



艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2020年中国手机浏览器市场运行态势及投资策略报告

一、调研说明

《2015-2020年中国手机浏览器市场运行态势及投资策略报告》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/257302.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

第一章 手机浏览器相关概述

第一节 浏览器与手机浏览器点评

一、网页浏览器

二、手机上网

三、手机浏览器特点

四、手机浏览器与PC浏览器比较

第二节 中国手机浏览器分类

一、按安装方式分类

二、按制造商分类

第三节 手机浏览器评价指标

一、外观

二、便捷性

三、模式与速度

四、安全性

第二章 2014年中国移动互联网产业发展分析

第一节 全球移动互联网行业发展总况

一、全球移动互联网发展概述

二、全球移动互联网行业运行现状

三、美国移动互联网市场用户规模分析

四、欧洲移动互联网行业博弈加剧

五、日韩移动互联网产业发展状况

第二节 中国移动互联网行业发展概况

一、我国移动互联网行业发展环境分析

二、我国移动互联网行业运行综述

三、中国移动互联网行业获五大进展

四、国内农村手机网民迅猛增长

五、中国移动互联网企业竞争解析

第三节 2008-2014年中国移动互联网行业运行分析

一、2014年我国移动互联网行业发展回顾

二、2014年我国移动互联网市场运行分析

三、2009-2014年我国移动互联网取得快速发展

四、2014年中国移动互联网市场运行现况

五、2014年中国移动互联网市场热点聚焦

第四节 移动互联网行业发展的的问题及措施建议

一、我国移动互联网行业发展的制约因素

二、移动互联网产业运营商错失的三大机会剖析

三、我国移动互联网市场亟需完善安全网络环境

四、推进我国移动互联网产业发展的措施

五、移动运营商打造核心竞争力的策略

第五节 移动互联网行业未来前景及趋势预测

一、全球移动互联网市场发展预测

二、2015-2020年中国移动互联网市场规模分析

三、我国移动互联网产业发展展望

四、中国移动互联网行业未来发展趋势

第三章 2014年中国手机浏览器行业运行环境分析

第一节 2014年中国宏观经济环境分析

一、国民经济运行情况GDP(季度更新)

二、消费价格指数CPI、PPI（按月度更新）

三、全国居民收入情况（季度更新）

四、恩格尔系数（年度更新）

五、工业发展形势（季度更新）

六、固定资产投资情况（季度更新）

七、财政收支状况（年度更新）

八、中国汇率调整（人民币升值）

九、存贷款基准利率调整情况

十、存款准备金率调整情况

十一、社会消费品零售总额

十二、对外贸易&进出口

第二节 2014年中国互联网和通信业发展现状分析

一、2014年中国移动电话用户及普及率增长情况分析

二、2014年中国3G和TD发展总体情况

三、2014年中国互联网基础资源现状概述

四、2014年中国网民增长趋势分析

五、2014年中国移动互联网产业快速发展

第三节 2014年中国手机浏览器行业政策环境分析

一、《信息产业科技发展“十一五”规划和2020年中长期规划纲要》

二、《2009-2014年电子信息产业调整和振兴规划》

第四节 2014年中国手机浏览器行业社会环境分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、中国城镇化率

六、居民的各种消费观念和习惯

第四章 2014年全球手机浏览器产业运行透析

第一节 2014年全球移动互联网和智能手机行业发展现状分

一、全球移动互联网的发展历程简述

二、全球移动互联网产业规模分析

三、2014年全球智能手机销售及增长情况

第二节 2014年全球手机浏览器发展进程

一、移动互联网促使手机浏览器萌芽

二、手机浏览器发展的WAP阶段

三、手机浏览器发展的Transcoding阶段

四、第二代手机浏览器阶段

五、全球手机浏览器将标准化

第三节 2014年全球手机浏览器动态分析

一、2008-2014年主要手机浏览器厂商发展动态

二、全球手机浏览器市场占有率情况

三、2014年全球手机浏览器市场格局简析

四、全球手机浏览器将趋于标准化

第四节 2014年挪威Opera Mini手机浏览器发展案例分析

- 一、挪威Opera软件公司简介
- 二、Opera浏览器的开发与设计分析
- 三、Opera Mini全球应用推广过程分析
- 四、Opera Mini的主要盈利模式分析
- 五、2014年Opera Mini全球使用情况统计
- 第五节 2014年国外主流手机浏览器性能比较分析
 - 一、手机浏览器性能对比分析
 - 二、Skyfire（天火）手机浏览器
 - 三、Fennec（火狐Firefox手机版）
 - 四、Safari（iPhone）手机浏览器
 - 五、windows手机浏览器（IE手机版）
 - 六、黑莓浏览器
 - 七、M2手机浏览器

第五章 2014年中国手机浏览器产业运行新形势分析

第一节 2014年中国手机浏览器市场动态分析

- 一、马赫5推出用户付费手机浏览器
- 二、中国TCL 3G手机预装NF浏览器
- 三、华为3G手机将预装Opera浏览器

第二节 中国手机浏览器行业发展概述

- 一、3G推动中国手机浏览器行业兴起
- 二、中国手机浏览器行业迎来发展机遇期
- 三、我国第三方手机浏览器市场发展状况
- 四、中国手机浏览器行业平台化发展态势明显

第三节 2014年中国手机浏览器行业运行现状综述

- 一、2014年中国手机浏览器用户规模分析
- 二、中国手机浏览器市场商业盈利模式分析
- 三、中国手机浏览器行业发展的影响因素分析
 - 1、手机上网带宽低
 - 2、GPRS资费偏高
 - 3、手机浏览器的便捷性

第四节 2014年中国手机浏览器技术研究

一、数据压缩优化技术

二、网页预读

三、缓存技术

四、其他技术

第五节 2014年中国手机浏览器行业发展的措施及建议

一、我国手机浏览器的生存策略分析

二、手机浏览器开发应以用户需求为导向

三、我国应尽快制定手机浏览器行业标准

四、我国手机浏览器行业的服务策略分析

第六章 2014年中国主流手机浏览器市场发展现状分析

第一节 空中Opera手机浏览器

一、Opera浏览器简介

二、2006-2014年Opera手机浏览器中国市场发展现状分析

三、Opera手机浏览器用户规模增长迅猛

四、Opera手机浏览器在华市场发展受阻

五、2014年Opera推出兼容手机电脑的新型浏览器

六、2014年Opera重磅推出Web版手机应用商店

七、Opera mobile智能手机浏览器简介

八、Opera Mobile与Opera mini性能比较分析

第二节 UCWEB手机浏览器

一、优视科技（UC）公司发展历程分析

二、UCWEB手机浏览器功能介绍

三、2004-2014年UCWEB手机浏览器市场发展现状分析

四、UCWEB 商业模式分析

第三节 QQ手机浏览器

一、QQ手机浏览器简介

二、QQ手机浏览器实行开放式运行模式

三、2014年QQ手机浏览器市场表现分析

四、QQ手机浏览器品牌发展分析

五、2014年QQ手机浏览器扩大开放平台利好文学网站

六、手机淘宝与QQ手机浏览器筹划联合拓展手机购物市场

第四节 GO手机浏览器

- 一、GO手机浏览器简介
- 二、GO手机浏览器的主要特点
- 三、GO手机浏览器市场发展现状
- 四、GO手机浏览器市场运行尚需着力拓展渠道

第五节 爱可信NF手机浏览器

- 一、爱可信公司简介
- 二、NF手机浏览器全球市场受青睐
- 三、NF浏览器在华3G手机市场占有率领先
- 四、爱可信开拓移动互联市场的战略思路

第六节 UC手机浏览器

- 一、UC手机浏览器简介
- 二、UC手机浏览器的商业模式分析
- 三、UC手机浏览器联合俄移动增值服务商拓展海外市场
- 四、2014年UC手机浏览器驶入印尼市场
- 五、UC手机浏览器用户规模持续扩大

第七节 2014年中国主流手机浏览器性能和品牌对比分析

- 一、2014年中国三种主流手机浏览器速度技术对比分析
- 二、2014年中国三种主流浏览器用户个性化体验比较
- 三、2014年中国三种主流浏览器扩展功能比较
- 四、中国主流手机浏览器市场发展趋势对比分析

第八节 中国其它国产手机浏览器阐述

- 一、YoYo手机浏览器
- 二、MP手机浏览器
- 三、星际手机浏览器
- 四、航海家手机浏览器
- 五、Skyfire（天火）手机浏览器
- 六、Fennec（火狐Firefox手机版）
- 七、Safari（iPhone）手机浏览器
- 八、windows手机浏览器（IE手机版）

第七章 2014年中国手机浏览器用户调研分析

第一节 我国移动互联网用户调研分析

- 一、我国移动互联网用户基本属性
- 二、用户使用手机上网服务的比例
- 三、我国移动互联网用户基本使用行为
- 四、用户了解手机应用商店及应用类别选择
- 五、我国移动互联网用户基础消费行为

第二节 我国手机浏览器行业用户行为基本调查分析

- 一、我国手机浏览器用户基本属性
- 二、我国手机浏览器用户手机上网行为分析
- 三、我国手机浏览器用户使用偏好分析

第三节 2014年中国手机浏览器网民关注度分析

- 一、中国智能手机关注度分析
- 二、手机上网功能的关注度分析
- 三、手机浏览器的关注度分析
- 四、UCWEB关注度分析

第四节 2014年中国手机浏览器用户应用调研分析

- 一、用户付费意愿分析
- 二、用户使用效果分析
- 三、浏览器存在的问题总结

第五节 2014年中国手机浏览器用户应用调研分析

- 一、手机支持3G功能分析
- 二、手机浏览器使用比例分析
- 三、手机浏览器功能分析
- 四、浏览内容分析

第八章 2014年中国手机浏览器消费者需求分析

第一节 2014年中国手机浏览器的功能需求分析

- 一、内容丰富
- 二、操作简便
- 三、功能强大

第二节 2014年中国手机浏览器的技术标准需求分析

第三节 2014年中国手机浏览器的安全性需求分析

- 一、手机防火墙
- 二、防病毒软件
- 三、代理服务器技术

第九章 2014年中国手机浏览器产业竞争态势分析

第一节 2014年中国手机浏览器竞争总况

- 一、手机浏览器成竞争新焦点
- 二、手机浏览器市场竞争升级
- 三、3G门户用概念搅局手机浏览器竞争白热化
- 四、手机浏览器竞争要点分析
- 五、手机浏览器的主要竞争者及进入门槛
- 六、“入口优势”成为手机浏览器行业竞争的导火索
- 七、我国手机浏览器行业竞争焦点逐渐转移
- 八、2014年中国手机浏览器市场竞争愈加激烈

第二节 2014年中国手机浏览器市场竞争格局分析

- 一、手机生产商在自家手机里面内置浏览器
- 二、智能手机的操作系统自带的浏览器
- 三、专业第三方浏览器

第三节 中国手机浏览器市场厂商竞争分析

- 一、我国手机浏览器市场厂商实力竞争比较
- 二、我国手机浏览器市场厂商竞争状况
- 三、我国手机浏览器市场竞争格局剖析
- 四、决定手机浏览器厂商竞争份额的主要因素分析

第四节 主流手机浏览器竞争比较分析

- 一、3G网背景下五大手机浏览器竞争比较分析
- 二、S60 V5三大主流手机浏览器竞争比较分析
- 三、两大国产手机浏览器流量及速度比较分析

第五节 2014年中国手机浏览器竞争策略分析

- 一、重点技术和产品功能的提升
- 二、重视市场推广
- 三、加强品牌建设

第六节 2015-2020年中国手机浏览器竞争趋势预测分析

第十章 2014年全球手机浏览器实力派企业竞争力分析

第一节 爱可信

- 一、手机浏览器产品介绍
- 二、手机浏览器产品优势
- 三、手机浏览器产品竞争力分析

第二节 挪威的Opera公司

- 一、手机浏览器产品介绍
- 二、手机浏览器产品优势
- 三、手机浏览器产品竞争力分析

第三节 摩托罗拉

- 一、手机浏览器产品介绍
- 二、手机浏览器产品优势
- 三、手机浏览器产品竞争力分析

第四节 微软公司

- 一、手机浏览器产品介绍
- 二、手机浏览器产品优势
- 三、手机浏览器产品竞争力分析

第五节 Mozilla

- 一、手机浏览器产品介绍
- 二、手机浏览器产品优势
- 三、手机浏览器产品竞争力分析

第六节 Google

- 一、手机浏览器产品介绍
- 二、手机浏览器产品优势
- 三、手机浏览器产品竞争力分析

第十一章 2014年中国手机浏览器重点企业竞争力分析（企业可自选）

第一节 杭州摩托罗拉移动通信设备有限公司

- 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 诺基亚首信通信有限公司

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 武汉多普达通讯有限公司

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

第十二章 2014年中国手机浏览器关联行业发展动态分析

第一节 2014年中国智能手机行业发展动态分析

一、中国智能手机技术现状概述

二、中国智能手机市场运行态势分析

三、中国智能手机用户情况分析

四、中国智能手机发展方向

第二节 2014年中国通信产业发展态势分析

一、移动

二、联通

三、电信

四、网通

第十三章 2014年中国手机产业运行新形势分析

第一节 2014年中国手机业运行总况

- 一、中国手机市场回顾
- 二、中国手机品牌分析
- 三、手机行业经营业绩分析

第二节 近几年中国手机产业数据监测

- 一、2007-2014年中国手机制造产业数据分析
- 二、2007-2014年中国手机产量数据分析

第三节 2014年中国手机行业售后服务分析

- 一、度手机行业质量问题分析
- 二、中国手机售后服务调查
- 三、手机行业用户搜索热点简况

第十四章 2015-2020年中国手机浏览器行业发展前景预测分析

第一节 2015-2020年中国手机浏览器行业发展环境预测

第二节 2015-2020年中国手机浏览器行业发展分析

- 一、手机浏览器是移动互联网的重要发展方向
- 二、手机浏览器行业发展方向
- 三、手机浏览器行业发展速度
- 四、我国第三方手机浏览器未来发展趋势

第三节 2015-2020年中国手机浏览器行业市场预测分析

- 一、2015-2020年中国手机浏览器市场规模预测分析
- 二、手机浏览器产品趋势预测
- 三、手机浏览器渠道预测分析

第十五章 2015-2020年中国手机浏览器投资机会及风险分析

第一节 手机浏览器的产业链及行业壁垒

- 一、手机浏览器的产业链
- 二、行业进入壁垒

第二节 2014年中国手机浏览器行业投资现状

- 一、我国手机浏览器行业投资的政策环境分析
- 二、中国手机浏览器行业盈利模式探析
- 三、第三方手机浏览器行业VC/PE投资形势剖析
- 四、未来手机浏览器的投资价值探析

第三节 2015-2020年中国手机浏览器投资机会分析

一、手机浏览器行业发展初期

二、手机浏览器市场潜力大

三、智能手机市场火爆

四、人们生活水平的提高

五、网络技术的发展

第四节 2015-2020年中国手机浏览器投资风险分析

一、技术风险

二、竞争风险

三、经营风险

第五节 智研数据研究中心专家投资建议

图表目录：（部分）

图表：手机浏览器的两种分类方式及代表厂商

图表：2005-2014年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2009.04-2011.06年中国月度CPI、PPI指数走势图

图表：2005-2014年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2005-2014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：2009-2014年我国工业增加值分季度增速

图表：2005-2014年我国全社会固定资产投资额走势图

图表：2005-2014年我国财政收入支出走势图

图表：2014年美元兑人民币汇率中间价

图表：2009-2014年中国货币供应量月度走势图

图表：2001-2014年2月中国外汇储备走势图

图表：1990-2014年央行存款利率调整统计表

图表：1990-2014年央行贷款利率调整统计表

图表：我国历年存款准备金率调整情况统计表

图表：2005-2014年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2005-2014年我国货物进出口总额走势图

图表：2005-2014年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表：1978-2014年我国人口出生率、死亡率及自然增长率走势图

图表：1978-2014年我国总人口数量增长趋势图

图表：2014年人口数量及其构成

图表：2005-2014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：2001-2014年我国广播和电视节目综合人口覆盖率走势图

图表：1978-2014年中国城镇化率走势图

图表：2005-2014年我国研究与试验发展（R&D）经费支出走势图

图表：2005-2014年中国移动电话用户规模和比例增长趋势图

图表：2014年中国各省移动电话用户、普及率统计

图表：2006-2009中国IPv4地址资源变化情况

图表：2014年中国分类域名数

图表：2014年中国分类CN域名数

图表：2006-2009中国网站规模变化趋势图

图表：2003-2014年中国网页规模变化

图表：2014年中国网页数分类及增长情况

图表：2006-2009中国国际出口带宽变化情况

图表：2014年中国主要骨干网络国际出口带宽数

图表：2002-2014年中国网民规模增长趋势图

图表：2014年中国各省互联网宽带接入用户增长情况统计

图表：中国互联网普及率的三个梯队

图表：2014年中国各省网民规模及增速统计

图表：2014年中国各省人均GDP与互联网普及率相关性分析

图表：2014年中国移动互联网市场细分

图表：2007-2014年中国移动互联网市场增长趋势图

图表：2002-2014年中国手机产量统计

图表：2002-2014年中国手机产量增长趋势图

图表：2014年中国手机产量月度统计

图表：2014年中国主要省市手机产量统计

图表：中国信息产业科技发展的15大重点技术列表

图表：2005-2014年全球移动互联网市场规模增长趋势图

图表：2008-2014年全球主要品牌手机销量统计

图表：2008-2014年全球主要品牌智能手机销量统计

图表：2014年国外六种主流手机浏览器产品评测结果

图表：2007-2014年中国手机浏览器市场竞争

图表：2014年3G手机用户使用手机浏览器市场份额

图表：2014年第3季度中国第三方手机浏览器用户市场份额

图表：2008-2014年中国手机网民规模增长统计

图表：2007-2014年中国手机浏览器市场活跃用户规模统计

图表：手机浏览器主要盈利模式列表

图表：2014年中国手机浏览器市场影响因素列表

图表：2006-2014年Opera Mini手机浏览器中国市场发展概况

图表：2004-2014年UCWEB手机浏览器中国市场发展概况

图表：2014年QQ手机浏览器市场发展概况

图表：2014年GO手机浏览器市场发展概况

图表：UC手机浏览器云计算架构图

图表：三种手机浏览器页排版对比

图表：腾讯与UC浏览器页面对比

图表：三种浏览器提供功能方面对比

图表：中国主流手机浏览器发展趋势对比分析

图表：2014年中国网民智能手机关注度排行榜

图表：2014年分季度网民对手机上网功能的关注度

图表：2014年分季度中国网民对手机浏览器的关注度

图表：2014年分季度网民对UCWEB关注度变化

图表：2014年移动互联网用户接受手机收费的应用服务项目列表

图表：2014年移动互联网用户手机应用效果列表

图表：2014年中国手机浏览器存在的问题列表

图表：2014年手机支持3G功能比例

图表：2014年网民手机浏览器使用品牌比例

图表：2014年网民手机浏览器细分功能关注比例

图表：2014年网民使用手机浏览器浏览内容比例

图表：杭州摩托罗拉移动通信设备有限公司主要经济指标走势图

图表：杭州摩托罗拉移动通信设备有限公司经营收入走势图

图表：杭州摩托罗拉移动通信设备有限公司盈利指标走势图

图表：杭州摩托罗拉移动通信设备有限公司负债情况图

图表：杭州摩托罗拉移动通信设备有限公司负债指标走势图
图表：杭州摩托罗拉移动通信设备有限公司运营能力指标走势图
图表：杭州摩托罗拉移动通信设备有限公司成长能力指标走势图
图表：诺基亚首信通信有限公司主要经济指标走势图
图表：诺基亚首信通信有限公司经营收入走势图
图表：诺基亚首信通信有限公司盈利指标走势图
图表：诺基亚首信通信有限公司负债情况图
图表：诺基亚首信通信有限公司负债指标走势图
图表：诺基亚首信通信有限公司运营能力指标走势图
图表：诺基亚首信通信有限公司成长能力指标走势图
图表：武汉多普达通讯有限公司主要经济指标走势图
图表：武汉多普达通讯有限公司经营收入走势图
图表：武汉多普达通讯有限公司盈利指标走势图
图表：武汉多普达通讯有限公司负债情况图
图表：武汉多普达通讯有限公司负债指标走势图
图表：武汉多普达通讯有限公司运营能力指标走势图
图表：武汉多普达通讯有限公司成长能力指标走势图
图表：2015-2020年中国手机浏览器市场活跃用户规模预测
图表：2015-2020年中国手机浏览器市场活跃用户规模增长趋势图
图表：略……

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/257302.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。