



艾凯咨询
ICAN Consulting

2017-2022年中国化妆品市场需 求及投资前景分析报告

一、调研说明

《2017-2022年中国化妆品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/283694.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

国内化妆品行业市场规模较大，年复合增长率 12.3%。化妆品零售市场一直在稳定增长，虽然 14 年增速有所放缓，但仍是全球范围内增长最快速的地区之一。国内化妆品市场规模由 2011 年 2051.87 亿元增长至 2014 年的 3180.3 亿元，预计未来三年国内化妆品市场规模将保持约每年 12.3% 的增长率，预计 2016 年市场规模将至 4000 亿元，2018 年将突破 5000 亿元。随着城镇化率的提升、人口结构的变化、收入水平的提升以及化妆品使用习惯的培育，我们认为国内化妆品行业仍然处于快速增长期。 2010-2018 年国内化妆品行业市场规模统计及预测（单位：亿元）

2010-2018 年国内化妆品行业线上、线下规模对比（单位：亿元）

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 2015 年世界化妆品行业市场运行形势分析	15
第一节 全球化妆品行业发展历程	15
第二节 全球化妆品行业市场发展情况	16
一、全球化妆品行业供给	16
二、全球化妆品行业需求	17
第三节 全球化妆品行业主要国家及区域发展情况分析	18
一、美国	18
二、欧盟	19
三、日本	21
四、韩国	22
第四节 全球化妆品行业市场发展趋势预测分析	23
第二章 化妆品行业发展状况综述	27
第一节 中国化妆品行业简介	27
一、化妆品行业的界定及分类	27

二、化妆品行业的特征	30
三、化妆品的主要用途	32
第二节 化妆品行业相关政策	33
一、中国化妆品的监督管理特性	33
二、化妆品产业发展的政策环境	34
三、国家"十三五"产业政策	34
第三节 我国化妆品产业发展的"波特五力模型"分析	35
一、"波特五力模型"介绍	35
二、化妆品产业环境的"波特五力模型"分析	35
第四节 中国化妆品行业发展状况	37
一、中国化妆品行业发展历程	37
二、中国化妆品行业发展面临的问题	38

第三章 化妆品产业发展环境分析 40

第一节 国内宏观经济环境状况分析 40

- 一、国内宏观经济运行基本状况 40
- 二、我国化妆品工业发展分析 40

第二节 行业社会发展环境分析 42

- 一、社会消费水平 42
- 二、居民消费收入水平分析 42

第三节 行业技术环境分析 43

- 一、国际美容化妆品行业与生物技术 43
- 二、化妆品行业技术发展趋势分析 54

第四节 化妆品行业发展最新动态 56

- 一、中国化妆品行业OEM生产节奏加快 56
- 二、中国化妆品零售终端市场呈现新特点 57
- 三、中国高端化妆品市场发展态势良好 58
- 四、中国化妆品行业本土品牌强势崛起 59
- 五、2014年中国化妆品市场发展特点 62
- 六、2015年国产化妆品成市场新亮点 63

第四章 2015年中国化妆品行业上下游及相关行业分析 64

第一节 化妆品的产业链分析 64

一、化妆品行业产业链模型分析 64

第二节 上游行业发展分析 66

一、变化中的化妆品原料市场 66

二、化妆品原料新趋势--植物提取物 67

第三节 下游行业发展分析 67

一、化妆品市场消费者的构成 67

二、中国化妆品网络消费现状分析 69

三、化妆品网络消费地域特征分析 72

四、高端化妆品消费潮流逐步形成 78

第五章 2015年中国化妆品行业市场运行情况分析 79

第一节 2008-2015年化妆品行业市场供给分析 79

第二节 2008-2015年化妆品行业市场需求分析 80

第三节 2008-2015年化妆品行业发展市场规模分析 81 2013-2017年国内化妆品代运营市场规模统计及预测

第六章 国内化妆品竞争状况分析 86

第一节 市场竞争格局及特征分析 86

一、化妆品市场同质化竞争分析 86

二、化妆品行业新品牌生存空间受挤压 87

三、我国药妆市场争夺加剧 88

四、国际品牌抢占中国三线城市化妆品市场 88

五、化妆品外资巨头在华竞争格局 89

六、我国化妆品专营店市场竞争格局解析 91

第二节 本土化妆品企业的SWOT分析 92

一、优势 92

二、劣势 92

三、机会 93

四、威胁 93

第三节 中国化妆品行业集中度分析 94

一、行业市场集中度分析 94

二、行业企业集中度分析 98

第四节 化妆品企业品牌战略 99

一、品牌在市场营销中的功能 99

二、品牌化经营对化妆品企业的重要性 100

三、中国化妆品企业的品牌战略 100

四、商标是创造品牌的关键 104

第五节 化妆品的包装策略 108

一、化妆品的心理价位 108

二、消费者的购买行为方式 108

三、化妆品包装策略 108

第六节 中小化妆品企业竞争战略 109

一、中小企业的市场策略 109

二、中小企业产品开发策略 110

三、中小企业发展策略 111

第七节 行业竞争策略分析 113

第七章 2011-2015年中国化妆品所属行业主要数据监测分析 115

第一节 2011-2015年中国化妆品所属行业总体数据分析 115

一、2009-2015年化妆品制造业资产规模 115

二、2009-2015年化妆品制造业负债规模 116

三、2009-2015年化妆品制造业产成品分析 117

四、2009-2015年化妆品制造业销售规模 118

五、2009-2015年化妆品制造业利润规模 119

六、2009-2015年化妆品制造业主营业务税金及附加 121

七、2009-2015年化妆品制造业销售利润率 122

第二节 2011-2015年中国化妆品所属行业不同规模企业数据分析 123

一、2009-2015年化妆品制造业不同规模企业资产规模 123

二、2009-2015年化妆品制造业不同规模企业负债规模 124

三、2009-2015年化妆品制造业不同规模企业产成品分析 125

四、2009-2015年化妆品制造业不同规模企业销售规模 127

五、2009-2015年化妆品制造业不同规模企业利润规模 129

六、2009-2015年化妆品制造业不同规模企业主营业务税金及附加 132

七、2009-2015年化妆品制造业销售利润率 134

第三节 2011-2015年中国化妆品所属行业不同所有制企业数据分析 136

一、2009-2015年化妆品制造业不同所有制企业资产规模 136

二、2009-2015年化妆品制造业不同所有制企业负债规模 138

三、2009-2015年化妆品制造业不同所有制企业产成品分析 139

四、2009-2015年化妆品制造业不同所有制企业销售规模 142

五、2009-2015年化妆品制造业不同所有制企业利润规模 144

六、2009-2015年化妆品制造业主营业不同所有制企业业务税金及附加 146

七、2009-2015年化妆品制造业销售利润率 149

第八章 2015年化妆品行业重点生产企业分析 153

第一节 上海家化联合股份有限公司 153

一、公司概况 153

二、公司经营数据 153

三、盈利能力分析 156

四、营运能力分析 157

五、偿债能力分析 158

六、成长能力分析 159

七、公司发展战略 160

第二节 索芙特股份有限公司 162

一、公司概况 162

二、公司经营数据 162

三、盈利能力分析 165

四、营运能力分析 166

五、偿债能力分析 167

六、成长能力分析 168

七、公司发展战略 168

第三节 霸王国际集团 169

一、公司概况 169

二、公司经营数据 170

三、盈利能力分析 172

四、营运能力分析 173

五、偿债能力分析 173

六、成长能力分析 174

七、公司发展战略 174

第四节 江苏隆力奇生物科技股份有限公司 174

一、公司概况 174

二、公司总体规模与盈利状况 175

三、公司偿债能力分析 177

四、公司营运能力分析 177

五、公司获利能力分析 178

六、公司成长能力分析 178

七、公司发展战略 179

第五节 联合利华（中国）有限公司 180

一、公司概况 180

二、公司总体规模与盈利状况 181

三、公司偿债能力分析 183

四、公司营运能力分析 183

五、公司获利能力分析 184

六、公司成长能力分析 185

七、公司发展战略 185

第六节 玫琳凯（中国）化妆品有限公司 186

一、公司概况 186

二、公司总体规模与盈利状况 187

三、公司偿债能力分析 188

四、公司营运能力分析 189

五、公司获利能力分析 189

六、公司成长能力分析 190

七、公司发展战略 191

第九章 中国化妆品市场营销分析 192

第一节 中国化妆品行业主要市场渠道 192

一、批发市场 192

二、零售终端市场 193

三、专业市场 195

第二节 化妆品市场营销概况 196

一、化妆品市场营销的主要趋势 196

二、化妆品市场微博营销模式分析 198

三、迪彩创新体验营销模式经验分析 200

四、化妆品软文营销的三大关键点 201

第三节 化妆品电商 202

一、化妆品电子商务市场状况分析 202

二、化妆品电子商务行业发展现状 203

三、化妆品电商企业发展动态 203

四、化妆品电子商务发展趋势展望 204

五、化妆品电商市场面临的不利因素 205

第四节 化妆品网络营销 205

一、化妆品网络营销的特征和优势 205

二、中国化妆品网络营销发展概况 207

三、化妆品网络营销体系日渐完善 209

四、我国化妆品SNS社区营销模式分析 210

第五节 化妆品直销 212

一、化妆品直销的概述 212

二、化妆品直销企业"反周期"规律分析 213

三、化妆品直销企业呈两极化态势 216

四、我国化妆品网上直销市场销售通路发展趋势 217

第六节 化妆品专卖店经营 218

一、中国化妆品专卖店市场发展现状 218

二、化妆品专卖店成行业发展新趋势 219

三、化妆品专卖店的运营策略探讨 220

四、化妆品专卖店发展的前景剖析 222

第七节 化妆品梯度营销渠道的策略 223

一、化妆品实行梯度营销的必要性 223

二、渠道梯度 224

三、目标消费者梯度 227

第十章 中国化妆品投资分析 233

第一节 投资基本概况 233

- 一、化妆品的产业特性 233
- 二、化妆品产业的赢利模式剖析 234
- 三、化妆品项目投资的主要优势 239
- 四、中国渐成化妆品投资的热点市场 243

第二节 化妆品的投资前景分析 243

- 一、我国化妆品市场投资存在的商机 243
- 二、药妆美护肤品市场投资前景看好 245
- 三、芦荟化妆品的前景和开发 246
- 四、孕妇专用化妆品市场开发潜力大 249

第三节 化妆品投资面临的问题及建议 250

- 一、我国化妆品行业的进入壁垒 250
- 二、化妆品行业投资风险因素 250
- 三、化妆品企业投资经营策略 250
- 四、中药化妆品的投资策略 250

第十一章 化妆品行业发展前景预测 254

第一节 化妆品行业的发展趋势 254

- 一、全球化妆品市场的发展趋势探析 254
- 二、绿色与有机化妆品成未来发展方向 255
- 三、化妆品市场的渠道发展趋势分析 256
- 四、未来化妆品包装向环保化发展 257

第二节 化妆品市场的发展潜力分析 257

- 一、2015年化妆品行业面临的形势分析 257
- 二、中国化妆品行业具有巨大成长空间 259
- 三、农村市场未来发展需求分析 259

第三节 2017-2022年化妆品行业运行能力预测 260

- 一、行业总资产预测 260
- 二、工业总产值预测 260
- 三、产品销售收入预测 261
- 四、利润总额预测 262

图表目录：

- 图表 1 2015年全球化妆品市场份额分布 17
- 图表 2 原料厂商环节企业分布情况 64
- 图表 3 分销商环节企业分布情况 64
- 图表 4 配方设计者环节企业分布情况 65
- 图表 5 OEM厂商环节企业分布情况 65
- 图表 6 四城市女性使用化妆护肤品的比例 67
- 图表 7 不同年龄段的女性使用化妆护肤品的比例 68
- 图表 8 2010年与2015年tmall美容消费用户结构比较 70
- 图表 9 2015年天猫美容馆化妆品成交数量TOP10品类 71
- 图表 10 2015年天猫美容馆化妆品成交金额TOP10品类 71
- 图表 11 2015年化妆品网购地区分布图 72
- 图表 12 2015年最舍得买化妆品城市排行 73
- 图表 13 2015年唇膏消费城市排行 74
- 图表 14 2015年防晒产品消费城市排行 74
- 图表 15 2015年假发消费城市排行 75
- 图表 16 2015年丰胸产品消费城市排行 76
- 图表 17 2015年美甲产品消费城市排行 77
- 图表 18 2009-2015年化妆品制造业工业总产值 79
- 图表 19 2009-2015年化妆品制造业工业总产值增长趋势图 80
- 图表 20 2008-2015年我国化妆品需求市场情况 81
- 图表 21 2009-2015年化妆品制造业企业数量 82
- 图表 22 2009-2015年化妆品制造业企业数量 82
- 图表 23 2009-2015年化妆品制造业从业人员平均人数 83
- 图表 24 2015年化妆品制造业从业人员平均人数增长趋势图 83
- 图表 25 2008-2015年我国化妆品行业出口情况 84
- 图表 26 2008-2015年我国化妆品行业进口情况 84
- 图表 27 2014年末中国化妆品制造行业各地区资产总额 94
- 图表 28 2014年末中国化妆品制造行业各地区资产份额对比图 95
- 图表 29 2014年中国化妆品制造行业各地区销售额 95
- 图表 30 2014年中国化妆品制造行业各地区销售份额对比图 96

- 图表 31 2015年末中国化妆品制造行业各地区资产总额 96
- 图表 32 2015年末中国化妆品制造行业各地区资产份额对比图 97
- 图表 33 2015年中国化妆品制造行业各地区销售额 97
- 图表 34 2015年中国化妆品制造行业各地区销售份额对比图 98
- 图表 35 2009-2015年化妆品制造业资产总额 115
- 图表 36 2009-2015年化妆品制造业总资产增长趋势图 116
- 图表 37 2009-2015年化妆品制造业负债总额 116
- 图表 38 2009-2015年化妆品制造业总负债增长趋势图 117
- 图表 39 2009-2015年化妆品制造业产成品 117
- 图表 40 2009-2014年化妆品制造业产成品增长趋势图 118
- 图表 41 2009-2015年化妆品制造业销售收入 118
- 图表 42 2009-2015年化妆品制造业销售收入增长趋势图 119
- 图表 43 2009-2015年化妆品制造业利润总额 120
- 图表 44 2009-2015年化妆品制造业利润总额增长趋势图 120
- 图表 45 2009-2015年化妆品制造业主营业务税金及附加收入额情况 121
- 图表 46 2009-2015年化妆品制造业主营业务税金及附加收入增长趋势图 122
- 图表 47 2009-2014年护肤品制造业销售利润率趋势图 123
- 图表 48 截至2015年底化妆品制造业不同规模企业总资产 123
- 图表 49 截至2015年底化妆品制造业不同规模企业总资产对比图 124
- 图表 50 截至2015年底化妆品制造业不同规模企业总负债 124
- 图表 51 截至2015年底化妆品制造业不同规模企业总负债对比图 125
- 图表 52 2011-2014年化妆品制造业不同规模企业产成品总额 126
- 图表 53 2014年化妆品制造业不同规模企业产成品总额对比图 126
- 图表 54 2015年化妆品制造业不同规模企业产成品总额 127
- 图表 55 2015年化妆品制造业不同规模企业产成品总额对比图 127
- 图表 56 2011-2014年化妆品制造业不同规模企业销售额 128
- 图表 57 2014年化妆品制造业不同规模企业销售额对比图 128
- 图表 58 2015年化妆品制造业不同规模企业销售额 129
- 图表 59 2015年化妆品制造业不同规模企业销售额对比图 129
- 图表 60 2011-2014年化妆品制造业不同规模企业利润总额 130
- 图表 61 2014年化妆品制造业不同规模企业利润总额对比图 130
- 图表 62 2015年化妆品制造业不同规模企业利润总额 131

- 图表 63 2015年化妆品制造业不同规模企业利润总额对比图 131
- 图表 64 2011-2014年化妆品制造业不同规模企业主营业务税金及附加额 132
- 图表 65 2014年化妆品制造业不同规模企业主营业务税金及附加额对比图 133
- 图表 66 2015年化妆品制造业不同规模企业主营业务税金及附加额 133
- 图表 67 2015年化妆品制造业不同规模企业主营业务税金及附加额对比图 134
- 图表 68 2011-2014年护肤品制造业不同规模企业销售利润率 134
- 图表 69 2011-2014年护肤品制造业不同规模企业销售利润率对比图 135
- 图表 70 2015年护肤品制造业不同规模企业销售利润率 135
- 图表 71 2015年护肤品制造业不同规模企业销售利润率对比图 136
- 图表 72 截至2015年底化妆品制造业不同所有制企业总资产 137
- 图表 73 截至2015年底化妆品制造业不同所有制企业总资产对比图 137
- 图表 74 截至2015年底化妆品制造业不同所有制企业总负债 138
- 图表 75 截至2015年底化妆品制造业不同所有制企业总负债对比图 139
- 图表 76 2011-2014年化妆品制造业不同所有制企业产成品额 139
- 图表 77 2014年化妆品制造业不同所有制企业产成品总额对比图 140
- 图表 78 2015年化妆品制造业不同所有制企业产成品总额 141
- 图表 79 2015年化妆品制造业不同所有制企业产成品总额对比图 141
- 图表 80 2011-2014年化妆品制造业不同所有制企业销售额 142
- 图表 81 2014年化妆品制造业不同所有制企业销售额对比图 143
- 图表 82 2015年化妆品制造业不同所有制企业销售额 143
- 图表 83 2015年化妆品制造业不同所有制企业销售额对比图 144
- 图表 84 2011-2014年化妆品制造业不同所有制企业利润总额 145
- 图表 85 2015年化妆品制造业不同所有制企业利润总额 145
- 图表 86 2015年化妆品制造业不同所有制企业利润总额对比图 146
- 图表 87 2011-2014年化妆品制造业不同所有制企业主营业务税金及附加额 147
- 图表 88 2014年化妆品制造业不同所有制企业主营业务税金及附加额对比图 148
- 图表 89 2015年化妆品制造业不同所有制企业主营业务税金及附加额 148
- 图表 90 2015年化妆品制造业不同所有制企业主营业务税金及附加额对比图 149
- 图表 91 2011-2014年护肤品制造业不同所有制企业销售利润率 150
- 图表 92 2011-2014年护肤品制造业不同所有制企业销售利润率对比图 150
- 图表 93 2015年护肤品制造业不同所有制企业销售利润率 151
- 图表 94 2015年护肤品制造业不同所有制企业销售利润率对比图 152

图表 95	2010-2015年末上海家化联合股份有限公司资产负债情况表	154
图表 96	2010-2015年上海家化联合股份有限公司利润情况表	155
图表 97	2010-2015年上海家化联合股份有限公司盈利能力关键指标	157
图表 98	2010-2015年上海家化联合股份有限公司营运能力关键指标	158
图表 99	2010-2015年上海家化联合股份有限公司偿债能力关键指标	159
图表 100	2010-2015年上海家化联合股份有限公司成长能力关键指标	160
图表 101	2010-2015年末索芙特股份有限公司资产负债情况表	163
图表 102	2010-2015年索芙特股份有限公司利润情况表	164
图表 103	2010-2015年索芙特股份有限公司盈利能力关键指标	165
图表 104	2010-2015年索芙特股份有限公司营运能力关键指标	166
图表 105	2010-2015年索芙特股份有限公司偿债能力关键指标	167
图表 106	2010-2015年索芙特股份有限公司成长能力关键指标	168
图表 107	2008-2015年末霸王国际集团资产负债情况表	171
图表 108	2010-2015年霸王国际集团损益情况表	172
图表 109	2010-2015年霸王国际集团盈利能力关键指标	172
图表 110	2010-2015年霸王国际集团营运能力关键指标	173
图表 111	2010-2015年霸王国际集团偿债能力关键指标	173
图表 112	2010-2015年霸王国际集团成长能力关键指标	174
图表 113	2008-2015年江苏隆力奇集团有限公司总体规模数据	175
图表 114	2008-2015年江苏隆力奇集团有限公司产销规模数据	176
图表 115	2008-2015年江苏隆力奇集团有限公司盈利状况	176
图表 116	2008-2015年江苏隆力奇集团有限公司偿债能力关键指标	177
图表 117	2008-2015年江苏隆力奇集团有限公司营运能力关键指标	178
图表 118	2008-2015年江苏隆力奇集团有限公司获利能力关键指标	178
图表 119	2010-2015年江苏隆力奇集团有限公司成长能力关键指标	179
图表 120	2008-2015年联合利华（中国）有限公司总体规模数据	181
图表 121	2008-2015年联合利华（中国）有限公司产销规模数据	182
图表 122	2008-2015年联合利华（中国）有限公司盈利状况	183
图表 123	2008-2015年联合利华（中国）有限公司偿债能力关键指标	183
图表 124	2008-2015年联合利华（中国）有限公司营运能力关键指标	184
图表 125	2008-2015年联合利华（中国）有限公司获利能力关键指标	184
图表 126	2010-2015年联合利华（中国）有限公司成长能力关键指标	185

图表 127	2008-2015年玫琳凯（中国）化妆品有限公司总体规模数据	187
图表 128	2008-2015年玫琳凯（中国）化妆品有限公司产销规模数据	187
图表 129	2008-2015年玫琳凯（中国）化妆品有限公司盈利状况	188
图表 130	2008-2015年玫琳凯（中国）化妆品有限公司偿债能力关键指标	189
图表 131	2008-2015年玫琳凯（中国）化妆品有限公司营运能力关键指标	189
图表 132	2008-2015年玫琳凯（中国）化妆品有限公司获利能力关键指标	190
图表 133	2010-2015年玫琳凯（中国）化妆品有限公司成长能力关键指标	190
图表 134	2017-2022年中国化妆品制造行业总资产预测	260
图表 135	2017-2022年中国化妆品制造行业工业总产值预测	261
图表 136	2017-2022年中国化妆品制造行业销售收入预测	262
图表 137	2017-2022年中国化妆品制造行业利润总额预测	263

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/283694.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。