



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国高端女装市场 需求及投资前景分析报告

一、调研说明

《2016-2022年中国高端女装市场需求及投资前景分析报告》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/279865.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

生活条件的改善和生活的稳定，这类消费者心理年龄小于实际年龄，不愿让自己轻易老去，有固有的人生观和价值观；气质及体态基本定型，衣着、首饰及发型成为展现社会地位的主要表现方式，对自己的衣着有更多的关注，对女装的品质、品牌的要求很高对品牌的忠诚度较高，对审美有自己独特的法。

对女装市场中各种营销方式日渐熟悉，不再会简单因为促销活动而盲目的购买女装。 女装消费阶层： 消费阶层 主要阶层 占比 消费量 城市情况分析 名牌服装消费层 外企工作人员，著名演艺界人士，个体经营者，农民企业家，涉外机构高级人员，金融界人士等。 0&middledot;61% 3% 国内一线城市如北京，上海，深圳。 中档服装消费层 城市中德工薪阶层和农村的富裕户。 约占城镇人口的60%，农村人口的20% 67% 国内大多数城市 低档服装消费层 主要是城镇中低收入者，失业人员以及农村主要人口 约占城镇人口的25%，在农村约占60% 30% 分布在三线及各个县市

服装，泛指衣服鞋包玩具饰品等的总称。随着大量优质面料的出现，服装款式也有发展。现代服装设计已成为工艺美术的一个分支，而服装生产已经实现工业化大批量生产。对现在社会来说，服装已经是每个人装饰自己，保护自己，能给自己和家人的必需品，不仅仅为穿，还是一个身份、一种生活态度、一个展示个人魅力的表现。 2010-2014年我国服装产量统计分析 数据来源：国家统计局，艾凯咨询网整理

2014年我国服装总产量299.21亿件，同比增长10%。2012-2014年我国服装产量呈现持续增长态势。2015年中国纺织服装业正从传统优势产业向新型制造服务业、时尚产业和战略新兴产业转型升级。目前企业正在全力打造包括服装产业链综合服务体系、O2O电商销售模式以及服装文化旅游体验在内的专业平台。据了解，该平台将为广大的中小服装企业构建一个创业基地，解决当前中国服装产业转型升级所面临的诸多现实问题。

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。

报告目录：

第一章 高端女装行业概述 11

第一节 高端女装的基本概念 11

一、女装市场的分类 11

二、高端女装的内涵 12

三、高端女装技术特点 13

四、高端女装产品分类 13

(一) 连衣裙 13

(二) 职业女装 14

(三) 时尚女装 14

(四) 女裤 15

五、国际高端女装品牌介绍 16

第二节 高端女装行业进入壁垒 19

一、品牌壁垒 19

二、渠道壁垒 19

三、设计研发能力壁垒 19

第三节 高端女装消费群体特征分析 20

一、高端女装消费群体概述 20

(一) 女性消费需求特点分析 20

(二) 高端女装消费人群界定 20

二、高端女装消费群体特点 21

(一) 更注重外在美 21

(二) 更注重服装细节 21

(三) 感性消费倾向更加明显 21

三、高端女装消费行为影响因素 22

四、高端女装消费群体行为特点 23

(一) 完美型 24

(二) 优柔寡断型 24

(三) 专家型 25

(四) 好胜心强型 25

(五) 爱心型 25

五、高端女装消费行为研究启示 25

第二章 中国高端女装行业运行环境分析 27

第一节 2015年中国宏观经济发展环境分析 27

- 一、2015年中国gdp增长情况分析 27
- 二、2015年工业经济发展形势分析 28
- 三、2015年社会固定资产投资分析 30
- 四、2015年全社会消费品零售总额 31
- 五、2015年城乡居民收入支出分析 31
- 六、2015年对外贸易发展形势分析 34

第二节 高端女装行业政策环境分析 35

- 一、行业监管部门与管理体制 35
- 二、行业主要法律法规及政策 36
- 三、女装零售业相关法规政策 39

第三节 高端女装行业社会环境分析 39

- 一、女性人口数量分析 39
- 二、女性受教育水平分析 41
- 三、中国城镇化水平分析 41
- 四、城乡居民衣着消费情况 42
- 五、中产阶级规模增长分析 43

第三章 中国女装行业市场发展分析 44

第一节 中国服务行业市场发展概况 44

- 一、中国服装行业发展概述 44
- 二、服装行业经营效益分析 46
- 三、服装行业生产情况分析 50
- 四、服装行业市场竞争状况 52
- 五、服装行业发展趋势分析 55
- 六、服装零售行业发展态势 55

第二节 中国女装行业市场发展情况 56

- 一、女装行业发展历程分析 56
- 二、中国女装行业市场概况 57
- 三、中国女装品牌发展现状 57
- 四、女装行业市场结构分析 59
- 五、女装行业市场规模分析 59

(一) 女士上衣市场分析	61
(二) 女士衬衫市场分析	61
(三) 女士夹克外套分析	62
(四) 女士连衣裙市场分析	63
六、女士休闲装市场规模分析	64
第三节 女装行业市场发展态势	65
一、女装行业技术水平情况	65
二、女装行业品牌发展态势	66
三、女装品牌的市场集中度	67
四、女装市场竞争态势分析	68
五、女装行业发展趋势分析	69
第四节 女装行业市场发展问题分析	69
一、中国女装市场发展的的问题	69
二、影响行业发展的有利因素	72
三、影响行业发展的不利因素	74
第四章 中国高端女装行业市场发展分析	76
第一节 中国高端女装行业发展情况	76
一、高端女装行业发展阶段分析	76
二、中国高端女装行业发展现状	77
三、高端女装行业市场发展特征	78
四、高端女装行业市场规模分析	79
五、高端女装业发展存在的问题	79
第二节 中国高端女装市场发展态势	80
一、女性服装消费高端化趋势明显	80
二、国际买家看好中国制造高端女装	81
三、中国企业进军高级定制女装市场	81
四、高端女装销售向二三线城市扩张	83
第三节 高端女装企业经营模式分析	83
一、采购模式分析	83
二、生产模式分析	84
三、销售模式分析	84

第五章 中国高端女装市场竞争状况及策略分析 87

第一节 中国高端女装市场竞争现状分析 87

一、高端女装市场竞争格局 87

二、高端女装市场竞争程度 87

三、高端女装品牌集中度低 88

四、高端领先品牌格局稳固 89

五、国内品牌竞争情况分析 90

第二节 国内外高端女装企业竞争力对比 92

一、国外高端女装品牌竞争优势 92

二、自主高端女装品牌竞争优势 92

（一）高性价比优势 92

（二）产品款式多样 93

（三）版型更适合中国人 93

（四）渠道空间优势明显 93

第三节 高端女装行业竞争趋势分析 93

一、行业集中度逐渐提升 93

二、市场竞争将日趋激烈 93

三、竞争向内生增长转型 94

第六章 中国高端女装行业市场营销分析 95

第一节 高端女装品牌销售渠道分析 95

一、国内高端女装销售渠道 95

二、高端女装渠道建设特点 95

三、高端女装营销方式分析 96

四、行业销售受网购冲击小 96

第二节 高端女装市场营销策略分析 96

一、多品牌发展突破渠道稀缺瓶颈 96

二、高端女装多品牌延伸策略分析 98

三、新形销模式突破高端女装瓶颈 99

四、高端女装品牌店视觉营销策略 100

五、品牌运作及精细化管理提升店效 100

第三节 中年女性高端女装市场营销策略 100

一、中年高端女装需求分析 100

二、商场产品展示营销策略 101

三、中年女装文化营销策略 102

四、中年女装服务营销策略 102

第四节 知名高端女装品牌营销实例 102

一、朗姿溢价零售模式 102

二、宝姿品牌运作样本 103

三、哥弟细分市场策略 107

第七章 中国高端女装行业重点企业竞争力分析 109

第一节 朗姿股份有限公司 109

一、企业基本情况 109

二、企业经营情况分析 110

三、企业经济指标分析 111

四、企业盈利能力分析 112

五、企业偿债能力分析 112

六、企业运营能力分析 112

七、企业成本费用分析 113

八、企业发展战略及未来展望 113

九、朗姿股份将推出更高端女装 114

第二节 宝姿时装有限公司 115

一、企业基本情况 115

二、企业经营情况分析 115

三、企业经济指标分析 116

四、企业盈利能力分析 117

五、企业偿债能力分析 117

六、企业运营能力分析 117

七、企业成本费用分析 118

第三节 慕诗国际集团有限公司 119

一、企业基本情况 119

二、企业经营情况分析 119

- 三、企业经济指标分析 120
- 四、企业盈利能力分析 121
- 五、企业偿债能力分析 121
- 六、企业运营能力分析 122
- 七、企业成本费用分析 122
- 第四节 深圳玛丝菲尔时装有限公司 123
 - 一、企业基本情况 123
 - 二、企业主要经济指标 124
 - 三、企业偿债能力分析 124
 - 四、企业盈利能力分析 125
 - 五、企业运营能力分析 125
- 第五节 浙江雅莹服装有限公司 126
 - 一、企业基本情况 126
 - 二、企业主要经济指标 127
 - 三、企业偿债能力分析 128
 - 四、企业盈利能力分析 128
 - 五、企业运营能力分析 128
- 第六节 深圳歌力思服装实业有限公司 129
 - 一、企业基本情况 129
 - 二、企业主要经济指标 130
 - 三、企业偿债能力分析 130
 - 四、企业盈利能力分析 131
 - 五、企业运营能力分析 131
- 第七节 北京白领时装有限公司 132
 - 一、企业基本情况 132
 - 二、企业主要经济指标 133
 - 三、企业偿债能力分析 133
 - 四、企业盈利能力分析 134
 - 五、企业运营能力分析 134
- 第八节 北京卓欧制衣有限责任公司 135
 - 一、企业基本情况 135
 - 二、企业主要经济指标 136

- 三、企业偿债能力分析 137
- 四、企业盈利能力分析 137
- 五、企业运营能力分析 137
- 第九节 卢华(天津)服装有限公司 138
 - 一、企业基本情况 138
 - 二、企业主要经济指标 138
 - 三、企业偿债能力分析 139
 - 四、企业盈利能力分析 140
 - 五、企业运营能力分析 140
- 第十节 上海斯尔丽服饰有限公司 140
 - 一、企业基本情况 140
 - 二、企业主要经济指标 142
 - 三、企业偿债能力分析 142
 - 四、企业盈利能力分析 143
 - 五、企业运营能力分析 143
- 第十一节 维格娜丝时装股份有限公司 144
 - 一、企业基本情况 144
 - 二、企业主要品牌 144
 - 三、企业经营模式 146
- 第十二节 深圳市赢家服饰有限公司 148
 - 一、企业基本情况 148
 - 二、企业主要品牌 149
 - 三、企业营销渠道 149
- 第十三节 浙江敦奴联合实业股份有限公司 150
 - 一、企业基本情况 150
 - 二、企业主要品牌 151
 - 三、企业营销渠道 151
- 第十四节 欧时力(香港)集团有限公司 152
 - 一、企业基本情况 152
 - 二、企业主要品牌 153
 - 三、企业发展历程 153
 - 三、企业营销渠道 154

第十五节 深圳影儿时尚集团有限公司 154

一、企业基本情况 154

二、企业发展历程 155

三、企业品牌介绍 156

四、企业发展规划 157

第八章 2016-2022年中国高端女装行业发展前景与投资策略分析 158

第一节 中国高端女装行业发展影响因素分析 158

一、高端女装行业发展有利因素 158

二、高端女装行业发展不利因素 159

第二节 2016-2022年高端女装市场发展前景分析 160

一、中国女装行业发展前景分析 160

二、高端女装行业市场前景可观 161

三、自主高端女装增长潜力巨大 161

四、成熟商务女装发展空间较大 162

第三节 2016-2022年高端女装行业投资风险分析 162

一、产业政策风险 162

二、市场竞争风险 163

三、潮流趋势风险 163

四、品牌维护风险 163

五、人才短缺风险 164

第四节 2016-2022年高端女装行业投资策略建议 164

一、重视品牌文化建设 164

二、提升品牌运营能力 164

三、稳定持续的资金支持 165

四、围绕市场需求研发产品 165

图表目录：

图表 1 女装按消费人群及着装风格细分 11

图表 2 女装市场按价格细分 12

图表 3 连衣裙的主要分类 14

图表 4 女裤的主要分类方式及类别 15

图表 5 各类型高端女装消费群体占比图 23

图表 6 各类因素对不同类型高端女装消费群体行为的影响 24

图表 7 2015年国内生产总值构成及增长速度统计 27

图表 8 2010-2015年中国国内生产总值及增长变化趋势图 28

图表 9 2015年规模以上企业工业增加值增长速度趋势图 29

图表 10 2015年规模以上工业企业营业收入与利润总额同比增速 29

图表 11 2010-2015年中国全社会固定资产投资增长趋势图 30

图表 12 2010-2015年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图 31

图表 13 2010-2015年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图 32

图表 14 2010-2015年农村居民人均纯收入及增长趋势图 32

图表 15 2009-2015年中国城镇居民人均现金消费支出额增长趋势图 33

图表 16 2009-2015年中国农村居民人均消费支出额增长趋势图 33

图表 17 城镇居民家庭平均每人现金消费支出构成图 34

图表 18 农村居民家庭平均每人消费支出构成 34

图表 19 2008-2015年中国进出口总额增长趋势图 35

图表 20 中国服装零售业相关法规主要内容 39

图表 21 2015年中国人口数量及其构成情况 40

图表 22 2009-2015年中国15-64岁女性人口数量统计 41

图表 23 2007-2015年中国城镇化率变化趋势图 42

图表 24 2009-2015年中国城镇居民人均衣着消费支出统计 42

图表 25 2010-2015年中国城镇居民可支配收入分等级统计 43

图表 26 2015年中国纺织服装行业经济指标统计 45

图表 27 2009-2015年中国纺织服装行业销售收入统计 46

图表 28 2009-2015年中国纺织服装行业销售收入增长趋势图 46

图表 29 2015年中国各省区纺织服装行业销售收入比较 47

图表 30 2009-2015年中国纺织服装行业利润总额统计 48

图表 31 2009-2015年中国纺织服装行业利润增长趋势图 48

图表 32 2015年中国各省区纺织服装行业利润总额比较 48

图表 33 2009-2015年中国纺织服装行业毛利率情况 50

图表 34 2009-2015年中国纺织服装行业销售利润率情况 50

图表 35 2010-2015年中国女装产量变化趋势图 51

图表 36 2012-2015年中国主要省区服装产量情况 51

图表 37 2015年中国主要省区服装产量比例 52

图表 38 2013-2015年度中国服装行业竞争力20强企业名单 54

图表 39 2006-2015年中国女装细分市场份额 59

图表 40 2015年中国女装细分市场份额结构图 59

图表 41 2005-2015年中国女装市场规模 60

图表 42 2006-2015年中国大型百货商场女装销售量 60

图表 43 2005-2015年中国女士上衣市场规模 61

图表 44 2009-2015年中国女士上衣市场规模增长趋势图 61

图表 45 2005-2015年中国女士衬衫市场规模 62

图表 46 2009-2015年中国女士衬衫市场规模增长趋势图 62

图表 47 2005-2015年中国女士夹克和外套市场规模 63

图表 48 2009-2015年中国女士夹克和外套市场规模增长趋势图 63

图表 49 2005-2015年中国女士连衣裙市场规模 64

图表 50 2009-2015年中国女士连衣裙市场规模增长趋势图 64

图表 51 2005-2015年中国女士休闲装市场规模 65

图表 52 2009-2015年中国女士休闲装市场规模增长趋势图 65

图表 53 2015年中国女装品牌前十位综合占有率 67

图表 54 2015年中国女装市场集中度 68

图表 55 中国女装行业发展历程 76

图表 56 中国高端女装行业发展阶段示意图 77

图表 57 2010-2015年中国高端女装市场规模增长趋势图 79

图表 58 高端女装企业采购类别 83

图表 59 高端女装自营与经销模式的主要特征 85

图表 60 中国高端女装市场竞争格局 87

图表 61 2015年中国高端女装前十大品牌市场综合占有率 88

图表 62 2015年中国高端女装品牌市场集中度 88

图表 63 2010-2015年中国高端女装前十品牌集中度变化趋势图 89

图表 64 2012-2015年高端女装市场前十大品牌市场占有率 90

图表 65 国内部分高端女装品牌情况对比 91

图表 66 国内各类高端女装品牌价格对比 92

图表 67 高端女装与其他细分行业渠道比较 95

图表 68 中国新兴城市50强分类及高端服饰渠道容量测算 97

- 图表 69 朗姿股份有限公司多品牌矩阵 99
- 图表 70 宝姿时装有限公司公司主要营销体系 106
- 图表 71 2015年朗姿股份有限公司分行业情况表 110
- 图表 72 2015年朗姿股份有限公司业务结构情况 111
- 图表 73 2015年朗姿股份有限公司分地区情况表 111
- 图表 74 2012-2015年朗姿股份有限公司收入与利润统计 111
- 图表 75 2012-2015年朗姿股份有限公司资产与负债统计 112
- 图表 76 2012-2015年朗姿股份有限公司盈利能力情况 112
- 图表 77 2012-2015年朗姿股份有限公司偿债能力情况 112
- 图表 78 2012-2015年朗姿股份有限公司运营能力情况 113
- 图表 79 2012-2015年朗姿股份有限公司成本费用构成情况统计 113
- 图表 80 2015年宝姿时装有限公司分行业情况表 116
- 图表 81 2015年宝姿时装有限公司业务结构情况 116
- 图表 82 2011-2015年宝姿时装有限公司收入与利润统计 116
- 图表 83 2011-2015年宝姿时装有限公司资产与负债统计 117
- 图表 84 2011-2015年宝姿时装有限公司盈利能力情况 117
- 图表 85 2011-2015年宝姿时装有限公司偿债能力情况 117
- 图表 86 2011-2015年宝姿时装有限公司运营能力情况 118
- 图表 87 2011-2015年宝姿时装有限公司成本费用构成情况统计 118
- 图表 88 2015年宝姿时装有限公司成本费用结构图 118
- 图表 89 2015年财年慕诗国际集团有限公司分地区情况表 120
- 图表 90 2015年财年慕诗国际集团有限公司业务结构情况 120
- 图表 91 2011-2015年财年慕诗国际集团有限公司收入与利润统计 121
- 图表 92 2011-2015年财年慕诗国际集团有限公司资产与负债统计 121
- 图表 93 2011-2015年财年慕诗国际集团有限公司盈利能力情况 121
- 图表 94 2011-2015年财年慕诗国际集团有限公司偿债能力情况 122
- 图表 95 2011-2015年财年慕诗国际集团有限公司运营能力情况 122
- 图表 96 2011-2015年财年慕诗国际集团有限公司成本费用构成情况统计 122
- 图表 97 2015年慕诗国际集团有限公司成本费用结构图 123
- 图表 98 深圳玛丝菲尔时装有限公司资产及负债统计 124
- 图表 99 深圳玛丝菲尔时装有限公司收入及利润统计 124
- 图表 100 深圳玛丝菲尔时装有限公司资产负债率变化趋势图 125

图表 101 深圳玛丝菲尔时装有限公司盈利能力统计 125
图表 102 深圳玛丝菲尔时装有限公司运营能力统计 126
图表 103 浙江雅莹服装有限公司资产及负债统计 127
图表 104 浙江雅莹服装有限公司收入及利润统计 127
图表 105 浙江雅莹服装有限公司资产负债率变化趋势图 128
图表 106 浙江雅莹服装有限公司盈利能力统计 128
图表 107 浙江雅莹服装有限公司运营能力统计 129
图表 108 深圳歌力思实业有限公司资产及负债统计 130
图表 109 深圳歌力思实业有限公司收入及利润统计 130
图表 110 深圳歌力思实业有限公司资产负债率变化趋势图 131
图表 111 深圳歌力思实业有限公司盈利能力统计 131
图表 112 深圳歌力思实业有限公司运营能力统计 132
图表 113 北京白领时装有限公司资产及负债统计 133
图表 114 北京白领时装有限公司收入及利润统计 133
图表 115 北京白领时装有限公司资产负债率变化趋势图 134
图表 116 北京白领时装有限公司盈利能力统计 134
图表 117 北京白领时装有限公司运营能力统计 135
图表 118 北京卓欧制衣有限责任公司资产及负债统计 136
图表 119 北京卓欧制衣有限责任公司收入及利润统计 136
图表 120 北京卓欧制衣有限责任公司偿债能力统计 137
图表 121 北京卓欧制衣有限责任公司盈利能力统计 137
图表 122 北京卓欧制衣有限责任公司运营能力统计 138
图表 123 卢华(天津)服装有限公司资产及负债统计 139
图表 124 卢华(天津)服装有限公司收入及利润统计 139
图表 125 卢华(天津)服装有限公司偿债能力统计 139
图表 126 卢华(天津)服装有限公司盈利能力统计 140
图表 127 卢华(天津)服装有限公司运营能力统计 140
图表 128 上海斯尔丽服饰有限公司资产及负债统计 142
图表 129 上海斯尔丽服饰有限公司收入及利润统计 142
图表 130 上海斯尔丽服饰有限公司偿债能力统计 143
图表 131 上海斯尔丽服饰有限公司盈利能力统计 143
图表 132 上海斯尔丽服饰有限公司运营能力统计 143

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/279865.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。