



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 保健酒行业前十大企业竞争力分析 及行业发展潜力研究报告(2 011-2015年)

## 一、调研说明

《保健酒行业前十大企业竞争力分析及行业发展潜力研究报告(2011-2015年)》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/179715.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

保健酒是指具有特定保健功能的饮料酒，即适宜于特定人群饮用，具有调节机体功能，不以治疗为目的的饮料酒。其特点是酿造过程中加入了药材，主要以养生健体为主，有保健强身的作用。保健酒在中国有着悠久的发展历史。

因为保健酒工业负荷国家关于产业结构调整的总体发展方向；又因为保健酒具有滋补、健身的功能，是其他任何饮料所不能替代的，它必将有一个广阔的发展前景。

面对快速发展并日益变化的市场，《保健酒行业前十大企业竞争力分析及行业发展潜力研究报告(2011-2015年)》将从以下几方面帮助业界券商、投资机构、保健酒生产企业等企业和机构更精确地了解中国保健酒市场的发展现状，更深入地把握中国保健酒市场发展趋势。

通过更加深入、翔实的市场研究数据，抓住最新变化，从下游及消费者对市场进行剖析，总结全球及中国保健酒市场的现状与特点，分析当前存在的问题，使客户全面了解中国保健酒市场的发展状况。

更加全面、深刻的趋势分析与预测。从政策、经济、技术、社会等影响因素综合分析判断保健酒市场趋势及未来规模，使客户提前把握市场需求与发展方向。

精炼各种产品2010年竞争表现。从经营状况、产品与服务、SWOT分析等多个方面总结市场主力企业表现，归纳企业成功要素及发展中存在的问题，分析市场竞争格局。

全面深入的分析用户需求，帮助企业抓住客户心理，调整产品及服务，扩大市场份额。

### 第一部分 行业运行现状

#### 第一章 中国保健酒行业发展概述

##### 第一节 保健酒行业发展情况

###### 一、保健酒定义

###### 二、保健酒行业发展历程

##### 第二节 保健酒产业链分析

###### 一、产业链模型介绍

###### 二、保健酒产业链模型分析

##### 第三节 2008-2010年中国保健酒行业经济指标分析

###### 一、赢利性

###### 二、成长速度

###### 三、附加值的提升空间

###### 四、进入壁垒 / 退出机制

- 五、风险性
- 六、行业周期
- 七、竞争激烈程度指标
- 八、当前行业发展所属周期阶段的判断

## 第二章 全球保健酒市场发展分析

### 第一节 全球保健酒市场发展情况分析

- 一、2009年全球保健酒市场发展分析
- 二、2009年全球保健酒市场统计分析
- 三、2010年全球保健酒市场发展分析
- 四、2010年全球保健酒销售排名分析
- 五、2010年全球保健酒消费者调查分析

### 第二节 2010年世界主要国家保健酒市场分析

- 一、2010年美国保健酒市场现状分析
- 二、2010年欧洲保健酒市场现状分析
- 三、2010年日本保健酒市场现状分析
- 四、2010年韩国保健酒市场现状分析
- 五、2010年中东与非洲保健酒市场分析

## 第三章 中国保健酒市场运行分析

### 第一节 保健酒行业市场发展基本情况

- 一、市场现状分析
- 二、市场规模分析
- 三、市场特点分析
- 四、市场技术发展状况

### 第二节 保健酒行业技术研发情况

- 一、行业研发情况分析
- 二、竞争对手研发占投入比
- 三、研发投入与研发成果关系

### 第三节 行业市场工业总产值分析

- 一、年市场工业总产值分析
- 二、2009-2010年不同规模企业工业总产值分析

三、2009-2010年不同所有制企业工业总产值比较

四、2009-2010年行业市场工业总产值地区分布

#### 第四节 行业市场产品价格分析

一、2008年市场产品价格走势

二、2009年市场产品价格走势

三、2010年市场产品价格走势

四、2011-2015年产品价格趋势

### 第四章 中国保健酒行业的国际比较分析

#### 第一节 中国保健酒市场发展情况分析

一、2009年中国保健酒市场发展分析

二、2009年中国保健酒市场统计分析

三、2010年中国保健酒市场发展分析

四、2010年中国保健酒细分市场分析

#### 第二节 中国保健酒行业的国际比较分析

一、中国保健酒行业竞争力指标分析

二、国际保健酒行业竞争力指标分析

三、中国保健酒行业经济指标国际比较分析

#### 第三节 全球保健酒行业市场需求分析

一、市场规模现状

二、需求结构分析

三、重点需求客户

四、市场前景展望

### 第五章 中国保健酒行业经济运行指标分析

#### 第一节 2010年中国保健酒行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业生产规模分析

#### 第二节 2010年中国保健酒行业产销分析

一、行业产成品情况总体分析

二、行业产品销售收入总体分析

#### 第三节 2010年中国保健酒行业财务指标总体分析

- 一、行业盈利能力分析
- 二、行业偿债能力分析
- 三、行业营运能力分析
- 四、行业发展能力分析

## 第二部分 市场供需分析

### 第六章 中国保健酒行业生产现状分析

#### 第一节 保健酒行业生产分析

- 一、产品及原材料进口、自有比例
- 二、国内产品及原材料生产基地分布
- 三、产品及原材料产业集群发展分析
- 四、2008-2010年产品及原材料产能情况分析

#### 第二节 保健酒行业产能分析

- 一、2009-2010年保健酒产能分析
- 二、2009-2010年重点企业产能及占有份额
- 二、2011-2015年保健酒产能预测

#### 第三节 保健酒行业产量分析

- 一、2009-2010年保健酒产量分析
- 二、2010年产能配置与产能利用率调查
- 三、2011-2015年保健酒产量预测

#### 第四节 保健酒行业市场供给分析

- 一、2010年保健酒生产规模现状
- 二、2010年保健酒产能规模分布
- 三、2010年保健酒市场价格走势
- 四、2010年保健酒重点厂商分布
- 五、2010年保健酒产供状况分析

### 第七章 保健酒行业采购状况分析

#### 第一节 保健酒成本分析

- 一、2009-2010年原材料成本走势分析
- 二、2009-2010年劳动力供需及价格分析
- 三、2009-2010年其他方面成本走势分析

## 第二节 上游原材料价格与供给分析

### 一、主要原材料情况

### 二、2008-2010年主要原材料价格与供给分析

### 三、2011-2015年主要原材料市场变化趋势预测

## 第三节 保健酒产业链的分析

### 一、行业集中度

### 二、主要环节的增值空间

### 三、行业进入壁垒和驱动因素

### 四、上下游行业影响及趋势分析

## 第八章 中国保健酒市场供需分析

### 第一节 2010年保健酒市场需求分析

#### 一、保健酒行业需求市场

#### 二、保健酒行业客户结构

#### 三、保健酒行业需求的地区差异

### 第二节 2010年保健酒市场供给分析

#### 一、2010年保健酒市场供给分析

#### 二、2011-2015年保健酒市场供给预测

### 第三节 2011-2015年供求平衡分析及未来发展趋势

#### 一、2011-2015年保健酒行业的需求预测

#### 二、2009-2010年保健酒供求平衡分析

#### 三、2011-2015年保健酒供求平衡预测

## 第九章 区域市场情况深度研究

### 第一节 长三角区域市场情况分析

### 第二节 珠三角区域市场情况分析

### 第三节 环渤海区域市场情况分析

### 第四节 主要省市集中度及竞争力模式分析

### 第五节 保健酒行业主要市场大区发展状况及竞争力研究

#### 一、华北大区市场分析

#### 二、华中大区市场分析

#### 三、华南大区市场分析

四、华东大区市场分析

五、东北大区市场分析

六、西南大区市场分析

七、西北大区市场分析

第六节 保健酒重点地区销售分析

一、保健酒各地区对比销售分析

二、保健酒"重点地区一"销售分析

三、保健酒"重点地区二"销售分析

四、保健酒"重点地区三"销售分析

五、保健酒"重点地区四"销售分析

六、保健酒"重点地区五"销售分析

七、保健酒"重点地区六"销售分析

第三部分 行业竞争分析

第十章 保健酒市场竞争格局分析

第一节 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 行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节 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

第四节 保健酒竞争力优势分析



一、整体产品竞争力评价

二、产品竞争力评价结果分析

三、竞争优势评价及构建建议

## 第五节 保健酒行业竞争格局分析

一、2010年保健酒行业竞争分析

二、2010年国内外保健酒竞争分析

三、2010年中国保健酒市场竞争分析

四、2010年中国保健酒市场集中度分析

五、2010年中国保健酒竞争对手市场份额

六、2010年中国保健酒主要品牌企业梯队分布

## 第十一章 保健酒行业产业结构分析

### 第一节 产业结构分析

一、市场细分充分程度的分析

二、各细分市场领先企业排名

三、各细分市场占总市场的结构比例

四、领先企业的结构分析（所有制结构）

### 第二节 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

一、产业价值链的构成

二、产业链条的竞争优势与劣势分析

### 第三节 产业结构发展预测

一、产业结构调整的方向政府产业指导政策分析

二、产业结构调整中消费者需求的引导因素

三、中国保健酒行业参与国际竞争的战略市场定位

## 第十二章 前十大领先企业发展分析

### 第一节 劲牌有限公司

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场占有份额情况

四、2009-2010年产能及占比

五、2009-2010年主要经营数据指标

## 六、2011-2015年公司发展战略分析

### 第二节 海南椰岛股份有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、市场定位情况

#### 三、市场占有份额情况

#### 四、2009-2010年产能及占比

#### 五、2009-2010年主要经营数据指标

#### 六、2011-2015年公司发展战略分析

### 第三节 浙江致中和酒业有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、市场定位情况

#### 三、市场占有份额情况

#### 四、2009-2010年产能及占比

#### 五、2009-2010年主要经营数据指标

#### 六、2011-2015年公司发展战略分析

### 第四节 烟台张裕集团有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、市场定位情况

#### 三、市场占有份额情况

#### 四、2009-2010年产能及占比

#### 五、2009-2010年主要经营数据指标

#### 六、2011-2015年公司发展战略分析

### 第五节 山西杏花村汾酒厂股份有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、市场定位情况

#### 三、市场占有份额情况

#### 四、2009-2010年产能及占比

#### 五、2009-2010年主要经营数据指标

#### 六、2011-2015年公司发展战略分析

### 第六节 五粮液集团保健酒有限责任公司

#### 一、企业概况

#### 二、市场定位情况

三、市场占有份额情况

四、2009-2010年产能及占比

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

#### 第七节 贵州茅台酒厂集团保健酒业有限公司

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场占有份额情况

四、2009-2010年产能及占比

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

#### 第八节 宁夏香山酒业(集团)有限公司

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场占有份额情况

四、2009-2010年产能及占比

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

#### 第九节 上海交大昂立股份有限公司

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场占有份额情况

四、2009-2010年产能及占比

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

#### 第十节 企业十

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场占有份额情况

四、2009-2010年产能及占比

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

## 第四部分 投资潜力预测

### 第十三章 2011-2015年保健酒行业发展趋势及影响因素

#### 第一节 保健酒市场前景分析

- 一、保健酒市场容量分析
- 二、保健酒行业利好利空政策
- 三、保健酒行业发展前景分析

#### 第二节 保健酒未来发展预测分析

- 一、中国保健酒发展方向分析
- 二、2011-2015年中国保健酒行业发展规模
- 三、2011-2015年中国保健酒行业发展趋势预测

#### 第三节 2011-2015年保健酒行业供需预测

- 一、2011-2015年保健酒行业供给预测
- 二、2011-2015年保健酒行业需求预测
- 三、2011-2015年保健酒行业进出口预测

#### 第四节 影响企业生产与经营的关键趋势

- 一、市场整合成长趋势
- 二、需求变化趋势及新的商业机遇预测
- 三、企业区域市场拓展的趋势
- 四、科研开发趋势及替代技术进展
- 五、影响企业销售与服务方式的关键趋势
- 六、中国保健酒行业SWOT分析

### 第十四章 2011-2015年保健酒行业投资方向与风险分析

#### 第一节 产业发展的有利因素与不利因素分析

#### 第二节 产业发展的空白点分析

#### 第三节 投资回报率比较高的投资方向

#### 第四节 保健酒行业投资潜力与机会

#### 第五节 新进入者应注意的障碍因素

#### 第六节 2011-2015年中国保健酒行业投资风险分析

- 一、市场竞争风险
- 二、原材料压力风险分析
- 三、技术风险分析

#### 四、政策和体制风险

#### 五、外资进入现状及对未来市场的威胁

### 第五部分 市场策略研究

#### 第十五章 行业发展环境与渠道分析

##### 第一节 全国经济发展背景分析

###### 一、2010年宏观经济数据分析

###### 二、2010年宏观政策环境分析

###### 三、“十二五”发展规划分析

##### 第二节 主要城市发展背景分析

###### 一、主要城市区域市场特点分析

###### 二、主要城市社会经济现状分析

###### 三、未来主要城市经济发展预测

##### 第三节 竞争对手渠道模式

###### 一、保健酒市场渠道情况

###### 二、保健酒竞争对手渠道模式

###### 三、保健酒直营代理分布情况

##### 第四节 主要商圈发展趋势分析

###### 一、各城市主要商圈渠道分布情况

###### 二、各城市主要商圈销售规模分析

###### 三、各城市主要商圈发展趋势分析

#### 第十六章 2011-2015年保健酒行业市场策略分析

##### 第一节 消费者调查研究

###### 一、消费者生活方式调查

###### 二、未来社会人口生活水平

###### 三、保健酒消费者调查

###### 四、发达国家同期消费者感知

##### 第二节 营销分析与营销模式推荐

###### 一、渠道构成

###### 二、销售贡献比率

###### 三、覆盖率

四、销售渠道效果

五、价值流程结构

第三节 多元化策略分析

一、行业多元化策略研究

二、现有竞争企业多元化业务模式

三、上下游行业策略分析

第四节 广告投放策略分析

一、行业广告投放现状分析

二、2009-2010年广告投放方式变化分析

三、2009-2010年广告投放总量变化分析

四、2011-2015年广告投放策略分析

第五节 品牌策略分析

一、各品牌定位及策略分析

二、各品牌知名度及策略分析

三、各品牌美誉度及策略分析

四、各品牌忠诚度及策略分析

图表目录

图表：保健酒产业链分析

图表：保健酒行业生命周期

图表：2009-2010年中国保健酒行业市场规模

图表：2009-2010年全球保健酒产业市场规模

图表：2009-2010年保健酒重要数据指标比较

图表：2009-2010年中国保健酒行业销售情况分析

图表：2009-2010年中国保健酒行业利润情况分析

图表：2009-2010年中国保健酒行业资产情况分析

图表：2009-2010年中国保健酒竞争力分析

图表：2011-2015年中国保健酒市场前景预测

图表：2011-2015年中国保健酒市场价格走势预测

图表：2011-2015年中国保健酒发展前景预测

图表：2009-2010年国内生产总值及其增长速度

图表：2009-2010年居民消费价格涨跌幅度

图表：2009年居民消费价格比上年涨跌幅度

图表：2009-2010年国家外汇储备

图表：2009-2010年税收收入及其增长速度

图表：2009-2010年粮食产量及其增长速度

图表：2009-2010年工业增加值及其增长速度

图表：2009年主要工业产品产量及其增长速度

图表：2009年规模以上工业企业实现利润及其增长速度

图表：2009-2010年建筑业增加值及其增长速度

图表：2009-2010年固定资产投资及其增长速度

图表：2009年分行业城镇固定资产投资及其增长速度

图表：2009年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2009年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表：2009-2010年社会消费品零售总额及其增长速度

图表：2009年货物进出口总额及其增长速度

图表：2009年主要商品出口数量、金额及其增长速度

图表：2009年主要商品进口数量、金额及其增长速度

图表：2009年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度

图表：2009-2010年货物进出口总额及其增长速度

图表：2009年分行业外商直接投资及其增长速度

图表：2009年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度

图表：2009年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度

图表：2009-2010年电话用户数

图表：2009年全部金融机构本外币存贷款及其增长速度

图表：2009-2010年城乡居民人民币储蓄存款余额及其增长速度

图表：2009-2010年各类教育招生人数

图表：2009年人口数及其构成

图表：2009-2010年农村居民村收入及其增长速度

图表：2009-2010年城镇居民可支配收入及其增长速度

图表：2010年1-11月工业生产主要指标

图表：2009-2010年9月全国居民消费价格指数

图表：2009-2010年9月工业品出厂价格指数

图表：2010年1-11月保健酒产量全国统计

图表：2010年1-11月保健酒产量北京市统计

图表：2010年1-11月保健酒产量天津市统计

图表：2010年1-11月保健酒产量河北省统计

图表：2010年1-11月保健酒产量内蒙古统计

图表：2010年1-11月保健酒产量辽宁省统计

图表：2010年1-11月保健酒产量吉林省统计

图表：2010年1-11月保健酒产量黑龙江统计

图表：2010年1-11月保健酒产量上海市统计

图表：2010年1-11月保健酒产量江苏省统计

图表：2010年1-11月保健酒产量浙江省统计

图表：2010年1-11月保健酒产量安徽省统计

图表：2010年1-11月保健酒产量福建省统计

图表：2010年1-11月保健酒产量江西省统计

图表：2010年1-11月保健酒产量山东省统计

图表：2010年1-11月保健酒产量河南省统计

图表：2010年1-11月保健酒产量湖北省统计

图表：2010年1-11月保健酒产量湖南省统计

图表：2010年1-11月保健酒产量广东省统计

图表：2010年1-11月保健酒产量广西区统计

图表：2010年1-11月保健酒产量海南省统计

图表：2010年1-11月保健酒产量四川省统计

图表：2010年1-11月保健酒产量云南省统计

图表：2010年1-11月保健酒产量陕西省统计

图表：2010年1-11月保健酒产量甘肃省统计

图表：2010年1-11月保健酒产量青海省统计

图表：2010年1-11月保健酒产量宁夏区统计

图表：2010年1-11月保健酒产量新疆区统计

图表：2010年1-11月我国保健酒产品进口数据

图表：2010年1-11月我国保健酒产品出口数据

图表：2010年1月我国保健酒产品进口数据

图表：2010年1月我国保健酒产品出口数据



图表：2010年2月我国保健酒产品进口数据  
图表：2010年2月我国保健酒产品出口数据  
图表：2010年3月我国保健酒产品进口数据  
图表：2010年3月我国保健酒产品出口数据  
图表：2010年1季度我国保健酒产品进口数据  
图表：2010年1季度我国保健酒产品出口数据  
图表：2010年4月我国保健酒产品进口数据  
图表：2010年4月我国保健酒产品出口数据  
图表：2010年5月我国保健酒产品进口数据  
图表：2010年5月我国保健酒产品出口数据  
图表：2010年6月我国保健酒产品进口数据  
图表：2010年6月我国保健酒产品出口数据  
图表：2010年2季度我国保健酒产品进口数据  
图表：2010年2季度我国保健酒产品出口数据  
图表：2010年7月我国保健酒产品进口数据  
图表：2010年7月我国保健酒产品出口数据  
图表：2010年8月我国保健酒产品进口数据  
图表：2010年8月我国保健酒产品出口数据  
图表：2010年9月我国保健酒产品进口数据  
图表：2010年9月我国保健酒产品出口数据  
图表：2010年3季度我国保健酒产品进口数据  
图表：2010年3季度我国保健酒产品出口数据  
图表：2010年10月我国保健酒产品进口数据  
图表：2010年10月我国保健酒产品出口数据  
图表：2010年11月我国保健酒产品进口数据  
图表：2010年11月我国保健酒产品出口数据

通过《保健酒行业前十大企业竞争力分析及行业发展潜力研究报告(2011-2015年)》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业的发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/179715.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。