



艾凯咨询
ICAN Consulting

2014-2019年中国电梯行业市场 深度分析与投资前景预测报告

一、调研说明

《2014-2019年中国电梯行业市场深度分析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/243694.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

第一部分行业发展现状

第一章电梯行业发展概述

第一节电梯行业基本知识

一、电梯的定义及分类

二、自动扶梯分类概述

第二节电梯交通配置发展概况

一、电梯交通配置概念

二、电梯交通配置发展

第三节电梯行业发展成熟度分析

一、中国电梯发展历程

二、行业发展周期分析

三、行业中外市场成熟度对比

四、行业及其主要子行业成熟度分析

第二章电梯行业技术发展分析

第一节行业技术发展现状

一、2012年中国首创电梯能量回馈装置

二、我国电梯行业标准

三、超高速电梯技术发展的难题

四、2012年节能环保成电梯技术的焦点

五、2013年电梯技术发展情况分析

第二节电梯技术的发展趋势分析

一、智能大厦电梯发展趋势

二、智能建筑电梯监控技术方向

三、电梯技术的整体发展趋势

四、电梯驱动技术的发展趋势

五、2013年电梯技术发展趋势

第三章国外电梯行业发展分析

第一节全球电梯产业发展格局分析

- 一、2011-2013年市场发展现状分析
- 二、2011-2013年市场竞争格局分析
- 三、2011-2013年全球市场发展特点

第二节美国电梯产业发展分析

- 一、2012年美国电梯产业发展现状
- 二、美国电梯产业优势和劣势分析
- 三、美国电梯产业发展趋势分析

第三节日本电梯产业发展分析

- 一、2012年日本电梯产业发展现状
- 二、日本电梯产业优势和劣势分析
- 三、日本电梯产业发展趋势分析

第四章中国电梯行业发展分析

第一节2012年中国电梯行业发展状况

- 一、2012年电梯行业发展状况分析
- 二、2012年中国电梯行业发展动态
- 三、2012年电梯行业经营业绩分析
- 四、2012年我国电梯行业发展热点

第二节2013年电梯行业发展机遇和挑战分析

- 一、2013年电梯行业发展机遇分析
- 二、2013年国际经济环境对电梯行业影响
- 三、2013年国家投资对电梯行业影响

第三节2013年中国电梯市场供需状况

- 一、2013年中国电梯行业供给能力
- 二、2013年中国电梯市场供给分析
- 三、2013年中国电梯市场需求分析
- 四、2012中国电梯产品价格分析

第五章电梯产业经济运行分析

第一节2012年我国电梯行业经济运行分析

- 一、2012年我国电梯行业经济运行总述

- 二、2012年我国电梯产品销售情况
- 三、2012年我国电梯应收账款总额情况
- 四、2012年我国电梯产成品存货情况
- 五、2012年我国电梯产品出口交货值情况
- 六、2012年我国电梯各地区生产销售情况
- 第二节2013年我国电梯行业经济运行分析
 - 一、2013年我国电梯行业经济运行总述
 - 二、2013年我国电梯产品销售情况
 - 三、2013年我国电梯应收账款总额情况
 - 四、2013年我国电梯产成品存货情况
 - 五、2013年我国电梯产品出口交货值情况
 - 六、2013年我国电梯各地区生产销售情况
- 第三节2011-2013年中国电梯产销分析
 - 一、2011-2013年中国电梯产量分析
 - 二、2011-2013年中国电梯产量区域格局
 - 三、2011-2013年中国电梯产量集中度分析
 - 四、2011-2013年中国电梯销量分析
 - 五、2011-2013年电梯产品销售分析

第六章我国电梯产业进出口分析

第一节我国电梯进口分析

- 一、2012年进口总量分析
- 二、2012年进口结构分析
- 三、2012年进口区域分析

第二节我国电梯出口分析

- 一、2012年出口总量分析
- 二、2012年出口结构分析
- 三、2012年出口区域分析

第三节我国电梯进出口预测

- 一、2013年进口分析
- 二、2013年出口分析
- 三、2013年进口预测

四、2013年出口预测

第七章中国电梯行业市场需求分析

第一节影响电梯需求的主要因素分析

- 一、2011-2013年城镇人口以及人口密度
- 二、2013年国家房地产景气指数分析
- 三、2013年房地产市场运行情况分析

第二节消费者对电梯的消费偏好分析

- 一、消费者电梯品牌偏好
- 二、电梯用户满意度调查
- 三、电梯用户满意度测评
- 四、电梯用户需求变化

第三节电梯企业的营销策略分析

- 一、电梯销售人员的素质分析
- 二、电梯企业的销售管理分析
- 三、电梯企业的渠道创新策略分析

第四节电梯差异化营销策略分析

- 一、创造客户就是创造差异
- 二、产品差异化、市场差异化和形象差异化
- 三、以市场调查、细分和定位为基础的差异化策略

第五节电梯企业的跨媒体宣传策略

- 一、市场研究
- 二、目标用户购买行为研究
- 三、媒介研究
- 四、广告研究

第二部分行业竞争格局

第八章电梯行业竞争格局分析

第一节中国电梯行业的发展周期

- 一、电梯行业的增长性与波动性
- 二、2013年电梯行业的经济周期
- 三、2013年电梯行业的成熟度

第二节电梯行业竞争分析

- 一、国际市场发展现状
- 二、2011-2013年国际市场竞争分析
- 三、2011-2013年国内市场竞争分析
- 四、国际市场变化对国内市场影响分析

第三节各类型电梯市场竞争分析

- 一、快速电梯销量迅猛
- 二、小机房电梯将全面替代普通电梯
- 三、无机房电梯的发展
- 四、观光电梯的选择
- 五、住宅电梯的价格和配置

第四节2011-2013年我国电梯竞争分析

- 一、2011-2013年我国电梯品牌竞争分析
- 二、2011-2013年国内外电梯厂商竞争力对比
- 三、2013年我国电梯市场集中度分析
- 四、2013年国内主要电梯企业动向
- 五、2013年国内电梯拟在建项目分析

第九章电梯企业竞争策略分析

第一节电梯市场竞争策略分析

- 一、2013年电梯市场增长潜力分析
- 二、2013年电梯主要潜力品种分析
- 三、现有电梯产品竞争策略分析
- 四、潜力电梯品种竞争策略选择
- 五、典型企业产品竞争策略分析

第二节电梯企业竞争策略分析

- 一、国际经济形势对电梯行业竞争格局的影响
- 二、全球经济下电梯行业竞争格局的变化
- 三、2014-2019年我国电梯市场竞争趋势
- 四、2014-2019年电梯行业竞争格局展望
- 五、2014-2019年电梯行业竞争策略分析
- 六、2014-2019年电梯企业竞争策略分析

第十章国内电梯重点企业竞争分析

第一节上海三菱电梯有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2011-2013年经营状况
- 四、2014-2019年发展战略

第二节日立电梯（中国）有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2011-2013年经营状况
- 四、2014-2019年发展战略

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2011-2013年经营状况
- 四、2014-2019年发展战略

第四节通力电梯有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2011-2013年经营状况
- 四、2014-2019年发展战略

第五节东芝电梯（中国）有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2011-2013年经营状况
- 四、2014-2019年发展战略

第六节蒂森克虏伯集团

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2011-2013年经营状况
- 四、2014-2019年发展战略

第七节迅达集团

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2011-2013年经营状况
- 四、2014-2019年发展战略
- 第八节华升富士达电梯有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2011-2013年经营状况
- 四、2014-2019年发展战略

第三部分行业前景预测

第十一章电梯发展趋势分析

第一节2013年电梯产业发展趋势分析

- 一、2013年电梯技术趋势
- 二、2013年电梯价格趋势

第二节2014-2019年中国电梯行业发展趋势分析

- 一、2014-2019年中国电梯行业发展分析
- 二、2014-2019年中国电梯行业技术开发方向

第三节2014-2019年中国电梯行业前景展望分析

- 一、电梯行业市场格局及竞争趋势展望
- 二、2014-2019年电梯行业经济效益分析
- 三、决定电梯企业市场竞争力的关键因素

第四节未来电梯行业的发展重点

- 一、无齿轮电梯成主流
- 二、电梯节能潜力巨大
- 三、绿色电梯发展趋势
- 四、电梯性能提高趋势
- 五、电梯品牌整合趋势
- 六、用手机操控的电梯

第十二章未来电梯行业发展预测

第一节2014-2019年国际电梯市场预测

一、2014-2019年全球电梯行业产能预测

二、2014-2019年全球电梯市场需求前景

三、2014-2019年全球电梯市场价格预测

第二节2014-2019年国内电梯市场预测

一、2014-2019年国内电梯行业产能预测

二、2014-2019年国内电梯行业产量预测

三、2014-2019年国内电梯市场需求前景

四、2014-2019年国内电梯市场价格预测

五、2014-2019年国内电梯行业集中度预测

第三节2014-2019年电梯行业运行状况预测

一、2014-2019年行业工业总产值预测

二、2014-2019年行业销售收入预测

三、2014-2019年企业数量及变化趋势预测

四、2014-2019年行业利润指标及变化趋势预测

五、2014-2019年行业总资产预测

第四部分投资战略研究

第十三章电梯行业投资现状分析

第一节2012年电梯行业投资情况分析

一、2012年总体投资及结构

二、2012年投资规模情况

三、2012年投资增速情况

四、2012年分行业投资分析

五、2012年分地区投资分析

六、2012年外商投资情况

第二节2013年电梯行业投资情况分析

一、2013年总体投资及结构

二、2013年投资规模情况

三、2013年投资增速情况

四、2013年分行业投资分析

五、2013年分地区投资分析

六、2013年外商投资情况

第十四章电梯行业投资环境分析

第一节经济发展环境分析

- 一、2011-2013年我国宏观经济运行情况
- 二、2014-2019年我国宏观经济形势分析
- 三、2014-2019年投资趋势及其影响预测

第二节政策法规环境分析

- 一、2013年电梯行业政策环境
- 二、2013年国内宏观政策对其影响
- 三、2013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、2013年社会环境发展分析
- 三、2014-2019年社会环境对行业的影响分析

第十五章电梯行业投资机会与风险

第一节电梯行业投资效益分析

- 一、2011-2013年电梯行业投资状况分析
- 二、2014-2019年电梯行业投资效益分析
- 三、2014-2019年电梯行业投资趋势预测
- 四、2014-2019年电梯行业的投资方向
- 五、2014-2019年电梯行业投资的建议
- 六、新进入者应注意的障碍因素分析

第二节影响电梯行业发展的主要因素

- 一、2014-2019年影响电梯行业运行的有利因素分析
- 二、2014-2019年影响电梯行业运行的稳定因素分析
- 三、2014-2019年影响电梯行业运行的不利因素分析
- 四、2014-2019年我国电梯行业发展面临的挑战分析
- 五、2014-2019年我国电梯行业发展面临的机遇分析

第三节电梯行业投资风险及控制策略分析

- 一、2014-2019年电梯行业市场风险及控制策略
- 二、2014-2019年电梯行业政策风险及控制策略

- 三、2014-2019年电梯行业经营风险及控制策略
- 四、2014-2019年电梯行业技术风险及控制策略
- 五、2014-2019年电梯同业竞争风险及控制策略
- 六、2014-2019年电梯行业其他风险及控制策略

第十六章电梯行业投资战略研究

第一节电梯行业发展战略研究

- 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

第二节对我国电梯品牌的战略思考

- 一、企业品牌的重要性
- 二、电梯实施品牌战略的意义
- 三、电梯企业品牌的现状分析
- 四、我国电梯企业的品牌战略
- 五、电梯品牌战略管理的策略

第三节2014-2019年电梯行业投资战略研究

- 一、2013年装备制造行业投资战略
- 二、2013年我国电梯行业投资战略
- 三、2014-2019年电梯行业投资战略
- 四、2014-2019年细分行业投资战略

图表目录：

图表：2007-2012年全球电梯产业销售收入

图表：2007-2012年全球电梯产业销售收入变化趋势

图表：1999-2012年中国电梯产业销售额变化趋势图

图表：2012年电梯行业主要经济指标全国合计

图表：2012年电梯行业主要经济指标北京市合计

图表：2012年电梯行业主要经济指标天津市合计

图表：2012年电梯行业主要经济指标河北省合计

图表：2012年电梯行业主要经济指标山西省合计

图表：2012年电梯行业主要经济指标内蒙古合计

图表：2012年电梯行业主要经济指标辽宁省合计

图表：2012年电梯行业主要经济指标吉林省合计

图表：2012年电梯行业主要经济指标黑龙江合计

图表：2012年电梯行业主要经济指标上海市合计

图表：2012年电梯行业主要经济指标江苏省合计

图表：2012年电梯行业主要经济指标浙江省合计

图表：2012年电梯行业主要经济指标安徽省合计

图表：2012年电梯行业主要经济指标福建省合计

图表：2012年电梯行业主要经济指标江西省合计

图表：2012年电梯行业主要经济指标山东省合计

图表：2012年电梯行业主要经济指标河南省合计

图表：2012年电梯行业主要经济指标湖北省合计

图表：2012年电梯行业主要经济指标湖南省合计

图表：2012年电梯行业主要经济指标广东省合计

图表：2012年电梯行业主要经济指标广西区合计

图表：2012年电梯行业主要经济指标海南省合计

图表：2012年电梯行业主要经济指标重庆市合计

图表：2012年电梯行业主要经济指标四川省合计

图表：2012年电梯行业主要经济指标云南省合计

图表：2012年电梯行业主要经济指标陕西省合计

图表：2012年电梯行业主要经济指标甘肃省合计

图表：2012年电梯行业主要经济指标青海省合计

图表：2012年电梯行业主要经济指标宁夏区合计

图表：2012年电梯行业主要经济指标新疆区合计

图表：2012年2月电梯行业收入前十家企业

图表：2012年5月电梯行业收入前十家企业

图表：2012年8月电梯行业收入前十家企业

图表：2012年11月电梯行业收入前十家企业

图表：2013年电梯行业主要经济指标全国合计

图表：2013年电梯行业主要经济指标北京市合计

图表：2013年电梯行业主要经济指标天津市合计

图表：2013年电梯行业主要经济指标河北省合计

图表：2013年电梯行业主要经济指标山西省合计

图表：2013年电梯行业主要经济指标内蒙古合计

图表：2013年电梯行业主要经济指标辽宁省合计

图表：2013年电梯行业主要经济指标吉林省合计

图表：2013年电梯行业主要经济指标黑龙江合计

图表：2013年电梯行业主要经济指标上海市合计

图表：2013年电梯行业主要经济指标江苏省合计

图表：2013年电梯行业主要经济指标浙江省合计

图表：2013年电梯行业主要经济指标安徽省合计

图表：2013年电梯行业主要经济指标福建省合计

图表：2013年电梯行业主要经济指标江西省合计

图表：2013年电梯行业主要经济指标山东省合计

图表：2013年电梯行业主要经济指标河南省合计

图表：2013年电梯行业主要经济指标湖北省合计

图表：2013年电梯行业主要经济指标湖南省合计

图表：2013年电梯行业主要经济指标广东省合计

图表：2013年电梯行业主要经济指标广西区合计

图表：2013年电梯行业主要经济指标海南省合计

图表：2013年电梯行业主要经济指标重庆市合计

图表：2013年电梯行业主要经济指标四川省合计

图表：2013年电梯行业主要经济指标云南省合计

图表：2013年电梯行业主要经济指标陕西省合计

图表：2013年电梯行业主要经济指标甘肃省合计

图表：2013年电梯行业主要经济指标青海省合计

图表：2013年电梯行业主要经济指标宁夏区合计

图表：2013年电梯行业主要经济指标新疆区合计

图表：2013年1季度电梯行业收入前十家企业

图表：2013年2季度电梯行业收入前十家企业

图表：2013年3季度电梯行业收入前十家企业

图表：2012年电梯产品产量全国统计

图表：2012年电梯产品产量北京市统计

图表：2012年电梯产品产量天津市统计

图表：2012年电梯产品产量河北省统计

图表：2012年电梯产品产量内蒙古统计

图表：2012年电梯产品产量辽宁省统计

图表：2012年电梯产品产量吉林省统计

图表：2012年电梯产品产量黑龙江统计

图表：2012年电梯产品产量上海市统计

图表：2012年电梯产品产量江苏省统计

图表：2012年电梯产品产量浙江省统计

图表：2012年电梯产品产量安徽省统计

图表：2012年电梯产品产量福建省统计

图表：2012年电梯产品产量江西省统计

图表：2012年电梯产品产量山东省统计

图表：2012年电梯产品产量河南省统计

图表：2012年电梯产品产量湖北省统计

图表：2012年电梯产品产量湖南省统计

图表：2012年电梯产品产量广东省统计

图表：2012年电梯产品产量广西区统计

图表：2012年电梯产品产量海南省统计

图表：2012年电梯产品产量四川省统计

图表：2012年电梯产品产量云南省统计

图表：2012年电梯产品产量陕西省统计

图表：2012年电梯产品产量甘肃省统计

图表：2012年电梯产品产量青海省统计

图表：2012年电梯产品产量宁夏区统计

图表：2012年电梯产品产量新疆区统计

图表：2013年电梯产品产量全国统计

图表：2013年电梯产品产量北京市统计

图表：2013年电梯产品产量天津市统计

图表：2013年电梯产品产量河北省统计

图表：2013年电梯产品产量内蒙古统计

图表：2013年电梯产品产量辽宁省统计

图表：2013年电梯产品产量吉林省统计

图表：2013年电梯产品产量黑龙江统计

图表：2013年电梯产品产量上海市统计

图表：2013年电梯产品产量江苏省统计

图表：2013年电梯产品产量浙江省统计

图表：2013年电梯产品产量安徽省统计

图表：2013年电梯产品产量福建省统计

图表：2013年电梯产品产量江西省统计

图表：2013年电梯产品产量山东省统计

图表：2013年电梯产品产量河南省统计

图表：2013年电梯产品产量湖北省统计

图表：2013年电梯产品产量湖南省统计

图表：2013年电梯产品产量广东省统计

图表：2013年电梯产品产量广西区统计

图表：2013年电梯产品产量海南省统计

图表：2013年电梯产品产量四川省统计

图表：2013年电梯产品产量云南省统计

图表：2013年电梯产品产量陕西省统计

图表：2013年电梯产品产量甘肃省统计

图表：2013年电梯产品产量青海省统计

图表：2013年电梯产品产量宁夏区统计

图表：2013年电梯产品产量新疆区统计

图表：2012年我国电梯产品进口数据

图表：2012年我国电梯产品出口数据

图表：2012年1月我国电梯产品进口数据

图表：2012年1月我国电梯产品出口数据

图表：2012年2月我国电梯产品进口数据

图表：2012年2月我国电梯产品出口数据

图表：2012年3月我国电梯产品进口数据

图表：2012年3月我国电梯产品出口数据

图表：2012年1季度我国电梯产品进口数据

图表：2012年1季度我国电梯产品出口数据

图表：2012年4月我国电梯产品进口数据

图表：2012年4月我国电梯产品出口数据

图表：2012年5月我国电梯产品进口数据

图表：2012年5月我国电梯产品出口数据

图表：2012年6月我国电梯产品进口数据

图表：2012年6月我国电梯产品出口数据

图表：2012年2季度我国电梯产品进口数据

图表：2012年2季度我国电梯产品出口数据

图表：2012年7月我国电梯产品进口数据

图表：2012年7月我国电梯产品出口数据

图表：2012年8月我国电梯产品进口数据

图表：2012年8月我国电梯产品出口数据

图表：2012年9月我国电梯产品进口数据

图表：2012年9月我国电梯产品出口数据

图表：2012年3季度我国电梯产品进口数据

图表：2012年3季度我国电梯产品出口数据

图表：2012年10月我国电梯产品进口数据

图表：2012年10月我国电梯产品出口数据

图表：2012年11月我国电梯产品进口数据

图表：2012年11月我国电梯产品出口数据

图表：2012年12月我国电梯产品进口数据

图表：2012年12月我国电梯产品出口数据

图表：2012年4季度我国电梯产品进口数据

图表：2012年4季度我国电梯产品出口数据

图表：2013年我国电梯产品进口数据

图表：2013年我国电梯产品出口数据

图表：2013年1月我国电梯产品进口数据

图表：2013年1月我国电梯产品出口数据

图表：2013年2月我国电梯产品进口数据

图表：2013年2月我国电梯产品出口数据
图表：2013年3月我国电梯产品进口数据
图表：2013年3月我国电梯产品出口数据
图表：2013年1季度我国电梯产品进口数据
图表：2013年1季度我国电梯产品出口数据
图表：2013年4月我国电梯产品进口数据
图表：2013年4月我国电梯产品出口数据
图表：2013年5月我国电梯产品进口数据
图表：2013年5月我国电梯产品出口数据
图表：2013年6月我国电梯产品进口数据
图表：2013年6月我国电梯产品出口数据
图表：2013年2季度我国电梯产品进口数据
图表：2013年2季度我国电梯产品出口数据
图表：2013年7月我国电梯产品进口数据
图表：2013年7月我国电梯产品出口数据
图表：2013年8月我国电梯产品进口数据
图表：2013年8月我国电梯产品出口数据
图表：2013年9月我国电梯产品进口数据
图表：2013年9月我国电梯产品出口数据
图表：2013年3季度我国电梯产品进口数据
图表：2013年3季度我国电梯产品出口数据

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/243694.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。