



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008-2009年中国连锁超市业市场分析及发展趋势研究报告

一、调研说明

《2008-2009年中国连锁超市业市场分析及发展趋势研究报告》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/46172.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

2008年上半年，国内社会消费品零售总额为51043亿元，同比增长21.4%。其中批发和零售业消费品零售额43068亿元，增长21.3%。分商品类别看，限额以上批发和零售业吃、穿、用商品类零售额2008年上半年同比分别增长25%、25.1%和29.1%。据商务部市场运行司的监测，6月份千家核心商业企业零售指数同比增长19.1%，增幅比上月提高1.6个百分点；上半年，千家核心商业企业零售指数同比增长20.1%，扣除物价因素，实际增长12.6%，比2007年同期回落1.7个百分点。从具体商品类别的销售来看，金银珠宝、家用电器等体现消费结构升级的商品销售保持快速增长，受物价上涨等因素影响，食品、烟酒、饮料、日用品等商品销售增幅同比明显提高：上半年金银珠宝销售额同比增长38.9%，食品、家用电器分别增长26.2%和20.5%，饮料、烟酒、服装、日用品、化妆品、家具、汽车增幅在17%和20%之间。就业态而言，上半年仓储式商场、大型综合超市、百货店零售指数同比分别增长25.8%、21.2%和21%，增幅居零售业态前三位，专业店、专卖店增长20%左右，超级市场、便利店分别增长17.4%和14.1%。分地区而言，中部、西部、东部地区核心商业企业零售指数同比分别增长23.3%、22.6%和18.4%，中西部地区增速较快；内外资核心商业企业零售指数同比分别增长20.5%和21%，外资高出内资0.5个百分点。

2008年下半年，零售业公司发展仍以区域为王策略为主，在区域内保持相对强势。分业态来看，预计未来几年，超市、家电连锁仍以快速扩张为特征；百货业主要以保持较高内生性增长为主，扩张的速度较低。从公司层面来看，有实力的零售企业仍会将扩张与增长作为最主要的发展方向，而在扩张的具体方式上，除了之前最为多见的自身新开门店以外，对成熟门店进行收购或与其合作等方式也将成为重要的手段。2008年连锁超市的发展方向为：百货化的方向，即从欧美式的大型超市Hypermarket向日本式的GMS转型。大型连锁超市小型化的方向，由于未来中国城市的商业规划管理限制大型连锁超市进入社区，大超市的小型化可能是一个发展方向，大型连锁超市不可能满足进一步的差异和个性化细分的消费者需求，因此利用中国城市商业地产特有的条件将大型连锁超市发展成为购物中心中的主力店，这是中国连锁超市发展的又一个重要方向。在定位上由原来的低价定位策略开始向品质和服务提升转型。

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、国家发改委、国务院发展研究中心、中国商业联合会、中国连锁经营协会、中国经济景气监

测中心、中国行业研究网、国内外多种相关报刊杂志的基础信息以及专业研究单位等公布、提供的大量的内容翔实、统计精确的资料和数据，对我国零售业发展情况、连锁经营业、超市业发展状况、超市业市场格局、超市企业竞争以及连锁经营热点等进行了多方面深度剖析。本报告全面展示连锁超市业现状，并揭示连锁超市业未来发展趋势和相应的发展策略，是连锁超市企业准确了解目前连锁超市业发展动态，把握企业定位、制定企业战略的重要决策依据。

【 目录 】

第一部分 行业发展环境分析

第一章 中国连锁超市发展环境分析 1

第一节 中国连锁超市发展宏观环境 1

一、2008年上半年国民经济运行状况 1

二、2008年上半年国民经济运行分析 20

三、2008年上半年国家外汇储备情况 32

四、2008年上半年消费者信心指数 48

第二节 世界部分国家连锁超市发展情况 49

一、2008年英国大型连锁超市发展状况 49

二、2008年日本连锁超市发展分析 50

三、法国连锁超市发展分析 51

四、2008-2009年越南连锁超市发展分析 52

五、2008年欧洲连锁超市政策动向 53

六、2008年美国连锁超市新动向 54

第三节 连锁超市发展相关政策分析 56

一、零售行业政策环境分析 56

二、商业特许经营管理条例 58

三、连锁超市门店管理规范 64

四、零售商促销行为管理办法 69

五、超市生鲜区卫生标准 71

六、各地严查连锁超市违规乱收费情况 72

第二部分 相关行业发展概况	
第二章 中国零售业发展概况	75
第一节 中国零售业发展概况	75
一、零售业态定义	75
二、零售业态分类和基本特点	78
三、中国零售业市场规模	81
第二节 我国商业零售业发展分析	82
一、2008年上半年零售行业发展态势	82
二、2008-2009年中国零售业发展态势	87
三、我国商业零售业发展存在问题	100
四、我国商业零售业发展策略	101
第三节 零售业市场竞争分析	108
一、中国零售民企竞争发展状况	108
二、本土零售企业优劣势分析	113
三、中国零售业竞争格局	117
四、2008年中国区域零售业竞争格局	123
五、我国零售业竞争战略	124
第四节 零售业发展趋势分析	127
一、零售业公司品牌化趋势	127
二、零售业发展趋势分析	133
三、零售业发展趋向分析	134
第三章 中国连锁经营发展分析	137
第一节 中国连锁经营发展概况	137
一、连锁经营定义	137
二、连锁经营发展历程	138
三、连锁经营特点	142
四、连锁经营条件分析	145
五、连锁经营分类	148
第二节 中国连锁经营分析	152
一、连锁经营困惑分析	152
二、创业者加盟连锁困惑分析	154

三、中国连锁经营沿革情况	155
四、连锁经营市场机会分析	156
五、连锁经营基本内容	156
六、连锁经营“四化”管理	158
七、连锁经营特征	161
八、连锁经营条件	163
九、中国连锁经营现状	165
十、2008年中国连锁业发展趋向	167
第三节 中国连锁经营人才策略分析	184
一、连锁经营人才状况分析	184
二、连锁企业人才流失原因分析	185
三、连锁企业人才战略	186

第三部分 行业市场及上下游行业分析

第四章 中国连锁超市发展分析	189
第一节 中国连锁超市市场分析	189
一、超市消费者购买行为分析	189
二、连锁超市市场绩效分析	201
三、连锁超市进入农村市场优势分析	204
第二节 连锁超市发展现状分析	206
一、零售连锁行业发展状况	206
二、2008-2009年零售连锁行业发展分析	208
三、连锁超市发展差异分析	216
四、2008年我国连锁超市发展方向分析	220
第三节 电子商务在连锁超市中的应用	221
一、连锁超市企业电子商务模式分析	221
二、连锁超市企业发展电子商务问题	222
三、连锁超市企业发展电子商务策略	223
第四节 我国连锁超市存在问题及发展策略	224
一、超市和连锁超市含义	224
二、我国连锁超市发展中存在问题	225
三、我国连锁超市发展途径	227

第五节 连锁超市供应商发展分析	232
一、2008年上半年零售业供应商发展状况	232
二、2008年供货商与超市关系现状	235
三、2008年下半年超市供货商发展动向	238
四、供货商与零售商关系发展策略	239
第五章 连锁超市区域市场分析	243
第一节 2008年北京连锁超市发展状况	243
一、北京超市塑料袋用量情况	243
二、北京大型超市新服务	246
三、北京大中商场超市建设情况	247
第二节 广东连锁超市市场分析	248
一、2008年广东江门市游超市建设情况	248
二、2008年上半年东莞中外超市竞争状况	249
三、2008年深圳超市业发展状况	250
第三节 上海连锁超市市场分析	253
一、上海连锁超市现状	253
二、上海连锁超市发展历程	255
三、上海连锁超市与外资超市竞争状况	255
四、上海连锁超市发展趋势	261
第四节 其他地区连锁超市发展分析	263
一、2008-2009年杭州乡镇连锁超市建设情况	263
二、2008年南京超市连锁竞争状况	263
三、2008年重庆超市发展情况	266
四、2008年郑州连锁超市自建物流情况	267
第六章 连锁超市物流分析	270
第一节 连锁超市逆向物流管理	270
一、超市逆向物流特征	270
二、超市逆向物流管理现状	272
三、超市逆向物流管理对策	272
第二节 连锁超市物流发展分析	274

一、中国连锁超市物流现状及其模式分析	274
二、连锁超市物流系统竞争力建设	281
三、大型连锁超市中物流配送	284
四、我国连锁超市物流配送体系建设分析	294
第三节 超市物流配送中心模式	298
一、连锁超市配送中心作用	298
二、我国连锁超市配送中心建设问题	299
三、我国连锁超市配送中心建设模式	301
四、连锁超市配送中心发展总体趋势	303
第七章 农业产业与连锁超市关联分析	304
第一节 中国农产品和农资连锁经营	304
一、中国农产品和农资连锁经营现状	304
二、中国农产品和农资连锁经营前景	308
三、中国农产品和农资连锁经营政策	311
四、农村连锁超市商机分析	314
第二节 大型超市与农业产业化	316
一、农业产业化概述	316
二、超市与农业产业化	317
三、超市促进农业产业化成功模式	318
四、大型超市与农业产业化协调策略	319
第四部分 行业竞争分析	
第八章 连锁超市市场竞争分析	323
第一节 2008年国外连锁超市在华竞争状况	323
一、国外连锁超市在华发展问题分析	323
二、国外连锁超市在华发展状况	325
三、本土超市与国外超市竞争状况	326
第二节 我国连锁超市竞争状况	334
一、2008年连锁超市合并扩张情况	334
二、2008年连锁超市扩张状况分析	339
三、现代大型商业零售企业扩张模式战略	340

第九章 连锁超市优势企业分析	345
第一节 沃尔玛	345
一、公司简介	345
二、2008年7月公司在美国销售情况	346
三、沃尔玛人才观	347
四、2008年公司改革状况	348
第二节 家乐福	351
一、公司简介	351
二、2008年公司动态	353
三、沃尔玛与家乐福物流模式对比分析	355
第三节 麦德龙	359
一、公司简介	359
二、公司发展战略	360
三、2008年公司发展动态	363
第四节 卜蜂莲花	365
一、公司简介	365
二、公司品牌发展	366
三、2008年公司动态	368
四、2009年公司动向	370
第五节 欧尚(中国)投资有限公司	371
一、公司简介	371
二、公司发展战略与经营管理特色	371
三、2008年公司动向	374
第六节 上海百联(集团)有限公司	378
一、集团简介	378
二、集团强店战略	380
三、2007-2008年集团经营状况	380
四、2008年公司动态	385
第七节 大商集团有限公司	386
一、公司简介	386
二、2007-2008年集团经营状况	389

三、2008年上半年公司经营状况	394
第八节 北京华联集团投资控股有限公司	395
一、公司简介	395
二、2007-2008年集团经营状况	395
三、2008年公司动向	400
第九节 华润万家有限公司	402
一、公司简介	402
二、2008年公司扩张策略	403
三、2008年公司动态	406
第十节 苏果超市有限公司	406
一、公司简介	406
二、2008年上半年公司经营状况	408
三、2008年公司品牌动向	408

第五部分 行业趋势及策略

第十章 连锁超市发展趋势分析	411
第一节 2008-2009年我国超市发展趋势	411
一、连锁零售业未来发展趋势	411
二、全球化条件下我国超市发展趋势	413
三、2008年中小连锁超市发展趋势及策略	418
第二节 2008年连锁超市发展趋势分析	424
一、大型超市小型化趋势	424
二、超市的细分和规范趋势	424
三、连锁超市并购趋势	424
四、生鲜超市发展趋势	425
第十一章 连锁超市发展策略分析	428
第一节 我国连锁超市发展策略选择	428
一、目标市场定位	428
二、合理选址布局	429
三、业态及发展战略	431
四、培育企业核心竞争力	432

五、高素质人才	433
六、规范公司运营	434
第二节 我国连锁超市实行DCM策略	435
一、连锁超市DCM必要性分析	435
二、我国连锁超市DCM现存问题	437
三、我国连锁超市实现DCM对策	439
第三节 连锁超市赢利模式转变分析	441
一、超市通道费用赢利模式市场基础	441
二、通道费用赢利模式弊端	443
三、供应链管理转换超市赢利模式	444
第四节 中国连锁超市品牌经营分析	446
一、品牌及品牌经营概述	446
二、连锁超市品牌经营意义	447
三、连锁超市品牌经营状况	449
四、连锁超市品牌经营策略	451

图表目录

图表：2007年1月份-2008年1月份居民消费价格指数变化	1
图表：2008年1月份国民经济运行情况	1
图表：2008年1月份居民消费价格总水平	3
图表：2007-2008年2月居民消费价格指数变化	6
图表：2008年2月国民经济运行情况	6
图表：2008年2月份居民消费价格总水平	7
图表：2008年2月我国经济及政策状况	8
图表：2006-2008年1月我国贷款状况	9
图表：2008年2月末广义货币供应量走势图	9
图表：2008年2月份全国房屋价格指数	10
图表：2008年2月份居民消费价格总水平走势图	10
图表：2008年2月工业品出厂价格环比图	11
图表：2007-2008年2月我国CPI走势图	11
图表：中国CPI各类产品和服务比重	12
图表：美国CPI各类产品和服务比重	12

图表：2008年1季度石油加工、炼焦行业利润总额患比图	13
图表：2008年1季度石油加工、炼焦行业利润总额走势图	13
图表：2008年1季度中国GDP数据	13
图表：2008年1季度中国CPI数据	14
图表：2008年1季度中国房价数据	14
图表：2008年1季度中国PPI数据	14
图表：2008年1季度中国固定资产投资数据	14
图表：2008年1季度中国就业数据	14
图表：2008年1季度中国居民收入数据	14
图表：2008年1季度中国金融数据	14
图表：2008年1季度中国外汇储备数据	15
图表：2008年1季度中国贸易顺差数据	15
图表：2008年1季度中国国内生产总值GDP走势图	15
图表：2008年1季度准M2三个月环比增速	15
图表：2008年3月全国物价指数走势图	16
图表：2008年1月央行下一步调控措施动向调查	16
图表：2008年央行加息次数调查	16
图表：2008年2月央行下一步调控措施动向调查	17
图表：2008年1月物价动向调查	17
图表：CPI上涨投资动向调查	17
图表：工业增加值三个月环比增速	18
图表：CPI上涨消费动向调查	18
图表：2008年3月份不同价格的同比和环比涨幅	18
图表：2008年5月份居民消费价格总水平	19
图表：2007-2008年二季度我国GDP变化	20
图表：2008年1-6月居民消费价格指数变化	20
图表：2008年1-6月国民生产总值	21
图表：2008年1-6月农业生产总值	21
图表：2008年1-6月工业生产总值	21
图表：2008年1-6月固定资产投资总值	22
图表：2008年1-6月社会消费品零售总额	22
图表：2008年1-6月居民消费价格总水平	22

图表：2008年1-6月进出口总额	23
图表：2008年1-6月城镇就业情况	23
图表：2008年1-6月城乡居民收入情况	23
图表：2008年1-6月主要经济数据及货币调控政策	24
图表：2008年1-6月我国货币政策	24
图表：2007-2008年1季度进出口增速的反差	25
图表：CPI上涨对投资的影响	29
图表：CPI上涨对消费的影响	29
图表：2008年3月金融机构本外币信贷收支表(按部门分类)	34
图表：2008年3月金融机构本外币信贷收支表	35
图表：2008年3月金融机构人民币信贷收支表(按部门分类)	36
图表：2008年3月金融机构人民币信贷收支表	37
图表：2008年3月金融机构外汇信贷收支表	38
图表：2008年3月其他商业银行人民币信贷收支表	39
图表：2008年3月货币供应量统计表	40
图表：2008年3月汇率、黄金和外汇储备报表	41
图表：2007-2008年1月货币供应量走势图	41
图表：2007-2008年3月货币供应量表	42
图表：金融机构人民币存贷款基准利率调整表	42
图表：1991-2008年我国宏观经济预警指数	45
图表：1997-2008年人民币实际有效汇率	45
图表：2004-2008年中国加权贷款利率与法定基准利率之差	46
图表：1994-2008年中国贸易条件变化分析	46
图表：1996-2008年中国贸易顺差占GDP的比例	47
图表：美国经济增长与通货膨胀关系分析	47
图表：日本经济增长与通货膨胀关系分析	48
图表：2008年1月消费者信心指数	48
图表：2008年2月消费者信心指数	48
图表：2008年3月消费者信心指数	48
图表：2008年4月消费者信心指数	48
图表：2008年5月消费者信心指数	49
图表：2008年6月消费者信心指数	49

图表：服务业三种类型的营销 132

图表：西方连锁商店的兴起 138

图表：顾客在超市选购商品时最看重的因素 191

图表：影响顾客光顾超市的因素 191

图表：顾客判断超市价位的依据 192

图表：顾客对卖场人员服务的需求情况 192

图表：顾客对超市叫卖和促销员推销商品的看法 192

图表：中国大型连锁综合超市顾客满意度验证性因子分析 193

图表：综合超市消费者满意度测量模型 193

图表：中国大型连锁综合超市顾客满意度PLS模型系数与结构变量的平均分 194

图表：中国大型连锁综合超市顾客满意度影响要素重要性与企业表现二维平面图 194

图表：中国大型连锁综合超市价对格顾客的影响 195

图表：中国大型连锁综合超市品牌对顾客的影响 195

图表：中国大型连锁综合超市店内商品对顾客的影响 196

图表：中国大型连锁综合超市购物环境对顾客的影响 196

图表：中国大型连锁综合超市人员服务对顾客的影响 197

图表：中国大型连锁综合超市结账过程对顾客的影响 197

图表：中国大型连锁综合超市售后服务对顾客的影响 198

图表：中国大型连锁综合超市商店政策对顾客的影响 198

图表：中国大型连锁综合超市商店设施对顾客的影响 199

图表：中国大型连锁综合超市购物便利对顾客的影响 199

图表：中国大型连锁综合超市顾客忠诚度调查 200

图表：中国大型连锁综合超市顾客对内外资超市比较 200

图表：中外连锁超市毛利率对比 201

图表：中外食品超市平均利率对比 202

图表：中外大型超市平均利率对比 202

图表：中外连锁超市长期负债/中资产对比 203

图表：中外连锁超市短期负债/总资产对比 203

图表：中外连锁超市长短期负债/总资产对比 203

图表：2007-2008年社会消费品零售总额增速 209

图表：2008年上半年限额以上批发和零售业商品类别零售额同比增长 209

图表：2008年上半年预增零售上市公司 211

图表：2008年1季度城镇居民人均可支配收入实际增长	212
图表：2008年1季度农村居民人均现金收入实际增长	212
图表：2008-2009年零售业数据预测与估值	213
图表：家乐福发展历程图	352
图表：家乐福在中国发展情况	352
图表：2007年4季度上海百联集团股份有限公司主营构成	380
图表：2007年4季度上海百联集团股份有限公司人员构成	381
图表：2007-2008年上海百联集团股份有限公司投资收益分析	381
图表：2007-2008年上海百联集团股份有限公司资本结构	381
图表：2007-2008年上海百联集团股份有限公司获利能力分析	382
图表：2007-2008年上海百联集团股份有限公司经营能力分析	382
图表：2007-2008年上海百联集团股份有限公司偿债能力分析	382
图表：2007-2008年上海百联集团股份有限公司发展能力分析	382
图表：2007-2008年上海百联集团股份有限公司现金流量分析	383
图表：2007-2008年上海百联集团股份有限公司主营业务收入	383
图表：2007-2008年上海百联集团股份有限公司主营业务利润	383
图表：2007-2008年上海百联集团股份有限公司营业利润	384
图表：2007-2008年上海百联集团股份有限公司利润总额	384
图表：2007-2008年上海百联集团股份有限公司净利润	384
图表：1998-2008年大商集团销售收入情况	389
图表：2007年4季度大商集团股份有限公司主营构成	389
图表：2007年4季度大商集团股份有限公司人员构成	390
图表：2007-2008年大商集团股份有限公司投资收益分析	390
图表：2007-2008年大商集团股份有限公司资本结构	391
图表：2007-2008年大商集团股份有限公司获利能力分析	391
图表：2007-2008年大商集团股份有限公司经营能力分析	391
图表：2007-2008年大商集团股份有限公司偿债能力分析	392
图表：2007-2008年大商集团股份有限公司发展能力分析	392
图表：2007-2008年大商集团股份有限公司现金流量分析	392
图表：2007-2008年大商集团股份有限公司主营业务收入	392
图表：2007-2008年大商集团股份有限公司主营业务利润	393
图表：2007-2008年大商集团股份有限公司营业利润	393

图表：2007-2008年大商集团股份有限公司利润总额	394
图表：2007-2008年大商集团股份有限公司净利润	394
图表：2007年4季度北京华联综合超市股份有限公司主营构成	395
图表：2007年4季度北京华联综合超市股份有限公司人员构成	396
图表：2007-2008年北京华联综合超市股份有限公司投资收益分析	396
图表：2007-2008年北京华联综合超市股份有限公司资本结构	397
图表：2007-2008年北京华联综合超市股份有限公司获利能力分析	397
图表：2007-2008年北京华联综合超市股份有限公司经营能力分析	397
图表：2007-2008年北京华联综合超市股份有限公司偿债能力分析	397
图表：2007-2008年北京华联综合超市股份有限公司发展能力分析	398
图表：2007-2008年北京华联综合超市股份有限公司现金流量分析	398
图表：2007-2008年北京华联综合超市股份有限公司主营业务收入	398
图表：2007-2008年北京华联综合超市股份有限公司主营业务利润	399
图表：2007-2008年北京华联综合超市股份有限公司营业利润	399
图表：2007-2008年北京华联综合超市股份有限公司利润总额	399
图表：2007-2008年北京华联综合超市股份有限公司净利润	400

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/46172.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。