



艾凯咨询
ICAN Consulting

2010-2014年中国茶叶店连锁业 市场走势及投资前景预测分析报 告

一、调研说明

《2010-2014年中国茶叶店连锁业市场走势及投资前景预测分析报告》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/153696.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

【报告前言】

现代意义上的连锁经营，在我国属于舶来品。但是，他的世界起源却与茶叶有着一层特殊的历史渊源。世界上第一家现代意义的连锁企业，诞生于茶叶零售行业，是1859年创立的美国太平洋和大西洋茶叶公司——家以茶叶和咖啡为主营商品的百货店。经过一百多年的发展，连锁经营已经在零售领域取得辉煌的业绩，孕育了"沃尔玛"、"肯德基"等超大型连锁集团，涵盖了人们衣食住行的各个方面。在茶叶流通领域，连锁经营连跳三级，跨越了百货店、大卖场两个历史阶段。也正因如此，茶叶连锁企业经历着冰火两重天的痛苦和喜悦，一方面发展速度突飞猛进，另一方面产业环境和企业管理滞后于形势需求，这种矛盾正是中国茶叶连锁行业诸多问题的深层动力。

随着中国经济发展，经营成本提高，如房租、人力成本，这样对单体店面来讲它的成本也就上来了，而单体店面没有品牌优势，决定了它只能走低端的路线。在经营方面，与单店经营相比，连锁经营具有诸多好处。一是在商品上，单体店面就没有品质保证；二是品牌的优势，茶叶连锁一般都拥有自己的质量标准体系，质量比较稳定，不会有今天喝500元的茶是这种味道，明天又是另外的味道的情况发生，价位和稳定性有保证；三是服务的优势，茶叶连锁店所提供的服务是单体店面所不能比拟的。

连锁经营是未来茶叶零售企业的主要业态，这一点已经在业内达成共识。如何让企业适应连锁模式的普适要求，并有所创新地与茶产业现状结合，是茶叶连锁企业面临的共同难题。茶叶连锁还缺乏业内公认的、可供借鉴的龙头企业，这为企业留下了竞争的余地和广阔的发展空间。

对于中国未来的茶叶连锁经营，本报告结论认为，中国相关部门应做好以下几点应对市场的变化：

- 1、茶叶标准化和质量体系建设：从茶园管理、原料供给、茶叶加工、包装及贮运等方面，实现茶叶生产的全程标准化；根据茶叶产品定位及特点，申报无公害茶、绿色食品茶或机茶等相关质量认证，办理卫生许可证、出口茶叶企业卫生注册等；建立HACCP质量安全控制体系，实施ISO9000质量体系及QS质量安全认证等。

- 2、知识产权管理：区分茶叶原产地、产品名称、注册商标、证明商标之间的关系，加强知识产权管理与保护。申办国家驰名商标或省著名商标、中国名牌产品或省名牌产品、国家质量免检产品、原产地域保护、证明商标（特定产品名称）、产品商标注册（包括母子品牌、品类及商品专用标识等）、产品或包装专利（发明、实用新型、外观设计）等，以上内容具有显著的促销作用、识别作用、广告作用和受惠作用。

3、推行公司制运营：按照现代企业管理模式，推行公司制规范经营，解决企业合伙人、股权人、债务人、经理人之间的利益冲突和矛盾，实行所有权、经营权的分制分立和清晰的责权利架构。公司制有利于茶叶企业的人力、财力、物力的配置优化和效能增加，促进产品研发、资源整合、质量控制、成本核算、营销创新等经营行为，更为高效、有序、规范而富有活力。

4、品牌形象的定位及宣传推广：茶叶企业根据自身发展战略、产品质量特性及市场营销需求，进行科学、明晰的品牌定位，保持品牌形象的稳定性、连续性和成长性。茶叶企业的广告宣传应量力而行、循序渐进，加强社会协作、分销渠道、市场终端等途径的品牌展示；并通过广播电视、平面媒体（报刊）、户外广告、互联网及茶博会和茶叶节等途经，针对性地宣传推广茶叶品牌。

【报告目录】

第一章 茶叶店连锁定位及特征 16

第一节 茶叶店连锁定位 16

一、服务种类定位 16

二、文化诉求定位 16

三、经营主体定位 17

四、目标客户定位 17

第二节 茶叶店连锁行业特征 17

一、行业发展历程 17

二、行业规模经济特性 17

三、行业经营模式特性 18

四、行业壁垒特性 18

第三节 茶叶店连锁经营模式 18

一、直营 18

二、加盟 18

三、混合 19

第二章 2009-2010年全球茶叶店连锁行业发展现状及趋势研究 20

第一节 全球茶叶店连锁行业发展环境PEST分析 20

一、全球经济发展概述 20

二、主要经济体经济发展概述	20
三、美国次贷危机对茶叶店连锁行业的影响	21
四、经济全球化进程加快	23
五、经济全球化背景下的城市化	23
六、连锁运营模式发展成熟	24
第二节 2009-2010年全球茶叶店连锁行业发展现状分析	25
一、全球茶叶市场规模分析	25
二、日本茶叶店市场分析	27
三、印度茶叶店市场分析	27
四、韩国茶叶店市场分析	28

第三章 2009-2010年中国茶叶店连锁行业发展环境研究 30

第一节 2009-2010年中国茶叶店连锁行业经济环境分析 30

一、中国经济增长宏观环境	30
二、中国社会零售品总额统计	32
三、中国城镇居民收支增长	34
四、国物价水平持续上涨	36
五、专家观点：经济环境对茶叶店连锁企业的影响	37

第二节 2009-2010年中国茶叶店连锁行业政策环境分析 38

一、中国特许经营连锁行业发展政策	38
二、新劳动法出台实施	42
三、观点：政策环境对茶叶店连锁企业的影响	44

第三节 2009-2010年中国茶叶店连锁行业社会环境分析 47

一、中国人口人文统计	47
二、中国居民茶叶消费倾向	49
三、观点：社会环境对茶叶店连锁企业的影响	51

第四节 2009-2010年中国茶叶店连锁相关产业环境分析 52

一、中国茶叶种植业发展概况	52
二、中国茶叶加工业发展概况及趋势	54
三、观点：产业环境对茶叶店连锁企业的影响	56

第四章 2009-2010年中国茶叶店连锁行业现状及发展趋势研究 58

第一节2009-2010年中国茶叶店连锁行业市场发展概况分析 58

一、穿越三个历史时期的跳跃式发展 58

二、中国茶叶店连锁行业市场规模 58

三、中国茶叶店连锁行业市场消费趋势及应对策略 59

第二节 中国茶叶店连锁行业市场营销现状 61

一、茶叶营销现状 61

二、茶叶连锁经营 61

三、单体店经营 61

第三节2009-2010年中国茶叶店不同的连锁模式探索 62

第四节2009-2010年中国茶叶店连锁推动产业链整合 63

第五章2009-2010年中国茶叶店连锁业态细分研究 65

第一节 综合型的大卖场 65

第二节 专营型的精品店 65

第三节 烟酒茶店中店 66

第四节 合作式连锁 67

第六章2009-2010年中国茶叶店市场渠道现状及竞争力研究 70

第一节 2009-2010年中国茶叶店连锁行业竞争现状分析 70

一、市场定位 70

二、品牌定位 71

三、连锁网络的布局及店址的选择 73

四、规模扩张竞争 74

五、营销方式竞争 74

六、质量和技术竞争 74

七、总部支持服务竞争 75

八、管理效率及员工素质竞争 76

第二节 2009-2010年中国茶叶店连锁行业竞争行为分析 78

一、店面数量及规模 78

二、产品竞争 79

三、价格促销 79

四、服务方式 80

五、物流竞争 80

六、营销手段 81

第三节 2009-2010年中国茶叶店连锁行业竞争格局分析 81

第七章 2009-2010年中国各区域茶叶店连锁市场现状与发展趋势研究 83

第一节 华东地区 83

一、区域茶叶店连锁行业发展现状 83

二、区域市场特征分析 83

三、研究成果及战略建议 86

第二节 华南地区 87

第三节 西南地区 90

第四节 华北地区 93

第五节 东北地区 96

第六节 西北地区 96

第八章 2009-2010年中国重点城市茶叶店连锁市场现状与发展趋势研究 98

第一节 北京 98

一、市场宏观环境分析 98

二、地区市场规模 98

三、茶叶店连锁行业发展现状 98

四、市场发展特征分析 99

五、主要茶叶店连锁企业竞争格局 99

六、研究成果及战略建议 100

第二节 上海 100

第三节 成都 101

第四节 广州 102

第五节 武汉 103

第九章 2001-2009年中国茶进出口数据统计情况 104

第一节 2002-2009年中国茶出口统计 104

第二节 2002-2009年中国茶进口统计 104

第三节 2002-2009年中国茶进出口价格对比 104

第四节 中国茶进出口主要来源地及出口目的地（按金额） 105

第六节 中国茶进出口主要来源地及出口目的地（按数量） 106

第十章 2006-2009年中国精制茶加工行业规模以上企业经济运行数据监测 108

第一节 2005-2009年中国精制茶加工行业数据监测回顾 108

一、竞争企业数量 108

二、亏损面情况 109

三、市场销售额增长 111

四、利润总额增长 112

五、投资资产增长性 113

六、行业从业人数调查分析 114

第二节 2005-2009年中国精制茶加工行业投资价值测算 115

一、销售利润率 115

二、销售毛利率 116

三、资产利润率 117

四、未来5年精制茶加工盈利能力预测 119

第三节 2005-2009年中国精制茶加工行业产销率调查 122

一、工业总产值 122

二、工业销售产值 123

三、产销率调查 124

第四节 2005-2009年精制茶加工出口交货值数据 125

一、出口交货值增长 125

二、出口交货值占工业产值的比重（出口率） 126

第十一章 2009-2010年中国茶叶店连锁行业主体企业竞争力研究 129

第一节 吴裕泰 129

一、企业概况 129

二、营业规模 129

三、企业运营现状 129

四、企业发展战略分析 130

第二节 御茶园 131

一、企业概况 131

二、企业运营现状 131

三、企业发展战略分析 132

第三节 天月茶 132

一、企业概况 132

二、营业规模 132

三、企业运营现状 133

四、企业发展战略分析 133

第四节 张一元 134

一、企业概况 134

二、营业规模 134

三、企业运营现状 134

第五节 天福茗茶 135

一、企业概况 135

二、营业规模 135

第十二章 2009-2010年中国茶叶生产企业竞争性财务数据分析 137

第一节 湖北采花茶业有限公司 137

一、公司基本概述 137

二、销售收入及盈利水平分析 137

三、资产及负债能力分析 138

四、成本费用分析 138

五、公司竞争力及战略分析 139

第二节 浙江华发茶业有限公司 139

一、公司基本概述 139

二、销售收入及盈利水平分析 139

三、资产及负债能力分析 140

四、成本费用分析 141

五、公司竞争力及战略分析 141

第三节 宁波瑞龙茶业有限公司 141

一、公司基本概述 141

二、销售收入及盈利水平分析 142

三、资产及负债能力分析 142

四、成本费用分析 143

五、公司竞争力及战略分析 143

第四节 云南龙生绿色产业集团有限公司 144

一、公司基本概述 144

二、销售收入及盈利水平分析 144

三、资产及负债能力分析 145

四、成本费用分析 146

五、公司竞争力及战略分析 146

第五节 嵊州市大鹏茶业有限公司 146

一、公司基本概述 146

二、销售收入及盈利水平分析 147

三、资产及负债能力分析 148

四、成本费用分析 148

第六节 闽侯天元茶业有限公司 149

一、公司基本概述 149

二、销售收入及盈利水平分析 150

三、资产及负债能力分析 150

四、成本费用分析 151

第十三章 2009-2010年中国茶叶店市场消费者需求特征及趋势研究 153

第一节 2009-2010年中国茶叶店市场消费者需求变量分析 153

一、人口统计变量分析 153

二、地理变量分析 153

三、心理变量分析 153

四、行为变量分析 154

第二节 2009-2010年中国茶叶店市场消费者需求特征分析 154

一、消费产品偏好 154

二、消费品牌偏好 155

三、消费渠道偏好 155

四、消费环境偏好 156

第十四章 2010-2014年中国茶叶店连锁产业发展趋势分析 158

第一节 2010-2014年中国茶叶行业发展趋势 158

一、中国茶叶产业发展呈十大趋势 158

二、我国茶叶面临三大变化 158

三、我国茶业向"绿色茶"方向发展 160

四、我国茶叶借助精深加工走向现代化 161

五、中国茶叶流通呈现新趋势 162

六、中国茶叶产品及结构发展方向 162

第二节 2010-2014年中国茶叶店连锁发展趋势分析 163

一、茶叶店连锁竞争格局预测分析 163

二、茶叶店连锁市场预测分析 164

三、茶叶店连锁盈利预测分析 164

第十五章 2010-2014年中国茶叶店连锁投资机会与风险分析 167

第一节 2010-2014年中国茶叶店连锁投资机会分析 167

一、茶叶店连锁投资吸引力分析 167

二、茶叶店连锁投资潜力分析 167

第二节 2010-2014年中国茶叶店连锁市场风险研究 167

一、市场风险 167

二、政策风险 168

三、管理风险 169

四、控制风险 169

五、物流配送风险 169

第三节 专家建议 170

【图表目录】

图表 1 1980-2010年世界经济、先进经济体、新兴和发展中经济体增长比较 20

图表 2 1980-2010年美国、日本、欧元区经济增长比较及预测 20

图表 3 1980-2010年中国、东盟5国、俄罗斯、印度经济增长比较 21

图表 4 2010年第一季度中国主要宏观经济数据增长表 30

图表 5 2000-2010年第一季度中国GDP及其增长率统计表 30

图表 6 2003-2010年中国分产业GDP增长率季度统计表 31

图表 7 2003-2009年中国GDP增长率季度走势图 32

图表 8 2003-2009年中国社会消费品零售总额增长趋势图 32

图表 9 2009年中国社会消费品零售总额月度统计表 33

图表 10 2007-2009年中国社会消费品零售总额月度增长率走势图 33

图表 11 1978-2009年中国居民收入及恩格尔系数统计表 34

图表 12 中国城乡居民收入走势对比 35

图表 13 2008-2009年各月中国价格指数统计表 36

图表 14 2008-2009年中国价格指数月度走势图 36

图表 15 1978-2008年中国人口构成统计表 47

图表 16 1990-2008年我国人口出生率、死亡率及自然增长率 48

图表 17 1978-2008年我国总人口增长趋势图 48

图表 18 2009年中国茶叶企业销售主体市场份额 78

图表 19 2009年中国华东地区各省市茶叶精加工企业数量对比图 83

图表 20 2008-2009年中国华东地区各省市茶叶精加工企业总资产变化图 84

图表 21 2008-2009年中国华东地区各省市茶叶精加工企业销售产值变化图 85

图表 22 2008-2009年中国华东地区各省市茶叶精加工企业从业人数变化图 85

图表 23 2009年中国华南地区各省市茶叶精加工企业数量对比图 87

图表 24 2008-2009年中国华南地区各省市茶叶精加工企业总资产变化图 87

图表 25 2008-2009年中国华南地区各省市茶叶精加工企业销售产值变化图 88

图表 26 2008-2009年中国华南地区各省市茶叶精加工企业利润总额变化图 88

图表 27 2008-2009年中国华南地区各省市茶叶精加工企业从业人数变化图 89

图表 28 2009年中国西南地区各省市茶叶精加工企业数量对比图 90

图表 29 2008-2009年中国西南地区各省市茶叶精加工企业资产总额变化图 90

图表 30 2008-2009年中国西南地区各省市茶叶精加工企业销售产值变化图 91

图表 31 2008-2009年中国西南地区各省市茶叶精加工企业利润总额变化图 91

图表 32 2008-2009年中国西南地区各省市茶叶精加工企业从业人数变化图 92

图表 33 2008-2009年中国华北地区各省市茶叶精加工企业数量变化图 93

图表 34 2008-2009年中国华北地区各省市茶叶精加工企业资产总额变化图 93

图表 35 2008-2009年中国华北地区各省市茶叶精加工企业销售产值变化图 94

图表 36 2008-2009年中国华北地区各省市茶叶精加工企业利润总额变化图 94

图表 37 2008-2009年中国华北地区各省市茶叶精加工企业利润总额变化图 95

图表 38 2008-2009年中国黑龙江地区茶叶精加工企业经济指标变化图 96

图表 39 2008-2009年中国陕西省茶叶精加工企业经济指标变化图	96
图表 40 2009年北京主要茶叶店连锁企业市场份额	99
图表 41 2002-2009年中国茶出口统计表	104
图表 42 2002-2009年中国茶进口统计表	104
图表 43 2002-2009年中国茶进出口价格统计表	105
图表 44 2002-2009年中国茶进出口价格走势	105
图表 45 中国茶进出口主要来源地及出口目的地（按金额：美元）	105
图表 46 中国茶进出口主要来源地及出口目的地（按数量：千克）	106
图表 47 2006-2009年中国精制茶加工企业数量增长趋势	108
图表 48 2006-2009年中国精制茶加工行业亏损企业数量增长趋势	109
图表 49 2006-2009年中国精制茶加工行业亏损额增长情况	110
图表 50 2006-2009年中国精制茶加工行业主营业务收入增长趋势	111
图表 51 2005-2009年中国精制茶加工行业利润总额增长趋势	112
图表 52 2006-2009年中国精制茶加工行业资产增长趋势	113
图表 53 2006-2009年中国精制茶加工行业从业人数增长趋势	114
图表 54 2005-2009年中国精制茶加工行业销售利润率走势	115
图表 55 2005-2009年中国精制茶加工行业销售毛利率走势	116
图表 56 2005-2009年中国精制茶加工行业总资产利润率指标统计	117
图表 57 2005-2009年中国精制茶加工行业总资产利润率走势	118
图表 58 2005-2009年中国精制茶加工行业总资产利润率走势	118
图表 59 2009-2013年中国精制茶加工行业销售毛利率走势	119
图表 60 2009-2013年中国精制茶加工行业销售利润率走势	120
图表 61 2009-2013年中国精制茶加工行业总资产利润率走势	121
图表 62 2006-2008年中国精制茶加工行业工业总产值情况	123
图表 63 2006-2008年中国精制茶加工行业工业销售产值走势	123
图表 64 2006-2008年中国精制茶加工行业产销率走势	124
图表 65 2006-2009年中国精制茶加工行业出口交货值走势	125
图表 66 2006-2009年中国精制茶加工行业出口率走势	126
图表 67 2010年天福集团全国店数分布状况	136
图表 68 2008-2009年湖北采花茶业有限公司收入状况表	137
图表 69 2008-2009年湖北采花茶业有限公司盈利指标表	137
图表 70 2008-2009年湖北采花茶业有限公司盈利比率	138

图表 71 2008-2009年湖北采花茶业有限公司资产指标表	138
图表 72 2008-2009年湖北采花茶业有限公司负债指标表	138
图表 73 2008-2009年湖北采花茶业有限公司成本费用构成表	139
图表 74 2008-2009年浙江华发茶业有限公司收入状况表	139
图表 75 2008-2009年浙江华发茶业有限公司盈利指标表	140
图表 76 2008-2009年浙江华发茶业有限公司盈利比率	140
图表 77 2008-2009年浙江华发茶业有限公司资产指标表	140
图表 78 2008-2009年浙江华发茶业有限公司负债指标表	141
图表 79 2008-2009年浙江华发茶业有限公司成本费用构成表	141
图表 80 2008-2009年宁波瑞龙茶业有限公司收入状况表	142
图表 81 2008-2009年宁波瑞龙茶业有限公司盈利指标表	142
图表 82 2008-2009年宁波瑞龙茶业有限公司盈利比率	142
图表 83 2008-2009年宁波瑞龙茶业有限公司资产指标表	143
图表 84 2008-2009年宁波瑞龙茶业有限公司负债指标表	143
图表 85 2008-2009年宁波瑞龙茶业有限公司成本费用构成表	143
图表 86 2008-2009年云南龙生绿色产业（集团）有限公司收入状况表	144
图表 87 2008-2009年云南龙生绿色产业（集团）有限公司盈利指标表	144
图表 88 2008-2009年云南龙生绿色产业（集团）有限公司盈利比率	145
图表 89 2008-2009年云南龙生绿色产业（集团）有限公司资产指标表	145
图表 90 2008-2009年云南龙生绿色产业（集团）有限公司负债指标表	145
图表 91 2008-2009年云南龙生绿色产业（集团）有限公司成本费用构成表	146
图表 92 2008-2009年嵊州市大鹏茶业有限公司收入状况表	147
图表 93 2008-2009年嵊州市大鹏茶业有限公司盈利指标表	147
图表 94 2008-2009年嵊州市大鹏茶业有限公司盈利比率	148
图表 95 2008-2009年嵊州市大鹏茶业有限公司资产指标表	148
图表 96 2008-2009年嵊州市大鹏茶业有限公司负债指标表	148
图表 97 2008-2009年嵊州市大鹏茶业有限公司成本费用构成表	148
图表 98 2008-2009年闽侯天元茶业有限公司收入状况表	150
图表 99 2008-2009年闽侯天元茶业有限公司盈利指标表	150
图表 100 2008-2009年闽侯天元茶业有限公司盈利比率	150
图表 101 2008-2009年闽侯天元茶业有限公司资产指标表	151
图表 102 2008-2009年闽侯天元茶业有限公司负债指标表	151

图表 103 2008-2009年闽侯天元茶业有限公司成本费用构成表 151

图表 104 2010年中国茶叶消费品牌偏好调研 155

图表 105 2010年中国茶叶消费渠道偏好调研 155

图表 106 2010年中国茶叶消费者年龄结构调研 156

图表 107 2009年中国茶叶销售主体市场格局 164

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/153696.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提供专业投资咨询报告、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。