



艾凯咨询
ICAN Consulting

2010-2015年中国旅游地产行业 市场分析与投资前景预测报告

一、调研说明

《2010-2015年中国旅游地产行业市场分析与投资前景预测报告》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/151298.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

摘要

所有这些依托周边丰富的旅游资源而建的、有别于传统住宅项目的融旅游、休闲、度假、居住为一体的置业项目,可称为旅游房地产.较之一般的住宅,旅游房地产的特点和优势在于它是旅游业和房地产业的无缝嫁接,具有更好的自然景观、建筑景观,同时拥有完善的配套功能和极高的投资价值

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、国家经济信息中心、全国商业信息中心、国内外相关报刊杂志的基础信息,对我国旅游地产行业的供给与需求状况、市场格局与分布、部分地区旅游地产市场的发展状况、旅游地产消费态势等进行了分析。报告重点分析了我国旅游地产市场的竞争状况、行业发展形势与企业的发展对策,还对旅游地产未来发展趋势进行了研判,是旅游地产生产企业、经营企业、科研机构等单位准确了解目前旅游地产行业发展动态,把握企业定位和发展方向不可多得的决策参考依据。

目录

第一章 2009-2010年中国旅游地产行业的发展环境

第一节 国内宏观经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2010年中国宏观经济发展预测分析

第二节 政策环境

- 一、《旅游资源保护暂行办法》
- 二、《关于进一步促进旅游业发展的意见》
- 三、《城市房地产开发经营管理条例》
- 四《关于促进房地产市场健康发展的若干意见》
- 五、我国二套房贷款政策趋紧

第三节 行业环境

- 一、国内房地产市场发展现状
- 二、我国房地产市场面临深化调整
- 三、中国旅游业发展现状
- 四、中国旅游业发展走势分析

第二章 旅游地产定义及分类

第一节 旅游地产的概念及分类

一、旅游地产的概念

二、旅游地产的基本要素

三、旅游地产的主要形式

第二节 旅游地产的分类

一、旅游景点地产

二、旅游商务地产

三、旅游度假地产

四、旅游住宅地产

第三章 2009-2010年中国旅游地产市场总体分析

第一节 2009-2010年中国旅游地产市场发展概况

一、我国旅游地产行业发展回顾

二、中国旅游地产行业发展特征

三、中国旅游房地产市场的需求分析

四、国内休闲旅游地产市场发展迅猛

五、我国旅游房地产业进入发展新阶段

六、我国旅游地产市场机遇与挑战并存

第二节 2009-2010年中国游地产项目开发模式

一、民俗休闲地产开发模式

二、生态休闲地产开发模式

三、文化休闲地产开发模式

四、商务休闲地产开发模式

第三节 中国旅游地产开发的经典案例

一、京津新城

二、成都芙蓉古城

三、西安曲江新城

四、深圳东部华侨城

第四节 2009-2010年中国旅游地产业发展中存在的问题

一、旅游房地产市场存在的主要问题

二、国内旅游房地产市场发展面临的挑战

三、制约中国旅游地产业发展的因素

四、我国旅游房地产市场的发展瓶颈

第五节 2009-2010年中国促进旅游地产市场发展的对策措施

第四章 2009-2010年中国主题公园发展现状分析

第一节 2009-2010年中国主题公园行业特性分析

一、高投入高成本

二、明显的生命周期性

三、主题产品衍生产业尚未形成

四、客源市场集中在国内和亚洲文化圈

第二节 2009-2010年中国主题公园发展现状描述

一、主题公园的类型

二、主题公园的数量

三、主题公园的地域分布

四、主题公园的经营模式

五、主题公园的盈利状况

第三节 2009-2010年中国大型主题公园发展的影响因素分析

一、客源市场和交通条件

二、区域经济发展水平

三、城市旅游感知形象

四、空间集聚和竞争

第四节 2009-2010年中国主题公园的发展特点分析

一、总体发展速度快

二、公园种类齐全

三、发展理念的不断发展

四、投资主体多元化

五、制作手段趋向高科技化

第五节 2009-2010年主题公园差异化虚拟经营模式的建立

一、主题公园分类

二、确定主题公园的核心竞争优势

三、建立信息技术和通讯网络的支撑平台

四、选择合作伙伴

五、实现利益均衡

第五章 2009-2010年中国其它旅游地产的开发与运作分析

第一节 田园旅游地产

- 一、田园旅游地产的产品类型
- 二、田园旅游地产的运作模式
- 三、田园旅游地产开发中的土地流转

第二节 度假酒店

- 一、度假型酒店的经营原则
- 二、度假酒店发展连锁经营的条件
- 三、主题经营可提升度假酒店竞争力
- 四、我国度假酒店向多元化方向发展
- 五、未来中国度假型酒店将迎来大发展

第三节 城郊旅游地产

- 一、城郊开发旅游地产的意义及有利条件
- 二、城郊旅游地产的开发思路
- 三、城郊旅游地产的发展形式
- 四、城郊旅游地产的开发模式
- 五、土地政策影响城郊旅游地产开发

第四节 山野旅游地产

- 一、山野旅游地产的产品类型
- 二、山野旅游地产的景观设计
- 三、山野旅游地产开发中的土地问题

第六章 2009-2010年海南旅游地产业发展状况

第一节 海南发展旅游地产的必要性

- 一、海南积极推进国际旅游岛建设
- 二、旅游房地产是国际旅游岛建设的重要元素
- 三、旅游房地产助推海南国民经济持续健康发展
- 四、旅游房地产发展是国际旅游岛建设的永续动力

第二节 2009-2010年海南旅游地产业发展概况

- 一、海南旅游地产行业发展综述

- 二、海南旅游房地产市场保持良好发展势头
- 三、海南旅游地产市场掀起投资热潮
- 四、宏观调控助力海南旅游地产理性发展
- 五、海南旅游房地产市场存在的问题及发展对策

第三节 2009-2010年海南省内主要旅游地产市场分析

- 一、三亚政府多措并举助推旅游地产发展
- 二、海口旅游地产市场蕴藏发展潜力
- 三、琼海市旅游房地产投资力度加大

第四节 海南旅游地产业发展战略及规划

第七章 2009-2010年中国其他地区旅游地产业发展分析

第一节 云南

- 一、云南旅游地产开发综述
- 二、云南省加速推进旅游地产业优化升级
- 三、云南旅游地产行业持续快速发展
- 四、云南旅游地产开发从自发向自觉转变
- 五、云南旅游地产建设与民族情结

第二节 成都

- 一、成都旅游地产市场持续扩张
- 二、成都旅游地产的开发模式简述
- 三、成都郊区旅游地产供需研究
- 四、成都旅游地产的发展趋势

第三节 青岛

- 一、青岛旅游地产业的发展潜力
- 二、青岛旅游房地产行业迎来发展机遇
- 三、制约青岛旅游地产业发展的主要因素

第四节 其他

- 一、安徽旅游地产发展步伐加快
- 二、浙江省旅游地产市场开发浅析
- 三、天津旅游地产市场进一步升温
- 四、西安加速旅游地产业发展壮大
- 五、武汉市旅游房地产业发展概况

第八章 旅游地产项目开发的定位分析

第一节 影响旅游地产项目定位的因素

- 一、宏观背景
- 二、相关政策
- 三、旅游与地产的关系

第二节 旅游地产项目的主题定位

- 一、市场分析
- 二、项目资源分析
- 三、主题定位

第三节 旅游地产项目的产品定位

- 一、旅游产品定位
- 二、旅游地产产品定位
- 三、产品定位应注意的问题

第九章 2010-2015年中国旅游地产市场投资分析

第一节 2010-2015年中国旅游地产市场投资机遇

- 一、分时度假体系和便捷交通加速旅游地产发展
- 二、金融危机下我国旅游地产业逆势扩张
- 三、城市旅游地产迎来投资机遇
- 四、旅游房地产市场的投资潜力
- 五、旅游地产市场投资商机凸显

第二节 2010-2015年中国旅游地产市场投资概况

- 一、国内旅游地产市场掀起投资热潮
- 二、二线城市旅游地产市场投资趋热
- 三、旅游地产消费成个人投资新亮点
- 四、旅游商业地产项目投资方式简介
- 五、旅游房地产市场投资趋势

第三节 2010-2015年中国旅游地产市场投融资模式

- 一、BOT或BT模式
- 二、“一条龙”模式
- 三、核心引爆模式
- 四、单一主题模式

第四节 2010-2015年中国旅游地产市场投资风险

一、市场风险

二、制度风险

三、管理风险

四、财务风险

第五节 2010-2015年中国旅游地产市场旅游房地产项目投资策略

第十章 2010-2015年中国旅游地产市场发展趋势及前景预测

第一节 2010-2015年中国旅游地产市场的发展趋势

一、我国旅游地产市场未来发展走势

二、旅游地产的规划开发向专业化发展

三、旅游地产开发趋向多元化纵深化

四、旅游地产开发由重销售转向重经营

第二节 2010-2015年中国旅游地产市场前景展望

一、旅游房地产市场潜力巨大

二、我国旅游地产行业将步入快速发展期

三、旅游地产市场前景广阔

图表目录：（部分）

图表：2005-2009年国内生产总值

图表：2005-2009年居民消费价格涨跌幅度

图表：2009年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2009年年末国家外汇储备

图表：2005-2009年财政收入

图表：2005-2009年全社会固定资产投资

图表：2009年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2009年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2009年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表：2008年1-12月全国房地产开发投资完成情况

图表：2008年1-12月东部地区房地产开发投资完成情况

图表：2008年1-12月中部地区房地产开发投资完成情况

图表：2008年1-12月西部地区房地产开发投资完成情况

图表：2008年1-12月全国商品房销售情况

图表：2008年1-12月东部地区商品房销售情况

图表：2008年1-12月中部地区商品房销售情况

图表：2008年1-12月西部地区商品房销售情况

图表：2009年1-5月全国房地产开发投资完成情况

图表：2009年1-5月东部地区房地产开发投资完成情况

图表：2009年1-5月中部地区房地产开发投资完成情况

图表：2009年1-5月西部地区房地产开发投资完成情况

图表：2009年1-5月全国商品房销售情况

图表：2009年1-5月东部地区商品房销售情况

图表：2009年1-5月中部地区商品房销售情况

图表：2009年1-5月西部地区商品房销售情况

图表：2008年10月份70个大中城市房屋销售价格指数（一）

图表：2008年10月份70个大中城市房屋销售价格指数（二）

图表：2008年10月份70个大中城市房屋销售价格指数（三）

图表：2008年10月份70个大中城市房屋销售价格指数（四）

图表：2008年10月份70个大中城市房屋销售价格指数（五）

图表：2008年10月份70个大中城市房屋销售价格指数（六）

图表：2008年10月份70个大中城市房屋销售价格指数（七）

图表：2008年10月份70个大中城市房屋销售价格指数（八）

图表：2008年11月份70个大中城市房屋销售价格指数（一）

图表：2008年11月份70个大中城市房屋销售价格指数（二）

图表：2008年11月份70个大中城市房屋销售价格指数（三）

图表：2008年11月份70个大中城市房屋销售价格指数（四）

图表：2008年11月份70个大中城市房屋销售价格指数（五）

图表：2008年11月份70个大中城市房屋销售价格指数（六）

图表：2008年11月份70个大中城市房屋销售价格指数（七）

图表：2008年11月份70个大中城市房屋销售价格指数（八）

图表：2008年12月份70个大中城市房屋销售价格指数（一）

图表：2008年12月份70个大中城市房屋销售价格指数（二）

图表：2008年12月份70个大中城市房屋销售价格指数（三）

图表：2008年12月份70个大中城市房屋销售价格指数（四）

图表：2008年12月份70个大中城市房屋销售价格指数（五）

图表：2008年12月份70个大中城市房屋销售价格指数（六）

图表：2008年12月份70个大中城市房屋销售价格指数（七）

图表：2008年12月份70个大中城市房屋销售价格指数（八）

图表：2009年1月份70个大中城市房屋销售价格指数（一）

图表：2009年1月份70个大中城市房屋销售价格指数（二）

图表：2009年1月份70个大中城市房屋销售价格指数（三）

图表：2009年1月份70个大中城市房屋销售价格指数（四）

图表：2009年1月份70个大中城市房屋销售价格指数（五）

图表：2009年1月份70个大中城市房屋销售价格指数（六）

图表：2009年1月份70个大中城市房屋销售价格指数（七）

图表：2009年1月份70个大中城市房屋销售价格指数（八）

图表：2009年2月份70个大中城市房屋销售价格指数（一）

图表：2009年2月份70个大中城市房屋销售价格指数（二）

图表：2009年2月份70个大中城市房屋销售价格指数（三）

图表：2009年2月份70个大中城市房屋销售价格指数（四）

图表：2009年2月份70个大中城市房屋销售价格指数（五）

图表：2009年2月份70个大中城市房屋销售价格指数（六）

图表：2009年2月份70个大中城市房屋销售价格指数（七）

图表：2009年2月份70个大中城市房屋销售价格指数（八）

图表：2009年3月份70个大中城市房屋销售价格指数（一）

图表：2009年3月份70个大中城市房屋销售价格指数（二）

图表：2009年3月份70个大中城市房屋销售价格指数（三）

图表：2009年3月份70个大中城市房屋销售价格指数（四）

图表：2009年3月份70个大中城市房屋销售价格指数（五）

图表：2009年3月份70个大中城市房屋销售价格指数（六）

图表：2009年3月份70个大中城市房屋销售价格指数（七）

图表：2009年3月份70个大中城市房屋销售价格指数（八）

图表：2009年4月份70个大中城市房屋销售价格指数（一）

图表：2009年4月份70个大中城市房屋销售价格指数（二）

图表：2009年4月份70个大中城市房屋销售价格指数（三）

图表：2009年4月份70个大中城市房屋销售价格指数（四）

图表：2009年4月份70个大中城市房屋销售价格指数（五）

图表：2009年4月份70个大中城市房屋销售价格指数（六）

图表：2009年4月份70个大中城市房屋销售价格指数（七）

图表：2009年4月份70个大中城市房屋销售价格指数（八）

图表：2009年5月份70个大中城市房屋销售价格指数（一）

图表：2009年5月份70个大中城市房屋销售价格指数（二）

图表：2009年5月份70个大中城市房屋销售价格指数（三）

图表：2009年5月份70个大中城市房屋销售价格指数（四）

图表：2009年5月份70个大中城市房屋销售价格指数（五）

图表：2009年5月份70个大中城市房屋销售价格指数（六）

图表：2009年5月份70个大中城市房屋销售价格指数（七）

图表：2009年5月份70个大中城市房屋销售价格指数（八）

图表：2009年5月份70个大中城市房屋销售价格指数（一）

图表：2009年5月份70个大中城市房屋销售价格指数（二）

图表：2009年5月份70个大中城市房屋销售价格指数（三）

图表：2009年5月份70个大中城市房屋销售价格指数（四）

图表：2009年5月份70个大中城市房屋销售价格指数（五）

图表：2009年5月份70个大中城市房屋销售价格指数（六）

图表：2009年5月份70个大中城市房屋销售价格指数（七）

图表：2009年5月份70个大中城市房屋销售价格指数（八）

图表：2009年7月份70个大中城市房屋销售价格指数（一）

图表：2009年7月份70个大中城市房屋销售价格指数（二）

图表：2009年7月份70个大中城市房屋销售价格指数（三）

图表：2009年7月份70个大中城市房屋销售价格指数（四）

图表：2009年7月份70个大中城市房屋销售价格指数（五）

图表：2009年7月份70个大中城市房屋销售价格指数（六）

图表：2009年7月份70个大中城市房屋销售价格指数（七）

图表：2009年7月份70个大中城市房屋销售价格指数（八）

图表：根据主题内容不同对主题公园的分类

图表：全国部分倒闭的重要主题公园

图表：国外部分大型主题公园基本数据

图表：国外主题公园游客访问率比较

图表：2008-2009年全球主题公园发展状况

图表：主题公园成功开发的六大要素

图表：顾客了解到各大主题公园的途径

图表：顾客偏好的游乐方式

图表：顾客的出游方式

图表：顾客希望主题公园的售票方式

图表：主题公园吸引顾客的促销方式

图表：主题公园赠送初体验会对顾客的吸引力

图表：优质的服务是否会增强主题公园的吸引力

图表：顾客在主题公园总的花费（不包含门票）

图表：去主题公园游玩的顾客的年龄

图表：去主题公园游玩的顾客的职业

图表：旅游房地产开发、投资价值比较

图表：高尔夫旅游地产之高尔夫主体开发运作模式

图表：高尔夫旅游地产增值与业绩

图表：高尔夫旅游地产之旅游主体开发运作模式

图表：高尔夫旅游地产之房产主体开发模式

图表：旅游地产的投资特点

图表：2008年1-4季度国内生产总值

图表：2004-2008年国内生产总值及其增长速度

图表：2004-2008年居民消费价格指数涨跌幅度

图表：2008年居民消费价格比上年涨跌幅度

图表：2004-2008年年末国家外汇储备

图表：2004-2008年税收收入及其增长速度

图表：2004-2008年粮食产量及其增长速度

图表：2008年主要工业产品产量及其增长速度

图表：2008年规模以上工业企业实现利润及其增长速度

图表：2004-2008年建筑业增加值及其增长速度

图表：2004-2008年固定资产投资及其增长速度

图表：2008年分行业城镇固定资产投资及其增长速度

图表：2008年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2008年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表：2004-2008年社会消费品零售总额及其增长速度

图表：2008年1-12月中国PPI发展情况

图表：2008年人口数及其构成

图表：2004-2008年农村居民人均可支配收入及其增长速度

图表：2004-2008年城镇居民人均可支配收入及其增长速度

图表：2008年1月国家宏观经济景气指数

图表：2008年2月国家宏观经济景气指数

图表：2008年3月国家宏观经济景气指数

图表：2008年4月国家宏观经济景气指数

图表：2008年5月国家宏观经济景气指数

图表：2008年5月国家宏观经济景气指数

图表：2008年7月国家宏观经济景气指数

图表：2008年8月国家宏观经济景气指数

图表：2008年9月国家宏观经济景气指数

图表：2008年10月国家宏观经济景气指数

图表：2008年10月国家宏观经济景气指数

图表：2008年11月国家宏观经济景气指数

图表：2008年12月国家宏观经济景气指数

图表：2009年2月我国宏观经济景气指数

图表：2009年3月我国宏观经济景气指数

图表：2009年4月我国宏观经济景气指数

图表：2009年5月我国宏观经济景气指数

图表：2009年5月我国宏观经济景气指数

图表：2008-2009年5月国房景气指数

图表：2008-2009年5月房地产开发投资指数

图表：2008-2009年5月全国GDP、CPI和PPI涨幅

图表：2009年上半年居民消费价格指数走势图

图表：2009年上半年我国国民经济运行数据

图表：2008-2009年8月CPI、PPI涨幅走势图

图表：2008-2009年8月全国70大中城市房价涨幅走势图

图表：2007-2009年8月中国宏观经济景气指数气势

图表：2008-2009年8月中国宏观经济景气指数预警信号图

图表：2007-2009年8月中国消费信心指数走势图

图表：2007-2009年居民收入感受和预期指数

图表：2009年5月CPI创近十年新低

图表：汇率升值对旅游业影响的主要路径

图表：人均GDP与旅游业态存在一定对应关系（旅游范围视角）

图表：人均GDP与旅游业态存在一定对应关系（旅游目的视角）

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5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5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1-5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1-5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1-5月各地区城镇投资情况

图表：根据投资规模和市场腹地等对主题公园的分类

图表：略……

更多图表见报告正文

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/151298.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。