



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2009年中国牙膏行业市场分析及 发展前景预测报告

## 一、调研说明

《2009年中国牙膏行业市场分析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/29496.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

国家质检总局出台《化妆品标识管理规定》2008年9月1日起实施。新版《规定》有两点最受关注，一是要求化妆品标识要标注全成分表；二是把牙膏正式列为化妆品的管理范畴。而且，从2009年2月1日起，我国实施新的牙膏强制性国家标准，二甘醇、三氯生等物质首次列入到原料规范中并明确限量值，成人含氟牙膏的氟含量底线也有所提高。牙膏行业的进一步规范，对于整顿牙膏市场和保护品牌，起到了关键重要。

在国内牙膏市场，佳洁士、高露洁霸主地位已形成，加上中华，三大品牌占据市场份额60%以上；两面针、冷酸灵、黑妹、蓝天六必治等国产品牌则稳占二线阵营。在与外资品牌竞争明显处于下风的形势下，本土牙膏企业也开始寻找新的突破口来提升整体竞争实力。在当前的市场背景下，中草药是国产牙膏品牌打破外资巨头市场垄断、重新划分市场格局的一个有力武器。可以预见，一旦中草药功效牙膏标准正式开始实施，则该产品的身份和地位也将正式得到确认，国产牙膏品牌将因此得到一个比较大的发展空间。

目前，中国牙膏市场仍具有很大的发展空间。预计到2010年，全国牙膏总产量将达到54亿支，牙膏市场规模将达到181亿元，其中中草药牙膏将超过50%的市场份额，一些区域性中小企业将被淘汰，而在高端市场和低端市场，国内外品牌将互有攻守。

未来，牙膏市场竞争更加激烈，国内品牌在中高端的反攻将逐步见效，新一轮的洗牌将促使目前的层次发生改变。从区域结构看，未来的城市市场，牙膏产品将进一步向多功能高档化发展；农村市场，低价位产品销售量将快速上升，品牌倾向性将强化，市场重心向农村倾斜（整个快速消费品市场基本区域发展趋势）；从营销手段看，广告尤其是电视广告仍将是未来牙膏市场最重要的营销手段，牙膏厂商需要根据自己的产品定位，有针对性地加大广告宣传力度，建立品牌形象，争取更大的市场份额。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家海关总署、全国商业信息中心、中国口腔清洁护理用品工业协会、中国经济景气监测中心、《中国牙膏工业情报》、国内外相关报刊杂志的基础信息以及日用化学专业研究单位等公布和提供的大量资料，对我国牙膏市场的供给与需求状况、市场竞争格局、市场营销策略、行业发展趋势等进行了分析研究，并且重点分析了市场品牌格局以及行业领先企业的发展状况等。本报告还对国家相关产业政策进行了趋向研判，本研究报告更是口腔清洁用品生产企业、科研单位、经销公司等单位准确了解目前中国牙膏市场发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

## 目录

## CONTENTS

### 第一部分 行业发展现状分析

#### 第一章 牙膏行业概览 1

##### 第一节 行业概览与分类 1

###### 一、行业概况 1

###### 二、牙膏的分类 2

##### 第二节 牙膏主要成份分析 3

###### 一、摩擦剂 3

###### 二、洁净剂 5

###### 三、润湿剂 5

###### 四、胶粘剂 5

###### 五、芳香剂 5

###### 六、药物 9

##### 第三节 牙膏的药物机理 9

###### 一、美白牙膏的药物机理 9

###### 二、抗菌牙膏的药物机理 10

###### 三、消除牙垢牙膏的药物机理 11

###### 四、预防牙本质过敏牙膏的药物机理 12

###### 五、防治龋齿牙膏的药物机理 13

#### 第二章 中国日化市场发展情况 15

##### 第一节 2008-2009年日化市场发展现状 15

###### 一、我国日化产业发展概况 15

###### 二、日化产业发展潜力分析 18

###### 三、国内日化市场面临挑战 21

###### 四、2008年日化品牌格局与市场分析 25

###### 五、2009年日化市场变化情况 28

##### 第二节 2008年日化市场运行情况 29

###### 一、2008年销售收入前十家企业排名 29

###### 二、2008年主要经济指标分析 31

##### 第三节 2009年日化行业发展趋势 74

一、2009年中国日化行业经济增势预测 74

二、2009年本土日化市场调整趋势 75

## 第二部分 行业市场发展状况分析

### 第三章 牙膏行业发展分析 79

#### 第一节 中国牙膏市场状况分析 79

一、中国牙膏市场的发展历史 79

二、牙膏市场发展概况 80

三、国内牙膏企业存在的问题 81

#### 第二节 牙膏行业政策标准 82

一、2008年9月起牙膏成化妆品 82

二、2009年我国将实施新的牙膏国家标准 82

#### 第三节 牙膏市场调研分析 83

一、我国牙膏市场的现状 83

二、对牙膏市场的消费者行为分析 84

### 第四章 牙膏市场品牌研究分析 87

#### 第一节 2008年牙膏品牌研究 87

一、2008年十大牙膏品牌 87

二、牙膏中国驰名商标名单 87

三、牙膏中国名牌名单 88

四、牙膏国家免检产品名单 89

#### 第二节 主要城市牙膏品牌分析 90

一、天津牙膏市场分析 90

二、广州牙膏市场分析 92

三、上海牙膏市场分析 94

四、武汉牙膏市场分析 96

五、南京牙膏市场分析 98

六、杭州牙膏市场分析 100

七、深圳牙膏市场分析 102

八、大连牙膏市场分析 104

九、哈尔滨牙膏市场分析 106

- 十、长沙牙膏市场分析 108
- 十一、南昌牙膏市场分析 110
- 十二、青岛牙膏市场分析 112
- 十三、太原牙膏市场分析 114
- 十四、南宁牙膏市场分析 116
- 十五、海口牙膏市场分析 118

### 第三部分 行业细分市场及关联产业分析

#### 第五章 牙膏细分市场分析 121

##### 第一节 中药牙膏 121

- 一、我国中药牙膏市场发展情况 121
- 二、中草药成国产品牌牙膏发展重点 123
- 三、中草药牙膏的突围分析 126

##### 第二节 含氟牙膏 131

- 一、含氟牙膏分析 131
- 二、2009年2月起牙膏新"国标"限定含氟量 132

##### 第三节 盐味牙膏 133

- 一、盐味牙膏消费市场分析 133
- 二、盐味牙膏成为消费者选择口腔护理产品首选 134

#### 第六章 牙膏关联产业分析 138

##### 第一节 漱口水 138

- 一、漱口水发展概况 138
- 二、本土漱口水品牌潜力分析 140
- 三、漱口水品牌的发展存在的问题 143

##### 第二节 牙刷 147

- 一、中国牙刷市场发展空间分析 147
- 二、中国牙刷价格分析 149
- 三、2008年牙刷品牌榜 151
- 四、电动牙刷市场机会分析 151
- 五、中国牙刷生产企业的发展方向 155

##### 第三节 牙膏包装 157

- 一、牙膏包装的创新分析 157
- 二、牙膏包装存在的问题 160
- 三、国内市场牙膏软管包装发展的趋势 163

## 第七章 牙膏原料市场分析 165

### 第一节 碳酸钙 165

- 一、碳酸钙的定义及分类 165
- 二、碳酸钙市场前景分析 167
- 三、碳酸钙行业节能分析 168
- 四、碳酸钙市场发展展望 171

### 第二节 磷酸氢钙 172

- 一、牙膏级磷酸氢钙市场现状分析 172
- 二、2008-2009年国内磷酸氢钙行情分析 173
- 三、2009年磷酸氢钙市场变动趋势 174

### 第三节 聚乙烯 175

- 一、我国聚乙烯行业发展前景 175
- 二、2008年中国聚乙烯行业发展情况 178
- 三、2009年聚乙烯市场发展方向 178

## 第四部分 行业竞争格局分析

## 第八章 牙膏行业竞争格局分析 181

### 第一节 牙洁品牌竞争情况 181

- 一、高露洁与佳洁士的品牌暗战 181
- 二、中草药VS美白牙膏品牌竞争 186

### 第二节 市场竞争深度分析 188

- 一、消费群体分析 188
- 二、消费区域特征分析 188
- 三、消费者行为分析 189
- 四、主要品牌竞争手段分析 190
- 五、竞争与合作 191

### 第三节 牙膏市场价格竞争分析 191

- 一、外资军团竞争分析 192

二、本土联军竞争分析 195

三、第三方阵竞争分析 199

第四节 本土品牌价值重塑 203

一、价值重塑之产品升级 203

二、价值重塑之渠道为王 206

第九章 国外重点领先企业分析 211

第一节 高露洁棕榄有限公司 211

一、公司概况 211

二、SCM实施分析 211

三、高露洁牙膏品牌分析 215

第二节 美国宝洁公司 221

一、公司概况 221

二、公司竞争策略 223

三、佳洁士防蛀牙膏品牌策划分析 229

第三节 联合利华集团 231

一、公司概况 231

二、公司竞争优势 233

三、联合利华牙膏的营销分析 235

第四节 LG生活健康集团 236

一、公司概况 236

二、LG竹盐牙膏发展情况 237

第十章 国内重点领先企业分析 241

第一节 美晨集团股份有限公司 241

一、公司概况 241

二、公司产品介绍 241

三、黑妹牙膏品牌策略分析 242

第二节 柳州两面针股份有限公司 248

一、公司概况 248

二、2008年公司经营情况 250

三、2008年两面针发展新格局 253



#### 四、2009年公司前景 256

#### 第三节 上海白猫（集团）有限公司 257

##### 一、公司概况 257

##### 二、2008年公司经营情况 259

##### 三、美加净牙膏品牌分析 262

#### 第四节 云南白药集团股份有限公司 263

##### 一、公司概况 263

##### 二、2008年公司经营情况 266

##### 三、2008年云南白药牙膏品牌分析 272

#### 第五节 奥奇丽集团公司 273

##### 一、公司概况 273

##### 二、公司产品 274

##### 三、田七牙膏品牌市场分析 275

##### 四、2009年公司动态 277

#### 第六节 浙江纳爱斯化工股份有限公司 278

##### 一、公司概况 278

##### 二、纳爱斯牙膏品牌路径分析 279

##### 三、公司竞争策略分析 281

##### 四、2008年公司动态 285

#### 第七节 重庆登康口腔护理用品股份有限公司 286

##### 一、公司概况 286

##### 二、冷酸灵牙膏市场表现 288

#### 第八节 好来化工(中山)有限公司 289

##### 一、公司概况 289

##### 二、黑人牙膏市场状况 290

### 第五部分 行业策略与发展趋势分析

#### 第十一章 我国牙膏业策略分析 291

##### 第一节 行业营销策略分析 291

##### 一、我国牙膏企业的营销战略分析 291

##### 二、我国牙膏企业营销战略的选择 292

##### 第二节 行业发展策略分析 294

- 一、牙膏市场细分策略分析 294
- 二、中国牙膏产业的发展战略探讨 300
- 第三节 中国牙膏企业成长和发展的对策 302
  - 一、中国牙膏企业与跨国企业的差距及其表现 303
  - 二、中国牙膏企业成长和发展的对策与建议 305

## 第十二章 行业发展趋势 311

### 第一节 中国牙膏市场的发展趋势预测 311

- 一、产品方面 311
- 二、价格方面 312
- 三、渠道方面 313
- 四、促销方面 314

### 第二节 行业发展趋势分析 314

- 一、牙膏行业发展趋势 314
- 二、未来牙膏市场发展趋势 315

## 图表目录

- 图表：2008年2月日用化学产品制造销售收入前十家企业 29
- 图表：2008年5月日用化学产品制造销售收入前十家企业 30
- 图表：2008年8月日用化学产品制造销售收入前十家企业 30
- 图表：2008年11月日用化学产品制造销售收入前十家企业 30
- 图表：2008年1-12月日用化学产品制造主要经济指标全国合计 31
- 图表：2008年1-12月日用化学产品制造主要经济指标北京市合计 32
- 图表：2008年1-12月日用化学产品制造主要经济指标天津市合计 34
- 图表：2008年1-12月日用化学产品制造主要经济指标河北省合计 35
- 图表：2008年1-12月日用化学产品制造主要经济指标山西省合计 36
- 图表：2008年1-12月日用化学产品制造主要经济指标内蒙古合计 38
- 图表：2008年1-12月日用化学产品制造主要经济指标辽宁省合计 39
- 图表：2008年1-12月日用化学产品制造主要经济指标吉林省合计 41
- 图表：2008年1-12月日用化学产品制造主要经济指标黑龙江合计 42
- 图表：2008年1-12月日用化学产品制造主要经济指标上海市合计 43
- 图表：2008年1-12月日用化学产品制造主要经济指标江苏省合计 45

图表：2008年1-12月日用化学产品制造主要经济指标浙江省合计	46
图表：2008年1-12月日用化学产品制造主要经济指标安徽省合计	48
图表：2008年1-12月日用化学产品制造主要经济指标福建省合计	49
图表：2008年1-12月日用化学产品制造主要经济指标江西省合计	50
图表：2008年1-12月日用化学产品制造主要经济指标山东省合计	52
图表：2008年1-12月日用化学产品制造主要经济指标河南省合计	53
图表：2008年1-12月日用化学产品制造主要经济指标湖北省合计	55
图表：2008年1-12月日用化学产品制造主要经济指标湖南省合计	56
图表：2008年1-12月日用化学产品制造主要经济指标广东省合计	57
图表：2008年1-12月日用化学产品制造主要经济指标广西区合计	59
图表：2008年1-12月日用化学产品制造主要经济指标海南省合计	60
图表：2008年1-12月日用化学产品制造主要经济指标重庆市合计	62
图表：2008年1-12月日用化学产品制造主要经济指标四川省合计	63
图表：2008年1-12月日用化学产品制造主要经济指标贵州省合计	64
图表：2008年1-12月日用化学产品制造主要经济指标云南省合计	66
图表：2008年1-12月日用化学产品制造主要经济指标西藏区合计	67
图表：2008年1-12月日用化学产品制造主要经济指标陕西省合计	69
图表：2008年1-12月日用化学产品制造主要经济指标甘肃省合计	70
图表：2008年1-12月日用化学产品制造主要经济指标宁夏区合计	71
图表：2008年1-12月日用化学产品制造主要经济指标新疆区合计	73
图表：2008年十大牙膏品牌榜	87
图表：牙膏中国驰名商标名单	87
图表：2005年牙膏中国名牌名单	88
图表：2006年牙膏国家免检名单	89
图表：2007年牙膏国家免检名单	89
图表：2006年牙膏产品天津市场品牌绝对渗透率	90
图表：2006年牙膏产品天津市场品牌相对渗透率	90
图表：2006年牙膏产品天津市场品牌市场份额	91
图表：2006年牙膏产品天津市场品牌忠诚度	91
图表：2006年牙膏产品天津市场品牌群体人口分析	91
图表：2006年牙膏产品广州市场品牌绝对渗透率	92
图表：2006年牙膏产品广州市场品牌相对渗透率	92

图表：2006年牙膏产品广州市场品牌市场份额 92

图表：2006年牙膏产品广州市场品牌忠诚度 93

图表：2006年牙膏产品广州市场品牌群体人口分析 93

图表：2006年牙膏产品上海市场品牌绝对渗透率 94

图表：2006年牙膏产品上海市场品牌相对渗透率 94

图表：2006年牙膏产品上海市场品牌市场份额 95

图表：2006年牙膏产品上海市场品牌忠诚度 95

图表：2006年牙膏产品上海市场品牌群体人口分析 95

图表：2006年牙膏产品武汉市场品牌绝对渗透率 96

图表：2006年牙膏产品武汉市场品牌相对渗透率 96

图表：2006年牙膏产品武汉市场品牌市场份额 97

图表：2006年牙膏产品武汉市场品牌忠诚度 97

图表：2006年牙膏产品武汉市场品牌群体人口分析 97

图表：2006年牙膏产品南京市场品牌绝对渗透率 98

图表：2006年牙膏产品南京市场品牌相对渗透率 98

图表：2006年牙膏产品南京市场品牌市场份额 99

图表：2006年牙膏产品南京市场品牌忠诚度 99

图表：2006年牙膏产品南京市场品牌群体人口分析 99

图表：2006年牙膏杭州市场品牌绝对渗透率 100

图表：2006年牙膏杭州市场品牌相对渗透率 100

图表：2006年牙膏杭州市场品牌市场份额 101

图表：2006年牙膏杭州市场品牌忠诚度 101

图表：2006年牙膏杭州各品牌群体人口分析 101

图表：2006年牙膏深圳市场品牌绝对渗透率 102

图表：2006年牙膏深圳市场品牌相对渗透率 102

图表：2006年牙膏深圳市场品牌市场份额 103

图表：2006年牙膏深圳市场品牌忠诚度 103

图表：2006年牙膏深圳各品牌群体人口分析 103

图表：2006年牙膏大连市场品牌绝对渗透率 104

图表：2006年牙膏大连市场品牌相对渗透率 104

图表：2006年牙膏大连市场品牌市场份额 105

图表：2006年牙膏大连市场品牌忠诚度 105

图表：2006年牙膏大连各品牌群体人口分析 105

图表：2006年牙膏哈尔滨市场品牌绝对渗透率 106

图表：2006年牙膏哈尔滨市场品牌相对渗透率 106

图表：2006年牙膏哈尔滨市场品牌市场份额 107

图表：2006年牙膏哈尔滨市场品牌忠诚度 107

图表：2006年牙膏哈尔滨各品牌群体人口分析 107

图表：2006年牙膏长沙市场品牌绝对渗透率 108

图表：2006年牙膏长沙市场品牌相对渗透率 108

图表：2006年牙膏长沙市场品牌市场份额 109

图表：2006年牙膏长沙市场品牌忠诚度 109

图表：2006年牙膏长沙各品牌群体人口分析 109

图表：2006年牙膏南昌市场品牌绝对渗透率 110

图表：2006年牙膏南昌市场品牌相对渗透率 110

图表：2006年牙膏南昌市场品牌市场份额 111

图表：2006年牙膏南昌市场品牌忠诚度 111

图表：2006年牙膏南昌各品牌群体人口分析 111

图表：2006年牙膏青岛市场品牌绝对渗透率 112

图表：2006年牙膏青岛市场品牌相对渗透率 112

图表：2006年牙膏青岛市场品牌市场份额 113

图表：2006年牙膏青岛市场品牌忠诚度 113

图表：2006年牙膏青岛各品牌群体人口分析 113

图表：2006年牙膏太原市场品牌绝对渗透率 114

图表：2006年牙膏太原市场品牌相对渗透率 114

图表：2006年牙膏太原市场品牌市场份额 115

图表：2006年牙膏太原市场品牌忠诚度 115

图表：2006年牙膏太原各品牌群体人口分析 115

图表：2006年牙膏南宁市场品牌绝对渗透率 116

图表：2006年牙膏南宁市场品牌相对渗透率 116

图表：2006年牙膏南宁市场品牌市场份额 117

图表：2006年牙膏南宁市场品牌忠诚度 117

图表：2006年牙膏南宁各品牌群体人口分析 117

图表：2006年牙膏海口市场品牌绝对渗透率 118

图表：2006年牙膏海口市场品牌相对渗透率 118

图表：2006年牙膏海口市场品牌市场份额 119

图表：2006年牙膏海口市场品牌忠诚度 119

图表：2006年牙膏海口各品牌群体人口分析 119

图表：2008年六大电动牙刷品牌榜 151

图表：2008年六大牙刷品牌榜 151

图表：我国牙膏级磷酸氢钙生产企业产能 173

图表：1998-2005年牙膏中国牙膏磷酸氢钙需求量增长情况 173

图表：1998-2010年我国聚乙烯消费结构现状 177

图表：2008年2季度柳州两面针股份有限公司主营构成表 250

图表：2007-2008年柳州两面针股份有限公司每股指标 251

图表：2007-2008年柳州两面针股份有限公司获利能力表 251

图表：2007-2008年柳州两面针股份有限公司经营能力表 251

图表：2007-2008年柳州两面针股份有限公司偿债能力表 252

图表：2007-2008年柳州两面针股份有限公司资本结构表 252

图表：2007-2008年柳州两面针股份有限公司发展能力表 252

图表：2007-2008年柳州两面针股份有限公司现金流量分析表 252

图表：2007-2008年柳州两面针股份有限公司利润分配表 253

图表：2008年2季度上海白猫股份有限公司主营构成表 259

图表：2007-2008年上海白猫股份有限公司每股指标 259

图表：2007-2008年上海白猫股份有限公司获利能力表 260

图表：2007-2008年上海白猫股份有限公司经营能力表 260

图表：2007-2008年上海白猫股份有限公司偿债能力表 260

图表：2007-2008年上海白猫股份有限公司资本结构表 260

图表：2007-2008年上海白猫股份有限公司发展能力表 261

图表：2007-2008年上海白猫股份有限公司现金流量分析表 261

图表：2007-2008年上海白猫股份有限公司利润分配表 261

图表：2006-2008年3季度云南白药集团股份有限公司财务指标 266

图表：2008年2季度云南白药集团股份有限公司主营构成表 267

图表：2007-2008年云南白药集团股份有限公司每股指标 267

图表：2007-2008年云南白药集团股份有限公司获利能力表 267

图表：2007-2008年云南白药集团股份有限公司经营能力表 268

图表：2007-2008年云南白药集团股份有限公司偿债能力表 268  
图表：2007-2008年云南白药集团股份有限公司资本结构表 268  
图表：2007-2008年云南白药集团股份有限公司发展能力表 268  
图表：2007-2008年云南白药集团股份有限公司现金流量分析表 269  
图表：2007-2008年云南白药集团股份有限公司利润分配表 269  
图表：2009-2010年云南白药集团股份有限公司资产负债表 270  
图表：2009-2010年云南白药集团股份有限公司利润表 271  
图表：2009-2010年云南白药集团股份有限公司现金流量表 271  
图表：2009-2010年云南白药集团股份有限公司主要财务比率 272  
图表：广西奥奇丽股份有限公司田七牙膏系列产品 274  
图表：广西奥奇丽股份有限公司康齿灵牙膏系列产品 275

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/29496.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](http://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。