



艾凯咨询
ICAN Consulting

2012-2016年中国太阳能热水器 市场调查及未来前景预测报告 告

一、调研说明

《2012-2016年中国太阳能热水器市场调查及未来前景预测研究报告》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/196759.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

2009年5月，太阳能热水器产品跨入了家电下乡的大门。在这次招标工作中，共有92家企业、806款产品中标太阳能家电下乡。据商务部公布的家电下乡统计数据显示，截止到2009年11月，太阳能、电、燃气热水器的累计销量为830106台，累计销售额16.56亿元。国内太阳能热水器企业与往年相比，行业规模快速放大，增幅达到了前3年的总和，行业总产值有望从350亿元向500亿元大关突破。大企业异军突起，在一个拥有近2000家工厂的群体中，大企业的规模和数量快速提升，太阳雨、四季沐歌、桑乐、力诺瑞特、清华阳光、桑夏、海尔、太阳宝、日利达等一二线企业扩张加速。产业融合与升级速度加快，一批未中标企业被迫转型停业，还有400多家新企业参与抢夺市场份额。

2009年，中国太阳能热水器市场正式步入年产销百万台的新时代，太阳雨、桑乐两家企业先后宣布企业产销规模突破100万台。平板太阳能市场份额也在稳定上升，市场份额已达30%。相比较几年前不足20%，甚至仅仅15%的市场占有率，有了明显提升。我国太阳能热水器行业每年以20%-30%速度增长，2008年太阳能热水器行业实现销售收入340亿元，2009年接近450亿元。经过2009年一年的行业竞争洗牌，太阳能热水器企业由之前的5000多家，迅速减少到2800家。有关专家预测，到2010年底，太阳能热水器企业将减少到数百家，甚至几十家。整个太阳能热水器行业正在面临春天来临之前的严寒肃杀，2010年，将成为很多太阳能热水器的生死存亡年。

中国太阳能热水器产业在经过2009年的家电下乡激烈角逐之后，2010年将迎来行业快速洗牌的局面。特别是太阳能热水器行业标准的建立，将进一步提高行业准入门槛，同时，把一些实力弱的杂牌企业全部清扫出门，构建太阳能热水器行业新格局。未来3—5年便会快速步入重组洗牌年，眼下留下众多太阳能企业发展壮大的时间已很紧迫。到2010年，全国太阳能热水器总集热面积达到1.5亿平方米，加上其他太阳能热利用，年替代能源量达到3000万吨标准煤；到2020年，全国太阳能热水器总集热面积达到约3亿平方米，加上其他太阳能热利用，年替代能源量达到6000万吨标准煤。到2015年，全国住宅用太阳能热水器普及率将达到20%-30%，拥有量约在2.32亿平方米左右，年平均增长率为17%。

艾凯数据研究中心发布的《2012-2016年中国太阳能热水器市场调查及未来前景预测研究报告》共十章。主要依据国家统计局、国家发改委、国务院发展研究中心、中国经济景气监测中心、国内外相关刊物的基础信息以及太阳能热水器行业研究单位等公布和提供的大量资料，对我国太阳能热水器行业的发展现状、竞争情况、行业总体水平、市场供求现状、市场结构特征、对太阳能热水器行业领先品牌等进行了研究，并对未来太阳能热水器行业发展的整体环境及发展趋势进行探讨和研判，最后在前面大量分析、预测的基础上，研究了太阳能热

水器行业今后的发展与投资策略。

本太阳能热水器市场发展分析报告，为我国太阳能热水器企业在市场竞争中洞察先机，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，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

第一章 太阳能相关概述

第一节 太阳能的介绍

- 一、太阳能的含义
- 二、太阳辐射的特性
- 三、太阳能资源的优缺点
- 四、中国的太阳能资源储量与分布
- 五、人类太阳能产业的七阶段

第二节 太阳能的利用

- 一、太阳能利用装置介绍
- 二、太阳能热利用的方式
- 三、空间太阳能电源介绍

第三节 太阳能利用的四大步骤

- 一、太阳能采集
- 二、太阳能转换
- 三、太阳能贮存
- 四、太阳能输送

第二章 太阳能利用概况

第一节 全球太阳能利用综述

- 一、世界太阳能科技的高潮与低潮期回顾
- 二、国外太阳能步入大规模生产阶段
- 三、欧洲国家太阳能系统的利用情况
- 四、奥地利加强太阳能利用的推广力度
- 五、德国住宅对太阳能利用较广泛
- 六、荷兰企业利用路面收集太阳能

第二节 中国太阳能的开发利用

- 一、2011年中国太阳能热利用行业运行
- 二、中国太阳能热利用产业特点
- 三、中国太阳能开发利用现状
- 四、中国太阳能利用领跑世界指日可待
- 五、太阳能热利用走向"中国创造"
- 六、中国太阳能热利用产业面临提速契机

第三节 不同地区太阳能应用现状

- 一、德州成为中国太阳能利用最多的城市
- 二、上海市民免费安装太阳能庭院灯
- 三、西藏太阳能沼气开发利用获得突破性成就
- 四、北京市将加快太阳能开发利用
- 五、云南省成为我国太阳能利用重要基地
- 六、武汉青山区欲打造"太阳能城"
- 七、青海省完成太阳能综合利用总体规划编制

第四节 太阳能利用的问题及对策

- 一、制约太阳能热产业提速的五大缺陷
- 二、我国太阳能中高温利用技术有待突破
- 三、中国太阳能热利用应实现三个转变
- 四、我国太阳能热利用企业科技创新发展策略

第五节 中国太阳能利用的发展前景

- 一、中国太阳能光热应用的发展目标
- 二、工程化成为太阳能热利用的发展方向
- 三、中国太阳能行业的3.0时代即将到来
- 四、中国太阳能工业发展预测

第三章 太阳能热水器产业

第一节 太阳能热水器相关概述

- 一、太阳能热水器的结构组成
- 二、三种太阳能热水器集热器性价比
- 三、真空管热水器工作原理介绍
- 四、太阳能热水器优缺点介绍
- 五、太阳能热水器的各方面效益优势

六、燃气、电、太阳能热水器三者使用性能的比较

第二节 中国太阳能热水器行业的发展

- 一、中国太阳能热水器行业的发展历程
- 二、中国太阳能热水器打响产业升级战
- 三、中国平板太阳能热水器发展分析
- 四、家电下乡推动太阳能热水器产业发展
- 五、科技创新给太阳能热水器产业带来大商机
- 六、我国太阳能热水器企业拓展国际市场方式开始转型
- 七、我国太阳能热水器认证状况分析

第三节 2009-2011年太阳能热水器产业发展状况

- 一、2009年中国太阳能热水器行业发展状况
- 二、2010年我国太阳能热水器产业简况
- 三、2010年太阳能热水器行业热点解析
- 四、2011年太阳能行业大事件盘点
- 五、2011中国太阳能热水器品牌回顾
- 六、2011年中国太阳能热水器行业五大特点
- 七、2011年太阳能热水器步入营销时代
- 八、2011年是太阳能热水器产业发展年

第四节 太阳能热水器产业的政策动态

- 一、中国太阳能热水器产业标准
- 二、2009年新国标出台太阳能热水器环保门槛被抬高
- 三、2009年中国太阳能热水器产业政策盘点
- 四、2010年"家用太阳能热水系统选材条件"国标进入草案讨论阶段
- 五、2011年太阳能热水器能效标准积极筹备
- 六、2011年太阳能热水器主要部件国家标准将发布

第五节 太阳能热水器下乡分析

- 一、太阳能热水器"下乡"概述
- 二、太阳能热水器"下乡"的市场发展分析
- 三、太阳能热水器"下乡"加快行业洗牌速度
- 四、2011年太阳能热水器"下乡"的竞争局势分析

第六节 我国太阳能热水器技术及产品进展

- 一、2009年我国太阳能热水器核心技术取得突破

- 二、2010年光芒集团研发出饮用水标准太阳能热水器
- 三、2010年我国自主研发出分体壁挂平板承压式太阳能热水器
- 四、2010年内蒙古乌海市企业研发出全塑型太阳能热水器
- 五、2011年光芒集团阳台壁挂式太阳能热水器面市
- 六、2011年四季沐歌推出全自动太阳能热水器

第七节 太阳能热水器企业打造服务品牌分析

- 一、太阳能热水器行业服务的现状
- 二、太阳能企业打造服务品牌的重要性
- 三、太阳能企业打造服务品牌的要素
- 四、太阳能企业打造服务品牌的相关思考

第八节 太阳能热水器行业面临的问题

- 一、影响太阳能热水器产业快速发展的问题
- 二、太阳能热水器发展面临的难题
- 三、我国太阳能热水器产业需要改善的几个方面
- 四、太阳能热水器行业需要解决三大隐忧

第九节 太阳能热水器产业发展对策

- 一、太阳能热水器行业的发展建议
- 二、太阳能热水器价格战对策
- 三、政府应担负起太阳能热水器推广责任
- 四、模仿创新成太阳能热水器产业发展的新思路

第四章 太阳能热水器市场

第一节 中国太阳能热水器市场概述

- 一、中国太阳能热水器步入市场井喷时代
- 二、中国太阳能热水器在不同消费市场发展分析
- 三、中国政策带动太阳能热水器市场迅速发展
- 四、中国已经具有强制安装太阳能热利用设施的条件
- 五、中国农村太阳能热水器市场规模巨大

第二节 2006-2011年太阳能热水器市场分析

- 一、2006年太阳能热水器市场消费使用调查情况
- 二、2007年中国太阳能热水器市场发展
- 三、2009年太阳能热水器市场的发展

四、2010年中国太阳能热水器市场的发展

五、2011年中国太阳能热水器市场的发展

六、2011太阳能热水器市场吹起"中国风"

第三节 太阳能热水器市场面临的问题及策略

一、存在七成消费者对太阳能热水器不满

二、太阳能热水器市场出现混乱局面

三、太阳能热水器市场三大怪现象

四、太阳能热水器高端品牌打造策略

五、太阳能热水器农村市场价格突围策略

六、我国太阳能热水器打入欧美市场策略

第五章 中国各地区太阳能热水器发展分析

第一节 山东省

一、山东太阳能热水器年产能领先全国

二、山东德州市太阳能热水器非常普及

三、2010年济南住宅应用太阳能热水系统规定

四、2011年威海推广太阳能热水系统与建筑一体化

第二节 广东省

一、广东省太阳能热水器市场状况分析

二、广东江门市太阳能热水器推广应用将加速

三、广东河源市在农村推广太阳能热水器

四、广东太阳能热水器市场发展前景看好

第三节 海南省

一、海南太阳能热水器利用率较低

二、海南省太阳能热水器推广应用进展

三、海南强制性推广太阳能热水器惹争议

第四节 江苏省

一、江苏住宅安装太阳能热水器规定

二、江苏太阳能热水器产业集群印象

三、连云港太阳能热水器行业实施无氟化发展

四、南京市太阳热水器市场状况分析

五、江苏太阳能热水器产业前景看好

第五节 浙江省

- 一、浙江太阳能热水器年增长情况
- 二、浙江省湖州市太阳能热水器消费状况调查
- 三、嘉兴太阳能热水器产业发展态势良好
- 四、浙江省宁波市推广太阳能热水器面临的难题及对策

第六节 河北省

- 一、河北省邢台市大力推广使用太阳能热水器
- 二、河北石家庄市太阳能热水器市场状况分析
- 三、邢台规划百个示范村安装太阳能热水系统

第七节 其他地区

- 一、江西省太阳能热水器市场状况分析
- 二、2011年福建首个太阳能热利用技术研发中心开建
- 三、河南太阳能热水器市场现状分析
- 四、云南太阳能热水器市场应用状况
- 五、湖南太阳能热水器迎来快速发展时期
- 六、新疆太阳能热水器发展情况
- 七、陕西省太阳能热水器发展情况

第六章 重点企业经营分析

第一节 皇明太阳能集团

- 一、企业简介
- 二、2009年皇明自主研发太阳能光热产品装备"雪龙"进入南极
- 三、首条太阳能热水器自动化生产线在皇明正式启动
- 四、太阳能热水器下乡中皇明的应对措施
- 五、皇明集团发展面临的隐忧

第二节 北京清华阳光

- 一、企业简介
- 二、清华阳光太阳能热水器领先夺取中国名牌称号
- 三、清华阳光以技术引领太阳能热水器行业发展
- 四、清华阳光将择时上市
- 五、清华阳光发展壮大的道路

第三节 山东力诺瑞特新能源有限公司

- 一、公司简介
- 二、山东力诺瑞特领跑太阳能热水器行业
- 三、力诺瑞特开创太阳能与建筑一体化的里程碑
- 四、力诺瑞特打造优质太阳能热水器生产基地
- 五、力诺瑞特公司的差异化竞争策略

第四节 武汉力诺太阳能集团股份有限公司

- 一、公司简介
- 二、2011年企业财务数据分析
- 三、2012年企业发展动态及策略

第五节 山东亿家能太阳能有限公司

- 一、公司简介
- 二、亿家能结束太阳能的半成品时代
- 三、亿家能被评为中国成长最快的企业之一
- 四、金融危机下亿家能逆势突围新战略

第六节 江苏省华扬太阳能有限公司

- 一、企业简介
- 二、华扬太阳能品牌发展的关键
- 三、华扬太阳能服务营销与品牌塑造简析
- 四、太阳能热水器"下乡"华扬的应对措施

第七节 江苏太阳雨太阳能有限公司

- 一、公司简介
- 二、经济危机下太阳雨的"三步走"发展战略
- 三、太阳雨成中国光热产业新领军者

第八节 山东桑乐太阳能有限公司

- 一、公司简介
- 二、2011年桑乐在湖南投建太阳能热水器生产基地
- 三、2011年桑乐公司荣获国家中小企业创新基金50万元资助

第九节 北京四季沐歌太阳能技术有限公司

- 一、公司简介
- 二、四季沐歌品牌实现大飞跃
- 三、2011年四季沐歌布局河南
- 四、2011年四季沐歌启动华南战略

五、四季沐歌太阳能热水器农村市场开拓策略

第十节 其他太阳能热水器企业介绍

一、北京天普集团³

二、江苏光芒集团

三、江苏淮阴辉煌太阳能有限公司

第七章 太阳能热水器营销策略

第一节 太阳能热水器营销概况

一、中国太阳能热水器的销售模式综述

二、中国太阳能热水器产业的营销渠道分析

三、太阳能热水器的品牌营销策略

四、太阳热水器促销的影响因素分析

五、太阳能热水器的市场营销新现象

第二节 太阳能热水器细分市场营销

一、注重热水器的二三级市场营销

二、量化热水器二三级市场策略要领

三、开拓太阳能热水器农村市场的对策

四、太阳能热水器国际市场的营销分析

第三节 太阳能热水器专卖店攻略

一、太阳能热水器专卖店开业准备

二、太阳能热水器专卖店开业方案设计

三、太阳能热水器专卖店选址四大误区

四、太阳热水器专卖店运作分析

第四节 太阳能热水器营销策略

一、太阳能热水器的营销创新策略分析

二、太阳能热水器市场推广和营销战略

三、旺季多做促销，淡季重做品牌

四、太阳能热水器经销商售后服务攻略

第八章 太阳能热水器与建筑结合

第一节 太阳能热水器与建筑结合概况

一、太阳能热水器与建筑一体化介绍

二、太阳能热水器与建筑结合的五个发展阶段

三、中国太阳能热水器建筑一体化研究

四、太阳能热水器与建筑结合的新尝试

第二节 太阳能热水器与建筑结合的技术

一、中国太阳能与建筑一体化技术已经基本成熟

二、太阳能建筑发展的技术途径和策略分析

三、太阳能热水器供暖住宅建筑设计要点

四、分体式太阳能热水器在建筑中的应用分析

第三节 太阳能热水器与建筑结合存在的问题及发展对策

一、太阳能热水器与建筑一体化障碍颇多

二、太阳能建筑一体化存在的问题及发展建议

三、建筑标准是未来发展的技术保障

四、产业发展应与建筑相结合同步进行

五、与建筑亲密结合的普及发展之路

第九章 太阳能热水器的竞争及替代产品分析

第一节 太阳能热水器市场竞争分析

一、中国太阳能热水器步入品牌竞争时代

二、中国太阳能热水器企业竞争态势分析

三、中国太阳能热水器市场竞争形式分析

四、中国杂牌太阳能热水器占市场半壁江山

五、中国太阳能热水器国际市场竞争力分析

六、中国太阳能热水器企业需采取竞合策略

第二节 热水器市场产品竞争格局

一、中国热水器市场竞争格局分析

二、平板太阳能热水器向真空管热水器发起挑战

三、太阳能热水器面临空气能的挑战

四、中国热水器市场向多元化竞争发展

五、中国太阳能热水器产业的新竞争格局

第三节 电热水器

一、中国电热水器产业的发展演变

二、新国标为电热水器业国企增加竞争优势

三、即热式电热水器市场发展或将启动

四、电热水器市场步入技术决胜阶段

五、中国电热水器产业新竞争格局分析

第四节 燃气热水器

一、中国燃气热水器产业发展的进步

二、我国燃气热水器技术再获突破

三、家电下乡加快燃气热水器更新换代步伐

第十章 2012-2016年太阳能热水器产业发展前景

第一节 2012-2016年太阳能热水器产业投资及前景分析

一、太阳能热水器的投资和效益分析

二、太阳能热水器的竞争和前景分析

三、太阳能热水器行业的机遇与挑战

四、20112-2016年中国太阳能热水器市场预测

第二节 2012-2016年太阳能热水器产业发展趋势预测

一、中国太阳能热水器产业的发展方向

二、水质洁净型太阳能热水器欲成行业发展新方向

三、太阳能热水器的市场渠道趋势简析

附录

附录一：《中华人民共和国节约能源法》

附录二：《中华人民共和国可再生能源法》

附录三：环境标志产品技术要求——家用太阳能热水系统

附录四：环境标志产品技术要求——太阳能集热器

图表目录

图表：平板型太阳能集热器

图表：全玻璃真空管太阳能集热器

图表：真空热管太阳能集热器

图表：2011年7-11月热水器下乡销售额统计

图表：2011年9月热水器省份销售量统计

图表：2011年9月热水器分企业销售量统计

图表：2010年明星代言企业名单（部分）

图表：2010年获得驰名商标认证企业名单

图一：2005年各类热水器使用及未来购买情况

图二：2005年用户对太阳能使用的整体评价

图表：2005年用户二次购买率

图表：2005年用户对服务的评价

图表：太阳能一年中可使用的期限

图表：太阳能满足用户热水需求情况

图表：太阳能热水是否够用情况

图表：2010-2011年武汉力诺太阳能集团股份有限公司主营构成表

图表：2010-2011年武汉力诺太阳能集团股份有限公司流动资产表 2

图表：2010-2011年武汉力诺太阳能集团股份有限公司长期投资表

图表：2010-2011年武汉力诺太阳能集团股份有限公司固定资产表

图表：2010-2011年武汉力诺太阳能集团股份有限公司无形及其他资产表

图表：2010-2011年武汉力诺太阳能集团股份有限公司流动负债表

图表：2010-2011年武汉力诺太阳能集团股份有限公司长期负债表

图表：2010-2011年武汉力诺太阳能集团股份有限公司股东权益表

图表：2010-2011年武汉力诺太阳能集团股份有限公司主营业务收入表

图表：2010-2011年武汉力诺太阳能集团股份有限公司主营业务利润表

图表：2010-2011年武汉力诺太阳能集团股份有限公司营业利润表

图表：2010-2011年武汉力诺太阳能集团股份有限公司利润总额表

图表：2010-2011年武汉力诺太阳能集团股份有限公司净利润表

图表：2010-2011年武汉力诺太阳能集团股份有限公司每股指标表

图表：2010-2011年武汉力诺太阳能集团股份有限公司获利能力表

图表：2010-2011年武汉力诺太阳能集团股份有限公司经营能力表

图表：2010-2011年武汉力诺太阳能集团股份有限公司偿债能力表

图表：2010-2011年武汉力诺太阳能集团股份有限公司资本结构表

图表：2010-2011年武汉力诺太阳能集团股份有限公司发展能力表

图表：2010-2011年武汉力诺太阳能集团股份有限公司现金流量分析表

图表：向阳面或屋顶

图表：太阳能热水器与建筑一体化设计

图表：立面式

图表：阳台式

图表：阳台式（2）

图表：遮阳棚式

图表：2011年度中国最受用户关注的10大电热水器品牌排名

图表：2011年度中国最受用户关注的10大电热水器品牌比例分布

图表：2011年Q1-Q4海尔、A.O.史密斯、美的、阿里斯顿电热水器品牌关注比例走势

图表：2011年度中国最受用户关注的10大燃气热水器品牌排名

图表：2011年度中国最受用户关注的10大燃气热水器品牌比例分布

图表：2011年Q1-Q4万和、万家乐、华帝、海尔燃气热水器品牌关注比例走势

图表：重金属析出量限值

图表：重金属析出量限值

通过《2012-2016年中国太阳能热水器市场调查及未来前景预测研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/196759.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。