



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2016-2022年中国空气净化器市场发展现状及战略咨询报告

# 一、调研说明

《2016-2022年中国空气净化器市场发展现状及战略咨询报告》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/276976.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

近年全国每年平均雾霾天数逐年增长，创下五十多年来的最高纪录。中央财政专项拨款100亿元防治大气污染，同时《大气污染防治行动计划》（国十条）、《大气污染防治法（修订草案）》等法律法规政策相继出台，都将促进空气净化器市场的长期发展。全球最为主要的空气净化器消费均为欧美日等发达国家，以文化习惯、生活理念与我国相似的日本为例，其空气净化器的家庭普及率已经达到34.7%，而我国尚不足1%，市场前景广阔。2006-2015年我国空气净化器销量及增速走势图 资料来源：公开资料 艾凯咨询网整理

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告揭示了中国空气净化器行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国空气净化器行业做了重点企业经营状况分析，并分析了中国空气净化器行业发展前景预测。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。

报告目录：

### 第一章 空气净化器相关概述1

#### 1.1 空气净化器定义及分类1

##### 1.1.1 概念界定1

##### 1.1.2 产品功用2

##### 1.1.3 产品种类2

##### 1.1.4 工作原理4

##### 1.1.5 硬性指标5

##### 1.1.6 发展历程6

#### 1.2 空气净化器构成及生产成本7

##### 1.2.1 主要构成部件7

##### 1.2.2 各部件价格分析8

##### 1.2.3 成本分析总结14

#### 1.3 空气净化器保养及维护15

##### 1.3.1 产品选择原则15

1.3.2 保养维护17

1.3.3 滤网清洁18

## 第二章 2013-2015年国际空气净化器市场分析21

### 2.1 全球空气净化器市场概况21

2.1.1 产品更替进程21

2.1.2 市场格局分析22

2.1.3 市场驱动因素23

2.1.4 销售规模预测25

### 2.2 欧美空气净化器市场分析26

2.2.1 美国空气净化器市场26

2.2.2 加拿大空气净化器市场26

2.2.3 德国空气净化器市场27

### 2.3 日本空气净化器市场分析28

2.3.1 市场运行综况28

2.3.2 市场销售规模29

2.3.3 厂商竞争态势29

2.3.4 产品格局分析30

2.3.5 技术成果分析31

2.3.6 产品研发动态37

## 第三章 2013-2015年中国空气净化器行业发展环境40

### 3.1 经济环境分析40

3.1.1 国际经济形势分析40

3.1.2 中国经济运行现状60

3.1.3 中国经济发展趋势62

3.1.4 居民消费支出情况63

### 3.2 政策环境分析65

3.2.1 中国环保政策制定实施概况65

3.2.2 《环境空气质量标准》解读66

3.2.3 中国现行空气净化器国家标准67

3.2.4 中国空气净化器国标修订进展68

- 3.2.5 空气净化器环保认证规则69
- 3.2.6 空气净化器性能测定与评价70
- 3.3 生态环境分析71
  - 3.3.1 室内空气污染物及主要危害71
  - 3.3.2 中国城市空气污染态势分析74
  - 3.3.3 中国空气质量指数（AQI）分析77
  - 3.3.4 中国细颗粒物（PM2.5）分析96
  - 3.3.5 中国可吸入颗粒物（PM10）分析99
- 3.4 技术环境分析100
  - 3.4.1 主流空气净化技术介绍100
  - 3.4.2 空气净化器专利技术状况102
  - 3.4.3 中国空气净化器技术成就105
  - 3.4.4 空气净化器生产企业核心技术105
  - 3.4.5 空气净化器个性化技术发展108

#### 第四章 2013-2015年中国空气净化器市场分析113

- 4.1 2013-2015年中国空气净化器行业基本概况113
  - 4.1.1 行业总体态势113
  - 4.1.2 行业运行现状114
  - 4.1.3 行业运行特征116
  - 4.1.4 厂商格局分析117
  - 4.1.5 区域布局状况118
  - 4.1.6 产品开发情况118

2014年国内空气净化器市场品牌数达556个，较2013年的151个增长了268%。品牌数量暴增的同时，国内空气净化器市场的销售量和销售额也将双双增长40%以上，预计2015年中国空气净化器销售量将达650万台，销售额将达143.7亿元。 2012-2014年我国空气净化器品牌数量变动趋势 资料来源：公开资料整理

- 4.2 2013-2015年中国空气净化器市场供需现状119
  - 4.2.1 市场供给状况119
  - 4.2.2 市场需求规模119
  - 4.2.3 市场销售格局120
- 4.3 2013-2015年中国空气净化器市场价格行情分析121

4.3.1 市场价格行情	121
4.3.2 价格增长态势	122
4.3.3 价格影响因素	123
4.3.4 价格走势预测	124
4.4 2013-2015年空气净化器电商市场发展状况	124
4.4.1 网购市场发展综述	124
4.4.2 网购市场规模分析	125
4.4.3 网购市场特点分析	125
4.4.4 网购市场产品格局	126
4.4.5 网购产品价格分布	126
4.4.6 网购产品技术类型	127
4.4.7 主流电商数据对比	127
4.5 中国空气净化器政府采购市场发展分析	129
4.5.1 政府采购市场规模	129
4.5.2 政策形势分析	130
4.5.3 市场开发关键	130
4.6 中国空气净化器市场面临的问题	131
4.6.1 行业存在四大突出问题	131
4.6.2 产品价格混乱及暴利	131
4.6.3 标准认证面临诸多问题	132
4.6.4 产品存在二次污染隐忧	132
4.6.5 市场虚假宣传现象严重	134
4.7 中国空气净化器市场发展建议	135
4.7.1 行业发展建议	135
4.7.2 企业运作策略	136

## 第五章 2013-2015年中国空气净化器市场关注度分析139

5.1 2013年空气净化器市场关注度状况	139
5.1.1 品牌关注格局	139
5.1.2 产品关注格局	140
5.1.3 厂商关注格局	142
5.2 2014年空气净化器市场关注度状况	143

5.2.1 品牌关注格局	143
5.2.2 产品关注格局	144
5.2.3 厂商关注格局	146
5.3 2015年空气净化器市场关注度状况	147
5.3.1 品牌关注格局	147
5.3.2 产品关注格局	149
5.3.3 厂商关注格局	149

## 第六章 2015-2016年中国空气净化器用户行为分析151

6.1 2015年空气净化器用户基本特性	151
6.1.1 性别结构	151
6.1.2 年龄分布	151
6.1.3 所在城市空气质量状况	152
6.2 2015年空气净化器用户认可度	155
6.2.1 产品保有量	155
6.2.2 技术认知度	156
6.3 2015年空气净化器用户购买行为	157
6.3.1 主导购买原因	157
6.3.2 预购品牌状况	158
6.3.3 可接受价位	158
6.3.4 影响购买因素	159
6.3.5 选购产品看重的指标	159
6.3.6 后期维护态度	160
6.4 2016年空气净化器用户行为调查	160
6.4.1 调查背景	160
6.4.2 用户空气污染认知情况	162
6.4.3 用户空气净化器技术认可度	163
6.4.4 用户空气净化器品牌倾向	163
6.4.5 用户空气净化器使用行为	164
6.4.6 用户空气净化器后期维护	164
6.4.7 用户空气净化器关注焦点	165
6.4.8 用户空气净化器需求延伸	165

## 第七章 2013-2015年车载空气净化器市场分析166

### 7.1 车载空气净化器基本概述166

#### 7.1.1 概念界定166

#### 7.1.2 产品类型166

#### 7.1.3 消费群体167

### 7.2 车载空气净化器需求空间167

#### 7.2.1 车内空气污染来源167

#### 7.2.2 车内空气污染现状168

#### 7.2.3 车内空气净化方式168

### 7.3 2013-2015年车载空气净化器市场发展概况170

#### 7.3.1 行业环境分析170

#### 7.3.2 行业发展阶段171

#### 7.3.3 市场运行状况172

#### 7.3.4 销售规模分析172

#### 7.3.5 价格行情分析173

#### 7.3.6 竞争格局分析173

### 7.4 车载空气净化器市场发展前景分析174

#### 7.4.1 行业机遇分析174

#### 7.4.2 未来增长前景175

#### 7.4.3 投资潜力分析175

## 第八章 2013-2015年空气净化器区域市场分析177

### 8.1 东北地区177

#### 8.1.1 长春空气净化器市场177

#### 8.1.2 哈尔滨空气净化器市场179

#### 8.1.3 沈阳空气净化器市场181

### 8.2 华北地区184

#### 8.2.1 北京空气净化器市场184

#### 8.2.2 天津空气净化器市场187

#### 8.2.3 保定空气净化器市场190

### 8.3 华东地区194



8.3.1 青岛空气净化器市场	194
8.3.2 南京空气净化器市场	199
8.3.3 杭州空气净化器市场	201
8.3.4 合肥空气净化器市场	204
8.3.5 南昌空气净化器市场	206
8.4 中南地区	207
8.4.1 郑州空气净化器市场	207
8.4.2 武汉空气净化器市场	211
8.4.3 广州空气净化器市场	214
8.4.4 南宁空气净化器市场	217
8.4.5 海口空气净化器市场	220
8.5 西南地区	223
8.5.1 成都空气净化器市场	223
8.5.2 重庆空气净化器市场	226
8.5.3 昆明空气净化器市场	230
8.6 西北地区	234
8.6.1 西安空气净化器市场	234
8.6.2 兰州空气净化器市场	237
8.6.3 西宁空气净化器市场	239

## 第九章 2013-2015年空气净化器原材料及设备供应分析242

9.1 2013-2015年空气净化器上游原材料市场分析242	
9.1.1 钢材市场运行状况242	
9.1.2 铜材市场运行状况247	
9.1.3 铝材市场运行状况252	
9.2 2013-2015年空气净化器关键部件——空气过滤器（滤网）262	
9.2.1 行业供需概况262	
9.2.2 市场格局分析264	
9.2.3 价格行情分析267	
9.2.4 未来前景分析271	
9.3 2013-2015年空气净化器其他构成部件272	
9.3.1 微风扇272	

9.3.2 水箱273

9.3.3 智能监测系统273

9.3.4 负离子发生器274

## 第十章 2013-2015年国外空气净化器行业领先企业运营分析275

10.1 飞利浦275

10.1.1 企业发展概况275

10.1.2 主营业务分析275

10.1.3 经营状况分析277

10.1.4 空气净化器业务状况282

10.1.5 企业发展战略282

10.2 伊莱克斯282

10.2.1 企业发展概况282

10.2.2 主营业务分析283

10.2.3 经营状况分析283

10.2.4 空气净化器业务状况284

10.2.5 企业发展战略284

10.3 霍尼韦尔285

10.3.1 企业发展概况285

10.3.2 主营业务分析285

10.3.3 经营状况分析286

10.3.4 空气净化器业务状况291

10.3.5 企业发展战略292

10.4 夏普292

10.4.1 企业发展概况292

10.4.2 主营业务分析293

10.4.3 经营状况分析293

10.4.4 空气净化器业务状况295

10.4.5 企业发展战略296

10.5 松下296

10.5.1 企业发展概况296

10.5.2 主营业务分析297

10.5.3 经营状况分析298

10.5.4 空气净化器业务状况299

10.5.5 企业发展战略300

## 第十一章 2013-2015年国内空气净化器行业标杆企业运营分析301

11.1 亚都301

11.1.1 企业发展概况301

11.1.2 主营业务分析301

11.1.3 经营状况分析302

11.1.4 空气净化器业务状况303

11.1.5 空气净化器技术成果303

11.1.6 企业发展战略303

11.2 美的303

11.2.1 企业发展概况303

11.2.2 主营业务分析304

11.2.3 经营状况分析305

11.2.4 空气净化器业务状况309

11.2.5 企业发展战略309

11.3 远大310

11.3.1 企业发展概况310

11.3.2 主营业务分析310

11.3.3 经营状况分析311

11.3.4 空气净化器业务状况311

11.3.5 企业发展战略312

11.4 格力312

11.4.1 企业发展概况312

11.4.2 主营业务分析313

11.4.3 经营状况分析314

11.4.4 空气净化器业务状况320

11.4.5 企业发展战略320

11.5 艾美特322

11.5.1 企业发展概况322

11.5.2 主营业务分析	323
11.5.3 经营状况分析	323
11.5.4 空气净化器业务状况	325
11.5.5 企业发展战略	325
11.6 万利达	325
11.6.1 企业发展概况	325
11.6.2 主营业务分析	326
11.6.3 经营状况分析	326
11.6.4 空气净化器业务状况	327
11.6.5 企业发展战略	328
11.7 SKG	328
11.7.1 企业发展概况	328
11.7.2 主营业务分析	329
11.7.3 经营状况分析	329
11.7.4 空气净化器业务状况	330
11.7.5 企业发展战略	331

## 第十二章 2013-2015年空气净化器市场竞争分析332

12.1 2013-2015年空气净化器市场竞争态势解析	332
12.1.1 国外品牌主导市场	332
12.1.2 新军进入加剧竞争	332
12.1.3 日系产品份额提升	333
12.2 2013-2015年空气净化器品牌竞争格局分析	333
12.2.1 品牌阵营划分	333
12.2.2 品牌竞争格局	334
12.2.3 品牌排行情况	335
12.2.4 品牌渠道竞争力	336
12.3 空气净化器品牌竞争核心要素	337
12.3.1 系统培训的竞争	337
12.3.2 盈利模式的竞争	337
12.3.3 服务体系的建立	337
12.3.4 人才的竞争	337

- 12.3.5 渠道资源的竞争338
- 12.3.6 质量技术保证338
- 12.4 2013-2015年空气净化器产品竞争格局分析338
  - 12.4.1 产品美誉度评级338
  - 12.4.2 产品综合性能评比340
  - 12.4.3 不同价格区间产品比较341
  - 12.4.4 国外代表产品优劣评价343
- 12.5 空气净化器价格分层竞争特征分析344
  - 12.5.1 2000元以下：品牌扎堆344
  - 12.5.2 2000-5000元：外资战场344
  - 12.5.3 5000-10000元：品牌集中344
  - 12.5.4 万元以上：平分秋色345
- 12.6 空气净化器替代品竞争威胁分析345
  - 12.6.1 空调净化除菌效果分析345
  - 12.6.2 净化功能空调市场发展态势346
  - 12.6.3 净化功能空调消费者认知情况348

### 第十三章 空气净化器市场营销分析350

- 13.1空气净化器目标市场定位350
  - 13.1.1适用场所350
  - 13.1.2适用人群350
  - 13.1.3目标客户界定351
  - 13.1.4目标客户需求特征351
- 13.2空气净化器市场销售渠道分析352
  - 13.2.1主流销售渠道352
  - 13.2.2推广渠道分析353
  - 13.2.3线上渠道分析353
  - 13.2.4社区渠道分析354
- 13.3空气净化器营销策略356
  - 13.3.1空气净化器市场渠道选择策略356
  - 13.3.2空气净化器消费群体定位策略356
  - 13.3.3空气净化器市场通路开拓策略357

13.3.4空气净化器市场营销组合方案	358
13.4空气净化器二三级市场开发策略	360
13.4.1二三级市场进入时机选择	360
13.4.2二三级市场进入渠道选择	360
13.4.3二三级市场分销网络建设	361
13.5空气净化器区域市场推广方案	362
13.5.1广告方案	362
13.5.2合作推广	363
13.5.3人员直销	364
13.5.4公关推广主题	364
13.5.5形象展示与免费试用	365
13.5.6社区推广	365

#### 第十四章 空气净化器市场投资分析367

14.1 投资壁垒分析	367
14.1.1 认证壁垒	367
14.1.2 商誉壁垒	367
14.1.3 技术壁垒	367
14.1.4 规模壁垒	368
14.2 投资风险分析	368
14.2.1 竞争风险	368
14.2.2 政策风险	368
14.2.3 技术风险	368
14.2.4 其他风险	369
14.3 投资机会分析	369
14.3.1 投资门槛低	369
14.3.2 投资价值高	370
14.3.3 投资商机分析	370
14.4 投资建议	372
14.4.1 经销商投资方向建议	372
14.4.2 经销商经营策略建议	373
14.4.3 代理商投资运营建议	373

#### 14.4.4 车载市场投资经营思路374

### 第十五章 中国产业研究报告网对2016-2022年中国空气净化器市场前景分析376

#### 15.1 中国空气净化器行业前景剖析376

##### 15.1.1 行业成长空间分析376

##### 15.1.2 市场需求潜力分析377

##### 15.1.3 行业发展趋势分析378

##### 15.1.4 产品发展趋势分析378

#### 15.2 中国产业研究报告网对2016-2022年中国空气净化器市场规模预测379

##### 15.2.1 影响中国空气净化器市场发展因素分析379

##### 15.2.2 2015-2022年空气净化器行业产品产量预测分析380

##### 15.2.3 2015-2022年空气净化器市场销量规模预测分析381

##### 15.2.4 2015-2022年空气净化器市场销售金额预测分析381

#### 15.3 未来空气净化器研发方向分析382

##### 15.3.1 降低净化器生成臭氧浓度382

##### 15.3.2 提高空气净化效果382

##### 15.3.3 提高控制技术382

##### 15.3.4 提高使用寿命382

#### 附录：

##### 附录一：空气净化器GB/T18801-2015（代替GB/T18801-2008）384

##### 附录二：空气净化器环保认证规则395

#### 图表目录：

##### 图表：国内生产总值同比增长速度

##### 图表：全国粮食产量及其增速

##### 图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

##### 图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

##### 图表：进出口总额（亿美元）

##### 图表：广义货币（M2）增长速度（%）

##### 图表：居民消费价格同比上涨情况

##### 图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2015年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2015年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2015年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2015年中国GDP增速预测

图表：空气净化器行业产业链

图表：2011-2015年年我国空气净化器行业企业数量增长趋势图

图表：2011-2015年年我国空气净化器行业亏损企业数量增长趋势图

图表：2011-2015年年我国空气净化器行业从业人数增长趋势图

图表：2011-2015年年我国空气净化器行业资产规模增长趋势图

图表：2011-2015年年我国空气净化器行业产成品增长趋势图

图表：2011-2015年年我国空气净化器行业工业销售产值增长趋势图

图表：2011-2015年年我国空气净化器行业销售成本增长趋势图

图表：2011-2015年年我国空气净化器行业费用使用统计图

图表：2011-2015年年我国空气净化器行业主要盈利指标统计图

图表：2011-2015年年我国空气净化器行业主要盈利指标增长趋势图

图表：企业1

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业2

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图



图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业3

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业4

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业5

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业6

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：其他企业&hellip;&hellip;

图表：主要经济指标走势图

图表：2011-2015年空气净化器行业市场供给

图表：2011-2015年空气净化器行业市场需求

图表：2011-2015年空气净化器行业市场规模

图表：空气净化器所属行业生命周期判断

图表：空气净化器所属行业区域市场分布情况

图表：2016-2022年中国空气净化器行业市场规模预测

图表：2016-2022年中国空气净化器行业供给预测

图表：2016-2022年中国空气净化器行业需求预测

图表：2016-2022年中国空气净化器行业价格指数预测

图表：&hellip;&hellip;

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/276976.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](http://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。