

2015-
2020年中国管理咨询行业预测及投资策略
研究报告

ASKCI CONSULTING CO.,LTD

一、调研说明

中商产业研究院全新发布的《2015-2020年中国管理咨询行业预测及投资策略研究报告》主要依据国家统计局、国家发改委、商务部、中国海关、国务院发展研究中心、行业协会、工商、税务、海关、国内外相关刊物的基础信息以及行业研究单位等公布和提供的大量资料，结合深入的市场调研资料，由中商产业研究院的资深专家和研究人员的分析。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，对本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局等进行了细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，并分析相关经营财务数据。最后，对该行业未来的发展前景，投资风险及投资策略给出科学的建议。本报告是行业生产、贸易、经销等企业在激烈的市场竞争中洞察市场先机，根据市场需求及时调整经营策略，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供了准确的市场情报信息及科学的决策依据。

报告名称	2015-2020年中国管理咨询行业预测及投资策略研究报告
出版日期	2014年10月
报告格式	PDF电子版或纸介版
交付方式	Email发送或EMS快递
中文价格	印刷版9500元 电子版9500元 中文印刷版+电子版9800元
订购热线	400-666-1917 400-788-9700

【版权声明】

本报告由中商产业研究院出品，报告版权归中商产业研究院所有。本报告是中商产业研究院的研究与统计成果，报告为有偿提供给购买报告的客户使用。未获得中商产业研究院书面授权，任何网站或媒体不得转载或引用，否则中商产业研究院有权依法追究其法律责任。如需订阅研究报告，请直接联系本网站，以便获得全程优质完善服务。中商产业研究院是中国拥有研究人员数量最多，规模最大，综合实力最强的咨询研究机构，公司每天都会接受媒体采访及发布大量产业经济研究成果。在此，我们诚意向您推

□□□□□□□□□□

□□□□□ □□□□□ □□□□□□ □□□□□ □□□□□

□□□□□□□□□□

IPO□□□□ □□□□□ □□□□□ □□□□ □□□□ □□□□ □□□□ □□□□ □□□□□□



二、研究报告目录

第一章 管理咨询行业概述 26

第一节 管理咨询的相关概念 26

一、管理咨询含义及特点 26

二、管理咨询业务的分类 26

三、管理咨询的作用分析 27

四、管理咨询的基本流程 27

五、咨询顾问的从业要求 29

第二节 管理咨询行业特性分析 31

一、现代管理咨询产业特征 31

二、管理咨询行业生命周期 33

三、咨询行业进入退出壁垒 35

四、管理咨询产业运营条件 37

五、管理咨询业产业链分析 37

第三节 中国管理咨询行业PEST分析 40

一、行业政策环境分析 40

二、行业经济环境分析 41

三、社会文化环境分析 78

四、行业技术环境分析 87

第二章 全球管理咨询业运行形势分析 90

第一节 全球管理咨询行业发展综述 90

一、国际管理咨询业产生的背景 90

二、全球管理咨询行业发展现状 90

- 三、国际咨询产业结构及商业价值 92
- 四、全球管理咨询业关键成功因素 93
- 五、2014年全球管理咨询市场表现 95
- 第二节 主要国家管理咨询行业发展状况分析 98
 - 一、美国管理咨询业发展分析 98
 - 二、英国管理咨询业发展分析 98
 - 三、德国管理咨询业发展分析 99
 - 四、日本管理咨询业发展分析 99
- 第三节 国外著名管理咨询公司竞争力分析 101
 - 一、麦肯锡（Mckinsey） 101
 - （一）麦肯锡公司概况 101
 - （二）麦肯锡公司的服务范围 101
 - （三）麦肯锡的使命和价值观 102
 - （四）麦肯锡的核心优势分析 103
 - （五）麦肯锡的工作方法分析 104
 - （六）麦肯锡在华发展情况 105
 - 二、埃森哲（Accenture） 105
 - （一）埃森哲公司概况 105
 - （二）埃森哲公司的服务范围 107
 - （三）2014年埃森哲经营情况 108
 - （四）埃森哲的核心优势分析 111
 - （五）埃森哲的工作方法分析 113
 - （六）埃森哲在华发展情况分析 114
 - 三、罗兰贝格（Roland Berger） 116
 - （一）罗兰贝格公司概况 116
 - （二）罗兰贝格主要业务范围 116
 - （三）罗兰贝格使命和价值观 117
 - （四）罗兰贝格核心优势分析 117

- (五) 罗兰贝格工作方法分析 118
- (六) 罗兰贝格在华发展情况 118
- 四、理实国际集团 (Raisewin) 119
 - (一) 理实国际公司概况 119
 - (二) 理实国际主要业务范围 119
 - (三) 理实国际理念和价值观 120
 - (四) 理实国际核心优势分析 121
 - (五) 理实国际工作方法分析 121
 - (六) 理实国际在华发展情况 122
- 五、波士顿 (BCG) 123
 - (一) 波士顿公司概况 123
 - (二) 波士顿的主要业务范围 123
 - (三) 波士顿的使命和价值观 124
 - (四) 波士顿的核心优势分析 125
 - (五) 波士顿的管理咨询理论 125
 - (六) 波士顿在华发展情况 126
- 六、贝恩咨询 (Bain & Company) 126
 - (一) 贝恩咨询公司概况 126
 - (二) 贝恩咨询主要业务范围 126
 - (三) 贝恩咨询的理念和宗旨 127
 - (四) 贝恩咨询核心优势分析 127
 - (五) 贝恩咨询工作方法分析 128
 - (六) 贝恩咨询在华发展情况 128
- 七、科尔尼咨询 (ATKearney) 129
 - (一) 科尔尼公司概况 129
 - (二) 科尔尼主要业务范围 129
 - (三) 科尔尼使命和价值观 130

- (四) 科尔尼核心优势分析 131
- (五) 科尔尼工作方法分析 131
- (六) 科尔尼在华发展情况 132
- 八、国外管理咨询公司经验借鉴 133

- 第三章 中国管理咨询行业发展态势分析 139
- 第一节 中国管理咨询行业发展概况 139
- 一、管理咨询在中国的发展历程 139
- 二、中国管理咨询行业发展现状 141
- 三、中国管理咨询行业发展特点 141
- 四、中国管理咨询发展尚不成熟 142
- 五、中国咨询业流派及主要问题 142
- 六、中国管理咨询的使命与责任 143
- 第二节 中国管理咨询行业运行现状 143
- 一、管理咨询机构的规模及分布 143
- 二、管理咨询从业人员情况分析 144
- 三、中国管理咨询企业组织形式 144
- 四、咨询企业现有管理模式分析 146
- 五、中国管理咨询行业收入规模 150
- 六、2014管理咨询机构50大分析 150
- 第三节 中国管理咨询行业存在的问题 153
- 一、企业对管理咨询的认识不足 153
- 二、咨询机构规模显著落后国外 153
- 三、管理咨询行业扶持政策缺位 154
- 四、大多数公司缺乏核心竞争力 155
- 五、行业仍处在低层次竞争阶段 156
- 六、咨询从业人员水平有待提高 156
- 第四节 中国管理咨询行业发展对策 158

- 一、加大政府扶持力度 158
- 二、培育管理咨询市场 158
- 三、提高市场主体认识 158
- 四、加强人才队伍建设 158
- 五、规范咨询操作模式 159
- 六、走合作化发展道路 159

第四章 中国管理咨询行业市场透析 160

第一节 管理咨询市场运行状况分析 160

- 一、管理咨询行业市场容量 160
- 二、管理咨询的市场渗透率 160
- 三、咨询客户行业分布结构 161
- 四、咨询市场区域分布结构 161
- 五、管理咨询业务分布结构 161

第二节 管理咨询市场客户需求分析 161

第三节 企业发展过程与管理咨询需求 163

第四节 管理咨询市场客户行为分析 163

- 一、企业采购咨询服务影响因素 164
- 二、企业采购管理咨询服务渠道 164
- 三、企业采购咨询服务决策方式 165
- 四、企业选择管理咨询公司标准 166
- 五、客户对管理咨询绩效的评估 169
- 六、咨询公司采购咨询服务分析 178

第五章 2014年中国管理咨询行业市场竞争态势分析 179

第一节 中国管理咨询行业竞争现状分析 179

一、管理咨询行业竞争环境分析 179

- (一) 同业竞争者分析 179
- (二) 潜在进入者分析 179

- (三) 行业供应者分析 179
- (四) 咨询消费者分析 180
- (五) 行业替代者分析 180
- 二、中国管理咨询行业竞争格局 180
 - (一) 第一梯队及其市场表现 180
 - (二) 第二梯队及其市场表现 180
 - (三) 第三梯队及其市场表现 181
- 三、中外管理咨询企业竞争力比较 181
 - (一) 中国咨询企业的比较优势 181
 - (二) 中国咨询企业的比较劣势 183
 - (三) 本土咨询企业的竞争对策 186
- 四、管理咨询业扩张兼并情况分析 186
- 第二节 管理咨询市场区域格局分析 187
 - 一、北京管理咨询市场竞争格局 187
 - 二、上海管理咨询市场竞争格局 188
 - 三、广州管理咨询市场竞争格局 190
 - 四、其他地区管理咨询行业竞争情况 190
- 第三节 中国管理咨询行业竞争战略分析 191
 - 一、差异化竞争战略分析 191
 - 二、品牌化竞争战略分析 193
 - 三、联盟和合作战略分析 196
- 第六章 中国主要管理咨询企业竞争力分析 198
 - 第一节 北京和君创业管理咨询有限公司 198
 - 一、企业基本情况 198
 - 二、企业业务范围 199
 - 三、企业经营情况 199
 - 四、企业竞争优势 199

五、企业咨询案例	200
六、企业发展战略	200
第二节 中华财务咨询有限公司	201
一、企业基本情况	201
二、企业业务范围	201
三、企业经营情况	201
四、企业竞争优势	201
五、企业咨询案例	203
六、企业发展战略	209
第三节 北大纵横管理咨询集团	210
一、企业基本情况	210
二、企业业务范围	210
三、企业经营情况	214
四、企业竞争优势	214
五、企业咨询案例	215
六、企业发展战略	220
第四节 中国国际经济咨询有限公司	220
一、企业基本情况	220
二、企业业务范围	221
三、企业经营情况	222
四、企业竞争优势	223
五、企业咨询案例	223
六、企业发展战略	224
第五节 上海AMT集团	225
一、企业基本情况	225
二、企业业务范围	226
三、企业经营情况	226
四、企业竞争优势	227

- 五、企业咨询案例 227
- 六、企业发展战略 231
- 第六节 万隆国际咨询集团有限公司 232
 - 一、企业基本情况 232
 - 二、企业业务范围 232
 - 三、企业经营情况 232
 - 四、企业竞争优势 232
 - 五、企业咨询案例 233
 - 六、企业发展战略 233
- 第七节 上海华彩管理咨询有限公司 234
 - 一、企业基本情况 234
 - 二、企业业务范围 234
 - 三、企业经营情况 235
 - 四、企业竞争优势 235
 - 五、企业咨询案例 237
 - 六、企业发展战略 238
- 第八节 北京国富创新管理咨询有限公司 238
 - 一、企业基本情况 238
 - 二、企业业务范围 239
 - 三、企业经营情况 239
 - 四、企业竞争优势 241
 - 五、企业咨询案例 242
 - 六、企业发展战略 253
- 第九节 北京仁达方略企业管理咨询有限公司 254
 - 一、企业基本情况 254
 - 二、企业业务范围 255
 - 三、企业经营情况 255
 - 四、企业竞争优势 256

- 五、企业咨询案例 257
- 六、企业发展战略 260
- 第十节 北京太和睿信企业管理顾问有限公司 260
 - 一、企业基本情况 260
 - 二、企业业务范围 260
 - 三、企业经营情况 262
 - 四、企业竞争优势 263
 - 五、企业咨询案例 264
 - 六、企业发展战略 271
- 第十一节 理实环球国际咨询（北京）有限公司 271
 - 一、企业基本情况 271
 - 二、企业业务范围 272
 - 三、企业经营情况 273
 - 四、企业竞争优势 273
 - 五、企业咨询案例 274
 - 六、企业发展战略 277
- 第十二节 北京捷盟管理咨询有限公司 278
 - 一、企业基本情况 278
 - 二、企业业务范围 278
 - 三、企业经营情况 278
 - 四、企业竞争优势 279
 - 五、企业咨询案例 279
 - 六、企业发展战略 283
- 第十三节 北京市长城企业战略研究所 283
 - 一、企业基本情况 283
 - 二、企业业务范围 284
 - 三、企业经营情况 284
 - 四、企业竞争优势 285

- 五、企业咨询案例 285
- 六、企业发展战略 290
- 第十四节 用友长伴管理咨询（上海）有限公司 290
 - 一、企业基本情况 290
 - 二、企业业务范围 291
 - 三、企业经营情况 291
 - 四、企业竞争优势 292
 - 五、企业咨询案例 292
 - 六、企业发展战略 292
- 第十五节 深圳市采纳品牌营销顾问有限公司 293
 - 一、企业基本情况 293
 - 二、企业业务范围 294
 - 三、企业经营情况 294
 - 四、企业竞争优势 296
 - 五、企业咨询案例 297
 - 六、企业发展战略 300
- 第十六节 北京东方博融管理咨询有限公司 301
 - 一、企业基本情况 301
 - 二、企业业务范围 301
 - 三、企业经营情况 304
 - 四、企业竞争优势 305
 - 五、企业咨询案例 305
 - 六、企业发展战略 306
- 第十七节 深圳市百思特企业管理咨询有限公司 306
 - 一、企业基本情况 306
 - 二、企业业务范围 307
 - 三、企业经营情况 307
 - 四、企业竞争优势 308

五、企业咨询案例 308

六、企业发展战略 309

第十八节 深圳市康达信管理顾问有限公司 310

一、企业基本情况 310

二、企业业务范围 310

三、企业经营情况 310

四、企业竞争优势 311

五、企业咨询案例 313

六、企业发展战略 313

第十九节 北京同心动力企业管理顾问有限公司 313

一、企业基本情况 313

二、企业业务范围 314

三、企业经营情况 314

四、企业竞争优势 314

五、企业咨询案例 316

六、企业发展战略 318

第二十章 世纪纵横（北京）管理咨询有限公司 319

一、企业基本情况 319

二、企业业务范围 320

三、企业经营情况 321

四、企业竞争优势 322

五、企业咨询案例 323

六、企业发展战略 327

第二十一章 德勤 329

一、企业基本情况 329

二、企业业务范围 330

三、企业经营情况 330

四、企业竞争优势 330

- 五、企业咨询案例 331
- 六、企业发展战略 333
- 第二十二节 正略钧策 333
 - 一、企业基本情况 333
 - 二、企业业务范围 334
 - 三、企业经营情况 334
 - 四、企业竞争优势 335
 - 五、企业咨询案例 337
 - 六、企业发展战略 338

- 第七章 管理咨询细分领域咨询策略分析 339
 - 第一节 管理咨询细分行业咨询策略分析 339
 - 一、管理咨询客户行业细分 339
 - (一) 成熟客户群及特点分析 339
 - (二) 核心客户群及特点分析 339
 - (三) 萌芽客户群及特点分析 339
 - (四) 潜力客户群及特点分析 339
 - 二、[医药](#)行业管理咨询策略分析 340
 - (一) 中国医药行业发展概况 340
 - (二) 医药行业存在问题分析 340
 - (三) 医药管理咨询需求分析 342
 - 三、[电子信息](#)行业管理咨询策略分析 347
 - (一) 电子信息行业发展概况 347
 - (二) 电子信息业存在的问题 350
 - (三) 电子信息管理咨询需求 350
 - 四、[机械](#)制造行业管理咨询策略分析 351
 - (一) 机械制造行业发展概况 351
 - (二) 机械制造业存在的问题 354

- (三) 机械制造行业咨询需求 355
- (四) 行业管理咨询思路分析 356
- (五) 机械制造行业咨询案例 356
- 五、[电力](#)行业管理咨询策略分析 358
 - (一) 中国电力行业发展概况 358
 - (二) 电力行业存在问题分析 360
 - (三) 电力管理咨询需求分析 360
 - (四) 电力管理咨询思路分析 361
 - (五) 电力行业管理咨询案例 361
- 六、[煤炭](#)行业管理咨询策略分析 362
 - (一) 中国煤炭行业发展概况 362
 - (二) 煤炭行业存在问题分析 364
 - (三) 煤炭管理咨询需求分析 367
- 七、[烟草](#)行业管理咨询策略分析 368
 - (一) 中国烟草行业发展概况 368
 - (二) 烟草行业存在问题分析 369
 - (三) 烟草管理咨询需求分析 372
 - (四) 烟草管理咨询思路分析 373
 - (五) 烟草行业管理咨询案例 373
- 八、[石油化工](#)行业管理咨询策略分析 376
 - (一) 石油化工行业发展概况 376
 - (二) 石化行业存在问题分析 379
 - (三) 石化管理咨询需求分析 381
 - (四) 石化管理咨询思路分析 382
 - (五) 石油化工管理咨询案例 382
- 九、[食品饮料](#)行业管理咨询策略分析 383
 - (一) 食品饮料行业发展概况 383
 - (二) 食品饮料业存在的问题 385

(三) 食品饮料业的咨询需求 386

(四) 行业管理咨询思路分析 388

(五) 食品饮料行业咨询案例 388

十、[纺织服装](#)行业管理咨询策略分析 390

(一) 纺织服装行业发展概况 390

(二) 纺织服装业存在的问题 391

(三) 纺织服装业的咨询需求 391

(四) 行业管理咨询思路分析 393

(五) 纺织服装行业咨询案例 393

十一、[交通运输](#)行业管理咨询策略分析 394

(一) 交通运输行业发展概况 394

(二) 交通运输业存在的问题 396

(三) 交通运输业的咨询需求 396

(四) 行业管理咨询思路分析 396

(五) 交通运输行业咨询案例 397

十二、[零售](#)行业管理咨询策略分析 398

(一) 中国零售行业发展概况 398

(二) 零售行业存在问题分析 398

(三) 零售管理咨询需求分析 402

(四) 零售管理咨询思路分析 403

(五) 零售行业管理咨询案例 403

十三、[金融](#)行业管理咨询策略分析 406

(一) 中国金融行业发展概况 406

(二) 金融行业存在问题分析 407

(三) 金融管理咨询需求分析 408

(四) 金融管理咨询思路分析 408

(五) 金融行业管理咨询案例 408

十四、[电信](#)行业管理咨询策略分析 410

- (一) 中国电信行业发展概况 410
- (二) 电信行业存在问题分析 412
- (三) 电信管理咨询需求分析 414
- (四) 电信管理咨询思路分析 414
- (五) 电信行业管理咨询案例 414
- 十五、[房地产](#)行业管理咨询策略分析 418
 - (一) 中国房地产行业发展概况 418
 - (二) 房地产行业存在问题分析 419
 - (三) 房地产管理咨询需求分析 421
 - (四) 房地产管理咨询思路分析 421
 - (五) 房地产行业管理咨询案例 421
- 第二节 管理咨询细分业务咨询策略分析 425
 - 一、战略管理咨询策略分析 425
 - (一) 战略管理的概念及内容 425
 - (二) 战略管理咨询逻辑框架 426
 - (三) 战略管理咨询目标分析 427
 - (四) 战略管理咨询实施方法 427
 - (五) 战略咨询常用分析[工具](#) 428
 - (六) 战略管理咨询案例分析 429
 - 二、人力资源管理咨询策略分析 433
 - (一) 人力资源管理咨询的概念 433
 - (二) 人力资源咨询的主要内容 434
 - (三) 人力资源管理咨询的价值 435
 - (四) 人力资源咨询的实施方法 436
 - (五) 人力资源咨询的分析工具 438
 - (六) 人力资源咨询的案例分析 439
 - 三、市场营销咨询策略分析 441
 - (一) 市场营销咨询的概念 441

- (二) 市场营销咨询的价值 442
- (三) 营销咨询项目实施方法 442
- (四) 营销咨询常用分析工具 442
- (五) 营销咨询市场现状分析 445
- (六) 市场营销咨询案例分析 446
- 四、财务管理咨询策略分析 447
 - (一) 企业财务管理咨询的概念 447
 - (二) 企业财务管理咨询的特征 448
 - (三) 财务管理咨询的分析模型 448
 - (四) 财务管理咨询程序与方法 450
 - (五) 财务管理咨询的实施要点 450
 - (六) 财务管理咨询的案例分析 451
- 五、企业文化咨询策略分析 451
 - (一) 企业文化咨询的概念 452
 - (二) 企业文化咨询的内容 452
 - (三) 企业文化咨询业务特征 454
 - (四) 企业文化咨询实施程序 454
 - (五) 文化咨询须注意的问题 455
 - (六) 企业文化咨询案例分析 455
- 六、企业信息化咨询策略分析 460
 - (一) 企业信息化咨询的目的 460
 - (二) 信息化咨询的解决思路 461
 - (三) 信息化咨询项目实施方法 464
 - (四) 信息化咨询项目成功因素 465
 - (五) 企业信息化咨询案例分析 466
 - (六) 企业信息化咨询发展对策 470
- 七、知识管理咨询策略分析 471
 - (一) 知识管理咨询的产生与发展 471

- (二) 中国知识管理咨询市场现状 472
- (三) 知识管理咨询的层次和内容 473
- (四) 知识管理咨询项目实施方法 475
- (五) 企业知识管理咨询案例分析 475
- (六) 知识管理咨询发展趋势分析 478
- 八、流程管理咨询策略分析 479
 - (一) 流程管理咨询概念及内容 479
 - (二) 流程管理咨询的解决思路 480
 - (三) 流程咨询项目的实施方法 480
 - (四) 流程咨询项目的实施要点 481
 - (五) 流程管理的咨询案例分析 481
- 九、风险管理咨询策略分析 483
 - (一) 风险管理咨询概念及内容 483
 - (二) 风险管理咨询的解决思路 484
 - (三) 风险管理咨询的实施方法 485
 - (四) 风险管理咨询的实施要点 485
 - (五) 风险管理咨询的案例分析 488
- 十、集团管控咨询策略分析 488
 - (一) 集团管控咨询概念及内容 488
 - (二) 集团管控咨询的解决思路 489
 - (三) 集团管控项目的实施方法 490
 - (四) 集团管控项目的实施要点 490
 - (五) 集团管控咨询的案例分析 491

- 第八章 2015-2020年中国管理咨询行业发展前景及投资策略分析 493
 - 第一节 2015-2020年中国管理咨询行业发展趋势分析 493
 - 一、咨询市场规模将进一步加大 493
 - 二、从业人员数量质量持续提高 493

- 三、地域差异明显西部增长迅速 494
- 四、竞争更加激烈进入壁垒提高 494
- 五、扩张与兼并是行业大势所趋 495
- 第二节 2015-2020年中国管理咨询行业发展前景分析 495
 - 一、中国管理咨询市场潜力巨大 495
 - 二、中国管理咨询业SWOT分析 497
 - 三、管理咨询行业迎来发展良机 503
 - 四、中国管理咨询企业发展前景 506
 - 五、未来管理咨询行业发展方向 507
- 第三节 2015-2020年中国管理咨询行业投资机会分析 510
 - 一、咨询业细分市场机会分析 510
 - 二、咨询业区域市场机会分析 510
 - 三、网络化咨询市场机会分析 511
 - 四、第三方咨询市场机会分析 511
 - 五、微咨询服务市场机会分析 511
 - 六、综合性咨询市场机会分析 512
- 第四节 2015-2020年管理咨询行业投资策略建议 512

访问中商产业研究院：<http://www.askci.com>

报告在线阅读：<http://www.askci.com/reports/2014/10/28/1723591o40.shtml>

□□□□□□□□□□

□□□□□ □□□□□ □□□□□ □□□□□ □□□□□

□□□□□□□□□□

IPO□□□□ □□□□□ □□□□□ □□□□ □□□□ □□□□ □□□□ □□□□ □□□□□
□□□□

□□□□□□

□□□□□□□□ □□□□□□□□ □□□□□□□□
□□□□□□□□□□ □□□□□□□□□□ □□□□□□
□□□□□□□□□□□□ □□□□□□□□ □□□□□□□□□□
□□□□□□□□□□□□□□ □□□□□□□□ □□□□□□□□□□

□□□□□□□□

□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□ □□□□□□□□□□
□□□□□□□□□□□□□□□□ □□□□□□□□□□□□□□
□□□□□□□□□□□□□□□□□□ □□□□□□□□□□

□□□□□□

□□□□□□ □□□□□□
□□□□□□ □□
□□□□□□

市场调研

□□□□□□ □□□□□□ □□□□□□
□□□□□□ □□□□□□ □□□□□□
□□□□□□ □□□□□□
□□□□□□ □□□□□□

□□□□□□□□

□□□□ □□□□□□
□□□□ □□□□□□
□□□□ □□□□□□□□

IPO□□□□

□□□□□□□□ □□□□□□
□□□□□□□□ □□□□□□

核心优势

联系人: _____ 联系电话: _____

地址/邮编: _____ 手机: _____

E-mail: _____ 传真: _____

报告名称: _____

报告格式: _____

付款方式: 银行 邮局 支票 其他 订购数量: _____ 份

请选择报告版本: _____

1 PDF电子版9000元/份 2 印刷版9000元/份 3 PDF电子版+印刷版9000元/份

总计金额: _____ 万 _____ 仟 _____ 佰 _____ 拾 _____ 元 (小写: _____ 元)

预计付款日期: _____ 年 _____ 月 _____ 日

指定账号:

开户行: 中国工商银行深圳市分行

开户名: 深圳中商产业研究院有限公司

帐号: 4000 0230 0920 1417 009

款到后, 发票随后寄发。此账号为唯一指定账号。

联系方式:

研究报告: 400-666-1917

可研报告¥商业计划书: 400-788-9700

IPO咨询专线: 400-788-9689

市场调研: 400-666-1917

产业园区咨询专线: 400-788-9700

政府投资规划咨询热线: 400-788-9700

北京: 北京市朝阳区东四环中路41号嘉泰国际大厦B座13层 (中国纺织科学研究院)

深圳: 深圳市福田区中心区红荔路1001号银盛大厦7层(团市委办公大楼)

香港: 香港皇后大道中183号中远大厦19楼

传真: 0755-25407715/010-83525881

网址: <http://www.askci.com>

电邮: service@askci.com

备注: 请将订阅信息填好后, 传真至我中心客服部, 款到后发票随后寄发。