



艾凯咨询
ICAN Consulting

2017-2022年中国服装零售市场 分析及投资策略研究报告

一、调研说明

《2017-2022年中国服装零售市场分析及投资策略研究报告》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/283867.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

2015年让很多人都觉得"服装业不行了",在积累了迎接挑战的经验之后,更多的企业拥有了应对的思路,功力渐长,也更能变被动为主动,主动改变、主动变通、主动出击。这是最坏的时代,也是最好的时代。2016年,中国服装业面临的问题依然严峻。

2015年1-8月限额以上批零企业服装鞋帽针纺织品类零售额同比增长10.5%,较去年同期回升0.1个百分点;其中,服装类零售额同比增长10.0%,较去年同期下降0.4个百分点;整体而言,服饰/服装类零售额增速仍在低位徘徊。此外,服饰/服装类作为典型的日用消费品,具备明显的"后周期"属性,在复苏时点层面滞后于宏观大周期,经济触底回升后才能看到服装消费趋势性回升。限额以上批零服饰类零售额累计增速

2014年中国服装市场规模达到2,673亿美元,较2013年的2,474亿美元增长8.04%。中国已经超越美国成为全球服装零售消费额最大的国家。2014年全球服装市场规模走势

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1章 中国服装零售行业经营背景与现状分析 1.1 中国服装零售行业定义 1.1.1 服装零售行业的定义 1.1.2 本报告主要研究主体确定 1.1.3 本报告相关数据来源说明 1.2 中国服装零售行业经营环境分析 1.2.1 中国国民经济发展水平分析 1.2.2 中国城镇居民消费水平分析 1.2.3 中国商业物业租金水平分析 1.2.4 中国劳动力成本增长态势分析 1.3 中国服装零售行业发展现状分析 1.3.1 中国服装零售行业发展现状 1.3.2 中国服装零售行业发展特点 1.3.3 中国服装零售行业存在问题 第2章 中国服装零售行业市场规模与需求分析 2.1 中国服装零售行业市场规模分析 2.1.1 中国服装零售行业销售规模分析 2.1.2 中国服装零售行业利润总额分析 2.1.3 中国服装零售行业从业人员规模分析 2.1.4 中国服装零售行业企业数量规模分析 2.2 中国服装零售行业市场增长速度分析 2.2.1 中国服装零售行业市场增长速度分析 2.2.2 中国服装零售行业零售生命周期分析 2.3 中国服装零售市场的SCP范式分析 2.3.1 中国服装零售行业市场结构分析 2.3.2 中国服装零售行业市场的集中度 2.3.3 中国服装零售行业企业行为分析 2.3.4 中国服装零售行业企业经营绩效 2.4 中国服装零售行业市场供给分析 2.4.1 中国服装零售行业厂商集中度分析 2.4.2 中国服装零售行业国际品牌竞争分析 2.4.3 中国服装零售行业的成本结构分析 2.4.4 中国服装行业的产能利用率分析 2.4.5 中国服装行业的供给曲线分析 2.5 中国服装零售行业市场的需求分析 2.5.1 中国服装零售行业需求特征分析 2.5.2 中国服装零售行业购买潜力分析 2.5.3 中国服装零售行业市场需求分析 第3章 中国服装零售行业竞争热点与趋势分析 3.1 中国服装零售行业竞争强度分析 3.1.1 现有服装企业间的竞争分析 3.1.2 行业上游供应商议价能力分析

3.1.3 行业下游购买者议价能力分析 3.1.4 未来潜在新进入者的威胁分析 3.1.5 行业其他替代品的威胁分析 3.2 中国服装零售行业竞争现状分析 3.2.1 中国服装零售品牌竞争地位分析 3.2.2 中国服装零售行业竞争态势分析 3.2.3 中国服装零售行业竞争层次分析 3.2.4 中国服装零售行业竞争热点分析 3.3 中国服装零售行业竞争格局分析 3.3.1 中国服装零售行业竞争区域分布 3.3.2 中国服装零售行业竞争企业性质分布 3.3.3 中国服装零售行业不同价格区间竞争分析 3.3.4 中国服装零售行业竞争企业区域市场分布 3.4 中国服装零售行业市场竞争格局预测 3.4.1 中国服装产量分布格局预测 3.4.2 中国服装销售量分布格局预测 3.4.3 中国服装零售品牌竞争格局预测

第4章 中国服装零售行业库存管理与物流配送

4.1 中国服装零售行业库存规模分析 4.1.1 中国服装零售行业库存规模分析 4.1.2 中国服装零售行业库存周转率分析 4.2 中国服装零售行业库存管理策略 4.2.1 中国服装企业库存产生原因分析 4.2.2 中国服装零售行业库存现状分析 4.2.3 库存管理在服装零售业中的重要性 4.2.4 中国服装零售行业库存管理策略 4.2.5 中国服装零售行业库存管理案例 4.3 中国服装零售行业供应配送服务分析 4.3.1 服装零售行业供应配送服务特点 (1)配送管理对象的多样性 (2)服装零售配送的快速反应性 (3)服装配送计划的重要性 (4)服装配送网络的复杂性 (5)服装配送系统对信息化的依赖 (6)配送设施的高要求性 4.3.2 服装零售行业供应配送模式分析 (1)企业自营配送模式分析 (2)第三方物流企业配送模式分析 (3)共同配送模式分析 4.4 中国服装零售企业配送中心选址分析 4.4.1 服装零售企业物流类型及其特征分析 4.4.2 服装零售企业物流配送中心选址意义 4.5 中国服装零售企业配送中心选址影响因素 4.5.1 企业竞争战略选择的影响 (1)成本战略影响因素分析 (2)供应链战略影响因素分析 (3)区域发展战略影响因素分析 (4)营销渠道战略影响因素分析 4.5.2 宏观经济层面的影响因素 (1)税收减让影响因素分析 (2)政策法规和城市发展规划 (3)需求风险产生的影响分析 4.5.3 对顾客需求的响应时间 (1)库存成本的考虑因素 (2)运输成本的考虑因素 (3)配送中心的设施成本的考虑因素 (4)总物流成本的考虑因素 4.5.4 基础设施的影响分析 4.6 中国服装零售企业配送中心选址的建议 4.6.1 服装企业物流配送系统总成本构成 4.6.2 服装企业物流配送中心选址成本优化 4.6.3 服装企业物流配送中心的选址建议

第5章 中国服装零售行业子产品市场投资机会分析

5.1 女装零售市场投资机会分析 随着国内互联网的急速发展，目前中国的上网人群异常庞大，成为网络销售的潜在消费市场。省略了销售的中间环节，节约了实体店普铺设立的相关租金及运营管理成本，在虚拟的网络环境里，实现24小时不间断营业，打破了时间和空间的限制，无限延伸了消费市场，让网络销售正为最具吸引力的新型业态。

2011-2018年中国网络购物市场交易规模 5.1.1 女装市场规模与扩容趋势分析 5.1.2 女装品牌市场份额与定位分析 5.1.3 女装品牌经典策划案例分析 5.1.4 女装网购市场竞争态势分析 (1)女装网购市场销售规模分析 (2)传统女装品牌线上扩张策略分析 (3)女装淘品牌竞争策略与影响力分析 5.1.5 女装市场未来投资价值点与发展趋势 5.2 男装零售市场投资机会分析 5.2.1 男装市

场规模与扩容趋势分析 5.2.2 男装品牌市场份额与定位分析 5.2.3 男装品牌经典策划案例分析
5.2.4 男装网购市场竞争态势分析 (1)男装网购市场销售规模分析 (2)传统男装品牌线上扩张策略分析 (3)男装淘品牌竞争策略与影响力分析 5.2.5 男装市场未来投资价值点与发展趋势 5.3
童装零售市场投资机会分析 5.3.1 童装市场规模与扩容趋势分析 5.3.2 童装品牌市场份额与定位分析 5.3.3 童装品牌经典策划案例分析 5.3.4 童装网购市场竞争态势分析 (1)童装网购市场销售规模分析 (2)传统童装品牌线上扩张策略分析 (3)童装淘品牌竞争策略与影响力分析 5.3.5
童装市场未来投资价值点与发展趋势 5.4 休闲服零售市场投资机会分析 5.4.1 休闲服市场规模与扩容趋势分析 5.4.2 休闲服品牌市场份额与定位分析 5.4.3 休闲服品牌经典策划案例分析
5.4.4 休闲服网购市场竞争态势分析 (1)休闲服网购市场销售规模分析 (2)传统休闲服品牌线上扩张策略分析 (3)休闲服淘品牌竞争策略与影响力分析 5.4.5 休闲服市场未来投资价值点与发展趋势 5.5 体育服装零售市场投资机会分析 5.5.1 体育服装市场规模与扩容趋势分析 5.5.2 体育服装品牌市场份额与定位分析 5.5.3 体育服装品牌经典策划案例分析 5.5.4 体育服装网购市场竞争态势分析 (1)体育服装网购市场销售规模分析 (2)传统体育服装品牌线上扩张策略分析 (3)体育服装淘品牌竞争策略与影响力分析 5.5.5 体育服装市场未来投资价值点与发展趋势

第6章 中国服装零售行业区域市场投资前景分析6.1 北京市服装零售行业投资前景分析 6.1.1 北京市服装消费环境与需求分析 6.1.2 北京市服装零售规模与市场分析 6.1.3 北京市服装零售业业态格局分布 6.1.4 北京市服装零售业竞争态势分析 6.1.5 北京市服装零售行业的投资前景 6.2
上海市服装零售行业投资前景分析 6.2.1 上海市服装消费环境与需求分析 6.2.2 上海市服装零售规模与市场分析 6.2.3 上海市服装零售业业态格局分布 6.2.4 上海市服装零售业竞争态势分析 6.2.5 上海市服装零售行业的投资前景 6.3 广州市服装零售行业投资前景分析 6.3.1 广州市服装消费环境与需求分析 6.3.2 广州市服装零售规模与市场分析 6.3.3 广州市服装零售业业态格局分布 6.3.4 广州市服装零售业竞争态势分析 6.3.5 广州市服装零售行业的投资前景 6.4 深圳市服装零售行业投资前景分析 6.4.1 深圳市服装消费环境与需求分析 6.4.2 深圳市服装零售规模与市场分析 6.4.3 深圳市服装零售业业态格局分布 6.4.4 深圳市服装零售业竞争态势分析 6.4.5 深圳市服装零售行业的投资前景 6.5 杭州市服装零售行业投资前景分析 6.5.1 杭州市服装消费环境与需求分析 6.5.2 杭州市服装零售规模与市场分析 6.5.3 杭州市服装零售业业态格局分布 6.5.4 杭州市服装零售业竞争态势分析 6.5.5 杭州市服装零售行业的投资前景 6.6 成都市服装零售行业投资前景分析 6.6.1 成都市服装消费环境与需求分析 6.6.2 成都市服装零售规模与市场分析 6.6.3 成都市服装零售业业态格局分布 6.6.4 成都市服装零售业竞争态势分析 6.6.5 成都市服装零售行业的投资前景 6.7 重庆市服装零售行业投资前景分析 6.7.1 重庆市服装消费环境与需求分析 6.7.2 重庆市服装零售规模与市场分析 6.7.3 重庆市服装零售业业态格局分布 6.7.4 重庆市服装零售业竞争态势分析 6.7.5 重庆市服装零售行业的投资前景 6.8 天津市服装零

售行业投资前景分析 6.8.1 天津市服装消费环境与需求分析 6.8.2 天津市服装零售规模与市场
分析 6.8.3 天津市服装零售业业态格局分布 6.8.4 天津市服装零售业竞争态势分析 6.8.5 天津市
服装零售行业的投资前景 6.9 长沙市服装零售行业投资前景分析 6.9.1 长沙市服装消费环境与
需求分析 6.9.2 长沙市服装零售规模与市场分析 6.9.3 长沙市服装零售业业态格局分布 6.9.4 长
沙市服装零售业竞争态势分析 6.9.5 长沙市服装零售行业的投资前景 6.10 沈阳市服装零售行
业投资前景分析 6.10.1 沈阳市服装消费环境与需求分析 6.10.2 沈阳市服装零售规模与市场分
析 6.10.3 沈阳市服装零售业业态格局分布 6.10.4 沈阳市服装零售业竞争态势分析 6.10.5 沈阳
市服装零售行业的投资前景 第7章 中国服装零售行业业态模式创新与发展趋势7.1 中国服装
零售业的业态创新与趋势 7.1.1 服装零售业主要业态类型分析 7.1.2 服装零售业现有业态局限
性分析 7.1.3 服装零售业业态创新驱动力分析 7.1.4 服装零售业业态创新与发展趋势 7.2 专卖
品牌店经营模式分析 7.2.1 专卖品牌店模式发展规模分析 7.2.2 专卖品牌店模式市场份额分析
7.2.3 专卖品牌店模式代表企业分析 7.2.4 专卖品牌店模式的优劣势分析 7.2.5 专卖品牌店模式
发展潜力与趋势 7.3 大卖场服装零售业态模式分析 7.3.1 大卖场服装零售模式发展规模分析
7.3.2 大卖场服装零售模式市场份额分析 7.3.3 大卖场服装零售业态的运营特征分析 7.3.4 大卖
场服装零售业态的SWOT分析 7.3.5 大卖场服装零售业态发展潜力与趋势 7.4 货店服装零售业
态模式分析 7.4.1 货店服装零售销售规模分析 7.4.2 货店服装销售品牌格局分析 7.4.3 货店女装
品牌价格结构分析 7.4.4 货店主要女装品牌类型分析 7.4.5 货店主要女装品牌风格分析 7.5 网
络服装零售业态经营模式分析 7.5.1 网络服装零售模式销售规模分析 7.5.2 网络服装零售模式
品牌格局分析 7.5.3 网络服装零售模式的SWOT分析 7.5.4 网络服装零售模式发展潜力与趋势
7.6 网络服装零售模式顾客满意度分析 7.6.1 网络购物顾客满意度影响因素分析 7.6.2 网络购物
顾客忠诚度影响因素分析 7.6.3 网络购物的决策与消费满意度分析 7.6.4 网络购物消费流程与
影响因素分析 7.6.5 提高网络服装零售顾客满意度的建议 7.7 O2O服装零售业态经营模式分析
7.7.1 O2O服装零售业态经营模式特点分析 7.7.2 O2O服装零售业态经营模式规模分析 7.7.3
O2O服装零售业态经营模式的优劣势 7.7.4 O2O服装零售业态经营模式发展潜力 第8章 国际
服装零售巨头与国内标杆服企经营分析8.1 世界四大服装零售巨头经营与管理模式分析 8.1.1
日本优衣库经营与管理模式分析 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业
经营优劣势分析 8.1.2 美国盖璞(GAP) 经营与管理模式分析 (1) 企业发展简况分析 (2) 企
业经营情况分析 (3) 企业经营优劣势分析 8.1.3 西班牙ZARA经营与管理模式分析 (1) 企
业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业经营优劣势分析 8.1.4 瑞典H&M经营
与管理模式分析 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业经营优劣势分析
8.2 标杆服装零售企业经营状况分析 8.2.1 思捷环球控股有限公司经营分析 (1) 企业发展简
况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业经营优劣势分析 8.2.2 利邦控股有限公司经营分析

(1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业经营优劣势分析 8.2.3 利郎(中国)有限公司经营分析 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业经营优劣势分析 8.2.4 长兴国际(集团)控股有限公司经营分析 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业经营优劣势分析 8.2.5 中国动向(集团)有限公司(集团)有限公司经营分析 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业经营优劣势分析 8.2.6 上海美特斯邦威服饰股份有限公司经营分析 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业经营优劣势分析 8.2.7 浙江森马服饰股份有限公司经营分析 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业经营优劣势分析 8.2.8 东莞市搜于特服装股份有限公司服装股份有限公司经营分析 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业经营优劣势分析 8.2.9 匹狼实业股份有限公司实业股份有限公司经营分析 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业经营优劣势分析 8.2.10 牧王股份有限公司股份有限公司经营分析 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业经营优劣势分析 8.2.11 广州卡奴迪路服饰股份有限公司经营分析 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业经营优劣势分析 8.2.12 浙江浙江报喜鸟服饰股份有限公司服饰股份有限公司经营分析 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业经营优劣势分析 8.2.13 希努尔男装股份有限公司男装股份有限公司经营分析 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业经营优劣势分析 8.2.14 朗姿股份有限公司有限公司经营分析 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业经营优劣势分析 8.2.15 波司登国际控股有限公司国际控股有限公司经营分析 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业经营优劣势分析 8.2.16 广州友谊广州友谊班尼路服饰有限公司服饰有限公司经营分析 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业经营优劣势分析 8.2.17 真维斯服饰(中国)有限公司服饰(中国)有限公司经营分析 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业经营优劣势分析 8.2.18 宝胜国际(控股)有限公司(控股)有限公司经营分析 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业经营优劣势分析 8.2.19 李宁有限公司有限公司经营分析 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业经营优劣势分析 8.2.20 佐丹奴国际有限公司国际有限公司经营分析 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业经营优劣势分析 第9章 中国服装零售行业投资风险与投资机会分析(AKHT)9.1 中国服装零售行业投资壁垒分析 9.1.1 服装零售行业进入壁垒分析 9.1.2 服装零售行业退出壁垒分析 9.2 中国服装零售行业投资风险分析 9.2.1 服装零售行业面临宏观经济风险 9.2.2 服装零售行业面临的渠道租金风险 9.2.3 服装零售行业面临的外需波动风险 9.2.4 服装零售行业面临的其它风险 9.3 中国服装零售行业投资机会分析 9.3.1 中国服装零售行业发展前景分析 9.3.2 中国服装零售行业投资机会分析 图表目录：图表1

2013-2016年9月50家百货服装销量及单价同比增速 图表2 2013-2016年9月全国重点大型零售企业服装及各子行业零售额同比增速比较 图表3 200家大型百货男装零售额分市场增速 图表4 200家大型百货女装零售额分市场增速 图表5 2017-2022年中国服装零售市场规模预测 图表6 服装零售行业的五力模型生态图 图表7 设施数量与需求响应时间关系 图表8 设施数量与库存成本关系图 图表9 设施数量与运输成本关系图 图表10 设施数量与设施成本关系图 图表11 设施数量与物流总成本关系图 图表12 配送系统结构示意图 图表13 运载量与单位运价关系示意图 图表14 2013-2016年9月重点零售企业服装类商品零售额月度变化走势图 图表15 2013-2016年9月重点大型零售企业服装零售额 图表16 2013-2016年9月CPI衣着价格指数变动情况 图表17 2013-2016年9月各类服装月度销量和同比增长率 图表18 2013-2016年9月男西装月销量和同比增长率 图表19 2013-2016年9月男衬衫月销量和同比增长率 图表20 2013-2016年9月夹克衫月销量和同比增长率 图表21 2013-2016年9月西裤月销量和同比增长率 图表22 2013-2016年9月T恤衫月销量和同比增长率 图表23 2013-2016年9月女装月销量和同比增长率 图表24 2013-2016年9月童装月销量和同比增长率 图表25 2013-2016年9月羊绒及羊毛衫月销量和同比增长率 图表26 2013-2016年9月牛仔服月销量和同比增长率 图表27 2013-2016年9月防寒服月销量和同比增长率 图表28 2013-2016年9月男装网购市场规模 图表29 2013-2016年9月淘宝商城男装成交额占比 图表30 2013-2016年9月"双十一"、"双十二"男装销售额 图表31 男性网购服装时搜索关键词类型 图表32 进驻淘宝商城男装品牌 图表33 网购市场热销男装品牌类型 图表34 男装子品类销售额排名 图表35 淘宝男装客单价 图表36 2013-2016年9月冬季淘宝男装客单价 图表37 GXG线上线下销售额 图表38 GXG打造黑白灰系时尚装 图表39 GXG网购消费者类型 图表40 GXG网购销售产品 更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/283867.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。