家电行业投诉来源地区排行 304

图表：热水器投诉中热水器漏水、内胆破裂时投诉焦点 306

图表：小家电行业主要的问题体现在服务不及时以及态度差 308

图表：小家电行业投诉人受教育程度 311

图表：小家电投诉问题近一半能在7个工作日内得到处理 312

图表：小家电投诉问题中满意度统计 313

图表：小家电投诉量（出热水器）前十的品牌 314

图表：热水器行业投诉量前十的品牌 314

图表：2009年度小家电行业用户投诉主要问题 317

图表：2009年度小家电投诉与产品价格分析 320

图表：2009年度小家电行业月投诉趋势 321

图表：2009年度小家电行业投诉用户学历构成 322

图表：2009年度小家电行业投诉用户收入情况 323

图表：2009年度小家电行业投诉地区排行（前十位） 324

图表：2009年度小家电产品企业投诉排名（前十名） 325

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/160657.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。