



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008年中国餐饮行业调研及投资 分析预测报告

一、调研说明

《2008年中国餐饮行业调研及投资分析预测报告》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/46132.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

【描述】

2007年，我国住宿和餐饮行业实现又好又快发展，餐饮消费再创佳绩。据有关数据分析，随着人民生活水平和餐饮社会化程度的逐步提高，2007年我国餐饮消费持续快速增长，在国民经济各行业中继续保持领先地位，全国住宿与餐饮业零售额累计实现12352亿元，同比增长19.4%，比去年同期增幅高出3个百分点，占社会消费品零售总额比重为13.8%，拉动社会消费品零售总额增长2.6个百分点，对社会消费品零售总额的增长贡献率为15.6%。其中12月份，全国住宿与餐饮业零售额实现1220.7亿元，比去年同期增长24.2%、增幅高出5.5个百分点，比11月份增幅高出2.6个百分点，其规模与增幅均为全年月度最高。

2008年年前两个月，全国住宿与餐饮消费继续保持良好态势，零售额实现2535.7亿元，同比增长23.1%，比去年同期增幅高出6.1个百分点，占社会消费品零售总额的比重达到14.5%，拉动社会消费品零售总额增长3.28个百分点，对社会消费品零售总额的增长贡献率为16.2%。其中，1月份达到1336.3亿元，同比增长23.3%；2月份达到1199.4亿元，同比增长23%。2008年1-2月份，住宿与餐饮业新设立外商投资企业111家，同比增长7.8%；合同外资金额3.6亿美元，同比增长66.2%；实际使用外资金额1.6亿美元，同比增长8.4%。受南方低温冰冻雪灾以及物价上涨的影响，全国限额以上住宿与餐饮企业营业额增幅有所降低，1-2月份实现营业额676.8亿元，同比增长18.4%，比去年同期增幅低2.9个百分点。

从长远来看，随着对外开放的扩大和经济持续稳定快速增长，城乡居民收入增加，生活水平不断提高，我国的餐饮业发展非常迅速，近几年餐饮业的增长率都比其它行业高出十个百分点以上，可以说我国正迎来一个餐饮业大发展的时期，市场潜力巨大，前景非常广阔。另外在改革开放的大环境下，餐饮市场已日趋成熟，并逐步成长起一批有规模、有实力，而且具有持续发展的现代化餐饮公司。伴随着2008年北京奥运会和2010年上海世博会的举办，我国经济必然会迎来一个飞速发展的阶段。毫无疑问，顺势而为，餐饮业又将会登上一个新的台阶。强强联合、连锁经营、多元化发展是中国餐饮业大势所趋。强强联合、连锁经营是发挥企业比较优势，扩大企业规模的有效途径，多元化发展则是分散市场风险，拓展经营范围的重要方式。在未来一段时期内，企业并购、连锁经营和多元化经营将是一个产业发展的重要趋势。

【 目录 】

第一章行业定义及分类

第一节餐饮行业概述

一、餐饮业的定义

二、餐饮业的分类

第二节餐饮业的特点

一、中国餐饮市场的特点

二、现代餐饮业的特点分析

三、餐饮业的新特点分析

第三节餐饮业市场细分及作用

一、餐饮业的市場细分

二、餐饮业的经济地位和作用

第四节行业投资特性分析

一、餐饮业基本特征分析

二、餐饮业生命周期分析

三、餐饮业要素密集性分析

四、餐饮业经营风险分析

五、餐饮业进入壁垒分析

第二章中国餐业发展环境分析

第一节经济环境分析

一、宏观经济环境分析

二、经济增长及居民收入水平分析

三、社会经济交往活动分析

四、居民消费观念分析

五、餐饮业结构调整分析

第二节政策环境分析

一、中国餐饮业主要政策

二、中国餐饮业最新政策

第三节文化环境分析

- 一、中国传统饮食文化
- 二、中国饮食文化在世界的传播
- 三、西方饮食文化在中国的传播

第三章中国餐饮业现状分析

第一节中国餐饮业的发展概况

- 一、中国餐饮业的发展回顾
- 二、中国餐饮业多种所有制存在
- 三、餐饮业总体规模逐年壮大
- 四、现阶段餐饮市场的概况

第二节餐饮消费者分析

- 一、餐饮消费者种类分析
- 二、餐饮消费者心理效应解析
- 三、餐饮消费者快餐消费习惯及态度研究

第三节餐饮业中电子商务的应用分析

- 一、餐饮业适合电子商务发展的特性
- 二、国内餐饮业的电子商务存在方式
- 三、电子商务给餐饮业带来的机遇和挑战
- 四、电子商务在餐饮业中的运用策略

第四节中国餐饮业发展中的问题分析

- 一、中国当代餐饮业的问题
- 二、国内制约餐饮业发展的问题
- 三、中国集团饮食供应存在问题分析
- 四、餐饮行业发展的四大弊病
- 五、酒店餐饮业人才问题分析

第五节促进中国餐饮业健康发展的对策

- 一、餐饮业发展需要三大平台
- 二、商务部促进餐饮业发展的七项措施
- 三、餐饮业向规模经济发展对策分析
- 四、中国餐饮业的个性化服务策略
- 五、国内餐饮业品牌打造的策略

第四章2004-2007年中国餐饮市场运营状况分析

第一节2004年餐饮市场情况分析

- 一、2004年中国餐饮市场总体运行情况分析
- 二、2004年中国餐饮市场发展特点
- 三、2004年餐饮市场发展的重要因素
- 四、2004年中国餐饮业注重品牌战略

第二节2005年中国餐饮市场总体状况

- 一、2005年中国餐饮市场运行情况
- 二、2005年国内餐饮市场的主要特点
- 三、2005年我国餐饮市场存在的主要问题分析
- 四、“十一五”期间加快发展餐饮业的战略意义

第三节2006年中国餐饮市场总体状况

- 一、2006年中国餐饮市场运行情况
- 二、2006年国内餐饮市场主要特点
- 三、2006年中国餐饮市场流行元素
- 四、2006年中国餐饮限额以上企业特点分析
- 五、2006年全国重点餐饮企业经营情况分析

第四节2007-2008年上半年餐饮市场发展分析

- 一、2007年中国餐饮业重要事件
- 二、2007-2008年上半年中国地区餐饮企业经营状况
- 三、2007-2008年上半年中国住宿与餐饮业经营状况

第五章中餐业市场分析

第一节中餐国际市场概况

- 一、美国
- 二、英国
- 三、俄罗斯
- 四、乌克兰
- 五、西班牙

第二节中国中餐业概况

- 一、中餐业市场回暖

二、中餐业发展空间巨大

三、中国中餐消费市场的特点

四、中餐业谨慎扩张的反思

第三节中餐业的营销分析

一、中餐业的服务特征及营销分析

二、中餐业营销困境

三、中餐企业现代营销策略

第四节中餐业的竞争分析

一、第二家外企进军中国中餐市场

二、美国中餐市场竞争激烈

三、中餐的霸主地位面临危机

四、民营中餐对抗洋快餐

五、中餐竞争趋势分析

第五节中餐连锁

一、2007-2008年中餐连锁业热点事件回顾

二、连锁中餐以标准化抢万亿市场

三、中餐连锁竞争力分析

四、发展中餐连锁应重视中西文化差别

五、中餐连锁企业运营障碍分析

第六节中餐发展的对策及趋势

一、“中餐”抢占美国市场的对策

二、中餐业的发展及潮流预测

三、儿童中餐市场内含商机

第六章西餐业市场分析

第一节国内西餐的历史及分布

一、西餐在中国的历史

二、西餐市场在中国的形成及分布

第二节中国西餐业的发展概况

一、近年中国西餐业发展状况

二、国内西餐业态种类及特点

三、中国西餐业现阶段的市场特点

四、中国西餐业发展迅猛

第三节中国西餐业的问题分析

- 一、西餐业管理和技术人员匮乏
- 二、“中式西餐”的发展困局探析
- 三、京城西餐业人才短缺的原因分析

第四节西餐业发展的对策

- 一、中国西餐发展多样化
- 二、中西结合保持特色
- 三、西餐的本土化与大众化

第五节西餐业的发展前景分析

- 一、“中式西餐”未来发展展望
- 二、未来西餐经营的走势
- 三、西餐市场的发展趋势

第七章快餐业市场分析

第一节国外快餐业概述

- 一、企业规模
- 二、企业管理人才
- 三、企业产品
- 四、企业管理制度

第二节中国快餐业概况

- 一、中国快餐发展概述
- 二、快餐在中国广受欢迎
- 三、中国快餐业快速增长
- 四、中国快餐业发展的经验与体会

第三节西式快餐市场营销定位与市场战略

- 一、市场竞争态势分析
- 二、市场定位
- 三、行销定位策略
- 四、行销组合策略

第四节快餐业竞争分析

- 一、快餐业竞争激烈

二、汉堡王进军中国市场

三、大洋快餐争相吸引投资者加盟

第五节中国快餐业面临的问题及发展对策分析

一、快餐业发展中存在的主要问题

二、中国快餐业发展的障碍及其突破

三、连锁加盟对快餐业的不利影响

四、中国快餐业发展的不足及对策

第六节快餐业的未来发展趋势

一、中国快餐业发展的趋势分析

二、快餐业的信息化发展趋势分析

第八章中式快餐市场分析

第一节中式快餐市场概况

一、中式快餐成市场主角

二、中国中式快餐进入品牌时代

三、马兰拉面成为中式快餐的大梁

四、中式快餐发展空间广阔

第二节对中国中式快餐的SWOT分析

一、优势

二、劣势

三、机遇

四、威胁

第三节中式快餐业竞争分析

一、食品巨头抢摊中式快餐市场

二、中式快餐赶超洋快餐

三、中式快餐的竞争策略

第四节中式快餐面临的挑战

一、中式快餐不敌洋快餐

二、“东方既白”进军中式快餐

三、中式快餐的软肋

四、中式快餐难形成规模

五、中式快餐业管理落后

第五节中式快餐趋势与投资

一、中式快餐的发展策略

二、中式快餐的成功之路

三、中式快餐的投资分析

第九章北京餐饮业

第一节北京餐饮业发展概况

一、北京市餐饮业发展状况及特点

二、北京餐饮业的优势分析

三、2007年北京餐饮业的发展状况及特点

第二节北京餐饮市场分析

一、北京西单商圈上演餐饮业争霸战

二、北京餐饮市场发展存在问题及对策

三、北京餐饮市场消费需求大

四、北京餐饮业市场的奥运商机

第三节北京餐饮业营销分析

一、北京餐饮业的特性

二、北京餐饮业进行网络营销

三、北京餐饮市场广告销售模式分析

第四节北京“成都小吃”现象经济分析

一、北京的“成都小吃”现象

二、成都小吃企业特征

三、成都小吃的运行机理

四、北京“成都小吃”的启示

第五节北京餐饮业发展趋势分析

一、北京餐饮业发展趋势分析

二、北京奥运餐饮服务计划

三、北京特色餐饮成发展趋势

第十章上海餐饮业

第一节上海餐饮业发展概况

一、上海餐饮业发展回顾

二、2007年上海市餐饮业发展情况

三、上海餐饮地域品牌特色

第二节上海网络餐饮业发展分析

一、上海网络餐饮业概述

二、网络餐饮业优劣势分析

三、大众点评网

四、饭馆

五、其他网站

第三节上海市长宁区餐饮业污染问题分析

一、长宁区餐饮业现状及特点

二、长宁区餐饮业主要污染及原因

三、长宁区餐饮业污染解决对策及主要措施

第四节上海餐饮业趋势及发展

第十一章广州餐饮业

第一节广州餐饮业概况

一、广州餐饮业蓬勃发展

二、广州餐饮市场分析

三、广州餐饮业大环境的特点

四、广州餐饮区域现状

第二节广州餐饮业问题分析

一、广州餐饮的隐忧

二、广州餐饮业面临同质化危机

三、广州餐饮企业人才问题

四、广州八成餐饮企业的文化含量危机

第三节广州餐饮业发展态势分析

一、广州市场餐饮概念的变迁

二、广州餐饮业发展迅猛的原因

三、广州餐饮市场的发展走向

四、量贩经营模式在广州餐饮业兴起

第十二章其他城市餐饮业分析

第一节深圳

- 一、深圳餐饮业概述
- 二、深圳餐饮业的八大菜系简述
- 三、超市成为深圳快餐市场新的生力军
- 四、深圳掀起餐饮投资热
- 五、深圳餐饮行业的问题及对策解析

第二节武汉

- 一、武汉餐饮业发展概况
- 二、武汉餐饮业的特点

第三节成都

- 一、2007年上半年成都餐饮业发展状况
- 二、川菜小吃火锅三足鼎立
- 三、成都中高档餐饮市场品牌意识分析
- 四、成都餐饮业的特色发展分析

第四节重庆

- 一、美国最大风险投资机构青睐重庆餐饮业
- 二、重庆餐饮发展状况分析
- 三、重庆餐饮遭遇迷局
- 四、重庆政府采取措施加快餐饮业发展

第五节西安

- 一、西安餐饮业保持快速增长
- 二、西安休闲餐饮发展势头良好

第十三章中国餐饮业竞争分析

第一节餐饮业竞争概述

- 一、餐饮业竞争的特点
- 二、影响餐饮业竞争的因素

第二节中西餐饮业的对比竞争分析

- 一、中西快餐的竞争局势
- 二、中西餐饮业的总体差异
- 三、中西餐饮业的差距

第三节国内餐饮业竞争态势

- 一、中国餐饮业竞争加剧
- 二、国内餐饮市场竞争态势的四大变化
- 三、主题餐厅直面竞争
- 四、北京餐饮面临品牌竞争时代

第四节酒店、饭店餐饮业竞争对策分析

- 一、竞争内容
- 二、竞争规模
- 三、竞争地域

第五节饭店餐饮对餐饮业的竞争影响

- 一、饭店餐饮的优势
- 二、饭店餐饮的劣势
- 三、在竞争中求发展

第六节餐饮企业应对竞争的策略分析

- 一、餐饮企业面对竞争的八个手段
- 二、中国餐饮业构建核心竞争力分析
- 三、餐饮业的卫生竞争战略分析

第七节提高中国餐饮企业竞争力措施

- 一、餐饮企业最基本的竞争力分析
- 二、中国餐饮业竞争对策分析
- 三、餐饮竞争中的战略定位

第十四章中国餐饮业领先企业分析

第一节国际餐饮企业集团

- 一、环球百胜餐饮集团
- 二、快餐巨头-麦当劳

第二节内蒙古小肥羊餐饮连锁有限公司

- 一、企业概况
- 二、经营发展状况
- 三、国际化发展进程

第三节顶新国际集团投资“德克士”快餐事业

第四节西安饮食股份有限公司

- 一、企业概况

二、2007年公司财务数据分析

三、竞争力分析

第六节上海锦江国际酒店发展股份有限公司

一、企业概况

二、2007年经营状况及主要财务指标分析

三、公司发展前景

第七节真功夫餐饮管理有限公司

一、企业概况

二、经营发展状况

三、发展前景

第八节重庆小天鹅投资控股（集团）有限公司

一、企业概况

二、发展历程

第九节成都谭鱼头投资股份有限公司

一、企业概况

二、2007年经营状况

三、香港投资经营状况

第十节中国（全聚德）股份有限公司

一、公司简介

二、全聚德公司发展概况

三、全聚德核心竞争优势分析

四、全聚德品牌营销战略解析

五、全聚德面临三大发展机遇

第十一节内蒙古小肥羊

一、公司简介

二、小肥羊调整发展战略

三、小肥羊借奥运加速扩张

第十二节其他餐饮企业内地市场发展状况

一、大家乐集团

二、永和大王

第十五章餐饮企业经营分析

第一节 餐饮特许经营分析

- 一、中国餐饮业特许经营概述
- 二、全国餐饮特许经营40强
- 三、国内餐饮业特许经营标准化问题的分析
- 四、餐饮特许经营要防止走偏
- 五、餐饮特许经营管理的经营策略

第二节 餐饮经营热点市场

- 一、婚宴市场
- 二、寿宴市场
- 三、商务用餐

第三节 餐饮业营销发展分析

- 一、未来餐饮营销的十个发展趋势
- 二、不同规模的餐饮企业选择的连锁方式分析
- 三、中国餐饮的特色营销方式
- 四、节假日餐饮营销战略

第四节 餐饮企业经营策略分析

- 一、餐饮企业的经营对策的制定
- 二、餐饮经营成功要素分析
- 三、餐饮企业做大的经营技巧分析

第十六章 餐饮企业经营管理分析

第一节 餐饮业的店名特点研究

- 一、店名的概述
- 二、店名研究的分析方法
- 三、中餐馆名称的结构分析
- 四、中餐馆名称中行业标识词的分析
- 五、中餐馆名称中区别性名称的分析

第二节 餐饮企业基层员工激励研究

- 一、餐饮企业基层员工特征
- 二、餐饮企业基层员工重点激励因素
- 三、对餐饮企业基层员工激励机制建议

第三节 连锁餐饮企业薪酬体系变革分析

一、案例背景与问题诊断

二、基于顾客导向的薪酬体系设计

三、连锁餐饮企业薪酬变革的思考

第四节打造连锁餐饮企业核心竞争力分析

一、精心打造品牌的分众力

二、用心打造门店的吸引力

三、倾力打造菜谱的静销力

四、全力打造服务员推销力

五、群力打造美食的口碑力

第十七章餐饮企业连锁经营分析

第一节餐饮连锁运作分析

一、餐饮连锁经营的起源与形式

二、餐饮连锁特许商的标准

三、餐饮业连锁经营的选址特点

四、餐饮业连锁经营经济指标分析

第二节餐饮连锁发展概况

一、外资餐饮连锁门店在中国的数量增长快

二、中国连锁餐饮业发展回顾

三、连锁经营成为餐饮业主导模式

四、中式餐饮的连锁经营现状分析

第三节餐饮连锁经营的商圈及相关理论

一、商圈的一般性原则与特点

二、国外餐饮巨头商圈策略借鉴

三、商圈状况分类与特征分析

四、商圈内连锁餐饮企业获得竞争优势的途径

第四节餐饮连锁的问题及对策

一、中式餐饮连锁业的症结

二、餐饮连锁经营的策略分析

三、餐饮业连锁经营应注重品牌战略

第五节餐饮连锁的趋势与经验借鉴

一、连锁经营将成为餐饮业主攻方向

二、美国特许连锁经营的成功经验及启示

三、中国连锁经营发展的四大趋势

第十八章酒店、饭店餐饮业经营分析

第一节酒店、饭店餐饮业营销分析

一、酒店餐饮业概述

二、酒店餐饮市场分析

三、盘活酒店餐饮的要素

四、用现代营销观念武装酒店餐饮业

第二节酒店餐饮业个性化服务的体现形式分析

一、准备有特色的餐厅及餐位

二、提供个性化的菜单

三、风格独特的儿童自助餐

第三节酒店、饭店餐饮业的经营策略

一、酒店餐饮营销策略分析

二、星级饭店餐饮的经营策略详析

三、星级酒店餐饮经营的四个原则

四、宾馆、饭店餐饮的经营对策

第十九章餐饮行业发展趋势分析

第一节餐饮行业发展前景

一、餐饮业的发展前景

二、餐饮业市场营销的发展前景

第二节餐饮业的发展趋势

一、中国餐饮业发展趋势分析

二、中国餐饮市场发展趋势展望

三、中国餐饮业发展的四大方向

第三节2008-2010年中国餐饮业发展预测

一、规模预测

二、增长预测

第四节餐饮业未来发展走向

一、多元化发展

二、餐饮市场细分化

三、特色餐饮

四、数字化发展

第二十章餐饮业投资分析

第一节行业投资特性

一、餐饮业的成长性与赢利性

二、餐饮业行业周期性

三、餐饮业资源要素密集性

第二节餐饮业投资潜力分析

一、国内餐饮业商机巨大

二、餐饮业投资的八个优势

三、风险投资关注餐饮业

第三节餐饮业投资热点分析

一、餐饮业热点细述

二、粥店成餐饮业投资新宠

三、餐饮食品投资十大亮点分析

第四节餐饮业行业壁垒分析

一、技术与市场壁垒

二、资金门槛低

三、品牌与网络壁垒

四、文化性壁垒

第五节餐饮业投资建议

一、投资餐饮业需做足竞争的准备

二、餐饮投资八个锦囊

三、餐饮需抓好的四个关键

四、甄别餐饮投资的建议

五、凸现饮食文化打造餐饮企业标志

第六节不同类型餐饮业投资建议

一、小区餐饮店

二、休闲餐饮店

三、加盟店餐饮

四、特色小餐饮店

附表

表1.1不同种类餐饮业的优劣势

表2.12007年分行业城镇固定资产投资及其增长速度

表2.2中国城镇居民全年消费性支出

表2.31990-2007年中国城镇居民消费水平变化分析

表2.4餐饮业有关政策列举

表3.1我国餐饮企业构建规模经济的主要途径对比

表4.12004年三大区域餐饮业增长贡献率比较

表4.22004年全国各省份餐饮业零售额情况

表4.32004年全国各城市餐饮市场情况

表4.42005年度中国餐饮前十强企业名单

表4.52006年我国东中西部地区餐饮业发展情况比较

表4.62006年主要省市餐饮业三项指标前十名排序

表4.72006年主要城市餐饮业三项指标前十名排序

表4.82006年限额以上连锁餐饮业集团（企业）数

表4.92006年限额以上连锁餐饮业基本情况

表4.102006年中国餐饮百强企业名单

表4.112007年1-11月全国住宿和餐饮业零售额对比情况

表4.122008年上半年我国住宿和餐饮业零售额增长情况

表5.11990-2006年中国城镇居民消费水平变化分析

表5.2我国城乡居民粮食食用消费情况

表5.3我国城镇居民人均口粮消费情况

表7.1海外快餐连锁十大著名品牌企业

表7.2国内外快餐连锁十大著名经营品牌

表10.1上海消费者热门菜系及人均消费

表10.2餐位数与餐饮污水排放量的关系

表13.1提升餐饮业企业竞争力因素的重要性及其排名

表16.1职能部门员工奖金评定标准

表18.12006年1-12月主要城市酒店餐饮业接待情况一

表18.22006年1-12月主要城市酒店餐饮业接待情况二

表18.32006年1-12月主要城市酒店餐饮业接待情况三

表20.1 餐饮业平均成本结构表

表20.2主要业态投资收益比较

附图

图1.1餐饮业分类图

图1.2餐饮行业八大细分市场类型

图1.3对不同市场细分类型的评估示意图

图2.12003-2007国内生产总值及其增长速度

图2.22003-2007工业增加值及其增长速度

图2.32003-2007年固定资产投资及其增长速度

图2.42003-2007年居民消费价格涨跌幅度

图2.52003-2007社会消费品零售总额及其增长速度

图3.11994-2007年11月份餐饮业零售额“跨千亿元台阶”情况

图3.2 我国餐饮业存在的六大问题

图4.12004年各季度餐饮业零售额比重

图4.22004年各月餐饮业零售额

图4.31976-2005年餐饮业增长贡献和拉动率变化情况

图4.42006年我国餐饮业月度零售额对比情况

图4.52006年各季度餐饮业零售额比重

图4.62006年我国东中西部地区餐饮业增长率比较

图4.72004-2006年餐饮业结构变化情况

图4.82007年限额上下企业经营对比情况

图4.92008年一季度限额上、下企业经营对比情况

图4.102003-2007年社会消费品零售总额及其增长速度

图4.112007年1-11月份我国住宿和餐饮业零售额对比情况

图4.122008年上半年我国住宿和餐饮业零售额对比情况

图10.1上海主要菜系餐厅数量比例

图10.2餐饮废水治理方案示意图

图13.1餐饮企业竞争力层次图

图14.11994-2010年德克士餐厅增加数目

图14.2全聚德三大产业战略示意图

图16.1基于以顾客为导向的薪酬体系框架图

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/46132.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。