



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国消费金融产业发展现状及市场监测报告

一、调研说明

《2016-2022年中国消费金融产业发展现状及市场监测报告》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/280664.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

近年来，伴随着我国经济转型对刺激消费、扩大内需进而调整经济发展结构的迫切需求，以及居民收入和消费能力的提升，我国消费金融市场取得了快速的发展。2013年中国消费信贷规模达到13万亿，同比增长24.7%，依然处于快速发展阶段。2014-2017年中国消费信贷规模依然将维持20%以上的复合增长率，预计2017年将超过27万亿，相较于2007年将增长7.4倍。

促进中国消费金融快速发展的核心因素来自于以下方面：

首先，居民收入水平、消费能力稳步提升。2007年以来，中国家庭人均收入稳步提升，其中城镇可支配收入年复合增速达11.8%、乡镇居民家庭人均纯收入年复合增长13.6%。其次，政策激励。为了改善城乡居民生活水平，同时改善我国经济结构，中国政府先后出台包括购置税减征、消费品下乡、以旧换新以及其他补贴政策在内的诸多消费激励政策，对消费及金融产业的发展有较强的推动作用。最后，金融体系日趋完善。伴随着中国经济的快速发展，中国社会融资渠道日趋多样化，金融创新速度和效率进一步提升。这为中国消费金融产业发展提供了基本的技术条件。

1998-2017年中国消费贷款规模及增长率 数据来源：中国人民银行

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。

报告揭示了消费金融行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国消费金融做了重点企业经营状况分析，并分析了中国消费金融行业发展前景预测。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。

报告目录：

第一章 消费金融的相关概述1

1.1 消费信贷的理论基础1

1.1.1 国外理论综述1

1.1.2 国内理论综述2

1.2 消费金融的基本概述3

1.2.1 消费金融的界定3

1.2.2 消费金融与消费的关系4

1.2.3 消费金融体系及其主要内容5

1.3 消费金融公司的相关介绍6

1.3.1 消费金融公司的概念6

1.3.2 消费金融公司的定位6

1.3.3 消费金融公司的积极意义7

第二章 2013-2015年全球消费金融的发展状况及经验借鉴9

2.1 全球综述9

2.1.1 国际消费金融的产生和发展9

2.1.2 国际消费金融市场份额分析9

2.1.3 国际消费金融公司的发展特点10

2.1.4 国际消费金融公司的发展经验12

2.1.5 银行与消费金融公司合作增多13

2.1.6 主要国家消费金融模式的比较14

2.2 美国17

2.2.1 美国消费金融机构的主要类型17

2.2.2 美国消费金融公司的发展环境17

2.2.3 美国消费金融公司的运营特点19

2.2.4 美国消费金融相关法律解析19

2.2.5 美国消费金融发展对中国的启示20

2.3 欧盟21

2.3.1 欧盟消费金融公司发展简况21

2.3.2 欧盟消费金融的客户及产品定位22

2.3.3 欧盟消费金融公司的营销模式22

2.3.4 欧盟消费金融公司的信贷模式23

2.3.5 欧盟消费金融公司的风险管理模式23

2.3.6 欧盟主要国家的消费金融公司发展模式24

2.4 日本26

2.4.1 日本消费金融机构的发展状况26

2.4.2 日本主要消费金融公司的经营特点26

2.4.3 日本消费金融公司运营模式及启示27

2.4.4 中日消费金融公司发展状况对比29

2.5 其他国家或地区30

2.5.1 新兴市场消费金融的发展状况30

2.5.2 东欧消费金融迅速发展的经验30

2.5.3 印度消费金融快速发展的原因32

2.5.4 韩国消费金融的发展路径探析35

第三章 2013-2015年中国消费金融行业发展环境分析37

3.1 宏观经济环境37

3.1.2 全球经济运行趋势预测55

3.1.3 中国宏观经济环境分析58

3.1.4 中国宏观经济发展趋势83

3.1.5 中国各行业产能过剩严重84

3.1.6 中国宏观经济发展预期良好87

3.2 政策环境89

3.2.1 国内消费金融发展已具备相应条件89

3.2.2 国务院发布新政促进消费金融发展90

3.2.3 政策利好消费金融公司试点发展94

3.2.4 消费金融公司试点管理办法修订版的影响95

3.2.5 现有的消费金融政策尚未形成体系96

3.3 金融行业环境97

3.3.1 中国金融业发展改革历程回顾97

3.3.2 中国金融业发展改革现状分析100

3.3.3 中国农村金融业发展状况分析102

3.3.4 中国金融业运行数据统计分析103

3.3.5 中国行业的发展状况105

3.4 消费市场环境107

3.4.1 中国消费市场发展状况107

3.4.2 我国消费信贷的发展特征110

3.4.3 中国经济内生消费拉动不足112

3.4.4 消费肩负中国经济增长的重任113

3.4.5 信息消费成为新的消费增长点114

3.4.6 中国消费市场的发展趋势分析115

3.5 社会和技术环境116

3.5.1 人口增长及结构变化116

3.5.2 社会环境和技术的发展117

3.5.3 社会保障制度日趋完善119

3.5.4 人们消费观念逐步转变121

3.5.5 人们的投资意识增强124

第四章 2013-2015年中国消费金融行业分析125

4.1 中国消费金融行业发展综述125

4.1.1 当代经济环境下消费金融新特点125

4.1.2 我国消费金融仍处于初级阶段127

4.1.3 消费金融在中国的发展模式129

4.1.4 消费金融将成经济转型助推器129

4.1.5 消费金融行业推进普惠金融覆盖131

4.2 2013-2015年中国消费金融行业发展状况132

4.2.1 我国消费金融发展现状分析132

4.2.2 我国消费金融取得显著成绩133

4.2.3 中国消费金融供需状况分析136

4.2.4 我国消费金融公司试点运行状况137

4.2.5 网络交易为消费金融带来发展机会143

4.3 2013-2015年中国消费金融行业竞争状况146

4.3.1 消费金融公司与商业银行的竞争关系146

4.3.2 各类企业在消费金融市场的竞争150

4.3.3 外资小贷公司抢滩消费金融市场150

4.3.4 消费金融公司与社区金融机构的竞争153

4.3.5 互联网金融与银行在消费金融领域的竞争154

4.4 我国消费金融行业发展存在的问题155

4.4.1 消费观念的制约155

4.4.2 产品趋同的制约156

4.4.3 审批繁琐的制约156

4.4.4 信用制度的制约156

4.5 我国消费金融行业发展的策略选择157

4.5.1 引导消费者消费观念的转变157

4.5.2 加快建设信用法规制度体系157

4.5.3 进一步改进社会保障制度157

4.5.4 加强监管，严控金融风险157

4.5.5 拓宽消费金融的资金来源157

4.5.6 逐步推动消费金融资产证券化158

第五章 2013-2015年中国住房消费金融市场发展分析159

5.1 国外主要住房消费金融模式比较分析159

5.1.1 互助合同型住房消费金融模式159

5.1.2 强制储蓄型住房消费金融模式159

5.1.3 资本市场型住房消费模式160

5.1.4 住房消费金融模式特点比较160

5.2 2013-2015年中国住房消费金融市场发展状况161

5.2.1 住房消费金融与经济发展的理论基础161

5.2.2 我国住房消费金融模式的发展分析163

5.2.3 我国住房消费金融市场供需状况164

5.2.4 政策性住房消费金融服务发展分析165

5.3 住房消费金融产品的种类及风险分析166

5.3.1 住房消费金融产品的分类166

5.3.2 固定利率抵押贷款的种类及风险167

5.3.3 可调利率抵押贷款的种类及风险167

5.4 我国住房消费金融面临的问题分析168

5.4.1 支付能力与住房价格的矛盾168

5.4.2 传统消费观念的制约168

5.4.3 消费信用制度不完善168

5.4.4 住房消费信贷的风险169

5.5 我国住房消费金融市场的发展策略169

5.5.1 完善我国社会保障制度169

5.5.2 增加住房消费金融需求170

5.5.3 开发创新型金融产品170

5.5.4 建立良好住房信贷制度171

5.5.5 加强金融风险监控172

第六章 2013-2015年中国汽车消费金融市场发展分析173

6.1 2013-2015年中国汽车消费金融市场发展状况173

6.1.1 消费金融成为汽车业增长新动力173

6.1.2 我国汽车消费金融市场发展迅速174

6.1.3 我国汽车消费金融市场竞争格局175

6.1.4 我国汽车消费金融业务发展模式176

6.1.5 我国主流汽车消费金融产品介绍177

6.1.6 我国汽车金融公司典型案例分析178

6.2 2013-2015年中国汽车消费金融消费者行为研究178

6.2.1 贷款购车消费者占比178

6.2.2 贷款购车消费者年龄分布179

6.2.3 各区域贷款购车比例179

6.2.4 主流国别乘用车贷款购车占比180

6.2.5 消费者贷款购车原因及障碍181

6.2.6 消费者对贷款提供方选择意愿182

6.2.7 未来消费者购车贷款意愿182

6.2.8 汽车贷款促销方式的吸引力183

6.3 汽车金融公司提供汽车消费金融服务的优势184

6.3.1 汽车金融公司和母公司利益紧密相关184

6.3.2 汽车金融公司贷款手续快速便捷184

6.3.3 汽车金融公司专业化经营程度高184

6.3.4 汽车金融公司提供全方位综合服务185

6.4 我国汽车消费金融发展中存在的问题185

6.4.1 业务渠道较难建立185

6.4.2 业务申请手续繁琐185

6.4.3 产品创新能力不足185

6.4.4 人员专业素质待提高186

6.5 促进我国汽车消费金融发展的若干建议186

6.5.1 推动我国汽车消费金融市场发展的对策186

6.5.2 商业银行改善汽车消费金融业务的策略187

6.5.3 汽车金融公司业务发展运营方案188

第七章 2013-2015年中国消费金融公司发展分析190

7.1 消费金融公司在中国的兴起与发展190

7.1.1 我国消费金融公司的设立初衷190

7.1.2 国内消费金融公司的发展历程190

7.1.3 我国消费金融公司的成长悖论191

7.1.4 我国消费金融公司面临发展契机192

7.2 中国消费金融公司的特点193

7.2.1 设立门槛193

7.2.2 资金来源193

7.2.3 贷款门槛194

7.2.4 贷款额度194

7.2.5 业务范围194

7.2.6 利率设定194

7.3 中国消费金融公司的成立条件及主要业务分析194

7.3.1 中国消费金融公司的主要设立条件194

7.3.2 中国消费金融公司的业务范围195

7.3.3 中国消费金融公司的业务特点195

7.3.4 中国消费金融公司业务存在的问题197

7.4 消费金融公司信贷与其它同级信贷的比较分析198

7.4.1 与信用卡贷款的比较198

7.4.2 与银行无担保产品比较198

7.4.3 与典当行小额贷款比较198

7.4.4 与小额贷款公司比较198

7.5 中国消费金融公司SWOT分析199

7.5.1 内部优势199

7.5.2 内部劣势199

7.5.3 外部优势199

7.5.4 外部威胁200

7.6 中国消费金融公司发展存在的问题201

- 7.6.1 现阶段我国消费金融公司发展的障碍201
- 7.6.2 消费金融公司业务发展的限制因素202
- 7.6.3 在中国成立消费金融公司存在的问题205
- 7.6.4 我国与国际消费金融公司发展的差距207
- 7.7 中国消费金融公司的经营管理策略207
 - 7.7.1 市场定位207
 - 7.7.2 目标客户208
 - 7.7.3 营销模式208
 - 7.7.4 人才培养209
 - 7.7.5 产品和服务209
 - 7.7.6 授信风险管理209

第八章 2013-2015年中国商业银行消费金融服务发展分析211

- 8.1 2013-2015年中国商业银行消费金融服务发展状况211
 - 8.1.1 商业银行是消费金融发展主要力量211
 - 8.1.2 商业银行个人消费金融的发展状况213
 - 8.1.3 商业银行素质决定消费金融运营质量214
 - 8.1.4 消费金融公司对商业银行业务的冲击214
 - 8.1.5 商业银行将加快汽车消费金融发展215
- 8.2 商业银行与消费金融公司业务比较分析217
 - 8.2.1 业务范围比较分析217
 - 8.2.2 吸引资金容易度比较分析218
 - 8.2.3 经营风险比较分析219
 - 8.2.4 经营渠道比较分析219
 - 8.2.5 信贷利率与信贷额度比较分析219
 - 8.2.6 业务操作比较分析220
- 8.3 中国商业银行消费金融服务存在的问题220
 - 8.3.1 供给主体为国有商业银行220
 - 8.3.2 业务发展定位的制约220
 - 8.3.3 产品品种十分有限221
 - 8.3.4 业务办理手续繁琐221
 - 8.3.5 城乡发展不平衡221

- 8.4 中国商业银行消费金融服务的发展对策222
 - 8.4.1 创新组织结构222
 - 8.4.2 加强产品创新222
 - 8.4.3 重视品牌建设222
 - 8.4.4 规范个人信用体系223
 - 8.4.5 把握利率市场化的机遇223

第九章 2013-2015年中国的金融消费者分析224

- 9.1 金融消费者概念和权利224
 - 9.1.1 金融消费者法律概念界定224
 - 9.1.2 金融消费者的权利226
 - 9.1.3 金融消费者保护立法的现实意义227
- 9.2 我国城镇家庭消费金融意识与行为调查228
 - 9.2.1 调查背景228
 - 9.2.2 家庭经济情况229
 - 9.2.3 家庭投资行为229
 - 9.2.4 家庭借贷行为229
 - 9.2.5 家庭理财其他方面230
- 9.3 我国消费者对消费金融的认知调查230
 - 9.3.1 使用比例及了解程度230
 - 9.3.2 消费者消费意愿调查230
 - 9.3.3 金融杠杆认知程度231
 - 9.3.4 消费金融了解意愿231
 - 9.3.5 信用卡的接受程度232
 - 9.3.5 消费金融认知程度232
- 9.4 金融消费者权益保护的现状及缺陷233
 - 9.4.1 我国现有的金融消费者保护的现状233
 - 9.4.2 金融消费者权益维护的现实缺陷235
 - 9.4.3 金融消费者权益被侵害的主要形式236
 - 9.4.4 金融消费者权益被侵害的主要原因237
 - 9.4.5 消费类金融纠纷的特点及问题238
- 9.5 我国金融消费者权益保护的发展建议239

- 9.5.1 各国金融消费者保护的借鉴239
- 9.5.2 加强金融消费者权益保护的借鉴240
- 9.5.3 维护金融消费者权益的现实思考242
- 9.5.4 完善消费类金融纠纷解决机制的建议243

第十章 2013-2015年国内外消费金融重点企业的经营分析246

10.1 主要国际消费金融公司经营模式和特点246

- 10.1.1 Sears百货公司消费金融模式246
- 10.1.2 戴尔和苹果电脑消费金融模式247
- 10.1.3 通用电气金融服务公司模式247

10.2 北银消费金融公司248

- 10.2.1 企业简介248
- 10.2.2 主要产品248
- 10.2.3 经营状况250
- 10.2.4 发展策略250

10.3 锦程消费金融有限公司251

- 10.3.1 企业简介251
- 10.3.2 主要产品251
- 10.3.3 经营状况253
- 10.3.4 发展策略253

10.4 中银消费金融公司255

- 10.4.1 企业简介255
- 10.4.2 主要产品255
- 10.4.3 经营状况256
- 10.4.4 发展策略256

10.5 捷信消费金融公司257

- 10.5.1 企业简介257
- 10.5.2 主要产品257
- 10.5.3 经营状况258
- 10.5.4 发展策略258

10.6 中国工商银行258

- 10.6.1 企业简介258

- 10.6.2 经营状况259
- 10.6.3 发展策略262
- 10.6.4 数量263
- 10.7 中国建设银行263
 - 10.7.1 企业简介263
 - 10.7.2 经营状况263
 - 10.7.3 发展策略266
 - 10.7.4 数量267
- 10.8 中国银行267
 - 10.8.1 企业简介267
 - 10.8.2 经营状况268
 - 10.8.3 发展策略271
 - 10.8.4 数量272
- 10.9 中国农业银行272
 - 10.9.1 企业简介272
 - 10.9.2 经营状况273
 - 10.9.3 发展策略276
 - 10.9.4 数量276
- 10.10 交通银行276
 - 10.10.1 企业简介276
 - 10.10.2 经营状况277
 - 10.10.3 发展策略280
 - 10.10.4 数量280
- 10.11 招商银行280
 - 10.11.1 企业简介280
 - 10.11.2 经营状况281
 - 10.11.3 发展策略284
 - 10.11.4 数量285
- 10.12 中信银行285
 - 10.12.1 企业简介285
 - 10.12.2 主要产品286
 - 10.12.3 经营状况287

10.12.4 发展策略290

第十一章 2016-2022年中国消费金融发展前景及趋势预测292

11.1 中国消费金融市场的发展前景292

11.1.1 中国消费信贷市场增长预测292

11.1.2 消费金融在我国的发展机遇292

11.1.3 城镇化成为消费金融成长动力294

11.1.4 汽车消费金融发展前景展望295

11.1.5 2016-2022年中国消费金融业发展预测298

11.2 中国消费金融公司的发展前景298

11.2.1 消费金融公司发展前景广阔298

11.2.2 消费金融公司将成为金融新"蓝海"300

11.2.3 新政为消费金融公司带来重大利好302

11.2.4 民资将促消费金融公司进一步发展304

附录：306

附录一：《消费金融公司试点管理办法（修订稿）》306

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2015年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2015年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2015年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2015年中国GDP增速预测

图表：消费金融行业产业链

图表：2011-2015年我国消费金融行业企业数量增长趋势图

图表：2011-2015年我国消费金融行业亏损企业数量增长趋势图

图表：2011-2015年我国消费金融行业从业人数增长趋势图

图表：2011-2015年我国消费金融行业资产规模增长趋势图

图表：2011-2015年我国消费金融行业产成品增长趋势图

图表：2011-2015年我国消费金融行业工业销售产值增长趋势图

图表：2011-2015年我国消费金融行业销售成本增长趋势图

图表：2011-2015年我国消费金融行业费用使用统计图

图表：2011-2015年我国消费金融行业主要盈利指标统计图

图表：2011-2015年我国消费金融行业主要盈利指标增长趋势图

图表：企业1

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业2

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业3

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图
图表：企业负债情况图
图表：企业负债指标走势图
图表：企业运营能力指标走势图
图表：企业成长能力指标走势图
图表：企业4
图表：企业主要经济指标走势图
图表：企业经营收入走势图
图表：企业盈利指标走势图
图表：企业负债情况图
图表：企业负债指标走势图
图表：企业运营能力指标走势图
图表：企业成长能力指标走势图
图表：企业5
图表：企业主要经济指标走势图
图表：企业经营收入走势图
图表：企业盈利指标走势图
图表：企业负债情况图
图表：企业负债指标走势图
图表：企业运营能力指标走势图
图表：企业成长能力指标走势图
图表：企业6
图表：企业主要经济指标走势图
图表：企业经营收入走势图
图表：企业盈利指标走势图
图表：企业负债情况图
图表：企业负债指标走势图
图表：企业运营能力指标走势图
图表：企业成长能力指标走势图
图表：其他企业……
图表：主要经济指标走势图
图表：2011-2015年消费金融行业市场供给

图表：2011-2015年消费金融行业市场需求

图表：2011-2015年消费金融行业市场规模

图表：消费金融所属行业生命周期判断

图表：消费金融所属行业区域市场分布情况

图表：2016-2022年中国消费金融行业市场规模预测

图表：2016-2022年中国消费金融行业供给预测

图表：2016-2022年中国消费金融行业需求预测

图表：2016-2022年中国消费金融行业价格指数预测

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/280664.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。