



艾凯咨询
ICAN Consulting

2006年中国白酒行业市场分析及 发展趋势研究报告

一、调研说明

《2006年中国白酒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/42826.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

【 描述 】

内容简介

2005年白酒总产量349.37万千升，同比增长15.03%，实现了自上世纪90年代中期以来最大的增长幅度。2005年白酒行业产量和经济效益的同比增长，主要源于企业产品结构的调整合市场消费需求稳定。同时，白酒销售收入仍然进一步集中在行业中重点企业，白酒销售额前10位企业实现销售收入占全行业比重为43.25%，前50名企业占全行业比重为65.42%。

白酒行业5年内将加速淘汰中小企业，5年内白酒企业淘汰将加剧目前国内共有各类白酒生产企业约3万家，未来5年内生产企业将会快速减少，这是必然趋势。当前白酒行业发展总的趋势是，在市场竞争加剧的促进下，行业技术要求进一步提高，市场门槛（工艺、文化、品牌等）和费用不断增加，国家税收政策更趋公平，消费者集中投向高档名牌酒品。但与此对应的却是白酒消费总量没有增加。这必然导致行业淘汰加剧，使那些没有经济实力支撑、技术水平相对落后、品牌美誉度不高的中小生产企业出局。中小企业如何才能在竞争中不被淘汰？

2006年3月21日，财政部、税务总局发布关于调整完善消费税政策的通知，粮食白酒、薯类白酒的比例税率统一为20%。定额税率为0.5元/斤（500克）或0.5元/500毫升。"十一五"期间，引导白酒行业健康发展，需要促进结构调整，严格市场准入机制，优化经营环境。国家"十一五"发展规划对轻工行业的发展以及对扩大内需、增加消费、开拓农村市场、增加城乡居民收入的重视和相关政策的实施，标志着轻工行业，包括酒类行业面临新的巨大的发展机遇。国家出台的政策对我国白酒企业会产生什么样的影响？如何抓住国家出台的政策进一步发展呢？

本研究咨询报告依据国家统计局、国家经贸委、国家海关总署、国务院发展研究中心、中国白酒工业协会、中国酿酒行业协会、中国轻工业协会、国民经济景气监测中心、中国行业研究网、国内外相关刊物的基础信息以及各省市相关统计单位等公布和提供的大量资料。报告对我国白酒行业的现状和发展、各项经营指标、消费者购买行为、竞争格局、发展趋势和行业领先企业等专题进行深入的研究，并分门别类地对中国白酒行业各区域市场状况予以了

重点分析，结合新时期的各方面因素，用数字说话、图文并茂，对中国白酒行业的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。报告还对国家相关政策进行了介绍和趋向研判，结合中研普华研究小组多年来的实践经验和对白酒行业发展的专业化把握，提出了可操作性创新建议。本报告是白酒生产、销售企业、研究机构、投资企业等单位准确了解当前我国白酒行业发展动态，把握企业定位和发展方向的重要决策依据。

【 目录 】

第一部分 行业现状分析

第一章 白酒行业的分类、发展与特性分析 1

第一节 中国白酒行业的分类与发展历程 1

一、白酒的分类 1

二、中国白酒行业发展历程 2

第二节 白酒行业的进入壁垒及可行性分析 4

一、白酒行业进入壁垒分析 4

二、白酒行业可能的进入者 4

三、白酒行业进入可行性分析 7

第二章 我国白酒行业现状分析 8

第一节 2005年白酒行业总体运行情况 8

一、2005年白酒产量增长集中度提高 8

二、2005年白酒产品结构调整初见成效 9

三、2005年白酒利润略有增加 9

四、2005年白酒行业经济效益实现较大增长 10

五、2005年中国白酒行业经济指标分析 11

第二节 白酒行业现状分析 16

一、走出阴霾朝健康有序方向发展 16

二、白酒发展环境有待根本改善 18

三、白酒营销手段趋向理智和务实 19

四、优秀中高档白酒产品市场份额增加 19

五、白酒业优质原酒生产能力增加 20

六、2005年白酒行业市场分析	21
第三节 政府产业政策对白酒行业的影响分析	23
一、我国白酒产业政策的历史进程	23
二、产业政策不断完善将引导白酒健康发展	25
三、首次拥有受《商标法》保护的证明商标	26
四、2006年白酒消费税统一调节对白酒企业的影响	27
五、促进白酒工业健康发展及2006年工作重点	29
第四节 我国白酒行业存在的问题与调控管理	31
一、我国白酒行业存在的主要问题	31
二、政府调控管理	34

第三章 白酒关联产业分析 36

第一节 2005年中国制酒饮料行业运行情况 36

一、总体运行情况	36
二、市场供需分析	42
三、主要经营情况	46

第二节 中国酒业分析 48

一、中国酒业市场分析	48
二、影响中国酒业发展的主要因素分析	51

第三节 替代产品发展对白酒的影响分析 54

一、啤酒、葡萄酒、黄酒的发展态势分析	54
二、替代产品的发展对白酒行业产生的影响	69

第二部分 行业区域市场与消费者市场分析

第四章 区域市场分析 71

第一节 华北地区白酒市场分析 71

一、北京白酒市场分析	71
二、天津白酒市场分析	86
三、河北省白酒市场分析	89
四、山西省白酒市场分析	93

第二节 华中地区白酒市场分析 97

一、河南省白酒市场分析	97
-------------	----

- 二、湖南省白酒市场分析 101
- 三、湖北省白酒市场分析 104
- 第三节 华东地区市场分析 107
 - 一、华东地区白酒市场概况 107
 - 二、上海白酒市场分析 110
 - 三、山东省白酒市场分析 113
 - 四、江苏省白酒市场分析 119
 - 五、浙江省白酒市场分析 121
 - 六、安徽省白酒市场分析 130
 - 七、江西省白酒市场分析 136
- 第四节 华南地区白酒市场分析 139
 - 一、广东白酒市场分析 139
 - 二、福建白酒市场分析 145
 - 三、海南省白酒市场分析 152
 - 四、南方整体白酒市场发展剖析 154
- 第五节 西南地区白酒市场分析 156
 - 一、四川省白酒市场分析 156
 - 二、广西地区白酒市场分析 160
 - 三、西南地区其他省份白酒市场 165
- 第六节 西北地区白酒市场分析 166
 - 一、甘肃省白酒市场分析 166
 - 二、陕西省白酒市场分析 173
 - 三、新疆地区白酒市场分析 182
- 第七节 东北白酒市场分析 187
 - 一、辽宁省白酒市场分析 187
 - 二、黑龙江省白酒市场分析 192
 - 三、吉林省白酒市场分析 196
 - 四、聚焦东北酒 201

第五章 白酒消费者市场分析 206

第一节 白酒消费需求分析 206

- 一、消费需求趋稳 206

二、产品分析 206

第二节 白酒消费者购买行为分析 207

一、白酒消费者购买行为类型分析 207

二、白酒消费者购买动机分析 208

三、白酒消费者购买方式分析 208

四、白酒消费者购买目的分析 209

五、白酒消费者对广告促销的态度分析 209

第三部分 竞争格局与领先企业分析

第六章 中国白酒竞争格局分析 211

第一节 高端白酒市场竞争状况分析 211

一、高端白酒竞争状况分析 211

二、形成高端白酒竞争现状的因素分析 212

三、高端白酒竞争格局的启示 213

四、高端白酒市场竞争的发展分析 214

第二节 白酒市场竞争格局分析 216

一、民间资本不断涌入白酒业 216

二、市场竞争日趋激烈 216

三、高端价位品牌的"多极"化 217

四、川酒企业整体向白酒高端价位冲击 218

第三节 白酒竞争趋势分析 219

一、市场竞争细化 219

二、趋向品牌化竞争 220

三、集中度逐步提高 221

四、业外新军纷纷涌入白酒业 222

第七章 领先白酒企业分析 224

第一节 宜宾五粮液股份有限公司 226

一、公司基本情况 226

二、经营状况 227

三、五粮液成功因素探索 228

第二节 贵州茅台酒股份有限公司 236

一、公司基本情况 236

二、经营状况 236

三、未来发展目标 237

第三节 泸州老窖股份有限公司 238

一、公司基本情况 238

二、经营状况 239

三、未来发展目标 241

第四节 四川剑南春集团有限责任公司 241

一、公司基本情况 241

二、经营状况 242

第五节 山西杏花村汾酒厂股份有限公司 244

一、公司基本情况 244

二、经营状况 245

第六节 安徽古井贡酒股份有限公司 246

一、公司基本情况 246

二、经营状况 246

三、未来发展目标 248

第七节 四川沱牌曲酒股份有限公司 249

一、公司基本情况 249

二、经营状况 249

三、未来发展目标 250

第八节 湖北枝江酒业股份有限公司 251

一、公司基本情况 251

二、经营状况 251

三、未来发展目标 252

第九节 湖北稻花香集团 252

一、公司基本情况 252

二、经营状况 253

三、未来发展目标 253

第十节 湖南酒鬼酒股份有限公司 254

一、公司基本情况 254

二、经营状况 254

第四部分 发展趋势、营销策略与投资建议分析

第八章 中国白酒行业发展趋势分析 257

第一节 加入WTO对我国白酒产业影响分析 257

一、享受的机遇 257

二、面临的挑战 258

三、入世后白酒企业应该如何开拓世界市场 260

第二节 全球白酒业消费发展趋势 262

第三节 白酒行业未来发展趋势预测 264

一、产品风格多样化趋势十分明显 264

二、白酒消费将向名优集中 264

三、2006中国白酒行业发展预测 265

四、“十一五”期间我国白酒行业发展趋势 276

五、白酒行业5年内将加速淘汰中小企业 277

第九章 中国白酒营销策略分析 280

第一节 白酒渠道营销分析 280

一、白酒行业营销环境分析 280

二、现存的营销渠道分析 280

三、酒业终端市场营销管理策略 282

第二节 白酒营销战略研究 284

一、中国酒业有效整合营销策略 284

二、建立厂商的双赢模式 289

第三节 市场推广策略研究 293

一、做好产品导入 293

二、做好产品组合和产品线决策 298

三、白酒城市市场推广策略 305

第四节 2005年白酒营销分析与2006探索 312

一、2005年中国酒业营销分析 312

二、2006白酒营销谋略 315

第五节 中国白酒品牌竞争力分析 318

一、白酒行业的战略发展契机 318

- 二、中国白酒品牌营销过程中存在的六种错误假设 322
- 三、如何建立强大的白酒品牌 331
- 四、中国白酒品牌如何走向世界 341

第十章 白酒产业投资分析与建议 346

第一节 投资方向建议 346

- 一、保健酒概况 346
- 二、保健酒行业现状 347
- 三、进入保健酒市场的可行性分析 349
- 四、保健酒市场存在的问题 350

第二节 大型白酒企业集团未来发展策略分析 351

- 一、做好自身产业结构的调整 352
- 二、要实行专业化和多元化并进的策略 353

第三节 白酒企业多样化经营策略分析 354

- 一、白酒企业多样化经营情况 354
- 二、现行白酒行业多样化经营的方向 355
- 三、多样化经营分析 355
- 四、白酒市场可持续布局策略 357

第四节 对中小白酒企业生产经营的建议 363

- 一、中小白酒企业相对竞争力分析 364
- 二、细分化生存方式 368
- 三、产品化生存方式 369
- 四、区域化生存方式 369
- 五、专业化生存方式 370
- 六、个性化生存方式 370

附录 2005年经销商白酒市场调查报告 372

第一节 白酒市场现状 372

- 一、白酒产品市场现状 372
- 二、主流品牌市场现状 373
- 三、消费者行为现状 378
- 四、经销商选择分析 379

第二节 白酒品牌发展前景 380

图表目录

- 图表：我国1949-2003年中国白酒产量变化表 2
- 图表：2005年全国白酒产量超20万千升的6省产量情况 8
- 图表：2005年全国白酒产量前十家企业产量情况 8
- 图表：白酒行业利税总额前10位的企业 9
- 图表：2005年白酒行业销售收入前10位企业 10
- 图表：2005年2-12月白酒产品产量全国合计 11
- 图表：2005年1-12月分地区白酒制造累计工业总产值 11
- 图表：2005年1-12月分地区白酒制造累计产品销售收入 12
- 图表：2005年1-12月分地区白酒制造累计利润总额 13
- 图表：2005年1-12月白酒制造全国分经济类型主要经济指标 14
- 图表：2005年1-12月制酒饮料行业生产分析 36
- 图表：2005年饮料行业子行业生产比重 37
- 图表：2005年制酒饮料行业总产值和销售收入增长情况 37
- 图表：2005年1-12月饮料行业利润分析 38
- 图表：2005年1-12月制酒业利润分析 38
- 图表：2005年制酒饮料行业利润总额和亏损情况 39
- 图表：2005年1-12月饮料行业利润率分析 39
- 图表：2005年1-12月制酒行业利润率分析 40
- 图表：2005年1-12月饮料行业成本费用增长率 40
- 图表：2005年1-12月制酒行业成本费用增长率 41
- 图表：2005年制酒饮料行业主要费用变化（1） 41
- 图表：2005年制酒饮料行业主要费用变化（2） 41
- 图表：2005年制酒饮料行业资产及资金变化 42
- 图表：2005年12月制酒饮料行业产量增长情况 43
- 图表：2004-2005年制酒饮料行业销售与产成品分析 44
- 图表：2005年1-12月制酒饮料行业销售值和产成品增长情况 44
- 图表：2004年3月-2005年12月饮料行业产品销售率 45
- 图表：2004年3月-2005年12月制酒行业产品销售率 45
- 图表：2005年制酒饮料行业出口交货值增长情况 46

图表：2005年制酒饮料行业前十名企业集中度 46

图表：2005年制酒饮料行业不同规模企业利润增长情况 47

图表：2005年制酒饮料行业分所有制利润增长情况 47

图表：2005年制酒饮料行业不同所有制企业所占利润总额比重 48

图表：入世后酒业的关税变化 54

图表：2005年2-12月啤酒产品产量全国合计 59

图表：2006年2月啤酒产品产量全国合计 59

图表：2005年1-12月啤酒制造全国分经济类型主要经济指标 59

图表：2005年2-12月葡萄酒产品产量全国合计 64

图表：2006年2月葡萄酒产品产量全国合计 65

图表：2005年1-12月葡萄酒制造全国分经济类型主要经济指标 65

图表：北京地区主要白酒品牌及其市场占有率 84

图表：2005年2-12月白酒产品产量北京市合计 84

图表：2006年2月白酒产品产量北京市合计 85

图表：2005年北京市白酒制造主要经济指标 85

图表：2005年2-12月白酒产品产量天津市合计 87

图表：2006年2月白酒产品产量天津市合计 88

图表：2005年天津市白酒制造主要经济指标 88

图表：2005年2-12月白酒产品产量河北省合计 90

图表：2006年2月白酒产品产量河北省合计 91

图表：2005年河北省白酒制造主要经济指标 91

图表：2005年2-12月白酒产品产量山西省合计 94

图表：2006年2月白酒产品产量山西省合计 95

图表：2005年山西省白酒制造主要经济指标 95

图表：2005年2-12月白酒产品产量河南省合计 99

图表：2006年2月白酒产品产量河南省合计 99

图表：2005年河南省白酒制造主要经济指标 99

图表：2005年2-12月白酒产品产量湖南省合计 102

图表：2006年2月白酒产品产量湖南省合计 102

图表：2005年湖南省白酒制造主要经济指标 102

图表：2005年2-12月白酒产品产量湖北省合计 104

图表：2006年2月白酒产品产量湖北省合计 105

图表：2005年湖北省白酒制造主要经济指标 105

图表：2005年2-12月白酒产品产量上海市合计 111

图表：2006年2月白酒产品产量上海市合计 111

图表：2005年上海市白酒制造主要经济指标 112

图表：2005年2-12月白酒产品产量山东省合计 116

图表：2006年2月白酒产品产量山东省合计 117

图表：2005年山东省白酒制造主要经济指标 117

图表：2005年2-12月白酒产品产量江苏省合计 119

图表：2006年2月白酒产品产量江苏省合计 120

图表：2005年江苏省白酒制造主要经济指标 120

图表：2005年2-12月白酒产品产量浙江省合计 128

图表：2006年2月白酒产品产量浙江省合计 128

图表：2005年浙江省白酒制造主要经济指标 128

图表：2005年2-12月白酒产品产量安徽省合计 133

图表：2006年2月白酒产品产量安徽省合计 134

图表：2005年安徽省白酒制造主要经济指标 134

图表：2005年2-12月白酒产品产量江西省合计 137

图表：2006年2月白酒产品产量江西省合计 137

图表：2005年江西省白酒制造主要经济指标 137

图表：2005年2-12月白酒产品产量广东省合计 143

图表：2006年2月白酒产品产量广东省合计 143

图表：2005年广东省白酒制造主要经济指标 143

图表：2005年2-12月白酒产品产量福建省合计 150

图表：2006年2月白酒产品产量福建省合计 150

图表：2005年福建省白酒制造主要经济指标 150

图表：2005年2-12月白酒产品产量海南省合计 152

图表：2006年2月白酒产品产量海南省合计 152

图表：2005年海南省白酒制造主要经济指标 152

图表：2005年2-12月白酒产品产量四川省合计 158

图表：2006年2月白酒产品产量四川省合计 158

图表：2005年四川省白酒制造主要经济指标 158

图表：2005年2-12月白酒产品产量广西省合计 163

图表：2006年2月白酒产品产量广西省合计 163

图表：2005年广西区白酒制造主要经济指标 163

图表：2005年2-12月白酒产品产量甘肃省合计 171

图表：2006年2月白酒产品产量甘肃省合计 171

图表：2005年甘肃省白酒制造主要经济指标 171

图表：2005年2-12月白酒产品产量陕西省合计 179

图表：2006年2月白酒产品产量陕西省合计 180

图表：2005年陕西省白酒制造主要经济指标 180

图表：2005年2-12月白酒产品产量新疆区合计 184

图表：2006年2月白酒产品产量新疆区合计 185

图表：2005年新疆区白酒制造主要经济指标 185

图表：2005年2-12月白酒产品产量辽宁省合计 189

图表：2006年2月白酒产品产量辽宁省合计 190

图表：2005年辽宁省白酒制造主要经济指标 190

图表：2005年2-12月白酒产品产量黑龙江合计 194

图表：2006年2月白酒产品产量黑龙江合计 195

图表：2005年黑龙江白酒制造主要经济指标 195

图表：2005年2-12月白酒产品产量吉林省合计 199

图表：2006年2月白酒产品产量吉林省合计 199

图表：2005年吉林省白酒制造主要经济指标 199

图表：白酒购买类型调查图 207

图表：影响消费者购买动机调查表 208

图表：白酒市场消费者购买方式调查分析图 208

图表：白酒市场消费者购买目的调查分析图 209

图表：消费者对广告和促销影响力的态度调查分析图 210

图表：白酒市场综合占有率品牌排名表 220

图表：2005年度中国白酒工业百强企业名单 224

图表：2005年度中国白酒工业经济效益十佳企业名单 225

图表：2005年宜宾五粮液股份有限公司利润构成表 228

图表：2005年宜宾五粮液股份有限公司经营能力表 228

图表：2005年贵州茅台酒股份有限公司利润构成表 237

图表：2005年贵州茅台酒股份有限公司经营能力表 237

图表：2005年泸州老窖股份有限公司利润构成表 240

图表：2005年泸州老窖股份有限公司经营能力表 240

图表：2005年山西杏花村汾酒厂股份有限公司利润构成表 245

图表：2005年山西杏花村汾酒厂股份有限公司经营能力表 245

图表：2005年安徽古井贡酒股份有限公司利润构成表 247

图表：2005年安徽古井贡酒股份有限公司经营能力表 247

图表：2005年四川沱牌曲酒股份有限公司利润构成表 249

图表：2005年四川沱牌曲酒股份有限公司经营能力表 249

图表：2005年湖南酒鬼酒股份有限公司利润构成表 254

图表：2005年湖南酒鬼酒股份有限公司经营能力表 255

图表：2006年2月白酒产品产量全国合计 271

图表：2006年1-2月分地区白酒制造累计工业总产值 271

图表：2006年1-2月分地区白酒制造累计产品销售收入 272

图表：2006年1-2月分地区白酒制造累计利润总额 273

图表：2006年2月白酒制造收入前十家企业经济指标 274

图表：2006年1-2月白酒制造全国分经济类型全部主要经济指标 274

图表：茅台集团产品组合宽度和产品线长度 298

图表：经营业务组合分析图 300

图表：产品品目的销售额和利润分析图 302

图表：2005年经销商品牌更替速度 372

图表：2005年经销商畅销品牌特征（按度数所占比例） 372

图表：2005年经销商畅销品牌特征（按价位所占比例） 372

图表：2005年经销商畅销品牌特征（按渠道所占比例） 373

图表：2005年经销商竞品状况 373

图表：2005年高档白酒受欢迎度排名 373

图表：2005年五粮液品牌分析 374

图表：2005年茅台品牌分析 374

图表：2005年剑南春品牌分析 375

图表：2005年中档白酒受欢迎度排名 375

图表：2005年金六福品牌分析 376

图表：2005年古井贡品牌分析 376

图表：2005年郎酒品牌分析 376

图表：2005年低档白酒受欢迎度排名 377
图表：2005年沱牌品牌分析 377
图表：2005年尖庄品牌分析 378
图表：2005年各香型白酒消费者偏好分析 378
图表：2005年消费者购买行为分析 379
图表：2005年促销方式对消费者的影响 379
图表：2005年白酒消费的主要用途情况 379
图表：2005年经销商选择白酒品牌所考虑的因素 380
图表：未来三年高档品牌前景预期排名 380
图表：未来三年中档品牌前景预期排名 380
图表：未来三年低档品牌前景预期排名 381

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/42826.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。