



艾凯咨询
ICAN Consulting

2011-2015年中国卫浴设备产业 竞争格局与投资前景预测报告

一、调研说明

《2011-2015年中国卫浴设备产业竞争格局与投资前景预测报告》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/185295.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

中国卫浴洁具占世界总量的30%，卫浴配件也几乎占了世界总量的35%左右。中国出口欧洲、美国、日本、韩国、中东等地的产品每年以50%的速度增长。当前国内卫浴行业的发展存在着一个最大的“软肋”，那就是缺少品牌，国内卫浴企业要在愈演愈烈的竞争国际化的市场中分享一杯羹，需要好好地设计，提高企业决策、技术创新、合作意识到设计、质量、服务、品牌等运作能力。国内的卫浴产业主要集中在东南沿海发达地区，广东开平、浙江温州、福建南安是目前国内三大卫浴产业集群地。目前中国正在成为全球卫浴最大的生产基地，许多世界知名品牌纷纷登陆，与本土知名品牌寻求合作发展。它们的进入不仅为本土知名品牌注入了新的活力，同时将有力推动国内卫浴产品研发、设计、生产能力的提高，形成一个前所未有的品牌整合时代。目前国内卫浴市场的饱和率还不到20%，尤其是广阔的农村市场，存在着巨大的发展空间，因此，业内人士将未来三年中国的卫浴市场定位为全球最大的卫浴消费市场。目前，陶瓷业已进入原创设计主导的时代，惠达、四维、九牧等民族品牌领袖作为先行者，已率先迈出了坚实步伐，推出的多款新产品在市场上获得诸多好评。民族卫浴领航者成功导入原创设计意味着中国卫浴从“中国制造”转向“中国创造”，这种战略性的转变已经成为中国卫浴行业提升产品档次、提升品牌价值的动力源，成为企业持续、科学、健康、和谐发展的新引擎。

艾凯数据研究中心发布的《2011-2015年中国卫浴设备产业竞争格局与投资前景预测报告》共十四章。首先介绍了国际卫浴设备行业发展状况、中国卫浴设备行业发展环境等，接着分析了中国卫浴设备行业发展的现状，然后介绍了中国卫浴设备市场竞争格局。随后，报告对中国卫浴设备做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国卫浴设备发展趋势与投资预测。您若想对卫浴设备产业有个系统的了解或者想投资卫浴设备行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究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统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

第一章 2010-2011年国际卫浴设备行业发展状况分析

第一节 2010-2011年国际卫浴设备行业发展分析

一、国际卫浴设备品牌分析

二、国际卫浴流行现状分析

三、国际卫浴设备产业发展标准分析

第二节 2010-2011年国际卫浴设备行业区域市场运行分析

一、德国

二、美国

三、日本

四、意大利

第三节 2011-2015年国际卫浴设备产业发展趋势预测分析

第二章 2010-2011年国际卫浴设备优势企业发展态势分析

第一节 科勒企业分析

一、公司简介

二、在华发展动态

三、公司新产品分析

第二节 日本TOTO企业

一、公司简介

二、公司产品分析

三、公司节水策略

四、在华发展动态

第三节 美标企业

一、公司简介

二、公司战略分析

三、在华发展动态

第四节 台湾和成集团

一、公司简介

二、公司信息化发展分析

第五节 乐家公司

一、公司简介

二、公司卫浴产品

三、在华发展动态

第六节 德国DURAVIT公司

一、公司简介

二、公司卫浴产品

第七节 德国高仪集团

一、公司简介

二、公司战略分析

第八节 伊奈公司

一、公司简介

二、公司产品定位

三、在华发展动态

第九节 卡德维股份有限公司

一、公司简介

二、公司产品

三、在华发展动态

第十节 汉斯格雅

一、公司简介

二、公司产品风格

三、在华发展动态

第三章 2010-2011年中国卫浴设备行业发展环境分析

第一节 2010年中国宏观经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2011年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2010-2011年中国卫浴设备行业发展政策法规环境分析

一、中国制定有关组合卫浴设备的国家标准

二、产业产品进出口关税分析

三、国家相关政策分析

第三节 2010-2011年中国卫浴设备行业发展社会环境分析

第四章 2010-2011年中国卫浴设备行业发展状况分析

第一节 2010-2011年中国卫浴设备行业发展现状分析

一、国际金融对中国卫浴企业影响分析

二、中国卫浴行业发展状况分析

三、卫浴新政对行业影响分析

第二节 2010-2011年中国卫浴设备行业设计发展状况分析

- 一、中国卫浴行业设计发展现状
- 二、中国卫浴行业智能化发展分析
- 三、中国整体卫浴设计现状分析
- 四、中国卫浴企业发展软实力分析

第三节 2010-2011年中国卫浴设备行业挑战及机遇分析

- 一、中国卫浴行业发展机遇分析
- 二、中国卫浴行业配件发展挑战分析
- 三、中国卫浴设备行业发展挑战分析
- 四、中国卫浴产业融合机遇分析

第五章 2010-2011年中国卫浴设备市场营运格局分析

第一节 2010-2011年中国卫浴设备行业发展状况分析

- 一、中国卫浴设备品分析
- 二、中国卫浴设备国际地位分析
- 三、国内卫浴设备行业动态分析

第二节 2010-2011年中国卫浴设备行业发展存在的问题分析

- 一、各档定位参差不齐
- 二、产品扩展漫无边际
- 三、洁具各类认证泛滥
- 四、国内卫浴产品贸易壁垒
- 五、卫浴配套产品质量亟待提升

第三节 2010-2011年中国卫浴设备产业发展对策分析

第六章 2010-2011年中国卫浴设备市场运行态势分析

第一节 2010-2011年中国卫浴设备市场发展状况分析

- 一、陶瓷卫浴产品流行发展
- 二、卫浴设备多元化发展分析
- 三、卫浴行业发展关键大事件回顾

第二节 2010-2011年中国卫浴设备消费市场分析

- 一、卫浴消费向奢侈化挺进
- 二、卫浴设备消费观念改变

三、卫浴洁具消费两极分化

四、贷款消费新趋势分析

第三节 2010-2011年中国卫浴设备市场进出口状况分析

一、中国陶瓷出口前景分析

二、中国陶瓷卫浴业"出口创汇"的误区分析

三、中国进口淋浴柱占据高档市场

第七章 2010-2011年中国卫浴设备产品市场发展状况分析

第一节 2010-2011年中国水龙头市场发展状况分析

一、五金水龙头高端市场现状

二、北京水龙头市场分析

三、古典双把水龙头的流行

四、电热水龙头未来市场分析

五、中国水龙头发展趋势

第二节 2010-2011年中国热水器市场发展形势分析

一、中国太阳能热水器OEM现状分析

二、未来热水器发展方向

第三节 2010-2011年中国整体卫浴市场分析

一、中国整体卫浴市场现状分析

二、整体卫浴产品设计分析

三、中国整体卫浴中国风潮流分析

四、中国整体卫浴市场前景分析

第四节 2010-2011年中国淋浴房市场发展分析

一、多功能淋浴房销售火爆

二、淋浴房发展主流分析

三、淋浴房3C认证分析

四、电脑淋浴房市场分析

五、淋浴房安全隐患分析

六、影响淋浴房市场价格因素分析

第五节 2010-2011年中国马桶市场状况分析

一、节水马桶的基本分类

二、节水马桶市场发展状况

三、马桶市场发展状况分析

四、智能马桶引发新一轮革命

五、艺术马桶家居风潮袭来

六、螺旋式龙头坐便器面临淘汰

第六节 2010-2011年中国卫浴设备其他产品市场分析

一、绿色洁具木浴桶市场现状

二、天然木质浴桶成市场新宠

三、实木柜洗手盆市场发展预测

四、五金卫浴配件市场发展趋势分析

五、卫生间配件的现状 & 趋势

六、浴霸行业期待“统一标准”

第八章 2010-2011年中国卫浴设备市场竞争格局分析

第一节 2010-2011年中国卫浴设备行业竞争现状分析

一、中国卫浴市场竞争状况

二、中国卫浴市场两极分化状况

三、中国节水卫浴市场竞争状况分析

四、中国卫浴高端市场竞争分析

五、中国卫浴行业“马太效应”分析

第二节 2010-2011年中国卫浴设备行业竞争焦点

一、关于时尚安全的竞争

二、卫浴企业打响“节水战”

三、瓷砖卫浴联手争夺市场

第三节 2010-2011年中国外资卫浴品牌市场入侵分析

一、洋品牌迫使国内卫浴市场升级

二、德国乐伊卫浴登陆临沂分析

三、日本伊奈军北京卫浴市场

第四节 2010-2011年中外卫浴设备市场竞争分析

一、国货产品与洋品牌之间的较量

二、中国卫浴品牌的差距分析

三、中国陶瓷品牌进军国际市场

第五节 2010-2011年中国卫浴行业竞争主要方式分析

- 一、争夺顾客回头率方式
- 二、以文化素质方式竞争

第九章 2010-2011年中国卫浴设备行业主要区域市场竞争分析

第一节 北京卫浴市场

- 一、星级酒店青睐洋品牌
- 二、宾馆改造认准国内知名品牌
- 三、北京卫浴企业发展

第二节 上海卫浴市场

- 一、关注程度增加
- 二、消费理念成熟
- 三、品牌成为消费的主导因素
- 四、专业服务的需求分析

第三节 广州卫浴市场

- 一、消费特点
- 二、消费市场现状
- 三、品牌空间
- 四、市场前景

第四节 深圳卫浴市场

- 一、消费情趣
- 二、消费模式
- 三、品牌与服务

第十章 2010-2011年中国卫浴设备优势企业竞争力分析

第一节 深圳成霖实业有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第二节 佛山市和兴卫浴有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节 阿波罗（中国）有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第四节 吉事多卫浴有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第五节 开平吉星卫浴实业有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第六节 开平迪丽奇卫浴实业有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第七节 泉州市申利卡阀门洁具有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第八节 厦门瑞尔特卫浴工业有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第九节 山东豪丽尔洁具有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十节 浙江雅鼎卫浴洁具有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十一章 2010-2011年中国卫生陶瓷产业运行现状分析

第一节 2010-2011年中国卫生陶瓷产业概况解读

一、国内卫生陶瓷工业的发展回顾

二、中国卫生陶瓷产业的发展概况

第二节 2010-2011年中国卫生陶瓷市场分析

一、国际顶级卫生陶瓷品牌抢占国内市场

二、国际主要卫陶品牌在中国市场的发展

三、中国卫生陶瓷市场回顾

第三节 2010-2011年中国卫生陶瓷发展的问题与对策分析

一、中国卫生陶瓷业面临的主要问题

二、卫生陶瓷发展的对策

三、中国卫生陶瓷行业发展建议

四、中国卫生陶瓷业的反倾销对策

五、加快卫生陶瓷研发速度的措施

第四节 2008-2010年中国卫生陶瓷制品制造行业主要数据监测分析

一、2008-2010年中国卫生陶瓷制品制造行业总体数据分析

1、2008年中国卫生陶瓷制品制造行业全部企业数据分析

2、2009年中国卫生陶瓷制品制造行业全部企业数据分析

3、2010年中国卫生陶瓷制品制造行业全部企业数据分析

二、2008-2010年中国卫生陶瓷制品制造行业不同规模企业数据分析

1、2008年中国卫生陶瓷制品制造行业不同规模企业数据分析

2、2009年中国卫生陶瓷制品制造行业不同规模企业数据分析

3、2010年中国卫生陶瓷制品制造行业不同规模企业数据分析

三、2008-2010年中国卫生陶瓷制品制造行业不同所有制企业数据分析

1、2008年中国卫生陶瓷制品制造行业不同所有制企业数据分析

2、2009年中国卫生陶瓷制品制造行业不同所有制企业数据分析

3、2010年中国卫生陶瓷制品制造行业不同所有制企业数据分析

第十二章 2011-2015年中国卫浴设备发展趋势预测分析

第一节 2011-2015年中国卫浴设备流行趋势分析

一、科技卫浴成趋势

二、节水卫浴的发展

三、小户型卫浴畅销

四、环保卫浴的趋势

第二节 2011-2015年中国卫浴设备未来发展走向分析

一、木产品将会大有作为

二、享受与功能合二为一

三、工业复古风的流行

四、透明卫浴颠覆传统

第三节 2011-2015年中国卫浴设备设计趋势分析

一、卫浴空间设计新动向

二、现代卫浴间设计流行

三、卫浴间的设计风格选择

第四节 2011-2015年中国卫浴设备行业市场预测分析

一、卫浴设备需求预测

二、卫浴设备产品供给预测

三、卫浴设备市场盈利预测分析

第十三章 2010-2011-2010年中国卫浴设备行业投资机会与风险分析

第一节 2011-2015年中国卫浴设备行业投资环境分析

第二节 2011-2015年中国卫浴设备行业投资机会分析

一、投资装饰木材方面

二、投资外墙材料方面

三、投资门窗材料方面

四、投资管道材料方面

五、投资填缝材料方面

六、投资卫浴五金配件

第三节 2011-2015年中国卫浴设备行业投资风险预警分析

一、宏观调控风险

二、行业竞争风险

三、供需波动风险

四、技术风险

五、经营管理风险

第四节 专家投资建议

第十四章 2011-2015年中国卫浴设备发展策略分析

第一节 2011-2015年中国卫浴设备市场营销新策略分析

- 一、实践"体验式营销"
- 二、品牌概念店成为新模式
- 三、卫浴品牌特许经营模式
- 四、中小卫浴企业发展之道

第二节 2011-2015年中国卫浴品牌塑造优化策略分析

- 一、卫浴品牌塑造存在的问题
- 二、卫浴品牌塑造优化建议
- 三、品牌传播在市场中的执行

第三节 2011-2015年中国中小卫浴企业营销战略模式

- 一、"缝隙营销"战略
- 二、"卫星营销"战略
- 三、"寄生营销"战略
- 四、"虚拟营销"战略
- 五、"共生营销"战略

第四节 2011-2015年中国现代洁具企业的竞争策略分析

- 一、管理竞争策略
- 二、服务竞争策略
- 三、工艺的竞争策略
- 四、经营的理念竞争策略
- 五、卫浴业品牌推广策略

图表目录：（部分）

图表：2005-2010年国内生产总值

图表：2005-2010年居民消费价格涨跌幅度

图表：2010年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2010年国家外汇储备

图表：2005-2010年财政收入

图表：2005-2010年全社会固定资产投资

图表：2010年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2010年固定资产投资新增主要生产能力

图表：深圳成霖实业有限公司主要经济指标走势图

图表：深圳成霖实业有限公司经营收入走势图

图表：深圳成霖实业有限公司盈利指标走势图

图表：深圳成霖实业有限公司负债情况图

图表：深圳成霖实业有限公司负债指标走势图

图表：深圳成霖实业有限公司运营能力指标走势图

图表：深圳成霖实业有限公司成长能力指标走势图

图表：佛山市和兴卫浴有限公司主要经济指标走势图

图表：佛山市和兴卫浴有限公司经营收入走势图

图表：佛山市和兴卫浴有限公司盈利指标走势图

图表：佛山市和兴卫浴有限公司负债情况图

图表：佛山市和兴卫浴有限公司负债指标走势图

图表：佛山市和兴卫浴有限公司运营能力指标走势图

图表：佛山市和兴卫浴有限公司成长能力指标走势图

图表：阿波罗（中国）有限公司主要经济指标走势图

图表：阿波罗（中国）有限公司经营收入走势图

图表：阿波罗（中国）有限公司盈利指标走势图

图表：阿波罗（中国）有限公司负债情况图

图表：阿波罗（中国）有限公司负债指标走势图

图表：阿波罗（中国）有限公司运营能力指标走势图

图表：阿波罗（中国）有限公司成长能力指标走势图

图表：吉事多卫浴有限公司主要经济指标走势图

图表：吉事多卫浴有限公司经营收入走势图

图表：吉事多卫浴有限公司盈利指标走势图

图表：吉事多卫浴有限公司负债情况图

图表：吉事多卫浴有限公司负债指标走势图

图表：吉事多卫浴有限公司运营能力指标走势图

图表：吉事多卫浴有限公司成长能力指标走势图

图表：开平吉星卫浴实业有限公司主要经济指标走势图

图表：开平吉星卫浴实业有限公司经营收入走势图

图表：开平吉星卫浴实业有限公司盈利指标走势图

图表：开平吉星卫浴实业有限公司负债情况图

图表：开平吉星卫浴实业有限公司负债指标走势图

图表：开平吉星卫浴实业有限公司运营能力指标走势图

图表：开平吉星卫浴实业有限公司成长能力指标走势图

图表：开平迪丽奇卫浴实业有限公司主要经济指标走势图

图表：开平迪丽奇卫浴实业有限公司经营收入走势图

图表：开平迪丽奇卫浴实业有限公司盈利指标走势图

图表：开平迪丽奇卫浴实业有限公司负债情况图

图表：开平迪丽奇卫浴实业有限公司负债指标走势图

图表：开平迪丽奇卫浴实业有限公司运营能力指标走势图

图表：开平迪丽奇卫浴实业有限公司成长能力指标走势图

图表：泉州市申利卡阀门洁具有限公司主要经济指标走势图

图表：泉州市申利卡阀门洁具有限公司经营收入走势图

图表：泉州市申利卡阀门洁具有限公司盈利指标走势图

图表：泉州市申利卡阀门洁具有限公司负债情况图

图表：泉州市申利卡阀门洁具有限公司负债指标走势图

图表：泉州市申利卡阀门洁具有限公司运营能力指标走势图

图表：泉州市申利卡阀门洁具有限公司成长能力指标走势图

图表：厦门瑞尔特卫浴工业有限公司主要经济指标走势图

图表：厦门瑞尔特卫浴工业有限公司经营收入走势图

图表：厦门瑞尔特卫浴工业有限公司盈利指标走势图

图表：厦门瑞尔特卫浴工业有限公司负债情况图

图表：厦门瑞尔特卫浴工业有限公司负债指标走势图

图表：厦门瑞尔特卫浴工业有限公司运营能力指标走势图

图表：厦门瑞尔特卫浴工业有限公司成长能力指标走势图

图表：山东豪丽尔洁具有限公司主要经济指标走势图

图表：山东豪丽尔洁具有限公司经营收入走势图

图表：山东豪丽尔洁具有限公司盈利指标走势图

图表：山东豪丽尔洁具有限公司负债情况图

图表：山东豪丽尔洁具有限公司负债指标走势图

图表：山东豪丽尔洁具有限公司运营能力指标走势图

图表：山东豪丽尔洁具有限公司成长能力指标走势图

图表：浙江雅鼎卫浴洁具有限公司主要经济指标走势图

图表：浙江雅鼎卫浴洁具有限公司经营收入走势图

图表：浙江雅鼎卫浴洁具有限公司盈利指标走势图

图表：浙江雅鼎卫浴洁具有限公司负债情况图

图表：浙江雅鼎卫浴洁具有限公司负债指标走势图

图表：浙江雅鼎卫浴洁具有限公司运营能力指标走势图

图表：浙江雅鼎卫浴洁具有限公司成长能力指标走势图

通过《2011-2015年中国卫浴设备产业竞争格局与投资前景预测报告》，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、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/185295.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。