



艾凯咨询
ICAN Consulting

2018-2024年中国轻奢品行业市场深度评估及发展前景预测报告

一、调研说明

《2018-2024年中国轻奢品行业市场深度评估及发展前景预测报告》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/291244.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

报告目录：

第1章：奢侈品行业发展综述

1.1 奢侈品行业定义及分类

1.1.1 奢侈品及奢侈品行业的界定

1.1.2 奢侈品行业分类情况

1.1.3 奢侈品主要研究类别

1.2 奢侈品行业政策环境分析

1.2.1 奢侈品行业贸易政策

(1) 《关于进境旅客所携行李物品验放标准有关事宜》

(2) 《中华人民共和国进境物品完税价格表》

1.2.2 奢侈品行业税收政策

1.3 奢侈品行业经济环境分析

1.3.1 国际宏观经济环境分析

(1) 国际宏观经济现状

(2) 国际宏观经济预测

1.3.2 国内宏观经济环境分析

(1) 宏观经济运行情况

(2) 宏观经济走势预测

1.4 奢侈品行业消费环境分析

1.4.1 中国居民收入与消费情况

(1) 居民收入水平分析

(2) 居民消费水平分析

(3) 居民消费结构分析

1.4.2 中国富裕阶层界定及规模

(1) 中国富裕阶层界定

(2) 中国富裕阶层规模

1) 中国富裕阶层规模的调研

2) 中国富裕阶层投资规模

1.4.3 中国富裕阶层特征分析

(1) 中国富裕阶层年龄特征

(2) 中国富裕阶层学历特征

(3) 中国富裕阶层行业特征

(4) 中国富裕阶层消费特征

1.5 中国奢侈品行业发展环境影响分析

第2章：奢侈品市场发展状况分析

2.1 全球奢侈品市场发展分析

2.1.1 全球奢侈品市场规模分析

2.1.2 全球奢侈品消费品种分析

2.1.3 全球奢侈品市场区域分布

(1) 奢侈品消费市场分布

(2) 奢侈品销售区域分布

(3) 奢侈品增长速度对比

2.1.4 重点地区奢侈品市场调研

(1) 欧洲奢侈品市场调研

(2) 美国奢侈品市场调研

(3) 亚太区奢侈品市场调研

2.1.5 全球奢侈品市场趋势预测

2.2 重点奢侈品品牌发展分析

2.2.1 奢侈品品牌竞争概况

2.2.2 卡地亚 (Cartier) 市场调研

(1) 卡地亚发展历程概述

(2) 卡地亚品牌市场地位

(3) 卡地亚销售规模分析

1) 历峰集团销售规模

2) Cartier品牌销售规模

(4) 卡地亚销售区域分布

(5) 卡地亚在华分店布局

(6) 卡地亚产品系列分布

1) 产品系列分布情况

2) 珠宝系列产品分布

3) 腕表系列产品分布

(7) 卡地亚市场投资前景

2.2.3 古琦 (Gucci) 市场调研

(1) 古琦发展历程概述

(2) 古琦品牌市场地位

(3) 古琦销售规模分析

1) Kering集团销售规模

2) Gucci品牌销售规模

(4) 古琦销售区域分布

(5) 古琦产品销售类别

(6) 古琦在华分店布局

(7) 古琦市场投资前景

2.3 中国奢侈品市场发展分析

2.3.1 中国奢侈品市场规模分析

(1) 中国奢侈品消费规模

(2) 中国奢侈品销售规模

2.3.2 中国奢侈品消费品种分析

2.3.3 中国奢侈品品牌发展分析

(1) 中国奢侈品品牌现状分析

(2) 中国奢侈品品牌缺失原因

2.3.4 国外奢侈品品牌在我国的运作

2.3.5 奢侈品品牌在中国成功的启示

第3章：奢侈品行业产品市场调研

3.1 珠宝首饰行业市场调研

3.1.1 珠宝首饰行业市场规模

3.1.2 珠宝首饰行业市场竞争现状

3.1.3 珠宝首饰行业奢侈品牌分析

3.1.4 珠宝首饰行业奢侈品牌发展趋势

3.2 服装行业市场调研

3.2.1 服装行业市场规模

3.2.2 服装行业市场竞争

3.2.3 服装行业奢侈品牌分析

3.2.4 服装行业奢侈品牌发展趋势

3.3 钟表行业市场调研

3.3.1 钟表行业市场规模

3.3.2 钟表行业市场竞争

(1) 竞争层次

(2) 区域竞争

3.3.3 钟表行业奢侈品牌分析

(1) 奢侈钟表品牌现状

(2) 奢侈钟表在华表现

(3) 奢侈钟表营销策略

3.3.4 钟表行业奢侈品牌发展趋势

3.4 白酒行业市场调研

3.4.1 白酒行业市场规模

(1) 全国市场规模

(2) 不同地区规模

3.4.2 白酒行业市场竞争

(1) 竞争地位分析

(2) 竞争格局分析

(3) 竞争结构分析

3.4.3 白酒行业奢侈品牌分析

3.4.4 白酒行业奢侈品牌发展趋势

(1) 控量保价

(2) 高端白酒增长空间依然较大

(3) 品牌曲折发展

3.5 葡萄酒行业市场调研

3.5.1 葡萄酒行业市场规模

3.5.2 葡萄酒行业市场竞争

(1) 全球竞争情况

(2) 国内竞争情况

3.5.3 葡萄酒行业奢侈品牌分析

3.5.4 葡萄酒行业奢侈品牌发展趋势

3.6 烟草制品行业市场调研

3.6.1 烟草制品行业市场规模

(1) 总体市场规模

(2) 高档卷烟规模

3.6.2 烟草制品行业市场竞争

(1) 区域竞争

(2) 品牌竞争

3.6.3 烟草制品行业奢侈品牌分析

3.6.4 烟草制品行业奢侈品牌发展趋势

3.7 箱包行业市场调研

3.7.1 箱包行业市场规模

3.7.2 箱包行业市场竞争

3.7.3 箱包行业奢侈品牌分析

3.7.4 箱包行业奢侈品牌发展趋势

第4章：奢侈品零售模式与商业布局

4.1 奢侈品行业商业布局分析

4.1.1 奢侈品品牌在华区域市场建设分析

(1) 奢侈品品牌进驻的主要城市

(2) 主要城市的区域商业规划

1) 北京商业规划分析

2) 上海商业规划分析

3) 广州商业规划分析

4) 深圳商业规划分析

4.1.2 国际奢侈品品牌在华经营策略分析

(1) 瑞士表业集团在华"通吃"策略

(2) 哈根达斯的"奢侈到底"策略

(3) 星巴克的"植入式营销"策略

(4) 卡地亚的"快跑"策略

(5) 奥克利眼镜公司的网络营销策略

(6) 国际奢侈品品牌在华经营策略分析

4.1.3 奢侈品品牌城市布局趋势分析

(1) 奢侈品品牌城市布局发展趋势分析

(2) 奢侈品品牌拓展二、三线城市可行性分析

1) 中国二、三线城市奢侈品市场潜力

2) 二、三线城市奢侈品消费特征

3) 奢侈品品牌拓展二、三线城市主要策略

4.2 奢侈品行业零售模式分析

4.2.1 综合百货商场模式

4.2.2 专卖直营模式

4.2.3 专营综合店模式

4.2.4 网络营销模式

4.2.5 展会模式

4.2.6 奢侈品奥特莱斯模式

第5章：中国奢侈品消费市场调研

5.1 奢侈品行业消费群体分析

5.1.1 全球奢侈品消费市场演变

(1) 国际品牌主导奢侈品市场

(2) 亚太业绩下跌，中国人76%的奢侈品在海外购买

(3) 高管频繁变动，销售遇冷，设计师挽救品牌难现，行业管理难度加大

(4) 奢侈品电商转型频获融资，难得到授权沦为"杂货铺"

5.1.2 奢侈品主要消费群体分析

5.1.3 中国奢侈品消费市场趋势

5.2 奢侈品消费群体调研分析

5.2.1 调研群体基本资料

5.2.2 白领购买奢侈品行为特征

(1) 白领购买奢侈品动机

(2) 白领购买奢侈品消费习惯

(3) 白领购买奢侈品意愿

5.2.3 白领购买奢侈品消费特点

(1) 白领购买奢侈品的品类

(2) 白领购买奢侈品的品牌

1) 高端服饰品牌

2) 高端化妆品品牌

3) 高端箱包品牌

4) 高端手表品牌

(3) 白领购买奢侈品的金额

5.2.4 白领购买奢侈品信息渠道

(1) 白领购买奢侈品信息来源

(2) 白领购买奢侈品主要渠道

第6章：中国奢侈品行业潜在企业分析

6.1 珠宝首饰行业奢侈品行业领先企业个案分析

6.1.1 上海老凤祥有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

6.1.2 周大福珠宝金行有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

6.1.3 周生生集团国际有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

6.1.4 广东潮宏基实业股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

6.1.5 六福集团（国际）有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

6.1.6 北京谢瑞麟珠宝有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

6.1.7 从化东麟钻石有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

6.1.8 浙江明牌珠宝股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

6.1.9 深圳东方金钰股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

6.1.10 东莞市金龙珠宝首饰有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

6.2 服装行业奢侈品牌潜在企业个案分析

6.2.1 福建柒牌集团有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

6.2.2 浙江步森服饰股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

6.2.3 利郎（中国）有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

6.2.4 雅戈尔集团股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

6.2.5 九牧王股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

6.2.6 宁波杉杉股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

6.2.7 福建七匹狼实业股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析向

6.3 钟表行业奢侈品牌潜在企业个案分析

6.3.1 飞亚达（集团）股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

6.3.2 珠海罗西尼表业有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

6.3.3 依波精品（深圳）有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

6.3.4 天王电子（深圳）有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

6.3.5 天津海鸥表业集团有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

6.4 白酒行业奢侈品牌潜在企业个案分析

6.4.1 宜宾五粮液股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

6.4.2 贵州茅台酒股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

6.4.3 泸州老窖股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

6.4.4 四川剑南春集团有限责任公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

6.4.5 四川金六福酒业有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

6.4.6 山西杏花村汾酒厂股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

6.4.7 安徽古井贡酒股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

6.4.8 湖北稻花香酒业股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

6.4.9 江苏洋河酒厂股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

6.4.10 四川郎酒集团有限责任公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

6.5 葡萄酒行业奢侈品牌潜在企业个案分析

6.5.1 烟台张裕集团有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

6.5.2 通化葡萄酒股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

6.5.3 中信国安葡萄酒业股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

6.5.4 中国长城葡萄酒有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

6.5.5 中粮华夏长城葡萄酒有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

6.6 烟草制品行业奢侈品牌潜在企业个案分析

6.6.1 湖南中烟工业有限责任公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

6.6.2 上海烟草集团有限责任公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

6.6.3 红云红河烟草(集团)有限责任公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

6.6.4 红塔烟草(集团)有限责任公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

6.6.5 河南中烟工业有限责任公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

6.6.6 江西中烟工业有限责任公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

6.6.7 山东中烟工业有限责任公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

6.6.8 浙江中烟工业有限责任公司杭州卷烟厂经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构分析

(4) 企业经营优劣势分析

(5) 企业最新发展动向

6.6.9 江苏中烟工业有限责任公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

6.6.10 四川中烟工业有限责任公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

6.7 箱包行业奢侈品牌潜在企业个案分析

6.7.1 祥兴（福建）箱包集团有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

6.7.2 金猴集团有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

6.7.3 中山皇冠皮件有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

6.7.4 达派（中国）箱包有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

6.7.5 广州市斐高箱包有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

6.8 皮草行业奢侈品牌潜在企业个案分析

6.8.1 华斯农业开发股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

6.8.2 桐乡市银杉皮草有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

6.8.3 浙江中辉皮草有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

6.8.4 北京圣龙利泰毛皮制品有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

6.8.5 北京元隆皮草皮革有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

第7章：中国奢侈品行业行业前景调研分析（AKLT）

7.1 中国奢侈品行业投资特性分析

7.1.1 奢侈品行业进入壁垒分析

7.1.2 奢侈品行业盈利模式分析

7.1.3 奢侈品行业盈利因素分析

7.2 中国奢侈品行业趋势预测分析

7.2.1 奢侈品行业发展趋势分析

7.2.2 奢侈品行业趋势预测分析

7.3 中国奢侈品行业投资建议

7.3.1 奢侈品行业投资前景分析

(1) 品牌缺失

(2) 购买力转移

(3) 假冒伪劣

(4) 渠道风险

(5) 并购风险

7.3.2 奢侈品行业投资建议

(1) 立足品牌，追求卓越品质

(2) 培养专业人才

图表目录：

图表1：奢侈品行业产品分类

图表2：《关于进境旅客所携行李物品验放标准有关事宜》相关内容

图表3：《中华人民共和国进境物品完税价格表》相关内容

图表4：2013-2017年美国GDP增长率走势（单位：%）

图表5：2013-2017年欧元区GDP增长率走势（单位：%）

图表6：2013-2017年日本GDP增长率走势（单位：%）

图表7：2016-2017年全球主要经济体经济增速预测（单位：%）

图表8：2008-2016上半年中国国内生产总值及其增长速度（单位：万亿元，%）

图表9：2010-2017年中国人均可支配收入趋势图（单位：元，%）

图表10：2010-2017年中国城乡居民消费支出增长（单位：元）

图表11：2017年中国居民消费结构（单位：元，%）

图表12：不同机构对中国富裕阶层界定

图表13：2011-2017年中国富裕阶层规模（单位：万人，%）

图表14：2010-2017年中国富裕阶层规模（福布斯）（单位：万人，百万元）

图表15：中国富裕阶层年龄分布特征

图表16：中国富裕阶层学历分布特征

图表17：中国富裕阶层从事行业分布特征

图表18：中国富裕阶层家庭消费支出结构（单位：%）

图表19：中国奢侈品行业发展环境影响分析

图表20：2009-2017年全球个人奢侈品市场规模（单位：亿欧元，%）

图表21：2013-2017年全球奢侈品行业产品市场格局分析（单位：%）

图表22：2017年全球奢侈品消费比例（单位：%）

图表23：全球奢侈品销售额区域分布（单位：%）

图表24：2017年全球奢侈品消费增长速度对比（单位：%）

图表25：2009-2017年欧洲奢侈品市场规模（单位：亿欧元）

图表26：2017年欧洲奢侈品市场消费人群构成（单位：%）

图表27：2017年欧洲消费者奢侈品消费区域构成（单位：%）

图表28：2009-2017年美国奢侈品市场规模（单位：亿欧元，%）

图表29：2017年美国奢侈品市场消费人群构成（单位：%）

图表30：2017年美国消费者奢侈品消费区域构成（单位：%）

图表31：2009-2017年亚太奢侈品市场规模（单位：亿欧元）

图表32：2018-2024年全球奢侈品市场规模预测（单位：亿欧元）

图表33：卡地亚（Cartier）品牌在奢侈品市场中的地位

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/291244.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。