



艾凯咨询
ICAN Consulting

2007年中国餐饮业市场分析及发展趋势研究报告（9月版）

一、调研说明

《2007年中国餐饮业市场分析及发展趋势研究报告（9月版）》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/46248.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

2007年1-7月份，全国住宿与餐饮业零售额累计实现6736.7亿元，同比增长18%，占社会消费品零售总额的13.7%，拉动社会消费品零售总额增长2.4个百分点，对社会消费品零售总额的增长贡献率为15.6%。1-7月份，限额以上住宿与餐饮企业零售额2004.5亿元，同比增长18.6%，占全国住宿与餐饮业零售额的29.7%。限额以下住宿与餐饮企业零售额4732.2亿元，同比增长10.2%，低于同期全国住宿与餐饮业零售额增幅7.8个百分点，占全国住宿与餐饮业零售额的70.3%。总体看，2007年上半年全国住宿和餐饮企业规模稳步增长。限额以上企业经营大幅增长，连锁发展步伐不断加快，行业集中度进一步加强；饭店连锁化、集团化进程持续加快，经济型饭店扩张加速，主流品牌正向中、西、北部迅猛发展。根据餐饮市场运行规律，2007年下半年住宿和餐饮市场将继续保持旺盛的消费需求，零售额将接近6388亿元。预计全年住宿和餐饮业零售额将以18%左右的速度持续增长，2007年我国人均餐饮消费支出预计将达到915元，全年零售额可望实现12200亿元，再创历史新高。对餐饮业来说，2008年奥运会无疑是一个天赐良机。在3000亿元人民币的奥运需求中，有60%将转化为消费基金，其中800亿至900亿元的现实购买力中，至少有20%会成为餐饮消费。预测奥运会带给餐饮业的是约200亿元的增量市场。随着标准化瓶颈的突破，预测2008-2009年中式餐饮业在证券市场的上也将掀起一股集体上市风潮。

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。2006年，我国餐饮业继续呈现稳步发展态势，餐饮消费实现历史性的跨越，全年零售额首次突破一万亿元大关，达到10345.5亿元，同比增长16.4%，比上年净增1458亿元，比GDP增速高出5.7个百分点，连续16年实现两位数高速增长，餐饮消费继续成为拉动消费需求快速增长的重要力量。

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。

本研究咨询报告依据国家统计局、国家发改委、国家商务部、中国消费者协会、中国烹饪协会、中国旅游饭店业协会、中国各省市餐饮协会、全国商业信息中心、国民经济景气监测中心、中国行业研究网、全国及海外多种相关报刊杂志基础信息以及各省市相关统计单位等公布和提供的大量资料，对我国餐饮业的供给与需求状况、各子行业的发展状况、竞争格局、消费变化等进行了分析，并对几种新型餐饮业态、餐饮业的发展趋势与策略、国内外著名餐饮企业的经营管理、重点城市的餐饮业现状与趋势等方面进行了深入探讨。本报告是宾馆酒店、餐饮企业、经营餐饮的相关企业和单位以及计划投资于餐饮行业的企业和投资者等准确了解目前中国餐饮市场发展动态，把握餐饮行业消费现状与趋势，制定市场策略的必备的重要决策参考资料。

【 目 录 】

第一部分 行业发展现状分析

第一章 行业定义及分类 1

第一节 餐饮行业概述 1

一、餐饮业的定义 1

二、餐饮业的分类 2

三、餐饮业对国民经济的助推分析 7

第二节 行业特性分析 11

一、餐饮业基本特征分析 11

二、餐饮业生命周期分析 12

三、餐饮业要素密集性分析 13

四、餐饮业经营风险分析 13

五、餐饮业进入壁垒分析 15

第二章 中国餐饮业发展环境分析 19

第一节 经济环境分析 19

一、宏观经济环境分析 19

二、经济增长及居民收入水平分析 21

三、社会经济交往活动分析	21
四、居民消费观念分析	22
五、餐饮业结构调整分析	22
第二节 政策环境分析	22
一、中国餐饮业主要政策	22
二、中国餐饮业最新政策	25
第三节 文化环境分析	26
一、中国传统饮食文化	26
二、中国饮食文化在世界的传播	31
三、西方饮食文化在中国的传播	34

第三章 餐饮业现状分析 37

第一节 中国餐饮业现状分析	37
一、中国餐饮业现状	37
二、餐饮业持续增长的原因分析	40
三、全国重点餐饮企业经营情况分析	42
第二节 2006年中国餐饮业发展状况	44
一、2006年餐饮百强企业发展分析	44
二、2006年餐饮市场发展分析	45
三、餐饮市场发展趋势展望	59
第三节 2007年中国餐饮业发展状况	61
一、2007年1-7月餐饮市场发展状况	61
二、2007年中国餐饮业存在的问题	64
三、2007年中国餐饮业面临的挑战	72

第四章 中国餐饮业态分析 75

第一节 中国快餐发展形势分析	75
一、中国快餐业发展现状	75
二、快餐业发展存在问题	78
三、快餐行业的竞争分析	79
四、快餐业应采取的措施	83
五、快餐业发展趋势分析	91

第二节 餐饮业特许经营情况分析	94
一、特许经营概述	94
二、我国餐饮业特许经营发展概况	95
三、2006年餐饮业特许经营呈现的特征	103
四、中式餐饮业特许经营面临的问题	104
五、解决中式餐饮业特许经营发展问题的对策	112
第三节 餐饮业营销分析	116
一、餐饮业消费者研究	116
二、餐饮业营销的主要方式	123
三、餐饮业个性化服务分析	128
四、餐饮业OEM分析	132
五、餐饮业的特色策略分析	134
六、餐饮业营销的发展趋势	137
第五章 餐饮企业经营管理分析	151
第一节 餐饮业的店名特点研究	151
一、店名的概述	151
二、店名研究的分析方法	152
三、中餐馆名称的结构分析	153
四、中餐馆名称中行业标识词的分析	155
五、中餐馆名称中区别性名称的分析	157
六、连锁餐饮店名称的分析	160
第二节 餐饮企业基层员工激励研究	161
一、餐饮企业基层员工特征	161
二、餐饮企业基层员工特点	162
三、餐饮企业基层员工重点激励因素	163
四、对餐饮企业基层员工激励机制建议	163
第三节 连锁餐饮企业薪酬体系变革分析	165
一、案例背景与问题诊断	165
二、基于顾客导向的薪酬体系设计	166
三、连锁餐饮企业薪酬变革的思考	169
第四节 打造连锁餐饮企业核心竞争力分析	171

一、精心打造品牌的分众力	171
二、用心打造门店的吸引力	174
三、倾力打造菜谱的静销力	175
四、全力打造服务员推销力	177
五、群力打造美食的口碑力	178

第六章 主要区域餐饮业发展分析 181

第一节 北京餐饮业发展状况 181

一、发展现状及特点	181
二、发展存在的问题	184
三、发展趋势与对策建议	185
四、北京餐饮发展趋势	186
五、2007年最新政策	187

第二节 四川餐饮业发展状况 190

一、2006年四川餐饮业发展状况	190
二、2007年上半年成都餐饮业发展状况	191
三、2007年上半年四川餐饮业发展状况	193
四、四川餐饮业发展规划	195

第三节 青岛餐饮业发展状况 196

一、青岛餐饮业发展概况	196
二、2007年上半年发展状况	197
三、品牌企业发展状况	200
四、餐饮业发展的变数	203
五、餐饮业发展机遇	204

第四节 安徽餐饮业发展状况 204

一、安徽省限额以上餐饮企业经营情况	205
二、影响安徽省餐饮企业盈利能力的主要因素	207
三、提高安徽省餐饮企业经济效益的几点建议	207

第五节 南京餐饮业发展状况 208

一、南京餐饮市场持续繁荣兴旺	208
二、南京餐饮市场持续高速增长因素分析	210

第六节 新疆餐饮业发展状况 212

一、发展现状及特点	212
二、存在的问题	214
三、对策建议	215
第七节 2007年其他地区餐饮业发展状况	217
一、上海餐饮业发展状况	217
二、吉林餐饮业发展状况	221
三、湖北餐饮业发展状况	221
四、石家庄餐饮业发展状况	222

第二部分 相关行业分析

第七章 餐饮业相关行业分析 225

第一节 旅游饭店业 225

一、我国旅游酒店业发展概况	225
二、我国旅游酒店业发展现状	230
三、我国旅游酒店业发展趋势分析	233

第二节 餐饮信息业 237

一、我国餐饮业信息化现状	237
二、我国餐饮业信息化发展前景	242

第三部分 竞争格局分析

第八章 中国餐饮业竞争分析 245

第一节 中国餐饮市场竞争现状 245

一、2006-2007年中国餐饮业竞争状况	245
二、2007年中国餐饮业竞争的变化趋势	247

第二节 提高中国餐饮企业竞争力措施 250

一、餐饮企业最基本的竞争力分析	250
二、中国餐饮业竞争态势及对策分析	252
三、餐饮竞争中的战略定位	262

第九章 中国餐饮业领先企业分析 265

第一节 百胜全球餐饮集团 265

一、企业概况	265
--------	-----

二、2007年中国市场营销状况	266
三、2006-2007年二季度财务分析	269
第二节 麦当劳	270
一、企业概况	270
二、2007年经营状况	272
三、2006-2007年二季度财务分析	273
四、麦当劳品牌营销策略分析	274
第三节 内蒙古小肥羊餐饮连锁有限公司	277
一、企业概况	277
二、经营发展状况	279
三、2000-2007年加盟市场发展状况	281
四、上市进展	283
第四节 顶新国际集团投资“德克士”快餐事业	284
一、企业概况	284
二、2007年经营状况	285
三、发展战略	288
第五节 中国全聚德(集团)股份有限公司	291
一、企业概况	291
二、2007年经营状况	293
三、品牌管理	295
四、发展规划	300
第六节 西安饮食股份有限公司	301
一、企业概况	301
二、2006-2007年二季度财务分析	303
三、竞争力分析	308
第七节 上海锦江国际酒店发展股份有限公司	309
一、企业概况	309
二、2007年经营状况	311
三、2006-2007年二季度财务分析	314
四、发展战略	320
五、盈利预测	322
第八节 真功夫餐饮管理有限公司	323

一、企业概况	323
二、经营发展状况	324
三、2007-2008年发展规划	324
第九节 重庆小天鹅投资控股（集团）有限公司	325
一、企业概况	325
二、发展历程	326
三、2007年经营状况	327
第十节 成都谭鱼头投资股份有限公司	328
一、企业概况	328
二、2007年经营状况	329
三、香港投资经营状况	331
四、战略发展规划	332
第十一节 其他餐饮企业内地市场发展状况	333
一、大家乐集团	333
二、永和大王	335

第四部分 行业发展趋势与投资分析

第十章 餐饮行业发展趋势及投资分析 337

第一节 餐饮行业发展前景 337

- 一、餐饮业的发展前景 337
- 二、餐饮业市场营销的发展前景 338

第二节 餐饮业的发展趋势 341

- 一、中餐业的融资并购趋势分析 341
- 二、餐饮业发展多元化趋势分析 354
- 三、2008-2010年中国餐饮业发展趋势 355

第三节 餐饮业发展预测 357

- 一、2007年我国餐饮业发展预测 357
- 二、2008年我国餐饮业发展预测 359

第四节 餐饮业投资分析 361

- 一、餐饮业国际化经营分析 361
- 二、中餐海外合资利弊分析 372
- 三、投资餐饮业的八大要素 373

四、小区餐饮店的投资策略	375
五、体育主题餐饮店的投资	376
六、清真食品市场投资分析	377

附录

附录一 2006年年度中国十大餐饮品牌企业	380
附录二 2006年年度中国十大餐饮品牌企业（提名奖）	381

图表目录

图表：餐饮业的细分行业分类	5
图表：餐饮业细分行业和业态的发展	6
图表：餐饮业态类型	7
图表：1976-2005年餐饮业增长贡献率和拉动率变化情况	8
图表：全国餐饮业零售额中居民餐饮消费比例	10
图表：餐饮业成本结构表	13
图表：中国八大菜系分布	29
图表：2006年住宿和餐饮业企业景气指数	46
图表：2006年餐饮业月度零售额对比	46
图表：2006年各季度餐饮业零售额比重	47
图表：2006年东中西部地区餐饮业发展情况比较	48
图表：2000-2006年东中西部地区餐饮业增长率比较	48
图表：2006年主要省市餐饮业三项指标前十名排序	49
图表：2006年主要城市餐饮业三项指标前十名排序	49
图表：2004-2006年餐饮业结构变化情况	50
图表：2006年限额以上按登记注册类型和业态分连锁餐饮业集团（企业）数	52
图表：2006年限额以上按行业和业态分连锁餐饮业集团（企业）数	53
图表：2006年限额以上按行业与登记注册类型分连锁餐饮业集团（企业）数	53
图表：2006年限额以上连锁餐饮业基本情况	55
图表：2006年限额以上连锁餐饮业按业态分基本情况（1）	55
图表：2006年限额以上连锁餐饮业按业态分基本情况（2）	57
图表：2006年限额以上按地区和业态分连锁餐饮业集团（企业）数	58
图表：1994-2007年年度零售额“跨千亿元台阶”情况	60

图表：2007年7月社会消费品零售总额	61
图表：2007年住宿和餐饮业企业景气指数	63
图表：2001-2004年快餐企业的发展状况	77
图表：每平方米单位面积快餐营业额	78
图表：餐饮业部分连锁企业连锁店数量和连锁店销售额增长情况	96
图表：餐饮业部分企业特许经营配送额增长情况	97
图表：部分连锁餐饮业培训增长情况	98
图表：餐饮业部分企业多品牌经营情况	98
图表：餐饮业各行业部分企业多品牌和将开展多品牌经营情况	99
图表：部分连锁餐饮企业特许费收取方式	99
图表：部分连锁餐饮业特许经营保证金收取情况（1）	101
图表：部分连锁餐饮业特许经营保证金收取情况（2）	101
图表：连锁餐饮企业特许经营单店投资额情况	101
图表：连锁餐饮业各行业部分企业特许经营模式	102
图表：2004年特许经营部分餐饮行业代表性企业发展情况表	102
图表：餐饮业各行业关注的主要问题	105
图表：餐饮业特许经营难点	107
图表：中国最具购买力的消费者在外晚餐频率	117
图表：中国最具购买力的消费者一年外出就餐的支出	117
图表：中国最具购买力的消费者参加商务宴请的频率	117
图表：中国最具购买力的消费者去咖啡厅茶馆的频次	118
图表：快餐在儿童中的渗透率	118
图表：1991-2005年我国人均餐饮消费变化情况	122
图表：北京市海淀区中餐馆价位分布图	152
图表：海淀区中餐馆名称的结构统计	154
图表：三个档次使用行业标识词的情况（1）	155
图表：三个档次使用行业标识词的情况（2）	156
图表：基于顾客导向的薪酬体系框架	167
图表：2006年北京限额以上餐饮企业所有制结构	182
图表：2006年北京限额以上餐饮企业经营业态	183
图表：2006年不同类型餐饮企业经营情况	206
图表：安徽省各市餐饮企业法人及从业人员分布情况	206

图表：新疆星级住宿业和限额以上餐饮业法人企业经营状况	212
图表：新疆各种经济类型企业法人单位情况及比重	213
图表：2005年上海城市居民家庭人均在外饮食支出（按收入水平分组）	218
图表：1978-2005年上海餐饮业产业活动单位	219
图表：1978-2005年上海餐饮业从业人员	219
图表：2003-2005年限额以上餐饮业主要财务指标	220
图表：1995-2005年星级酒店数量统计	226
图表：全国星级酒店数量及分布图	227
图表：历年德克士店数扩张与2010年预测	285
图表：顶新国际集团投资架构	285
图表：中国全聚德(集团)股份有限公司组织架构	292
图表：中国全聚德(集团)股份有限公司员工构成（1）	292
图表：中国全聚德(集团)股份有限公司员工构成（2）	293
图表：中国全聚德(集团)股份有限公司员工构成（3）	293
图表：西安饮食股份有限公司组织架构	302
图表：2006-2007年二季度西安饮食股份有限公司主营构成	303
图表：2006-2007年二季度西安饮食股份有限公司每股指标分析	303
图表：2006-2007年二季度西安饮食股份有限公司获利能力分析	303
图表：2006-2007年二季度西安饮食股份有限公司经营能力分析	304
图表：2006-2007年二季度西安饮食股份有限公司发展能力分析	304
图表：2006-2007年二季度西安饮食股份有限公司偿债能力分析	304
图表：2006-2007年二季度西安饮食股份有限公司资本结构分析	304
图表：2006-2007年二季度西安饮食股份有限公司现金流量分析	305
图表：2006-2007年二季度西安饮食股份有限公司主营业务收入	305
图表：2006-2007年二季度西安饮食股份有限公司主营业务利润	305
图表：2006-2007年二季度西安饮食股份有限公司营业利润	305
图表：2006-2007年二季度西安饮食股份有限公司利润总额	305
图表：2006-2007年二季度西安饮食股份有限公司净利润	306
图表：2006-2007年二季度西安饮食股份有限公司可供分配的利润	306
图表：2006-2007年二季度西安饮食股份有限公司可供股东分配的利润	306
图表：2006-2007年二季度西安饮食股份有限公司未分配利润	306
图表：2006-2007年二季度西安饮食股份有限公司流动资产	306

图表：2006-2007年二季度西安饮食股份有限公司长期投资	306
图表：2006-2007年二季度西安饮食股份有限公司固定资产	307
图表：2006-2007年二季度西安饮食股份有限公司无形资产	307
图表：2006-2007年二季度西安饮食股份有限公司流动负债	307
图表：2006-2007年二季度西安饮食股份有限公司长期负债	307
图表：2006-2007年二季度西安饮食股份有限公司股东权益	307
图表：2006-2007年二季度上海锦江国际酒店发展股份有限公司主营构成	314
图表：2006-2007年二季度上海锦江国际酒店发展股份有限公司每股指标分析	314
图表：2006-2007年二季度上海锦江国际酒店发展股份有限公司获利能力分析	315
图表：2006-2007年二季度上海锦江国际酒店发展股份有限公司经营能力分析	315
图表：2006-2007年二季度上海锦江国际酒店发展股份有限公司发展能力分析	315
图表：2006-2007年二季度上海锦江国际酒店发展股份有限公司偿债能力分析	316
图表：2006-2007年二季度上海锦江国际酒店发展股份有限公司资本结构分析	316
图表：2006-2007年二季度上海锦江国际酒店发展股份有限公司现金流量分析	316
图表：2006-2007年二季度上海锦江国际酒店发展股份有限公司主营业务收入	316
图表：2006-2007年二季度上海锦江国际酒店发展股份有限公司主营业务利润	317
图表：2006-2007年二季度上海锦江国际酒店发展股份有限公司营业利润	317
图表：2006-2007年二季度上海锦江国际酒店发展股份有限公司利润总额	317
图表：2006-2007年二季度上海锦江国际酒店发展股份有限公司净利润	317
图表：2006-2007年二季度上海锦江国际酒店发展股份有限公司可供分配的利润	318
图表：2006-2007年二季度上海锦江国际酒店发展股份有限公司可供股东分配的利润	318
图表：2006-2007年二季度上海锦江国际酒店发展股份有限公司未分配利润	318
图表：2006-2007年二季度上海锦江国际酒店发展股份有限公司流动资产	318
图表：2006-2007年二季度上海锦江国际酒店发展股份有限公司长期投资	318
图表：2006-2007年二季度上海锦江国际酒店发展股份有限公司固定资产	319
图表：2006-2007年二季度上海锦江国际酒店发展股份有限公司无形资产	319
图表：2006-2007年二季度上海锦江国际酒店发展股份有限公司流动负债	319
图表：2006-2007年二季度上海锦江国际酒店发展股份有限公司长期负债	319
图表：2006-2007年二季度上海锦江国际酒店发展股份有限公司股东权益	319
图表：成都谭鱼头投资股份有限公司企业文化	329
图表：香港餐饮企业数目	343
图表：香港餐饮业年营业额	344

图表：香港餐饮业牌照数目	344
图表：香港税务制度的优势	344
图表：香港注册要求	345
图表：香港上市规定	345
图表：香港餐饮经营相关法律规定	346
图表：香港餐饮经营税前利润率	346
图表：香港餐饮业经营员工职位平均工资	347
图表：香港餐饮业收益情况	347
图表：香港普通食肆牌照费（按面积）	348
图表：香港普通食肆牌照费（按场所）	348
图表：香港普通食肆牌照费（按区域）	349
图表：餐饮业开店建设流程图	375
图表：2006年年度中国十大餐饮品牌企业	380
图表：2006年年度中国十大餐饮品牌企业（提名奖）	381

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/46248.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。