



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008-2009年中国眼镜行业市场 分析及发展趋势研究报告

一、调研说明

《2008-2009年中国眼镜行业市场分析及发展趋势研究报告》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/36985.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

目前，我国已成为名副其实的眼镜生产和消费大国，产品以价廉物美享誉世界。中国眼镜行业市场容量达400亿人民币。近5年来，中国眼镜产业年均增幅达17%。在全国，老年人已超过了1.3亿，这些人中90%都需要眼镜。全国的在校大学生为2000多万人，其中至少80%的人需要眼镜。按照市场上每3年就更新眼镜的周期计算，中国眼镜市场每年约需要1亿副眼镜，中国眼镜市场的需求潜力是很大的。中国经济发展迅猛，消费者可支配收入不断增加，对眼镜产品的个性化消费日趋明显。我国眼镜行业小型企业较多，大中型企业较少，且多为外商和港澳台投资企业或是股份制企业。眼镜除了实用功能，还被赋予装饰功能，这进一步催生了中国眼镜市场新的商机。

伴随着改革开放的步伐，我国眼镜行业获得了飞速发展。然而，透过繁荣的背后不难发现，我国眼镜制造业长期以来沿袭的低档次、低附加值的发展模式所导致的严重弊端，如企业利润空间狭小、技术进步和产业升级缓慢，在相当程度上制约了行业整体水平的提升。尤其是近年来，随着能源、原材料、劳动力价格以及企业管理成本的持续上升，国内外市场竞争空前加剧所导致的产能过剩以及国家宏观调控政策（人民币升值、出口退税政策调整）的实施等诸多因素影响，我国眼镜制造业面临着众多企业利润大幅度缩水、部分企业生存艰难甚至面临倒闭的困局。对此，我国眼镜生产重要集中地的温州、广东、丹阳等地的眼镜生产企业在增加产品附加值、提高产品品质和服务水平的前提下，合理地提高产品价格，对企业乃至整个行业产生了重要影响。“涨价”已是眼镜制造企业化解成本困局的必然选择。同时，“涨价”也是眼镜行业适应国家宏观调控的明智之举。

随着个人电脑和国际互联网的迅猛发展，一个互联的、全球的商业时代已经到来。不断提高企业自身的效率及应变能力，迅速感知市场的变化情况，已经成为每个眼镜企业不懈的追求，越来越多的眼镜企业已经认识到利用电子商务已经成为他们在未来竞争中保持领先的关键。眼镜电子商务是整个眼镜企业电子化和信息化的过程。它推动的是整个眼镜企业组织流程和核心竞争力的调整和提高。

当前儿童近视的发病率在我国逐年上升，正严重危害少年儿童的健康。中国儿童近视率现在自小城镇、中等城市到大城市都有逐步上升的趋势，并且明显从儿童高龄组向低龄组发展。学龄前儿童的近视比率较十年前大幅增长二至三倍，其中六至七岁的幼儿园大班儿童的

近视比率，由十年前的百分之七，大幅上升至百分之十八，几乎五个学童中就有一个近视。可以看出近年来幼儿近视年龄呈现直线下降的趋势，除了视力保健问题刻不容缓外，也显示出儿童眼镜市场发展前景广阔。

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、中国眼镜协会、中国经济景气监测中心、全国商业信息中心、中国行业研究网、国内外相关报刊杂志的基础信息、眼镜专业研究单位等公布和提供的大量资料，对我国眼镜行业的发展状况、市场需求、营销状况、消费变化、眼镜企业的战略选择以及眼镜市场发展趋势进行了详细的分析和预测，并对眼镜行业集中度、赢利能力、成长能力等着重进行了分析。与此同时，报告还介绍了该行业企业的整体概况和营销策略。本报告是眼镜企业寻找新的发展机会和借鉴新的操作模式的重要资料，也是欲在眼镜行业从事生产投资的经济实体等单位准确了解目前中国眼镜市场发展动态，把握企业定位和发展方向的重要参考资料。

【 目 录 】

第一部分 行业概述及经济环境分析

第一章 眼镜概述及经济环境分析 1

第一节 眼镜定义和分类 1

一、眼镜的定义 1

二、眼镜的分类 1

第二节 眼镜的起源和文化内涵 6

一、眼镜的起源和发展 6

二、眼镜文化内涵 7

第三节 眼镜的其他相关概念 8

一、眼镜的功能 8

二、眼镜按其功能分类 8

三、眼镜行业的定义 16

四、眼镜镜片的种类 17

第四节 我国经济环境分析 18

一、2008年我国工业经济运行总体情况 18

二、目前我国经济面临的困境分析 30

- 三、未来我国经济持续增长潜力分析 31
- 四、2008-2009年我国改善民生经济政策分析 32
- 五、2008-2009年金融风暴形势下中国经济走势分析 35
- 六、2009年我国经济增长态势预测 37

第二部分 行业市场发展分析

第二章 世界眼镜市场发展分析 41

第一节 世界眼镜市场发展分析 41

- 一、世界眼镜发展史 41
- 二、全球眼镜品牌介绍 42
- 三、2008年欧美儿童眼镜市场战略分析 44

第二节 世界部分地区和国家眼镜市场发展及动态 45

- 一、中东眼镜市场现状和发展趋势 45
- 二、印尼眼镜市场潜力分析 46
- 三、2008年日本眼镜发展动态 48
- 四、2008年美国眼镜发展动态 48
- 五、俄罗斯眼镜市场销售情况 49
- 六、意大利眼镜业出口分析 49

第三章 我国眼镜行业发展综述 52

第一节 我国眼镜行业的形成和发展历程 52

- 一、形成时期 52
- 二、顺起时期 53
- 三、变迁和飞跃时期 54

第二节 我国眼镜行业发展现状 56

- 一、2008年我国眼镜产量情况 56
- 二、中国定配眼镜产品质量合格率情况 59
- 三、我国目前正在实施的眼镜标准 60
- 四、我国戴眼镜人数规模 60
- 五、中国眼镜业务发展前景 61

第三节 我国眼镜行业利润分析 61

- 一、行业形势分析 62

二、成本分析 64

三、利润分析 65

第四节 我国防护眼镜发展分析 66

第四章 我国眼镜市场发展分析 71

第一节 2008年我国眼镜市场存在的问题及监管法 71

一、眼镜市场存在的问题 71

二、眼镜市场存在问题的成因 73

三、眼镜市场监管立法的现状 75

四、眼镜市场监管法的立法思路 75

第二节 我国眼镜零售业发展分析 78

一、中国眼镜零售业发展现状 78

二、眼镜零售业发展问题分析 81

三、中国眼镜零售市场前景分析 85

四、中国眼镜零售行业现象分析与推广宣传策略思考 85

第三节 我国眼镜批发市场发展分析 90

一、我国眼镜批发市场发展概况 90

二、我国眼镜批发市场起步发展历史 91

第四节 我国眼镜市场流行分析 93

一、夏天太阳眼镜流行分析 93

二、秋冬季节 眼镜流行分析 96

三、2008秋冬眼镜流行趋势 97

第五节 2008-2009年眼镜企业多元化经营发展分析 98

一、眼镜企业多元化经营概述 98

二、眼镜企业多元化经营趋势原因 100

三、眼镜企业多元化经营注意事项 100

四、眼镜企业如何实现多元化经营分析 102

第六节 我国儿童眼镜市场分析 103

一、儿童眼镜市场消费调查分析 103

二、儿童眼镜市场发展前景分析 106

第五章 我国眼镜行业经济运行分析 109

第一节 2008年我国眼镜制造行业绩效分析	109
一、2008年行业产销情况	109
二、2008年行业规模	112
三、2008年行业盈利能力	116
四、2008年行业经营发展能力	118
五、2008年行业偿债能力	123
第二节 2008年我国眼镜行业经济运行分析	128
一、2008年我国眼镜制造销售收入前十家企业	128
二、2008年我国眼镜制造主要经济指标分析	130

第六章 我国眼镜主要产区发展分析 166

第一节 深圳 166

- 一、深圳企业占国际眼镜市场份额情况 166
- 二、2008年深圳眼镜企业自创品牌情况 166
- 三、深圳横岗眼镜业发展分析 167

第二节 温州 170

- 一、温州眼镜行业总体概况 170
- 二、2008年温州眼镜行业质量分析 177
- 三、2008年温州眼镜市场动态 178
- 四、温州眼镜包装业发展分析 178

第三节 江苏丹阳 181

- 一、丹阳眼镜业发展现状 181
- 二、2008年前7个月丹阳眼镜销售情况 182
- 三、2008年12月丹阳眼镜市场分析 183
- 四、金融危机对丹阳眼镜发展的影响分析 183

第四节 厦门 184

- 一、厦门眼镜行业的总体概述 184
- 二、厦门眼镜品牌发展分析 186
- 三、厦门眼镜发展的隐忧 187

第七章 相关产业发展分析 190

第一节 镜片分类以及产业发展现状 190

一、眼镜镜片的分类	190
二、纳米镜片技术原理及功能	192
三、我国PMMA工业发展现状	193
四、树脂镜片的优缺点分析	195
第二节 眼镜架的构成以及工业发展现状	196
一、镜架结构	196
二、镜架材料	197
三、眼镜架的种类	203
四、钛镜架和钛工业发展分析	205
五、金属眼镜材料发展趋势	208
六、2008年深圳市场镜架质量情况	210
第三节 眼科手术发展概况	210
一、我国眼科学发展现状	210
二、眼科屈光手术的新发展	211
三、近视眼激光手术发展和应用分析	214
第四节 眼镜设备市场发展分析	221

第八章 中国眼镜出口分析 223

第一节 我国眼镜出口分析 223

一、2007年全年我国眼镜出口情况	223
二、2008年1-2月我国眼镜出口情况	223
三、2008年1-4月我国眼镜出口情况	225
四、2008年1-5月我国眼镜出口情况	225
五、2008年11月我国眼镜出口走势	225

第二节 我国部分地区眼镜出口分析 226

一、广东	226
二、温州	227
三、丹阳	228
四、厦门	230

第三部分 行业竞争分析

第九章 眼镜业竞争分析 231

第一节 我国眼镜业竞争分析	231
一、国内外眼镜品牌竞争分析	231
二、眼镜零售业核心竞争力分析	233
三、中国眼镜制造优势竞争的关键分析	237
四、眼镜平价竞争趋势分析	238
五、南京眼镜店竞争分析	240
第二节 我国眼镜批发市场竞争分析	241
一、我国眼镜批发市场竞争现状	241
二、我国眼镜批发市场竞争风险分析	243
三、我国眼镜批发市场竞争趋势	245
第三节 我国眼镜业竞争策略分析	247
一、提高眼镜企业竞争力策略分析	247
二、眼镜企业的平价竞争策略分析	249
三、对眼镜企业网络营销竞争策略分析	249
四、眼镜业“精耕”竞争策略分析	251

第十章 眼镜优势企业分析 256

第一节 依视路集团 256

- 一、公司简介 256
- 二、依视路在中国的发展 256
- 三、公司策略分析 257

第二节 HOYA（豪雅）集团 259

- 一、公司简介 259
- 二、豪雅在中国的发展 259
- 三、公司产品及其特点介绍 260

第三节 宝岛眼镜有限公司 261

- 一、公司概况 261
- 二、发展目标 262
- 三、公司经营理念 263

第四节 北京大明眼镜股份有限公司 264

- 一、公司简介 264
- 二、公司发展历程 265

第五节 广州明廊眼镜有限公司	266
一、公司简介	266
二、公司发展历程	266
第六节 江苏东方光学有限公司	269
一、公司简介	269
二、公司规模	270
三、公司眼镜材料特性	270
第七节 上海野尻眼镜有限公司	274
一、公司简介	274
二、公司产品介绍	274
三、公司产品材料介绍	277
第八节 眼镜业其他优势企业分析	280
一、镇江万新光学眼镜有限公司	280
二、北京博士伦眼睛护理产品有限公司	282
三、浙江大光明眼镜有限公司	285

第四部分 行业营销、趋势及策略分析

第十一章 眼镜行业营销分析	287
第一节 中国眼镜市场营销的战略问题	287
第二节 未来眼镜企业营销的主流分析	295
一、利基化生存法则分析	295
二、中国眼镜零售业的进程	296
三、专注细分市场求效益探讨	296
四、学生眼镜的细分市场分析	297
五、细分市场与细分产品分析	298
第三节 我国眼镜业营销策略和战略研究	298
一、眼镜产业营销策略综述	298
二、把握眼镜营销中的价格攻略研究	302
三、眼镜企业公益营销战略研究	308
四、眼镜零售店圣诞、元旦双节营销战略研究	311
五、中国眼镜企业的体验营销战略研究	313
六、眼镜市场的文化营销战略研究	317

第四节 我国眼镜零售店营销分析	319
一、眼镜零售店的拉客式营销分析	319
二、眼镜零售店组合式营销策略探讨	321
第五节 我国眼镜网络营销分析	324
一、眼镜企业实施网络营销的核心	324
二、大型眼镜企业的网络营销问题	325
三、眼镜企业如何认清网络营销环境	328
四、网络营销对眼镜企业发展的意义	329
五、传统眼镜企业如何整合网络营销分析	332

第十二章 眼镜行业的发展趋势分析 335

第一节 眼镜业发展趋势和预测 335

一、未来眼镜行业的变化及发展	335
二、亚太地区隐形眼镜市场发展预测	341
三、未来我国隐形眼镜B2C市场发展预测	342
四、网上购买眼镜发展趋势	343

第二节 未来我国眼镜市场发展变化趋势 344

一、成本变化趋势	344
二、话语权变化趋势	345
三、零售市场变化趋势	345
四、企业战略变化趋势	346
五、市场主流变化趋势	347
六、销售管理地位变化趋势	347
七、眼镜技术体系变化趋势	348
八、眼镜模具变化趋势	348
九、消费主流变化趋势	349

第十三章 眼镜行业的策略 350

第一节 2008年眼镜业的不利影响因素和对策 350

一、不利影响因素	350
二、相应对策	351

第二节 中小型眼镜企业发展的策略 352

一、生存困境	352
二、未来发展策略	353
第三节 中国眼镜企业的国际化发展战略	356
一、尽快制定眼镜企业的国际化战略	356
二、找到进入国际市场的捷径	358
三、全球化战略目标的设计和制定	359

图表目录

图表：2007-2008年我国规模以上工业增加值情况	18
图表：2007年6月-2008年8月我国轻重工业增加值情况	19
图表：2007-2008年我国工业出口交货值情况	19
图表：2006-2008年我国工业企业实现利润情况	20
图表：2006-2008年我国工业企业亏损情况	20
图表：2007-2008年我国工业生产资料价格变化情况	21
图表：2007-2008年我国工业品和原燃料价格变化情况	21
图表：2008年8月我国原煤原油产量	21
图表：2008年8月我国部分轻工业产品产量	21
图表：2008年8月我国主要能源炼制品产量	22
图表：2008年8月我国主要化学制品产量	22
图表：2008年8月我国主要金属产品产量	22
图表：2008年8月我国主要生产设备产量情况	23
图表：2008年8月我国主要交通工具产量情况	23
图表：2008年8月我国主要发电设备产量情况	23
图表：2008年8月我国部分家用电器产量情况	23
图表：2008年8月我国部分电子产品产量情况	24
图表：2008年8月我国发电量情况	24
图表：2008年9月我国原煤原油产量	24
图表：2008年9月我国部分轻工业产品产量	24
图表：2008年9月我国主要能源炼制品产量	25
图表：2008年9月我国主要化学制品产量	25
图表：2008年9月我国主要金属产品产量	25
图表：2008年9月我国主要生产设备产量情况	26

图表：2008年9月我国主要交通工具产量情况	26
图表：2008年9月我国主要发电设备产量情况	26
图表：2008年9月我国部分家用电器产量情况	26
图表：2008年9月我国部分电子产品产量情况	27
图表：2008年9月我国发电量情况	27
图表：2008年2月工业增加值增长速度	27
图表：2008年3月工业增加值增长速度	28
图表：2008年4月工业增加值增长速度	28
图表：2008年5月工业增加值增长速度	28
图表：2008年6月工业增加值增长速度	29
图表：2008年7月工业增加值增长速度	29
图表：2008年8月工业增加值增长速度	30
图表：2008年9月工业增加值增长速度	30
图表：2008年2-10月我国眼镜产量全国合计	56
图表：2008年2-10月我国眼镜产量江苏省合计	56
图表：2008年2-10月我国眼镜产量福建省合计	57
图表：2008年2-10月我国眼镜产量广东省合计	57
图表：2008年2-10月我国眼镜产量北京市合计	57
图表：2008年2-10月我国眼镜产量浙江省合计	58
图表：2008年2-10月我国眼镜产量江西省合计	58
图表：2008年2-10月我国眼镜产量上海市合计	58
图表：2008年2-10月我国眼镜产量山东省合计	59
图表：目前我国正在实施的眼镜标准	60
图表：眼镜店的销售构成图	81
图表：眼镜店产品构成表	81
图表：我国眼镜消费人口年龄结构图	81
图表：目前我国眼镜产品的年需求量构成图	82
图表：2008年1-8月全国各省市光学仪器及眼镜制造累计产成品	109
图表：2008年1-8月全国各省市光学仪器及眼镜制造累计产品销售收入	110
图表：2008年1-8月全国各省市光学仪器及眼镜制造累计产品销售成本	111
图表：2008年1-8月全国各省市光学仪器及眼镜制造累计全部从业人数平均个数	112
图表：2008年1-10月全国各省市光学仪器及眼镜制造累计企业单位数	113

图表：2008年1-8月全国各省市光学仪器及眼镜制造累计亏盈企业单位数	114
图表：2008年1-10月全国各省市光学仪器及眼镜制造累计工业总产值	115
图表：2008年1-8月全国各省市光学仪器及眼镜制造累计利润总额	116
图表：2008年1-8月全国各省市光学仪器及眼镜制造产值利税率	117
图表：2008年1-8月全国各省市光学仪器及眼镜制造成本费用利润率	117
图表：2008年1-8月全国各省市光学仪器及眼镜制造产成品资金占用率	118
图表：2008年1-8月全国各省市光学仪器及眼镜制造资本保值增值率	119
图表：2008年1-8月全国各省市光学仪器及眼镜制造流动资产周转次数	120
图表：2008年1-8月全国各省市光学仪器及眼镜制造累计管理费用	121
图表：2008年1-8月全国各省市光学仪器及眼镜制造累计财务费用	122
图表：2008年1-8月全国各省市光学仪器及眼镜制造累计流动资产平均余	123
图表：2008年1-8月全国各省市光学仪器及眼镜制造累计资产总计	124
图表：2008年1-8月全国各省市光学仪器及眼镜制造累计资产总计比上年同期增长	125
图表：2008年1-8月全国各省市光学仪器及眼镜制造累计负债合计	126
图表：2008年1-8月全国各省市光学仪器及眼镜制造资产负债率	126
图表：2008年1-8月全国各省市光学仪器及眼镜制造资产负债率最好水平	127
图表：2008年2月我国光学仪器及眼镜制造销售收入前十家企业	128
图表：2008年5月我国光学仪器及眼镜制造销售收入前十家企业	129
图表：2008年8月我国光学仪器及眼镜制造销售收入前十家企业	129
图表：2008年8月我国光学仪器及眼镜制造经济指标全国合计	130
图表：2008年8月我国光学仪器及眼镜制造经济指标北京合计	131
图表：2008年8月我国光学仪器及眼镜制造经济指标天津合计	132
图表：2008年8月我国光学仪器及眼镜制造经济指标河北合计	134
图表：2008年8月我国光学仪器及眼镜制造经济指标山西合计	135
图表：2008年8月我国光学仪器及眼镜制造经济指标辽宁合计	137
图表：2008年8月我国光学仪器及眼镜制造经济指标吉林合计	138
图表：2008年8月我国光学仪器及眼镜制造经济指标黑龙江合计	139
图表：2008年8月我国光学仪器及眼镜制造经济指标上海合计	141
图表：2008年8月我国光学仪器及眼镜制造经济指标江苏合计	142
图表：2008年8月我国光学仪器及眼镜制造经济指标浙江合计	143
图表：2008年8月我国光学仪器及眼镜制造经济指标安徽合计	145
图表：2008年8月我国光学仪器及眼镜制造经济指标福建合计	146

图表：2008年8月我国光学仪器及眼镜制造经济指标江西合计	148
图表：2008年8月我国光学仪器及眼镜制造经济指标山东合计	149
图表：2008年8月我国光学仪器及眼镜制造经济指标河南合计	150
图表：2008年8月我国光学仪器及眼镜制造经济指标湖北合计	152
图表：2008年8月我国光学仪器及眼镜制造经济指标湖南合计	153
图表：2008年8月我国光学仪器及眼镜制造经济指标广东合计	154
图表：2008年8月我国光学仪器及眼镜制造经济指标广西合计	156
图表：2008年8月我国光学仪器及眼镜制造经济指标重庆合计	157
图表：2008年8月我国光学仪器及眼镜制造经济指标四川合计	159
图表：2008年8月我国光学仪器及眼镜制造经济指标贵州合计	160
图表：2008年8月我国光学仪器及眼镜制造经济指标云南合计	161
图表：2008年8月我国光学仪器及眼镜制造经济指标陕西合计	163
图表：2008年8月我国光学仪器及眼镜制造经济指标甘肃合计	164
图表：宝岛眼镜有限公司全国连锁分布图	262
图表：江苏东方光学有限公司镜架的分类	270
图表：江苏东方光学有限公司眼镜材料钴合金的特性	271
图表：江苏东方光学有限公司眼镜材料钛的特性	271
图表：江苏东方光学有限公司眼镜材料蒙耐的特性	272
图表：江苏东方光学有限公司眼镜材料不锈钢的特性	272
图表：江苏东方光学有限公司眼镜材料板料的特性	273
图表：江苏东方光学有限公司眼镜材料铜合金的特性	273
图表：江苏东方光学有限公司眼镜材料半钛框的特性	273
图表：上海野尻眼镜有限公司纯钛镜架的标准	277
图表：上海野尻眼镜有限公司铜镍合金的标准	277
图表：上海野尻眼镜有限公司钛和几种钛合金的主要成份	279
图表：2007年台湾地区隐形眼镜药水理想品牌排行榜	284

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/36985.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。