



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2013-2017年中国葡萄酒市场运营态势及投资战略研究报告

## 一、调研说明

《2013-2017年中国葡萄酒市场运营态势及投资战略研究报告》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/225397.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

过去十年，全球葡萄种植面积大约减少了22-30万公顷；2011年全球葡萄田种植面积大约为758.5万公顷。欧洲自2000年以来欧洲葡萄酒种植面积大幅下降12.8%约63万公顷。欧洲主要葡萄酒产国，例如意大利、法国、西班牙、德国等国家的葡萄酒产量在2000-2010年间也显著减少。不同的是，亚洲葡萄种植面积则大规模扩张，以中国为主要动力。在过去十年里，亚洲葡萄种植面积增加了11万公顷。其中，中国的葡萄种植面积由2000年的30万公顷增加到2010年的54万公顷，中国葡萄酒产量占世界比例由2000年的3.8%上升到2011年的4.9%。

国家规划到2015年，葡萄酒产量达到220万千升，比2010年增长100%，年均增长15%；销售收入达到600亿元，增长85%，年均增长13%；利税120亿元，增长88%，年均增长13%，西部地区葡萄酒产量占全国比重提高到20%。国内人均消费量0.6升是日本消费量的25%，是美国消费量的10%以下，远远低于全球平均消费量，未来还有比较大的成长空间。

艾凯集团报告网发布的《2013-2017年中国葡萄酒市场运营态势及投资战略研究报告》共十四章。首先介绍了葡萄酒行业的概念、全球及主要区域市场葡萄酒产业概况，接着分析了中国葡萄酒行业发展环境，然后对中国葡萄酒行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国葡萄酒行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国葡萄酒行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

### 报告目录

#### 第一章 葡萄酒行业发展概述

##### 第一节 行业概述

###### 一、葡萄酒定义与分类

###### 二、葡萄酒的历史

###### 三、葡萄酒酿造工艺

###### 四、葡萄酒各类别特点分析

###### 五、世界十大葡萄酒王排行榜

##### 第二节 世界主要国家和地区的葡萄酒风格

- 一、法国——佳酿无数的葡萄酒王国
- 二、德国的葡萄酒——人人适饮的葡萄酒
- 三、意大利的葡萄酒——产量及出口量均居冠的葡萄酒国
- 四、西班牙的葡萄酒——生产幅源广大，产品富多样性
- 五、葡萄牙的葡萄酒——世界知名的葡萄酒琳琅满目
- 六、匈牙利的葡萄酒——世界三大甜酒之一"托卡依"
- 七、保加利亚的葡萄酒——出口量占产量的七成
- 八、美国的葡萄酒——新兴的葡萄酒大国
- 九、澳洲的葡萄酒——与美国并称两大新兴葡萄酒国比较

## 第二章 2010-2012年全球葡萄酒行业发展概述

### 第一节 2010年全球葡萄酒市场分析

- 一、2010年全球葡萄酒生产情况
- 二、2010年全球葡萄酒消费情况
- 三、2010年全球葡萄酒供求情况
- 四、2010年全球葡萄酒贸易情况

### 第二节 2011年全球葡萄酒市场分析

- 一、2011年全球葡萄酒消费量下降
- 二、2011年全球低价葡萄酒消费上升
- 三、2011年全球葡萄酒生产过剩
- 四、2011年全球葡萄酒市场萎缩

### 第三节 2012年全球葡萄酒市场分析

- 一、2012年全球葡萄酒产量分析
- 二、2012年全球各国葡萄酒生产分析
- 三、2012年世界葡萄酒格局改变
- 四、2012年全球高端葡萄酒市场面临变数

### 第三节 2011-2012年国外部分国家市场状况

- 一、葡萄酒的起源与意大利葡萄酒
- 二、美国葡萄酒消费市场分析
- 三、法国有机葡萄酒生产情况
- 四、英国葡萄酒消费市场分析
- 五、克罗地亚葡萄酒产业基本情况

## 六、保加利亚葡萄酒出口分析

### 第四节 全球葡萄酒业展望

- 一、世界葡萄酒市场前景看好
- 二、欧盟葡萄酒业面临调整
- 三、人均消费量保持持续增长
- 四、未来十年世界葡萄酒行业的大趋势
- 五、2013年全球葡萄酒消费预测

### 第五节 全球葡萄酒竞争趋势

- 一、使葡萄酒更加接近消费者
- 二、深入了解消费者
- 三、全方位巩固
- 四、行业的战略规划
- 五、富有体验性
- 六、对贸易而方的技术障碍
- 七、葡萄酒旅游

## 第三章 中国葡萄酒行业发展环境分析

### 第一节 中国葡萄酒行业宏观经济环境分析及预测

- 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、2013年中国宏观经济发展预测分析

### 第二节 中国葡萄酒行业社会环境分析及预测

- 一、2011年中国社会民生环境现状
- 二、2011年中国信用体系建设的成效
- 三、2013年中国信用体系建设展望
- 四、2013年居民消费价格水平
- 五、影响我国居民消费状况的主要因素分析

### 第三节 中国葡萄酒产业政策的制定及执行情况

- 一、2010年葡萄酒新标准开始执行
- 二、“新国标”使国内葡萄酒分级成趋势
- 三、解析《地理标志产品通化山葡萄酒》标准体系
- 四、《蓬莱产区控制葡萄酒》颁布实施

## 五、我国计划推出新的葡萄酒国家标准

### 第四节 相关政策法规

#### 一、中国葡萄酿酒技术规范

#### 二、葡萄酒生产管理办法

#### 四、酒类广告管理办法

#### 五、葡萄酒消费税管理办法

## 第四章 2011-2013年中国葡萄酒行业发展概况

### 第一节 葡萄酒主要产区分析

#### 一、产区发展概况

#### 二、东北产地

#### 三、渤海湾产地

#### 四、沙城产地

#### 五、清徐产地

#### 六、银川产地

#### 七、武威产地

#### 八、吐鲁番产地

#### 九、黄河故道产地

#### 十、云南高原产地

### 第二节 我国葡萄酒行业发展概况

#### 一、中国葡萄酒行业发展概况

#### 二、中国葡萄酒市场发展情况

#### 三、中国葡萄酒投资市场仍不稳定

#### 四、中国葡萄酒行业发展方向

### 第三节 2010-2012年葡萄酒行业发展情况分析

#### 一、中国葡萄酒行业发展空间巨大

#### 二、2010年中国葡萄酒行业发展分析

#### 三、2011年中国葡萄酒行业十大热点

#### 四、2012年中国葡萄酒行业发展分析

#### 五、中国将成为世界第七大葡萄酒消费市场

### 第四节 2010-2012年全国及各省市葡萄酒产量合计

#### 一、2010年全国及各省市葡萄酒产量

二、2011年全国及各省市葡萄酒产量

三、2012年全国及各省市葡萄酒产量

## 第五节 制约中国葡萄酒业发展的问题

一、关于葡萄酒的种类问题

二、葡萄酒安全问题任重而道远

三、葡萄的品种及区域问题

四、种植加工一体化问题

五、葡萄酒质量等级制问题

六、葡萄酒文化的发展问题

七、葡萄酒的营销问题

八、本土文化缺失阻碍葡萄酒行业发展

## 第五章 2011-2013年中国葡萄酒行业市场发展概况

### 第一节 我国葡萄酒行业市场概况

一、品质提高

二、品种多样化

三、营销模式多样化

四、终端多样化

### 第二节 我国葡萄酒市场发展情况分析

一、2011年我国葡萄酒市场发展分析

二、2011-2012全球葡萄酒行业年度数据

三、制约中国葡萄酒市场的因素分析

四、品位阶层越来越青睐中国葡萄酒

## 第六章 葡萄酒行业市场消费分析

### 第一节 中国葡萄酒消费者研究

一、葡萄酒饮用率分析

二、葡萄酒消费人群特征

三、葡萄酒消费人群生活形态

四、葡萄酒消费人群接触点

五、葡萄酒消费者偏好变化

### 第二节 中国葡萄酒消费的影响因素分析

一、饮食习惯的影响

二、文化习俗的影响

三、饮食结构的影响

### 第三节 北京葡萄酒市场分析

一、北京葡萄酒市场调查

二、北京葡萄酒市场格局

三、北京市葡萄酒进出口

四、北京市场打造葡萄酒影响力

五、北京葡萄酒市场开拓策略

### 第四节 山东葡萄酒市场分析

一、山东葡萄酒行业概况

二、山东省葡萄酒工业调整振兴指导意见

三、山东省葡萄酒产业向集群化发展

四、山东烟台葡萄酒产业的思考

五、山东青岛葡萄酒市场概括

### 第五节 广东省葡萄酒市场分析

一、广东成国内最大的红葡萄酒消费宝地

二、广东省葡萄酒产品市场分析

三、广东省葡萄酒消费人群分析

四、广东省葡萄酒渠道模式分析

五、广东省葡萄酒市场推广策略

六、中外大品牌角力广东葡萄酒市场

## 第七章 2010-2012年中国葡萄酒制造业所属行业数据分析

### 第一节 2010-2012年中国葡萄酒制造业所属行业总体数据分析

一、2010年中国葡萄酒制造业所属行业全部企业数据分析

二、2011年中国葡萄酒制造业所属行业全部企业数据分析

三、2012年中国葡萄酒制造业所属行业全部企业数据分析

### 第二节 2010-2012年中国葡萄酒制造业所属行业不同规模企业数据分析

一、2010年中国葡萄酒制造业所属行业不同规模企业数据分析

二、2011年中国葡萄酒制造业所属行业不同规模企业数据分析

三、2012年中国葡萄酒制造业所属行业不同规模企业数据分析



### 第三节 2010-2012年中国葡萄酒制造业所属行业不同所有制企业数据分析

#### 一、2010年中国葡萄酒制造业所属行业不同所有制企业数据分析

#### 二、2011年中国葡萄酒制造业所属行业不同所有制企业数据分析

#### 三、2012年中国葡萄酒制造业所属行业不同所有制企业数据分析

## 第八章 2011-2012年葡萄酒进出口市场统计数据

### 第一节 2011-2012年度中国进口葡萄酒市场分析

#### 一、进口葡萄酒竞相角逐中国市场

#### 二、中国进口葡萄酒市场优劣分析

#### 三、中国进口葡萄酒市场存在的问题

#### 四、2012年进口葡萄酒产品价格分析

#### 五、2012进口葡萄酒营销新趋势

### 第二节 2011-2012年葡萄酒进口统计数据

#### 一、2011-2012年葡萄酒全国进口统计数据

#### 二、2011-2012年葡萄酒北京市进口统计数据

#### 三、2011-2012年葡萄酒天津市进口统计数据

#### 四、2011-2012年葡萄酒上海市进口统计数据

#### 五、2011-2012年葡萄酒浙江省进口统计数据

#### 六、2011-2012年葡萄酒广东省进口统计数据

### 第三节 2011-2012年葡萄酒出口统计数据

#### 一、2011-2012年葡萄酒出口全国统计数据

#### 二、2011-2012年葡萄酒北京市出口统计数据

#### 三、2011-2012年葡萄酒天津市出口分析数据

#### 四、2011-2012年葡萄酒上海市出口分析数据

#### 五、2011-2012年葡萄酒广东省出口分析数据

## 第九章 2011-2013年中国葡萄酒行业市场营销分析

### 第一节 营销策略

#### 一、中国葡萄酒要走差异化道路

#### 二、中国葡萄酒目标市场选择分析

#### 三、葡萄酒营销引导培育是关键

#### 四、葡萄酒的生态营销

## 五、未来中国葡萄酒营销环境预测

### 第二节 营销攻略

#### 一、终端销售分析

#### 二、葡萄酒终端营销革命

#### 三、葡萄酒高档化路线策略分析

### 第三节 葡萄酒营销渠道分析

#### 一、葡萄酒的消费渠道销量现状

#### 二、直供仓储营销成葡萄酒销售新亮点

#### 三、经销商多品牌经销成基本形式

#### 四、网络葡萄酒销量火爆

#### 五、葡萄酒行业销售渠道建设是关键

### 第四节 进口葡萄酒的四大业态优劣势及代表企业分析

#### 一、传统代理型优劣势及代表企业分析

#### 二、竞合型优劣势及代表企业分析

#### 三、品牌运营型优劣势及代表企业分析

#### 四、贴牌销售型优劣势及代表企业分析

### 第五节 进口葡萄酒发展策略分析

#### 一、进口葡萄酒七大运营模式

#### 二、进口葡萄酒之中国攻略

## 第十章 2011-2013年中国葡萄酒行业竞争分析

### 第一节 我国葡萄酒市场竞争动态分析

#### 一、我国葡萄酒行业竞争格局

#### 二、二线葡萄酒品牌的竞争解析

#### 三、我国葡萄酒产业竞争态势分析

#### 四、葡萄酒行业将面临更激烈竞争

### 第二节 中外葡萄酒竞争状况

#### 一、近几年我国与国外葡萄酒竞争激烈

#### 二、葡萄酒进口量持续增长给本土品牌竞争加压

#### 三、中国葡萄酒企业应对国际竞争

#### 四、国产葡萄酒与洋葡萄酒竞争分析

### 第三节 中国葡萄酒行业竞争力构建分析

- 一、中国葡萄酒产业竞争力现状
- 二、葡萄酒经销商的竞争力打造
- 三、葡萄是中国葡萄酒的核心竞争力
- 四、源头发展是葡萄酒行业竞争力的重要保证
- 五、加快国际化进程打造葡萄酒行业竞争力
- 六、提高我国葡萄酒行业竞争力的关键在于资源整合

## 第十一章 2011-2013年中国葡萄酒行业重点企业分析

### 第一节 烟台张裕葡萄酿酒股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2011-2012年经营状况分析
- 四、2013-2017年公司发展战略分析

### 第二节 中粮集团有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2011-2012年经营状况分析
- 四、2013-2017年公司发展战略分析

### 第三节 中法合营王朝葡萄酿酒有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2011-2012年经营状况分析
- 四、2013-2017年公司发展战略分析

### 第四节 中信国安葡萄酒业股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2011-2012年经营状况分析
- 四、2013-2017年公司发展战略分析

### 第五节 通化葡萄酒有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2011-2012年经营状况分析

#### 四、2013-2017年公司发展战略分析

##### 第六节 云南红酒业集团

###### 一、公司简介

###### 二、公司前景

###### 三、云南红酒业葡萄产业化典范

##### 第七节 烟台威龙葡萄酒股份有限公司

###### 一、企业概况

###### 二、竞争优势分析

###### 三、2011-2012年经营状况分析

###### 四、2013-2017年公司发展战略分析

##### 第八节 北京丰收葡萄酒有限公司

###### 一、企业概况

###### 二、竞争优势分析

###### 三、2011-2012年经营状况分析

###### 四、2013-2017年公司发展战略分析

##### 第九节 甘肃莫高实业发展股份有限公司

###### 一、企业概况

###### 二、竞争优势分析

###### 三、2011-2012年经营状况分析

###### 四、2013-2017年公司发展战略分析

##### 第十节 烟台白洋河酿酒有限责任公司

###### 一、企业概况

###### 二、竞争优势分析

###### 三、2011-2012年经营状况分析

###### 四、2013-2017年公司发展战略分析

#### 第十二章 我国葡萄酒产业相关行业市场概况

##### 第一节 中国葡萄酒装备发展现状及发展方向

###### 一、葡萄酒行业设备现状

###### 二、葡萄酒企业配备的设备

###### 三、葡萄酒行业设备存在问题

###### 四、葡萄酒设备的发展趋势

## 第二节 中国葡萄酒包装发展现状及发展趋势

- 一、我国葡萄酒包装发展现状
- 二、我国葡萄酒瓶塞的现状
- 三、我国葡萄酒包装所存在的缺陷
- 四、我国食品包装机械技术的发展趋势
- 五、葡萄酒包装发展趋势
- 六、葡萄酒主流企业将统一标注含微量二氧化硫

## 第十三章 2013-2017年葡萄酒行业发展趋势及战略

### 第一节 2013-2017年我国葡萄酒业的发展趋势分析

- 一、中国葡萄酒行业发展趋势
- 二、我国葡萄酒市场发展前景
- 三、中国葡萄酒市场发展趋势

### 第二节 2013-2017年葡萄酒发展存在的问题

- 一、产区的核心竞争力
- 二、行业标准问题
- 三、产品质量问题
- 四、营销手段问题

### 第三节 对葡萄酒企业的建议

- 一、树立自身标杆企业
- 二、构建组织的竞争优势
- 三、制定明确的发展战略
- 四、注重消费者价值
- 五、塑造鲜明的品牌个性
- 六、适时地进行升级换代
- 七、构建新的营销模式
- 八、建立新的传播手段
- 九、实行"差异化"策略
- 十、期待个性化发展
- 十一、中小葡萄酒企业必须正视的三个问题

### 第四节 中国葡萄酒二线品牌进攻策略

- 一、区域集中化

二、产品概念化

三、布局游击化

四、推广终端化

五、包装异形化

#### 第五节 葡萄酒业进入农村市场攻略

一、广告农村本土化用土广告塑大形象

二、价格农村本土化用低价打开大市场

三、营销网络农村本土化建立以村长为中心的流通大动脉

#### 第六节 中国葡萄酒国际化策略

一、中国葡萄酒要积极寻求国际交流

三、中国葡萄酒国际化经验借鉴

三、文化国际化策略

四、网络国际化策略

五、标准国际化策略

六、市场国际化策略

#### 第七节 国外葡萄酒酒商进入中国市场专业性策略分析

一、葡萄酒经营需要专业性

二、决策谋略得益于专业性

三、高效资本与出色运作依赖专业性

四、热情与执著&mdash;专业性之另类表现

### 第十四章 2013-2017年葡萄酒行业投资建议

#### 第一节 中国葡萄酒未来投资环境分析

一、中国葡萄酒从初级阶段进入发展阶段

二、酿酒工艺、技术水平与世界同步

三、法律法规体系日益完善，逐渐与国际接轨

四、企业规模和数量不断扩大，品牌数量逐年增加

#### 第二节 我国葡萄酒产业发展优劣势分析及保证措施

一、我国葡萄酒产业的优势分析

二、影响葡萄酒产业发展的劣势分析

三、中国葡萄酒应加强融合

四、我国葡萄酒产业发展建议

五、我国葡萄酒产业的发展趋势与目标

六、我国葡萄酒产业发展的关键保证措施

### 第三节 中国葡萄酒投资机会分析

一、中国葡萄酒领域投资被看好

二、高端葡萄酒再现投资价值

三、进口葡萄酒市场投资有商机

四、葡萄酒投资回报率远超其他产品

### 第四节 葡萄酒投资方式分析

一、购买葡萄成品酒

二、购买葡萄园

三、购买葡萄酒期酒

四、葡萄酒基金

### 第五节 葡萄酒原料种植与生产投资建议

一、产地注重特色区隔避免同质化现象

二、规范性生产仍待提高

三、存在的问题：原料生产模式落后

四、“避雨栽培”有望破解葡萄酒原料困窘

### 第六节 葡萄酒品种投资建议

一、结构调整步伐加快，高档化趋势明显

二、葡萄酒投资的策略

三、中国葡萄酒投资三大秘诀

四、平民化葡萄酒吸引年轻人

图表目录：

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：2012年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2012年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2013年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2013年中国GDP增速预测

通过《2013-2017年中国葡萄酒市场运营态势及投资战略研究报告》，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、销售网络和企业的发展提供科学决策依据。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/225397.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。