



艾凯咨询
ICAN Consulting

2007年中国白酒行业市场调查与 发展前景分析报告

一、调研说明

《2007年中国白酒行业市场调查与发展前景分析报告》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/42779.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

【目录】

第一章 2006年中国白酒行业发展现状分析

第一节 白酒行业发展回顾

- 一、我国白酒生产情况
- 二、白酒行业经济效益情况
- 三、白酒骨干企业的生产和效益情况
- 四、白酒的产品结构情况

第二节 白酒行业发展现状分析

- 一、白酒行业的概况
- 二、白酒行业的主要特征
- 三、市场结构分析
- 四、市场特性分析
- 五、白酒行业的现状
 - (一) 产品缺乏创新
 - (二) 营销秩序混乱
 - (三) 地方过分保护
 - (四) 高端产品开始“滥”市
 - (五) 中低端产品品牌化发展加速

第三节 白酒行业存在的问题

第四节 白酒行业结构调整分析

- 一、行业结构的调整
- 二、企业结构的调整
- 三、产品结构的调整

第五节 关于我国白酒产业的深层思考

- 一、白酒产业发展的状况
- 二、白酒产业发展的困惑
- 三、白酒产业发展的趋势
- 四、白酒产业发展的对策

第六节 白酒市场消费分析

第二章 2006年中国白酒行业发展状况分析

第一节 2006年中国白酒行业总体情况分析

一、产量

二、产品价格

(一) 2006主要城市白酒价格走势

1、成都白酒价格走势

2、广州白酒价格走势

3、南京白酒价格走势

4、沈阳白酒价格走势

5、北京白酒价格走势

(二) 白酒行业主要产品价格走势分析

三、白酒骨干企业生产能力

四、白酒行业产业结构性矛盾突出

第二节 2006年中国白酒行业发展存在的问题

一、白酒行业和企业生产经营中存在的问题

二、政策和制度体系存在的问题

第三节 2006年中国白酒行业各项经济指标分析

一、行业主要经济指标概述

二、工业总产值情况

三、企业评价指标

四、企业盈亏情况

五、资产负债情况

六、产销存情况

七、经营能力

第四节 2006年中国白酒行业产量分析

第五节 2006年中国白酒制造主要经济指标分析

一、行业效益

(一) 产品销售收入

(二) 利润总额

(三) 产值利税率

- (四) 资产负债率
- (五) 资金利润率
- (六) 资本保值增值率

二、其他经济指标

- (一) 产成品
- (二) 费用分析
- (三) 亏损企业单位数
- (四) 亏损企业亏损总额

第三章 2006年中国白酒行业区域市场分析

第一节 华北地区白酒市场分析

一、北京白酒市场分析

- (一) 北京白酒消费状况调查
- (二) 北京商场/餐饮场所白酒消费调查
- (三) 北京消费者消费习惯调查：
- (四) 北京消费者关注因素调研：

二、天津白酒市场

- (一) 天津白酒市场概述
- (二) 天津商场/餐饮场所白酒消费调查
- (三) 天津消费者消费习惯调查
- (四) 天津消费者购买考虑因素分析

三、内蒙白酒市场

- (一) 内蒙古白酒市场概况
- (二) 呼和浩特商场/餐饮场所白酒消费调查
- (三) 内蒙消费者消费习惯调查
- (四) 内蒙消费者关注因素调研

第二节 华中地区白酒市场分析

一、河南白酒市场

- (一) 河南白酒消费状况概述
- (二) 郑州商场/超市白酒消费状况调查
- (三) 河南区域市场白酒竞争状态
- (四) 河南白酒市场消费者关注因素分析

(五) 河南消费者购买因素调研

二、陕西白酒市场分析

(一) 陕西白酒市场概述

(二) 西安商场/餐饮场所白酒消费调查

(三) 陕西区域白酒市场竞争动态

(四) 陕西消费者习惯分析

(五) 陕西消费者关注因素调查

三、山西白酒市场分析

(一) 山西白酒消费概况

(二) 太原商场/餐饮场所白酒消费调查

(三) 山西消费者消费习惯调查

(四) 山西消费者购买考虑因素

四、河北白酒市场分析

(一) 河北白酒消费市场概况

(二) 石家庄商场/餐饮场所白酒消费调查

(三) 河北区域白酒市场竞争动态

(四) 河北消费者消费习惯调查

(五) 河北消费者购买因素调研

第三节 华东地区市场分析

一、山东白酒市场

(一) 山东白酒消费概况

(二) 济南主要商场 / 餐饮场所白酒上架品牌调查

(三) 山东区域市场消费者常喝品牌及礼品酒消费调查

(四) 山东白酒消费者消费特点调研

(五) 山东消费者白酒购买主要考虑因素

二、江苏省白酒分析

(一) 江苏省白酒消费概况

(二) 2005年南京主要商场 / 餐饮场所白酒上架品牌调查

(三) 江苏区域市场消费者常喝品牌及礼品酒消费调查

(四) 江苏消费者消费习惯调查

(五) 江苏消费者白酒购买主要考虑因素

三、浙江省白酒消费调查

- (一) 全省白酒消费概况
- (二) 杭州商场/餐饮场所白酒上架调查
- (三) 浙江白酒区域市场分析
- (四) 浙江消费者消费习惯调查
- (五) 浙江消费者购买白酒考虑因素

四、上海白酒市场

- (一) 上海市白酒消费概况
- (二) 上海商场/餐饮场所白酒上架调查
- (三) 上海市消费者购买考虑因素分析
- (四) 上海市消费者购买关注因素调研

第四节 华南地区白酒市场分析

一、湖南白酒市场分析

- (一) 湖南白酒市场概况
- (二) 长沙商场餐饮场所白酒消费调查
- (三) 湖南二级区域市场白酒竞争动态
- (四) 湖南消费者消费习惯调查
- (五) 湖南白酒消费者考虑因素分析

二、湖北白酒消费调查

- (一) 湖北省白酒消费概况
- (二) 武汉商场/餐饮场所白酒消费调查
- (三) 湖北区域白酒市场竞争动态
- (四) 湖北消费者消费习惯调查
- (五) 白酒消费市场购买考虑因素

三、安徽白酒消费调查

- (一) 全省白酒消费概况
- (二) 合肥商场/餐饮场所白酒消费调研
- (三) 安徽区域市场白酒消费调研
- (四) 安徽白酒消费市场调查
- (五) 安徽白酒消费者考虑因素分析

四、江西白酒市场

- (一) 江西全省白酒消费概况
- (二) 2005年南昌主要商场 / 餐饮场所白酒上架品牌调查

(三) 江西区域市场消费白酒品牌及礼品酒消费调查

(四) 江西消费者消费特征分析

(五) 江西消费者白酒购买主要考虑因素

五、广东省白酒市场调研分析

(一) 广东白酒消费情况调查

(二) 广州商场/餐饮场所上架品牌调查

(三) 广东区域市场白酒消费动态调查

(四) 广东消费者消费习惯调查

(五) 广东消费者白酒购买考虑因素分析

六、福建白酒市场调研分析

(一) 福建全省白酒消费概况

(二) 2005年福州主要商场 / 餐饮场所白酒上架品牌调查

(三) 福建主要区域市场白酒调研

(四) 福建消费者习惯调查

(五) 福建消费者白酒购买主要考虑因素

七、广西白酒市场分析

(一) 广西全省白酒消费概况

(二) 2005年南宁主要商场 / 餐饮场所白酒上架品牌调查

(三) 广西区域市场白酒消费调查

(四) 广西消费者消费习惯调查

(五) 广西消费者白酒购买主要考虑因素

第五节 西南地区白酒市场分析

一、重庆白酒市场

(一) 重庆白酒市场消费状况概述

(二) 重庆商场/餐饮场所白酒消费调查

(三) 重庆区域白酒市场竞争动态

(四) 重庆消费者消费习惯调查

(五) 重庆消费者购买考虑因素

二、四川白酒市场

(一) 四川白酒概况

(二) 成都商场/餐饮场所白酒消费状况

(三) 四川区域市场白酒消费竞争状态

(四) 四川消费者消费特点分析

(五) 四川白酒消费者关注因素调研

三、云南白酒市场

(一) 云南白酒市场概述

(二) 昆明商场/餐饮场所白酒消费调查

(三) 云南区域白酒市场竞争动态

(四) 云南消费者消费习惯调查

(五) 云南消费者购买考虑因素

四、贵州白酒市场

(一) 贵州白酒消费状况概述

(二) 贵阳商场/餐饮场所白酒消费调查

(三) 贵州消费者消费习惯调查

(四) 贵州消费者购买考虑因素

第六节 西北地区白酒市场分析

一、甘肃白酒市场

(一) 甘肃白酒市场消费概况

(二) 兰州商场/餐饮场所白酒消费调查

(三) 甘肃区域白酒市场竞争动态

(四) 甘肃消费者消费习惯调查

(五) 甘肃消费者关注因素调查

二、新疆白酒市场

(一) 新疆白酒市场概述

(二) 乌鲁木齐商场/餐饮场所白酒消费调查

(三) 新疆消费者消费习惯调查

(四) 新疆消费者关注因素调查

第七节 东北白酒市场分析

一、黑龙江白酒市场

(一) 黑龙江白酒市场概述

(二) 哈尔滨商场/餐饮场所白酒消费竞争状态

(三) 黑龙江白酒消费习惯调研

(四) 黑龙江白酒市场关注因素调研

二、吉林白酒市场

- (一) 长春商场/餐饮场所白酒消费调查
- (二) 吉林区域白酒市场竞争动态
- (三) 吉林消费者消费习惯调查
- (四) 吉林消费者购买考虑因素

三、辽宁白酒市场

- (一) 辽宁白酒市场概述
- (二) 沈阳商场/餐饮场所白酒消费调查
- (三) 辽宁区域白酒市场竞争动态
- (四) 辽宁消费者消费习惯调查
- (五) 辽宁消费者购买考虑因素

第四章 中国白酒行业营销渠道及营销战略分析

第一节 白酒营销渠道分析

- 一、白酒行业的营销环境分析
- 二、现存的营销渠道分析
- 三、终端渠道制定策略分析
- 四、酒业终端市场营销管理策略分析

第二节 白酒终端建设的误区与管理

- 一、终端建设的误区
- 二、销售渠道的级数和渠道的建设与管理

第三节 白酒市场终端弱势分析

第四节 白酒市场营销模式的分析

- 一、白酒的历史和营销模式的发展过程
- 二、白酒的终端渠道
- 三、终端渠道深度开发分析

第五节 白酒营销过程中的七块“死穴”分析

第六节 白酒高端产品选择经销商的误区分析

第七节 白酒营销战略分析

- 一、中国酒业有效整合营销策略分析
- 二、建立厂商的双赢模式分析

第八节 白酒市场推广策略分析

- 一、产品导入分析

二、产品的组合和产品线决策

三、白酒城市市场推广策略

四、白酒农村推广策略

第九节 白酒营销拒绝偶然成功

第十节 我国白酒营销三大趋势

第五章 WTO与中国白酒业分析

第一节 加入WTO后白酒企业面临的机遇

第二节 加入WTO以后白酒企业面临的挑战

第三节 白酒企业应该如何面对WTO开拓世界市场

第六章 2006年中国白酒业竞争格局分析

第一节 白酒竞争特点分析

第二节 地区竞争格局分析

一、主要产酒地区经济效益分析

二、全国主要产酒地区产量及其变动情况

第三节 领先企业竞争格局分析

第七章 优势企业运营情况分析

第一节 五粮液股份有限公司

一、公司概况

二、2006年度财务数据

三、2006年收入情况

第二节 贵州茅台酒股份有限公司

一、公司介绍

二、经营业绩

三、2006年会计数据和财务指标摘要

第三节 四川全兴股份有限公司

一、公司简介

二、公司近三年的主要会计数据和财务指标

第四节 泸州老窖股份有限公司

第五节 安徽古井贡酒股份有限公司

第六节 四川剑南春集团有限责任公司

第七节 四川沱牌曲酒股份有限公司

一、2006年上半年主要财务数据和财务指标

二、2006年上半年主营业务分行业、产品情况表

第八节 山西杏花村汾酒厂股份有限公司

一、2006年上半年主营业务范围及经营状况

二、2006年上半年占主营收入或主营业务利润总额10%以上的主营行业或产品情况

三、2006年上半年主营业务分地区情况

四、2006年上半年控股公司的经营情况及业绩

第九节 湖南酒鬼酒股份有限公司

一、主要财务数据

二、主要财务指标

三、主营业务分地区情况

第八章 2007年中国白酒业发展前景分析预测

第一节 白酒业全球消费发展趋势

第二节 我国白酒生产与消费出现的新趋势

第三节 我国酒业发展的六大趋势

第四节 我国白酒业市场前景预测分析

第九章 白酒企业未来发展策略分析

第一节 大型白酒企业集团的未来发展策略分析

第二节 对现行的白酒企业的多样化经营分析

一、白酒企业多样化经营情况

二、现行白酒行业多样化经营的方向

三、全兴的多样化经营分析

第三节 对中小企业生产经营的建议

第四节 白酒工业发展必须依靠科技的推动

第五节 白酒业，囚徒困境如何冲破樊笼

第十章 2007年中国白酒行业投资分析

第一节 投资机会与风险分析

第二节 投资策略与建议

第三节 投资前景分析

图表目录：

图表：2006年各酒类替代品占消费者选择总量的比例

图表：1997—2005年白酒行业的行业集中度

图表：历年50家白酒企业的行业集中度和规模以上白酒企业数量

图表：2004—2006年我国白酒行业产量

图表：白酒市场价格和需求分布图

图表：2006年白酒行业主要经济指标

图表：2006年白酒行业工业总产值情况

图表：2006年白酒行业企业评价指标

图表：2006年白酒行业企业盈亏情况

图表：2006年白酒行业资产负债情况

图表：2006年白酒行业产销存情况

图表：2006年白酒行业经营能力

图表：1996—2005年我国白酒产量走势图

图表：2006年白酒行业产品销售收入

图表：2006年我国白酒行业产品销售收入区域分布情况

图表：2006年我国各省白酒行业产品销售收入

图表：2006年白酒行业利润总额

图表：2006年全国各省白酒行业利润总额

图表：2006年白酒行业产值利税率

图表：2006年白酒行业资金利润率

图表：2006年白酒行业资本保值增值率

图表：2006年白酒行业产成品情况

图表：2006年白酒行业产成品情况

图表：2006年白酒行业费用分析

图表：2006年白酒行业亏损企业单位数

图表：2006年上半年全国各省市白酒行业亏损企业单位数

图表：2006年白酒行业亏损企业亏损总额

图表：2006年上半年我国各省白酒行业亏损企业亏损额

图表：北京消费性白酒调查数据
图表：北京礼品酒调查数据
图表：天津消费性白酒调查数据
图表：天津礼品酒调查数据
图表：内蒙古大、中城市市场消费性白酒调查数据
图表：内蒙古大、中城市礼品酒调查数据
图表：内蒙古广大农村、城镇消费性白酒调查数据
图表：内蒙古广大农村、城镇礼品酒调查数据
图表：河南大、中城市消费白酒调研
图表：河南大、中城市礼品酒市场调研
图表：河南农村、城镇消费性白酒市场调研
图表：河南农村、城镇礼品酒调研
图表：陕西大、中城市市场消费性白酒调查数据
图表：陕西大、中城市礼品酒调查数据
图表：陕西广大农村、城镇消费性白酒调查数据
图表：陕西广大农村、城镇礼品酒调查数据
图表：山西大中城市消费性白酒调查数据
图表：山西大中城市礼品酒调查数据
图表：山西广大农村、城镇消费性白酒市场调研
图表：山西广大农村、城镇礼品酒消费调研
图表：河北大中城市消费性白酒调查数据
图表：河北大中城市礼品酒调查数据
图表：河北广大农村、城镇消费性白酒市场调研
图表：河北广大农村、城镇礼品酒调查数据
图表：山东大中城市消费性白酒调查数据
图表：山东大中城市礼品酒调查数据
图表：山东广大农村、城镇消费性白酒调查数据
图表：山东广大农村、城镇礼品酒市场状况
图表：江苏省大、中城市市场消费性白酒调查数据
图表：江苏大、中城市市场礼品酒调查数据
图表：江苏广大农村、城镇消费性白酒调查数据
图表：江苏广大农村、城镇礼品酒消费调研数据

图表：浙江大中城市消费性白酒调查数据
图表：浙江大中城市礼品酒调查数据
图表：浙江广大农村、城镇消费性白酒调查数据
图表：浙江广大农村、城镇礼品酒调查数据
图表：上海市消费性白酒调查数据
图表：上海市礼品酒调查数据
图表：湖南大中城市消费性白酒调查数据
图表：湖南大中城市礼品酒调查数据
图表：湖南广大农村、城镇消费性白酒调查数据
图表：湖北大中城市消费性白酒调查数据
图表：湖北大中城市礼品酒调查数据
图表：湖北广大农村、城镇消费性白酒调查数据
图表：湖北广大农村、城镇礼品酒消费调研
图表：安徽大中城市消费性白酒调查数据
图表：安徽大中城市礼品酒调查数据
图表：安徽广大农村市场消费性白酒调查数据
图表：安徽广大农村礼品酒消费调研
图表：江西大中城市消费性白酒调查数据
图表：江西大中城市礼品酒调查数据
图表：江西广大农村、城镇消费性白酒调查数据
图表：江西广大农村城镇礼品酒调查数据
图表：广东大中城市消费性白酒调查数据
图表：广东大中城市礼品酒调查数据
图表：广东农村城镇消费性白酒
图表：广东农村礼品酒消费调研
图表：福建大中城市消费性白酒调查数据
图表：福建大中城市礼品白酒消费状况调查
图表：福建农村城镇消费性白酒调查数据
图表：福建农村城镇礼品酒调查数据
图表：广西大中城市消费性白酒调查数据
图表：广西大中城市礼品酒调查数据
图表：广西农村消费性白酒调查数据

图表：广西农村礼品酒市场调研
图表：重庆大中城市消费性白酒调查数据
图表：重庆大中城市礼品酒消费调研
图表：重庆农村消费性白酒调查数据
图表：重庆农村礼品酒调查数据
图表：四川大中城市消费性白酒调查数据
图表：四川大中城市礼品酒调查数据
图表：四川农村城镇消费性白酒调查数据
图表：四川农村城镇礼品酒调查数据
图表：云南大中城市消费性白酒调查数据
图表：云南大中城市礼品酒调查数据
图表：云南农村市场消费性白酒调查数据
图表：云南农村礼品酒调查数据
图表：贵州大中城市消费性白酒调查数据
图表：贵州大中城市礼品酒调查数据
图表：贵州农村消费性白酒调查数据
图表：贵州农村礼品酒调查数据
图表：甘肃大中城市消费性白酒调查数据
图表：甘肃大中城市礼品酒调查数据
图表：甘肃农村消费性白酒调查数据
图表：甘肃农村礼品酒调查数据
图表：新疆大中城市消费性白酒调查数据
图表：新疆大中城市礼品酒调查数据
图表：新疆农村消费性白酒调查数据
图表：新疆农村礼品酒调查数据
图表：黑龙江大中城市消费性白酒调查数据
图表：黑龙江大中城市礼品酒调查数据
图表：黑龙江农村消费性白酒调查数据
图表：黑龙江农村礼品酒调查数据
图表：吉林城市市场白酒消费调研
图表：吉林城市礼品酒市场
图表：吉林农村市场消费白酒

图表：吉林农村市场礼品酒调研图

图表：辽宁城市市场白酒调研

图表：辽宁大中城市礼品酒市场调研

图表：辽宁农村市场消费型白酒

图表：辽宁农村礼品酒市场调研

图表：茅台集团公司产品组合宽度和产品线长度

图表：经营业务组合分析图

图表：产品品目的销售额和利润分析

图表：2005年度中国白酒工业经济效益十佳企业名单

图表：2006年上半年全国各个地区利润分布情况

图表：2005年白酒行业销售收入前10位企业

图表：2006年上半年五粮液股份有限公司报告主要财务指标

图表：贵州茅台近几年利润总额走势图

图表：贵州茅台集团公司近几年经营业绩

图表：2006年前三季度贵州茅台酒股份有限公司会计数据和财务指标摘要

图表：四川全兴股份有限公司2003--2005年的主要会计数据和财务指标

图表：四川水井坊股份有限公司2006年第三季度报告

图表：四川全兴股份有限公司2006年半年度的主要会计数据和财务指标

图表：泸州老窖股份有限公司2006年第三季度报告

图表：安徽古井贡酒股份有限公司2006年第三季度报告

图表：2006年四川沱牌曲酒股份有限公司主要财务数据和财务指标

图表：2006年四川沱牌曲酒股份有限公司主营业务分行业情况

图表：2006年四川沱牌曲酒股份有限公司主营业务分产品情况

图表：2006年山西杏花村汾酒厂股份有限公司占主营收入或主营业务利润总额10%以上的主营行业或产品情况

图表：2006年山西杏花村汾酒厂股份有限公司主营业务地区分布图

图表：2006年山西杏花村汾酒厂股份有限公司主营业务分地区情况

图表：2006年山西杏花村汾酒厂股份有限公司控股公司的经营情况及业绩

图表：2006年第三季度湖南酒鬼酒股份有限公司主要财务数据

图表：湖南酒鬼酒股份有限公司2006年前三季度报告主要财务指标

图表：2006年第三季度湖南酒鬼酒股份有限公司主营业务收入地区分布图

图表：2006年第三季度湖南酒鬼酒股份有限公司主营业务分地区情况

图表：略。。。。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/42779.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。