



艾凯咨询
ICAN Consulting

2011-2015年中国女鞋行业投资 分析及深度研究咨询报告

一、调研说明

《2011-2015年中国女鞋行业投资分析及深度研究咨询报告》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/192310.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

→内容简介

我国改革开放和经济发展，女性社会地位的不断提升，女性收入呈现大幅度提高态势。随着女性对服饰整体协调度的要求的提高，鞋子在女性服装消费中的地位也大幅度提高。女性对鞋子的消费已经从以前的"一季一双"进入"一季多双"时代。因此，女鞋市场的商品日益丰富，消费者选择的机会越来越多，同时消费者的消费意识大大增强，由一般商品消费转向品牌消费，从商品的物质功能性需求转向精神需求。而女鞋的设计、生产、销售已经从质量时代过渡到品牌时代。消费能力的提高，在消费者时尚意识和消费水平提高的情况下，品牌女皮鞋需求已显著上升。消费者对中高档需求所占份额逐渐增大，而低档需求正在减少，对时尚的追求越来越强烈，对产品的款式、质量和知名度要求提高。女鞋消费需求出现个性化、时尚化、休闲化、前卫化、时装化、民族化等倾向，不同文化、收入、年龄、地位的消费者，就会有不同的品牌选择、价位选择、风格选择、款式选择和时机选择，女鞋市场逐步走向成熟。

已经超过13亿人的中国，其中约占48%是女性。2010年，全球女鞋消费总量超过80亿双，市场总交易额高达3000亿元。我国存在着一个规模庞大、增长迅速的中产阶级群体。这个群体包括白领、政府公务员、工程师与个体工商户等等。我国的中产阶级在2010年达2.5亿，这个群体是品牌女鞋的消费主流，放眼整个中国市场，女鞋销售总体上呈现稳步上升的趋势，然而我国女鞋市场的扩张目前还只体现在产量和品牌种类上，品牌强势还没有培育起来。这使得国内市场各品牌女鞋瓜分天下，短期内难以出现一家或者几家独大的局面。在大型商场中，女鞋的规模和收入仅次于服装，经常位列三甲，但对于众多的女鞋企业来说，要想获取更多的市场份额，二线、三线城市更是兵家必争之地。激烈的市场竞争迫使众多的女鞋企业一方面将精力花在了时尚设计方面，另一方面也在品牌、渠道建设上投入了很大精力。从整体上看，国产女鞋过多地集中在中低端，鲜有高档品牌出现。在高档女鞋方面，我国与意大利、西班牙等欧洲国家相比还有差距。中国女鞋高档品牌的缺失，有多方面的原因，但主要是对产品的文化内涵缺少研究，工艺的精细化程度还不够理想。虽然我国女鞋的质量一直处于上升阶段，目前的整体水平也不错，但缺少有个性、有特色的产品，设计师的文化修养还需要时间的沉淀。在"十二五"的产业转型升级中，国内的女鞋企业一定不能只把眼光盯在款式上，还应该在文化、技术、质量方面加大投入和研究，引进高端设备，学习先进工艺，形成独特的品牌文化，培养国际一流的女鞋设计师，最终形成有自我风格的个性化产品，占领国内外高端女鞋市场。

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、中国轻工业联合会、中国纺织工业协会、中国橡胶工业协会、中国皮革协会、全国制鞋工业信息中心、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、提供的大量内容翔实、统计精确的资料和数据。本报告通过对我国女鞋产业发展现状、消费情况、进出口情况和当前国内女鞋业竞争格局等情况的重点、深入剖析，运用先进的经济学原理对我国女鞋行业的未来发展方向和趋势做出了科学预测。报告还介绍了国内各女鞋行业重点区域的发展现状，所选资料丰富、可靠，引用的数据准确、翔实，是国内女鞋厂家、女鞋原材料提供商、女鞋研究机构等单位准确了解目前女鞋行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

→报告目录

目录

CONTENTS

第一部分 行业运行分析

第一章 2010-2011年中国女鞋行业运行环境分析 1

第一节 2010-2011年中国宏观经济环境分析 1

一、经济发展状况 1

二、收入增长情况 6

三、固定资产投资 18

四、存贷款利率变化 25

五、人民币汇率变化 29

第二节 2010-2011年中国女鞋行业政策环境分析 40

一、从新法规对中国鞋业发展影响 40

二、国家政策对鞋类中小企业影响 41

三、我国鞋类出口面临的贸易壁垒 46

四、服装鞋类等中小企盼政府更多政策支持 56

五、政策引领鞋业发展新思路 56

第三节 2010-2011年中国女鞋行业社会环境分析 58

第四节 2009-2011轻工业振兴规划 73

一、轻工业振兴规划概述 73

二、轻工业调整和振兴规划目标 73

- 三、产业调整和振兴的主要任务 74
- 四、轻工业调整和振兴规划主要措施 80
- 五、轻工业振兴规划对女鞋行业的影响 81

第二章 中国女鞋行业结构分析 87

第一节 中国女鞋行业基本特征 87

一、女鞋行业主要细分产品 87

二、女鞋行业产业链分析 88

第二节 中国女鞋行业竞争结构 89

一、女鞋行业主要企业和主要品牌 89

二、女鞋市场集中度分析 92

第三章 2010-2011年中国女鞋行业生产状况分析 93

第一节 2010-2011年中国女鞋行业生产分析 93

一、2010-2011年中国女鞋行业产能分析 93

二、2010-2011年中国女鞋行业产量分析 93

第二节 中国女鞋行业生产工艺分析 93

一、女鞋制作工艺 93

二、不同类型鞋款制鞋工艺 95

三、女鞋设计要素的系列研究 96

四、女鞋品牌质量的影响因素研究 100

第三节 2010-2011年中国女鞋行业成本结构分析 109

一、2010-2011年行业人工成本分析 109

二、2010-2011年原材料成本变化 109

三、鞋业发展如何应对成本上升 111

第四节 2010年中国女鞋行业生产中存在的主要问题分析 112

第二部分 市场发展分析

第四章 2011年中国女鞋产业市场运行动态分析 117

第一节 2011年中国女鞋市场分析 117

一、2011中国女鞋产业发展现状分析 117

二、近年来我国女鞋市场规模增长分析 119

第二节 2011年中国女鞋市场价格走势分析 121

一、2011年中国女鞋市场价格分析 121

二、2011年中国鞋业市场价格状况 126

第三节 2011年中国女鞋进出口分析 128

一、2011年中国鞋类进出口数据统计 128

二、2011年我国鞋业出口面临问题分析 128

第五章 2011年中国女鞋消费市场调查分析 131

第一节 2011年中国女鞋消费者调查分析 131

一、品牌女鞋消费者品类选择 131

二、品牌女鞋行业消费价格分析 133

三、消费者生活形态和价值观细分群体分析 135

第二节 女鞋品牌调查分析 138

一、女鞋品牌来源地调查 138

二、女鞋品牌稳定性调查 139

三、各品牌女鞋覆盖率调查 139

四、女鞋销售的最好时段 139

第三节 2011年中国女鞋消费分析 140

一、我国女鞋市场消费现状 140

二、女鞋品牌消费终端新市场 140

第六章 中国女鞋细分市场运行态势分析 143

第一节 高跟鞋市场分析 143

一、高跟鞋概述 143

二、高跟鞋类发展 144

第二节 休闲鞋市场分析 146

一、休闲鞋市场现状 146

二、休闲鞋品牌分析 150

三、休闲鞋品牌发展建设 151

四、休闲鞋发展趋势 153

第三节 运动鞋市场分析 154

一、运动鞋的市场分析 154

二、运动鞋消费市场分析 155

三、运动鞋市场发展方向 157

第四节 不同档次女鞋市场分析 159

一、中国高端女鞋市场格局 159

二、中国中低端女鞋市场格局 160

第七章 中国女鞋区域市场运行态势分析 162

第一节 中国女鞋区域市场分析 162

一、温州女鞋市场分析 162

二、广东惠东女鞋市场分析 163

三、成都女鞋市场分析 165

四、龙岗女鞋市场分析 167

第二节 中国女鞋部分 城市市场分析 168

一、北京市场现状 168

二、武汉市场现状 174

三、郑州市场状况 175

四、成都市场状况 176

第三节 温州女鞋行业分析 177

一、温州女鞋发展分析 177

二、温州品牌女鞋市场情况分析 182

第四节 成都女鞋行业分析 187

一、成都女鞋企业分析 187

二、成都制鞋产业发展机遇 191

三、成都制鞋产业集群发展规划 193

第三部分 市场营销与相关行业分析

第八章 中国女鞋行业市场营销策略分析 199

第一节 鞋业销售终端模式分析 199

一、鞋业批发渠道 199

二、鞋业专卖店 202

三、直营店 205

四、专业店 208

五、B2C网上直销 212

六、鞋类品牌超市 215

第二节 中国女鞋行业市场营销策略 216

一、鞋业传统模式销售盈利分析 216

二、中国鞋业创新营销新思路分析 218

三、鞋类的性别营销与市场攻略 225

第九章 女鞋主要相关行业发展概况 229

第一节 皮革行业发展概况 229

一、中国皮革行业发展概况 229

二、中国皮革行业发展态势 232

三、2011年中国皮革行业运行 234

四、中国皮革行业发展关键 238

五、我国皮革行业未来市场发展趋势 240

第二节 橡胶行业发展概况 242

一、2011年橡胶行业统计分析 242

二、影响橡胶工业经济运行的因素 250

第三节 纺织印染行业发展概况 253

一、我国纺织行业现状分析 253

二、纺织行业运行情况回顾 257

三、中国纺织企业经营现状分析 261

四、2011年中国纺织行业发展趋势 262

第四部分 行业竞争分析

第十章 2011年中国女鞋行业竞争分析 265

第一节 中国女鞋行业集中度分析 265

一、中国女鞋行业集群式发展现状 265

二、中国女鞋企业集中度分析 265

三、中国女鞋品牌集中度分析 265

第二节 中国女鞋行业竞争格局 266

一、女鞋行业整体竞争格局 266

二、世界女鞋品牌竞争情况分析 267

三、中国最具升值潜力的女鞋品牌 272

四、影响女鞋市场竞争因素分析 278

第三节 中国女鞋行业竞争策略 279

一、提升女鞋企业竞争力途径 279

二、提升女鞋企业竞争力的策略 281

第十一章 2011年中国女鞋行业主要企业竞争分析 287

第一节 百丽国际控股有限公司 287

一、企业概况 287

二、企业品牌分析 289

三、企业经营策略 290

四、企业运营分析 291

五、2010年企业经营状况 293

第二节 达芙妮国际集团有限公司 294

一、企业概况 294

二、企业发展分析 296

三、企业发展方向 296

四、企业管理分析 298

五、企业收缩运动品牌代理原因分析 299

六、企业品牌推广策略 302

第三节 美丽华企业(南京)有限公司 308

一、企业概况 308

二、企业发展分析 309

第四节 红蜻蜓集团有限公司 316

一、企业概况 316

二、企业竞争优势 317

三、企业营销模式分析 318

第五节 佛山星期六鞋业股份有限公司 319

一、企业概况 319

二、企业市场定位 319

第六节 嘉兴宜泰鞋业有限公司 320

一、企业概况 320

二、企业发展优势 321

第七节 奥康集团有限公司 322

一、企业概况 322

二、企业连锁经营分析 323

三、企业营销方向 327

四、企业品牌营销方略分析 328

第八节 盈进集团控股有限公司 336

一、企业概况 336

二、企业发展方向 336

三、企业经营策略 337

四、2010-2011年企业经营状况 338

五、2010-2011年企业财务分析 339

第五部分 发展趋势与投资分析

第十二章 2011年中国女鞋行业发展趋势 343

第一节 中国女鞋行业发展趋势 343

一、2011年女鞋流行趋势 343

二、“时尚风”成为女鞋市场发展主流 344

三、2012年女鞋业流行趋势预测 346

四、市场细分成为鞋行业发展的必然趋势 346

第二节 中国鞋业终端的发展趋势 347

一、规模化 348

二、连锁化 349

三、专业化 350

四、整合化 351

五、虚拟化 352

第十三章 2011-2015年中国女鞋产业发展预测 354

第一节 2011-2015年中国女鞋发展前景 354

一、我国女鞋市场前景 354

二、中国女鞋市场机会 354

第二节 2011-2015年中国女鞋市场预测 358

- 一、中国鞋业市场的预测 358
- 二、中国女鞋市场供给预测 360
- 三、中国女鞋市场需求预测 360
- 第三节 中国鞋业"十二五"规划发展预测 360
- 一、我国制鞋业"十二五"规划发展预测 360
- 二、鞋企转型数字化生产 362

第十四章 2011-2015年中国女鞋行业投资分析 364

第一节 2011-2015年中国女鞋市场投资机会分析 364

- 一、中国女鞋市场投资新一轮的商机 364
- 二、国际风投进军中国名牌女鞋市场 367

第二节 2011-2015年中国女鞋行业投资风险 368

- 一、财务风险分析 368
- 二、经营风险分析 368
- 三、管理风险分析 369

图表目录

- 图表：2010年全国城镇居民主要收支数据变化情况 9
- 图表：2010年各省（自治区、直辖市）城镇居民可支配收入及消费性支出变化情况 9
- 图表：2010年2月纺织服装、鞋、帽制造业固定资产投资完成额 22
- 图表：2010年3月纺织服装、鞋、帽制造业固定资产投资完成额 22
- 图表：2010年4月纺织服装、鞋、帽制造业固定资产投资完成额 22
- 图表：2010年5月纺织服装、鞋、帽制造业固定资产投资完成额 22
- 图表：2010年6月纺织服装、鞋、帽制造业固定资产投资完成额 23
- 图表：2010年7月纺织服装、鞋、帽制造业固定资产投资完成额 23
- 图表：2010年8月纺织服装、鞋、帽制造业固定资产投资完成额 23
- 图表：2010年9月纺织服装、鞋、帽制造业固定资产投资完成额 23
- 图表：2010年10月纺织服装、鞋、帽制造业固定资产投资完成额 23
- 图表：2010年11月纺织服装、鞋、帽制造业固定资产投资完成额 24
- 图表：2010年12月纺织服装、鞋、帽制造业固定资产投资完成额 24
- 图表：2011年2月纺织服装、鞋、帽制造业固定资产投资完成额 24
- 图表：2011年3月纺织服装、鞋、帽制造业固定资产投资完成额 24

图表：2011年4月纺织服装、鞋、帽制造业固定资产投资完成额 24

图表：2011年5月纺织服装、鞋、帽制造业固定资产投资完成额 25

图表：2011年6月纺织服装、鞋、帽制造业固定资产投资完成额 25

图表：2011年7月纺织服装、鞋、帽制造业固定资产投资完成额 25

图表：2011年8月纺织服装、鞋、帽制造业固定资产投资完成额 25

图表：2011年9月纺织服装、鞋、帽制造业固定资产投资完成额 25

图表：2010-2011年中国女鞋行业产能 93

图表：2010-2011年中国女鞋行业产量 93

图表：不同年龄段女性的消费心理 97

图表：鞋款的整体结构特点 98

图表：年龄与影响因素的重要程度总得分的方差分析 101

图表：教育背景与影响因素的重要程度总得分的方差分析 102

图表：职业与影响因素的重要程度总得分的方差分析 103

图表：月收入与影响因素的重要程度总得分的方差分析 103

图表：KMO和Bartlett的检验 104

图表：成分转化矩阵表 104

图表：因子分析结果 105

图表：各元素两两对比时的重要性等级及其赋值 106

图表：特征值占方差百分数表 107

图表：特征值占方差百分数差值表 107

图表：判断矩阵表 107

图表：2009-2011年中国综合人工成本平均日工资 109

图表：2003-2010年我国女鞋市场规模增长趋势图 120

图表：我国女鞋市场主要品牌份额排行 121

图表：2010年1月服装、鞋帽零售价格指数 122

图表：2010年2月服装、鞋帽零售价格指数 122

图表：2010年3月服装、鞋帽零售价格指数 123

图表：2010年4月服装、鞋帽零售价格指数 123

图表：2010年5月服装、鞋帽零售价格指数 123

图表：2010年6月服装、鞋帽零售价格指数 123

图表：2010年7月服装、鞋帽零售价格指数 123

图表：2010年8月服装、鞋帽零售价格指数 124

图表：2010年9月服装、鞋帽零售价格指数 124

图表：2010年10月服装、鞋帽零售价格指数 124

图表：2010年11月服装、鞋帽零售价格指数 124

图表：2010年12月服装、鞋帽零售价格指数 124

图表：2011年1月服装、鞋帽零售价格指数 125

图表：2011年2月服装、鞋帽零售价格指数 125

图表：2011年3月服装、鞋帽零售价格指数 125

图表：2011年4月服装、鞋帽零售价格指数 125

图表：2011年5月服装、鞋帽零售价格指数 125

图表：2011年6月服装、鞋帽零售价格指数 126

图表：2011年7月服装、鞋帽零售价格指数 126

图表：2011年8月服装、鞋帽零售价格指数 126

图表：2011年9月服装、鞋帽零售价格指数 126

图表：品牌女鞋消费者购买女鞋种类 131

图表：18-25岁品牌女鞋消费者购买女鞋种类 131

图表：26-35岁品牌女鞋消费者购买女鞋种类 132

图表：36-45岁品牌女鞋消费者购买女鞋种类 132

图表：46-55岁品牌女鞋消费者购买女鞋种类 132

图表：品牌女鞋消费者最经常消费的女鞋价格档次 133

图表：18-25岁品牌女鞋消费者最经常消费的女鞋价格档次 134

图表：26-35岁品牌女鞋消费者最经常消费的女鞋价格档次 134

图表：36-45岁品牌女鞋消费者最经常消费的女鞋价格档次 135

图表：46-55岁品牌女鞋消费者最经常消费的女鞋价格档次 135

图表：女鞋消费者生活形态与价值观 136

图表：对品牌、身份地位、自己的价值标准反应迟钝的顾客 137

图表：比起身份地位，更注重按照自己的价值标准享受挑选产品的顾客 137

图表：成都制鞋产业集群发展目标 196

图表：2010年1-2月中国皮革产量统计 234

图表：2010年1-3月中国皮革产量统计 235

图表：2010年1-4月中国皮革产量统计 235

图表：2010年1-5月中国皮革产量统计 235

图表：2010年1-6月中国皮革产量统计 235

图表：2010年1-7月中国皮革产量统计 235

图表：2010年1-8月中国皮革产量统计 235

图表：2010年1-9月中国皮革产量统计 236

图表：2010年1-10月中国皮革产量统计 236

图表：2010年1-11月中国皮革产量统计 236

图表：2010年1-12月中国皮革产量统计 236

图表：2011年1-2月中国皮革产量统计 236

图表：2011年1-3月中国皮革产量统计 236

图表：2011年1-4月中国皮革产量统计 237

图表：2011年1-5月中国皮革产量统计 237

图表：2011年1-6月中国皮革产量统计 237

图表：2011年1-7月中国皮革产量统计 237

图表：2011年1-8月中国皮革产量统计 237

图表：2011年1-9月中国皮革产量统计 237

图表：2011年1-10月中国皮革产量统计 238

图表：2010年1-2月中国合成橡胶产量统计 247

图表：2010年1-3月中国合成橡胶产量统计 247

图表：2010年1-4月中国合成橡胶产量统计 247

图表：2010年1-5月中国合成橡胶产量统计 247

图表：2010年1-6月中国合成橡胶产量统计 248

图表：2010年1-7月中国合成橡胶产量统计 248

图表：2010年1-8月中国合成橡胶产量统计 248

图表：2010年1-9月中国合成橡胶产量统计 248

图表：2010年1-10月中国合成橡胶产量统计 248

图表：2010年1-11月中国合成橡胶产量统计 248

图表：2010年1-12月中国合成橡胶产量统计 249

图表：2011年1-2月中国合成橡胶产量统计 249

图表：2011年1-3月中国合成橡胶产量统计 249

图表：2011年1-4月中国合成橡胶产量统计 249

图表：2011年1-5月中国合成橡胶产量统计 249

图表：2011年1-6月中国合成橡胶产量统计 249

图表：2011年1-7月中国合成橡胶产量统计 250

图表：2011年1-8月中国合成橡胶产量统计 250

图表：2011年1-9月中国合成橡胶产量统计 250

图表：2011年1-10月中国合成橡胶产量统计 250

图表：2010年1-2月中国布产量统计 254

图表：2010年1-3月中国布产量统计 254

图表：2010年1-4月中国布产量统计 254

图表：2010年1-5月中国布产量统计 255

图表：2010年1-6月中国布产量统计 255

图表：2010年1-7月中国布产量统计 255

图表：2010年1-8月中国布产量统计 255

图表：2010年1-9月中国布产量统计 255

图表：2010年1-10月中国布产量统计 255

图表：2010年1-11月中国布产量统计 256

图表：2010年1-12月中国布产量统计 256

图表：2011年1-2月中国布产量统计 256

图表：2011年1-3月中国布产量统计 256

图表：2011年1-4月中国布产量统计 256

图表：2011年1-5月中国布产量统计 256

图表：2011年1-6月中国布产量统计 257

图表：2011年1-7月中国布产量统计 257

图表：2011年1-8月中国布产量统计 257

图表：2011年1-9月中国布产量统计 257

图表：2011年1-10月中国布产量统计 257

图表：2009-2010年盈进集团控股有限公司财务指标 340

图表：2009-2010年盈进集团控股有限公司资产负债表 340

图表：2009-2010年盈进集团控股有限公司现金流量表 341

图表：2009-2010年盈进集团控股有限公司综合损益表 342

图表：主流业态的优缺比较 352

图表：2011-2015年中国女鞋行业供给预测 360

图表：2011-2015年中国女鞋行业需求预测 360

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/192310.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。