



艾凯咨询
ICAN Consulting

2011-2015年中国冰箱市场发展 前景调研与投资策略分析报告

一、调研说明

《2011-2015年中国冰箱市场发展前景调研与投资策略分析报告》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/165449.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

艾凯数据研究中心最新发布的《2011-2015年中国冰箱市场发展前景调研与投资策略分析报告》市场调研报告中对x行业市场现状进行了深入的分析，报告里详细介绍了最近三年来x行业产量、销量数据，品牌份额以及企业市场占有率，同时，文章中分析了该行业国内的重点优势企业的基本情况，经营情况，企业竞争优势。通过对x行业投资情况以及行业发展趋势的分析，对整个x行业的未来发展前景及投资风险进行了权威预测，为企业做战略投资提供重要参考！如果文章中被调研的客户不希望被列入本数据库，贵企业可以通过传真或者是发送邮件的方式与我公司联系。注明贵企业的公司名称、联系方式盖章后传真到：010-88799011或者是Email至icandata@hotmail.com的邮箱地址，我公司会在5个工作日内删除，删除后不可要求再恢复！

第一章 2010年中国家电行业运行整体综述

1.1 中国家电行业发展总体概况

1.1.1 我国家电行业30年历程回顾

1.1.2 国家政策促进家电业的良性发展

1.1.3 家电行业步入节能环保新时代

1.1.4 家电行业的发展特点

1.2 2007-2010年中国家电行业的发展

1.2.1 2007年中国家电行业发展综述

1.2.2 2008年我国家电行业发展状况回顾

1.2.3 2008年国内家电产业运行特点分析

1.2.4 2009年我国家电业经济运行综况

1.2.5 2010年第一季度我国家电行业发展简况

1.2.6 2010年上半年家电下乡实施成效

1.3 2010年中国家电行业市场竞争分析

1.3.1 家电市场竞争升级主打服务战

1.3.2 家电下乡或将改变农村家电市场竞争格局

1.3.3 2010年上半年家电行业价格战频发

1.3.4 中国家电制造市场竞争战略的综述

1.3.5 提升中国家电业核心竞争能力的对策

1.4 2010年中国家电行业存在的问题及对策

- 1.4.1 我国家电行业发展的突出问题
- 1.4.2 我国家电品牌发展面临的困难
- 1.4.3 我国家电品牌发展战略分析
- 1.4.4 促进我国家电行业转型升级的政策措施
- 1.4.5 中国家电行业应对欧盟"绿色壁垒"的对策

第二章 2010年中国冰箱行业运行环境分析

2.1 2010年中国宏观经济环境分析

2.1.1 中国GDP分析

2.1.2 消费价格指数分析

2.1.3 城乡居民收入分析

2.1.4 社会消费品零售总额

2.1.5 全社会固定资产投资分析

2.1.6 进出口总额及增长率分析

2.2 2010年中国冰箱行业政策环境分析

2.2.1 关于禁止生产、销售、进出口以氯氟烃（CFCS）物质为制冷剂、发泡剂的家用电器产品的公告

2.2.2 家用电冰箱耗电量限定值及能源效率等级

2.2.3 家用电器商品维修管理办法

2.3 2010年中国冰箱行业社会环境分析

2.3.1 人口环境分析

2.3.2 教育环境分析

2.3.3 文化环境分析

2.3.4 生态环境分析

2.4 2010年中国冰箱行业技术环境分析

第三章 2010年中国冰箱市场运行态势分析

3.1 中国冰箱市场发展概况

3.1.1 中国冰箱市场的发展阶段

3.1.2 影响冰箱产业发展的因素分析

3.1.3 中国冰箱产业逐步向上游扩容

3.1.4 中国冰箱行业整合趋势明显

3.1.5 国产冰箱产业全面进攻个性高端市场

3.2 2007-2010年中国冰箱行业运行分析

3.2.1 2007年中国冰箱行业呈高速增长态势

3.2.2 2008年中国冰箱市场发展综述

3.2.3 2009年中国冰箱行业发展状况综述

3.2.4 2009年中国冰箱市场发展态势透析

3.2.5 2010年第一季度冰箱行业发展概况

3.3 2010年中国冰箱市场消费分析

3.3.1 冰箱市场消费者行为分析

3.3.2 2007年中国冰箱市场的消费热点

3.3.3 2008年中国冰箱消费市场特征

3.3.4 中国冰箱市场显现"趋优消费"特征

3.3.5 节能减排成为冰箱消费重要因素

3.4 中国冰箱市场品牌的发展

3.4.1 2008年国内冰箱品牌的市场表现

3.4.2 2008年外资冰箱品牌产品策略分析

3.4.3 2009年中国冰箱市场品牌分析

3.4.4 2010年上半年冰箱市场品牌分析

3.4.5 中国冰箱行业品牌发展趋势分析

3.5 2010年中国冰箱市场存在的问题及对策

3.5.1 本土高端品牌冰箱难获消费者钟爱

3.5.2 国产冰箱存在市场短板

3.5.3 中国冰箱行业面临四大发展隐患

3.5.4 中国冰箱产业发展的突破口

第四章 2006-2010年中国家用电冰箱产量统计分析

4.1 2006-2009年全国家用电冰箱产量分析

4.2 2010年1-5月全国及主要省份家用电冰箱产量分析

4.3 2010年1-5月家用电冰箱产量集中度分析

第五章 2006-2010年中国家用制冷电器具制造行业主要数据监测分析

5.1 2006-2010年5月中国家用制冷电器具制造行业规模分析

5.1.1 企业数量增长分析

5.1.2 从业人数增长分析

5.1.3 资产规模增长分析

5.2 2010年5月中国家用制冷电器具制造行业结构分析

5.2.1 企业数量结构分析

5.2.2 销售收入结构分析

5.3 2006-2010年5月中国家用制冷电器具制造行业产值分析

5.3.1 产成品增长分析

5.3.2 工业销售产值分析

5.3.3 出口交货值分析

5.4 2006-2010年5月中国家用制冷电器具制造行业成本费用分析

5.4.1 销售成本分析

5.4.2 费用分析

5.5 2006-2010年5月中国家用制冷电器具制造行业盈利能力分析

5.5.1 主要盈利指标分析

5.5.2 主要盈利能力指标分析

第六章 2010年冰箱细分品种的发展分析

6.1 对开门冰箱

6.1.1 法式对开门冰箱国际市场受青睐

6.1.2 中国对开门冰箱市场发展状况

6.1.3 2009年中国高端对开门冰箱市场份额上升

6.1.4 中国对开门冰箱市场"价格战"分析

6.1.5 未来中国对开门冰箱市场增长态势看好

6.2 三开门冰箱

6.2.1 巨头推动三开门冰箱步入市场井喷期

6.2.2 我国三开门冰箱市场日渐火爆

6.2.3 2010年传统三开门冰箱市场份额遭新品种冲击

6.3 小冰箱

6.3.1 小冰箱的概述

6.3.2 中国迷你冰箱市场发展状况

6.3.3 小冰箱外型独特占据市场商机

6.3.4 面对欧盟环保令小冰箱出口有隐忧

6.3.5 浅析小冰箱市场前景

6.4 高端冰箱

6.4.1 我国高端冰箱市场发展速度加快

6.4.2 2010年我国高端冰箱市场价格运行态势简析

- 6.4.3 我国高端冰箱市场竞争状况综述
- 6.4.4 中国冰箱企业开拓高端领域存在的问题及对策
- 6.5 变频冰箱
 - 6.5.1 变频冰箱的概念
 - 6.5.2 我国变频冰箱市场运行综述
 - 6.5.3 我国变频冰箱市场发展面临的困难
- 6.6 车载冰箱
 - 6.6.1 车载冰箱的主要种类
 - 6.6.2 中国车载冰箱市场状况
 - 6.6.3 中国车载冰箱市场亟待预热

第七章 2010年中国农村冰箱市场运行态势透析

- 7.1 2010年中国农村冰箱市场的发展
 - 7.1.1 中国农村冰箱市场开始启动
 - 7.1.2 家电下乡农村冰箱市场发展分析
 - 7.1.3 家电下乡中农村冰箱市场竞争格局
 - 7.1.4 2010年我国农村冰箱市场竞争升级
- 7.2 2010年主要冰箱企业对农村市场的开拓
 - 7.2.1 海尔冰箱在农村市场表现突出
 - 7.2.2 美菱冰箱对农村市场的拓展
 - 7.2.3 容声冰箱积极把握家电下乡机遇
 - 7.2.4 索伊冰箱大力开拓农村市场
 - 7.2.5 新飞冰箱农村市场销售情况
- 7.3 2010年中国农村冰箱市场发展存在的问题及对策
 - 7.3.1 中国农村冰箱市场存在的风险
 - 7.3.2 冰箱进攻农村市场需整合资源
 - 7.3.3 冰箱进攻农村市场需解决产品问题
 - 7.3.4 冰箱进攻农村市场需解决品牌推广问题
 - 7.3.5 冰箱进攻农村市场需解决售后服务问题
 - 7.3.6 进攻农村冰箱市场对三级市场的开发策略

第八章 2010年中国冰箱市场营销战略分析

- 8.1 2010年家电营销渠道分析
 - 8.1.1 中国家电渠道的发展演变

- 8.1.2 中国家电渠道的演变动因
- 8.1.3 中国家电企业销售渠道种类特点及选择
- 8.1.4 我国家电网购渠道迅速发展
- 8.1.5 家电网购渠道发展面临的主要问题
- 8.1.6 中国家电渠道的发展趋势
- 8.2 2010年冰箱营销渠道总体概况
 - 8.2.1 中国冰箱营销渠道的演变
 - 8.2.2 我国冰箱营销渠道发展概况
 - 8.2.3 我国农村市场冰箱营销的渠道分析
 - 8.2.4 美菱冰箱携手国外连锁创新营销渠道
 - 8.2.5 中国冰箱营销渠道的趋势
- 8.3 2010年中国冰箱营销渠道对比分析
 - 8.3.1 区域多家代理制模式
 - 8.3.2 区域总代理制模式
 - 8.3.3 直供分销模式
- 8.4 2010年冰箱行业营销策略分析
 - 8.4.1 中国冰箱行业营销策略分析
 - 8.4.2 重点冰箱品牌的营销策略
 - 8.4.3 国内冰箱市场的价格策略
 - 8.4.4 冰箱企业日益重视服务营销战略
- 第九章 2010年中国冰箱市场竞争格局分析
 - 9.1 冰箱市场总体竞争格局
 - 9.1.1 我国冰箱市场格局分析
 - 9.1.2 我国冰箱高端市场内外资品牌的较量
 - 9.1.3 城市冰箱市场品牌竞争格局分析
 - 9.2 2009-2010年冰箱市场竞争状况
 - 9.2.1 2009年冰箱市场竞争格局分析
 - 9.2.2 2010年冰箱市场高端产品竞争势态汹涌
 - 9.2.3 2010年五一冰箱市场打起少有价格战
 - 9.3 2010年冰箱行业的技术竞争分析
 - 9.3.1 冰箱变频化成国内市场竞争大热门
 - 9.3.2 中国冰箱保鲜技术从单门冷藏到变频保鲜

9.3.3 冰箱市场节能技术较量不断升级

第十章 2010年国外重点企业运营态势分析

10.1 西门子

10.1.1 公司简介

10.1.2 西门子冰箱零度保鲜技术不断进步

10.1.3 2008年上半年西门子冰箱销量走低

10.1.4 2010年西门子冰箱大范围降价促销及其原因分析

10.2 伊莱克斯 (ELECTROLUX)

10.2.1 公司简介

10.2.2 伊莱克斯的战略性营销变革

10.2.3 2008年伊莱克斯冰箱在华销量大幅下滑

10.2.4 2009年伊莱克斯冰箱在华发展的三大举措分析

10.3 松下电器

10.3.1 公司简介

10.3.2 对于松下品牌策略改变的思考

10.3.3 2008年松下冰箱在华品牌策略分析

10.3.4 2009年松下冰箱在华发展战略

10.3.5 2010年松下冰箱抢占高端冰箱市场

10.4 三星集团

10.4.1 公司简介

10.4.2 2008年三星冰箱在华品牌策略分析

10.4.3 2009年三星占据近三成美国对开门冰箱市场

10.4.4 三星冰箱凸显科技取胜之道

第十一章 2010年中国冰箱重点企业竞争性财务数据分析

11.1 青岛海尔股份有限公司

11.1.1 企业概况

11.1.2 企业主要经济指标分析

11.1.3 企业盈利能力分析

11.1.4 企业偿债能力分析

11.1.5 企业运营能力分析

11.1.6 企业成长能力分析

11.1.7 2010年海尔进一步改写世界冰箱产业发展格局

11.2 合肥美菱股份有限公司

11.2.1 企业概况

11.2.2 企业主要经济指标分析

11.2.3 企业盈利能力分析

11.2.4 企业偿债能力分析

11.2.5 企业运营能力分析

11.2.6 企业成长能力分析

11.2.7 美菱冰箱领跑制冷业高速发展

11.3 海信科龙电器股份有限公司

11.3.1 企业概况

11.3.2 企业主要经济指标分析

11.3.3 企业盈利能力分析

11.3.4 企业偿债能力分析

11.3.5 企业运营能力分析

11.3.6 企业成长能力分析

11.3.7 科龙冰箱营销战略的综述

11.4 河南新飞电器有限公司

11.4.1 公司简介

11.4.2 新飞冰箱引领行业技术发展潮流

11.4.3 新飞冰箱借下乡政策"东风"促进自身发展

11.4.4 2010年1月新飞冰箱销售简况

11.4.5 2011年新飞电器新款节能冰箱有望诞生

第十二章 2010年中国冰箱相关产业分析

12.1 冰箱压缩机

12.1.1 五大企业刮分世界冰箱压缩机市场

12.1.2 2008年我国修订冰箱压缩机国家标准

12.1.3 2009年中国冰箱压缩机市场依旧火热

12.1.4 高能效引导冰箱压缩机行业产品升级

12.1.5 我国主要冰箱压缩机企业发展策略简析

12.2 制冷剂

12.2.1 制冷剂的定义及性能要求

12.2.2 制冷剂的分类及特性

12.2.3 制冷剂的发展阶段

12.2.4 2009年我国制冷剂市场运行回顾

第十三章 2011-2015年中国冰箱行业的发展前景趋势分析

13.1 2011-2015年家电行业前景展望

13.1.1 家电行业发展潜力分析

13.1.2 我国家电行业未来发展格局

13.1.3 家电行业未来发展趋势分析

13.1.4 营养小家电未来市场前景广阔

13.2 2011-2015年冰箱行业发展趋势分析

13.2.1 冰箱行业的发展趋势及扩展方向

13.2.2 太阳能冰箱研究及应用前景分析

13.2.3 未来冰箱市场发展态势探讨

13.2.4 2010年我国冰箱行业发展形势探讨

13.2.5 2011-2015年中国冰箱行业预测分析

图表目录：

图表：2007年冰箱、空调、洗衣机产品中外品牌市场份额

图表：2007年主要空调品牌市场占有率

图表：2007年主要冰箱品牌市场占有率

图表：2007年主要电视品牌市场占有率

图表：2007年家电营销渠道分布结构

图表：2006-2009年电冰箱月度产量及同比变化

图表：2009年家电下乡电冰箱、洗衣机销售量及销售额

图表：2007-2009年电冰箱月度出口及同比变化

图表：2006-2009年电冰箱出口产品结构

图表：2006-2009年电冰箱月度出口均价变化趋势

图表：2009年度中国最受用户关注的15大冰箱品牌排名

图表：2009年度中国最受用户关注的15大冰箱品牌比例分布

图表：2009年度中国最受用户关注的前10款冰箱产品排名

图表：2009年Q1-Q4海尔、西门子、容声冰箱品牌关注比例走势

图表：2009年度海尔冰箱品牌关注度流失状况

图表：2009年度西门子冰箱品牌关注度流失状况

图表：2009年度容声冰箱品牌关注度流失状况

图表：2009年度海尔、西门子、容声品牌重合度对比

图表：2009年度中国最受用户关注的10大国产冰箱品牌排名

图表：2009年度中国最受用户关注的10大国产冰箱品牌比例分布

图表：2009年Q1-Q4海尔、容声、新飞冰箱在国产品牌中关注比例走势

图表：2009年度中国最受用户关注的8大国外冰箱品牌排名

图表：2009年度中国最受用户关注的8大国外冰箱品牌比例分布

图表：2009年Q1-Q4西门子、松下、LG冰箱在国外品牌中关注比例走势

图表：2010年上半年中国冰箱品牌关注排名

图表：2010年上半年中国冰箱品牌关注比例分布

图表：2010年Q1-Q2中国冰箱品牌关注排名对比

图表：2010年上半年中国冰箱国际品牌关注排名

图表：2010年上半年中国冰箱国际品牌关注排名比例

图表：2010年上半年中国冰箱国内品牌关注排名

图表：2010年上半年不同价位段冰箱关注份额

图表：2010年上半年中国冰箱产品关注排名

图表：2010年1-6月海尔、西门子、美的冰箱关注比例走势

图表：2010年上半年海尔、西门子、美的冰箱不同价位段产品数量占比

图表：2010年上半年海尔、西门子、美的冰箱品牌重合度对比

图表：2006-2009年全国家用电冰箱产量分析

图表：2010年1-5月全国及主要省份家用电冰箱产量分析

图表：2010年1-5月家用电冰箱产量集中度分析

图表：2006-2010年5月中国家用制冷电器具制造行业企业数量及增长率分析 单位：个

图表：2006-2010年5月中国家用制冷电器具制造行业亏损企业数量及增长率分析 单位：个

图表：2006-2010年5月中国家用制冷电器具制造行业从业人数及同比增长分析 单位：个

图表：2006-2010年5月中国家用制冷电器具制造企业总资产分析 单位：亿元

图表：2010年中国家用制冷电器具制造行业不同类型企业数量 单位：个

图表：2010年中国家用制冷电器具制造行业不同所有制企业数量 单位：个

图表：2010年中国家用制冷电器具制造行业不同类型销售收入 单位：千元

图表：2010年中国家用制冷电器具制造行业不同所有制销售收入 单位：千元

图表：2006-2010年5月中国家用制冷电器具制造产成品及增长分析 单位：亿元

图表：2006-2010年5月中国家用制冷电器具制造工业销售产值分析 单位：亿元

图表：2006-2010年5月中国家用制冷电器具制造出口交货值分析 单位：亿元

图表：2006-2010年5月中国家用制冷电器具制造行业销售成本分析 单位：亿元

图表：2006-2010年5月中国家用制冷电器具制造行业费用分析 单位：亿元

图表：2006-2010年5月中国家用制冷电器具制造行业主要盈利指标分析 单位：亿元

图表：2006-2010年5月中国家用制冷电器具制造行业主要盈利能力指标分析

图表：2009年12月中国冰箱市场最受用户关注十款产品

图表：2009年10-12月不同类型冰箱关注度走势对比

图表：青岛海尔股份有限公司主要经济指标走势图

图表：青岛海尔股份有限公司经营收入走势图

图表：青岛海尔股份有限公司盈利指标走势图

图表：青岛海尔股份有限公司负债情况图

图表：青岛海尔股份有限公司负债指标走势图

图表：青岛海尔股份有限公司运营能力指标走势图

图表：青岛海尔股份有限公司成长能力指标走势图

图表：合肥美菱股份有限公司主要经济指标走势图

图表：合肥美菱股份有限公司经营收入走势图

图表：合肥美菱股份有限公司盈利指标走势图

图表：合肥美菱股份有限公司负债情况图

图表：合肥美菱股份有限公司负债指标走势图

图表：合肥美菱股份有限公司运营能力指标走势图

图表：合肥美菱股份有限公司成长能力指标走势图

图表：海信科龙电器股份有限公司主要经济指标走势图

图表：海信科龙电器股份有限公司经营收入走势图

图表：海信科龙电器股份有限公司盈利指标走势图

图表：海信科龙电器股份有限公司负债情况图

图表：海信科龙电器股份有限公司负债指标走势图

图表：海信科龙电器股份有限公司运营能力指标走势图

图表：海信科龙电器股份有限公司成长能力指标走势图

图表：制冷剂的发展历程

图表：中国冰箱区域多家代理制模式结构图

图表：中国冰箱区域总代理制模式结构图

图表：中国冰箱直供分销模式结构图

图表：2008年9月至2009年9月城市冰箱市场销售数据

图表：2010年五一期间部分跌破4000元的对开门冰箱

艾凯数据研究中心发布的

《2011-2015年中国冰箱市场发展前景调研与投资策略分析报告》，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研究分析。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：2011-2015年中国家用制冷电器具制造行业工业总产值预测

图表：2011-2015年中国家用制冷电器具制造行业产品销售收入预测

图表：2011-2015年中国家用制冷电器具制造行业累计利润总额预测

图表：2011-2015年中国家用制冷电器具制造行业冰箱产量预测

图表：须列入《检验检疫法检目录》的家用电器产品名录

图表：已列入《检验检疫法检目录》的家用电器产品名录

图表：电冰箱各类型间室的加权系数 W_c

图表：M、N取值（1）

图表：电冰箱能源效率等级

图表：M、N取值（2）

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/165449.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。