



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2016-2022年中国特殊膳食用食品市场需求及投资前景分析报告

# 一、调研说明

《2016-2022年中国特殊膳食用食品市场需求及投资前景分析报告》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/277742.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

特殊膳食食品为满足某些特殊人群的生理需要，或某些疾病患者的营养需要，按特殊配方而专门加工的食品。这类食品的成分或成分含量，应与可类比的普通食品有显著不同。

特殊膳食食品需具备两个条件：

第一，某一种或某一类食品最适宜特定（特殊）人群食用，如婴儿、幼儿、糖尿病患者、严重缺乏某些营养素的人等。这类人群由于生理原因，需要的膳食结构与一般人群的膳食结构有明显区别。

第二，为这类人群制作的食品与可类比的普通食品的营养成分有显著不同，有些营养素含量很低或很高。如无母乳喂养的婴儿需要的婴儿配方乳粉，其营养成分和含量与成年人食用的乳粉有显著不同。两个条件同时具备，才能称为特殊膳食食品。

特殊膳食食品与保健品、药品、普通食品的区别

特殊膳食食品：为特殊人群提供特殊营养，即提供特殊的生理和营养成分（无法从日常的普通膳食中摄取）。特膳食品作为现代科技的食补食疗，遵循“调营理卫、医食同源”，借鉴中医药学“君臣佐使”的配方原则，针对特殊人群提供其容易流失和难以获取的特殊且丰富的营养成分，同时调节机体功能，产品代谢负担最低，具有最高的安全性。

特殊膳食食品的原料均来自十几种甚至几十种天然物质的精华，运用先进的微生态和超微滤技术，针对特殊人群，系统的强化或弱化、添加或去除某些成分，为特殊人群提供配比最科学的易流失和难以获取的营养成分。

保健食品：保健食品含有一定量的功效成分（生理活性物质），生理活性物质通过提取、分离、浓缩或者是添加了纯度较高的某种生理活性物质，使其能调节人体的机能，具有特定的功能（食品的第三功能）；保健食品一般有特定的食用范围（特定人群），不以治疗为目的，可以声称保健功能，但不能有任何毒性，可以长期食用。

普通食品：在普通食品中也含有生理活性物质，由于含量较低，在人体内无法达到调节功能的浓度，不能实现功效作用；普通食品不强调特定功能（食品的第三功能），没有特定的食用范围（食用人群）。通过直接食用普通食品不能满足特殊人群的营养需求，同时也带来许多非必需的营养负担（饱和脂肪、糖份等）。此外，普通食品不能满足某些特殊状态群体的消化吸收，存在着较大的代谢负担。

药品：药品有明确的治疗目的，并有确定的适应症和功能主治，可以有不良反应，有规定的使用期限。

综上所述，特膳具有最高程度以及最安全的生物利用价值，生物指标非常严格，从原料来

源到加工工艺都按照国家最严格标准，完全没有毒副作用。与普通食品、保健品相比较而言，特膳食品安全性最高、代谢负担最低、生物指标最严格。

## 分类

按照地域来划分，特殊膳食用食品来自陆地和海洋。

### 陆地特膳特点

陆地上的特殊膳食食品配料简单、吸收和起效慢、功效难明，常常达不到特殊人群对营养的需求。所以近几年来，医学研究人员在探索健康与营养的道路上，将目光转移到了海洋生态领域。

### 海洋特膳特点

一是，海洋是一个庞大、连续的水体，海洋中的海流、海浪、潮汐，使海洋处于永远动荡不定的状态；海洋中的高压、低温、黑暗、缺氧及强腐蚀性的恶劣环境，都大大增加了海洋开发的难度，并对开发技术提出高要求。

二是，国内专注海洋领域的优秀企业相对较少，向海洋探测健康能源的起步相对陆地较晚。但是海洋生态系统的优势所在同样让人不容低估，从资源丰富的海洋里提炼出对人体健康有帮助的活性物质而研制成海洋特殊膳食食品，无疑证实，人类健康探索道路迈前了一大步。在不久的将来，海洋特殊膳食食品即将成为一股健康潮流！

### 先进技术

特殊膳食食品的原料均来自十几种甚至几十种天然物质的精华，运用先进的微生态和超微滤技术，针对特殊人群，系统的强化或弱化、添加或去除某些成分，为特殊人群提供配比最科学的易流失和难以获取的营养成分。

相对于陆地上的资源而言，海洋膳食的配方均是来源于深海生物，深海生物受到的污染少，且活性物质强，亲和人体。目前为止，海洋特膳食是人类在营养健康的道路上最为精湛的营养配方。

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家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：

第一章国内特殊膳食用食品行业品牌发展环境分析18

第一节产品/行业特征18

- 一、产品/行业定义18
- 二、产品/行业消费特征18
- 第二节经济环境特征19
  - 一、中国GDP分析19
  - 二、固定资产投资26
  - 三、恩格尔系数分析27
- 第三节政策环境特征33
  - 一、国家宏观调控政策分析33
  - 二、特殊膳食用食品行业相关政策分析33
- 第四节特殊膳食用食品行业竞争特征37
  - 一、国内外品牌竞争格局37
  - 二、行业进入壁垒分析38
  - 三、可替代品威胁分析38
  - 四、贴牌加工产品市场威胁分析38
- 第五节特殊膳食用食品行业技术环境特征40

## 第二章国内特殊膳食用食品行业品牌产品市场规模分析44

- 第一节2013-2016年特殊膳食用食品市场规模分析44
- 第二节2016年我国特殊膳食用食品区域结构分析44
- 第三节特殊膳食用食品区域市场规模分析45
  - 一、东北地区市场规模分析45
  - 二、华北地区市场规模分析46
  - 三、华东地区市场规模分析46
  - 四、华中地区市场规模分析47
  - 五、华南地区市场规模分析47
  - 六、西部地区市场规模分析48
- 第四节2016—2021年特殊膳食用食品市场规模预测49

## 第三章国内特殊膳食用食品行业品牌需求与消费者偏好调查50

- 第一节2013-2016年特殊膳食用食品产量统计分析50
- 第二节2013-2016年特殊膳食用食品历年消费量统计分析50
- 第三节2013-2016年国内特殊膳食用食品行业品牌产品平均价格走势分析51

#### 第四节特殊膳食用食品产品目标客户群体调查51

##### 一、不同收入水平消费者偏好调查51

##### 二、不同年龄的消费者偏好调查52

##### 三、不同地区的消费者偏好调查52

#### 第五节特殊膳食用食品产品的品牌市场运营状况分析52

##### 一、消费者对特殊膳食用食品品牌认知度宏观调查52

##### 二、消费者对特殊膳食用食品产品的品牌偏好调查52

##### 三、消费者对特殊膳食用食品品牌的首要认知渠道53

##### 四、消费者经常购买的品牌调查53

##### 五、特殊膳食用食品品牌忠诚度调查53

##### 六、特殊膳食用食品品牌市场占有率调查53

##### 七、消费者的消费理念调研54

#### 第六节不同客户购买相关的态度及影响分析54

##### 一、价格敏感程度54

##### 二、品牌的影响54

##### 三、购买方便的影响54

##### 四、广告的影响程度55

##### 五、包装的影响程度56

### 第四章国内特殊膳食用食品行业品牌产品市场供需渠道分析57

#### 第一节销售渠道特征分析57

##### 一、供需渠道定义57

##### 二、供需渠道格局57

##### 三、供需渠道形式58

##### 四、供需渠道要素对比59

#### 第二节销售渠道对特殊膳食用食品行业品牌发展的重要性61

#### 第三节特殊膳食用食品行业销售渠道的重要环节分析61

##### 一、批发商61

##### 二、零售商62

##### 三、代理商62

#### 第四节2016年中国特殊膳食用食品行业品牌产品重点区域市场渠道情况分析62

##### 一、华东62

二、中南63

三、华北63

四、西部64

第五节销售渠道发展趋势分析64

一、渠道运作趋势发展64

二、渠道支持趋势发展65

三、渠道格局趋势发展65

四、渠道结构扁平化趋势发展65

第六节销售渠道策略分析66

一、直接渠道或间接渠道的营销策略66

二、长渠道或短渠道的营销策略66

三、宽渠道或窄渠道的营销策略66

四、单一销售渠道和多销售渠道策略67

五、传统销售渠道和垂直销售渠道策略67

第七节销售渠道决策的评估方法68

一、销售渠道评估数学模型介绍68

二、财务评估法介绍68

三、交易成本评估法介绍68

四、经验评估法介绍69

第八节2016年国内特殊膳食用食品行业品牌产品生产及渠道投资运作模式分析69

一、国内生产企业投资运作模式69

二、国内营销企业投资运作模式69

三、外销与内销优势分析69

第五章国内特殊膳食用食品行业进出口市场情况分析71

第一节2013-2016年国内特殊膳食用食品行业进出口量分析71

一、2013-2016年国内特殊膳食用食品行业进口分析71

二、2013-2016年国内特殊膳食用食品行业出口分析71

第二节2016-2022年国内特殊膳食用食品行业进出口市场预测分析72

一、2016-2022年国内特殊膳食用食品行业进口预测72

二、2016-2022年国内特殊膳食用食品行业出口预测73

## 第六章国内特殊膳食用食品行业优势品牌企业分析74

### 第一节、西安力邦临床营养股份有限公司74

- 一、公司及产品概况74
- 二、品牌发展历程74
- 三、近三年企业偿债能力分析75
- 四、近三年企业盈利能力分析76
- 五、近三年公司产品变化76
- 六、近三年市场运营分析77
- 七、公司品牌竞争策略78

### 第二节、北京银辉生化科技有限公司79

- 一、公司及产品概况79
- 二、品牌发展历程79
- 三、近三年企业偿债能力分析79
- 四、近三年企业盈利能力分析80
- 五、近三年公司产品变化81
- 六、近三年市场运营分析81
- 七、公司品牌竞争策略82

### 第三节、天津正大珍吾堂食品股份有限公司82

- 一、公司及产品概况82
- 二、品牌发展历程83
- 三、近三年企业偿债能力分析83
- 四、近三年企业盈利能力分析84
- 五、近三年公司产品变化84
- 六、近三年市场运营分析85
- 七、公司品牌竞争策略86

### 第四节、上海冬泽特医食品有限公司86

- 一、公司及产品概况86
- 二、品牌发展历程87
- 三、近三年企业偿债能力分析88
- 四、近三年企业盈利能力分析89
- 五、近三年公司产品变化89
- 六、近三年市场运营分析91

## 七、公司品牌竞争策略92

### 第五节、广州博能生物科技有限公司93

#### 一、公司及产品概况93

#### 二、品牌发展历程93

#### 三、近三年企业偿债能力分析95

#### 四、近三年企业盈利能力分析96

#### 五、近三年公司产品变化96

#### 六、近三年市场运营分析97

#### 七、公司品牌竞争策略98

## 第七章国内特殊膳食用食品行业品牌竞争格局分析99

### 第一节特殊膳食用食品行业历史竞争格局概况99

#### 一、特殊膳食用食品行业集中度分析99

#### 二、特殊膳食用食品行业竞争程度分析99

### 第二节特殊膳食用食品行业企业竞争状况分析100

#### 一、领导企业的市场力量100

#### 二、其他企业的竞争力101

### 第三节2016-2022年国内特殊膳食用食品行业品牌竞争格局展望101

## 第八章2016-2022年国内特殊膳食用食品行业品牌发展预测103

### 第一节2016-2022年特殊膳食用食品行业品牌市场财务数据预测103

#### 一、2016-2022年特殊膳食用食品行业品牌市场规模预测103

#### 二、2016-2022年特殊膳食用食品行业总产值预测103

#### 三、2016-2022年特殊膳食用食品行业利润总额预测104

#### 四、2016-2022年特殊膳食用食品行业总资产预测104

### 第二节2016-2022年特殊膳食用食品行业供需预测105

#### 一、2016-2022年特殊膳食用食品产量预测105

#### 二、2016-2022年特殊膳食用食品需求预测106

#### 三、2016-2022年特殊膳食用食品供需平衡预测106

#### 四、2016-2022年主要特殊膳食用食品产品进出口预测107

### 第三节2016-2022年特殊膳食用食品行业投资机会107

#### 一、2016-2022年特殊膳食用食品行业主要领域投资机会107

- 二、2016-2022年特殊膳食食用食品行业出口市场投资机会108
- 三、2016-2022年特殊膳食食用食品行业企业的多元化投资机会108
- 第四节影响特殊膳食食用食品行业发展的主要因素116
  - 一、2016-2022年影响特殊膳食食用食品行业运行的有利因素分析116
  - 二、2016-2022年影响特殊膳食食用食品行业运行的稳定因素分析116
  - 三、2016-2022年影响特殊膳食食用食品行业运行的不利因素分析117
  - 四、2016-2022年我国特殊膳食食用食品行业发展面临的挑战分析118
  - 五、2016-2022年我国特殊膳食食用食品行业发展面临的机遇分析118
- 第五节特殊膳食食用食品行业投资前景及控制策略分析119
  - 一、2016-2022年特殊膳食食用食品行业市场风险及控制策略119
  - 二、2016-2022年特殊膳食食用食品行业政策风险及控制策略120
  - 三、2016-2022年特殊膳食食用食品行业经营风险及控制策略121
  - 四、2016-2022年特殊膳食食用食品行业技术风险及控制策略121
  - 五、2016-2022年特殊膳食食用食品行业同业竞争风险及控制策略121
  - 六、2016-2022年特殊膳食食用食品行业其他风险及控制策略121

## 第九章2016-2022年国内特殊膳食食用食品行业品牌投资价值与投资前景研究分析123

### 第一节行业SWOT模型分析123

- 一、优势分析123
- 二、劣势分析123
- 三、机会分析123
- 四、风险分析123

### 第二节特殊膳食食用食品行业发展的PEST分析124

- 一、政治和法律环境分析124
- 二、经济发展环境分析124
- 三、社会、文化与自然环境分析131
- 四、技术发展环境分析132

### 第三节特殊膳食食用食品行业投资价值分析133

- 一、2016-2022年特殊膳食食用食品市场趋势总结133
- 二、2016-2022年特殊膳食食用食品发展趋势分析133
- 三、2016-2022年特殊膳食食用食品市场发展空间133
- 四、2016-2022年特殊膳食食用食品产业政策趋向133

五、2016-2022年特殊膳食用食品技术革新趋势134

六、2016-2022年特殊膳食用食品价格走势分析134

第四节特殊膳食用食品行业投资前景分析134

一、宏观调控风险134

二、行业竞争风险135

三、供需波动风险135

四、技术创新风险135

五、经营管理风险135

六、其他风险136

第五节特殊膳食用食品行业投资前景研究分析137

一、重点投资品种分析137

二、重点投资地区分析137

三、项目投资建议138

1、投资额度建议138

2、技术性风险建议140

3、项目可行性分析141

第十章业内专家对国内特殊膳食用食品行业总结及企业经营战略建议145

第一节特殊膳食用食品行业问题总结145

第二节2016-2022年特殊膳食用食品行业企业的标杆管理145

一、国内企业的经验借鉴145

二、国外企业的经验借鉴146

第三节2016-2022年特殊膳食用食品行业企业的资本运作模式146

一、特殊膳食用食品行业企业国内资本市场的运作建议146

1、特殊膳食用食品行业企业的兼并及收购建议146

2、特殊膳食用食品行业企业的融资方式选择建议147

二、特殊膳食用食品行业企业海外资本市场的运作建议152

第四节2016-2022年特殊膳食用食品行业企业营销模式建议152

一、特殊膳食用食品行业企业的国内营销模式建议152

1、特殊膳食用食品行业企业的渠道建设152

2、特殊膳食用食品行业企业的品牌建设153

二、特殊膳食用食品行业企业海外营销模式建议153

- 1、特殊膳食用食品行业企业的海外细分市场选择153
  - 2、特殊膳食用食品行业企业的海外经销商选择154
- 第五节特殊膳食用食品市场的重点客户战略实施154
- 一、实施重点客户战略的必要性154
  - 二、合理确立重点客户155
  - 三、对重点客户的营销策略155（AK HT）

图表目录：

图表1国内生产总值(GDP)数据一览表24

图表22015年4季度和全年GDP（国内生产总值）核算数据25

图表32016年主要经济数据增长分析25

图表4城镇固定资产投资数据一览表27

图表52016年居民收入情况分析30

图表6居民消费价格指数(CPI)数据一览表31

图表7消费者信心指数数据一览表32

图表82013-2016年我国特殊膳食用食品行业市场规模分析44

图表92016年我国特殊膳食用食品行业市场规模区域集中度分析44

图表102013-2016年我国特殊膳食用食品行业东北地区市场规模分析45

图表112013-2016年我国特殊膳食用食品行业华北地区市场规模分析46

图表122013-2016年我国特殊膳食用食品行业华东地区市场规模分析46

图表132013-2016年我国特殊膳食用食品行业华中地区市场规模分析47

图表142013-2016年我国特殊膳食用食品行业华南地区市场规模分析47

图表152013-2016年我国特殊膳食用食品行业西部地区市场规模分析48

图表162016-2022年我国特殊膳食用食品行业市场规模预测49

图表172013-2016年我国特殊膳食用食品产量分析50

图表182013-2016年我国特殊膳食用食品消费量分析50

图表192016年我国特殊膳食用食品行业采购员群体年龄结构分布52

图表202016年消费者对特殊膳食用食品的首要认知渠道分析53

图表21特殊膳食用食品行业销售渠道控制五力模型60

图表222016年我国特殊膳食用食品行业华东地区市场渠道分析62

图表232016年我国特殊膳食用食品行业中南地区市场渠道分析63

图表242016年我国特殊膳食用食品行业华北地区市场渠道分析63

图表252016年我国特殊膳食用食品行业西部地区市场渠道分析64

图表262013-2016年我国特殊膳食用食品市场进口量分析71

图表272013-2016年我国特殊膳食用食品市场出口量分析71

图表282016-2022年我国特殊膳食用食品市场进口预测72

图表292016-2022年我国特殊膳食用食品市场出口预测73

图表30近3年西安力邦临床营养股份有限公司资产负债率变化情况75

图表31近3年西安力邦临床营养股份有限公司产权比率变化情况76

图表32近3年西安力邦临床营养股份有限公司销售毛利率变化情况76

图表33近3年西安力邦临床营养股份有限公司流动资产周转次数变化情况77

图表34近3年西安力邦临床营养股份有限公司固定资产周转次数情况77

图表35近3年西安力邦临床营养股份有限公司总资产周转次数变化情况78

图表36近3年北京银辉生化科技有限公司资产负债率变化情况79

图表37近3年北京银辉生化科技有限公司产权比率变化情况80

图表38近3年北京银辉生化科技有限公司销售毛利率变化情况80

图表39近3年北京银辉生化科技有限公司流动资产周转次数变化情况81

图表40近3年北京银辉生化科技有限公司固定资产周转次数情况81

图表41近3年北京银辉生化科技有限公司总资产周转次数变化情况82

图表42近3年天津正大珍吾堂食品股份有限公司资产负债率变化情况83

图表43近3年天津正大珍吾堂食品股份有限公司产权比率变化情况84

图表44近3年天津正大珍吾堂食品股份有限公司销售毛利率变化情况84

图表45近3年天津正大珍吾堂食品股份有限公司流动资产周转次数变化情况85

图表46近3年天津正大珍吾堂食品股份有限公司固定资产周转次数情况85

图表47近3年天津正大珍吾堂食品股份有限公司总资产周转次数变化情况85

图表48近3年上海冬泽特医食品有限公司资产负债率变化情况88

图表49近3年上海冬泽特医食品有限公司产权比率变化情况88

图表50近3年上海冬泽特医食品有限公司销售毛利率变化情况89

图表51近3年上海冬泽特医食品有限公司流动资产周转次数变化情况91

图表52近3年上海冬泽特医食品有限公司固定资产周转次数情况92

图表53近3年上海冬泽特医食品有限公司总资产周转次数变化情况92

图表54近3年广州博能生物科技有限公司资产负债率变化情况95

图表55近3年广州博能生物科技有限公司产权比率变化情况96

图表56近3年广州博能生物科技有限公司销售毛利率变化情况96

图表57近3年广州博能生物科技有限公司流动资产周转次数变化情况97  
图表58近3年广州博能生物科技有限公司固定资产周转次数情况97  
图表59近3年广州博能生物科技有限公司总资产周转次数变化情况97  
图表602016年我国特殊膳食用食品行业市场销售集中度分析99  
图表612016-2022年我国特殊膳食用食品行业市场规模预测103  
图表622016-2022年我国特殊膳食用食品行业总产值预测103  
图表632016-2022年我国特殊膳食用食品行业利润总额预测104  
图表642016-2022年我国特殊膳食用食品行业总资产预测104  
图表652016-2022年我国特殊膳食用食品产量预测105  
图表662016-2022年我国特殊膳食用食品需求量预测106  
图表672016-2022年我国特殊膳食用食品供需平衡预测106  
图表682016-2022年我国特殊膳食用食品进出口预测107  
图表692016-2022年影响特殊膳食用食品行业运行的有利因素116  
图表702016-2022年影响特殊膳食用食品行业运行的稳定因素116  
图表712016-2022年影响特殊膳食用食品行业运行的不利因素117  
图表722016-2022年我国特殊膳食用食品行业发展面临的挑战118  
图表732016-2022年我国特殊膳食用食品行业发展面临机遇118  
图表742016-2022年特殊膳食用食品产品市场经营风险及控制策略119  
图表752016-2022年特殊膳食用食品行业同业竞争风险及控制策略121  
图表762016-2022年特殊膳食用食品行业经营风险及控制策略136

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/277742.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。