



艾凯咨询
ICAN Consulting

中国移动定位和位置服务(LBS/GIS)市场与投资盈利预测报告(2011-2015年)

一、调研说明

《中国移动定位和位置服务(LBS/GIS)市场与投资盈利预测报告(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/184483.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

随着各国移动通信基础建设的普及、移动终端产品的整合开发以及移动互联网的风行，毋庸置疑，移动定位服务应用的发展将随着上述有利因素的成熟而日益蓬勃。但是，LBS应用需着眼于目前的投入资源与使用者需求等因素来考虑，在运营策略上需要进行多个发展方向的评估。首先是应用服务的引入应该有优先级的考虑，需要根据消费者使用需求的高低，将需要较高的应用先行引入，例如餐厅、旅馆、交通状况、电子地图、当地天气等实时地方信息的查询，然后再根据使用者的反应依序推出车用/行人导航、人身安全、移动交友、移动游戏等特殊增值服务，如此循序渐进的推进，才可逐步建立消费者的LBS使用习惯，从而带动整体市场的发展。

本报告系统全面的调查了移动定位和位置服务(LBS/GIS)产品国内外宏观经济运行环境、行业发展状况、市场供需结构、企业竞争力指标、产品品牌价值等方面内容，报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，进出口数据主要来自海关及商务部，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

为保证报告的翔实、准确可靠、数据之间具有可比性，报告对统计样本数据进行必要的筛选、分组，将宏观样本数据、微观样本数据紧密结合,并采用定量研究为主，定量与定性研究相结合的方法，深入挖掘数据蕴含的内在规律和潜在信息。同时采用统计图表等多种形式将研究结果清晰、直观的展现出来，多方位、多角度为咨询者提供了系统完整的参考信息。

第一章 移动定位和位置服务(LBS/GIS)相关概述

第一节 LBS

一、LBS业务特点

二、我国LBS的应用情况

第二节 GIS

一、GIS 功能与范围界定

二、GIS 的组成部分

三、GIS 的应用领域

四、GIS相关技术

五、GIS常用软件

六、电力工业中的GIS

第二章 位置服务技术、应用及发展历程

第一节 位置服务的系统组成

第二节 无线定位技术分类

一、基于网络的定位技术

二、基于终端的定位技术

三、混合无线定位技术

第三节 无线定位技术综合比较

一、不同无线定位技术的使用现状比较

二、不同无线定位系统的比较

三、不同定位信息传送技术比较

第四节 位置服务的主要应用

一、位置服务的分类及主要应用

二、主要位置服务的精度要求

第五节 国际位置服务产业的发展历程

一、美国E911计划催生位置服务

二、欧盟E-112计划促进位置服务的发展

三、韩日推动位置服务在全球兴起

第六节 中国位置服务产业的发展历程

一、福建移动开通亚洲首套位置服务系统

二、浙江移动推出面向运输行业的位置服务

三、中国联通推出定位之星业务

第七节 位置服务产业的发展趋势

一、市场发展趋势

二、应用发展趋势

三、技术发展趋势

第三章 位置服务市场的产业链分析

第一节 位置服务产业链的构成环节

第二节 定位平台运营商的收入支出模式

第三节 应用平台运营商的收入支出模式

第四节 服务提供商的收入支出模式

第五节 产业链上各环节间的合作模式

第四章 2010-2011年全球移动位置服务(LBS)市场发展状况分析

第一节 2010-2011年全球导航市场概况

一、北斗导航中国版GPS加速布局

二、全球导航产业发展的新趋势

三、2012年全球汽车导航市场预计

第二节 2010-2011年运营商开展移动定位业务的经验

一、定位业务应用

二、运营模式

三、LBS业务的主要驱动力

四、对终端的要求

第三节 2011-2015年全球移动定位业务发展走势

一、国外移动定位业务发展概况

二、全球移动定位业务市场规模

第五章 2010-2011年中国移动定位和位置服务产业政策与行业标准

第一节 2010-2011年中国宏观经济环境分析

一、中国GDP分析

二、消费价格指数分析

三、城乡居民收入分析

四、社会消费品零售总额

五、全社会固定资产投资分析

六、进出口总额及增长率分析

第二节 2010-2011年中国移动定位和位置服务产业政策、法规

一、申请经营增值电信业务的相关法律法规

二、法律法规对信息服务内容的规定

三、移动运营商的准入条件

1、中国移动的准入条件

2、中国联通的准入条件

四、国外政府大力扶植位置服务产业

第六章 2010-2011年中国LBS产业运行态势分析

第一节 2010-2011年中国导航市场概况

- 一、定位服务进入高速增长期
- 二、LBS产业链呼之欲出
- 三、奥运会拉动移动定位市场快速增长

第二节 2010-2011年中国移动通信市场分析

- 一、中国通信行业运行分析
- 二、中国移动通信发展情况分析

第三节 2010-2011年中国LBS市场发展概况

- 一、移动位置服务的发展与展望
- 二、LBS发展现状与未来趋势
- 三、定位服务进入高速发展期
- 四、杭州要建立全球先进的"GPS卫星定位系统"
- 五、重庆个人移动定位2010-2011年有望实现
- 六、中国移动定位市场调查

第四节 2010-2011年中国手机定位市场分析

- 一、手机定位的两种方式
- 二、3G手机移动定位分析
- 三、GPS手机挖掘"个人应用"金矿
- 四、从智能交通看GPS手机导航定位
- 五、GPS手机业务潜力巨大
- 六、手机GPS与车载GPS急增
- 七、中国开通海事卫星手机业务

第五节 2010-2011年车载定位市场分析

- 一、厂商混战车载定位市场
- 二、汽车GPS系统屏幕决定价格
- 三、GPS寻宝游戏也开始风靡中国

第六节 2010-2011年中国移动LBS市场发展影响因素分析

- 一、移动LBS市场发展的促进因素
- 二、制约移动位置服务LBS市场发展的主要因素

三、移动LBS业务运营必要因素

第七章 2010-2011年中国位置服务市场深度剖析

第一节 2010-2011年中国移动通信市场规模

- 一、中国移动用户数
- 二、中国移动通信收入

第二节 2010-2011年中国LBS运营市场规模

- 一、中国LBS用户数
- 二、中国LBS运营收入

第三节 2010-2011年中国定位终端市场规模

第四节 2010-2011年中国电子地图市场规模

- 一、中国GIS引擎市场规模
- 二、中国地图数据市场规模

第五节 2010-2011年中国位置服务个人市场消费调查

- 一、消费者使用情况
- 二、消费者的使用目的
- 三、消费者价格接受度
- 四、影响消费者使用的因素
- 五、消费者认为位置服务所存在的问题
- 六、消费者对位置服务前景的看法

第八章 2010-2011年全球主要地区和国家位置服务运营商情况分析

第一节 北美位置服务运营商发展分析

- 一、BellMobility
- 二、SPRINTPCS
- 三、VERIZONWireless
- 四、CingularWireless
- 五、AT&TWireless

第二节 欧洲位置服务运营商发展分析

- 一、3UK73
- 二、OrangeFrance
- 三、T-MobileGermany

第三节 日本位置服务运营商发展分析

- 一、NTTDoCoMo
- 二、KDDI
- 三、VodafoneK.K.
- 四、Secom

第四节 韩国位置服务运营商发展分析

- 一、SKT
- 二、KTF
- 三、LGT

第九章 2010-2011年中国位置服务方案提供商分析

第一节 安德鲁 (Andrew)

- 一、公司介绍
- 二、推出地面站天线新品
- 三、赢得全球战略定位系统合同
- 四、康普收购安德鲁
- 五、安德鲁成为中国电信网络建设唯一外资供货商
- 六、安德鲁推出世界首套完整电缆系列HELIAX 2.0

第二节 西门子

- 一、公司概况
- 二、西门子中国经营状况
- 三、诺基亚西门子通信全力支持中国3G发展
- 四、西门子实现可持续IT理念策略分析
- 五、西门子中国统一通信发展态势
- 六、2011-2015年西门子获欧元政府订单预测

第三节 爱立信

- 一、公司概况
- 二、爱立信位置服务解决方案发展情况
- 三、ESRI软件为爱立信巴西公司建立企业级GIS系统
- 四、爱立信3G网络运维经验和策略
- 五、爱立信基于IMS的固网移动融合(FMC)解决方案
- 六、爱立信已经为中国3G的启动做好了准备

七、爱立信推出LTE TDD

八、爱立信在中国3G市场份额

第四节 摩托罗拉

一、公司概况

二、摩托罗拉将被分拆为两家独立上市公司

三、摩托罗拉衰败因素分析

四、摩托罗拉手机业务的现状

五、摩托罗拉渠道策略分析

六、摩托罗拉市场发展战略建议

七、江苏移动采用摩托罗拉定位服务解决方案

八、摩托罗拉中国3G策略

第五节 中兴通讯

一、公司介绍

二、中兴通讯经营情况分析

三、中兴通讯携手联通推出导航定位手机

四、中兴通讯移动定位系统解决方案

五、中兴通讯NGN产品稳居印度电信市场第一

六、中兴通讯世界首WiMAX移动视频监控终端

第六节 华为

一、公司概况

二、华为率先实现3GPP标准A-GPS

三、华为的3G发展策略

四、华为的3G业务解决方案

五、公司发展趋势

第七节 诺基亚

一、公司概况

二、诺基亚移动位置定位服务

三、诺基亚GPS新技术定位

四、诺基亚收购定位软件公司

五、诺基亚的战略大调整

六、诺基亚已完成对Symbian公司的收购

第八节 上海贝尔阿尔卡特股份有限公司

- 一、公司概况
- 二、上海贝尔GSM/GPRS移动定位解决方案
- 三、阿尔卡特朗讯调整战略
- 四、公司3G成功基石
- 五、阿尔卡特朗讯融合创新领跑3G
- 六、阿尔卡特朗讯WCDMA 射频拉远解决方案

第十章 2010-2011年国内外位置服务终端设备提供商透析

第一节 美国GARMIN公司

第二节 麦哲伦公司

第三节 三星

第四节 LG

第五节 NEC

第六节 京瓷

第七节 浙江正原电气股份有限公司

第八节 青岛海信通信

第九节 常天国际（Rikaline）股份有限公司

第十节 北京城际高科信息技术公司

第十一章 中国位置服务软件提供商分析

第一节 SiRF

一、公司背景

二、SiRF巨资收购掌微

第二节 IBM

一、公司背景

二、发展情况

第三节 高通/SnapTrack

一、公司背景

二、发展情况

第四节 凯立德公司

一、移动导航系统

二、系统主要功能

三、系统特点

四、联手盈科创展

第五节 厦门雅迅网络股份有限公司

一、公司简介

二、发展情况

第六节 泰为TeleNav

一、公司简介

二、发展情况

第七节 北京天泰正合数码科技有限公司

一、公司简介

二、发展情况

第十二章 2010-2011年电子地图提供商

第一节 2010-2011年中国GIS引擎提供商分析

一、ESRI

二、武汉中地信息工程有限公司

三、适普软件有限公司

四、厦门精图信息技术有限公司

五、北京超图地理信息技术有限公司

六、研勤科技股份有限公司

七、武大吉奥信息工程技术有限公司

八、北京冠图信息技术有限公司

第二节 2010-2011年中国地图数据提供商分析

一、北京四维图新

二、北京瑞图万方科技有限公司

三、北京灵图软件有限公司

四、高德软件有限公司

五、易图通科技（北京）有限公司

第十三章 2010-2011年中国位置服务SP优势企业分析

第一节 北京协进科技发展有限公司

一、公司简介

二、公司发展战略分析

第二节 北京国都信业科技有限公司

一、公司简介

二、公司发展战略分析

第三节 广东怡创通信有限公司

一、公司简介

二、公司发展战略分析

第四节 成都华好网景科技有限公司

一、公司简介

二、公司发展战略分析

第五节 杭州红雨科技有限公司

一、公司简介

二、公司发展战略分析

第六节 北京安通汽车卫星定位通讯有限责任公司

一、公司简介

二、公司发展战略分析

第七节 北京易索得科技有限责任公司

一、公司简介

二、公司发展战略分析

第八节 北京华娱互动网络科技有限公司

一、公司简介

二、公司发展战略分析

第九节 四川长城软件科技有限公司

一、公司简介

二、公司发展战略分析

第十节 武汉奥发科技工程有限公司

一、公司简介

二、公司发展战略分析

第十四章 2010-2011年中国位置服务系统集成商

第一节 上海三吉电子工程有限公司

第二节 中国普天信息产业集团公司

第三节 北斗星通卫星导航技术有限公司

第四节 北京数字空间科技有限公司

第五节 北京龙运通科技有限公司

第六节 广州国图软件有限公司

第七节 雅讯

第八节 安彩星通

第九节 湖北泰跃

第十节 北京奇华通讯有限公司

第十一节 北京神州天鸿科技有限公司

第十二节 北京九州开元通信技术发展有限公司

第十五章 2011-2015年中国LBS行业发展及投资前景分析

第一节 2011-2015年LBS发展前景及趋势分析

一、LBS发展前景分析

二、中国市场对移动位置服务（LBS）需求分析

三、卫星导航手机应用值得期待

四、未来交通物流业移动定位服务应用

五、移动定位业务的未来

六、地理信息系统技术发展新趋势

第二节 2011-2015年中国位置服务行业发展趋势预测分析

一、市场发展趋势

二、应用发展趋势

三、技术发展趋势

第三节 2011-2015年中国LBS行业投资分析

一、中国LBS行业投资环境分析

二、中国LBS行业投资机会分析

三、中国LBS行业投资风险分析

第四节 2011-2015年中国LBS运营商发展建议

一、无线增值业务应从正视用户需求开始

二、手机定位需产业合作才能多方共赢

第五节 2011-2015年中国发展移动定位业务的建议

一、市场需要一定的培育期

二、提供用户确实需要的业务内容

三、业务设置要从简

四、在业务发展的同时处理好相关问题

图表目录：（部分）

图表：2005-2010年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2010年前三季度中国三产业增加值结构图

图表：2009-2010年中国CPI、PPI月度走势图

图表：2005-2010年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2005-2010年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：1978-2009中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表：1978-2009中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2005-2009年中国工业增加值增长趋势图

图表：2009-2010年我国工业增加值分季度增速

图表：2005-2010年我国全社会固定资产投资额走势图

图表：2005-2010年我国城乡固定资产投资额对比图

图表：2005-2010年我国财政收入支出走势图

图表：2009年1月-2010年7月人民币兑美元汇率中间价

图表：2010年10月人民币汇率中间价对照表

图表：2009-2010年中国货币供应量统计表 单位：亿元

图表：2009-2010年中国货币供应量月度增速走势图

图表：2001-2009年中国外汇储备走势图

图表：2005-2009年中国外汇储备及增速变化图

图表：2010年10月20日中国人民银行利率调整表

图表：我国历年存款准备金率调整情况统计表

图表：2005-2010年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2005-2010年我国货物进出口总额走势图

图表：2005-2010年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表：2005-2009年中国就业人数走势图

图表：2005-2009年中国城镇就业人数走势图

图表：1978-2009年我国人口出生率、死亡率及自然增长率走势图

图表：1978-2009年我国总人口数量增长趋势图

图表：2009年人口数量及其构成

图表：2005-2009年我国普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数走势图

图表：2001-2009年我国广播和电视节目综合人口覆盖率走势图

图表：1978-2009年中国城镇化率走势图

图表：2005-2009年我国研究与试验发展（R&D）经费支出走势图

图表：不同Cell-ID获取技术比较

图表：基于网络的定位技术比较

图表：基于终端的及混合定位技术比较

图表：不同无线定位技术的使用现状比较

图表：基于终端、基于网络和混合方式的定位系统比较

图表：不同定位信息传送技术比较

图表：各类位置服务的主要应用

图表：不同应用对定位精度和频率的要求

图表：位置服务产业链

图表：定位平台运营商的收入支出模式

图表：应用平台运营商的收入支出模式

图表：服务提供商的收入支出模式

图表：位置服务产业链上各环节之间的主要合作模式

图表：全球LBS运营市场规模（亿美元，2003-2010-2011年）

图表：欧洲LBS运营市场规模（亿美元，2003-2010-2011年）

图表：北美LBS运营市场规模（亿美元，2003-2010-2011年）

图表：韩国LBS运营市场规模（亿美元，2003-2010-2011年）

图表：日本LBS运营市场规模（亿美元，2003-2010-2011年）

图表：中国移动用户数发展预测（亿户，2003-2010-2011年）

图表：中国移动通信收入发展预测（亿元，2003-2010-2011年）

图表：中国LBS用户数发展预测（万户，2003-2010-2011年）

图表：中国LBS运营市场规模发展预测（亿元，2003-2010-2011年）

图表：中国定位终端销量预测（万台，2003-2010-2011年）

图表：中国GIS引擎市场规模预测（亿元，2003-2010-2011年）

图表：中国地图数据市场规模预测（亿元，2003-2010-2011年）

图表：消费者使用位置服务的频率

图表：未用过位置服务的消费者对使用该服务的兴趣

图表：消费者使用位置服务的目的

图表：消费者对位置服务信息费的接受程度

图表：影响消费者使用位置服务的因素

图表：消费者认为目前的位置服务所存在的问题

图表：消费者对位置服务前景的看法

图表：申请经营增值电信业务必须具备的条件

图表：SKT的GPS位置服务发展历程

图表：各位置服务品牌的具体应用及其信息使用费

图表：2004年上半年SKT最受欢迎的移动互联网业务排名

图表：KTF的位置服务种类

图表：2004年上半年KTF移动互联网增值业务的每日平均点击

图表：2004年上半年LGT最受欢迎的移动互联网增值业务

图表：NTT DoCoMo的位置服务发展历程

图表：i-mode用户数及其占NTT DoCoMo蜂窝用户总数的比例

图表：i-Area具体应用举例

图表：KDDI位置服务发展历程

图表：EZ NAVI Walk包月用户数及其手机销量

图表：KDDI位置服务的资费以及终端提供商

图表：EZnavigation具体应用举例

图表：Vodafone K.K.的位置服务发展历程

图表：Live!用户数及其占Vodafone K.K.蜂窝用户总数的比例

图表：Secom的安全服务收入（2003Q3 -2004Q2各季度）

图表：Bell Mobility的Finder Services业务的具体应用

图表：3UK的位置服务应用

图表：Orange France的位置服务应用

图表：T-Mobile Germany设定的兴趣点查询关键字

图表：NaviGate业务的信息使用费

图表：中国移动的位置应用（部分）

图表：中国移动位置服务应用的类别构成情况

图表：中国联通的位置服务应用（部分）

图表：中国联通位置服务应用的类别构成情况

图表：中兴通讯主要经济指标走势图

图表：中兴通讯经营收入走势图

图表：中兴通讯盈利指标走势图

图表：中兴通讯负债情况图

图表：中兴通讯负债指标走势图

图表：中兴通讯运营能力指标走势图

图表：中兴通讯成长能力指标走势图

图表：华为主要经济指标走势图

图表：华为经营收入走势图

图表：华为盈利指标走势图

图表：华为负债情况图

图表：华为负债指标走势图

图表：华为运营能力指标走势图

图表：华为成长能力指标走势图

图表：上海贝尔阿尔卡特股份有限公司主要经济指标走势图

图表：上海贝尔阿尔卡特股份有限公司经营收入走势图

图表：上海贝尔阿尔卡特股份有限公司盈利指标走势图

图表：上海贝尔阿尔卡特股份有限公司负债情况图

图表：上海贝尔阿尔卡特股份有限公司负债指标走势图

图表：上海贝尔阿尔卡特股份有限公司运营能力指标走势图

图表：上海贝尔阿尔卡特股份有限公司成长能力指标走势图

图表：浙江正原电气股份有限公司主要经济指标走势图

图表：浙江正原电气股份有限公司经营收入走势图

图表：浙江正原电气股份有限公司盈利指标走势图

图表：浙江正原电气股份有限公司负债情况图

图表：浙江正原电气股份有限公司负债指标走势图

图表：浙江正原电气股份有限公司运营能力指标走势图

图表：浙江正原电气股份有限公司成长能力指标走势图

图表：北京城际高科信息技术公司主要经济指标走势图

图表：北京城际高科信息技术公司经营收入走势图

图表：北京城际高科信息技术公司盈利指标走势图

图表：北京城际高科信息技术公司负债情况图

图表：北京城际高科信息技术公司负债指标走势图

图表：北京城际高科信息技术公司运营能力指标走势图

图表：北京城际高科信息技术公司成长能力指标走势图

图表：上海三吉电子工程有限公司主要经济指标走势图

图表：上海三吉电子工程有限公司经营收入走势图

图表：上海三吉电子工程有限公司盈利指标走势图

图表：上海三吉电子工程有限公司负债情况图

图表：上海三吉电子工程有限公司负债指标走势图

图表：上海三吉电子工程有限公司运营能力指标走势图

图表：上海三吉电子工程有限公司成长能力指标走势图

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/184483.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。