



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008年中国焙烤食品行业市场分析及发展趋势预测研究报告

一、调研说明

《2008年中国焙烤食品行业市场分析及发展趋势预测报告》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/55918.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年中国焙烤食品行业市场分析与发展趋势

目录

CONTENTS

第一部分 行业概况和环境分析

第一章 焙烤食品的概述1

第一节 烘焙食品的定义和发展历程1

一、烘焙食品的定义1

二、焙烤食品的发展历程1

第二节 焙烤食品的特性2

一、具有相对的独立性2

二、具有较高的营养价值2

三、具有食用方便，便于携带的特点3

第三节 学习烘焙食品技术的方法3

一、重视理论知识3

二、苦练基本功4

三、抓住关键环节 4

四、继承传统技艺的同时求创新4

第四节 无糖焙烤原料在焙烤食品中的应用5

第二章 焙烤行业的环境分析8

第一节 世界经济环境分析8

一、2008年世界经济增长分析8

二、2008年世界经济形势10

三、2008年世界经济的预测15

四、2008年世界经济发展趋势16

第二节 我国的经济环境分析18

一、2007年度我国经济国际贸易数据情况18

二、2007年我国经济情况和分析59

- 三、2008年第一季度中国经济发展情况62
- 四、2008年我国宏观经济的情况62
- 五、2008年我国经济政策分析65
- 六、2008年我国宏观经济形势和经济预测66
- 第三节 我国焙烤业的政策环境分析69
 - 一、焙烤食品业将全面实施标准化管理69
 - 二、关于糕点行业实施市场准入(QS)有关规定70
 - 三、2007年我国首部食品馅料国家标准有望出台71
 - 四、2008年糕点月饼新政策72
 - 五、2008年国家饼干新政策及其影响73

第二部分 行业市场分析

第三章 国外焙烤食品行业市场发展分析77

第一节 国外焙烤食品产业发展概况77

一、比利时77

二、保加利亚77

三、丹麦77

四、芬兰78

五、法国78

六、德国80

七、希腊82

八、意大利82

九、荷兰83

十、土耳其83

十一、英国84

十二、美国85

第二节 全球焙烤食品市场消费发展94

一、以健康为中心95

二、以愉悦为中心95

三、以便利为中心95

第三节 欧洲焙烤零售业的未来市场发展95

第四节 焙烤食品添加剂国际市场发展状况分析97

- 一、全球焙烤食品添加剂的种类97
- 二、全球焙烤食品添加剂各类所占的市场份额98
- 三、全球食品添加剂生产集中度状况98
- 四、全球焙烤食品添加剂市场规模增长情况98
- 五、全球焙烤食品添加剂行业的发展方向99

第四章 我国焙烤食品行业市场发展分析100

第一节 中国焙烤食品发展概况100

- 一、中国焙烤食品市场发展概述100
- 二、中国焙烤食品行业发展特点分析101
- 三、我国的烘焙行业发展的瓶颈102
- 四、焙烤业发展的新方向106
- 五、焙烤食品行业的市场特性109

第二节 我国焙烤食品行业市场发展分析110

- 一、2007年焙烤食品市场发展概况110
- 二、2008年我国焙烤市场的商机113
- 三、2007/2008年我国主要焙烤食品的进出口情况113
- 四、2008年中国焙烤业市场的潜力117
- 五、到2010年我国焙烤产品市场发展分析117
- 六、包装类焙烤食品市场情况分析118

第三节 我国焙烤业发展的问题119

- 一、我国焙烤业现存的问题119
- 二、中国焙烤企业的区域品牌面临的问题119

第四节 中国焙烤食品消费需求分析121

- 一、消费容量分析121
- 二、消费需求特征分析122
- 三、消费需求新变化124
- 四、消费者分析127

第五节 焙烤食品行业的连锁超市经营状况132

- 一、焙烤部门在连锁超市中的地位132
- 二、焙烤部门在连锁超市中的经营难题133
- 三、连锁超市烘焙部门的主要经营方式134

四、连锁超市烘焙部门经营的瓶颈135

第六节 低能量焙烤食品综述136

一、低能量焙烤食品市场潜力巨大136

二、低能量焙烤食品技术开发137

三、低能量焙烤食品主要产品139

第七节 焙烤食品行业新机遇140

一、新的包装方式141

二、不断改进的零售方式和国际化的渗透142

第八节 焙烤食品行业竞争力分析143

一、行业技术发展趋势143

二、焙烤企业核心竞争力144

第五章 焙烤食品行业的细分市场分析150

第一节 饼干市场发展分析150

一、2007/2008年我国饼干的产量情况150

二、饼干市场现状163

三、饼店行业发展概况166

四、2008年饼干市场发展的的问题167

五、2008年我国饼干市场的竞争情况169

六、我国饼干市场发展趋势171

第二节 面包市场发展分析172

一、面包的发展历史172

二、2007年面包市场调查分析173

三、面包行业市场的竞争分析179

四、面包工业的发展方向分析181

第三节 月饼市场发展分析185

一、2007年月饼市场情况分析185

二、2008年我国月饼市场分析187

三、2008年上海月饼市场分析187

四、月饼行业的发展方向187

五、2008年月饼产业的变化189

第四节 糕点市场发展分析189

- 一、糕点的定义和分类189
- 二、我国糕点市场发展历程194
- 三、我国糕点市场发展的特点195
- 四、2007/2008年我国糕点产量情况196
- 五、2008年我国糕点市场价格情况213
- 六、我国糕点市场竞争分析214

第三部分 行业的主要企业分析

第六章 焙烤食品行业的主要企业分析217

第一节 徐福记国际集团217

- 一、企业概况217
- 二、公司的创新路220
- 三、2007年公司的销售额情况222
- 四、公司新动态223

第二节 好利来实业发展有限公司224

- 一、公司概况224
- 二、企业文化225
- 三、公司新动态226

第三节 北京稻香村食品集团公司227

- 一、公司概况227
- 二、企业文化228
- 三、2008年公司新动态229

第四节 上海达能饼干食品有限公司230

- 一、公司概况230
- 二、品牌分析231
- 三、2008年第一季度公司销售情况235
- 四、2008年公司新动态236

第五节 上海克莉丝汀食品有限公司238

- 一、公司概况238
- 二、克莉丝汀市场满意度239
- 三、2008年公司新动态240

第六节 广州酒家企业集团利口福食品有限公司241

- 一、公司概况241
- 二、2008年公司的举措243
- 第七节 上好佳(中国)有限公司243
 - 一、公司概况243
 - 二、公司产品的研发244
 - 三、公司动态245
- 第八节 福建达利食品集团有限公司245
 - 一、公司概况245
 - 二、达利饮料的成功秘诀246
 - 三、公司生产动态250
- 第九节 广东嘉士利集团股份有限公司250
 - 一、公司概况250
 - 二、嘉士利成长分析252
- 第十节 青岛食品股份有限公司253

第四部分 行业趋势和策略分析

- 第七章 焙烤食品行业的趋势分析255
 - 第一节 国外焙烤食品业发展趋势255
 - 一、国际上烘焙食品行业的技术发展趋势255
 - 二、面包业的流行趋势256
 - 三、F焙烤食品将成为焙烤业发展的主流257
 - 第二节 国内焙烤食品行业发展趋势258
 - 一、国内烘焙食品行业的技术发展趋势258
 - 二、国内焙烤食品行业发展趋势分析259
 - 三、纸包装在烘焙行业中的发展空间分析261
 - 四、消费市场潜力巨大264
 - 第三节、2008年焙烤食品的发展趋势和展望264
 - 一、2008年月饼的市场发展趋势265
 - 二、2008年饼干的市场发展趋势266
 - 三、2008年面包的市场发展趋势267
 - 第四节 烘焙食品市场竞争趋势268
 - 一、竞争激烈品牌是关键268

二、中高端市场成为争夺焦点269

三、生产趋于专业化、标准化269

第五节 烘焙食品产品消费趋势270

一、健康卫生的注重270

二、营养价值和营养平衡的注重271

三、全谷物烘焙食品的开发272

四、功能性烘焙食品配料的迅速发展273

五、低能量无糖烘焙食品的开发274

六、烘焙食品创新多元化的发展275

第六节 连锁超市焙烤类食品的经营趋势276

一、超市焙烤食品经营销售趋势276

二、东西方文化在超市焙烤类食品消费和经营上的差异和趋势277

三、连锁超市经营模式发展趋势277

第七节 2008年健康焙烤食品发展的前景279

第八章 焙烤食品行业的发展策略和建议284

第一节 中国焙烤企业品牌发展的建议284

一、明确企业的目标284

二、再造让顾客感动的有价值品牌284

三、让战略走上高层的议程表285

四、走规模化出路285

五、走专业化出路285

六、发掘差异化的蓝海286

七、快速开始企业的计划管理286

八、规范企业的流程管理286

九、做好组织管理的核心287

第二节 焙烤食品行业产业发展规划建议287

一、做好行业调整及发展思路287

二、开发农村焙烤市场289

第三节 超市渠道中的烘焙产品营销策略290

一、走专业化分工合作之路290

二、实施终端营销策略290

第四节 月饼品牌的市场发展策略291

一、诚信经营策略292

二、品牌导航策略292

三、文化营销策略292

四、形象扮靓策略293

五、通路扁平策略293

第五节 饼干业发展策略294

一、积极应对竞争294

二、要有新的增长点296

三、关键是找准自身特色297

第六节 中国二线品牌饼干企业发展策略297

一、中国二线品牌饼干企业发展环境297

二、中国二线品牌饼干企业发展策略299

附录

附录焙烤食品行业相关的知识和信息302

图表目录

图表：2008年-2009年世行对东欧部分国家的GDP增长预测表16

图表：2007年1-12月份中国所有产品进出口总额简要数据表18

图表：2007年1-12月各省市进出口总值数据表19

图表：2007年1-12月进出口商品国家(地区)总值表20

图表：2007年我国进出口商品构成数据表28

图表：2007年12月外经贸当月主要指标数据表28

图表：2007年1-12月外经贸累计主要指标数据表29

图表：2007年1-12月份我国月度进出口总值数据表表29

图表：2007年1-12月我国月度进出口增长率走势图30

图表：2007年1-12月我国月度贸易差额数据表30

图表：2006年1月-2007年10月份我国月度进出口走势图31

图表：2007年1-12月我国月度出口总值表31

图表：2007年1-12月我国月度出口总值增长率走势图32

图表：2007年1-12月我国月度进口总值表32

图表：2007年1-12月我国月度进口总值增长率走势图33

图表：2007年1-12月份年我国不同贸易方式出口数据表33

图表：2007年1-12月我国同贸易方式出口数据表33

图表：2007年1-12月我国不同性质企业出口数据表34

图表：2007年1-12月我国不同性质企业进口数据表34

图表：2007年1-12月我国前十位贸易伙伴数据表35

图表：2007年1-12月我国前十位出口市场数据表35

图表：2007年1-12月我国前十位进口来源地数据表36

图表：2007年1-12月我国前十位贸易顺差来源地数据表37

图表：2007年1-12月我国十位贸易逆差来源地数据表38

图表：2007年1-12月我国前十位出口总值省市数据表38

图表：2007年1-12月我国前十位进口总值省市数据表39

图表：2007年1-12月我国前十位出口总值城市数据表40

图表：2007年1-12月我国前十位进口总值城市数据表41

图表：2007年1-12月我国前十位顺差省市数据表41

图表：2007年1-12月我国出口市场分洲别（地区）数据表42

图表：2007年1-12月我国进口来源地分洲别数据表43

图表：2007年1-12月我国累计出口大类商品金额数据表44

图表：2007年1-12月我国累计进口大类商品金额数据表45

图表：2007年1-12月我国出口主要商品数量及价格表45

图表：2007年1-12月我国累计出口主要商品金额数据表46

图表：2007年1-12月我国进口主要商品数量及价格47

图表：2007年1-12月我国累计进口主要商品金额48

图表：2007年1-12月我国一般贸易进口主要商品数据表49

图表：2007年1-12月我国关税配额商品累计进口数据表49

图表：2007年1-12月我国的地方出口总值统计表50

图表：2007年1-12月我国地方进口总值统计表52

图表：2007年1-12月年我国地方累计不同贸易方式出口数据表53

图表：2007年1-12月我国地方累计不同贸易方式进口数据表54

图表：2007年1-12月我国地方累计不同性质企业出口数据表56

图表：2007年1-12月我国地方累计不同性质企业出口数据表（续）57

图表：2007年1-12月我国地方累计不同性质企业进口数据表58

图表：2007年1-12月我国地方累计不同性质企业进口数据表（续）58

图表：2007年第三季度我国的面包、糕点、饼干等焙烘糕饼；糯米纸等进口总值114

图表：2007年第三季度我国的面包、糕点、饼干等焙烘糕饼；糯米纸等出口总值114

图表：2007年第四季度我国的面包、糕点、饼干等焙烘糕饼；糯米纸等进口总值114

图表：2007年第四季度我国的面包、糕点、饼干等焙烘糕饼；糯米纸等出口总值114

图表：2007年全年我国的面包、糕点、饼干等焙烘糕饼；糯米纸等进口总值114

图表：2007年全年我国的面包、糕点、饼干等焙烘糕饼；糯米纸等出口总值115

图表：2008年1月份我国的面包、糕点、饼干等焙烘糕饼；糯米纸等进口总值115

图表：2008年1月份我国的面包、糕点、饼干等焙烘糕饼；糯米纸等出口总值115

图表：2008年2月份我国的面包、糕点、饼干等焙烘糕饼；糯米纸等进口总值115

图表：2008年2月份我国的面包、糕点、饼干等焙烘糕饼；糯米纸等出口总值116

图表：2008年3月份我国的面包、糕点、饼干等焙烘糕饼；糯米纸等进口总值116

图表：2008年3月份我国的面包、糕点、饼干等焙烘糕饼；糯米纸等出口总值116

图表：2008年第一季度我国的面包、糕点、饼干等焙烘糕饼；糯米纸等进口总值116

图表：2008年第一季度我国的面包、糕点、饼干等焙烘糕饼；糯米纸等出口总值116

图表：法式面包材料选择125

图表：我国不同年龄的消费者对于月饼的喜好程度比较表128

图表：我国消费者对月饼口味的偏好度比较129

图表：我国月饼消费者购买月饼目的比较130

图表：我国城市消费者对月饼价格的接受范围比较130

图表：不同年龄的消费者对于中、西糕点爱好的比例情况131

图表：影响面包消费者购买的因素比较132

图表：国内焙烤市场的竞争情况145

图表：焙烤行业中，网络商业营销的情况148

图表：2007年2-12月我国全国饼干的产量合计150

图表：2007年2-12月我国河北省饼干的产量合计150

图表：2007年2-12月我国吉林省饼干的产量合计151

图表：2007年2-12月我国江苏省饼干的产量合计151

图表：2007年2-12月我国福建省饼干的产量合计151

图表：2007年2-12月我国河南省饼干的产量合计152

图表：2007年2-12月我国广东省饼干的产量合计152

图表：2007年2-12月我国云南省饼干的产量合计153

图表：2007年2-12月我国北京市饼干的产量合计153
图表：2007年2-12月我国黑龙江省饼干的产量合计153
图表：2007年2-12月我国浙江省饼干的产量合计154
图表：2007年2-12月我国江西省饼干的产量合计154
图表：2007年2-12月我国湖北省饼干的产量合计155
图表：2007年2-12月我国广西区饼干的产量合计155
图表：2007年2-12月我国四川省饼干的产量合计155
图表：2007年2-12月我国陕西省饼干的产量合计156
图表：2007年2-12月我国天津市饼干的产量合计156
图表：2007年2-12月我国辽宁省饼干的产量合计157
图表：2007年2-12月我国上海市饼干的产量合计157
图表：2007年2-12月我国安徽省饼干的产量合计157
图表：2007年2-12月我国山东省饼干的产量合计158
图表：2007年2-12月我国湖南省饼干的产量合计158
图表：2007年2-12月我国内蒙古区饼干的产量合计159
图表：2008年2-3月我国全国饼干的产量合计159
图表：2008年2-3月我国湖北省饼干的产量合计159
图表：2008年2-3月我国吉林省饼干的产量合计159
图表：2008年2-3月我国江苏省饼干的产量合计160
图表：2008年2-3月我国福建省饼干的产量合计160
图表：2008年2-3月我国河南省饼干的产量合计160
图表：2008年2-3月我国广东省饼干的产量合计160
图表：2008年2-3月我国云南省饼干的产量合计160
图表：2008年2-3月我国新疆区饼干的产量合计160
图表：2008年2-3月我国北京市饼干的产量合计161
图表：2008年2-3月我国浙江省饼干的产量合计161
图表：2008年2-3月我国江西省饼干的产量合计161
图表：2008年2-3月我国湖北省饼干的产量合计161
图表：2008年2-3月我国广西区饼干的产量合计161
图表：2008年2-3月我国四川省饼干的产量合计161
图表：2008年2-3月我国陕西省饼干的产量合计162
图表：2008年2-3月我国天津市饼干的产量合计162

图表：2008年2-3月我国辽宁省饼干的产量合计162

图表：2008年2-3月我国上海市饼干的产量合计162

图表：2008年2-3月我国安徽省饼干的产量合计162

图表：2008年2-3月我国山东省饼干的产量合计162

图表：2008年2-3月我国湖南省饼干的产量合计163

图表：2008年2-3月我国海南省饼干的产量合计163

图表：2008年2-3月我国内蒙古区饼干的产量合计163

图表：购买面包的次数调查分析173

图表：购买面包的品牌调查分析174

图表：喜欢的面包种类调查分析175

图表：影响客户购买面包的因素分析176

图表：中国的面包是否该追随国外面包的口感与制作分析177

图表：全国范围内面包房最有发展潜力的城市分析178

图表：是否愿意开设面包房的调查分析179

图表：2007年2-12月我国全国糕点的产量合计196

图表：2007年2-12月我国河北省糕点的产量合计196

图表：2007年2-12月我国吉林省糕点的产量合计197

图表：2007年2-12月我国江苏省糕点的产量合计197

图表：2007年2-12月我国福建省糕点的产量合计197

图表：2007年2-12月我国河南省糕点的产量合计198

图表：2007年2-12月我国广东省糕点的产量合计198

图表：2007年2-12月我国重庆市糕点的产量合计199

图表：2007年2-12月我国云南省糕点的产量合计199

图表：2007年2-12月我国新疆区糕点的产量合计199

图表：2007年2-12月我国北京市糕点的产量合计200

图表：2007年2-12月我国山西省糕点的产量合计200

图表：2007年2-12月我国黑龙江省糕点的产量合计201

图表：2007年2-12月我国浙江省糕点的产量合计201

图表：2007年2-12月我国江西省糕点的产量合计201

图表：2007年2-12月我国湖北省糕点的产量合计202

图表：2007年2-12月我国广西区糕点的产量合计202

图表：2007年2-12月我国四川省糕点的产量合计203

图表：2007年2-12月我国陕西省糕点的产量合计203
图表：2007年2-12月我国陕西省糕点的产量合计203
图表：2007年2-12月我国天津市糕点的产量合计204
图表：2007年2-12月我国辽宁省糕点的产量合计204
图表：2007年2-12月我国上海市糕点的产量合计205
图表：2007年2-12月我国安徽省糕点的产量合计205
图表：2007年2-12月我国山东省糕点的产量合计205
图表：2007年2-12月我国湖南省糕点的产量合计206
图表：2007年2-12月我国海南省糕点的产量合计206
图表：2007年2-12月我国贵州省糕点的产量合计207
图表：2007年2-12月我国甘肃省糕点的产量合计207
图表：2007年2-12月我国内蒙古区糕点的产量合计207
图表：2008年2-3月我国全国糕点的产量合计208
图表：2008年2-3月我国河北省糕点的产量合计208
图表：2008年2-3月我国吉林省糕点的产量合计208
图表：2008年2-3月我国江苏省糕点的产量合计208
图表：2008年2-3月我国福建省糕点的产量合计209
图表：2008年2-3月我国河南省糕点的产量合计209
图表：2008年2-3月我国广东省糕点的产量合计209
图表：2008年2-3月我国重庆市糕点的产量合计209
图表：2008年2-3月我国云南省糕点的产量合计209
图表：2008年2-3月我国新疆区糕点的产量合计209
图表：2008年2-3月我国北京市糕点的产量合计210
图表：2008年2-3月我国山西省糕点的产量合计210
图表：2008年2-3月我国黑龙江省糕点的产量合计210
图表：2008年2-3月我国浙江省糕点的产量合计210
图表：2008年2-3月我国江西省糕点的产量合计210
图表：2008年2-3月我国湖北省糕点的产量合计210
图表：2008年2-3月我国广西区糕点的产量合计211
图表：2008年2-3月我国四川省糕点的产量合计211
图表：2008年2-3月我国陕西省糕点的产量合计211
图表：2008年2-3月我国宁夏区糕点的产量合计211

图表：2008年2-3月我国天津市糕点的产量合计211
图表：2008年2-3月我国辽宁省糕点的产量合计211
图表：2008年2-3月我国上海市糕点的产量合计212
图表：2008年2-3月我国安徽省糕点的产量合计212
图表：2008年2-3月我国山东省糕点的产量合计212
图表：2008年2-3月我国湖南省糕点的产量合计212
图表：2008年2-3月我国海南省糕点的产量合计212
图表：2008年2-3月我国贵州省糕点的产量合计212
图表：2008年2-3月我国甘肃省糕点的产量合计213
图表：2008年2-3月我国内蒙古区糕点的产量合计213
图表：2008年第一季度达能集团销售额图236
图表：广东嘉士利集团股份有限公司国内销售区域251
图表：供应商专营店终端方式对比分析291
图表：不同pH值下低聚异麦芽糖着色度的差别315
图表：低聚异麦芽糖的水活性316
图表：低聚异麦芽糖保持水分的能力317

B001

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/55918.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。