



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008-2009年中国服饰类奢侈品 行业市场分析及发展趋势研究报 告

一、调研说明

《2008-2009年中国服饰类奢侈品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/47126.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

中国越来越庞大的富豪和中产阶层，造就了庞大的顶级奢侈品市场。研究表明，中国内地目前的奢侈品消费人群已经达到总人口的13%，即约1.6亿人，并且还在迅速增长。月收入在2万元到5万元之间属于较典型的奢侈品消费者，估计到2010年，这个消费群体人数相当可观。目前，中国有1.75亿消费者有能力购买各种品牌的奢侈品，占总人口的13.5%。到2010年，这个数字将达到2.5亿，消费额也会从目前的20多亿美元增加到70亿美元。其中有1000万-1300万人是活跃的服饰类奢侈品购买者，选购的产品主要包括手表、皮包、化妆品、时装和珠宝等个人饰品。预计到2014年中国将成为奢侈品第一大市场，而为了迎接中国奢侈品的消费高峰到来，欧美奢侈品牌纷纷在中国增设销售网点。

到现在，十年的时间里，中国经济高速发展，居民消费能力不断提升，尤其是上海、北京、广州、杭州等城市，奢侈品市场也出现了蓬勃的发展。预计2005-2010年中国奢侈品市场将呈28%的增长。推动中国奢侈品市场发展的主要推动因素是：蓬勃的发展经济；不断增加的中产阶级和高收入人群；全球知名奢侈品品牌的积极渗透。

中国的奢侈品购买地主要还是集中在国内，但是在许多品类的奢侈品都有至少30%左右出自香港、澳门或者台湾。欧洲也已经成为了第三位的奢侈品购买地。但是，从国外购买正在成为中国内地消费者奢侈品消费的主要方式。预期未来五年里，全球范围内花在奢侈品上的消费额会翻一番至3000亿欧元。美国还有大量未开发的潜能，北美洲只占奢侈品销售额的16%。

服饰类奢侈品牌主要来自于欧洲、美国、日本等发达国家，中国的服饰类奢侈品市场正在吸引许多西方奢侈品品牌商们的眼球，遗憾的是中国服饰类奢侈品却缺位，奢侈品从来就不是洋品牌的专利，中国消费者中已经积蓄了巨大的奢侈品消费能量没有充分释放，还没有引起中国本土企业家的足够重视。在许多消费领域竞争已经白热化的今天，这个巨大的市场中国企业家要早点涉入。目前，中国奢侈品市场的年销售额为20多亿美元，服饰类奢侈品在其中占70%左右，约有18亿美元的市场。预计到2008年，年增长率为20%，之后到2015年的年增长率为10%，届时，销售额将超过115亿美元。到2010年，中国将有2.5亿消费者有能力购买服饰类奢侈品，到2015年，中国消费者将像日本消费者一样具有影响力，奢侈品消费总量将占全球的29%。

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、世界奢侈品协会、中国名牌战略促进协会、中国服装协会、中国纺织工业协会、中国行业研究网、国内外服饰类奢侈品行业多种相关报刊杂志的基础信息以及专业研究单位等公布、提供的大量的内容翔实、统计精确的资料和数据，立足于全球服饰类奢侈品市场，从我国服饰类奢侈品发展背景、服饰奢侈品发展现状、国际服饰类奢侈品发展状况以及国外品牌服饰类奢侈品企业进行深入分析，还对服饰类奢侈品未来发展趋势和投资等多方面深度剖析。报告全面展示我国服饰类奢侈品现状，揭示服饰类奢侈品行业潜在需求与机会，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供了准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

【 目 录 】

第一部分 行业发展概况

第一章 服饰类奢侈品市场分析 1

第一节 奢侈品特征分析 1

一、奢侈品及奢侈品行业的界定 1

二、奢侈品的特性及特征分析 2

三、奢侈品市场的中国特色 9

第二节 服饰类奢侈品全球市场分析 9

一、服饰类奢侈品特征分析 9

二、服饰类奢侈品全球市场分析 11

第二章 中国服饰类奢侈品发展背景 14

第一节 奢侈品市场发展概况 14

一、中国服饰类奢侈品市场的背景 14

二、奢侈品市场分析 18

三、中国奢侈品消费城市排行榜 21

四、中国奢侈品市场态势分析 23

第二节 中国奢侈品消费市场现状分析 25

一、中国的奢侈品行业发展分析 25

二、奢侈品行业发展现状	26
三、中国奢侈品市场发展态势	30
四、中国奢侈品牌发展分析	38
五、2008年服装品牌发展态势	42

第三节 中国服饰市场发展分析 44

一、2007-2008年服装产量分析	44
二、2007-2008年服饰行业经济运行分析	63
三、2008年服装业竞争现状分析	110
四、2008年服装行业发展现状分析	112

第三章 国际服饰类奢侈品市场分析 136

第一节 世界顶级服饰、珠宝类奢侈品市场分析 136

一、世界顶级服饰、珠宝的发展现状	136
二、世界服饰、珠宝的营销模式	136
三、服饰、珠宝、名表类奢侈品发展前景	138

第二节 欧美服饰类奢侈品发展现状 138

一、国内欧美服饰类奢侈品市场的环境分析	138
二、国内欧美服饰类奢侈品消费群体特性分析	144
三、欧美服饰类奢侈品在国内发展存在的问题	146

第三节 欧美服饰类奢侈品发展趋势 147

一、欧美服饰类奢侈品进入中国市场的战略模式分析	147
二、国际服装奢侈品的成本分析	148
三、国内欧美服饰类奢侈品市场特征与趋势分析	154

第二部分 行业发展现状分析

第四章 国内服饰类奢侈品市场现状分析 157

第一节 2008年国内服饰类奢侈品分析 157

一、2007-2008年服饰奢侈品牌分析	157
二、2008年品牌服装运营企业发展分析	163
三、2008年奢侈品市场走势分析	168

第二节 2008年国内服饰类奢侈品市场发展态势 175

一、2008年奢侈服装品牌发展前提	175
-------------------	-----

二、2008年中国奢侈品市场发展分析 176

三、全球奢侈品牌加速布点中国 181

四、奢侈品服装的本质分析 182

第五章 服饰类奢侈品消费市场分析 187

第一节 服饰类奢侈品消费群体分析 187

一、奢侈品消费者分析 187

二、奢侈品消费主要群体分析 189

三、服饰、珠宝类奢侈品的目标客户群体 192

第二节 服饰类奢侈品消费市场分析 193

一、中国二线城市奢侈品消费分析 193

二、中国奢侈品消费现饱和迹象 194

三、国际奢侈品青睐珠三角消费 195

四、奢侈品消费市场分析 196

五、国内各大城市服饰奢侈品品牌分析 199

六、中国奢侈品消费者的分类研究 205

第三部分 行业重点企业分析

第六章 国外品牌服饰类奢侈品分析 211

第一节 路易威登（LOUISVUITTON） 211

一、路易威登中国市场分析 211

二、市场竞争力分析 214

三、发展战略分析 217

四、2008年公司发展动态 218

第二节 夏奈尔（CHANEL） 219

一、夏奈尔中国市场分析 219

二、市场竞争力分析 220

三、发展战略分析 223

第三节 范思哲（VERSACE） 224

一、范思哲中国市场分析 224

二、市场竞争力分析 225

三、发展战略分析 227

第四节 迪奥 (DIOR)	229
一、迪奥中国市场分析	229
二、市场竞争力分析	230
三、发展战略分析	236
第五节 古奇奥?古孜 (GUCCI)	237
一、古孜中国市场分析	237
二、市场竞争力分析	239
三、发展战略分析	240
第六节 瓦伦蒂诺 (VALENTINO)	242
一、瓦伦蒂诺中国市场分析	242
二、市场竞争力分析	244
三、发展战略分析	246
第七节 普拉达 (PRADA)	247
一、普拉达中国市场分析	247
二、市场竞争力分析	249
三、发展战略分析	251
第八节 乔治?阿玛尼 (GIORGIOARMANI)	252
一、阿玛尼中国市场分析	252
二、市场竞争力分析	254
三、公司发展战略分析	255

第四部分 行业发展策略及趋势分析

第七章 服饰类奢侈品市场发展策略	257
第一节 世界服饰、珠宝的营销渠道	257
一、直接销售渠道	257
二、间接销售渠道	257
第二节 世界服饰、珠宝、名表的推广模式	258
一、利用高端时尚资讯平台推广	258
二、公关促销活动	258
三、创新广告	258
四、明星造势	259
第三节 奢侈品市场营销策略	259

一、奢侈品市场的营销策略	259
二、奢侈品营销的亲民法则	261
三、2008年鞋子的奢侈品战略分析	263
四、美国奢侈品专卖店的营销策略	266
第四节 奢侈品行业发展策略	269
一、奢侈品市场发展策略	269
二、奢侈品行业发展策略	270
三、奢侈品牌的媒介沟通策略	273

第八章 中国市场服饰类奢侈品发展趋势 280

第一节 奢侈品市场发展趋势	280
一、奢侈品品牌发展趋势	280
二、未来奢侈品消费发展预测	281
三、奢侈品牌进入男色时代	281
四、中国奢侈品的消费趋势	283
五、2008年奢侈品行业发展趋势	285
第二节 服饰类奢侈品市场发展趋势	291
一、2008-2015年中国服饰类奢侈品市场发展趋势	291
二、2010年奢侈品消费群将相当可观	292
三、2014年中国将成奢侈品第一大市场	294
第三节 本土服饰类奢侈品发展趋势	295
一、本土服饰品牌成为奢侈品市场机会	295
二、开创中国本土奢侈品品牌的方向分析	298
第四节 服饰类奢侈品投资分析	299
一、未来中国市场欧美服饰类奢侈品发展风险	299
二、投资型奢侈品西风东渐	301
三、中国市场欧美服饰类奢侈品投资策略	303

图表目录

图表：奢侈品牌在价格与品质上的关系	10
图表：2004年全球奢侈品市场份额	12
图表：2001-2005年我国及世界其他地区GDP增长率	14

图表：2005年我国城镇居民生活水平情况	15
图表：我国城镇居民中等收入以上每户每年服装支出及占消费比重	16
图表：我国城镇居民不同收入阶层服装支出年增长率	16
图表：2007年人口数及其构成	17
图表：2003-2007年农村居民人均纯收入及其增长速度	17
图表：2003-2007年城镇居民人均纯收入及其增长速度	18
图表：奢侈品市场份额全球分布	26
图表：2007年2-12月服装产量全国合计	44
图表：2007年2-12月服装产量北京市合计	45
图表：2007年2-12月服装产量天津市合计	45
图表：2007年2-12月服装产量河北省合计	46
图表：2007年2-12月服装产量山西省合计	46
图表：2007年2-12月服装产量辽宁省合计	46
图表：2007年2-12月服装产量吉林省合计	47
图表：2007年2-12月服装产量黑龙江合计	47
图表：2007年2-12月服装产量上海市合计	48
图表：2007年2-12月服装产量江苏省合计	48
图表：2007年2-12月服装产量浙江省合计	48
图表：2007年2-12月服装产量安徽省合计	49
图表：2007年2-12月服装产量福建省合计	49
图表：2007年2-12月服装产量江西省合计	50
图表：2007年2-12月服装产量山东省合计	50
图表：2007年2-12月服装产量河南省合计	50
图表：2007年2-12月服装产量湖北省合计	51
图表：2007年2-12月服装产量湖南省合计	51
图表：2007年2-12月服装产量广东省合计	52
图表：2007年2-12月服装产量广西区合计	52
图表：2007年2-12月服装产量重庆市合计	52
图表：2007年2-12月服装产量四川省合计	53
图表：2007年2-12月服装产量贵州省合计	53
图表：2007年2-12月服装产量云南省合计	54
图表：2007年2-12月服装产量陕西省合计	54

图表：2007年2-12月服装产量甘肃省合计	54
图表：2007年2-12月服装产量新疆区合计	55
图表：2007年2-12月服装产量宁夏区合计	55
图表：2007年2-12月服装产量内蒙古合计	56
图表：2007年2-12月服装产量青海省合计	56
图表：2008年2-5月服装产量全国合计	56
图表：2008年2-5月服装产量北京市合计	57
图表：2008年2-5月服装产量天津市合计	57
图表：2008年2-5月服装产量河北省合计	57
图表：2008年2-5月服装产量山西省合计	57
图表：2008年2-5月服装产量辽宁省合计	57
图表：2008年2-5月服装产量吉林省合计	58
图表：2008年2-5月服装产量黑龙江合计	58
图表：2008年2-5月服装产量上海市合计	58
图表：2008年2-5月服装产量江苏省合计	58
图表：2008年2-5月服装产量浙江省合计	59
图表：2008年2-5月服装产量安徽省合计	59
图表：2008年2-5月服装产量福建省合计	59
图表：2008年2-5月服装产量江西省合计	59
图表：2008年2-5月服装产量山东省合计	59
图表：2008年2-5月服装产量河南省合计	60
图表：2008年2-5月服装产量湖北省合计	60
图表：2008年2-5月服装产量湖南省合计	60
图表：2008年2-5月服装产量广东省合计	60
图表：2008年2-5月服装产量广西区合计	61
图表：2008年2-5月服装产量重庆市合计	61
图表：2008年2-5月服装产量四川省合计	61
图表：2008年2-5月服装产量贵州省合计	61
图表：2008年2-5月服装产量云南省合计	61
图表：2008年2-5月服装产量陕西省合计	62
图表：2008年2-5月服装产量甘肃省合计	62
图表：2008年2-5月服装产量新疆区合计	62

图表：2008年2-5月服装产量宁夏区合计	62
图表：2008年2-5月服装产量内蒙古合计	63
图表：2008年2-5月服装产量青海省合计	63
图表：2007年2月纺织服装、鞋、帽制造业销售收入前十家企业	63
图表：2007年5月纺织服装、鞋、帽制造业销售收入前十家企业	64
图表：2007年8月纺织服装、鞋、帽制造业销售收入前十家企业	64
图表：2007年11月纺织服装、鞋、帽制造业销售收入前十家企业	64
图表：2008年2月纺织服装、鞋、帽制造业销售收入前十家企业	65
图表：2008年5月纺织服装、鞋、帽制造业销售收入前十家企业	65
图表：2008年1-5月纺织服装、鞋、帽制造业主要经济指标全国合计	66
图表：2008年1-5月纺织服装、鞋、帽制造业主要经济指标北京市合计	67
图表：2008年1-5月纺织服装、鞋、帽制造业主要经济指标天津市合计	69
图表：2008年1-5月纺织服装、鞋、帽制造业主要经济指标河北省合计	70
图表：2008年1-5月纺织服装、鞋、帽制造业主要经济指标山西省合计	72
图表：2008年1-5月纺织服装、鞋、帽制造业主要经济指标内蒙古合计	73
图表：2008年1-5月纺织服装、鞋、帽制造业主要经济指标辽宁省合计	75
图表：2008年1-5月纺织服装、鞋、帽制造业主要经济指标吉林省合计	76
图表：2008年1-5月纺织服装、鞋、帽制造业主要经济指标黑龙江合计	78
图表：2008年1-5月纺织服装、鞋、帽制造业主要经济指标上海市合计	79
图表：2008年1-5月纺织服装、鞋、帽制造业主要经济指标江苏省合计	81
图表：2008年1-5月纺织服装、鞋、帽制造业主要经济指标浙江省合计	82
图表：2008年1-5月纺织服装、鞋、帽制造业主要经济指标安徽省合计	84
图表：2008年1-5月纺织服装、鞋、帽制造业主要经济指标福建省合计	85
图表：2008年1-5月纺织服装、鞋、帽制造业主要经济指标江西省合计	87
图表：2008年1-5月纺织服装、鞋、帽制造业主要经济指标山东省合计	88
图表：2008年1-5月纺织服装、鞋、帽制造业主要经济指标河南省合计	90
图表：2008年1-5月纺织服装、鞋、帽制造业主要经济指标湖北省合计	91
图表：2008年1-5月纺织服装、鞋、帽制造业主要经济指标湖南省合计	93
图表：2008年1-5月纺织服装、鞋、帽制造业主要经济指标广东省合计	94
图表：2008年1-5月纺织服装、鞋、帽制造业主要经济指标广西区合计	96
图表：2008年1-5月纺织服装、鞋、帽制造业主要经济指标重庆市合计	97
图表：2008年1-5月纺织服装、鞋、帽制造业主要经济指标四川省合计	99

图表：2008年1-5月纺织服装、鞋、帽制造业主要经济指标贵州省合计	100
图表：2008年1-5月纺织服装、鞋、帽制造业主要经济指标云南省合计	102
图表：2008年1-5月纺织服装、鞋、帽制造业主要经济指标陕西省合计	103
图表：2008年1-5月纺织服装、鞋、帽制造业主要经济指标甘肃省合计	105
图表：2008年1-5月纺织服装、鞋、帽制造业主要经济指标青海省合计	106
图表：2008年1-5月纺织服装、鞋、帽制造业主要经济指标宁夏区合计	108
图表：2008年1-5月纺织服装、鞋、帽制造业主要经济指标新疆区合计	109
图表：2006-2008年5月中国纺织品、服装出口金额	114
图表：2007年主要贸易国出口额占比	114
图表：2005-2007年国内服装出口欧美平均单价走势	115
图表：1997-2008年1季度美国服装进口占比	116
图表：1997-2008年1季度美国纺织品进口占比	116
图表：2000-2008年1季度欧盟服装进口占比	116
图表：2000-2008年1季度欧盟纺织品进口占比	117
图表：1997-2008年1季度日本服装进口占比	117
图表：1997-2008年1季度日本纺织品进口占比	117
图表：2006-2008年4月美元对人民币贬值走势	118
图表：2006-2008年4月美元每月贬值幅度（环比）	119
图表：2006-2008年5月美元每2个月贬值幅度（环比）	119
图表：2006-2008年4月美元每季度贬值幅度（环比）	120
图表：2007年中国纺织品前20个贸易出口额及增长率	121
图表：目前城乡服装市场结构	122
图表：2000-2007年国内服装消费增长与社会零售增长	122
图表：1990-2007年城乡居民人均可支配收入及恩格尔系数	123
图表：1991-2007年恩格尔系数下降与居民衣着消费增长关系	123
图表：1990-2008年4月国内纺织品、服装进口金额	124
图表：2003-2007年国内服装产量	125
图表：2000-2007年国内服装鞋帽总产值与衣着消费比较	125
图表：2005-2007年国内主要服装产区产量	126
图表：2005-2008年3月服装平均单件价格、成本、三费	126
图表：2004-2008年3月服装平均单件价格、成本、三费增长率	127
图表：2003-2007年服装鞋帽实际投资情况	128

图表：2004-2008年1月服装产量增长情况	128
图表：1991-2007年人均GDP、人均可支配收入、人均服装支出比较	130
图表：1997-2012年城市化进程示意图	130
图表：2008-2012年城市化进程推动国内服装消费市场增长	130
图表：1991-2007年城乡差别与衣着差别缩小幅度关系	131
图表：2008-2012年城乡差距缩小0.1消费市场增长及增长率	132
图表：国内几大区城市居民消费结构	132
图表：国内几大区农村居民消费结构	132
图表：各驱动力推动服装市场增长率	134
图表：各种扶持政策使纺织行业新增的毛利	135
图表：上海恒隆广场及锦江迪生地理位置	140
图表：北京王府饭店及国贸商城	142
图表：我国消费者对服饰类奢侈品的了解渠道	144
图表：我国奢侈品服装消费者消费渠道构成	145
图表：单件品牌商品价格承受区间	146
图表：1979-2006年经济稳定和居民收入持续增长	164
图表：中高档服装消费与食品饮料媲美	164
图表：二三线城市是国际品牌盲区	165
图表：2007年A股品牌运营企业企业管理和品牌运营能力分析	166
图表：2007-2008年A股品牌运营企业成长性分析	167
图表：内销型服装类上市公司竞争力评分	167
图表：2001-2008年1季度国内服装零售和居民收入名义增速	168
图表：2000-2008年美国服装消费和经济增速	168
图表：中国奢侈品消费者类型分析	206
图表：用价值观维度和思维方式维度进行分类	206
图表：用价值观维度和对奢侈品理解的维度进行分类	206
图表：中国奢侈品消费者的人口数量分布	209
图表：路易威登在中国的布局情况	212
图表：2003-2005年LVMH集团营业额	213
图表：2004-2005年LVMH集团时装及皮革销售情况	213
图表：2005年路易威登时装及皮革全球市场份额	213
图表：LV各类产品	215

图表：夏奈尔在中国大陆布局情况	220
图表：夏奈尔各类产品	222
图表：范思哲服装品牌线	226
图表：范思哲各类产品	227
图表：迪奥大陆精品店分布	230
图表：迪奥各类产品推出时间表	232
图表：迪奥各类产品	232
图表：2004-2005年迪奥公司运营情况	233
图表：2003-2005年迪奥公司各类产品销售份额	234
图表：2003-2005年迪奥公司分地区收入	235
图表：迪奥全球市场份额	235
图表：古奇奥·古孜在中国大陆的布局情况	238
图表：VALENTINO中国大陆代理情况	243
图表：瓦伦蒂诺·格拉瓦尼中国布局	244
图表：阿玛尼时装产品中国大陆专卖店分布	253
图表：阿玛尼分店中国内地布局	254
图表：中国中产阶级则扮演着候补性奢侈品消费者的角色	271
图表：2005-2015年我国服饰类奢侈品市场增长情况	291

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/47126.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。