



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2012年移动运营及电信增值行业竞争格局与投资战略研究 咨询报告

一、调研说明

《2009-2012年移动运营及电信增值行业竞争格局与投资战略研究咨询报告》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/98000.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

电信增值业务是指凭借公用电信网的资源和其它通信设备开发的附加通信业务，它实现的价值使原有网路的经济效益或功能价值增高，有时被称为增强型业务。电信增值业务涵盖的范围广泛，根据增值业务承载网络属性的不同，可分成基于固网、基于互联网和基于无线网的增值业务；另一方面，不同增值业务满足了用户的不同需求，按其业务属性的不同，增值业务又可分成资源类、通信类、安全类、娱乐类、资讯类、支付类及其它类。电信增值业务的发展是随着国内电信市场重新布局，以及中国加入WTO以后，电信市场逐步开放使得中国电信行业的竞争日益加剧而逐步发展起来的。目前，整个电信网的业务流量正在发生质的变化，以IP为代表的数字通信业务迅速崛起，并逐渐超越话音通信而成为新一代电信网上业务的主流。IP技术在网络中的广泛应用将使未来核心网络的结构和功能变得简单而开放，这必然导致整个网络的职能向边缘转移，从而使网络能够提供的业务品种大大增加，使电信运营商在一个统一平台上提供多样化的业务成为可能，这就为电信增值服务的发展开辟了广阔天地。在这一背景下，丰富多彩的增值服务大量涌现并迅速成长。

2009年，业界都在密切关注金融风暴对我国通信业的影响。最直接的表现是，在某些外向型为主的地区，由于受海外订单锐减影响当地制造业和加工业，因此，造成这些地区移动用户增长放缓的现象。可见，这场全球性的金融风暴中，尽管并非受到直接的影响，但通信业也难以独善其身。说到影响，最主要的是看基础电信运营商在投资方面是否会有变化。毫无疑问，运营商投资的减少必然会导致通信制造业受到冲击，接下来整个产业链都会受到影响。但是，基础电信运营商的不同业务受影响程度毕竟不同，因为一般来讲，在金融危机的形势下，消费者对于话音业务的刚性需求，即必须要打的电话并不会发生变化，而那些弹性的需求可能受到的影响更大。电信增值业务正是这类需求。近期主管部门正在出台一系列的扶持政策对于增值电信业务提供商来说极为有利。对于增值电信业务来说，国家现阶段为支持中小企业产业升级出台的一系列政策足以抵消金融风暴所带来的负面影响，而对于新形式、新模式的探索也必将为增值电信业务运营企业提供新的机遇。

预计在2009-2011年间，个人、家庭和政企客户空间都呈继续增长的态势，其中个人客户空间的年均增长率为1.3%，保持扩大态势；全国家庭户年均增长1.2%，每年增加约500万户家庭；政企客户空间年均可增加约137万户。电信增值业务市场收入也将不断攀升，预计到2011年可达到约2520亿元。面对社会变化发展中出现的各种新要求，电信服务需要加紧创新，积极满足各种新需要，进一步实现与经济社会的协调发展。其一，要加强文化娱乐类电信业务的发展；其二，要利用电信技术加强社会安全保障。社会安全保障体系必须进一步加强；其三，要面向不同收入人群推出合适的业务；其四，要关注老龄人口的电信服务需求。

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、国家工业和信息化部、国家信息中心、中国各省电信研究院、中国经济景气监测中心、国内外相关刊物的基础信息以及各省市通信管理局、产业研究单位等公布和提供的大量资料。报告对我国移动通信运营现状、电信增值业务发展状况、全球运营形势等进行了全面的论述和分析。报告综合分析了移动通信业务、移动数据业务、短信（SMS）业务、WAP业务、彩铃业务、彩信（MMS）业务、IVR业务、3G业务、移动位置服务（LBS）、手机游戏业务、手机电视业务等众多细分业务的发展格局，对我国移动通信运营现状，及其运营前景与竞争趋势做了详尽而独到的阐述，是移动通信运营企业、电信相关企业、SP服务商、移动通信运营研究单位等准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

目录

CONTENTS

第一部分 行业发展现状

第一章 国外移动运营及电信增值行业发展分析

第一节 国际移动运营及电信增值行业发展轨迹综述

- 一、国际移动运营及电信增值行业发展历程
- 二、国际移动运营及电信增值行业发展面临的问题
- 三、国际移动运营及电信增值行业技术发展现状及趋势

第二节 全球移动市场发展现状

- 一、2008年全球移动用户地区分布概况
- 二、2008年全球移动运营及电信增值行业发展分析
- 三、2009年全球移动运营及电信增值行业发展分析

第三节 部分国家移动市场发展分析

- 一、2008-2009年美国移动市场分析
- 二、2008-2009年日本移动市场分析
- 三、2008-2009年韩国移动市场分析
- 四、2008-2009年德国移动市场分析

第四节 国际运营商发展动向分析

- 一、2009年沃达丰发展动向
- 二、2009年DoCoMo发展动向
- 三、2009年英国电信发展动向

四、2009年德国电信发展动向

五、2009年AT&T发展动向

第二章 中国移动通信市场分析

第一节 中国移动通信市场发展分析预测

一、2008年全国通信业发展现状

二、2008年国内移动运营业务发展分析

三、2009年中国通信市场发展走势预测

第二节 移动运营商的业务发展情况

一、中国移动业务发展状况

二、中国移动国际化转型

三、中国移动固定资产投资策略评估与分析

四、中国联通业务发展状况

第三节 中国移动运营商发展策略

一、运营商品品牌经营探讨

二、中国移动通信市场竞争分析

三、电信运营商3G发展策略建议

四、移动运营商品品牌细分策略建议

第四节 中国SP发展分析

一、2008年中国SP发展分析

二、2009年中国SP发展分析

第三章 中国移动增值业务发展分析

第一节 中外移动增值业务发展对比

一、2008年移动增值市场发展概况

二、Vodafone移动数据业务发展分析

第二节 市场环境及发展策略

一、移动增值业务概述

二、2008年增值业务市场分析

三、移动增值业务发展策略

四、移动增值业务渠道功能的转变

第三节 移动增值业务发展趋势及探讨

- 一、移动增值业务系统发展趋势分析
- 二、移动博客市场分析及盈利模式探讨
- 三、行业用户对移动数据业务的需求
- 四、移动数据新业务USSD

第四章 中国移动运营及电信增值市场消费分析

第一节 2008-2009年移动用户研究分析

- 一、用户特征概括
- 二、用户特征研究
- 三、用户上网行为研究
- 四、主流品牌用户特征研究

第二节 2008-2009年中国移动运营及电信增值市场分析

- 一、市场概述
- 二、移动运营及电信增值整体市场分析
- 三、市场关注度分析
- 四、市场发展趋势分析
- 五、行业发展策略

第三节 中国移动运营及电信增值市场季度分析

- 一、2008年1季度我国移动运营及电信增值市场分析
- 二、2008年2季度我国移动运营及电信增值市场分析
- 三、2008年3季度我国移动运营及电信增值市场分析
- 四、2008年4季度我国移动运营及电信增值市场分析
- 五、2008年5季度我国移动运营及电信增值市场分析

第五章 中国移动运营及电信增值细分市场分析

第一节 短信彩信彩铃业务分析

- 一、短信业务发展概述
- 二、中国彩信业务发展现状
- 三、2008-2009年中国彩信业务发展分析
- 四、2008-2009年中国彩铃业务发展分析
- 五、2008-2009年彩信市场调查与研究
- 六、2008-2009年彩铃市场调查与研究

七、2009-2012年短信彩信彩铃业务发展趋势

第二节 WAP业务分析

一、WAP业务概述

二、WAP业务发展状况

三、2008年度中国WAP资源统计

四、2008-2009年中国WAP业务发展分析

五、2008-2009年WAP市场调查与研究

六、2009-2012年WAP市场规模预测

七、2009-2012年WAP业务发展趋势

第三节 IVR业务分析

一、IVR业务概述

二、国内IVR市场发展现状

三、IVR语音增值业务研究

四、2008-2009年中国IVR业务发展分析

五、2008-2009年IVR市场调查与研究

六、2009-2012年IVR市场规模预测

七、2009-2012年IVR业务发展趋势

第四节 3G业务分析

一、3G业务概述

二、3G业务发展分析

三、3G时代的增值服务市场分析

四、2008-2009年中国3G业务发展分析

五、2008-2009年3G市场调查与研究

六、2009-2012年3G市场规模预测

七、2009-2012年3G业务发展趋势

第五节 移动位置服务（LBS）分析

一、移动位置服务概述

二、移动定位业务发展概况

三、移动位置服务发展现状

四、2008-2009年中国移动位置服务业务发展分析

五、2008-2009年移动位置服务市场调查与研究

六、2009-2012年移动位置服务市场规模预测

七、2009-2012年移动位置服务业务发展趋势

第六节 手机游戏业务分析

一、手机游戏业务概述

二、手机游戏的类型

三、手机游戏产业链及收费模式

四、2008-2009年中国手机游戏业务发展分析

五、2008-2009年手机游戏市场调查与研究

六、2009-2012年手机游戏市场规模预测

七、2009-2012年手机游戏业务发展趋势

第七节 手机电视业务分析

一、手机电视业务发展概述

二、手机电视的发展现状与思考

三、手机电视前景分析

四、2008-2009年中国手机电视业务发展分析

五、2008-2009年手机电视市场调查与研究

六、2009-2012年手机电视市场规模预测

七、2009-2012年手机电视业务发展趋势

第二部分 行业竞争格局

第六章 移动运营及电信增值行业竞争格局分析

第一节 中国移动运营及电信增值行业结构分析

一、行业的省份分布概况

二、行业销售集中度分析

三、行业利润集中度分析

四、行业规模集中度分析

第二节 2008-2009年我国移动运营及电信增值竞争分析

一、2008-2009年我国移动运营及电信增值品牌竞争分析

二、2008年国内外移动运营及电信增值竞争分析

三、2008年我国移动运营及电信增值市场竞争分析

四、2008年我国移动运营及电信增值市场集中度分析

五、2009年国内主要移动运营及电信增值企业动向

六、2009年国内移动运营及电信增值拟在建项目分析

第七章 移动运营及电信增值企业竞争策略分析

第一节 移动运营及电信增值市场竞争策略分析

- 一、2009年移动运营及电信增值市场增长潜力分析
- 二、2009年移动运营及电信增值主要潜力品种分析
- 三、现有移动运营及电信增值产品竞争策略分析
- 四、潜力移动运营及电信增值品种竞争策略选择
- 五、典型企业产品竞争策略分析

第二节 移动运营及电信增值企业竞争策略分析

- 一、金融危机对移动运营及电信增值行业竞争格局的影响
- 二、金融危机后移动运营及电信增值行业竞争格局的变化
- 三、2009-2012年我国移动运营及电信增值市场竞争趋势
- 四、2009-2012年移动运营及电信增值行业竞争格局展望
- 五、2009-2012年移动运营及电信增值行业竞争策略分析
- 六、2009-2012年移动运营及电信增值企业竞争策略分析

第八章 移动运营及电信增值重点企业竞争分析

第一节 企业一

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2008-2009年经营状况
- 四、2009-2012年发展战略

第二节 企业二

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2008-2009年经营状况
- 四、2009-2012年发展战略

第三节 企业三

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2008-2009年经营状况
- 四、2009-2012年发展战略

第四节 企业四

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2008-2009年经营状况
- 四、2009-2012年发展战略

第五节 企业五

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2008-2009年经营状况
- 四、2009-2012年发展战略

第六节 企业六

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2008-2009年经营状况
- 四、2009-2012年发展战略

第七节 企业七

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2008-2009年经营状况
- 四、2009-2012年发展战略

第八节 企业八

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2008-2009年经营状况
- 四、2009-2012年发展战略

第九节 企业九

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2008-2009年经营状况
- 四、2009-2012年发展战略

第十节 企业十

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第三部分 行业前景预测

第九章 移动运营及电信增值行业发展趋势分析

第一节 移动运营及电信增值研发趋势分析

一、移动运营及电信增值研究开发新趋势

二、移动运营及电信增值主要品种发展趋势

第二节 2009年移动运营及电信增值行业发展趋势

一、2009年全球移动运营及电信增值产业前景分析

二、2009年移动运营及电信增值行业前景预测

三、2009年无线产业发展趋势

四、2009年中国移动运营及电信增值市场增长预测

第十章 未来移动运营及电信增值行业发展预测

第一节 2009-2012年国际移动运营及电信增值市场预测

一、2009-2012年全球移动运营及电信增值行业产值预测

二、2009-2012年全球移动运营及电信增值市场需求前景

三、2009-2012年全球移动运营及电信增值市场价格预测

第二节 2009-2012年国内移动运营及电信增值市场预测

一、2009-2012年国内移动运营及电信增值行业产能预测

二、2009-2012年国内移动运营及电信增值行业产量预测

三、2009-2012年国内移动运营及电信增值市场需求前景

四、2009-2012年国内移动运营及电信增值市场价格预测

五、2009-2012年国内移动运营及电信增值行业集中度预测

第四部分 投资战略研究

第十一章 移动运营及电信增值行业投资现状分析

第一节 2008年移动运营及电信增值行业投资情况分析

一、2008年总体投资及结构

二、2008年投资规模情况

三、2008年投资增速情况

四、2008年分行业投资分析

五、2008年分地区投资分析

六、2008年外商投资情况

第二节 2009年1季度移动运营及电信增值行业投资情况分析

一、2009年1季度总体投资及结构

二、2009年1季度投资规模情况

三、2009年1季度投资增速情况

四、2009年1季度分行业投资分析

五、2009年1季度分地区投资分析

六、2009年1季度外商投资情况

第十二章 移动运营及电信增值行业投资环境分析

第一节 经济发展环境分析

一、2008-2009年我国宏观经济运行情况

二、2009-2012年我国宏观经济形势分析

三、2009-2012年投资趋势及其影响预测

第二节 政策法规环境分析

一、2009年移动运营及电信增值行业政策环境

二、2009年国内宏观政策对其影响

三、2009年行业产业政策对其影响

第三节 社会发展环境分析

一、国内社会环境发展现状

二、2009年社会环境发展分析

三、2009-2012年社会环境对行业的影响分析

第四节 电子产业振兴规划

一、电子产业振兴规划概述

二、电子产业振兴规划细则

三、电子产业振兴规划三大任务

四、电子产业振兴规划六大工程

五、电子产业振兴规划十项措施

六、电子产业振兴规划的意义与作用

七、电子产业振兴规划对移动运营及电信增值行业的影响

第十三章 移动运营及电信增值行业投资机会与风险

第一节 移动运营及电信增值行业投资效益分析

- 一、2008-2009年移动运营及电信增值行业投资状况分析
- 二、2009-2012年移动运营及电信增值行业投资效益分析
- 三、2009-2012年移动运营及电信增值行业投资趋势预测
- 四、2009-2012年移动运营及电信增值行业的投资方向
- 五、2009-2012年移动运营及电信增值行业投资的建议
- 六、新进入者应注意的障碍因素分析

第二节 影响移动运营及电信增值行业发展的主要因素

- 一、2009-2012年影响移动运营及电信增值行业运行的有利因素分析
- 二、2009-2012年影响移动运营及电信增值行业运行的稳定因素分析
- 三、2009-2012年影响移动运营及电信增值行业运行的不利因素分析
- 四、2009-2012年我国移动运营及电信增值行业发展面临的挑战分析
- 五、2009-2012年我国移动运营及电信增值行业发展面临的机遇分析

第三节 移动运营及电信增值行业投资风险及控制策略分析

- 一、2009-2012年移动运营及电信增值行业市场风险及控制策略
- 二、2009-2012年移动运营及电信增值行业政策风险及控制策略
- 三、2009-2012年移动运营及电信增值行业经营风险及控制策略
- 四、2009-2012年移动运营及电信增值行业技术风险及控制策略
- 五、2009-2012年移动运营及电信增值同业竞争风险及控制策略
- 六、2009-2012年移动运营及电信增值行业其他风险及控制策略

第十四章 移动运营及电信增值行业投资战略研究

第一节 移动运营及电信增值行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第二节 对我国移动运营及电信增值品牌的战略思考

- 一、企业品牌的重要性
- 二、移动运营及电信增值实施品牌战略的意义
- 三、移动运营及电信增值企业品牌的现状分析
- 四、我国移动运营及电信增值企业的品牌战略
- 五、移动运营及电信增值品牌战略管理的策略
- 第三节 移动运营及电信增值行业投资战略研究
 - 一、2009年通讯产业行业投资战略
 - 二、2009年我国移动运营及电信增值行业投资战略
 - 三、2009-2012年移动运营及电信增值行业投资战略
 - 四、2009-2012年细分行业投资战略

图表目录

- 图表：2007-2009年全球移动运营及电信增值市场销量及增长情况
- 图表：2007-2009年中国移动运营及电信增值市场销售量及增长率
- 图表：2007-2009年中国移动运营及电信增值市场销售额及增长率
- 图表：2008年各月电信业务总量、业务收入同比增长率
- 图表：2005年1-12月电信业务收入构成
- 图表：2008年1-12月电信业务收入构成
- 图表：2008年各月电话用户增长情况比较
- 图表：2002-2008年我国电信业投资收入比
- 图表：2008年各区域主要指标发展情况比较
- 图表：2008年电信业务收入前十名的省份
- 图表：2008年固定电话用户总数前十名的省份
- 图表：2008年移动电话用户总数前十名的省份
- 图表：2008年电信固定资产投资前十名的省份
- 图表：截至2009年1月31日中国移动用户数
- 图表：移动增值业务渠道功能
- 图表：IMS的业务系统总体框架
- 图表：JAIN的业务系统总体框架
- 图表：ParlayAPI的体系框架
- 图表：网络中的Parlay/OSA
- 图表：2008年中国个人用户移动应用现状

图表：2009-2010年中国移动IM用户规模

图表：用户对移动即时通讯工具的使用比例情况

图表：2008年1-12月移动电话机产量全国统计

图表：2008年1-12月移动电话机产量北京市统计

图表：2008年1-12月移动电话机产量天津市统计

图表：2008年1-12月移动电话机产量内蒙古区统计

图表：2008年1-12月移动电话机产量辽宁省统计

图表：2008年1-12月移动电话机产量吉林省统计

图表：2008年1-12月移动电话机产量上海市统计

图表：2008年1-12月移动电话机产量江苏省统计

图表：2008年1-12月移动电话机产量浙江省统计

图表：2008年1-12月移动电话机产量福建省统计

图表：2008年1-12月移动电话机产量江西省统计

图表：2008年1-12月移动电话机产量山东省统计

图表：2008年1-12月移动电话机产量湖北省统计

图表：2008年1-12月移动电话机产量广东省统计

图表：2008年1-12月移动电话机产量广西区统计

图表：2008年1-12月移动电话机产量重庆市统计

图表：2008年1-12月移动电话机产量四川省统计

图表：2008年1-12月移动电话机产量贵州省统计

图表：调查样本的性别分布

图表：调查样本的年龄分布

图表：调查样本的受教育程度分布

图表：调查样本的职业分布

图表：调查样本的收入分布

图表：消费者接受的服务内容分布

图表：2008年中国移动运营及电信增值用户性别分布

图表：2008年中国移动运营及电信增值用户年龄分布

图表：2008年中国移动运营及电信增值用户所在区域分布

图表：2008年中国移动运营及电信增值用户城乡分布

图表：2008年中国移动运营及电信增值用户婚姻状况分布

图表：2008年中国移动运营及电信增值用户个人月收入分布

图表：2008年中国移动运营及电信增值用户家庭月收入分布

图表：2008年中国移动运营及电信增值用户受教育程度分布

图表：2008年中国移动运营及电信增值用户所在行业分布

图表：2008年中国移动运营及电信增值用户所在单位人员规模分布

图表：2008年中国移动运营及电信增值用户所在单位年产值规模分布

图表：2008年中国移动运营及电信增值用户兴趣爱好分布——音乐

图表：2008年中国移动运营及电信增值用户兴趣爱好分布——电影

图表：2008年中国移动运营及电信增值用户兴趣爱好分布——电视

图表：2008年中国移动运营及电信增值用户兴趣爱好分布——游戏

图表：2008年中国移动运营及电信增值用户兴趣爱好分布——阅读

图表：2008年中国移动运营及电信增值用户兴趣爱好分布——艺术

图表：2008年中国移动运营及电信增值用户兴趣爱好分布——体育

图表：2008年中国移动运营及电信增值用户兴趣爱好分布——购物

图表：2008年中国移动运营及电信增值用户兴趣爱好分布——旅游出行

图表：2008年中国移动运营及电信增值用户兴趣爱好分布——线路信息

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/98000.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。