



艾凯咨询
ICAN Consulting

2011-2015年移动位置服务(LBS)行业竞争格局与投资战略 研究咨询报告

一、调研说明

《2011-2015年移动位置服务(LBS)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/185408.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

2010-2011年的热点当之无愧应属于LBS (基于地理位置的服务), checkin类LBS服务商层出不穷, 到目前为止整个相关应用以及用户数仍持续地增长, 而且速度也算是惊人。与此同时, 业内对单一签到类LBS的前景质疑也从未断绝, 很多应用也开始在其他方向寻求差异化突破, 如AR技术、与团购、优惠券等形式结合, 相信不久的将来, 地理位置服务的应用会更加成熟更加多元化。LBS的市场将会不断地进化。提供地理位置应用相关的公司必须开拓新的发展领域, 提供除了签到以外的功能, 最重要是要能满足主流的需求。厌倦现有的签到步骤可能是目前大多数LBS用户的心声, 而如何让签到更有意义也是大家一直在探索的问题, 也许2011年对LBS来说会是个关键, 如何让用户使用的更舒适, 更加隐私, 反馈更多元, 这些根本的改变将攸关LBS是否能长久生存的因素。截止2010年底, 中国互联网用户已达4.5亿, 其中3亿为手机互联网用户, 相比2009年增长30%。同时, 智能手机的日益普及, 各种软硬件环境的成熟, 助力了LBS位置签到服务的快速发展。多家企业抢滩布局, 然而在看似一片繁荣的背后也隐藏了不可忽视的一些问题。LBS被认为是继"团购"之后, 中国互联网下一个"注定血腥"的战场。统互联网和移动互联网最大的不同, 就是多了一个额外的维度——地点。未来LBS将是一个基础性的应用, 将会成为各大互联网公司的标配, 搜索、社区、门户、游戏……中国所有大的互联网公司都会做。

能够与用户体验紧密联系, 与用户生活、工作中的切实需要密切关联, 位置服务正成为移动互联网领域的发展焦点之一。特别是随着智能手机、平板电脑、导航仪器等智能移动终端的普及及移动互联网络的快速发展, 在位置服务中不断衍生出与生活服务、社交服务、广告投放服务等关系密切的新的服务种类, 催生出越来越多的发展空间。位置服务有一个特点, 就是用户要根据自己的位置获得服务, 首先就需要将自己所在的位置告知位置服务提供商。这就使得用户位置必然能够为提供商所获得。特别是用户愿意更快速的获得服务, 或者对位置服务相关保密设置不熟悉的情况下, 位置服务提供商能够更加频繁的获得用户的位置信息。由此, 自然会引发用户对自身隐私保护的关注。iOS、Android、WindowsPhone等几大手机操作系统软件先后暴露出用户信息被悄然采集并存储的问题, 引起了社会各界和欧美等许多国家政府的高度关注。许多位置服务提供商已经主动在保护用户个人隐私方面采取了措施, 或者用加密方式传输和保存用户信息, 或者在服务协议中通过明确条件规定好企业在用户隐私保护方面的责任。但同时, 还有许多提供商并未注意到这点, 仍在采集超出实际需要的数据, 或者用不安全的方法对相关信息进行传输和存储。这种情况下, 有关机构、通信运营商或位置服务牵头企业应当同时行动起来, 从行业标准角度起草制定位置服务的提供指导, 通过提供能够得到业界认可和社会普遍认可的行业自律规范, 帮助更多位置服务提供商加

强保护工作，帮助更多用户明确自己在享受位置服务时所拥有的权益，从而能够基于市场机制，利用用户的选择权选择出更加注重用户隐私保护的企业和服务。

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、国家发改委、国家工业和信息化部、中国全球定位系统技术应用协会、中国电子学会通信学分会、北京信息产业协会、中国移动、中国联通、中国电信、《通信市场》、国内外多种相关报刊杂志的基础信息以及专业研究单位等公布、提供的大量的内容翔实、统计精确的资料和数据，从LBS的概念、技术、应用领域、以及世界LBS市场、中国LBS市场的现状与发展趋势、行业主要竞争格局以及未来发展趋势等多方面深度剖析。报告全面展示了LBS现状，揭示了LBS的市场潜在需求与潜在机会，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供了准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

目录

CONTENTS

第一部分 行业发展现状

第一章 LBS的概述

第一节 LBS概念

一、LBS定义

二、LBS业务分类

三、LBS业务特点

第二节 LBS技术

一、移动定位技术的分类

二、基于移动通信的定位方法

三、移动定位技术比较

第三节 LBS系统介绍

一、LBS系统的组成部分

二、LBS应用的软环境

三、LBS运营中心的搭建

四、LBS应用服务

五、LBS平台介绍

第二章 全球LBS市场分析

第一节 全球LBS市场分析

- 一、2011年全球LBS需求分析
- 二、2011年欧美LBS需求分析
- 三、2011年全球LBS产品产量预测
- 四、LBS对全球商业运作模式的影响
- 五、2011年中外LBS市场对比分析

第二节 日本LBS市场分析

- 一、2010年日本LBS产品产量
- 二、2010年日本LBS产品销量
- 三、2011年日本LBS销量预测

第三节 美国LBS市场分析

- 一、2010年美国LBS产品销量
- 二、2011年美国LBS市场预测
- 三、2015年美国LBS销量预测

第四节 加纳LBS市场分析

- 一、2010年加纳LBS行业分析
- 二、2011年加纳LBS发展形势
- 三、2015年加纳LBS销量预测

第三章 我国LBS产业发展现状

第一节 我国LBS产业发展情况

- 一、我国移动位置服务发展历程
- 二、国内移动位置服务发展状况
- 三、国产LBS软件行业发展现状分析
- 四、移动位置服务专业人才需求和就业情况

第二节 我国LBS市场分析

- 一、我国LBS市场需求分析
- 二、我国LBS发展的重要成就分析
- 三、企业级移动位置服务市场现状分析
- 四、企业级LBS应用状况分析

第三节 金融危机下LBS产业机遇和挑战分析

- 一、我国LBS产业的机遇和挑战分析
- 二、金融危机下移动位置服务行业新机遇
- 三、金融危机给我国企业带来的机遇分析
- 四、金融危机下我国企业面临的风险分析

第四章 LBS的应用领域发展分析

第一节 LBS定位服务发展概况

- 一、全球LBS业务发展概况
- 二、中国LBS业务发展概况

第二节 LBS应用分析

- 一、LBS应用的特点
- 二、移动定位在安全领域的应用
- 三、GPS/GSM移动车辆定位技术及其应用
- 四、LBS让测绘高新技术走进百姓生活

第三节 移动定位业务产业价值链状况

- 一、定位平台服务商和定位应用服务提供商
- 二、移动定位平台供应商
- 三、移动定位应用开发商ASP/内容供应商

第五章 3G时代移动定位业务分析

第一节 移动定位技术

- 一、基于Cell-ID的定位
- 二、基于TDOA的定位
- 三、A-GPS定位技术

第二节 移动定位业务应用前景

第三节 移动定位业务发展面临的问题

- 一、市场认知面临的问题
- 二、服务内容面临的问题
- 三、定位技术面临的问题
- 四、隐私保护面临的问题
- 五、产业链面临的问题
- 六、终端样式面临的问题

第四节 移动定位业务发展的建议

- 一、市场营销策略
- 二、技术升级的定位
- 三、移动位置门户的建立
- 四、构建清晰的产业合作模式
- 五、商业模式与业务策略的探索

第六章 我国LBS产业链和服务链研究

第一节 LBS产业链和产品研究

- 一、LBS产业链结构分析
- 二、LBS产品设计与开发研究
- 三、LBS产品输出分析

第二节 LBS服务和LBS服务链研究

- 一、LBS服务
- 二、LBS服务链
- 三、LBS服务链给国土资源信息化带来的启示

第二部分 行业竞争格局

第七章 移动位置服务(LBS)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 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 中国LBS行业竞争格局综述

- 一、2010年LBS行业集中度
- 二、2010年LBS行业竞争程度

三、2010年LBS企业与品牌数量

四、2010年LBS行业竞争格局分析

第四节 2010-2011年LBS行业竞争格局分析

一、2010-2011年国内外LBS竞争分析

二、2010-2011年我国LBS市场竞争分析

三、2010-2011年我国LBS市场集中度分析

四、2011-2015年国内主要LBS企业动向

第八章 LBS企业竞争策略分析

第一节 LBS市场竞争策略分析

一、2011年LBS市场增长潜力分析

二、2011年LBS主要潜力品种分析

三、现有LBS产品竞争策略分析

四、潜力LBS品种竞争策略选择

五、典型企业产品竞争策略分析

第二节 LBS企业竞争策略分析

一、金融危机对LBS行业竞争格局的影响

二、金融危机后LBS行业竞争格局的变化

三、2011-2015年我国LBS市场竞争趋势

四、2011-2015年LBS行业竞争格局展望

五、2011-2015年LBS行业竞争策略分析

六、2011-2015年LBS企业竞争策略分析

第九章 移动定位服务运营商竞争分析

第一节 中国移动

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 中国联通

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 中国电信

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 北京合众思壮科技有限责任公司

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 北京北斗星通导航技术股份有限公司

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

第十章 位置服务SP 竞争分析

第一节 北京协进科技发展有限公司

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 北京国都信业科技有限公司

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 广东怡创通信有限公司

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 成都华好网景科技有限公司

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 杭州红雨科技有限公司

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 北京华娱互动网络科技有限公司

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 四川长城软件科技有限公司

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 北京安通汽车卫星定位通讯有限责任公司

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 中卫国脉通信股份有限公司

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 北京搜讯通网络科技有限公司

- 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

第十一章 电子地图提供商竞争分析

第一节 国内电子地图市场分析

- 一、导航电子地图的市场规模分析
- 二、导航电子地图行业的产业结构特点
- 三、政府在促进导航电子地图产业健康发展中的作用
- 四、导航电子地图市场须规范
- 五、2011年导航电子地图的年销售额预测
- 六、未来导航地图的发展方向

第二节 GIS引擎提供商

- 一、ESRI
- 二、北京冠图信息技术有限公司
- 三、武大吉奥信息工程技术有限公司
- 四、研勤科技股份有限公司
- 五、北京超图地理信息技术有限公司
- 六、厦门精图信息技术有限公司
- 七、适普软件有限公司
- 八、武汉中地信息工程有限公司

第三节 地图数据提供商

- 一、北京四维图新
- 二、易图通科技（北京）有限公司
- 三、高德软件有限公司
- 四、北京灵图软件有限公司
- 五、北京瑞图万方科技有限公司

第十二章 位置服务方案提供商竞争分析

第一节 安德鲁公司（Andrew）

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 西门子（中国）有限公司

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 爱立信公司

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 摩托罗拉（中国）电子有限公司

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 中兴通讯股份有限公司

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 深圳华为技术有限公司

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 诺基亚公司

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 上海贝尔阿尔卡特股份有限公司

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

第十三章 位置服务软件提供商竞争分析

第一节 SiRF

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 IBM

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 高通/SnapTrack

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 凯立德公司

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 厦门雅迅网络股份有限公司

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 泰为TeleNav

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

第十四章 LBS行业发展趋势分析

第一节 我国LBS行业前景与机遇分析

一、我国LBS行业发展前景

二、先进LBS发展前景分析

三、2011年LBS的发展机遇分析

四、2011年LBS的发展形势分析

第二节 2011-2015年中国LBS市场趋势分析

一、2010-2011年LBS市场趋势总结

二、2011-2015年LBS发展趋势分析

三、2011-2015年LBS市场发展空间

四、2011-2015年LBS产业政策趋向

五、2011-2015年LBS技术革新趋势

六、2011-2015年LBS价格走势分析

七、2011-2015年国际环境对行业的影响

第十五章 未来LBS行业发展预测

第一节 2011-2015年国际LBS市场预测

一、2011-2015年全球LBS行业产值预测

二、2011-2015年全球LBS市场需求前景

三、2011-2015年全球LBS市场价格预测

第二节 2011-2015年国内LBS市场预测

一、2011-2015年国内LBS行业产值预测

二、2011-2015年国内LBS市场需求前景

三、2011-2015年国内LBS市场价格预测

四、2011-2015年国内LBS行业集中度预测

第四部分 投资战略研究

第十六章 LBS行业投资现状分析

第一节 2010年LBS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1-5月LBS行业投资情况分析

一、2011年1-5月总体投资及结构

二、2011年1-5月投资规模情况

三、2011年1-5月投资增速情况

四、2011年1-5月分行业投资分析

五、2011年1-5月分地区投资分析

六、2011年1-5月外商投资情况

第十七章 LBS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LBS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 电子信息产业振兴规划

- 一、电子信息产业振兴规划概述
- 二、电子信息产业振兴规划细则
- 三、电子信息产业振兴规划主要任务
- 四、电子信息产业振兴规划主要工程
- 五、电子信息产业振兴规划主要措施
- 六、电子信息产业振兴规划的意义与作用
- 七、电子信息产业振兴规划对LBS行业的影响

第十八章 LBS行业投资机会与风险

第一节 LBS行业投资效益分析

- 一、2010-2011年LBS行业投资状况分析
- 二、2011-2015年LBS行业投资效益分析
- 三、2011-2015年LBS行业投资趋势预测
- 四、2011-2015年LBS行业的投资方向
- 五、2011-2015年LBS行业投资的建议
- 六、新进入者应注意的障碍因素分析

第二节 影响LBS行业发展的主要因素

- 一、2011-2015年影响LBS行业运行的有利因素分析
- 二、2011-2015年影响LBS行业运行的稳定因素分析
- 三、2011-2015年影响LBS行业运行的不利因素分析
- 四、2011-2015年我国LBS行业发展面临的挑战分析
- 五、2011-2015年我国LBS行业发展面临的机遇分析

第三节 LBS行业投资风险及控制策略分析

- 一、2011-2015年LBS行业市场风险及控制策略
- 二、2011-2015年LBS行业政策风险及控制策略
- 三、2011-2015年LBS行业经营风险及控制策略
- 四、2011-2015年LBS行业技术风险及控制策略
- 五、2011-2015年LBS同业竞争风险及控制策略
- 六、2011-2015年LBS行业其他风险及控制策略

第十九章 LBS行业投资战略研究

第一节 LBS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LBS品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、LBS实施品牌战略的意义

三、LBS企业品牌的现状分析

四、我国LBS企业的品牌战略

五、LBS品牌战略管理的策略

第三节 LBS行业投资战略研究

一、2011年电子信息产业投资战略

二、2011年LBS行业投资战略

三、2011-2015年LBS行业投资战略

四、2011-2015年细分行业投资战略

图表目录

图表：LBS产业链分析

图表：国际LBS市场规模

图表：国际LBS生命周期

图表：LBS行业竞争格局

图表：2003-2010年中国LBS市场规模

图表：2002-2010年全球LBS产业市场规模

图表：2008-2010年LBS行业重要数据指标比较

图表：2003-2010年中国LBS行业销售情况分析

图表：2003-2010年中国LBS行业利润情况分析

图表：2003-2010年中国LBS行业资产情况分析

图表：2008-2010年LBS制造行业总体状况

图表：2009-2010年中国LBS行业发展能力分析

图表：2009-2010年中国LBS行业竞争力分析

图表：2011-2015年中国LBS行业产能预测

图表：2011-2015年中国LBS行业消费量预测

图表：2011-2015年中国LBS行业市场前景预测

图表：2011-2015年中国LBS行业市场价格走势预测

图表：2011-2015年中国LBS行业发展前景预测

图表：LBS系统结构图

图表：LBS结构示意图

图表：LBS系统工作流程

图表：基于位置服务的种类

图表：不同应用对定位精度、频度和移动终端的要求

图表：用户青睐的移动数据业务的比例划分

图表：LBS应用服务结构

图表：LBS的用户接入方式

图表：2003-2008年全球LBS服务市场规模

图表：中国运营商提供的LBS服务

图表：LBS产业链各环节厂商介绍

图表：基于GSM话音通道的移动监控定位系统

图表：移动终端设备组成

图表：基于SMS的移动监控定位系统

图表：移动定位系统车载单元组成

图表：监控中心控制系统组成

图表：定位系统车载部分主程序流程图

图表：2003～2011年全球移动定位市场规模

图表：2004～2010年中国移动定位市场规模及预测

图表：A-GPS工作原理

图表：几种移动定位技术比较

图表：卫星导航产业价值链

图表：2000-2008年我国卫星导航产品产值

图表：2000-2007年我国主要导航应用产品需求量

图表：2003-2010年中国LBS用户规模增长趋势

图表：A-GPS结构示意图

图表：手机导航地图信息更加全面

通过《2011-2015年移动位置服务(LBS)行业竞争格局与投资战略研究咨询报告》，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/185408.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。