



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2012-2016年西装行业市场运营 态势与战略咨询研究报告

## 一、调研说明

《2012-2016年西装行业市场运营态势与战略咨询研究报告》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/205986.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](mailto: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

2011年12月份，我国生产西服套装5357.34万件，同比下降0.89%。2011年1-12月，全国西服套装的产量达5.9亿件，同比增长10.03%。从各省市的产量来看，2011年1-12月，我国西服套装生产的前三省市是江苏、广东和浙江，分别占总产量的24.23%、13.93%和10.84%。2012年4月份，我国生产西服套装4693.94万件，同比增长1.07%。2012年1-4月，全国西服套装的产量达1.7亿件，同比下降0.58%。从各省市的产量来看，2012年1-4月，我国西服套装生产的前三省市是江苏、湖南和河南，分别占总产量的26.06%、12.08%和9.98%。

国内西装企业多，自主品牌占有率低。而当前，西装生产成本提高，生产成本提高主要来自布料、纽扣等原材料价格上涨和工人工资的提高，导致利润进一步降低，西装市场已有卖方市场向买方市场转变。2011年9月，男西装市场前十位品牌市场综合占有率合计为37.22%，与上月相比提升3个百分点。其中，雅戈尔领先优势明显，继续占据榜首位置，金利来、报喜鸟、罗蒙和威可多分别位居第二至第五位，第六至第十位依次是花花公子、皮尔·卡丹、九牧王、萨巴蒂尼和胜龙。

由于男士对定做西服的要求主要体现在实用性、品质和个性化上，所以未来定做西服行业的发展趋势将主要向这三个方向延伸。与此同时，一些企业针对消费者消费需求的转变所推出的产品，比如涵盖了正装与休闲装特点的新正装和休闲服装的市场前景，正被看好。根据定做西服国际专家经验，欧美国家在战后30多年的发展过程中，由于商务活动的增多而增加了对商务正装以及商务休闲装的需求，后来由于收入水平的提高、中产阶级数量的增加，人们的家庭活动增多，周末休闲服饰又开始大行其道。中国近几年商务活动的频繁增多同样带来了商务正装以及商务休闲装的销售旺盛，与此同时中等收入阶层的崛起则带来周末休闲装的繁荣，而庞大的中低收入阶层的存在则形成市场对中低档休闲服饰的庞大需求。其中新定做西服正装的发展势头或将更加强劲。

艾凯咨询集团发布的《2012-2016年西装行业市场运营态势与战略咨询研究报告》共十六章。在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家发改委、国家海关总署、质检总局、工商总局、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、中国服装协会、中国纺织工业协会、中国产业研究报告网、中国上市公司资讯、全国及海外多种相关报刊杂志的基础信息等公布和提供的大量资料。

本西装行业报告，首先介绍了西装的定义、分类等，接着分析了西装行业的发展现状，然后具体介绍了西装市场的供需情况进行分析。随后，阐述了西装行业的竞争格局和重点企业经营状况分析，最后分析了西装行业的发展前景与趋势，同时对西装行业进行了全面的投资分析。本报告是西装行业生产、经营、科研企业及相关研究单位极具参考价值的专业报告。

## 报告目录

### 第一章 西装行业相关概述

#### 第一节 西装行业定义

#### 第二节 西装行业发展历程

#### 第三节 西装行业分类情况

### 第二章 中国西装行业运行环境分析

#### 第一节 2011-2012年中国经济环境分析

##### 一、GDP历史变动轨迹分析

##### 二、固定资产投资历史变动轨迹分析

##### 三、2012年中国宏观经济发展预测分析

#### 第二节 2011-2012年中国西装行业政策环境分析

##### 一、行业相关政策分析

##### 二、行业相关标准分析

#### 第三节 2011-2012年中国西装行业社会环境分析

##### 一、人口环境分析

##### 二、教育环境分析

##### 三、文化环境分析

##### 四、生态环境分析

##### 五、中国城镇化率

##### 六、居民的各种消费观念和习惯

### 第三章 全球西装行业发展分析

#### 第一节 2011-2012年全球西装市场分析

##### 一、2011年全球西装市场分析

##### 三、2012年全球西装市场发展态势分析

#### 第三节 2011-2012年全球部分地区西装市场分析

##### 一、美国西装市场分析

##### 二、欧洲西装市场分析

##### 三、韩国西装市场分析

##### 四、日本西装市场分析

## 第四章 中国西装行业发展现状分析

### 第一节 2011-2012年西装市场发展分析

#### 一、2011年西装市场分析

#### 二、2011年西装市场变化分析

#### 三、2012年西装市场走势分析

### 第二节 2011-2012年西装行业技术分析

#### 一、西装技术发展概况

#### 二、西装产品工艺特点或流程

#### 三、西装行业技术发展趋势

### 第三节 2011-2012年西装市场发展存在问题分析

#### 一、西装市场发展面临的困境

#### 二、西装市场发展的瓶颈

#### 三、西装发展的质量问题

### 第四节 2011-2012年西装行业发展对策分析

#### 一、西装市场发展的策略

#### 二、西装发展的管理措施

## 第五章 中国西装市场供需分析

### 第一节 2011-2012年西装市场供给分析

#### 一、2011年西装产量分析

#### 二、2012年西装产量分析

### 第二节 2011-2012年西装市场需求分析

#### 一、西装市场需求分析

#### 二、西装市场需求结构分析

### 第三节 2011-2012年西装市场供需平衡分析

#### 一、西装市场供给结构分析

#### 二、西装市场需求结构分析

#### 三、西装市场供需平衡分析

## 第六章 中国西装消费市场分析

### 第一节 2011年中国西装产品目标客户群体调查

#### 一、不同收入水平消费者偏好调查

二、不同年龄的消费者偏好调查

三、不同地区的消费者偏好调查

第二节 2011年中国西装产品的品牌市场调查

一、消费者对西装品牌认知度宏观调查

二、消费者对西装产品的品牌偏好调查

三、消费者对西装品牌的首要认知渠道

四、消费者经常购买的品牌调查

五、西装品牌忠诚度调查

六、西装品牌市场占有率调查

七、消费者的消费理念调研

第三节 2011-2012年西装市场价格分析

一、2011-2012年西装市场价格分析

二、西装价格影响因素分析

三、2012年西装未来价格走势分析

第七章 中国西装市场营销策略研究

第一节 2011-2012年西装营销概况分析

一、西装市场营销的重要性

二、西装国际营销分析

三、西装市场营销策略分析

四、西装营销"返利"分析

第二节 2011-2012年西装市场营销分析

一、西装市场营销影响因素分析

二、西装市场的营销特点分析

三、西装企业数量营销策略分析

四、西装企业质量营销策略分析

第三节 2010-2011年其他西装产品营销分析

一、西装营销模式分析

二、西装产品营销困惑分析

第八章 中国西装面料行业发展分析

第一节 2011-2012年西装面料发展概述

一、西装面料的种类

二、西装面料的特点

三、西装面料的应用

第二节 2011-2012年西装面料市场分析

一、西装面料市场分析

二、西装面料供给分析

三、西装面料行情分析

第三节 2012-2016年西装面料市场趋势分析

一、西装面料发展趋势分析

二、西装面料行情趋势分析

第九章 中国服装行业发展分析

第一节 2010-2012年中国服装行业总体数据分析

一、2010年中国服装行业全部企业数据分析

二、2011年中国服装行业全部企业数据分析

三、2012年1-3月中国服装行业全部企业数据分析

第二节 2010-2012年中国服装行业不同规模企业数据分析

一、2010年中国服装行业不同规模企业数据分析

二、2011年中国服装行业不同规模企业数据分析

三、2012年1-3月中国服装行业不同规模企业数据分析

第三节 2010-2012年中国服装行业不同所有制企业数据分析

一、2010年中国服装行业不同所有制企业数据分析

二、2011年中国服装行业不同所有制企业数据分析

三、2012年1-3月中国服装行业不同所有制企业数据分析

第四节 2011-2012年服装市场发展分析

一、2011年服装市场运行分析

二、2011年服装市场发展分析

三、2012年服装市场走势分析

四、2012-2016年服装市场发展趋势分析

第十章 中国西装行业竞争分析

第一节 2011-2012年西装市场竞争格局分析

一、西装市场集中度分析

二、西装区域集中度分析

三、西装企业集中度分析

第二节 2011-2012年西装市场竞争分析

一、西装市场竞争现状分析

二、西装企业竞争动态分析

三、西装行业竞争策略研究

第十一章 西装行业重点企业分析

第一节 雅戈尔集团股份有限公司

一、公司概况

二、2011-2012年经营状况分析

三、2012-2016年公司发展战略

第二节 罗蒙集团有限公司

一、公司概况

二、2011-2012年经营状况分析

三、2012-2016年公司发展战略

第三节 宁波杉杉股份有限公司

一、公司概况

二、2011-2012年经营状况分析

三、2012-2016年公司发展战略

第四节 新郎希努尔集团股份有限公司

一、公司概况

二、2011-2012年经营状况分析

三、2012-2016年公司发展战略

第五节 江苏红豆实业股份有限公司

一、公司概况

二、2011-2012年经营状况分析

三、2012-2016年公司发展战略

第六节 浙江报喜鸟服饰股份有限公司

一、公司概况

二、2011-2012年经营状况分析

### 三、2012-2016年公司发展战略

#### 第七节 九牧王股份有限公司

##### 一、公司概况

##### 二、2011-2012年经营状况分析

##### 三、2012-2016年公司发展战略

#### 第八节 庄吉集团有限公司

##### 一、公司概况

##### 二、2011-2012年经营状况分析

##### 三、2012-2016年公司发展战略

#### 第九节 金利来集团有限公司

##### 一、公司概况

##### 二、2011-2012年经营状况分析

##### 三、2012-2016年公司发展战略

#### 第十节 青岛红领集团有限公司

##### 一、公司概况

##### 二、2011-2012年经营状况分析

##### 三、2012-2016年公司发展战略

## 第十二章 中国西装行业发展前景分析

### 第一节 2012-2016年西装市场发展前景分析

#### 一、2012-2016年西装市场发展潜力分析

#### 二、2012-2016年西装市场发展前景分析

### 第二节 2012-2016年西装产品市场发展前景分析

#### 一、2012-2016年男西装市场发展前景分析

#### 二、2012-2016年女西装市场发展前景分析

## 第十三章 中国西装行业发展趋势分析

### 第一节 西装市场发展预测

#### 一、2012-2016年西装市场供给预测

#### 二、2012-2016年西装市场销量预测

#### 三、2012-2016年西装市场规模预测

### 第二节 2012-2016年西装市场发展趋势

- 一、2012-2016年西装行业发展趋势
- 二、2012-2016年西装市场发展趋势
- 三、2012-2016年西装零售市场发展趋势

#### 第十四章 西装整体行业发展规划分析

##### 第一节 2012-2016年服装行业发展规划分析

- 一、服装行业发展机会分析
- 二、服装行业发展机遇分析
- 三、服装行业发展规划分析

##### 第二节 2012-2016年西装行业发展规划分析

- 一、西装行业发展机会分析
- 二、西装行业发展机遇分析
- 三、西装行业发展规划分析

#### 第十五章 中国西装行业投资分析

##### 第一节 2012-2016年西装行业投资分析

- 一、西装市场投资现状
- 二、西装市场投资机会分析
- 三、西装市场投资分析

##### 第二节 2012-2016年西装行业投资风险分析

- 一、2012-2016年西装行业市场风险预测
- 二、2012-2016年西装行业政策风险预测
- 三、2012-2016年西装行业经营风险预测
- 四、2012-2016年西装行业竞争风险预测
- 五、2012-2016年西装行业其他风险预测

##### 第三节 2012-2016年西装行业投资战略分析

- 一、西装市场投资策略分析
- 二、西装细分市场投资策略分析
- 三、西装行业的投资建议

#### 第十六章 中国西装行业发展战略研究

##### 第一节 市场策略分析

- 一、西装价格策略分析
- 二、西装渠道策略分析
- 第二节 销售策略分析
  - 一、媒介选择策略分析
  - 二、产品定位策略分析
  - 三、企业宣传策略分析
- 第三节 对我国西装品牌的战略思考
  - 一、企业品牌的重要性
  - 二、西装实施品牌战略的意义
  - 三、西装企业品牌的现状分析
  - 四、我国西装企业的品牌战略
  - 五、西装品牌战略管理的策略
- 第四节 西装企业经营管理策略
  - 一、成本控制策略
  - 二、定价策略
  - 三、竞争策略
  - 四、并购重组策略
  - 五、营销策略
  - 六、人力资源
  - 七、财务管理
  - 八、国际化策略

## 图表目录

- 图表：西装产业链分析
- 图表：国际西装市场规模
- 图表：国际西装生命周期
- 图表：国内生产总值同比增长速度
- 图表：全国粮食产量及其增速
- 图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）
- 图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）
- 图表：进出口总额（亿美元）
- 图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2011年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2011年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2012年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2012年中国GDP增速预测

图表：2011年1-12月西装产量全国合计

图表：2011年1-12月西装产量北京市合计

图表：2011年1-12月西装产量天津市合计

图表：2011年1-12月西装产量河北省合计

图表：2011年1-12月西装产量山西省合计

图表：2011年1-12月西装产量辽宁省合计

图表：2011年1-12月西装产量吉林省合计

图表：2011年1-12月西装产量黑龙江合计

图表：2011年1-12月西装产量上海市合计

图表：2011年1-12月西装产量江苏省合计

图表：2011年1-12月西装产量浙江省合计

图表：2011年1-12月西装产量安徽省合计

图表：2011年1-12月西装产量福建省合计

图表：2011年1-12月西装产量江西省合计

图表：2011年1-12月西装产量山东省合计

图表：2011年1-12月西装产量河南省合计

图表：2011年1-12月西装产量湖北省合计

图表：2011年1-12月西装产量湖南省合计

图表：2011年1-12月西装产量广东省合计

图表：2011年1-12月西装产量广西区合计

图表：2011年1-12月西装产量海南省合计

图表：2011年1-12月西装产量重庆市合计

图表：2011年1-12月西装产量四川省合计

图表：2011年1-12月西装产量贵州省合计  
图表：2011年1-12月西装产量云南省合计  
图表：2011年1-12月西装产量陕西省合计  
图表：2011年1-12月西装产量甘肃省合计  
图表：2011年1-12月西装产量新疆区合计  
图表：2011年1-12月西装产量内蒙古合计  
图表：2012年1-4月西装产量全国合计  
图表：2012年1-4月西装产量北京市合计  
图表：2012年1-4月西装产量天津市合计  
图表：2012年1-4月西装产量河北省合计  
图表：2012年1-4月西装产量山西省合计  
图表：2012年1-4月西装产量辽宁省合计  
图表：2012年1-4月西装产量吉林省合计  
图表：2012年1-4月西装产量黑龙江合计  
图表：2012年1-4月西装产量上海市合计  
图表：2012年1-4月西装产量江苏省合计  
图表：2012年1-4月西装产量浙江省合计  
图表：2012年1-4月西装产量安徽省合计  
图表：2012年1-4月西装产量福建省合计  
图表：2012年1-4月西装产量江西省合计  
图表：2012年1-4月西装产量山东省合计  
图表：2012年1-4月西装产量河南省合计  
图表：2012年1-4月西装产量湖北省合计  
图表：2012年1-4月西装产量湖南省合计  
图表：2012年1-4月西装产量广东省合计  
图表：2012年1-4月西装产量广西区合计  
图表：2012年1-4月西装产量海南省合计  
图表：2012年1-4月西装产量重庆市合计  
图表：2012年1-4月西装产量四川省合计  
图表：2012年1-4月西装产量贵州省合计  
图表：2012年1-4月西装产量云南省合计  
图表：2012年1-4月西装产量陕西省合计

图表：2012年1-4月西装产量甘肃省合计

图表：2012年1-4月西装产量新疆区合计

图表：2012年1-4月西装产量内蒙古合计

图表：2011年雅戈尔集团股份有限公司经营分析（按行业构成）

图表：2011年雅戈尔集团股份有限公司经营分析（按产品构成）

图表：2011年雅戈尔集团股份有限公司经营分析（按地区构成）

图表：2011-2012年雅戈尔集团股份有限公司偿债能力

图表：2011-2012年雅戈尔集团股份有限公司资本结构

图表：2011-2012年雅戈尔集团股份有限公司经营效率

图表：2011-2012年雅戈尔集团股份有限公司获利能力

图表：2011-2012年雅戈尔集团股份有限公司发展能力

图表：2011-2012年雅戈尔集团股份有限公司现金流量

图表：2011-2012年雅戈尔集团股份有限公司投资收益

图表：2011年宁波杉杉股份有限公司经营分析（按行业构成）

图表：2011年宁波杉杉股份有限公司经营分析（按产品构成）

图表：2011年宁波杉杉股份有限公司经营分析（按地区构成）

图表：2011-2012年宁波杉杉股份有限公司偿债能力

图表：2011-2012年宁波杉杉股份有限公司资本结构

图表：2011-2012年宁波杉杉股份有限公司经营效率

图表：2011-2012年宁波杉杉股份有限公司获利能力

图表：2011-2012年宁波杉杉股份有限公司发展能力

图表：2011-2012年宁波杉杉股份有限公司现金流量

图表：2011-2012年宁波杉杉股份有限公司投资收益

图表：2011年希努尔男装股份有限公司经营分析（按行业构成）

图表：2011年希努尔男装股份有限公司经营分析（按产品构成）

图表：2011年希努尔男装股份有限公司经营分析（按地区构成）

图表：2011-2012年希努尔男装股份有限公司偿债能力

图表：2011-2012年希努尔男装股份有限公司资本结构

图表：2011-2012年希努尔男装股份有限公司经营效率

图表：2011-2012年希努尔男装股份有限公司获利能力

图表：2011-2012年希努尔男装股份有限公司发展能力

图表：2011-2012年希努尔男装股份有限公司现金流量

图表：2011-2012年希努尔男装股份有限公司投资收益

图表：2011年江苏红豆实业股份有限公司经营分析（按行业构成）

图表：2011年江苏红豆实业股份有限公司经营分析（按产品构成）

图表：2011年江苏红豆实业股份有限公司经营分析（按地区构成）

图表：2011-2012年江苏红豆实业股份有限公司偿债能力

图表：2011-2012年江苏红豆实业股份有限公司资本结构

图表：2011-2012年江苏红豆实业股份有限公司经营效率

图表：2011-2012年江苏红豆实业股份有限公司获利能力

图表：2011-2012年江苏红豆实业股份有限公司发展能力

图表：2011-2012年江苏红豆实业股份有限公司现金流量

图表：2011-2012年江苏红豆实业股份有限公司投资收益

图表：2011年浙江报喜鸟服饰股份有限公司经营分析（按行业构成）

图表：2011年浙江报喜鸟服饰股份有限公司经营分析（按产品构成）

图表：2011年浙江报喜鸟服饰股份有限公司经营分析（按地区构成）

图表：2011-2012年浙江报喜鸟服饰股份有限公司偿债能力

图表：2011-2012年浙江报喜鸟服饰股份有限公司资本结构

图表：2011-2012年浙江报喜鸟服饰股份有限公司经营效率

图表：2011-2012年浙江报喜鸟服饰股份有限公司获利能力

图表：2011-2012年浙江报喜鸟服饰股份有限公司发展能力

图表：2011-2012年浙江报喜鸟服饰股份有限公司现金流量

图表：2011-2012年浙江报喜鸟服饰股份有限公司投资收益

图表：2011年九牧王股份有限公司经营分析（按行业构成）

图表：2011年九牧王股份有限公司经营分析（按产品构成）

图表：2011年九牧王股份有限公司经营分析（按地区构成）

图表：2011-2012年九牧王股份有限公司偿债能力

图表：2011-2012年九牧王股份有限公司资本结构

图表：2011-2012年九牧王股份有限公司经营效率

图表：2011-2012年九牧王股份有限公司获利能力

图表：2011-2012年九牧王股份有限公司发展能力

图表：2011-2012年九牧王股份有限公司现金流量

图表：2011-2012年九牧王股份有限公司投资收益

图表：2012-2016年中国西装产量及增长率预测统计表

图表：2012-2016年中国西装产量预测图

图表：2012-2016年中国西装产能及增长率预测统计表

图表：2012-2016年中国西装产能预测图

图表：2012-2016年中国西装需求及增长率预测统计表

图表：2012-2016年中国西装需求预测

略&hellip;&hellip;

通过《2012-2016年西装行业市场运营态势与战略咨询研究报告》，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/205986.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](http://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。