



艾凯咨询
ICAN Consulting

2005年中国旅游业市场分析及发展趋势研究报告

一、调研说明

《2005年中国旅游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/47522.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

2006年,中国旅游业将全面向外资开放。即将到来的外资旅游企业拥有雄厚资本、丰富的运营经验及行业资源。届时外资旅游企业将全面进入内地抢占资源、分流入境市场客源,给国内旅游市场造成巨大冲击。目前已经有一些外资旅游企业通过变通途径潜入内地,开始通过包租游船或直接注册成中资公司的方式经营旅游线路。种种迹象显示,"战事"已经提前打响。

"狼"要来了,如何不被吃掉?针对这一问题,业界仍显得有些茫然。国内旅行社巨头在谈及如何应对外资旅游时,业界人士多感觉岌岌可危,并戏称为在死亡线上挣扎。很多人认为,相当一部分旅游企业不知道如何应对外资旅游的侵蚀及市场分割。

本研究咨询报告依据国家旅游局、世界旅游组织(NTO)、国家经贸委、全国商业信息中心、国民经济景气监测中心、《旅游管理》、中国旅游报、国内外相关报纸杂志的基础信息以及旅游专业研究单位等公布和提供的大量资料,对我国旅游行业的供给与需求状况、各关联行业的发展状况、国际、国内旅游形势、游客的消费心理和旅游偏好等进行了分析,并重点剖析了中国旅游业的发展状况,以及面对WTO时代,中国旅游业将面临的冲击以及各旅游企业的应对策略。报告综合了国际旅游、国内旅游、假日旅游、主题公园、旅游电子商务等重要板块的内容,并介绍了国际旅游强国的旅游管理体制和国内外典型旅游企业的成功经营模式,对国家旅游相关政策以及有关旅游服务业在WTO中的承诺等内容进行了介绍和政策趋向研判,是国内旅游饭店、旅行社及旅游景点、旅游研究机构等单位准确了解目前国内外旅游行业发展动态,把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

第一部分 定义及投资特性分析 第一章 旅游产业概念及行业投资分析 1 第一节 旅游产业相关概念及旅游类型划分 1 第二节 旅游产业的特征 3 第三节 旅游业投资特性与投资前景分析 5 第四节 投资前景与政策建议

29 第二部分 发展现状与竞争状况 第二章 旅游产业的细分与定位策略 43 第一节 旅游市场细分 43 第二节 旅游消费者类型分析 46 第三节 第四代旅游与民族文化 51 一、第四代旅游的产生 51 二、国内外民俗文化旅游开发的六种模式 52 三、民俗文化旅游开发的两大原则 54 四、民俗文化旅游开发的内容选择 56 第四节 论旅游业极限容量及其确定 57 一、旅游地的过度利用和拥挤常态 57 二、旅游需求的定量分析方法 58 三、确定旅游容量的障碍

60 第五节 典型分析 62 一、深圳旅游景点的形象定位策略 62 二、广州特色农庄 64 第三章 国际旅游产业的发展现状 67 第一节 世界旅游业现状 67 一、国际旅游业状况 67 二、世界旅游业的发展前景 73 三、世界旅游业的变化趋势 74 第二节 世界主要旅游地区市场分析 74 一、法国 74 二、美国 76 三、西班牙 78 四、英国 91 五、澳大利亚 101 六、澳门 103 七、香港 106 第四章 中国旅游产业的发展现状 109 第一节 中国旅游产业整体分析 109 一、旅游产业发展现状 109 二、中国入世三年来旅游产业开放进程 112 三、我

国东西部地区旅游产业开发的比较分析 112 第二节 旅游产业整体分析 122 一、产业的整体规模及从业人员情况 122 二、产业政策 127 三、管理体制 128 第三节 国内旅行社经营情况分析 130 第四节 国内旅游酒店发展现状分析 144 第五节 旅游景点(区)发展分析 165 第六节 相关产业的发展及其影响 173 一、交通 173 二、金融 174 三、保险 174 四、信息服务 175 第五章 我国旅游业发展分析 176 第一节 旅游业现状分析 176 一、国内旅游业绩分析 176 二、我国公民出境旅游情况分析 179 三、入境旅游情况分析 184 第二节 我国旅游业发展的主要特点 184 一、旅游基础设施初具规模,旅游环境不断完善 184 二、旅游业步入稳定的发展期,旅游收入持续上扬 185 三、“黄金周”假日旅游刺激了消费,综合效益明显 185 四、“政府主导型”的旅游业发展战略正在形成 191 第三节 现阶段我国旅游业发展存在的主要问题 191 一、旅游人才建设存在的问题 191 二、地方政府调控能力弱 旅游设施配套体系滞后 195 三、旅游行业结构不尽合理 199 第四节 我国旅游业发展的前景预测 199 一、中期趋势(2005年 - 2008年) 199 二、长期趋势(2009年 - 2015年) 201 第五节 我国旅游业发展的国际比较分析 202 一、我国旅行社同外国旅行社相比差距明显 203 二、各国的旅游管理体制的比较研究 204 三、与国际比较我国旅游管理体制的差距 208 第六章 国内旅游资源与旅游环境分析 210 第一节 西南市场(四川、贵州等) 210 一、四川 210 二、贵州 210 第二节 华东市场(江浙水乡、苏杭等) 212 一、江苏 212 二、杭州 214 三、上海 215 第三节 东北市场 216 一、黑龙江 216 二、哈尔滨 217 第四节 华南市场(珠三角) 217 一、广州 218 二、深圳 218 三、珠海 219 第五节 华北市场(山东、北京等) 220 一、山东 220 二、北京 221 第六节 国内典型旅游景点分析 222 第七章 国内旅游市场竞争分析 236 第一节 影响中国旅游市场的主要因素 236 第二节 国内旅游市场需求总量、结构和消费水平 239 第三节 国内旅游业的地区和市场格局 243 一、地区格局 243 二、市场集中度 244 第四节 各地旅游接待情况 244 一、2004年1-10月地方接待情况 244 二、各地旅游接待情况比较分析 246 第五节 部分重点旅游地区(城市)竞争策略分析 248 一、深圳150亿打造旅游名城 249 二、上海打造三个旅游圈 251 三、北京市国内旅游的市场战略 251 第八章 入境旅游市场分析 255 第一节 我国入境旅游基本情况 255 一、入境旅游总体情况 255 二、主要城市国际旅游(外汇)收入 262 第二节 我国入境旅游市场分析 264 第三节 日本旅华市场及其开发策略 284 一、日本海外旅游市场格局 285 二、日本海外旅行的流向变化 285 三、日本旅华市场的近期前景及开发策略 286 第四节 韩国旅华市场分析 287 一、韩国旅华市场现状及特点 287 二、旅华市场的促进与制约 288 三、旅华市场趋势与展望 289 第五节 台湾入境旅游市场分析 290 一、台湾客源市场的特征 290 二、台湾客源市场的基本走向和旅游产品开发 291 第六节 入境旅游的特征及发展趋势预测 294 一、现阶段入境旅游市场的主要特征 294 二、入境旅游市场趋势与展望 296 第九章 假日旅游市

场分析	297	第一节 居民旅游基本情况	297	第二节 假日旅游市场特点及发展对策	300	一、假日旅游市场特点	300	二、假日旅游发展存在问题	303	三、假日旅游发展对策	303	第三部分 影响因素分析	第十章 主题公园在我国的发展	305	第一节 世界主题公园的发展历程与趋势分析	305	一、主题公园的定义	305	二、世界主题公园的产生及发展	305	三、世界主题公园发展的主要特征及发展趋势	309	四、世界著名主题公园的经营管理模式分析	316	第二节 我国主题公园的发展回顾与现状分析	322	第三节 我国典型主题公园比较	335	一、我国主题公园的经营模式	335	二、苏州乐园竞争取胜之道	336	三、深圳三景区成功的奥秘	340	第十一章 影响旅游消费的因素分析	344	第一节 经济和社会因素分析	344	一、经济发展程度决定旅游消费水平	344	二、生活方式变动拉动旅游消费	345	三、国家城市化水平决定旅游消费潜量的形成和释放	348	第二节 申奥成功对旅游业的影响分析	350	一、国际旅游业发展加快	350	二、旅游饭店服务管理水平提高	351	三、国内景区及旅游服务业建设加快	351	第三节 WTO对我国旅游业的影响分析	352	一、WTO对我国旅游业的影响	352	二、加入WTO后,我国旅游业的对策建议	357	第十二章 中国旅游业的国际竞争力分析	359	第一节 中国旅游业竞争力现状分析	359	第二节 中国旅游业竞争战略	364	一、转变观念,树立竞争导向营销观	364	二、创建精品景点(区),实施名牌战略	365	三、树立以市场占有率为中心的营销组合策略	366	四、加强国际(国内)竞争力的理论研究和应用研究	366	第四部分 发展趋势及对策	第十三章 WTO对我国旅游市场竞争的影响	367	第一节 我国加入WTO后有关旅游市场的承诺	367	第二节 加入WTO后,我国旅游业的机遇和挑战	369	第三节 入世后我国旅游市场的竞争新动向	371	第十四章 旅游产业大趋势	376	第一节 旅游电子商务方兴未艾	376	一、欧美旅游电子商务发展概况	376	二、在线旅游市场调查	377	三、我国旅游业电子商务现状	380	四、市场竞争和WTO的挑战	382	五、旅游电子商务的市场定位	383	六、建设中国旅游电子商务平台	383	七、旅游电子商务发展的关键问题	385	第二节 国内旅游市场暗涌并购风潮	387	一、美国小旅行社的兼并风潮	387	二、旅行社业内并购不断升级	388	三、酒店业境外资本群雄逐鹿	389	四、景区资源民营资本大举进入	391	第三节 生态旅游将成为旅游业的新亮点	391	一、生态旅游:暖风渐起	391	二、泰国的启示	392	三、生态旅游要融入文化底蕴	393	附录 2004年中国旅游业统计数据	401	图表目录	图表:行业的生命周期图	7	图表:历年旅游行业逐年总收入一览 单位:亿元	7	图表:2020年世界10大旅游目的地和10大客源国	36	图表:2020年世界各地旅游人数占潜在旅游总人数的比例预测	73	图表:历年法国接待国内外游客人数示意图	76	图表:历年美国在线旅游市场规模及增长率预期	77	图表:景点各自按主次顺序依次排列的开发目标	93	图表:五个景点提供的产品	95	图表:五个景点市场结构特点	97	图表:五个景点营销预算及营销措施	97	图表:五个景点开放时间、价格政策、营业额构成比较	98	图表:历年国内外游客在英国境内的花费	
-----	-----	--------------	-----	-------------------	-----	------------	-----	--------------	-----	------------	-----	-------------	----------------	-----	----------------------	-----	-----------	-----	----------------	-----	----------------------	-----	---------------------	-----	----------------------	-----	----------------	-----	---------------	-----	--------------	-----	--------------	-----	------------------	-----	---------------	-----	------------------	-----	----------------	-----	-------------------------	-----	-------------------	-----	-------------	-----	----------------	-----	------------------	-----	--------------------	-----	----------------	-----	---------------------	-----	--------------------	-----	------------------	-----	---------------	-----	------------------	-----	--------------------	-----	----------------------	-----	-------------------------	-----	--------------	----------------------	-----	-----------------------	-----	------------------------	-----	---------------------	-----	--------------	-----	----------------	-----	----------------	-----	------------	-----	---------------	-----	---------------	-----	---------------	-----	----------------	-----	-----------------	-----	------------------	-----	---------------	-----	---------------	-----	---------------	-----	----------------	-----	--------------------	-----	-------------	-----	---------	-----	---------------	-----	-------------------	-----	------	-------------	---	------------------------	---	---------------------------	----	-------------------------------	----	---------------------	----	-----------------------	----	-----------------------	----	--------------	----	---------------	----	------------------	----	--------------------------	----	--------------------	--

情况示意图 101 图表：澳大利亚人出境旅游目的结构图 102 图表：澳大利亚人出境旅游目的地国家 103 图表：中国东西部旅游产业规模的比较 113 图表：历年中国旅游业的产业规模及增长 122 图表：我国旅游业固定资产分配结构图 123 图表：历年旅游行业的平均固定资产规模与行业收益的比较 123 图表：2003年我国旅游业从业人员结构 123 图表：2003年旅游业从业人员基本情况 124 图表：2003年全国国内旅游社主要经济指标 125 图表：2003年城镇居民对旅游服务质量的评价 126 图表：中国旅游业的行业管理体制示意图 129 图表：历年全国旅行社经营状况 130 图表：2003年旅行社外联、接待入境旅游者情况 131 图表：2003年旅行社组团、接待国内旅游者情况 132 图表：2002-2003年全国旅行社单位数 133 图表：三大旅行社接待入境旅游人数的变化 134 图表：中国旅行社业入世承诺 135 图表：历年中国星级饭店经济效益情况 144 图表：中国旅游涉外饭店发展状况 145 图表：2003年全国星级旅游饭店情况 145 图表：不同所有制酒店数量与收入之间的关系 147 图表：不同档次酒店数量与收入之间的关系 147 图表：不同规模酒店数量和收入之间的关系 148 图表：不同地区酒店数量和收入之间的关系 148 图表：2003年全国旅游住宿设施单位数 151 图表：历年中国涉外饭店行业利润走势图 163 图表：景点（区）类型、所有权与经营特点

166 图表：2003年城镇居民国内旅游出游及花费情况 176 图表：2003年农村居民国内旅游出游基本情况 177 图表：2003年全国国内旅游基本情况 178 图表：中国公民出境旅游第一站前10名排序 183 图表：我国居民出境旅游目的地分布 183 图表：中国饭店业高层管理者学历结构 193 图表：中国饭店业中层管理者学历结构 193 图表：2003年全国旅游院校基本情况 194 图表：历年旅游行业劳动生产率与人均占有固定资产 199 图表：上海主要景点一览 216 图表：中国国内旅游入次数和旅游收入的变化 240 图表：历年国内旅游人数和国内旅游收入增长速度 241 图表：历年中国国内旅游者的收入特征 242 图表：历年中国国内旅游花费情况 243 图表：2004年1-10月地方接待人数情况 244 图表：2004年1-10月地方接待入天数情况 245 图表：历年各旅游区各项指标的增长情况 247 图表：历年各旅游区国内旅游收入平均值比较 247 图表：历年各旅游区入境人数情况 248 图表：历年各旅游区国际旅游收入情况 248 图表：2004年1-10月入境旅游外汇收入 256 图表：2002-2003年各地区接待入境旅游者情况 256 图表：2004年1-10月入境旅游人数（按入境方式） 257 图表：2004年1-10月入境外国旅游者人数（按年龄、性别分） 259 图表：2004年1-10月入境外国旅游者人数（按目的分） 260 图表：2004年1-11月入境旅游外汇收入 261 图表：2003年国际旅游(外汇)收入 262 图表：主要城市国际旅游（外汇）收入 262 图表：中国入境过夜旅游人数和国际旅游（外汇）收入及世界排名 264 图表：历年中国入境旅游人数和国际旅游外汇收入增长情况

265 图表：2004年1-11月入境旅游外汇收入 265 图表：2003年1-9月入境外国旅游者人数（按年龄、性别） 267 图表：2004年1-10月入境外国旅游者人数（按年龄、性别） 268 图表

: 历年我国入境旅游洲际客源情况 270 图表: 历年我国入境旅游主要客源国情况 270 图表: 历年国际旅游(外汇)收入的构成 272 图表: 入境游客在华停留时间 276 图表: 入境游客游览我国城市数目情况 278 图表: 入境过夜游客在华住宿设施的选择情况 280 图表: 入境游客对我国旅游服务质量的评价 281 图表: 入境游客对我国旅游价格的评价 282 图表: 入境游客感兴趣的旅游资源 283 图表: "五五"~"十五"时期中国旅游业在世界的位次 295 图表: 历年大众外出旅游频率 297 图表: 旅游时间选择 297 图表: 旅游者考虑要素 298 图表: 旅游者选择旅行社时要考虑要素 299 图表: 旅游者对旅行社报价的评价 300 图表: 欧洲, 美国, 日本主题公园的比较 311 图表: 2008年奥运会对中国国际入境旅游影响预测 350 图表: 奥运会对入境旅游业影响呈现"马鞍形" 351 图表: 加入WTO旅游业承诺文件要点 368 图表: 被调查者是否接收过网上旅游 378 图表: 选择网上旅游服务最主要的原因 378 图表: 被调查者未来用于旅游的费用 379 图表: 被调查者最想去的地方分布 379 图表: 在线旅游的不足 380 图表: 国内在线旅游网站种类 381 图表: 2003年中国旅游业发展情况 401 图表: 2003年国内旅游基本情况 401 图表: 2004年11月入境旅游接待收汇情况 401 图表: 2004年10月入境旅游接待收汇情况 402 图表: 2004年08月入境旅游接待收汇情况 402 图表: 2004年07月入境旅游接待收汇情况 403 图表: 2004年06月入境旅游接待收汇情况 403 图表: 2004年05月入境旅游接待收汇情况 400 图表: 2004年04月入境旅游接待收汇情况 405 图表: 2004年03月入境旅游接待收汇情况 405 图表: 2004年02月入境旅游接待收汇情况 406 图表: 2004年01月入境旅游接待收汇情况 406 图表: 2003年全国旅游设施分地区单位数 407 图表: 2003年全国旅游设施分地区客房总数 408 图表: 2003年全国旅游设施分地区床位总数 409 图表: 2003年全国旅游设施分地区接待旅客住宿人数 410 图表: 2003年全国旅游设施分地区年平均出租率 411 图表: 2003年全国旅游设施分地区年营业收入 411 图表: 2003年全国旅游设施分地区年上缴税金 412 图表: 2003年全国旅游设施分地区年末从业人数 413 图表: 2003年全国旅游设施单位数 414 图表: 2004年1-10月地方接待情况(接待人数构成) 415 图表: 2004年1-10月地方接待情况(接待人天数构成) 416 图表: 2003年1-12月地方接待情况(接待人数构成) 417 图表: 2003年1-12月地方接待情况(接待人天数构成) 418 图表: 2003年地方国际旅游(外汇)收入情况 419 图表: 2004年1-10月主要城市接待情况(接待人数) 419 图表: 2004年1-10月主要城市接待情况(接待人天数) 420 图表: 2003年主要城市国际旅游(外汇)收入情况 421 图表: 2004年1-10月入境旅游人数(按入境方式) 422 图表: 2004年1月入境旅游人数(按入境方式) 423 图表: 2004年3月入境旅游人数(按入境方式) 425 图表: 2004年4月入境旅游人数(按入境方式) 426 图表: 2004年5月入境旅游人数(按入境方式) 427 图表: 2004年6月入境旅游人数(按入境方式) 429 图表: 2004年7月入境旅游人数(按入境方式) 430 图表: 2004年8月

入境旅游人数（按入境方式） 431 图表：2004年9月入境旅游人数（按入境方式） 432 图表：2004年1-10月入境外国旅游者人数（按目的分） 434 图表：2004年1月入境外国旅游者人数（按目的分） 435 图表：2004年3月入境外国旅游者人数（按目的分） 436 图表：2004年4月入境外国旅游者人数（按目的分） 437 图表：2004年5月入境外国旅游者人数（按目的分） 438 图表：2004年6月入境外国旅游者人数（按目的分） 440 图表：2004年7月入境外国旅游者人数（按目的分） 441 图表：2004年8月入境外国旅游者人数（按目的分） 442 图表：2004年9月入境外国旅游者人数（按目的分） 443 图表：2004年10月入境外国旅游者人数（按目的分） 444 图表：2003年1-12月入境外国旅游者人数（按目的分） 445 图表：2003年各地区接待旅游入境者构成（外国人） 446 图表：2003年各地区接待旅游入境者构成（香港同胞） 447 图表：2003年各地区接待旅游入境者构成（澳门同胞） 448 图表：2003年各地区接待旅游入境者构成（台湾同胞） 449 图表：2003年国际旅游（外汇）收入 450 图表：2002-2003年主要城市国际旅游（外汇）收入 451 图表：2002-2003年各地区国际旅游（外汇）收入 452 图表：2003年国际旅游（外汇）收入 453 图表：2002-2003年各地区国际旅游（外汇）收入 454 图表：2003年城镇居民出游情况（按性别、年龄分） 455 图表：2003年城镇居民出游花费情况（按性别、年龄分） 456 图表：2003年城镇居民出游花费情况（按职业分） 457 图表：2003年城镇居民出游情况（按出游目的分） 458 图表：2003年城镇居民出游花费情况（按出游目的分） 459 图表：2003年城镇居民出游情况（按职业分） 460 图表：2003年城镇居民国内旅游情况（按城市分） 461 图表：2003年农村居民国内旅游情况（按地区分） 462 图表：2003年全国国内旅游基本情况 463 图表：2003年旅行社外联、接待入境旅游者情况 464 图表：2003年旅行社主要经济指标（按地区分） 465 图表：2003年旅行社组团、接待国内旅游者情况 466 图表：2003年全国各地区星级饭店数（按经济类型分） 467 图表：2003年全国各地区星级饭店数（按规模分） 468 图表：2003年各月入境旅游人数 469 图表：1978-2003年中国入境过夜旅游者人数和国际旅游(外汇)收入的世界排名 469 图表：2002-2003年主要客源国入境旅游人数 470 图表：珠海市旅游企业主要经济指标 471 图表：南京市旅游企业主要经济指标 472 图表：南京市主要旅游企业经济指标 472 图表：苏州市主要旅游企业经济指标 473 图表：海口市主要旅游企业经济指标 474 图表：2003年全国个体旅游业基本情况（按地区分） 474 图表：2003年社会旅游业基本情况（按地区分） 475 图表：2003年全国大中型星级饭店的地区分布 476 图表：2003年全国大中型星级饭店的客房规模 477 图表：2003年全国大中型星级饭店的星级构成 478

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/47522.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。