



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008年中国汽车市场研究及需求 预测分析报告

一、调研说明

《2008年中国汽车市场研究及需求预测分析报告》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/37196.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

2007年中国汽车产销分别为888.24万辆和879.15万辆，同比增长分别22.02%和21.84%，其中乘用车总销量超过了629.75万辆，同比增长21.68%，比起2006年多出了157.6万辆；商用车总销量为249.40万辆，同比增长22.25%。这意味着，中国在去年已经成为仅次于美国的全球第二大汽车消费市场。

随着“世界制造中心”在中国的逐渐形成及自主知识产权汽车品牌的迅速崛起，汽车市场已由短缺时代过渡到过剩时代；与此相悖的是，汽车行业的产能还在扩充。

《2008年中国汽车市场研究及需求预测分析报告》在中心“十一五”汽车研究组课题研究成果基础上，结合我们对企业进行战略分析的基础上撰写而成。

本研究报告依据中国汽车工业协会、国家信息中心、国务院研究中心和国家统计局等权威渠道数据，同时采用中心大量产业数据库以及我们对客车行业所进行的市场调查大量资料。通过历史数据研究得出行业发展规律、结合国家产业政策和国外行业发展趋势，综合运用定量和定性的分析方法对中国客车行业的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证，报告同时面向于产业研究规律、产业政策制定深度研究。

【 目录 】

第一部分 行业现状

第一章 2007中国汽车行业总体运行情况

第一节 2007年总体运行情况

第二节 2006年中国汽车行业经济指标分析

第三节 2007年中国汽车行业运行经济指标分析

第二章 中国汽车投资状况

第一节 汽车行业投资特性分析

一、中国汽车行业的增长性分析

二、汽车产品在中国生命周期定位分析

三、中国汽车行业盈利性分析

四、中国汽车行业进入壁垒分析

五、中国汽车行业投资风险分析

第二节 2006年中国汽车行业投资分析状况

第三节 2007年中国汽车行业投资分析状况

一、投资规模

二、投资收益分析

三、2008中国汽车行业投资分析及预测

第三章 中国汽车产业市场结构分析

第一节 产业规模及区域分布情况

第二节 市场集中度分析

第三节 产品差别化分析

第四节 2007年中国汽车产业结构调整分析

第四章 2008年汽车零配件业发展情况分析

第一节 2007年汽车零配件业市场规模

第二节 国内汽车零配件市场情况及预测

第三节 汽配超市对于零部件行业的传统业态所造成的冲击

第四节 汽车零配件市场未来几年发展态势研判

第五章 2007年汽车市场状况及2008年需求预测

第一节 2007年汽车市场状况分析

一、2007年汽车市场状况分析

二、近两年汽车降价与滞销并存状况分析

三、企业排名变化与分析

四、2007年汽车市场的基本状况

五、影响汽车市场的因素

六、2007年数据来源统计口径的变化

七、汽车市场的未来发展趋势

第二节 2008年汽车市场需求总量分析及预测

第二部分 市场细分

第六章 2008年乘用车市场分析

第一节 轿车市场分析及预测

- 一、2007年我国轿车产销状况
- 二、轿车市场结构及销售价格
- 三、2008年轿车市场发展趋势及需求预测

第二节 多用途车和运动用车市场分析及预测

- 一、2007年市场产销状况
- 二、市场结构及需求变化
- 三、2008年发展趋势及需求预测

第七章 2008年商用车市场分析

第一节 2008年客车市场分析及预测

- 一、2007年我国客车市场总体产销状况
- 二、2007年大型客车、中型客车、轻型客车企业生产销售情况
- 三、2008年客车市场发展趋势及需求预测

第二节 载货车市场分析及预测

- 一、2007年我国载货车市场分析
- 二、2007年轻卡汽车市场分析
- 三、2008年载货车市场发展趋势及需求预测

第八章 2008年二手车交易市场分析

第一节 2007年二手车市场发展现状

第二节 目前我国二手车市场存在的问题

第三节 加快发展二手车市场应注意问题

第九章 2008年我国汽车区域市场分析

第一节 2008年北京市场

- 一、2007年北京汽车销售状况
- 二、2007年北京市汽车制造业主要经济指标趋势
- 三、区域市场特征分析

第二节 2008年上海市场

一、2007年上海市汽车制造业主要经济指标趋势

二、2007年上海二手车交易市场

三、上海面包车市场状况分析

第三节 2008年深圳市场

一、2007年汽车产品消费量及金额

二、2007年深圳汽车市场分析

三、区域市场特征分析

第三部分 市场营销

第十章 国外销售方式借鉴分析

第一节 欧美国家汽车流通销售体制基本特点

第二节 德、法、意三国销售市场特点

第三节 美、日、韩三国汽车销售模式参考

第十一章 中国汽车销售渠道分析

第一节 我国汽车营销现状

一、影响汽车营销的主要因素

二、营销手段和营销渠道的拓展

三、汽车售后服务的重要性

四、销售网络的重要性

第二节 中国现有汽车营销模式分析及展望

第三节 汽车“三包”及汽车“召回”制度

一、汽车“三包”是大势所趋

二、汽车召回制度的影响

第四节 客户关系管理系统在汽车企业中的应用

一、汽车企业应用客户关系管理系统现状

二、汽车企业运用客户关系管理系统中存在的问题

三、对汽车企业实施客户管理系统的构想

第四部分 市场竞争

第十二章 各种资本进入中国汽车行业模式及策略分析

第一节 外资企业进军中国汽车市场

一、进入模式

二、跨国汽车资本在中国投资的心态变化历程

三、跨国汽车公司在华战略解析

四、跨国公司在华汽车营销模式研究

第二节 民营资本进入中国汽车行业

一、进入模式

二、发展我国民营汽车业的对策分析

第十三章 2007年竞争格局分析

第一节 2007年汽车业竞争新格局与特点

第二节 2008年汽车市场竞争走势

第十四章 2007年分车型竞争格局分析

第一节 2007年国内轿车市场竞争格局

一、2007年轿车市场表现及走势

二、产品竞争格局

第二节 2007年国内MPV市场竞争分析

一、2007年MPV市场分析

二、高档商务型MPV（GL8）价位：21.8万-37.8万元 排量：2.5L\3.0L

三、高档商务家用兼顾型（奥德赛）价位22.88~27.48万元 排量：2.4L

四、中档商务型MPV（瑞风、风行、阁瑞斯）

五、中档商务家庭兼顾型(途安、普利马、开迪)

第三节 2007年国内客车市场竞争格局

一、大中型客车竞争格局

二、轻型客车市场竞争形势

三、微型客车面临多重市场竞争

四、竞争态势

第四节 2007年国内载货车市场竞争分析

一、重型载货车市场竞争格局

二、中型载货车市场竞争格局

三、轻型载货车市场竞争格局分析

第十五章 行业内领先企业

第一节 中国第一汽车集团公司

- 一、2007年产销情况
- 二、2007年经营状况
- 三、企业战略规划及动态

第二节 北京汽车工业集团有限公司

- 一、2007年产销情况
- 二、2007年经营状况
- 三、企业战略规划及动态

第三节 昌河飞机工业公司

- 一、2007年产销情况
- 二、2007年经营状况
- 三、2007年企业战略规划及动态

第四节 金杯汽车有限公司

- 一、2007年产销情况
- 二、2007年经营状况
- 三、2007年企业战略规划及动态

第五节 浙江吉利控股集团有限公司

- 一、2007年产销情况
- 二、2007年经营状况
- 三、2007年企业战略规划及动态

第六节 江铃汽车（集团）有限公司

- 一、2007年产销情况
- 二、2007年经营状况
- 三、2007年企业战略规划及动态

第七节 庆铃汽车（集团）有限公司

- 一、2007年产销情况
- 二、2007年经营状况

第五部分 趋势与机会

第十六章 中国汽车产业发展的趋势

第一节 入世对中国汽车行业的影响

一、解读WTO条款

二、2001—2007年WTO条款在中国汽车市场实施进展

三、入世后中国汽车行业的发展变化

第二节 中国汽车市场发展趋势

一、轿车市场发展趋势

二、公路客车市场发展趋势

三、载货车市场发展趋势

第十七章 新兴市场机会

第一节 我国汽车金融现状及发展趋势

一、何谓汽车金融业

二、我国汽车金融业的发展形势

三、发展我国汽车金融业的主要趋势

第二节 多功能商务车(MPV)市场

第三节 运动和多用途车辆(SUV)市场

第四节 冷藏保温汽车市场现状及发展分析

一、国内外冷藏保温汽车发展概况

二、我国冷藏汽车市场的需求变化

三、我国冷藏汽车的市场分析

四、我国冷藏保温汽车行业存在的问题

第五节 电动汽车、燃料电池车市场发展机会

一、电动汽车发展简介

二、中国电动汽车正在突破重围

第十八章 汽车产业发展策略建议

第一节 汽车产业新战略：坚持可持续和自主发展方向

第二节 对汽车企业提高自主研发能力的对策和建议

一、政府层面

二、企业层面

第十九章 2008年全球汽车市场发展预期

第一节 世界汽车行业现状与特点

- 一、世界汽车行业发展特征
- 二、全球汽车市场分析
- 三、世界汽车工业的未来发展趋势

第二节 2008年全球汽车市场预测

- 一、全球经济环境对汽车行业发展的影响
- 二、2008年全球汽车市场供求预测

第二十章 世界主要国家汽车市场现状及趋势

第一节 美国汽车市场现状美国汽车市场

- 一、2006年汽车市场产销情况
- 二、2007年汽车产销情况
- 三、2008年汽车市场趋势预测

第二节 日本汽车市场现状及预测

- 一、2006年汽车市场产销情况
- 二、2007年汽车产销情况
- 三、2008年汽车市场趋势预测

第三节 欧洲汽车市场现状及预测

- 一、2006年汽车市场产销情况
- 二、2007年汽车产销情况
- 三、2008年汽车市场趋势预测

第二十一章 全球化中的中国汽车市场

第一节 中国汽车在全球汽车市场的地位国际性比较

- 一、产业规模比较
- 二、赢利率分析
- 三、我国汽车市场在全球汽车市场的地位
- 四、我国汽车市场未来增长力分析与预测
- 五、全球化中国汽车市场未来发展方向

第二节 2008年中国汽车产品进口分析及预测

- 一、2006年中国汽车进口情况
- 二、2007年中国汽车产品进口情况

三、2008年中国汽车进口情况

第三节 2008年中国汽车产品出口分析及预测

一、2006年中国汽车出口情况

二、2007年中国汽车产品出口情况

三、2008年中国汽车出口情况

第六部分 投资环境

第二十二章 中国经济环境分析

第一节 2006年经济运行情况分析

一、国民经济总体运行状况

二、固定资产投资

三、国内贸易

四、对外经济

第二节 2007年经济运行情况分析

一、国民经济总体运行状况

二、固定资产投资

三、国内贸易

四、对外经济

第二十三章 中国人口变化对汽车消费的影响分析

第一节 2002-2007年中国主要人口统计分析

一、2002-2007中国主要人口统计分析

二、中国家庭收入变化分析

第二节 汽车进入普通家庭的分析

一、加快进程的推动因素

二、世界石油价格上涨导致汽车消费的新趋向

第三节 消费者心理及行为分析

一、汽车消费者消费心理变化

二、车消费者消费行为方式变化

三、中国高档豪华车用户调查分析

第二十四章 中国汽车行业政策环境分析

第一节 新的《汽车产业发展政策》影响深度剖析

第二节 未来影响汽车行业相关政策分析

一、解析2005年燃油税、消费税、公车改革三大政策

二、361项机械、汽车行业标准废止

三、《汽车流通管理办法》的出台

四、车贷政策的收紧及其影响

第二十五章 中国汽车行业的技术环境分析

第一节 自主研发是提高竞争力的必由之路

第二节 新产品、新技术

第三节 代用燃料技术

附表

表1.1 2005~2007年我国各轿车企业市场占有率情况表

表1.2 2007年汽车生产企业市场占有率

表1.3 2006-2007年乘用车和商用车前十家企业市场占有率变化情况

表2.1 重点车企2007年主营业务收入和利润增幅

表3.1 2007年1-11月我国汽车制造业产业规模及区域分布情况表

表3.2 2007汽车生产企业市场占有率（%）

表3.3 07年12月客车行业占有率前五名

表4.1 2007年1-11月我国汽车零部件及配件行业规模及地区分布情况表

表4.2 2007中国汽车零部件及配件制造企业五十强

表6.1 2007年轿车销售前10名品牌

表6.2 2007年轿车销售前10名企业

表6.3 2008年3月份四驱运动型多用途车生产企业销量排行前十名

表6.4 2008年3月份两驱运动型多用途车生产企业销量排行前十名

表7.1 2007年客车（分车型）生产汇总表

表7.2 2007年客车生产汇总表

表7.3 2007年我国各类型客车产量情况表

表7.4 2005~2007年大型客车季度销售数据

表7.5 2007年大型客车（分车型）销售表

表7.6 2007年中型客车（分车型）销售表

表7.7 2007年12月轻型客车（分车型）销售表

表7.8 2007年货车生产汇总表

表7.9 2007年货车（分车型）生产汇总表

表7.10 2007年重型货车分车型销售表

表7.11 2007年中型货车分车型销售表

表7.12 2007年轻型货车分车型销售表

表7.13 2007年微型货车分车型销售表

表9.1 2005-2007年个人购车比例情况

表9.2 2007年1-11月北京市汽车制造业主要经济指标

表9.3 2007年1-11月上海市汽车制造业主要经济指标

表9.4 上海二手车2007年成交前50名车型

表9.5 2007年深圳车市上市新车一览表

表9.6 深圳市2007年十大畅销车型

表14.1 2007年基本型乘用车（轿车）生产汇总表

表14.2 2007年基本型乘用车（轿车）销售汇总表

表14.3 2005~2007年轿车各档次轿车销量情况

表14.4 2005~2007年各排量轿车销售额所占比重

表14.5 2007年主要MPV品牌销售情况

表14.6 消费税调整后MPV产品税率变化表

表14.7 2007年1-12月我国客车销量统计

表14.8 2007年12月份大型客车生产企业产量排行前五名

表14.9 大型客车产销量（累计数）

表14.10 2007年中型客车产销量（累计数）

表14.11 2007年轻型客车产销量（累计数）

表14.12 2007年重型货车产销量（累计数）

表14.13 2007年中型货车产销量

表14.14 2007年轻型货车产销量（累计数）

表15.1 2007年汽车生产企业生产情况表

表15.2 2007年汽车生产企业销售情况表

表15.3 2007年一汽集团汽车（列车型）生产情况表

表15.4 2007年12月一汽集团汽车（列车型）销售情况表

表15.5 2007年北汽集团汽车（列车型）生产情况表

表15.6 2007年北汽集团汽车（列车型）销售情况表

表15.7 2007年吉利汽车产销情况表

表15.8 2007年度江铃汽车主要财务数据和指标

表15.9 2007年庆铃汽车产销情况

表20.1 2007年美国汽车市场销量排行榜:

表20.2 2007年日本全年销汽车售排行（1-10位）

表20.3 2007欧洲汽车销量前10名

表21.1 07年汽车零部件进出口对比

表21.2 2007年1-11月我国汽车产业基本情况表

表21.3 2007年11月汽车制造前十家企业

表21.4 2007年汽车制造业产销值增长变化

表21.5 2007年1-11月我国汽车制造业运营情况

表21.6 中国汽车产（销）量占世界汽车产（销）量的比例

表21.7 2006年世界前10位汽车产、销国家排序

表21.8 2006年世界产、销量200万辆以上前12家汽车跨国公司排序

表21.9 2006年世界乘用车产量超过100万辆的国家排序

表21.10 2006年世界轻型商用车产量前10个国家排序

表21.11 2006年世界重型载货车产量前10个国家排序

表21.12 2006年世界客车产呈前10个国家排序

表21.13 2006年我国汽车产品进口情况表

表21.14 汽车零部件进口情况表

表21.15 2007年我国汽车产品进口情况

表21.16 近年来汽车整车各细分车型进口增长分析

表21.17 轿车进口结构和单价变化特征

表21.18 SUV进口国别结构和单价变化特征

表21.19 2006年我国汽车产品出口情况表

表21.20 零部件出口结构分析

表21.21 2007年我国汽车产品出口情况表

表21.22 轿车出口的目标市场情况

表21.23 SUV出口市场情况

表21.24 货车出口目的地情况

表21.25 客车出口目的地情况

表22.1 2006年居民消费价格比上年涨跌幅度
表22.2 2006年分行业城镇固定资产投资及其增长速度
表22.3 2006年固定资产投资新增主要生产能力
表22.4 2006年进出口总额及其增长速度
表22.5 2006年对主要国家和地区进出口总额及其增长速度
表22.6 2006年分行业外商直接投资及其增长速度
表22.7 2007年居民消费价格比上年涨跌幅度
表22.8 2007年分行业城镇固定资产投资及其增长速度
表22.9 2007年固定资产投资新增主要生产能力
表22.10 2007年货物进出口总额及其增长速度
表22.11 2007年对主要国家和地区货物进出口总额及其增长速度
表22.12 2007年分行业外商直接投资及其增长速度
表23.1 历年我国人口统计情况表

附图

图1.1 2000~2007年我国汽车销量
图1.2 2007年乘用车及商用车月度销量变化情况
图1.3 2007年汽车各主要品种市场占有率
图1.4 2006-2007年月度轿车销量变化情况
图1.5 2007年基本型乘用车（轿车）分排量市场占有率 1-1.6L排量市场占有率最大
图1.6 2007年前十位轿车品牌销量排名
图1.7 2007年前十位自主品牌轿车销量排名
图1.8 2007年轿车生产企业销量排行情况
图1.9 2007年SUV销量变化
图1.10 2007年MPV各品牌销量
图1.11 2007交叉型乘用车销量变化
图1.12 2007年交叉型乘用车市场占有率情况
图1.13 2007年1-12月我国货车销量情况
图1.14 2007年上汽、一汽和东风累计产销均超过百万辆
图1.15 三大集团主要销量车型
图6.1 2001~2007年乘用车年销量及增长对比
图6.2 2004~2007年乘用车细分市场市场份额变化

图6.3 2007年微型轿车企业销量前八名

图6.4 2007年小型轿车企业销量前十名

图6.5 2007年紧凑型轿车企业销量前十名

图6.6 2007年中型轿车企业销量前十名

图6.7 2007年中大型轿车企业销量排名

图6.8 2007年SUV企业销量前十名

图6.9 2007年MPV企业销量前十名

图8.1 历年新车、二手车市场增长率对比图

图8.2 2007年二手车交易量排名前十位的省市区

图9.1 2005-2007年汽车销售情况

图9.2 2005-2007年北京汽车销售情况

图9.3 2007年北京车型销售比例情况

图9.4 2007年各月北京汽车销售情况曲线图

图11.1 传统的汽车营销流通模式

图11.2 新兴的汽车营销代理模式

图14.1 轿车市场质量走势

图14.2 乘用车主力品牌2008年一季度市场表现

图14.3 微型轿车主力品牌07-08年走势

图14.4 小型车主力品牌07-08年走势

图14.5 紧凑型车主力品牌07-08年走势

图14.6 中高级车主力品牌07-08年走势

图14.7 2005~2007年轿车市场规模走势

图14.8 2005~2007年全国轿车价格走势

图14.9 中国轿车市场竞争格局

图14.10 2005~2007年自主品牌轿车市场销售平均价

图14.11 2005~2007年自主品牌轿车市场规模

图14.12 2005~2007年自主品牌轿车占市场规模比重的走势

图14.13 2007年自主品牌轿车销量份额分配

图14.14 德日美三大系列销量份额涨消对比

图14.15 丰田轿车年销量市场占有率

图14.16 丰田轿车年销售额

图14.17 MPV主要品牌市场份额图示

图14.18 2005—2007年MPV市场销售走势图

图14.19 MPV市场主力品牌07-08年走势

图14.20 2007年别克GL8销量

图14.21 奥德赛2007年销量

图14.22 2007年中档商务型MPV销量

图14.23 2007年中档商务家庭兼顾型MPV销量

图21.1 05-07年汽车及零部件进出口走势

图21.2 07年汽车及零部件进出口走势

图21.3 汽车整车行业利润率走势图

图21.4 2006年世界汽车产量（分国别）构成

图21.5 2006年世界汽车销量（分国别）构成

图21.6 2006年世界汽车产量分车型构成（轻型商用车中不含轻型客车）

图21.7 03~07年汽车整车进口走势

图21.8 历年热点车型季度进口量走势对比

图21.9 进口轿车各排量区间季度进口量走势

图21.10 进口SUV各排量季度走势对比

图21.11 各排量进口轿车海关报价季度走势对比

图21.12 各排量进口SUV海关报价季度走势对比

图21.13 03~07年汽车整车出口走势

图21.14 热点车型出口量季度走势对比

图21.15 轿车各排量区间季度出口量走势

图21.16 SUV各排量季度出口走势对比

图21.17 各吨位货车海关季度出口量走势对比

图21.18 各类客车海关季度出口量走势对比

图22.1 2002-2006年国内生产总值及其增长速度

图22.2 2002 - 2006年固定资产投资及其增长速度

图22.3 2002-2006年社会消费品零售总额及其增长速度

图22.4 2002-2006年进出口总额及其增长速度

图22.5 2003~2007年国内生产总值及其增长速度

图22.6 2003~2007年居民消费价格涨跌幅度

图22.7 2003~2007年年末国家外汇储备

图22.8 2003~2007年税收收入及其增长速度

图22.9 2003~2007年固定资产投资及其增长速度

图22.10 2003~2007年社会消费品零售总额及其增长速度

图22.11 2003~2007年货物进出口总额及其增长速度

图23.1 2003~2007年农村居民人均纯收入及其增长速度

图23.2 2003~2007年城镇居民人均可支配收入及其增长速度

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/37196.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。