



艾凯咨询
ICAN Consulting

2017-2022年中国手持电视产业发展现状及市场监测报告

一、调研说明

《2017-2022年中国手持电视产业发展现状及市场监测报告》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/285020.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

手持电视是利用中国移动多媒体广播（CMMB：China Mobile Multimedia Broadcasting）技术推出的便携式的移动的多媒体广播电视产品。手持电视是是广播电视数字化创新发展带来的新产品。

手持电视（CMMB）系统采用卫星和地面网络相结合的"天地一体、星网结合、统一标准、全国漫游"方式，实现全国范围移动多媒体广播电视信号的有效覆盖。

手持电视（CMMB）利用大功率S波段卫星覆盖全国100%国土、利用S/U波段增补转发器覆盖卫星信号较弱区（利用UHF地面发射覆盖城市楼房密集区）、利用无线移动通信网络构建回传通道，实现交互，形成单向广播和双向互动相结合、中央和地方相结合的全程全网、无缝覆盖的系统。

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。

报告目录：

第一章 手持电视产业相关概述 20

第一节 手持电视的概述 20

一、手持电视的应用 20

二、手持电视的技术体系 21

三、手持电视的运营 21

第二节 手持电视业务范畴及业务特点 22

一、手持电视业务范畴 22

二、手持电视业务特点 24

三、专业术语及研究范畴 25

第二章 2014-2016年国际手持电视市场发展现状分析 26

第一节 2014-2016年世界手持电视产业发展概述 26

一、世界手持电视技术分析 26

二、国际品牌争食手持电视市场 27

三、手持电视价格分析	29
四、全球手机电视用户规模	29
第二节 2014-2016年欧洲手持电视市场发展情况分析	30
一、欧洲基于蜂窝移动网络的手机电视市场发展情况分析	30
二、欧洲数字广播式手持电视市场发展情况分析	30
三、欧盟确立手机电视标准	31
第三节 2017-2022年世界手持电视产业发展趋势分析	32
第三章 2014-2016年世界手持电视主要国家运行态势分析	33
第一节 美国	33
一、美国手机电视业务经营分析	33
二、美国手持电视用户规模	34
三、美国普及手机电视分析	35
第二节 日本	36
一、日本手机电视快速发展的诀窍	36
二、日本手持电视产业规模分析	37
第三节 韩国	38
一、韩国移动流媒体手机电视市场发展分析	38
二、韩国数字广播式手持电视市场发展分析	39
第四章 2014-2016年中国手持电视产业运行环境分析	41
第一节 2014-2016年中国宏观经济环境分析	41
一、中国GDP分析	41
二、消费价格指数分析	42
三、城乡居民收入分析	45
四、社会消费品零售总额	46
五、全社会固定资产投资分析	48
六、进出口总额及增长率分析	49
第二节 2014-2016年中国手持电视产业政策环境分析	51
一、广电及通信行业政府相关政策	51
二、业务管制	52
三、内容管制	54

四、管制政策与产业发展的相互影响	55
第三节 2014-2016年中国手持电视产业社会环境分析	57
一、人口环境分析	57
二、教育环境分析	60
三、文化环境分析	61
四、生态环境分析	62
第五章 2014-2016年中国手持电视市场发展态势分析	65
第一节 2014-2016年中国手持电视市场总体概述	65
一、市场进入关键期需上下游合作	65
二、手持电视信号已覆盖城市分析	68
三、手持电视用户预计	68
第二节 2014-2016年中国手持电视市场启动在即	69
第三节 2014-2016年我国手持电视面临的问题分析	70
一、管制问题	70
二、标准问题	70
三、频率资源问题	71
四、终端问题	72
五、资费问题	72
六、用户认知问题	73
第四节 手持电视国内产品价格走势及影响因素分析	73
一、国内产品2014-2016年价格回顾	73
二、国内产品当前市场价格及评述	74
三、国内产品价格影响因素分析	74
四、2017-2022年国内产品未来价格走势预测	75
第六章 2014-2016年中国手持电视产业市场运行态势分析	76
第一节 2014-2016年中国手持电视产业市场综述	76
一、手持电视市场规模分析	76
1、手持电视行业总体规模	76
2、手持电视产能概况	77
3、2014-2016年产能分析	77

4、2017-2022年产能预测	79
二、手持电视终端市场规模初显	79
三、手持电视品牌分析	80
第二节 2014-2016年基于广播网络的手持电视业务发展分析	80
一、北京悦龙	80
二、上海文广手机电视有限公司	81
三、广东电视移动传播有限公司	82
第七章 2014-2016年中国手持电视的技术及实现方式分析	83
第一节 基于移动蜂窝网络技术	83
第二节 基于地面广播电视网络的技术	85
一、DVB-H	85
二、T-DMB	89
三、MediaFLO	90
四、ISDB-T	92
第三节 基于卫星广播网络的技术	94
一、S-DMB	94
二、CMMB	100
第四节 各种实现方式的优缺点比较	106
一、三种不同技术的特点	106
二、点播式手机电视优劣势	107
三、广播式手机电视优劣势	107
四、T-DMB和DVB-H标准的优缺点分析	108
第五节 不同技术的应用情况	110
一、欧洲	110
二、美国	110
三、日本、韩国	111
四、目前已经开展的各项手机电视承载技术的试验情况	112
第八章 2014-2016年中国手持电视上下游产业链分析	114
第一节 手持电视行业上下游行业分析	114
一、上游行业分析	114

二、下游行业分析 122

第二节 2014-2016年基于广播网络的手持电视产业链分析 127

一、芯片制造商 127

二、终端厂商 133

三、CAS供应商 137

四、终端渠道经销商 139

五、消费用户 141

第九章 2014-2016年中国手持电视商业模式分析 143

第一节 移动主导模式 143

一、商业模式特征 143

二、产品及市场定位 143

三、盈利空间分析 144

四、商业模式发展演绎 144

第二节 广电主导模式 145

第三节 融合模式 146

第四节 商业模式的比较 148

一、电信运营商与广电运营商的SWOT分析 148

二、三种商业模式的比较 151

第十章 2014-2016年中国手持电视业务模式分析 154

第一节 手机电视商业化进程介绍 154

第二节 手持电视的业务实现方式 156

第三节 手机电视业务实现模式介绍 160

一、基于移动通信网络开展业务 160

二、利用广播频率开展业务 161

三、利用移动通信网络交换运营数据，广播频率下行视频业务的综合业务 164

第四节 2014-2016年中国手持电视运营分析 166

一、目标人群 166

二、运营模式 166

三、赢利模式 167

第五节 2014-2016年中国手机电视业务模式的分析 169

一、免费广播业务模式	169
二、用户付费业务模式	170
三、手机电视购物业务模式	170
四、手机电视互动业务盈利模式	171
第十一章 2014-2016年中国手机电视产业市场运行态势分析	174
第一节 2014-2016年手机电视市场发展现状分析	174
一、我国手持电视行业发展现状	174
二、中国手持电视产品技术分析	179
三、中国手持电视行业存在的问题	194
四、对中国手持电视市场的分析及思考	196
第二节 2014-2016年CMMB手机电视的发展分析	208
一、奥运后CMMB手机电视面临的局面剖析	208
二、CMMB手机电视进入大规模商用阶段	209
三、CMMB手机电视收费模式的思考	210
四、CMMB手机电视的运营与定位	211
五、CMMB手机电视的市场前景探析	211
第十二章 2017-2022年中国手持电视产业发展前景展望分析	213
第一节 2017-2022年中国手持电视的用户预测分析	213
一、全球手机电视终端市场发展预测	213
二、我国手持电视的用户预测	214
三、手机电视运营市场预测	215
第二节 2017-2022年中国手持电视行业发展前景预测分析	215
一、2017-2022年中国手持电视行业发展预测分析	215
二、未来手持电视发展分析	215
三、未来手持电视行业技术开发方向	219
四、总体行业"十三五"整体规划及预测	220
第三节 2017-2022年中国手持电视行业市场前景分析	222
一、产品差异化是企业发展的方向	222
二、渠道重心下沉	224

第十三章 2017-2022年中国手持电视行业投资战略研究 227

第一节 2014-2016年中国手持电视行业投资策略分析 227

一、手持电视投资策略 227

二、手持电视投资筹划策略 228

三、2016年手持电视品牌竞争战略 231

第二节 2017-2022年中国手持电视行业品牌建设策略 233

一、手持电视的规划 233

二、手持电视的建设 234

三、手持电视业成功之道 234

第十四章 市场指标预测及行业项目投资建议 235

第一节 中国手持电视行业市场发展趋势预测 235

第二节 手持电视产品投资机会 235

第三节 手持电视产品投资趋势分析 235

第四节 项目投资建议 236

一、行业投资环境考察 236

二、投资风险及控制策略 237

三、产品投资方向建议 237

四、项目投资建议 238

1、技术应用注意事项 238

2、项目投资注意事项 239

3、生产开发注意事项 242

4、销售注意事项 243

第十五章 手持电视行业市场竞争策略分析 245

第一节 行业竞争结构分析 245

一、现有企业间竞争 245

二、潜在进入者分析 245

三、替代品威胁分析 246

四、供应商议价能力 246

五、客户议价能力 247

第二节 手持电视市场竞争策略分析 248

- 一、手持电视市场增长潜力分析 248
- 二、手持电视产品竞争策略分析 249
- 三、典型企业产品竞争策略分析 250
- 第三节 手持电视企业竞争策略分析 251
 - 一、2017-2022年我国手持电视市场竞争趋势 251
 - 二、2017-2022年手持电视行业竞争格局展望 251
 - 三、2017-2022年手持电视行业竞争策略分析 252

第十六章 手持电视国内重点生产厂家分析 254

第一节 爱国者数码科技有限公司 254

- 一、企业基本概况 254
- 二、2014-2016年企业经营与财务状况分析 256
 - (一) 企业偿债能力分析 256
 - (二) 企业运营能力分析 258
 - (三) 企业盈利能力分析 261
- 三、2014-2016年企业竞争优势分析 262
- 四、企业未来发展战略与规划 265

第二节 中兴通讯股份有限公司 266

- 一、企业基本概况 266
- 二、2014-2016年企业经营与财务状况分析 266
 - (一) 企业偿债能力分析 266
 - (二) 企业运营能力分析 268
 - (三) 企业盈利能力分析 271
- 三、2014-2016年企业竞争优势分析 272
- 四、企业未来发展战略与规划 274

第三节 联想集团 275

- 一、企业基本概况 275
- 二、2014-2016年企业经营与财务状况分析 276
 - (一) 企业偿债能力分析 276
 - (二) 企业运营能力分析 278
 - (三) 企业盈利能力分析 281
- 三、2014-2016年企业竞争优势分析 282

四、企业未来发展战略与规划	282
第四节 长虹电子集团有限公司	283
一、企业基本情况	283
二、2014-2016年企业经营与财务状况分析	284
(一) 企业偿债能力分析	284
(二) 企业运营能力分析	286
(三) 企业盈利能力分析	289
三、2014-2016年企业竞争优势分析	290
四、企业未来发展战略与规划	293
第五节 创维集团有限公司	294
一、企业基本情况	294
二、2014-2016年企业经营与财务状况分析	295
(一) 企业偿债能力分析	295
(二) 企业运营能力分析	297
(三) 企业盈利能力分析	300
三、2014-2016年企业竞争优势分析	301
四、企业未来发展战略与规划	302
第六节 中国长城计算机深圳股份有限公司	302
一、企业基本情况	302
二、2014-2016年企业经营与财务状况分析	303
(一) 企业偿债能力分析	303
(二) 企业运营能力分析	305
(三) 企业盈利能力分析	308
三、2014-2016年企业竞争优势分析	310
四、企业未来发展战略与规划	311
第十七章 手持电视地区销售分析	312(AK WZY)
第一节 中国手持电视区域销售市场结构变化	312
第二节 手持电视"东北地区"销售分析	312
一、2014-2016年东北地区销售规模	312
二、东北地区"规格"销售分析	313
三、2017-2022年东北地区"规格"销售规模分析	313

第三节 手持电视"华北地区"销售分析	313
一、2014-2016年华北地区销售规模	313
二、华北地区"规格"销售分析	314
三、2017-2022年华北地区"规格"销售规模分析	314
第四节 手持电视"华南地区"销售分析	315
一、2014-2016年华南地区销售规模	315
二、华南地区"规格"销售分析	315
三、2017-2022年华南地区"规格"销售规模分析	315
第五节 手持电视"华东地区"销售分析	316
一、2014-2016年华东地区销售规模	316
二、华东地区"规格"销售分析	316
三、2017-2022年华东地区"规格"销售规模分析	316
第六节 手持电视"华中地区"销售分析	317
一、2014-2016年华中地区销售规模	317
二、华中地区"规格"销售分析	317
三、2017-2022年华中地区"规格"销售规模分析	318
第七节 手持电视"西北地区"销售分析	318
一、2014-2016年西北地区销售规模	318
二、西北地区"规格"销售分析	318
三、2017-2022年西北地区"规格"销售规模分析	319
第八节 手持电视"西南地区"销售分析	319
一、2014-2016年西南地区销售规模	319
二、西南地区"规格"销售分析	320
三、2017-2022年西南地区"规格"销售规模分析	320

图表目录：

图表1 美国移动VOD消费量以及移动电视和VOD用户数量的预测	34
图表2 1998-2016年国内生产总值季度累计同比增长率(%)	41
图表3 2000-2016年居民消费价格指数(上年同月=100)	44
图表4 2006-2016年农村居民人均纯收入及其增长速度	45
图表5 2006-2016年城镇居民人均可支配收入及其增长速度	46
图表6 2000-2016年社会消费品零售总额月度同比增长率(%)	47

图表7 2001-2016年固定资产投资完成额月度累计同比增长率(%) 48

图表8 2000-2016年出口总额月度同比增长率与进口总额月度同比增长率(%) 50

图表9 2006-2016年普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数60

图表10 移动多媒体广播电视系统总体构成 77

图表11 2015年中国集成电路产量分省市统计 115

图表12 2016年我国集成电路产量分省市统计 116

图表13 融合运营模式模拟图 147

图表14 电信和广电在IPTV市场上的SWTO分析 151

图表15 我国网民对便携式电子产品移动互联网功能和价格的选择分析175

图表16 台电 M55 197

图表17 OPPO K39 198

图表18 长城 C31 201

图表19 飞利浦 SA065 202

图表20 纽曼CTV50 203

图表21 爱国者 CM5228 204

图表22 近3年爱国者数码科技有限公司资产负债率变化情况 256

图表23 近3年爱国者数码科技有限公司产权比率变化情况 257

图表24 近3年爱国者数码科技有限公司固定资产周转次数情况 258

图表25 近3年爱国者数码科技有限公司流动资产周转次数变化情况 259

图表26 近3年爱国者数码科技有限公司总资产周转次数变化情况 260

图表27 近3年爱国者数码科技有限公司销售毛利率变化情况 261

图表28 近3年中兴通讯股份有限公司资产负债率变化情况 267

图表29 近3年中兴通讯股份有限公司产权比率变化情况 268

图表30 近3年中兴通讯股份有限公司固定资产周转次数情况 269

图表31 近3年中兴通讯股份有限公司流动资产周转次数变化情况 270

图表32 近3年中兴通讯股份有限公司总资产周转次数变化情况 271

图表33 近3年中兴通讯股份有限公司销售毛利率变化情况 272

图表34 近3年联想集团资产负债率变化情况 276

图表35 近3年联想集团产权比率变化情况 277

图表36 近3年联想集团固定资产周转次数情况 278

图表37 近3年联想集团流动资产周转次数变化情况 279

图表38 近3年联想集团总资产周转次数变化情况 280

图表39	近3年联想集团销售毛利率变化情况	281
图表40	近3年长虹电子集团有限公司资产负债率变化情况	284
图表41	近3年长虹电子集团有限公司产权比率变化情况	285
图表42	近3年长虹电子集团有限公司固定资产周转次数情况	286
图表43	近3年长虹电子集团有限公司流动资产周转次数变化情况	287
图表44	近3年长虹电子集团有限公司总资产周转次数变化情况	288
图表45	近3年长虹电子集团有限公司销售毛利率变化情况	289
图表46	近3年创维集团有限公司资产负债率变化情况	295
图表47	近3年创维集团有限公司产权比率变化情况	296
图表48	近3年创维集团有限公司固定资产周转次数情况	297
图表49	近3年创维集团有限公司流动资产周转次数变化情况	298
图表50	近3年创维集团有限公司总资产周转次数变化情况	299
图表51	近3年创维集团有限公司销售毛利率变化情况	300
图表52	近3年中国长城计算机深圳股份有限公司资产负债率变化情况	304
图表53	近3年中国长城计算机深圳股份有限公司产权比率变化情况	305
图表54	近3年中国长城计算机深圳股份有限公司固定资产周转次数情况	306
图表55	近3年中国长城计算机深圳股份有限公司流动资产周转次数变化情况	307
图表56	近3年中国长城计算机深圳股份有限公司总资产周转次数变化情况	308
图表57	近3年中国长城计算机深圳股份有限公司销售毛利率变化情况	309
图表58	2012-2016年我国手持电视区域销售市场结构占比	312

表格目录：

表格1	近4年爱国者数码科技有限公司资产负债率变化情况	256
表格2	近4年爱国者数码科技有限公司产权比率变化情况	257
表格3	近4年爱国者数码科技有限公司固定资产周转次数情况	258
表格4	近4年爱国者数码科技有限公司流动资产周转次数变化情况	259
表格5	近4年爱国者数码科技有限公司总资产周转次数变化情况	260
表格6	近4年爱国者数码科技有限公司销售毛利率变化情况	261
表格7	近4年中兴通讯股份有限公司资产负债率变化情况	266
表格8	近4年中兴通讯股份有限公司产权比率变化情况	267
表格9	近4年中兴通讯股份有限公司固定资产周转次数情况	268
表格10	近4年中兴通讯股份有限公司流动资产周转次数变化情况	269

表格11 近4年中兴通讯股份有限公司总资产周转次数变化情况 270

表格12 近4年中兴通讯股份有限公司销售毛利率变化情况 271

表格13 近4年联想集团资产负债率变化情况 276

表格14 近4年联想集团产权比率变化情况 277

表格15 近4年联想集团固定资产周转次数情况 278

表格16 近4年联想集团流动资产周转次数变化情况 279

表格17 近4年联想集团总资产周转次数变化情况 280

表格18 近4年联想集团销售毛利率变化情况 281

表格19 近4年长虹电子集团有限公司资产负债率变化情况 284

表格20 近4年长虹电子集团有限公司产权比率变化情况 285

表格21 近4年长虹电子集团有限公司固定资产周转次数情况 286

表格22 近4年长虹电子集团有限公司流动资产周转次数变化情况 287

表格23 近4年长虹电子集团有限公司总资产周转次数变化情况 288

表格24 近4年长虹电子集团有限公司销售毛利率变化情况 289

表格25 近4年创维集团有限公司资产负债率变化情况 295

表格26 近4年创维集团有限公司产权比率变化情况 296

表格27 近4年创维集团有限公司固定资产周转次数情况 297

表格28 近4年创维集团有限公司流动资产周转次数变化情况 298

表格29 近4年创维集团有限公司总资产周转次数变化情况 299

表格30 近4年创维集团有限公司销售毛利率变化情况 300

表格31 近4年中国长城计算机深圳股份有限公司资产负债率变化情况304

表格32 近4年中国长城计算机深圳股份有限公司产权比率变化情况 305

表格33 近4年中国长城计算机深圳股份有限公司固定资产周转次数情况306

表格34 近4年中国长城计算机深圳股份有限公司流动资产周转次数变化情况307

表格35 近4年中国长城计算机深圳股份有限公司总资产周转次数变化情况308

表格36 近4年中国长城计算机深圳股份有限公司销售毛利率变化情况309

表格37 2014-2016年同期东北地区手持电视行业产销能力 312

表格38 2014-2016年东北地区手持电视行业盈利能力表 313

表格39 2017-2022年同期东北地区手持电视行业市场规模预测313

表格40 2014-2016年同期华北地区手持电视行业产销能力 313

表格41 2014-2016年华北地区手持电视行业盈利能力表 314

表格42 2017-2022年同期华北地区手持电视行业市场规模预测314

表格43 2014-2016年同期华南地区手持电视行业产销能力 315
表格44 2014-2016年华南地区手持电视行业盈利能力表 315
表格45 2017-2022年同期华南地区手持电视行业市场规模预测315
表格46 2014-2016年同期华东地区手持电视行业产销能力 316
表格47 2014-2016年华东地区手持电视行业盈利能力表 316
表格48 2017-2022年同期华东地区手持电视行业市场规模预测316
表格49 2014-2016年同期华中地区手持电视行业产销能力 317
表格50 2014-2016年华中地区手持电视行业盈利能力表 317
表格51 2017-2022年同期华中地区手持电视行业市场规模预测318
表格52 2014-2016年同期西北地区手持电视行业产销能力 318
表格53 2014-2016年西北地区手持电视行业盈利能力表 318
表格54 2017-2022年同期西北地区手持电视行业市场规模预测319
表格55 2014-2016年同期西南地区手持电视行业产销能力 319
表格56 2014-2016年西南地区手持电视行业盈利能力表 320
表格57 2017-2022年同期西南地区手持电视行业市场规模预测320
略……

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/285020.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。