



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008年中国汽车零部件市场市场 分析及发展趋势研究报告

一、调研说明

《2008年中国汽车零部件市场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/38033.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

据国家统计局统计，2007年我国汽车零部件产业总收入达到6700亿元，大幅超过2006年，另据中国海关统计，2007年我国汽车零部件出口额达145亿元，也大幅超过2006年，这使国际大公司对我国的配件质量信心不断增强。

汽车及零部件市场是一个发展潜力巨大的市场，汽车类产品占世界贸易总额的10%，但是中国汽车产品出口额仅占我国总体出口额的1.5%，占国内全行业销售额的1%，在机电行业中是最低的。从汽车零部件细分行业表现来看，我国零部件配套水平依然薄弱，零部件企业为了提高自身竞争力，中国汽车行业必须进行战略整合。

据预计，到2010年中国汽车零部件国内产值将达到8000亿元左右。

本报告依据国家统计局、中国海关、中国汽车工业协会、机械工业协会、中国汽车技术研究中心、国家信息中心等提供的大量资料，对我国汽车零部件市场的发展状况、进出口情况、细分市场情况、相关行业发展情况、部分企业发展情况、出口市场导向分析、营销分析、行业竞争格局分析、行业发展战略及行业发展趋势等进行了详细分析，并对世界零部件市场进行了深入剖析。是零部件企业及相关投资机构全面把握行业发展趋势、准确了解市场运行状况，正确制定企业竞争战略和投资策略的重要参考资料。

【 目录 】

第一章 世界汽车零部件业发展分析

第一节 世界汽车零部件业发展总体概况

一、世界汽车零部件产业发展概况

二、世界汽车零部件产业新特征

三、世界汽车零部件商的新特点

四、世界汽车零部件产业发展的主要趋势

五、俄加汽车零部件巨头联手抢占世界市场

第二节 美国汽车零部件业发展分析

- 一、美国汽车零部件业不会大举转向中国市场
- 二、美国汽车零部件业被釜底抽薪
- 三、反倾销影响美国汽车和汽车零部件业
- 四、2007年美国汽车零部件商大量裁员
- 五、2008年北美零部件动态
- 六、2008年美国汽车零部件的困境与希望

第三节 日本汽车零部件业发展分析

- 一、日本汽车零配件产业概述
- 二、日本汽车零配件产业发展情况
- 三、日本汽车零部件厂商加速中国事业
- 四、日本汽车零部件厂商掀起海外收购潮

第四节 欧洲汽车零部件业发展分析

- 一、欧洲部分国家汽车零配件市场发展情况
- 二、欧洲汽车零配件厂商发展前景
- 三、欧洲汽车零部件和电子元件商在朝鲜建厂
- 四、欧洲汽车零部件供应商在北美存在困局

第五节 其它地区汽车零部件业发展分析

- 一、印度汽车零部件产业的发展概况
- 二、印度将给中国汽车零部件业带来巨大压力
- 三、俄罗斯汽车零部件市场现状分析
- 四、2007年俄罗斯汽车零部件市场规模仍继续扩大

第二章 中国汽车零部件业发展分析

第一节 中国汽车零部件业发展现状分析

- 一、中国汽车零部件产业集群正在形成
- 二、中国汽车零部件产业进入整合的关键时期
- 三、中国汽车零部件产业发展滞后
- 四、中国零部件供应商面临巨大商机
- 五、中国改装车零部件市场面临巨大机遇
- 六、国际汽车零部件巨头加强投资中国力度
- 七、汽车零部件外资已占领中国市场大片份额
- 八、中国零部件很难进入欧美市场

九、中国汽车零部件业面临印度竞争压力

十、2007年中国汽车零部件行业九大关注点

第二节 中国汽车零部件业发展存在的问题

一、中国汽车零部件行业与世界零部件业间存在差距

二、我国汽车零部件出口存在主要问题

三、汽车零部件产业发展瓶颈

四、汽车零部件企业自主创新中存在问题及对策

第三节 中国汽车零部件业发展面临的挑战

第四节 中国汽车零部件与整车业发展分析

一、中国汽车零部件与汽车配套关系发展回顾

二、中国汽车零部件与汽车配套关系现状

三、国际上流行的汽车零部件与汽车配套关系

四、中国零部件企业和整车企业互为依存

五、自主品牌应实现整车和零部件同步发展

六、中国汽车零部件与汽车配套关系的未来发展方向

第五节 国内商用汽车配件市场发展状况

第六节 中国汽配城的发展分析

一、中国汽配城发展概况

二、中国汽配城目前存在的问题

三、汽配专业市场仍有其存在和发展的必要性和合理性

四、中国汽配城“大而杂、多而乱”

五、汽配城企业“高投资、低回报”

六、中国汽配城未来发展前景

第七节 中国零部件业发展电子商务分析

一、中国汽车零部件业电子商务发展现状分析

二、中国汽车零部件业发展电子商务模式带来的作用

三、汽车零部件企业利用电子商务方式

第三章 中国汽车零部件业进出口分析

第一节 中国汽车零部件业相关产品进出口分析

一、2005-2007年中国汽车零部件出口结构分析

二、2007年1-12月中国汽车零部件相关产品进出口分析

三、2007年1-12月中国汽车零部件相关产品进口分析

四、2007年1-12月中国汽车零部件相关产品出口分析

第二节 中国汽车零部件业出口分析

一、中国汽车零部件出口情况

二、中国汽车零部件出口潜力巨大

三、中国渐成汽车零部件出口基地

四、中国汽车零部件迈向高附加值出口

五、中国汽车零部件贸易争端思考

六、2007年中国汽车零部件出口年均增幅大

七、2007年中国汽车零部件出口美国剧增跃居第二位

八、2016年中国汽车及零部件出口量预测

第三节 中国汽车零部件出口市场导向分析

第四节 中国汽车零部件业进口分析

一、中国汽车零部件进口争端升级

二、零部件进口关税之争引发“蝴蝶效应”

三、中国汽车零部件进口关税推迟调整

四、我国零部件进口政策面临挑战

第四章 中国汽车零部件业细分市场分析

第一节 轴承市场分析

一、国外轴承工业发展历程与特点

二、2007年中国轴承业发展现状

三、2007年中国轴承制造业十强企业

四、我国轴承出口需求旺盛

五、国内轴承行业发展面临的三大突出问题

六、中国轴承业“十一五”期间的发展形势及重点

第二节 汽车音响市场分析

一、各国汽车音响特点和发展状况

二、国产汽车音响品牌的市场占有率情况

三、汽车音响发展重在售后服务

四、汽车音响市场发展策略

第三节 轮胎市场分析

- 一、2007年2-12月轮胎外胎分省市产品产量情况
- 二、2007年2-12月子午线轮胎外胎分省市产品产量情况
- 三、轮胎消费市场认知度调查分析
- 四、个性化品牌服务引领中国轮胎市场
- 五、废旧轮胎回收利用存在的主要问题
- 六、“十一五”期间我国轮胎业发展面临的问题
- 七、2010年我国轮胎工业的发展预测

第四节 汽车发动机市场分析

- 一、2007年汽车发动机（商品量）明细表
- 二、2007年汽车发动机（自配量）明细表
- 三、2007年中国发动机行业分析
- 四、中国汽车发动机行业自主发展现状
- 五、自主品牌发动机开发逐渐成为焦点
- 六、提升中国汽车发动机行业自主发展能力的政策选择
- 七、新能源车发展迅猛节能柴油机技术备受重视
- 八、柴油机等设备及零部件受进出口关税调整影响
- 九、汽油发动机新的发展时期到来
- 十、汽油混合动力技术使汽油机的发展前途光明
- 十一、汽车发动机技术改进潜力大

第五节 汽车仪器仪表市场分析

- 一、2007年全国及部分地区的汽车仪器仪表产品产量情况
- 二、现代汽车仪表的发展趋势

第六节 汽车车身市场分析

- 一、国外汽车车身开发与制造状况
 - （一）充分进行超前开发和研究
 - （二）采用继承意义上的全新开发
 - （三）现代设计方法及制造技术的全面应用
 - （四）并行与同步工程开发模式的全面应用
 - （五）庞大的车身开发队伍及其组织机构变革
- 二、汽车车身设计方法分析
 - （一）设计模型的建立
 - （二）设计可行性有限元分析

(三) 设计可靠性分析

(四) 优化设计

三、汽车车身新材料应用的发展趋势

第七节 汽车电子产业发展分析

一、2007年中国汽车电子产业发展分析

二、汽车电子市场热点分析

三、汽车电子系统消费趋势分析

四、2013年全球汽车电子市场年增长率预测

五、本土汽车电子发展遭遇三大难题

六、海峡两岸汽车电子行业合作前景看好

第八节 汽车传感器产业发展分析

一、汽车传感器应用现状及发展趋势

二、安全、环保、娱乐新需求推动汽车传感器市场快速发展

三、动力总成系统推动汽车传感器市场增长

四、汽车传感器技术的发展趋势

第九节 汽车防盗器产业发展分析

一、中国汽车防盗器市场发展状况

二、防盗器市场品牌经营战略分析

第十节 汽车玻璃产业发展分析

一、2007年汽车玻璃市场开始新一轮重组

二、汽车玻璃在节能环保趋势下的发展新动向

三、汽车玻璃的发展新动向

四、汽车玻璃技术发展呈现多样性

五、吸收紫外和红外绿色玻璃市场前景广阔

第五章 中国汽车零部件业相关行业分析

第一节 钢铁业市场分析

一、钢铁行业并购重组潮起 钢铁业集中度反降

二、我国钢铁业并购将进入高潮

三、钢铁业成本上涨竞争加剧

四、2008年钢铁业趋向高成本高价格

五、2008年钢铁业利润仍将稳增

六、2008年中国钢铁业进入转折期

七、2009年-中国钢铁业的拐点

第二节 橡胶业市场分析

一、我国汽车橡胶制品行业的发展与对策

二、汽车橡胶制品行业面临的严峻挑战

三、我国汽车橡胶行业应及时采取相应的发展战略

第三节 粉末冶金业市场分析

一、中国粉末冶金结构件行业发展的总体概况

二、粉末冶金制造汽车摩托车零件的优势分析

三、我国汽车粉末冶金零件发展的动向趋势

四、粉末冶金汽车零部件市场前景广阔

第六章 中国汽车零配件业营销分析

第一节 中国汽车零配件营销模式分析

一、中国汽车零部件企业的出口途径

二、汽车配件营销模式——特许经营

三、汽车零配件行业营销模式决定竞争力

四、汽配超市成为汽车零部件新的销售模式

第二节 汽车零配件网络营销分析

一、汽车配件网络化经营的概念

二、汽车配件网络化经营的优点

三、我国汽车配件网络化经营的发展趋势

四、汽车配件配送系统和网络化经营的构建

五、汽车配件网络化经营是发展的必由之路和改革之路

第三节 汽车零配件营销服务系统重购分析

一、营销服务体系重购的因素

二、营销服务新体系构建原则

三、新营销服务体系的结构和职能

四、新营销服务体系的好处

五、新营销服务体系的实施策略

第四节 中国汽车零部件行业营销体系构建

一、中国汽车销售体系现状

- 二、汽车零部件厂家与经销商的关系
- 三、汽车零部件行业的营销服务体系
- 四、重构中国汽车零部件营销服务体系

第七章 中国汽车零部件发展模式分析

第一节 中国汽车零部件业发展模式分析

- 一、中国汽车零部件产业分析
- 二、中国汽车零部件产业发展的目标模式
- 三、中国汽车零部件行业发展模式现状
- 四、中国汽车零部件行业模式的发展方向

第二节 中国汽车零部件市场流通模式分析

- 一、国外汽车零部件市场流通模式概况
- 二、中国汽车零部件市场流通模式概况
- 三、中国汽车零部件市场流通模式的发展方向

第八章 中国汽车零部件业部分企业分析

第一节 浙江万向集团公司

- 一、公司简介
- 二、2007年万向集团发展动态
 - (一) 2007年万向集团优化产业结构再辟新领域
 - (二) 2007年万向集团与花旗银行达成战略合作关系
 - (三) 2007年万向集团投资控股朝鲜最大铜矿
 - (四) 2007年万向集团收购美国AI公司
- 三、万向集团公司企业信息化分析
- 四、万向集团公司走世界级品牌之路分析

第二节 上海汇众汽车制造有限公司

- 一、公司简介
- 二、2007年上海汇众公司发展动态
 - (一) 2007年上汽全资控股汇众整合商用车体系
 - (二) 2007年上汽收购汇众万众公司事件点评
 - (三) 2007年上海汇众推国 新重卡冲击行业前三
- 三、2007年上海大众车成消费市场调查赢家

第三节 长春一汽四环汽车股份有限公司

一、公司简介

二、2007年一汽四环汽车公司发展动态

（一）2007年一汽四环做空动能衰竭反弹在即

（二）2007年一汽四环净利润同比大增

（三）2007年一汽四环免息车贷汽车大厂受益

三、一汽四环业绩优秀 稳步提升

第四节 德尔福（上海）动力推进系统有限公司

一、公司简介

二、2007年德尔福发展动态

（一）2007年德尔福增加在华汽车空调合资企业投资

（二）2007年一汽四环净利润同比大增长

（三）2007年德尔福不断加强在中国的竞争力

（四）2007年德尔福派克亚太最大工厂启动运营

三、德尔福在中国投资超5亿美元

第五节 联合汽车电子有限公司

一、公司简介

二、联合汽车电子公司发展历程

三、2007年联合汽车电子公司发展动态

（一）联合汽车电子模式已到改弦更张时

（二）上海联合成功案例 新形势下的网络管理

第六节 陕西法士特汽车传动集团

一、公司简介

二、2007年陕西法士特汽车传动公司发展动态

（一）2007年陕西法士特产销收入大幅增长

（二）2007年陕西法士特产重型变速器年产销量世界第一

（三）2007年陕西法士特跃居中国机械500强

三、陕西法士特--走向世界的民族品牌

（一）坚定不移地走自主创新之路

（二）重视人才队伍建设 夯实创新发展基础

（三）加强技术改造 提升创新能力

（四）开拓国际市场 创建民族品牌

（五）企业“十一五”发展规划和目标

第九章 中国汽车零部件业竞争分析

第一节 中国汽车零部件国际竞争力分析

- 一、中国汽车零部件工业国际竞争力研究的范畴及模型
- 二、汽车零部件工业国际竞争力影响因素分析
- 三、我国汽车零部件产业国际竞争力关键要素分析
- 四、中国零部件企业整体竞争力呈下滑趋势
- 五、汽车零部件产业竞争力提升对策

第二节 中国汽车零部件企业SWOT分析

- 一、我国汽车零部件企业的优势分析
- 二、我国汽车零部件企业的劣势分析
- 三、我国汽车零部件企业的机遇和挑战分析

第三节 中国汽车零部件业提升竞争力的途径

- 一、努力打造国际汽车零部件采购中心
- 二、自主创新、掌握核心技术
- 三、提高专业化、规模化水平
- 四、整合资源，完善管理，推进信息化建设

第四节 中国汽车零部件业提升竞争力的对策

- 一、中国汽车零配件以整合资源来提升竞争力
- 二、我国汽车零部件产业的竞争战略选择
 - （一）我国汽车零部件工业发展的形势
 - （二）信息化是零部件工业走新型工业化道路的唯一途径
 - （三）集团化是零部件工业提高市场竞争力的重要战略
 - （四）国际化是我国汽车零部件工业在竞争中取胜的必然趋势

第十章 中国汽车零部件业的趋势及前景分析

第一节 中国汽车零部件产业整体发展趋势

- 一、企业正加剧分化
- 二、产业结构正逐步优化
- 三、政策环境有利于零部件产业发展
- 四、自主品牌的培育促使核心竞争力提升

五、中国成为世界零部件制造中心

第二节 中国汽车零部件行业发展趋势分析

- 一、中国汽车零配件产业发展的趋势
- 二、轻量节能化成为汽车零部件的发展方向
- 三、中国汽车零部件行业未来发展走势
- 四、中国汽车零部件市场机遇诱人
- 五、长三角地区逐渐形成汽车零部件产业带

第三节 中国汽车零部件行业模块化生产是大势所趋

- 一、韩汽车业普及汽车模块生产方式
- 二、模块化供货将加剧汽车零部件商强弱分化
- 三、模块化-名副其实的汽车生产方式变革者

第四节 中国汽车零部件供应体系发展趋势

第五节 中国汽车零部件市场发展前景分析

- 一、我国汽车零部件市场潜力巨大
- 二、我国中型汽车机械零部件市场的发展预测
- 三、汽车售后零部件市场发展前景广阔

第十一章 中国汽车零部件业发展战略分析

第一节 中国汽车零部件国际市场开发战略

- 一、成本领先战略
- 二、差别化战略
- 三、集中战略
- 四、加强工贸联合

第二节 中国汽车零部件产业支撑体系战略分析

- 一、我国汽车零部件产业的主要问题
- 二、我国汽车零部件产业支撑体系的构建

第三节 中国汽车零部件产业企业发展战略构想

- 一、国内外汽车零部件企业的对比分析
- 二、发展模式与发展战略构想

第四节 中国汽车零部件工业发展战略选择

- 一、我国汽车零部件工业的现状
- 二、发展我国汽车零部件工业的战略选择

三、发展我国汽车零部件工业的政策措施

第五节 打造中国一流汽车零部件供应商的战略分析

一、提出“打造中国一流汽车零部件供应商”战略目标的意义

二、实现“打造中国一流汽车零部件供应商”战略目标的条件

三、实现“打造中国一流汽车零部件供应商”战略目标的构想

第六节 中国汽车零部件业品牌战略分析

一、实施品牌战略是我国汽车零部件企业适应市场竞争的需要

二、实施品牌战略是必然要求

三、实施品牌战略是走新型产业化道路的外在体现

四、实施品牌战略走好三步曲

五、打造我国汽车及零部件自主品牌的战略分析

图表目录：

图表 2007年1-12月汽车零部件相关产品进出口情况

图表 2007年1-12月汽车零部件相关产品进口情况

图表 2007年1-12月汽车零部件相关产品出口情况

图表 2007年1-12月汽车发动机（商品量）明细表

图表 2007年1-12月汽车发动机（自配量）明细表

图表 2007年2-12月全国仪器仪表产品产量情况

图表 2007年2-12月北京市仪器仪表产品产量情况

图表 2007年2-12月辽宁省仪器仪表产品产量情况

图表 2007年2-12月吉林省仪器仪表产品产量情况

图表 2007年2-12月黑龙江省仪器仪表产品产量情况

图表 2007年2-12月上海市仪器仪表产品产量情况

图表 2007年2-12月江苏省仪器仪表产品产量情况

图表 2007年2-12月浙江省仪器仪表产品产量情况

图表 2007年2-12月安徽省仪器仪表产品产量情况

图表 2007年2-12月江西省仪器仪表产品产量情况

图表 2007年2-12月山东省仪器仪表产品产量情况

图表 2007年2-12月湖北省仪器仪表产品产量情况

图表 2007年2-12月广东省仪器仪表产品产量情况

图表 2007年2-12月重庆市仪器仪表产品产量情况

图表 2007年2-12月四川省仪器仪表产品产量情况

图表 2007年2月轮胎外胎分省市产品产量情况

图表 2007年3月轮胎外胎分省市产品产量情况

图表 2007年4月轮胎外胎分省市产品产量情况

图表 2007年5月轮胎外胎分省市产品产量情况

图表 2007年6月轮胎外胎分省市产品产量情况

图表 2007年7月轮胎外胎分省市产品产量情况

图表 2007年8月轮胎外胎分省市产品产量情况

图表 2007年9月轮胎外胎分省市产品产量情况

图表 2007年10月轮胎外胎分省市产品产量情况

图表 2007年11月轮胎外胎分省市产品产量情况

图表 2007年12月轮胎外胎分省市产品产量情况

图表 2007年2月子午线轮胎外胎分省市产品产量情况

图表 2007年3月子午线轮胎外胎分省市产品产量情况

图表 2007年4月子午线轮胎外胎分省市产品产量情况

图表 2007年5月子午线轮胎外胎分省市产品产量情况

图表 2007年6月子午线轮胎外胎分省市产品产量情况

图表 2007年7月子午线轮胎外胎分省市产品产量情况

图表 2007年8月子午线轮胎外胎分省市产品产量情况

图表 2007年9月子午线轮胎外胎分省市产品产量情况

图表 2007年10月子午线轮胎外胎分省市产品产量情况

图表 2007年11月子午线轮胎外胎分省市产品产量情况

图表 2007年12月子午线轮胎外胎分省市产品产量情况

图表 2007年中国大陆汽车产量、出口量及增长情况

图表 2007年中国大陆汽车销量、出口额及增长情况

图表 2007年中国大陆汽车电子产品出口额构成情况

图表 2007年中国大陆汽车电子产品进口额构成情况

图表 2007年中国轴承制造业十强企业

图表 2007年中国汽车发动机产品生产企业结构图

图表 2007-2010年中国汽车半导体市场销售额预测

图表 2005-2007年中国汽车零部件出口结构对比情况

图表 2002-2006年2亿元以上零部件企业销售额、数量和利润率表

图表 2002-2006年汽车零部件销售规模与利润关系图

图表 跨国公司在中国发动机生产基地概况图

图表 消费者经常使用的轮胎品牌分析图

图表 消费者最倾向使用的轮胎品牌分析图

图表 在同级别产品中，消费者选择轮胎第一要素分析图

图表 消费者通常更换轮胎地点图

图表 消费者了解轮胎相关信息渠道图

图表 零部件系统的生产集中度图

图表 国内商用车市场流通情况图

图表 整车车身设计思路图

图表 经销集团针对零部件企业和客户实施的营销职能图

图表 迈克尔•波特完整的钻石体系理论图

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/38033.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。