



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008年中国内衣行业市场分析及 发展趋势预测报告

一、调研说明

《2008年中国内衣行业市场分析及发展趋势预测报告》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/57218.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

2008年中国内衣行业市场分析与发展趋势

目录

第一部分 行业发展分析

第一章 内衣定义及内衣行业投资性分析1

第一节 内衣行业相关定义及分类1

一、根据内衣不同品种来划分1

二、根据内衣制造的面料来划分2

三、根据内衣的功能来划分2

四、根据穿着的不同场合来划分3

第二节 内衣行业特征和投资特性分析4

一、内衣行业特征4

二、内衣行业投资特性6

第二章 我国服装行业发展分析10

第一节 服装业发展现状分析10

一、2007年纺织品服装业将遭遇洗牌压力10

二、2007年纺织机械助推纺织服装行业升级改造11

三、2007中国服装向纵深发展面临新一轮洗牌13

四、服装产业研发创新有待提高14

五、2007年纺织服装业142个产品成为“中国名牌”16

第二节 2007年我国服装市场销售情况分析24

一、2007年纺织服装业销售情况分析24

二、内需成为中国纺织品服装的主要市场26

三、10大城市服装品牌消费调查分析27

第三节 2007年我国服装行业发展趋势30

一、2007年服装行业发展趋势与对策30

二、创新抓住未来服装市场的消费主体31

三、纺织服装专业市场与产业集群的互动发展新趋势33

四、2007年中国成衣业发展趋势剖析36

第三章 内衣行业发展分析45

第一节 全球内衣业发展概述45

一、世界内农业发展历程	45
二、国际内农业特征分析	46
三、国际内衣市场最新动向	47
四、国内外的运动胸衣发展情况分析	49
第二节 2007年内衣行业现状分析	54
一、行业从无序走向规范	54
二、竞争从产品走向品牌	55
三、营销从单点走向系统	56
四、2007年内衣营销走向分析	57
第三节 中国内衣行业发展现状	58
一、中国内衣行业的发展回顾	58
二、内衣市场销售规模	60
三、中国内衣发展与时俱进	62
第四节 2007年中国高档女性内衣市场与销售特征分析	64
一、从成熟市场看女性内衣发展过程	64
二、女性内衣的消费者特征变化	64
三、渠道模式是内衣企业构建高盈利的关键点	65
四、女性内衣发展趋势	66
五、从内衣的市场趋势看中国企业胜出之道	67
第五节 2007年中国内衣行业展望	68
一、2007中国内衣销售市场分析	68
二、未来将解决针织内农业统一数据和尺码标准问题	72
三、中国内衣行业出路分析	72
四、内衣市场消费品牌分析	75
五、2007年内衣业的发展趋势	76
第四章 内衣重点生产区域分析	83
第一节 珠三角内衣市场分析及发展趋势研究报告	83
一、珠三角内衣行业扬帆远航	83
二、广东内衣从产业集聚到品牌集聚	86
第二节 广东南海盐步内农业	94
一、广东省南海市盐步概况	94
二、五大优势凸显“中国内衣名镇”	97

第三节 深圳内衣业98

一、百余内衣品牌扎堆深圳98

二、深圳内衣品牌分析100

三、深圳内衣品牌傲首国内102

第四节 浙江义乌内衣业105

一、义乌成为全国最大的无缝内衣生产基地105

二、全球最大内衣厂将在义乌出现106

三、义乌内衣企业成创牌重点行业107

第五节 温州内衣业109

一、温州内衣企业营销策略分析109

二、温州睡衣市场品牌化趋势所向110

第六节 其他地区内衣业112

一、河南内衣市场特色升级分析112

二、石家庄南三条崛起“中国内衣第一城”114

第二部分 市场现状分析

第五章 内衣各细分市场119

第一节 女式内衣119

一、女性内衣市场分析119

二、全国各地女士内衣市场品牌占有率123

三、女性高端内衣竞争步入技术年128

第二节 男式内衣130

一、男式内衣市场告别集体无诉求时代130

二、男士内衣市场在逐渐崛起132

三、男士内衣市场发展特点分析132

四、男性内衣市场竞争策略133

第三节 保暖内衣138

一、2007保暖内衣市场分析138

二、2007年保暖内衣市场的理性变革143

三、2007年保暖内衣品牌市场调查及发展趋势研究报告147

四、2007年保暖内衣渠道趋向稳定150

五、2007年保暖内衣行业的又一次征程156

第四节 情趣内衣市场发展特点分析160

一、中国情趣内衣市场分析	160
二、“情趣内衣”成内衣行业隐形冠军	161
三、国外情趣内衣展现个性	162
第五节 家居服市场	163
一、2007年家居服消费市场处于初步认知阶段	163
二、2007年家居服市场分析	168
三、家居服市场潜力巨大	171
四、中国家居服市场今后的发展方向	172
五、个性化家居服是潮流的必然趋势	177
第六节 无缝内衣业	178
第六章 中国内衣产品进出口市场分析	181
第一节 2007年我国服装进出口情况分析	181
一、2007年全国纺织品服装进出口概况	181
二、2007年内衣出口分析	187
第二节 2007年我国非针织或非钩编类内衣产品进出口数据	191
一、2007年我国非针织或非钩编男内衣进口数据	191
二、2007年我国非针织或非钩编男内衣出口数据	196
三、2007年我国非针织或非钩编女内衣进口数据	200
四、2007年我国非针织或非钩编女内衣出口数据	204
第三节 2007年我国针织或钩编类内衣产品进出口数据	208
一、2007年我国针织或钩编男内衣进口数据	208
二、2007年我国针织或钩编男内衣出口数据	212
三、2007年我国针织或钩编女内衣进口数据	216
四、2007年我国针织或钩编女内衣出口数据	227
第四节 未来我国服装出口前景及对策分析	237
一、我国纺织服装业出口贸易遇最佳发展期	237
二、2007年输欧纺织品服装配额销售情况	241
三、2007-2008年后纺织服装贸易形势及对策分析	242
第五节 主要出口市场分析	244
一、日本	244
二、香港	245
三、欧盟	245

四、法国249

五、美国250

六、韩国256

七、俄罗斯257

八、乌克兰258

第三部分 消费者及需求分析

第七章 内衣消费者分析261

第一节 内衣目标市场构成分析261

一、内衣目标市场构成261

二、都市女性内衣趋于高档265

第二节 内衣消费者购买行为分析266

一、消费者购买行为类型266

二、影响消费者购买行为的因素272

三、内衣购买行为分析275

第三节 都市人内衣消费习惯和观念调查280

一、专卖店是品牌消费的主力场所281

二、品牌和面料为消费者购买的主要考虑因素281

三、新颖时尚和个性成为内衣风格变化的三要素282

四、对异性穿着的欣赏成为时尚个性内衣流行的源动力283

五、结识新异性是时尚个性内衣需求的新亮点284

六、内衣消费渐趋品牌化285

七、内衣款式应朝新颖时尚和个性化方向发展285

八、消费者期待个性内衣品牌市场分析285

第四节 内衣的消费心理288

一、消费心理分析288

二、青年的消费心理特征及对企业营销的启示290

三、中年女性消费行为特点与营销策略295

第五节 内衣消费者购买偏好分析299

一、男性购买内衣偏好分析299

二、国内四大城市内衣穿着取向调查302

三、纯棉内衣最受众消费者青睐302

第八章 内衣市场需求分析305

第一节 影响内衣需求的因素分析305

一、内衣需求的特点305

二、影响内衣需求的因素307

第二节 消费者收入分析319

一、2007年居民生活和消费预测321

二、2007年居民消费价格预计322

第三节 内衣需求发展趋势322

一、内衣消费需求分析322

二、内衣消费续增发展潜力巨大323

第四部分 行业竞争分析

第九章 内衣市场销售渠道分析329

第一节 中国内衣销售渠道329

一、传统内衣销售渠道329

二、内衣市场呼唤新的营销模式331

三、新兴内衣销售渠道333

四、内衣专卖将是内衣发展的必然趋势334

第二节 国外内衣销售渠道336

一、中外内衣销售基本方式的对比336

二、欧洲品牌内衣销售方式338

三、美国服装零售系统给中国内衣企业的借鉴339

第十章 营销策略分析344

第一节 内衣营销策略分析344

一、竞争导向的营销策略344

二、客户导向的营销策略345

三、品牌导向的营销策略345

第二节 内衣品牌营销五大经营战略方针347

一、知己知彼、百战不殆347

二、避实就虚、攻击软肋348

三、快速强攻、先发制人349

四、以强攻弱、集中攻击350

五、抢位营销、量力而行350

第三节 品牌扩建市场份额策略352

一、广告宣传352

二、专卖店的形象建设353

三、事件宣传353

四、参与服装交易会353

第四节 内衣企业营销创新策略354

一、渠道的创新355

二、终端的创新355

三、设计创新356

第五节 内衣连锁专卖营销策略356

一、内衣连锁终端的机会分析359

二、内衣连锁终端趋势走向分析360

三、内衣连锁终端格局分析361

四、内衣连锁终端零售分析364

第十一章 内衣市场竞争格局及主要品牌分析368

第一节 内衣品牌现状368

一、内衣行业品牌现状分析368

二、2006年度内衣优势品牌及企业分析371

三、2007年中国内衣市场国际化竞争情况预测372

四、各大内衣品牌广州行业研究及市场发展趋势研究报告375

五、打造内衣品牌正当时379

第二节 国际著名品牌分析382

一、欧迪芬382

二、康妮雅383

三、黛安芬383

四、安莉芳384

五、奥黛莉385

第三节 国内著名品牌分析385

一、宜而爽385

二、三枪385

三、爱慕386

四、婷美387

五、古今387

六、AB388

七、桑扶兰388

八、美思389

九、南极人389

十、红豆390

十一、康奈393

十二、浪莎395

第四节 内衣品牌发展策略400

一、内衣品牌规划之品牌战略方针实施400

二、内衣企业如何提高品牌忠诚度404

三、内衣品牌国际化运作十条通路423

第五节 二、三线内衣品牌迅速突围向前发展策略428

一、二三线品牌依靠事件营销突围428

二、二三线品牌依靠产品创新突围429

三、二三线品牌依靠概念创新突围431

四、二三线品牌依靠消费者延伸突围432

五、二三线品牌依靠比附高知名度事物突围433

第六节 “名门闺秀” 高端内衣的新蓝海战略分析434

一、准确把脉行业现状后清晰定位内衣高端434

二、革命性的“私衣” 概念天才般的“名门私衣” 436

三、华丽的终端超越437

四、私衣专家是内衣顾问式营销国内第一人438

五、市场推广的超越439

第五部分 行业发展趋势

第十二章 行业发展趋势分析445

第一节 中国内衣行业的发展趋势分析445

一、内衣新产品开发方向445

二、内衣面料开发趋势446

三、内衣行业色彩流行趋势446

四、内衣企业的国际化趋势448

第二节 内衣目标市场发展趋势448

一、女性内衣市场448

二、男性内衣市场450

三、儿童内衣市场452

第三节 内衣流行趋势453

一、内衣的流行特点453

二、2007欧洲内衣流行趋势454

三、2007年内衣流行趋势455

第四节 2007及未来几年内衣行业发展策略459

一、国内内衣市场格局459

二、针织内衣发展方向460

三、保暖内衣发展策略462

四、塑身内衣发展策略463

五、文胸企业发展策略464

六、内衣企业突破发展瓶颈策略466

图表目录

图表：2007年中国名牌纺织服装类产品名单16

图表：2006年1月大型商场女士内衣销售统计数据华北地区前十位品牌综合市场占有率123

图表：2006年1月大型商场女士内衣销售统计数据东北地区前十位品牌综合市场占有率124

图表：2006年1月大型商场女士内衣销售统计数据华东地区前十位品牌综合市场占有率124

图表：2006年1月大型商场女士内衣销售统计数据中南地区前十位品牌综合市场占有率125

图表：2006年1月大型商场女士内衣销售统计数据西北地区前十位品牌综合市场占有率125

图表：2006年1月大型商场女士内衣销售统计数据西南地区前十位品牌综合市场占有率126

图表：2006年9月大型商场女士内衣销售中南地区前十位品牌综合市场占有率126

图表：2006年9月大型商场女士内衣销售西南地区前十位品牌综合市场占有率127

图表：2006年9月大型商场女士内衣销售西北地区前十位品牌综合市场占有率127

图表：2006年9月大型商场女士内衣销售华东地区前十位品牌综合市场占有率128

图表：2006年中国纺织品服装出口地区分布图181

图表：2007年7月我国纺织品进口统计182

图表：2007年7月我国纺织品出口统计183

图表：2001-2007年各年1-7月纺织服装进出口对比185

图表：2001-2007年纺织服装出口对比185

图表：2007年1-7月我国纺织服装出口各类企业所占比重186

图表：2007年1-7月我国粤浙苏沪鲁闽六省市出口金额187

图表：2007年1-7月我国纺织服装出口的主要地区构成187

图表：2001-2006年内衣出口对比图188

图表：2006年内衣产品出口数据分析189

图表：2007年1-5月我国内衣出口创汇前6省市191

图表：2007年1月我国非针织或非钩编男内裤、睡裤、浴衣、晨衣等进口数据191

图表：2007年2月我国非针织或非钩编男内裤、睡裤、浴衣、晨衣等进口数据192

图表：2007年3月我国非针织或非钩编男内裤、睡裤、浴衣、晨衣等进口数据192

图表：2007年一季度我国非针织或非钩编男内裤、睡裤、浴衣、晨衣等进口数据192

图表：2007年4月我国非针织或非钩编男内裤、睡裤、浴衣、晨衣等进口数据193

图表：2007年5月我国非针织或非钩编男内裤、睡裤、浴衣、晨衣等进口数据193

图表：2007年6月我国非针织或非钩编男内裤、睡裤、浴衣、晨衣等进口数据193

图表：2007年二季度我国非针织或非钩编男内裤、睡裤、浴衣、晨衣等进口数据194

图表：2007年7月我国非针织或非钩编男内裤、睡裤、浴衣、晨衣等进口数据194

图表：2007年8月我国非针织或非钩编男内裤、睡裤、浴衣、晨衣等进口数据195

图表：2007年三季度我国非针织或非钩编男内裤、睡裤、浴衣、晨衣等进口数据195

图表：2007年1月我国非针织或非钩编男内裤、睡裤、浴衣、晨衣等出口数据196

图表：2007年2月我国非针织或非钩编男内裤、睡裤、浴衣、晨衣等出口数据196

图表：2007年3月我国非针织或非钩编男内裤、睡裤、浴衣、晨衣等出口数据197

图表：2007年一季度我国非针织或非钩编男内裤、睡裤、浴衣、晨衣等出口数据197

图表：2007年4月我国非针织或非钩编男内裤、睡裤、浴衣、晨衣等出口数据197

图表：2007年5月我国非针织或非钩编男内裤、睡裤、浴衣、晨衣等出口数据198

图表：2007年6月我国非针织或非钩编男内裤、睡裤、浴衣、晨衣等出口数据198

图表：2007年二季度我国非针织或非钩编男内裤、睡裤、浴衣、晨衣等出口数据199

图表：2007年7月我国非针织或非钩编男内裤、睡裤、浴衣、晨衣等出口数据199

图表：2007年8月我国非针织或非钩编男内裤、睡裤、浴衣、晨衣等出口数据199

图表：2007年三季度我国非针织或非钩编男内裤、睡裤、浴衣、晨衣等出口数据200

图表：2007年1月我国非针织或非钩编女衬裙、短衬裤、睡裤、浴衣、晨衣等进口数据200

图表：2007年2月我国非针织或非钩编女衬裙、短衬裤、睡裤、浴衣、晨衣等进口数据201

图表：2007年3月我国非针织或非钩编女衬裙、短衬裤、睡裤、浴衣、晨衣等进口数据201

图表：2007年一季度我国非针织或非钩编女衬裙、短衬裤、睡裤、浴衣、晨衣等进口数据201

图表：2007年4月我国非针织或非钩编女衬裙、短衬裤、睡裤、浴衣、晨衣等进口数据202

图表：2007年5月我国非针织或非钩编女衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进口数据202

图表：2007年6月我国非针织或非钩编女衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进口数据202

图表：2007年二季度我国非针织或非钩编女衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进口数据203

图表：2007年7月我国非针织或非钩编女衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进口数据203

图表：2007年8月我国非针织或非钩编女衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进口数据203

图表：2007年三季度我国非针织或非钩编女衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进口数据204

图表：2007年1月我国非针织或非钩编女衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口数据204

图表：2007年2月我国非针织或非钩编女衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口数据205

图表：2007年3月我国非针织或非钩编女衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口数据205

图表：2007年一季度我国非针织或非钩编女衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口数据205

图表：2007年4月我国非针织或非钩编女衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口数据206

图表：2007年5月我国非针织或非钩编女衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口数据206

图表：2007年6月我国非针织或非钩编女衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口数据206

图表：2007年二季度我国非针织或非钩编女衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口数据207

图表：2007年7月我国非针织或非钩编女衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口数据207

图表：2007年8月我国非针织或非钩编女衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口数据207

图表：2007年三季度我国非针织或非钩编女衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口数据208

图表：2007年1月我国针织或钩编男内裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进口数据208

图表：2007年2月我国针织或钩编男内裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进口数据209

图表：2007年3月我国针织或钩编男内裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进口数据209

图表：2007年一季度我国针织或钩编男内裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进口数据209

图表：2007年4月我国针织或钩编男内裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进口数据210

图表：2007年5月我国针织或钩编男内裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进口数据210

图表：2007年6月我国针织或钩编男内裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进口数据210

图表：2007年二季度我国针织或钩编男内裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进口数据211

图表：2007年7月我国针织或钩编男内裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进口数据211

图表：2007年8月我国针织或钩编男内裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等进口数据211

图表：2007年8月我国针织或钩编女衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口数据236

图表：2007年三季度我国针织或钩编女衬裙、短衬裤、睡衣裤、浴衣、晨衣等出口数据237

图表：2005-2006年7月欧元区市场纺织品服装消费走势246

图表：2001-2006年5月欧洲从世界进口纺织品服装情况246

图表：2001-2006年5月欧洲纺织品服装进口五大来源——进口增速247

图表：2006年1-5月欧洲纺织品服装进口价格变化248

图表：2006年1-6月对欧洲重点监测部分产品情况248

图表：2006年1-11月美国从中国进口纺织品服装分产品进口统计255

图表：2006年1-11月美国服装进口按进口金额排列前五名的国家和地区256

图表：2006年1-11月美国服装进口按进口数量排列前五名的国家和地区256

图表：2005年人口主要构成情况261

图表：购买行为的4种类型268

图表：消费者购买一次内裤的时间间隔275

图表：男女性消费者购买内裤档次比较275

图表：不同年龄段消费者购买内裤时间间隔比较276

图表：不同年龄消费者购买内裤的平均时间间隔277

图表：内衣品牌知晓度277

图表：内衣购买时机278

图表：影响内衣购买的因素278

图表：内衣款式偏好278

图表：内衣面料偏好279

图表：内衣色彩偏好279

图表：内衣价格偏好279

图表：男性的内衣消费购买时机调查情况300

图表：男性的内衣消费购买因素调查情况300

图表：男性的内衣消费对面料要求调查情况301

图表：男性对内衣颜色的偏好301

图表：女性对内衣颜色的偏好:301

图表：女性内衣风格的偏好302

图表：2000-2005年城镇居民家庭人均可支配收入319

图表：不同月收入消费者购买内裤档次比较320

图表：不同月收入消费者购买内裤场所比较321

图表：2007年5月居民消费衣着类价格指数统计322

图表：现阶段中国内衣销售渠道构成图331

图表：服装代销与买断之比较341

图表：广州市场最有影响力品牌排名376

图表：广州市场铺货率较高的品牌排名376

图表：广州市消费者调研报表377

图表：广州市内衣商标色彩调查结果378

图表：广州市内衣商标其它调查结果378

B001

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/57218.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。