



艾凯咨询
ICAN Consulting

2007年中国电动自行车行业投资 咨询报告（2007年第二版）

一、调研说明

《2007年中国电动自行车行业投资咨询报告（2007年第二版）》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/64510.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

第一部分 行业现状分析

第一章 电动自行车行业概述1

第一节 电动自行车的定义1

一、电动自行车工作原理及分类1

二、电动自行车基本性能1

第二节 电动自行车的特征2

一、电动自行车类型2

二、电动自行车的主要优点3

第三节 电动自行车的优势4

一、价格优势4

二、便利优势4

三、环保优势5

四、成本优势5

五、发展电动自行车的好处6

第二章 全球电动自行车行业现状与特点9

第一节 国际市场发展概况9

一、国外电动自行车市场发展状况9

二、国外轻型电动车产业发展的经验借鉴11

三、国外关于轻型电动车的立法和标准制定14

四、国际电动自行车发展动向15

第二节 主要国家发展概况17

一、英国电动自行车行业发展状况17

二、美国电动自行车行业发展状况18

三、德国电动自行车行业发展状况18

四、法国电动自行车行业发展状况20

五、日本电动自行车行业发展状况21

六、意大利电动自行车行业发展状况21

第三章 中国电动自行车行业发展概况23

第一节 2006年电动车行业运行情况23

一、涨价声中说丰年23

- 二、否定之争24
- 三、事件营销25
- 四、2006年产值完成情况27
- 五、2006年自行车产量数据分析29
- 六、2006年电动自行车进出口分析34
- 第二节 2007年电动自行车生产运营情况39
 - 一、2007年电动自行车产值完成情况39
 - 二、2007年电动自行车产量分析41
 - 三、2007年产业重组升级情况45
- 第三节 2007年电动自行车进出口分析48
 - 一、2007年电动自行车进口数据分析48
 - 二、2007年电动自行车出口数据分析50
 - 三、2007年出口退税调整53
- 第四节 2007年电动自行车市场运作情况54
 - 一、整体特征54
 - 二、市场特征56
 - 三、渠道特征57
 - 四、价格特征58
 - 五、十一黄金周电动车市场情况61
- 第五节 2007年电动自行车市场不景气现象分析63
 - 一、应当理性的看待当前63
 - 二、应当理性的开发产品66
 - 三、应当理性的制定企业的经营战略66
 - 四、2007年电动自行车市场淡季分析与诊断67
- 第六节 2007年电动车行业发展预警69
 - 一、2007年电动车行业发展趋势69
 - 二、品牌预警71
 - 三、经销商预警73
 - 四、配件供应商预警74
- 第七节 2007年电动车行业展会现状分析76
 - 一、市场需求与制造力量的强大推动产业的兴旺76
 - 二、地域辽阔为展会遍地开花创造了契机77

三、繁荣中不和谐的问题与矛盾	78
四、展会的定位与行业的规范	79
五、企业参展应量身定制	81
第八节 自行车行业发展现状及存在问题	82
一、行业概况及运行特点	82
二、2007年上半年发展存在问题	83
三、当前行业面临的主要问题	84
四、知识产权侵权问题分析	86
五、行业标准与“禁电”问题分析	87
第九节 2007年行业标准制订情况分析	92
一、一个蓬勃发展的产业	92
二、在尴尬中前行的电动车	93
三、呼唤确立行业新标准	93
四、2007年电动自行车标准制订情况	99
五、电动车市场准入制的推行分析	99
第十节 技术发展情况分析	102
一、电动车核心技术发展情况	102
二、车用燃料电池技术开发动向	107
三、电动车新技术面临多项抉择	108
第四章 区域市场及相关产业发展情况	113
第一节 2007年各区域市场发展情况	113
一、2007年无锡电动自行车行业发展情况	113
二、2007年东莞电动自行车行业发展情况	113
三、2007年深圳电动自行车行业发展情况	114
四、2007年郑州电动自行车行业发展情况	117
五、2007年宁夏电动自行车行业发展情况	122
六、2007年福建电动自行车行业发展情况	122
七、2007年绍兴电动自行车行业发展情况	124
八、2007年九江电动自行车行业发展情况	131
九、2007年南昌电动自行车行业发展情况	142
十、2007年景德镇电动自行车行业发展情况	147
十一、2007年黑河电动自行车行业发展情况	152

- 十二、2007年宜春电动自行车行业发展情况160
- 十三、2007年上饶电动自行车行业发展情况169
- 十四、2007年苏州电动自行车行业发展情况182
- 十五、2007年开封电动自行车行业发展情况188
- 十六、2007年沈阳电动自行车行业发展情况189

第二节 2007年电动自行车用电池产业190

- 一、电动自行车市场扩张对电池产业的影响190
- 二、我国铅酸蓄电池产业的现状与发展趋势191
- 三、未来电池市场发展的主要趋势192
- 四、电动车电池的发展方向193

第二部分 行业竞争格局

第五章 中国电动自行车行业营销与竞争197

第一节 2007年中国的电动车行业竞争现状197

- 一、展会出现“冷场”197
- 二、明星代言将被贬“冷宫”198
- 三、“人文电动车”横空出世198
- 四、争食5000万辆蛋糕冰火两重天199

第二节 从营销理论的演变看电动车行业的发展202

- 一、以满足市场需求为目标的4P理论202
- 二、以追求顾客满意为目标的4C理论203
- 三、以建立顾客忠诚为目标的4R理论204
- 四、电动自行车消费者购买行为和需要分析205

第三节 2007年小品牌电动车竞争情况207

- 一、小品牌黯然退场207
- 二、低价车难觅踪影208
- 三、整车冷配件热208
- 四、2007年电动车淘汰赛分析209

第六章 中国电动自行车行业重点企业217

第一节 捷安特(中国)有限公司217

- 一、企业概况217
- 二、2007年经营发展状况218
- 三、捷安特的跨文化管理语言219

第二节 金华市绿源电动车有限公司221

一、企业概况221

二、主要技术卖点221

三、1997-2007年经营发展状况225

第三节 上海永久股份有限公司225

一、企业概况225

二、2007年经营发展状况227

三、2007年财务分析228

第四节 金山开发建设股份有限公司234

一、企业概况234

二、2007年经营发展状况235

三、2007年财务分析237

第五节 天津富士达自行车有限公司243

一、企业概况243

二、2007年经营发展状况244

三、信息化建设状况244

第六节 山东英克莱集团有限公司248

一、企业概况248

二、2007年经营发展状况249

三、销售网络249

第七节 天津飞鸽自行车有限公司250

一、企业概况250

二、经营发展状况251

三、品牌建设情况252

第八节 青岛澳柯玛股份有限公司252

一、企业概况252

二、2007年经营发展状况254

三、2007年财务分析256

第九节 北京新日电动车制造有限公司262

一、企业概况262

二、2007年经营发展状况263

三、企业精神265

第十节 南京大陆鸽高科技股份有限公司266

一、企业概况266

二、2007年经营发展状况267

三、销售网络268

第三部分 行业发展预测

第七章 中国电动自行车行业优劣势分析269

第一节 行业发展优势分析269

一、产品的价格优势269

二、能源利用率优势269

三、满足城乡居民要求269

四、电动自行车综合险的保障270

第二节 行业发展劣势分析271

一、电动自行车标准缺失271

二、电动车行业侵权严重272

三、多地均掀“禁电”风暴273

四、废旧电池管理体制尚未健全276

第八章 2007年中国电动自行车行业发展趋势279

第一节 中国电动自行车行业市场分析279

第二节 电动车产业面临转折点281

一、保险介入行业规范281

二、重量轻体积小成研发方向282

三、市场之争越演越烈283

四、技术发展趋势分析284

五、贸易发展趋势分析286

六、市场发展趋势分析287

七、农村发展趋势分析287

八、政策发展趋势分析288

第九章 中国电动自行车行业发展预测291

第一节 2007年中国电动自行车行业发展情况291

一、成本与利润分析291

二、扩张与资金分析293

三、市场饱和现象分析294

四、全民炒股影响分析294

五、消化库存现象分析295

第二节 2007年中国电动自行车行业发展预测300

一、2007年行业发展预测300

二、从成本利润与购买力看电动车行业的走向303

三、品牌营销三大特性解析电动车行业发展规律304

第四部分 行业发展策略

第十章 市场风险与投资价值分析309

第一节 农村小城镇投资分析及市场发展趋势研究报告309

一、二线市场无“防线”309

二、农村拼装电动车无力抗衡310

三、农村交通环境改善311

四、电动车带来的机遇311

第二节 电动车市场高速发展带来电源行业商机312

一、电源行业投资分析及市场发展趋势研究报告312

二、锂电池自行车市场前景看好314

三、废旧电池回收的投资分析及市场发展趋势研究报告315

四、电动自行车电池回收政策分析317

第三节 投资电动车售后维修分析320

一、第三方维修服务模式分析320

二、电动自行车维修市场现状321

三、投资电动自行车行业的风险324

第四节 电动自行车企业生产许可证的办理326

一、电动自行车生产许可证的办理326

二、国家相关文件中对生产设备方面的规定327

三、办理一个电动车生产许可证所需费用330

第十一章 我国电动自行车行业发展的战略335

第一节 电动车企业突出重围战略法则335

一、产品集中法则335

二、区域制胜法则336

三、市场渐进法则337

四、市场爆破法则337

五、品牌超越法则	338
第二节 成立电动车辆产业协会联盟	339
一、电动车行业发展前景	340
二、电动车行业缺乏真正的管理机构	341
三、电动车行业发展的转折点	342
第十二章 电动自行车企业发展策略	345
第一节 电动自行车企业发展策略分析	345
一、电动自行车企业发展管理策略	345
二、电动自行车企业发展产品策略	347
三、电动自行车企业发展营销策略	349
四、电动自行车企业发展品牌策略	352
第二节 电动自行车企业运作全国市场的策略规划	355
一、电动车企业面临的竞争现状	355
二、产品差异化策略	356
三、成本领先策略	358
四、渠道优化策略	359
五、二线市场策略	361
六、抢跑领先策略	362
第三节 电动车业必须开展“整风运动”	365
一、战略决定生死	365
二、明星不是救世主	367
三、展会冷场市场也会冷场	368
四、精耕细作是出路	370
五、产品的创新策略	371
六、4S店模式的服务策略	373
第四节 电动自行车营销策略分析	375
一、电动自行车的营销误区	375
二、电动自行车现代营销体系的建立	382
三、电动自行车促销策略分析	386
四、电动自行车营销策略分析	390
五、电动自行车整合营销策略分析	396
六、电动自行车企业文化营销策略	401

第五节 电动自行车品牌战略403

一、电动自行车品牌战略重点403

二、电动自行车品牌的核心价值404

三、电动自行车的品牌识别404

四、电动自行车品牌战略主要工作405

五、电动自行车品牌战略的误区406

六、中小企业的区域品牌策略408

图表目录

图表：电动自行车基本特性2

图表：1996-2005年日本电动自行车产量21

图表：2006年2月自行车制造业产值完成情况（现价）27

图表：2006年3月自行车制造业产值完成情况（现价）27

图表：2006年4月自行车制造业产值完成情况（现价）27

图表：2006年5月自行车制造业产值完成情况（现价）27

图表：2006年6月自行车制造业产值完成情况（现价）28

图表：2006年7月自行车制造业产值完成情况（现价）28

图表：2006年8月自行车制造业产值完成情况（现价）28

图表：2006年9月自行车制造业产值完成情况（现价）28

图表：2006年10月自行车制造业产值完成情况（现价）28

图表：2006年11月自行车制造业产值完成情况（现价）28

图表：2006年12月自行车制造业产值完成情况（现价）29

图表：2006年1-12月自行车产品产量全国合计29

图表：2006年1-12月自行车产品产量天津市合计29

图表：2006年1-12月自行车产品产量辽宁省合计30

图表：2006年1-12月自行车产品产量上海市合计30

图表：2006年1-12月自行车产品产量江苏省合计30

图表：2006年1-12月自行车产品产量浙江省合计31

图表：2006年1-12月自行车产品产量江西省合计31

图表：2006年1-12月自行车产品产量山东省合计31

图表：2006年1-12月自行车产品产量河南省合计32

图表：2006年1-12月自行车产品产量湖北省合计32

图表：2006年1-12月自行车产品产量广东省合计32

图表：2006年1-12月自行车产品产量广西区合计33

图表：2006年1-12月自行车产品产量重庆市合计33

图表：2006年1-12月自行车产品产量四川省合计33

图表：2006年1-12月自行车产品产量陕西省合计34

图表：2006年1-12月电动自行车进口数据34

图表：2006年1月电动自行车进口数据34

图表：2006年2月电动自行车进口数据34

图表：2006年3月电动自行车进口数据35

图表：2006年4月电动自行车进口数据35

图表：2006年5月电动自行车进口数据35

图表：2006年6月电动自行车进口数据35

图表：2006年7月电动自行车进口数据35

图表：2006年8月电动自行车进口数据36

图表：2006年9月电动自行车进口数据36

图表：2006年10月电动自行车进口数据36

图表：2006年11月电动自行车进口数据36

图表：2006年12月电动自行车进口数据36

图表：2006年1-12月电动自行车出口数据37

图表：2006年1月电动自行车出口数据37

图表：2006年2月电动自行车出口数据37

图表：2006年3月电动自行车出口数据37

图表：2006年4月电动自行车出口数据37

图表：2006年5月电动自行车出口数据38

图表：2006年6月电动自行车出口数据38

图表：2006年7月电动自行车出口数据38

图表：2006年8月电动自行车出口数据38

图表：2006年9月电动自行车出口数据38

图表：2006年10月电动自行车出口数据39

图表：2006年11月电动自行车出口数据39

图表：2006年12月电动自行车出口数据39

图表：2007年2月自行车制造业产值完成情况（现价）39

图表：2007年3月自行车制造业产值完成情况（现价）40

图表：2007年4月自行车制造业产值完成情况（现价）40

图表：2007年5月自行车制造业产值完成情况（现价）40

图表：2007年6月自行车制造业产值完成情况（现价）40

图表：2007年7月自行车制造业产值完成情况（现价）40

图表：2007年1-8月自行车产品产量全国合计41

图表：2007年1-8月自行车产品产量天津市合计41

图表：2007年1-8月自行车产品产量河北省合计41

图表：2007年1-8月自行车产品产量辽宁省合计42

图表：2007年1-8月自行车产品产量上海市合计42

图表：2007年1-8月自行车产品产量江苏省合计42

图表：2007年1-8月自行车产品产量浙江省合计42

图表：2007年1-8月自行车产品产量安徽省合计43

图表：2007年1-8月自行车产品产量江西省合计43

图表：2007年1-8月自行车产品产量山东省合计43

图表：2007年1-8月自行车产品产量河南省合计43

图表：2007年1-8月自行车产品产量湖北省合计44

图表：2007年1-8月自行车产品产量湖南省合计44

图表：2007年1-8月自行车产品产量广东省合计44

图表：2007年1-8月自行车产品产量广西区合计44

图表：2007年1-8月自行车产品产量重庆市合计45

图表：2007年1-8月自行车产品产量四川省合计45

图表：2007年1-8月自行车产品产量陕西省合计45

图表：2007年1-8月电动自行车进口数据48

图表：2007年1月电动自行车进口数据49

图表：2007年2月电动自行车进口数据49

图表：2007年3月电动自行车进口数据49

图表：2007年4月电动自行车进口数据49

图表：2007年5月电动自行车进口数据49

图表：2007年6月电动自行车进口数据50

图表：2007年7月电动自行车进口数据50

图表：2007年8月电动自行车进口数据50

图表：2007年1-8月电动自行车出口数据51

图表：2007年1月电动自行车出口数据51

图表：2007年2月电动自行车出口数据51

图表：2007年3月电动自行车出口数据52

图表：2007年4月电动自行车出口数据52

图表：2007年5月电动自行车出口数据52

图表：2007年6月电动自行车出口数据52

图表：2007年7月电动自行车出口数据52

图表：2007年8月电动自行车出口数据53

图表：绍兴地区部分经销商131

图表：上海永久股份有限公司组织架构226

图表：2006-2007年二季度上海永久股份有限公司主营构成228

图表：2006-2007年二季度上海永久股份有限公司每股指标分析229

图表：2006-2007年二季度上海永久股份有限公司获利能力分析230

图表：2006-2007年二季度上海永久股份有限公司经营能力分析230

图表：2006-2007年二季度上海永久股份有限公司发展能力分析230

图表：2006-2007年二季度上海永久股份有限公司偿债能力分析230

图表：2006-2007年二季度上海永久股份有限公司资本结构分析231

图表：2006-2007年二季度上海永久股份有限公司现金流量分析231

图表：2006-2007年二季度上海永久股份有限公司主营业务收入231

图表：2006-2007年二季度上海永久股份有限公司主营业务利润231

图表：2006-2007年二季度上海永久股份有限公司营业利润231

图表：2006-2007年二季度上海永久股份有限公司利润总额232

图表：2006-2007年二季度上海永久股份有限公司净利润232

图表：2006-2007年二季度上海永久股份有限公司可供分配的利润232

图表：2006-2007年二季度上海永久股份有限公司可供股东分配的利润232

图表：2006-2007年二季度上海永久股份有限公司未分配利润232

图表：2006-2007年二季度上海永久股份有限公司流动资产232

图表：2006-2007年二季度上海永久股份有限公司长期投资233

图表：2006-2007年二季度上海永久股份有限公司固定资产233

图表：2006-2007年二季度上海永久股份有限公司无形资产233

图表：2006-2007年二季度上海永久股份有限公司流动负债233

图表：2006-2007年二季度上海永久股份有限公司长期负债233

图表：2006-2007年二季度上海永久股份有限公司股东权益233

图表：2007年金山开发建设股份有限公司持有其他上市公司发行的股票和证券投资情况235

图表：2007年金山开发建设股份有限公司持有其他上市公司发行的股票和证券投资情况235

图表：2006-2007年二季度金山开发建设股份有限公司主营构成237

图表：2006-2007年二季度金山开发建设股份有限公司每股指标分析238

图表：2006-2007年二季度金山开发建设股份有限公司获利能力分析238

图表：2006-2007年二季度金山开发建设股份有限公司经营能力分析239

图表：2006-2007年二季度金山开发建设股份有限公司发展能力分析239

图表：2006-2007年二季度金山开发建设股份有限公司偿债能力分析239

图表：2006-2007年二季度金山开发建设股份有限公司资本结构分析239

图表：2006-2007年二季度金山开发建设股份有限公司现金流量分析239

图表：2006-2007年二季度金山开发建设股份有限公司主营业务收入240

图表：2006-2007年二季度金山开发建设股份有限公司主营业务利润240

图表：2006-2007年二季度金山开发建设股份有限公司营业利润240

图表：2006-2007年二季度金山开发建设股份有限公司利润总额240

图表：2006-2007年二季度金山开发建设股份有限公司净利润240

图表：2006-2007年二季度金山开发建设股份有限公司可供分配的利润241

图表：2006-2007年二季度金山开发建设股份有限公司可供股东分配的利润241

图表：2006-2007年二季度金山开发建设股份有限公司未分配利润241

图表：2006-2007年二季度金山开发建设股份有限公司流动资产241

图表：2006-2007年二季度金山开发建设股份有限公司长期投资241

图表：2006-2007年二季度金山开发建设股份有限公司固定资产242

图表：2006-2007年二季度金山开发建设股份有限公司无形资产242

图表：2006-2007年二季度金山开发建设股份有限公司流动负债242

图表：2006-2007年二季度金山开发建设股份有限公司长期负债242

图表：2006-2007年二季度金山开发建设股份有限公司股东权益242

图表：山东英克莱集团有限公司组织结构248

图表：山东英克莱集团有限公司国际销售网络249

图表：山东英克莱集团有限公司国内销售网络250

图表：青岛澳柯玛股份有限公司组织架构253

图表：2006-2007年二季度青岛澳柯玛股份有限公司主营构成256

图表：2006-2007年二季度青岛澳柯玛股份有限公司每股指标分析257

图表：2006-2007年二季度青岛澳柯玛股份有限公司获利能力分析258
图表：2006-2007年二季度青岛澳柯玛股份有限公司经营能力分析258
图表：2006-2007年二季度青岛澳柯玛股份有限公司发展能力分析258
图表：2006-2007年二季度青岛澳柯玛股份有限公司偿债能力分析258
图表：2006-2007年二季度青岛澳柯玛股份有限公司资本结构分析258
图表：2006-2007年二季度青岛澳柯玛股份有限公司现金流量分析259
图表：2006-2007年二季度青岛澳柯玛股份有限公司主营业务收入259
图表：2006-2007年二季度青岛澳柯玛股份有限公司主营业务利润259
图表：2006-2007年二季度青岛澳柯玛股份有限公司营业利润259
图表：2006-2007年二季度青岛澳柯玛股份有限公司利润总额260
图表：2006-2007年二季度青岛澳柯玛股份有限公司净利润260
图表：2006-2007年二季度青岛澳柯玛股份有限公司可供分配的利润260
图表：2006-2007年二季度青岛澳柯玛股份有限公司可供股东分配的利润260
图表：2006-2007年二季度青岛澳柯玛股份有限公司未分配利润260
图表：2006-2007年二季度青岛澳柯玛股份有限公司流动资产260
图表：2006-2007年二季度青岛澳柯玛股份有限公司长期投资261
图表：2006-2007年二季度青岛澳柯玛股份有限公司固定资产261
图表：2006-2007年二季度青岛澳柯玛股份有限公司无形资产261
图表：2006-2007年二季度青岛澳柯玛股份有限公司流动负债261
图表：2006-2007年二季度青岛澳柯玛股份有限公司长期负债261
图表：2006-2007年二季度青岛澳柯玛股份有限公司股东权益262
图表：南京大陆鸽高科技股份有限公司国际销售网络268
图表：南京大陆鸽高科技股份有限公司国内销售网络268
图表：二元三角管控体系345

B001

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/64510.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。