



艾凯咨询
ICAN Consulting

2011-2015年 加湿器行业竞争 格局与投资战略研究咨询报告

一、调研说明

《2011-2015年 加湿器行业竞争格局与投资战略研究咨询报告》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/183369.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

目前，空调加湿器几乎成为众多家庭必备的小家电，如今的加湿器在款式和功能上都有了提高，不仅可以净化空气，还可以作为香熏使用，批零生意格外红火。目前家用加湿器市场的产品主要分为超声波型加湿器、纯净型加湿器和电加热式加湿器三类，价格也从几十元到几百元不等，满足不同层次消费者的需求。近年来加湿器市场出现不少新品，其中赋予了健康概念的占据了主角地位。小小加湿器，开发出杀毒消菌、净化空气的附加功能，愈发成为崇尚健康生活的家庭的新宠。作为一个新兴市场，加湿器近几年才开始打开局面，为越来越多的家庭所接受，并由于其先天的健康理念，十分符合现代家庭的心理需求，未来的发展前景也十分看好。尽管前景很美好，但是也有不可忽视的“瓶颈”存在，比方说，北方秋冬干燥，市场需求相对比南方大；东南部经济较发达，人民生活水平高，市场需求相对比经济欠发达的西北部大；受教育程度高，对健康生活理念较为推崇，乐于接受新事物的家庭市场需求相对比受教育程度较低的大。加湿器的下一步目标，就要从这些没有被开发出来的潜在市场着手，在产品性能上加以强化，让加湿器不仅能加湿，还能除湿的理念在消费者心中强化，只有这样，才能在家电王国真正拥有自己的领域，建立不可动摇的市场地位。眼下，强悍的加湿器品牌并不多，较知名不过是亚都、美的，这个时候的加湿器生产商们，如果能冷静心智，携手挖掘市场，是大有可为的。若是满足现状，开始对市场骄傲，不注重产品和市场开发，是很危险的，很可能像一个早慧的孩子那样，因自满而裹足不前，最终“泯然众人”矣，乃至很快被新星所取代。

中国小家电产业是中国家电行业中重要组成部分，在30多年发展过程中中国产业走过一条先外后内发展道路。未来几年将是我国小家电市场爆发性增长的黄金时期，整个行业前景广阔，这为小家电企业带来极具诱惑的市场发展时机。近年来，中国小家电行业整体制造水平提升，加上中国内需市场不断增长，消费者对生活品质重视追求，加快了小家电普及率。各大家电企业都把小家电产品作为新的盈利点。“十一五”期间中国小家电在全球出口市场保持了60%左右份额，其中2009年小家电产品出口额达到了138亿美元，与2005年增长了52%，中国已经成为全球最主要的小家电生产基地。经过多年积累，中国小家电行业整体制造水平不但提升，在加上中国内需市场不断增长，消费者对生活品质重视追求，加快了小家电普及率。“十二五”期间随着中国人民富裕程度与社会文明程度不断提升，生活节奏不断加快，个性化、时尚化消费需求不断涌现，将为小家电创造更为广泛的需求领域。“十一五”，中国小家电在全球出口市场保持了60%左右份额，中国已经成为全球最主要的小家电生产基地。“十二五”期间，随着人们生活水平的提升，国内小家电市场将迎来更大的消费空间。电饭锅、电磁灶、电水壶、室内加热器、电压力锅的城市家庭拥有率超过50%。美的、苏泊尔、松下等品牌市

场占有率较高。在当前形势下，我国加湿器行业的投资潜力如何？又存在哪些投资机会呢？

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、国务院发展研究中心、中国家电协会、中国轻工业联合会、中华商业信息中心、中国行业研究网、国内外相关报刊杂志的基础信息，对我国加湿器行业的市场规模与发展前景、供给与需求状况、销售情况、从业企业以及国家相关产业政策等进行了分析。报告重点分析了加湿器市场的现状以及行业竞争格局，详解了行业知名品牌营销模式，并对加湿器行业的发展趋势进行了研判，是加湿器生产企业、科研单位、经销企业等单位准确了解目前加湿器行业发展动态，把握企业定位和发展战略不可多得的决策参考资料。

目录

CONTENTS

第一部分 行业发展现状

第一章 加湿器行业概述

第一节 加湿器概述

一、加湿器相关概念

二、加湿器基本构造

三、加湿器工作原理

第二节 加湿器行业特性

一、行业赢利性分析

二、行业成长性分析

三、行业进入壁垒分析

四、行业发展概况分析

第三节 2011年我国加湿器产业政策分析

第四节 2011年加湿器行业产品构成分析

第五节 加湿器行业发展成熟度

一、行业发展周期分析

二、行业中外市场成熟度对比

三、行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 全球加湿器行业发展现状分析

第一节 全球加湿器行业运行分析

- 一、2010-2011年全球加湿器市场分析
- 二、2010-2011年全球加湿器技术应用现状
- 三、2010-2011年全球加湿器价格走势分析
- 四、2010-2011年全球加湿器市场供给分析
- 五、2010-2011年全球加湿器市场需求分析

第二节 全球主要国家加湿器市场分析

- 一、2010-2011年美国加湿器市场分析
- 二、2010-2011年德国加湿器市场分析
- 三、2010-2011年英国加湿器市场分析
- 四、2010-2011年法国加湿器市场分析
- 五、2010-2011年日本加湿器市场分析

第三章 中国加湿器行业运行分析

第一节 2010-2011年中国加湿器行业运行综述

- 一、2010-2011年行业特点分析
- 二、2010-2011年加湿器产品新建及扩建项目
- 三、2010-2011年加湿器市场分析

第二节 2010-2011年中国加湿器价格发展情况分析

- 一、2010年加湿器价格回顾
- 二、2010-2011年影响价格的因素分析
- 三、2010-2011年价格走势分析

第三节 2010-2011年中国加湿器行业市场供需情况分析

- 一、2010-2011年市场供给情况分析
- 二、2010-2011年产品需求分析

第四章 2006-2010年中国加湿器行业数据分析

第一节 2006-2010年家用电力器具制造总体数据分析

- 一、2006年全国家用电力器具制造总体数据分析
- 二、2009年全国家用电力器具制造总体数据分析
- 三、2010年全国家用电力器具制造总体数据分析

第二节 2006-2010年不同所有制家用电力器具制造企业数据分析

一、2006年不同所有制家用电力器具制造企业数据分析

二、2009年不同所有制家用电力器具制造企业数据分析

三、2010年不同所有制家用电力器具制造企业数据分析

第三节 2006-2010年不同规模家用电力器具制造企业数据分析

一、2006年不同规模家用电力器具制造企业数据分析

二、2009年不同规模家用电力器具制造企业数据分析

三、2010年不同规模家用电力器具制造企业数据分析

第五章 我国加湿器市场情况分析

第一节 2010年中国加湿器市场综述

一、中国加湿器市场发展简况

二、国内加湿器市场发展的特点

三、中国加湿器渠道销售状况分析

第二节 2006-2010年我国加湿器行业产量分析

一、2006年我国加湿器行业产量分析

二、2009年我国加湿器行业产量分析

三、2010年我国加湿器行业产量分析

第三节 2006-2010年我国加湿器行业消费量分析

一、2006年我国加湿器行业消费量分析

二、2009年我国加湿器行业消费量分析

三、2010年我国加湿器行业消费量分析

第四节 2006-2010年我国加湿器行业需求规模分析

一、2006年我国加湿器行业需求规模分析

二、2009年我国加湿器行业需求规模分析

三、2010年我国加湿器行业需求规模分析

第六章 加湿器消费群体与客户满意度调查

第一节 品牌消费偏好调查

一、消费者对加湿器品牌的首要认知渠道调查

二、消费者对加湿器产品的品牌偏好调查

三、消费者对加湿器品牌忠诚度调查

第二节 不同客户购买相关的态度及影响分析

- 一、价格影响程度
- 二、购买方便的影响
- 三、广告的影响程度
- 四、包装的影响程度

第三节 消费群体对加湿器品牌产品的建议

- 一、产品设计
- 二、价位布局
- 三、供货方式

第二部分 行业竞争格局

第七章 加湿器行业竞争格局分析

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 2010-2011年中国加湿器竞争分析

- 一、2010-2011年价格竞争分析
- 二、2010-2011年品牌竞争分析
- 三、2010-2011年功能竞争分析
- 四、2010-2011年各品牌市场份额
- 五、2010-2011年产品产出的企业集中度
- 六、2010-2011年产品消费的品牌集中度

第三节 2010-2011年加湿器区域竞争格局分析

- 一、2010-2011年重点区域竞争力
- 二、2010-2011年市场集中度分析
- 三、2010-2011年企业集中度分析
- 四、2010-2011年北京消费市场品牌构成调查
- 五、2010-2011年上海消费市场品牌构成调查
- 六、2010-2011年广东消费市场品牌构成调查

第八章 加湿器企业竞争策略分析

第一节 加湿器市场竞争策略分析

- 一、2011年加湿器市场增长潜力分析
- 二、2011年加湿器主要潜力品种分析
- 三、现有加湿器产品竞争策略分析
- 四、潜力加湿器品种竞争策略选择
- 五、典型企业产品竞争策略分析

第二节 加湿器企业竞争策略分析

- 一、金融危机对加湿器行业竞争格局的影响
- 二、金融危机后加湿器行业竞争格局的变化
- 三、2011-2015年我国加湿器市场竞争趋势
- 四、2011-2015年加湿器行业竞争格局展望
- 五、2011-2015年加湿器行业竞争策略分析
- 六、2011-2015年加湿器企业竞争策略分析

第九章 主要加湿器企业竞争分析

第一节 亚都

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2010-2011年经营状况
- 四、2011-2015年发展战略

第二节 美的

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2010-2011年经营状况
- 四、2011-2015年发展战略

第三节 万利达

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2010-2011年经营状况
- 四、2011-2015年发展战略

第四节 奔腾

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2010-2011年经营状况
- 四、2011-2015年发展战略

第五节 康福尔

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2010-2011年经营状况
- 四、2011-2015年发展战略

第六节 龙的

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2010-2011年经营状况
- 四、2011-2015年发展战略

第七节 金鹏

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2010-2011年经营状况
- 四、2011-2015年发展战略

第八节 新宝

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2010-2011年经营状况
- 四、2011-2015年发展战略

第九节 飞利浦

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2010-2011年经营状况
- 四、2011-2015年发展战略

第十节 格力

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第三部分 行业前景预测

第十章 加湿器行业发展趋势分析

第一节 中国小家电行业发展前景分析

一、未来小家电的发展趋势

二、小家电产品发展的两种趋向

三、小家电市场透出诱人前景

四、中国小家电市场潜力巨大

第二节 2011-2010年中国加湿器市场发展前景分析

一、市场需求扩大

二、市场营销多样化

三、品牌集中度将提高

四、产品种类日益丰富市场前景看好

第三节 中国加湿器技术发展趋势分析

一、高新技术

二、节能技术

第四节 中国加湿器竞争格局趋势分析

一、技术竞争领跑

二、品牌竞争突出

三、价格竞争激烈

第十一章 未来加湿器行业发展预测

第一节 2011-2015年国际加湿器市场预测

一、2011-2015年全球加湿器行业产值预测

二、2011-2015年全球加湿器市场需求前景

三、2011-2015年全球加湿器市场价格预测

第二节 2011-2015年国内加湿器市场预测

一、2011-2015年国内加湿器行业产值预测

二、2011-2015年国内加湿器市场需求前景

三、2011-2015年国内加湿器市场价格预测

第三节 2011-2015年市场消费能力预测

- 一、2011-2015年行业总需求规模预测
- 二、2011-2015年主要产品市场规模预测

第四节 2011-2015年市场供应能力预测

- 一、2011-2015年行业产能扩张分析
- 二、2011-2015年主要产品产量预测

第五节 2011-2015年进出口预测

- 一、2011-2015年主要产品进口预测
- 二、2011-2015年主要产品出口预测

第六节 2011-2015年主要产品价格走势预测

- 一、2011-2015年主要产品市场价格现状
- 二、2011-2015年主要产品价格走势预测

第四部分 投资战略研究

第十二章 加湿器行业投资现状分析

第一节 2010年加湿器行业投资情况分析

- 一、2010年总体投资及结构
- 二、2010年投资规模情况
- 三、2010年投资增速情况
- 四、2010年分行业投资分析
- 五、2010年分地区投资分析
- 六、2010年外商投资情况

第二节 2011年1季度加湿器行业投资情况分析

- 一、2011年1季度总体投资及结构
- 二、2011年1季度投资规模情况
- 三、2011年1季度投资增速情况
- 四、2011年1季度分行业投资分析
- 五、2011年1季度分地区投资分析
- 六、2011年1季度外商投资情况

第十三章 加湿器行业投资环境分析

第一节 经济发展环境分析

- 一、2010-2011年我国宏观经济运行情况
- 二、2011-2015年我国宏观经济形势分析
- 三、2011-2015年投资趋势及其影响预测

第二节 政策法规环境分析

- 一、2011年加湿器行业政策环境
- 二、2011年国内宏观政策对其影响
- 三、2011年行业产业政策对其影响

第三节 社会发展环境分析

- 一、国内社会环境发展现状
- 二、2011年社会环境发展分析
- 三、2011-2015年社会环境对行业的影响分析

第四节 轻工业振兴规划

- 一、轻工业振兴规划概述
- 二、轻工业振兴规划细则
- 三、轻工业振兴规划三大任务
- 四、轻工业振兴规划六大工程
- 五、轻工业振兴规划十项措施
- 六、轻工业振兴规划的意义与作用
- 七、轻工业振兴规划对加湿器行业的影响

第十四章 加湿器行业投资机会与风险

第一节 行业活力系数比较及分析

- 一、2011年相关产业活力系数比较
- 二、2009-2010行业活力系数分析

第二节 行业投资收益率比较及分析

- 一、2011年相关产业投资收益率比较
- 二、2009-2010行业投资收益率分析

第三节 加湿器行业投资效益分析

- 一、2010-2011年加湿器行业投资状况分析
- 二、2011-2015年加湿器行业投资效益分析
- 三、2011-2015年加湿器行业投资趋势预测
- 四、2011-2015年加湿器行业的投资方向

五、2011-2015年加湿器行业投资的建议

六、新进入者应注意的障碍因素分析

第四节 影响加湿器行业发展的主要因素

一、2011-2015年影响加湿器行业运行的有利因素分析

二、2011-2015年影响加湿器行业运行的稳定因素分析

三、2011-2015年影响加湿器行业运行的不利因素分析

四、2011-2015年我国加湿器行业发展面临的挑战分析

五、2011-2015年我国加湿器行业发展面临的机遇分析

第五节 加湿器行业投资风险及控制策略分析

一、2011-2015年加湿器行业市场风险及控制策略

二、2011-2015年加湿器行业政策风险及控制策略

三、2011-2015年加湿器行业经营风险及控制策略

四、2011-2015年加湿器行业技术风险及控制策略

五、2011-2015年加湿器同业竞争风险及控制策略

六、2011-2015年加湿器行业其他风险及控制策略

第十五章 加湿器行业投资战略研究

第一节 加湿器行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对我国加湿器品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、加湿器实施品牌战略的意义

三、加湿器企业品牌的现状分析

四、我国加湿器企业的品牌战略

五、加湿器品牌战略管理的策略

第三节 加湿器行业投资战略研究

- 一、2011年小家电行业投资战略
 - 二、2011年加湿器行业投资战略
 - 三、2011-2015年加湿器行业投资战略
 - 四、2011-2015年细分行业投资战略
- 第四节 我国加湿器产业应对金融危机的主要策略探讨
- 一、政策角度
 - 二、上、下游市场角度
 - 三、企业管理角度
 - 四、我国加湿器产业应对金融危机的主要策略评价

图表目录

- 图表：2006-2010年经济增长情况
- 图表：2006-2010年城乡居民家庭人均可支配收入与恩格尔系数
- 图表：2006-2010年城镇人员从业状况
- 图表：2006-2010年中国CPI与PPI分析
- 图表：2006-2010年居民消费水平分析
- 图表：2010年1-12月家用电器具制造业经济指标全国合计
- 图表：2010年1-12月家用电器具制造业经济指标北京市合计
- 图表：2010年1-12月家用电器具制造业经济指标天津市合计
- 图表：2010年1-12月家用电器具制造业经济指标河北省合计
- 图表：2010年1-12月家用电器具制造业经济指标辽宁省合计
- 图表：2010年1-12月家用电器具制造业经济指标上海市合计
- 图表：2010年1-12月家用电器具制造业经济指标江苏省合计
- 图表：2010年1-12月家用电器具制造业经济指标浙江省合计
- 图表：2010年1-12月家用电器具制造业经济指标安徽省合计
- 图表：2010年1-12月家用电器具制造业经济指标福建省合计
- 图表：2010年1-12月家用电器具制造业经济指标山东省合计
- 图表：2010年1-12月家用电器具制造业经济指标湖北省合计
- 图表：2010年1-12月家用电器具制造业经济指标湖南省合计
- 图表：2010年1-12月家用电器具制造业经济指标广东省合计
- 图表：2010年1-12月家用电器具制造业经济指标广西区合计

图表：2010年1-12月家用电器具制造业经济指标重庆市合计

图表：2010年1-12月家用电器具制造业经济指标四川省合计

图表：2010年1-12月家用电器具制造业经济指标青海省合计

图表：2010年2月家用电器具制造业收入前十家企业

图表：2010年5月家用电器具制造业收入前十家企业

图表：2010年8月家用电器具制造业收入前十家企业

图表：2010年1-12月加湿器产量全国合计

图表：2010年1-12月加湿器产量上海市合计

图表：2010年1-12月加湿器产量江苏省合计

图表：2010年1-12月加湿器产量浙江省合计

图表：2010年1-12月加湿器产量山东省合计

图表：2010年1-12月加湿器产量湖北省合计

图表：2010年1-12月加湿器产量广东省合计

图表：2010年1-12月加湿器产量广西区合计

图表：2010年1-12月加湿器产量四川省合计

图表：2010年1-12月加湿器进口数据

图表：2010年1季度加湿器进口数据

图表：2010年1月加湿器进口数据

图表：2010年2月加湿器进口数据

图表：2010年3月加湿器进口数据

图表：2010年2季度加湿器进口数据

图表：2010年4月加湿器进口数据

图表：2010年5月加湿器进口数据

图表：2010年6月加湿器进口数据

图表：2010年3季度加湿器进口数据

图表：2010年7月加湿器进口数据

图表：2010年8月加湿器进口数据

图表：2010年9月加湿器进口数据

图表：2010年4季度加湿器进口数据

图表：2010年10月加湿器进口数据

图表：2010年11月加湿器进口数据

图表：2010年12月加湿器进口数据

图表：2010年1-12月加湿器出口数据

图表：2010年1季度加湿器出口数据

图表：2010年1月加湿器出口数据

图表：2010年2月加湿器出口数据

图表：2010年3月加湿器出口数据

图表：2010年2季度加湿器出口数据

图表：2010年4月加湿器出口数据

图表：2010年5月加湿器出口数据

图表：2010年6月加湿器出口数据

图表：2010年3季度加湿器出口数据

图表：2010年7月加湿器出口数据

图表：2010年8月加湿器出口数据

图表：2010年9月加湿器出口数据

图表：2010年4季度加湿器出口数据

图表：2010年10月加湿器出口数据

图表：2010年11月加湿器出口数据

图表：2010年12月加湿器出口数据

图表：2006-2010年我国加湿器销量及其增长率

图表：2006-2010年我国加湿器销量走势图

图表：2006-2010年中国加湿器市场规模及其增长率

图表：2006-2010年我国加湿器市场规模走势图

图表：2009-2010年中国加湿器的市场结构

图表：2009-2010年中国加湿器的价格结构

图表：2009-2010年中国加湿器的品牌结构图

图表：2009-2010年中国加湿器的销售渠道结构图

图表：2009-2010年中国加湿器品牌认知度调查情况

图表：中国加湿器消费者拥有的品牌调查情况

图表：2009年中国加湿器功能使用满意度调查情况

图表：2009年中国加湿器消费者特征

图表：中国加湿器信息认知渠道调查

图表：中国加湿器购买原因调查

图表：中国加湿器购买的主要考虑因素

图表：2009-2010年中国加湿器产品购买渠道调查情况

图表：2009-2010年中国加湿器产品购买价格调查情况

图表：2009-2010年中国加湿器产品价格期望调查情况

图表：2009-2010年中国加湿器产品需要改进的功能调查情况

图表：2006-2010年中国GDP变动

图表：2009-2010年中国产业固定资产投资表

图表：2009-2010年中国行业固定资产投资表

图表：2006-2010年中国固定资产投资增长表

图表：2006-2010年全国加湿器产量及增长表

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/183369.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。