



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2012年连锁超市行业竞争 格局与投资战略研究咨询报告

一、调研说明

《2009-2012年连锁超市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/134847.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

2009年1-7月份，我国消费增长势头旺盛，商品市场保持了平稳较快发展的良好态势。1-7月份，社会消费品零售总额6.86万亿元，同比增长15%，扣除价格因素，实际增长16.9%，比上年同期提高3.3个百分点，比上半年提高0.3个百分点。7月当月社会消费品零售总额9937亿元，同比增长15.2%，扣除价格因素，实际增长18.1%，比6月份提高0.4个百分点，已连续5个月上升。1-7月份千家重点零售企业销售额同比增速比上半年加快0.5个百分点。国内市场消费增速加快，主要得益于以下因素：一是宏观经济企稳回升态势明显，资本市场信心明显增强，GDP增速进一步加快；二是家电、汽车、住房等大宗消费回暖态势明显；三是受暑期因素影响，旅游、文化等服务消费增多，带动了整体消费。在价格方面，居民消费价格止跌持平。1-7月份，农村消费增速继续快于城市，中西部地区消费增幅高于东部。在家电、汽车下乡等政策措施带动下，1-5月农村社会消费品零售额增长快于城市约2个百分点，改变了多年来农村消费增长持续慢于城市的格局。1-5月，中部地区省市消费增速均在18%以上，西部地区增速均在17%以上，而东部省市增速则大都在15%以内。2009年以来，各个部门采取多项措施发展和培育国内市场，扩大消费需求，主要体现在四个方面：积极促进农村消费；大力促进城镇消费；不断完善商业环境；进一步完善市场调控和管理。目前，国内消费信心持续回升，预计下半年国内市场销售将继续保持平稳较快的发展态势。

2009年上半年北京市社会消费品零售额达到2502.4亿元，同比增长13.2%。在经济下行的大环境下，各业态上半年实现平稳增长。同时，企业应对危机也积累了一些经验，并为下半年抢占节日消费市场做好了准备。经营生活必需品的超市，受金融风暴影响较小，尽管客单单笔交易额有所下降，但超市加大了对双休日等假日的促销力度，上半年整体销售额仍保持了一定增长。不过，由于竞相降价促销，商家的毛利率出现了下降。另外，随着商铺租金的下降，下半年连锁超市开店步伐将进一步加快，并重点在二三线城市布局销售网络。各业态商家在这场全球金融风暴中有得也有失。前几年的快速发展得到了降温，此前暴露出的零供矛盾、盲目追求高端等问题得到了及时调整。下半年不仅是商业金九银十的传统旺季，也有圣诞节、元旦等硬性节日消费需求，加上上半年沉淀下来的应对经验，下半年商业企业将获得迅猛发展。尽管金融危机导致消费需求萎缩，但连锁超市纷纷抓住经济触底时机，争相攻城略地，新增店面遍地开花，旧店改造一茬接一茬，同时通过多种低价促销方式弥补增速乏力的影响。上半年各超市的销售额保持了一定的增长，但毛利率出现下降。根据中国连锁协会的统计，2009年一季度，超市行业整体销售同比增7%左右，利润增5%左右。2009年一季度物美新开大型超市两家，便利超市8家，京客隆新增店铺14家、旧店改造4家，沃尔玛上半年开店数约30家。随着商铺租金的下降，下半年连锁超市开店步伐将进一步加快，并重点在二三线城市布局销售网络。同时，连锁超市加大了双休日和节假日的促销力度，通过多种促销形

式拉动消费需求，各大超市还开展农超对接，优化生鲜产品采购渠道，推出接近批发市场的生鲜产品价格，形成聚客力，带动超市整体的消费增长。

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、国家发改委、国务院发展研究中心、中国商业联合会、中国连锁经营协会、中国经济景气监测中心、国内外多种相关报刊杂志的基础信息以及专业研究单位等公布、提供的大量的内容翔实、统计精确的资料和数据，对我国零售业发展情况、连锁经营业、超市业发展状况、超市业市场格局、超市企业竞争以及连锁经营热点等进行了多方面深度剖析。本报告全面展示连锁超市业现状，并揭示连锁超市业未来发展趋势和相应的发展策略，是连锁超市企业准确了解目前连锁超市业发展动态，把握企业定位、制定企业战略的重要决策依据。

目录

CONTENTS

第一部分 行业发展现状

第一章 中国零售业发展分析

第一节 中国零售业发展概况

一、零售业态定义

二、零售业态分类和基本特点

三、中国零售业市场规模

第二节 我国商业零售业发展分析

一、2009年上半年零售行业发展态势

二、2008-2009年中国零售业发展态势

三、我国商业零售业发展存在问题

四、我国商业零售业发展策略

第三节 零售业市场竞争分析

一、中国零售民企竞争发展状况

二、本土零售企业优劣势分析

三、中国零售业竞争格局

四、2009年中国区域零售业竞争格局

五、我国零售业竞争战略

第四节 零售业发展趋势分析

一、零售业公司品牌化趋势

二、零售业发展趋势分析

三、零售业发展趋向分析

第二章 中国连锁经营发展分析

第一节 中国连锁经营发展概况

一、连锁经营定义

二、连锁经营发展历程

三、连锁经营特点

四、连锁经营条件分析

五、连锁经营分类

第二节 中国连锁经营分析

一、连锁经营困惑分析

二、创业者加盟连锁困惑分析

三、中国连锁经营沿革情况

四、连锁经营市场机会分析

五、连锁经营基本内容

六、连锁经营"四化"管理

七、连锁经营特征

八、连锁经营条件

九、中国连锁经营现状

十、2009年中国连锁业发展趋向

第三节 中国连锁经营人才策略分析

一、连锁经营人才状况分析

二、连锁企业人才流失原因分析

三、连锁企业人才战略

第三章 中国连锁超市发展分析

第一节 中国连锁超市市场分析

一、超市消费者购买行为分析

二、连锁超市市场绩效分析

三、连锁超市进入农村市场优势分析

第二节 连锁超市发展现状分析

- 一、零售连锁行业发展状况
- 二、2009年零售连锁行业发展分析
- 三、连锁超市发展差异分析
- 四、2009年我国连锁超市发展方向分析
- 第三节 电子商务在连锁超市中的应用
 - 一、连锁超市企业电子商务模式分析
 - 二、连锁超市企业发展电子商务问题
 - 三、连锁超市企业发展电子商务策略
- 第四节 我国连锁超市存在问题及发展策略
 - 一、超市和连锁超市含义
 - 二、我国连锁超市发展中存在问题
 - 三、我国连锁超市发展途径
- 第五节 连锁超市供应商发展分析
 - 一、2009年上半年零售业供应商发展状况
 - 二、2009年供货商与超市关系现状
 - 三、2009年下半年超市供货商发展动向
 - 四、供货商与零售商关系发展策略

第四章 连锁超市区域市场分析

- 第一节 2009年北京连锁超市发展状况
 - 一、北京超市塑料袋用量情况
 - 二、北京大型超市新服务
 - 三、北京大中商场超市建设情况
- 第二节 广东连锁超市市场分析
 - 一、2009年广东江门市游超市建设情况
 - 二、2009年上半年东莞中外超市竞争状况
 - 三、2009年深圳超市业发展状况
- 第三节 上海连锁超市市场分析
 - 一、上海连锁超市现状
 - 二、上海连锁超市发展历程
 - 三、上海连锁超市与外资超市竞争状况
 - 四、上海连锁超市发展趋势

第四节 其他地区连锁超市发展分析

- 一、2009年杭州乡镇连锁超市建设情况
- 二、2009年南京超市连锁竞争状况
- 三、2009年重庆超市发展情况
- 四、2009年郑州连锁超市自建物流情况

第五章 连锁超市物流分析

第一节 连锁超市逆向物流管理

- 一、超市逆向物流特征
- 二、超市逆向物流管理现状
- 三、超市逆向物流管理对策

第二节 连锁超市物流发展分析

- 一、中国连锁超市物流现状及其模式
- 二、连锁超市物流系统竞争力建设
- 三、大型连锁超市中物流配送
- 四、我国连锁超市物流配送体系建设分析

第三节 超市物流配送中心模式

- 一、连锁超市配送中心作用
- 二、我国连锁超市配送中心建设问题
- 三、我国连锁超市配送中心建设模式
- 四、连锁超市配送中心发展总体趋势

第六章 农业与连锁超市关联分析

第一节 中国农产品和农资连锁经营

- 一、中国农产品和农资连锁经营现状
- 二、中国农产品和农资连锁经营前景
- 三、中国农产品和农资连锁经营政策
- 四、农村连锁超市商机分析

第二节 大型超市与农业产业化

- 一、农业产业化概述
- 二、超市与农业产业化
- 三、超市促进农业产业化成功模式

四、大型超市与农业产业化协调策略

第二部分 行业竞争格局

第七章 连锁超市行业竞争分析

第一节 国外连锁超市在华竞争状况

一、国外连锁超市在华发展问题分析

二、国外连锁超市在华发展状况

三、本土超市与国外超市竞争状况

第二节 中国连锁超市产业竞争环境分析

一、目前市场上的参与者之间的竞争

二、有威胁的替代行业现状

三、具有进入可能性或进入中的新参与者

四、上游供应商、参与者与下游客户的关系

第三节 2008-2009年中国连锁超市行业竞争分析及预测

一、2008年连锁超市市场竞争情况分析

二、2009年连锁超市市场竞争形势分析

三、2008-2009年集中度分析及预测

四、2008-2009年SWOT分析及预测

五、2008-2009年进入退出状况分析及预测

六、2008-2009年生命周期分析及预测

第八章 连锁超市企业竞争策略分析

第一节 连锁超市市场竞争策略分析

一、2009年连锁超市市场增长潜力分析

二、2009年连锁超市主要潜力项目分析

三、现有连锁超市竞争策略分析

四、连锁超市潜力项目竞争策略选择

五、典型企业项目竞争策略分析

第二节 连锁超市企业竞争策略分析

一、金融危机对连锁超市行业竞争格局的影响

二、金融危机后连锁超市行业竞争格局的变化

三、2009-2012年我国连锁超市市场竞争趋势

- 四、2009-2012年连锁超市行业竞争格局展望
- 五、2009-2012年连锁超市行业竞争策略分析
- 六、2009-2012年连锁超市企业竞争策略分析

第九章 重点连锁超市企业分析

第一节 沃尔玛

- 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 家乐福

- 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 麦德龙

- 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 卜蜂莲花

- 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 欧尚(中国)投资有限公司

- 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 上海百联（集团）有限公司

- 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 大商集团有限公司

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 北京华联集团投资控股有限公司

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 华润万家有限公司

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 苏果超市有限公司

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

第十章 连锁超市行业发展趋势预测

第一节 连锁超市行业前景分析

一、未来连锁超市的发展趋势展望

二、中国连锁超市未来发展前景广阔

三、2009年我国连锁超市产业发展趋势

四、2009年中国连锁超市市场发展预测

五、2009-2012年连锁超市发展方向探讨

六、2008-2011年连锁超市市场规模预测

第二节 2009-2012年连锁超市市场趋势分析

一、2008-2009年连锁超市市场趋势总结

二、2009-2012年连锁超市发展趋势分析

三、2009-2012年连锁超市市场发展空间

四、2009-2012年连锁超市产业政策趋向

五、2009-2012年连锁超市价格走势分析

第三节 2009-2012年连锁超市市场预测

一、2009-2012年连锁超市市场结构预测

二、2009-2012年连锁超市市场需求前景

三、2009-2012年连锁超市市场价格预测

四、2009-2012年连锁超市行业集中度预测

第四部分 投资战略研究

第十一章 连锁超市行业投资现状分析

第一节 2008年连锁超市行业投资情况分析

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年上半年连锁超市行业投资情况分析

一、2009年上半年总体投资及结构

二、2009年上半年投资规模情况

三、2009年上半年投资增速情况

四、2009年上半年分行业投资分析

五、2009年上半年分地区投资分析

六、2009年上半年外商投资情况

第十二章 连锁超市行业投资环境分析

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年连锁超市行业政策环境
- 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

第十三章 连锁超市行业投资机会与风险

第一节 连锁超市行业投资效益分析

- 一、2008-2009年连锁超市行业投资状况分析
- 二、2009-2012年连锁超市行业投资效益分析
- 三、2009-2012年连锁超市行业投资趋势预测
- 四、2009-2012年连锁超市行业的投资方向
- 五、2009-2012年连锁超市行业投资的建议
- 六、新进入者应注意的障碍因素分析

第二节 影响连锁超市行业发展的主要因素

- 一、2009-2012年影响连锁超市行业运行的有利因素分析
- 二、2009-2012年影响连锁超市行业运行的稳定因素分析
- 三、2009-2012年影响连锁超市行业运行的不利因素分析
- 四、2009-2012年我国连锁超市行业发展面临的挑战分析
- 五、2009-2012年我国连锁超市行业发展面临的机遇分析

第三节 连锁超市行业投资风险及控制策略分析

- 一、2009-2012年连锁超市行业市场风险及控制策略
- 二、2009-2012年连锁超市行业政策风险及控制策略
- 三、2009-2012年连锁超市行业经营风险及控制策略
- 四、2009-2012年连锁超市同业竞争风险及控制策略
- 五、2009-2012年连锁超市行业其他风险及控制策略

第十四章 连锁超市行业投资战略研究

第一节 连锁超市行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、业务组合战略

三、区域战略规划

四、产业战略规划

五、营销品牌战略

六、竞争战略规划

第二节 对连锁超市品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、连锁超市实施品牌战略的意义

三、连锁超市企业品牌的现状分析

四、连锁超市企业的品牌战略

五、连锁超市品牌战略管理的策略

第三节 连锁超市行业投资战略研究

一、2008年连锁超市行业投资战略

二、2009年连锁超市行业投资战略

三、2009-2012年连锁超市行业投资战略

四、2009-2012年细分行业投资战略

第十五章 连锁超市发展策略分析

第一节 我国连锁超市发展策略选择

一、目标市场定位

二、合理选址布局

三、业态及发展战略

四、培育企业核心竞争力

五、高素质人才

六、规范公司运营

第二节 我国连锁超市实行DCM策略

一、连锁超市DCM必要性分析

二、我国连锁超市DCM现存问题

三、我国连锁超市实现DCM对策

第三节 连锁超市赢利模式转变分析

一、超市通道费用赢利模式市场基础

二、通道费用赢利模式弊端

三、供应链管理转换超市赢利模式

第四节 中国连锁超市品牌经营分析

一、品牌及品牌经营概述

二、连锁超市品牌经营意义

三、连锁超市品牌经营状况

四、连锁超市品牌经营策略

图表目录

图表：服务业三种类型的营销

图表：西方连锁商店的兴起

图表：顾客在超市选购商品时最看重的因素

图表：影响顾客光顾超市的因素

图表：顾客判断超市价位的依据

图表：顾客对卖场人员服务的需求情况

图表：顾客对超市叫卖和促销员推销商品的看法

图表：中国大型连锁综合超市顾客满意度验证性因子分析

图表：综合超市消费者满意度测量模型

图表：中国大型连锁综合超市顾客满意度PLS模型系数与结构变量的平均分

图表：中国大型连锁综合超市顾客满意度影响要素重要性与企业表现二维平面图

图表：中国大型连锁综合超市价对格顾客的影响

图表：中国大型连锁综合超市品牌对顾客的影响

图表：中国大型连锁综合超市店内商品对顾客的影响

图表：中国大型连锁综合超市购物环境对顾客的影响

图表：中国大型连锁综合超市人员服务对顾客的影响

图表：中国大型连锁综合超市结账过程对顾客的影响

图表：中国大型连锁综合超市售后服务对顾客的影响

图表：中国大型连锁综合超市商店政策对顾客的影响

图表：中国大型连锁综合超市商店设施对顾客的影响

图表：中国大型连锁综合超市购物便利对顾客的影响

图表：中国大型连锁综合超市顾客忠诚度调查

图表：中国大型连锁综合超市顾客对内外资超市比较

图表：中外连锁超市毛利率对比

图表：中外食品超市平均利率对比

图表：中外大型超市平均利率对比

图表：中外连锁超市长期负债/中资产对比

图表：中外连锁超市短期负债/总资产对比

图表：中外连锁超市长短期负债/总资产对比

图表：2008-2009年社会消费品零售总额增速

图表：2009年上半年限额以上批发和零售业商品类别零售额同比增长

图表：2009年上半年预增零售上市公司

图表：2009年上半年城镇居民人均可支配收入实际增长

图表：2009年上半年农村居民人均现金收入实际增长

图表：2008-2009年零售业数据预测与估值

图表：家乐福发展历程图

图表：家乐福在中国发展情况

图表：2008-2009年5月CPI、PPI涨幅走势图

图表：2008-2009年5月全国70大中城市房价涨幅走势图

图表：2008-2009年5月进出口总值

图表：2009年上半年GDP累计增速

图表：2009年6月CPI增速情况

图表：2009年上半年货币供应量情况

图表：2009年上半年投资、消费及出口增长情况

图表：2009年上半年工业增加值增速情况

图表：2009年上半年经济数据分析

图表：2009年上半年宏观经济价格指数

图表：2009年上半年宏观经济增长指标

图表：2009年上半年宏观经济外贸指标

图表：2009年上半年宏观经济金融指标

图表：1995-2009年6月我国CPI走势图

图表：1995-2009年6月我国PPI走势图

图表：1991-2009年上半年GDP增长趋势

图表：2008-2009年6月CPI&PPI走势图

图表：2008-2009年上半年银行新增信贷走势

图表：2008-2009年上半年我国进出口增幅走势图

图表：2008-2009年上半年外储余额走势图

图表：2008-2009年上半年FDI趋势图

图表：2008-2009年上半年工业增加值增幅走势

图表：2008-2009年上半年我国主要税种同比增幅

图表：2008-2009年7月我国财政收入同比、环比增长速度走势图

图表：2008-2009年7月进出口总值

图表：2008-2009年7月CPI、PPI涨幅走势图

图表：2009年7月工业增加值增幅走势

图表：2008-2009年7月房价走势图

图表：2008-2009年7月银行新增信贷走势

图表：2008年1月居民消费价格分类指数分析

图表：2008年2月居民消费价格分类指数分析

图表：2008年3月居民消费价格分类指数分析

图表：2008年4月居民消费价格分类指数分析

图表：2008年5月居民消费价格分类指数分析

图表：2008年6月居民消费价格分类指数分析

图表：2008年7月居民消费价格分类指数分析

图表：2008年8月居民消费价格分类指数分析

图表：2008年9月居民消费价格分类指数分析

图表：2008年10月居民消费价格分类指数分析

图表：2008年11月居民消费价格分类指数分析

图表：2008年12月居民消费价格分类指数分析

图表：2009年1月居民消费价格分类指数分析

图表：2009年2月居民消费价格分类指数分析

图表：2009年3月居民消费价格分类指数分析

图表：2009年4月居民消费价格分类指数分析

图表：2009年5月居民消费价格分类指数分析

图表：2009年6月居民消费价格分类指数分析

图表：2009年1-2月城镇固定资产投资情况

图表：2009年1-3月城镇固定资产投资情况

图表：2009年1-4月城镇固定资产投资情况

图表：2009年1-5月城镇固定资产投资情况

图表：2009年1-6月城镇固定资产投资情况

图表：2009年1-2月各行业城镇投资情况

图表：2009年1-3月各行业城镇投资情况

图表：2009年1-4月各行业城镇投资情况

图表：2009年1-5月各行业城镇投资情况

图表：2009年1-6月各行业城镇投资情况

图表：2009年1-2月各地区城镇投资情况

图表：2009年1-3月各地区城镇投资情况

图表：2009年1-4月各地区城镇投资情况

图表：2009年1-5月各地区城镇投资情况

图表：2009年1-6月各地区城镇投资情况

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/134847.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。