



艾凯咨询
ICAN Consulting

2017-2022年中国电梯市场分析 及投资策略研究报告

一、调研说明

《2017-2022年中国电梯市场分析及投资策略研究报告》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/283222.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

近 10 年来，随着国民经济的持续发展、房地产行业的高速运行以及城镇化进程的加快推进，中国已经成为全球大的电梯制造地和销售国。2003-2014 年，中国的电梯保有量快速增加，从 36.17 万台增长至 359.85 万台，年均增速约 20%。 2002-2014 年中国电梯保有量

中国电梯制造业快速发展，电梯产量从 2006 年的 16.8 万台上升至 2014 年的 70 万台，年复合增长率约 19.53%；电梯销量从 2006 年的 16.7 万台上升至 2014 年的 65 万台，年复合增长率约 18.52%。 2006-2014 年中国电梯产量

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 中国电梯产业相关概述分析 13

第一节 电梯行业相关概述 13

一、产品概述 13

二、产品组成 13

三、产品用途 13

第二节 电梯行业经营发展模式 14

一、发展模式 14

二、经营模式 14

三、销售模式 15

第三节 中国电梯产业政策分析 15

一、电梯产业政策分析 15

二、电梯标准分析 16

三、中国电梯行业行规行约 18

四、电梯监督检验规程 19

第二章 2015年中国电梯产业的发展形势分析 25

第一节 中国电梯业的发展概况 25

一、中国电梯行业发展现状分析 25

二、中国电梯行业发展情况分析 28

三、中国电梯行业发展特征分析 30

第二节 中国自动扶梯的发展分析 31

一、自动扶梯行业发展概况 31

二、自动扶梯企业的发展战略 32

三、自动扶梯未来发展趋势 33

第三节 中国电梯业发展面临的挑战分析 36

一、中国电梯行业发展问题分析 36

二、品牌缺失制约国内本土电梯企业发展 36

三、电梯业面临洗牌的严峻考验 37

第四节 中国电梯业的发展对策分析 38

一、中国电梯行业发展策略分析 38

二、推动电梯行业自主创新发展的建议 39

三、中国电梯发展的产业政策与措施 43

四、中国电梯业需要发展OEM 44

第三章 2015年中国电梯市场运行分析 47

第一节 中国电梯市场概况 47

一、中国电梯市场运行分析 47

二、中国电梯生产情况分析 48

三、中国电梯区域消费市场分析 48

四、中国电梯市场产品结构分析 49

第二节 中国电梯市场发展的特点 49

一、电梯的特殊性及表现 49

二、中国电梯产业结构逐步改善 51

三、无齿轮电梯已成市场主流 51

四、电梯市场小机房电梯逐步替代普通电梯 51

第三节 中国电梯企业的销售管理分析 53

一、电梯企业销售管理的意义和指导思想 53

二、电梯企业销售预测的地位及方法 54

三、电梯产品的销售流程 55

四、电梯企业与销售代理商的关系 57

第四节 中国电梯市场调查分析 57

一、电梯市场品牌调查 57

二、中国电梯用户满意度调查分析 58

第五节 中国电梯市场发展存在问题及对策 59

一、中国电梯市场成本失优 59

二、电梯采购中存在的主要问题 60

三、地铁电梯事故所暴露的问题 62

四、中国住宅电梯推广措施 63

第四章 2015年中国节能和环保电梯的发展分析 64

第一节 中国发展节能电梯的必要性 64

一、节能电梯发展紧迫的三大因素 64

二、中国发展节能电梯势在必行 64

三、电梯能耗问题的解决已经刻不容缓 65

第二节 中国绿色环保电梯发展概况 65

一、环保电梯概述 65

二、绿色节能电梯的发展历程 66

三、绿色环保电梯备受关注 67

四、中国企业积极开发绿色环保电梯 68

五、绿色技术缔造电梯节能的典范 68

六、无机房电梯环保优势突出 69

七、绿色电梯的发展方向 70

第三节 中国节能电梯的发展分析 71

一、电梯节电原理分析 71

二、电梯节能技术分析 72

三、节能电梯效果分析 73

四、节能电梯市场需求分析 74

五、节能电梯要突破意识瓶颈 75

六、节能型载货电梯节能优势 75

第五章 2015年中国电梯技术发展分析 77

第一节 电梯技术概述 77

一、电梯技术分类 77

二、电梯驱动技术 78

三、电梯节能技术 78

第二节 中国电梯监控技术的应用分析 80

一、电梯智能监控系统分析 80

二、电梯监控与弱电之间的关系 82

三、电梯监控技术的应用分析 83

第三节 中国能源再生技术在电梯中的应用 85

一、电梯能源再生原理 85

二、电梯再生能源节能效果 87

三、电梯能源再生技术有待普及 87

第四节 中国电梯技术改造的发展与思考 88

一、电梯技术改造的内容 88

二、电梯技术改造的发展 89

三、电梯技术改造存在的主要问题 90

第五节 中国电梯技术发展面临的挑战及趋势 90

一、电梯发展的技术壁垒 90

二、电梯技术的发展趋向 92

三、电梯技术的发展方向 94

四、电梯产品技术发展的十大动向 94

第六章 2009-2015年中国载客电梯（84281010）进出口状况分析 96

第一节 2009-2015年中国载客电梯进口分析 96

一、载客电梯进口数量情况 96

二、载客电梯进口金额情况 96

三、载客电梯进口来源分析 97

四、载客电梯进口均价分析 98

第二节 2009-2015年中国载客电梯出口分析 99

一、载客电梯出口数量情况 99

- 二、载客电梯出口金额情况 99
- 三、载客电梯出口流向分析 100
- 四、载客电梯出口均价分析 101

第七章 2015年中国电梯市场竞争格局分析 103

第一节 外商参与中国电梯市场竞争概况 103

- 一、跨国企业增加在华投入 103
- 二、跨国企业在华研发并生产 103
- 三、主要品牌电梯的优势分析 104
- 四、国际电梯巨头已形成垄断 107
- 五、日韩企业争夺中国电梯市场 107
- 六、三菱电机扩大在华电梯市场 107

第二节 中国电梯市场竞争分析 108

- 一、中国电梯行业洗牌提速 108
- 二、中国电梯市场竞争格局 108
- 三、电梯市场品牌竞争分析 109
- 四、电梯市场区域竞争情况 111
- 五、电梯的差异化竞争简述 111
- 六、中国电梯技术竞争现状 112

第三节 中国电梯市场的竞争策略分析 113

- 一、日本电梯企业在中国市场竞争中的专利战略 113
- 二、电梯产品在境内外的市场竞争要领 114
- 三、电梯产品的市场细分策略 114

第四节 中小电梯企业的波特五力竞争分析 116

- 一、行业内竞争者的威胁 116
- 二、供应商讨价还价的能力 116
- 三、购买者讨价还价的能力 117
- 四、潜在行业进入者的威胁 118
- 五、产品替代者的威胁 118

第八章 2015年中国电梯产业区域市场格局分析 120

第一节 上海区域市场 120

一、上海电梯产业发展历程	120
二、上海电梯产业发展现状	122
三、上海电梯形成集聚原因探析	123
第二节 广东区域市场	124
一、广东电梯产业发展历程	124
二、广东在用电梯市场规模	126
三、广州旧房改造创造新机遇	126
第三节 山东区域市场	127
一、山东电梯产业发展现状	127
二、山东电梯产业发展潜力	128
三、青岛市电梯安全监督管理办法	129
第四节 沈阳区域市场	131
一、沈阳电梯产业发展历程	131
二、沈阳电梯产业集聚探析	133
三、沈阳电梯产业未来发展	134
第五节 天津区域市场	135
一、天津电梯产业发展历程	135
二、天津电梯产业发展现状	137
三、天津电梯安全监督管理办法	139
第六节 杭州区域市场	140
一、杭州电梯产业发展历程	140
二、杭州电梯产业发展特色	142
三、杭州地铁带来的新机遇	143
第七节 溧阳区域市场	144
一、溧阳电梯产业发展历程	144
二、溧阳电梯产业发展现状	145
三、溧阳电梯市场前景分析	146
第八节 西安区域市场	147
一、西安电梯产业发展历程	147
二、西安电梯产业发展现状	148
三、西安电梯市场前景分析	151

第九章 2015年国际主要电梯企业运营分析 153

第一节 富士达电梯有限公司 153

- 一、公司基本情况 153
- 二、企业经营情况分析 153
- 三、企业优、劣势分析 154
- 四、企业发展策略分析 155

第二节 迅达集团 157

- 一、公司概况 157
- 二、企业经营情况分析 157
- 三、企业推广宣传绿色节能 158

第三节 通力集团 159

- 一、公司基本情况 159
- 二、企业发展历程分析 159
- 三、企业经营情况分析 162
- 四、企业竞争优势分析 162

第四节 蒂森克虏伯电梯集团 163

- 一、公司基本情况 163
- 二、企业经营情况分析 163
- 三、企业投资情况分析 164

第五节 快速电梯公司 165

- 一、公司基本情况 165
- 二、企业迈入信息化管理时代 165
- 三、企业助力绿色住宅发展 166

第十章 2015年中国重点电梯企业运营分析 169

第一节 沈阳博林特电梯股份有限公司 169

- 一、企业发展基本情况 169
- 二、企业主要产品分析 169
- 三、企业经营情况分析 169
- 四、企业竞争优势分析 171
- 五、企业发展战略分析 173

第二节 江南嘉捷电梯股份有限公司 174

一、企业基本情况	174
二、企业主要产品分析	175
三、企业经营情况分析	176
四、企业竞争优势分析	177
五、企业发展战略分析	177
第三节 康力电梯股份有限公司	178
一、企业基本情况	178
二、企业主要产品分析	178
三、企业经营情况分析	179
四、企业竞争优势分析	180
五、企业发展战略分析	181
第四节 奥的斯电梯（中国）投资有限公司	181
一、公司基本情况	181
二、企业主要产品分析	182
三、企业经营情况分析	182
四、企业发展战略分析	183
五、企业发展动态分析	183
第五节 大连星玛电梯有限公司	183
一、公司基本情况	183
二、企业主要产品分析	184
三、企业经营情况分析	184
四、企业竞争优势分析	185
五、企业销售网络分析	185
第六节 东南电梯股份有限公司	186
一、公司基本情况	186
二、企业主要产品分析	187
三、企业经营情况分析	187
四、企业竞争优势分析	187
第七节 蒂森克虏伯电梯(中国)有限公司	188
一、公司基本情况	188
二、企业发展历程分析	188
三、企业主要产品分析	189

四、企业经营情况分析 189

第八节 东芝电梯（沈阳）有限公司 190

一、公司基本情况 190

二、企业主要产品分析 191

三、企业经营情况分析 191

四、企业营销网络分析 192

第九节 东芝电梯(中国)有限公司 193

一、公司基本情况 193

二、企业主要产品分析 193

三、企业经营情况分析 193

四、企业研发能力分析 194

五、企业发展战略分析 194

第十节 广州奥的斯电梯有限公司 194

一、公司基本情况 194

二、企业主要产品分析 194

三、企业经营情况分析 195

四、企业竞争优势分析 195

第十一节 华升富士达电梯有限公司 195

一、公司基本情况 195

二、企业主要产品分析 196

三、企业经营情况分析 196

四、企业发展动态分析 197

第十二节 辽宁富士电梯有限公司 197

一、公司基本情况 197

二、企业主要产品分析 198

三、企业经营情况分析 198

四、企业竞争优势分析 199

五、企业销售网络分析 199

第十三节 宁波申菱电梯配件有限公司 200

一、公司基本情况 200

二、企业主要产品分析 200

三、企业经营情况分析 200

四、企业销售网络分析 201

第十四节 日立电梯(中国)有限公司 201

一、公司基本情况 201

二、企业主要产品分析 202

三、企业经营情况分析 202

四、企业发展战略分析 202

第十五节 上海三菱电梯有限公司 203

一、公司基本情况 203

二、企业主要产品分析 204

三、企业经营情况分析 204

四、企业研发能力分析 204

第十六节 上海永大电梯设备有限公司 205

一、公司基本情况 205

二、企业发展历程分析 205

三、企业经营情况分析 205

四、企业销售网络分析 206

第十七节 迅达(中国)电梯有限公司 206

一、公司基本情况 206

二、企业主要产品分析 207

三、企业经营情况分析 207

四、企业发展态势分析 208

第十八节 沈阳三洋电梯有限公司 208

一、公司基本情况 208

二、企业主要产品分析 208

三、企业经营情况分析 209

四、企业销售网络分析 209

第十九节 苏州江南快速电梯有限公司 210

一、公司基本情况 210

二、企业主要产品分析 210

三、企业经营情况分析 211

四、企业销售网络分析 211

五、企业发展战略分析 211

第二十节 广州广日电梯工业有限公司 211

一、企业发展基本情况 211

二、企业主要产品分析 212

三、企业经营情况分析 212

四、企业发展战略分析 213

第二十一节 天津奥的斯电梯有限公司 213

一、公司基本情况 213

二、企业主要产品分析 213

三、企业经营情况分析 214

四、企业销售网络分析 214

第二十二节 通力电梯有限公司 215

一、公司基本情况 215

二、企业主要产品分析 215

三、企业经营情况分析 215

四、企业销售网络分析 216

第二十三节 西子奥的斯电梯有限公司 216

一、公司基本情况 216

二、企业主要产品分析 217

三、企业经营情况分析 217

四、企业营销网络分析 218

第二十四节 上海中菱电梯有限公司 220

一、公司基本情况 220

二、企业主要产品分析 220

三、企业经营情况分析 220

四、企业销售网络分析 221

第十一章 2017-2022年中国电梯产业发展趋势预测分析 222

第一节 2017-2022年中国电梯行业发展趋势 222

一、未来电梯发展趋向 222

二、未来电梯经营方式 223

三、售后服务大利好 223

第二节 2017-2022年中国电梯市场前景展望分析 224

一、电梯行业发展的有利因素	224
二、电梯行业发展的不利因素	226
三、保障房电梯采购量依然可观	226
四、对节能电梯的需求日益旺盛	227
第三节 2017-2022年中国电梯产业市场预测分析	227
一、市场供需预测分析	227
二、市场出口预测分析	228
三、竞争格局预测分析	229
第四节 2017-2022年中国电梯产业市场盈利预测分析	229
第十二章 2017-2022年中国电梯产业投资机会与风险分析	231
第一节 2017-2022年中国电梯产业投资环境分析	231
第二节 2017-2022年中国电梯产业投资机会分析	232
一、房地产业区域发展不平衡带来机遇和挑战	232
二、既有建筑加装电梯需求显现	232
三、中国节能电梯投资机会分析	233
第三节 2017-2022年中国电梯行业进入壁垒分析	234
一、技术壁垒	234
二、资金壁垒	234
三、资质许可壁垒	234
四、销售与服务网络壁垒	235
五、规模效应与成本控制能力壁垒	235
第四节 2017-2022年中国电梯产业投资风险分析	235
一、原材料价格波动风险	235
二、市场竞争风险	236
三、政策风险	236
四、技术风险	237
第五节 2017-2022年中国电梯产业投资策略建议	238

图表目录：

图表 1 电梯现行相关标准 16

图表 2 2009-2014年中国在用电梯数量统计 25

图表 3	世界上主要的品牌电梯企业在华布局情况	26
图表 4	中国电梯行业民族品牌发展历程	27
图表 5	2009-2014年中国自动扶梯市场容量统计	31
图表 6	2009-2014年中国电梯产量统计	48
图表 7	中国电梯市场消费区域分布情况	49
图表 8	中国电梯市场品牌分布图	58
图表 9	中国电梯整机企业按客梯和货梯分类排名	59
图表 10	中国电梯整机企业按自动扶梯和自动人行道分类排名	59
图表 11	2009-2014年中国节能电梯市场需求量统计	74
图表 12	电梯智能监控中心系统结构图	80
图表 13	一般通信模块流程图	81
图表 14	报警通信模块流程图	82
图表 15	四象限变频器的电路原理图	85
图表 16	输入电压和输入电流的波形	86
图表 17	回馈电流和电网电压波形	86
图表 18	2009-2015年中国载客电梯进口数量统计	96
图表 19	2009-2015年中国载客电梯进口金额统计	96
图表 20	2014年中国载客电梯进口来源地情况	97
图表 21	2014年中国载客电梯进口来源地结构分布图	97
图表 22	2015年中国载客电梯进口来源地情况	98
图表 23	2015年中国载客电梯进口来源地结构分布图	98
图表 24	2009-2015年中国载客电梯进口均价情况	99
图表 25	2009-2015年中国载客电梯出口数量统计	99
图表 26	2009-2015年中国载客电梯出口金额统计	99
图表 27	2014年中国载客电梯出口流向情况	100
图表 28	2014年中国载客电梯出口流向结构分布图	100
图表 29	2015年中国载客电梯出口流向情况	101
图表 30	2015年中国载客电梯出口流向结构分布图	101
图表 31	2009-2015年中国载客电梯出口均价情况	102
图表 32	2006-2014年中国主要上市电梯公司市场占有率变化情况	109
图表 33	中国电梯品牌竞争格局图	110
图表 34	中国电梯内资品牌与外资品牌发展差异图	111

图表 35	中国电梯市场主要品牌分析比较	112
图表 36	国外电梯三大技术系列比较	113
图表 37	电梯细分市场特点分析	115
图表 38	2009-2015财年富士达电梯有限公司收入与利润统计	153
图表 39	2014-2015财年富士达电梯有限公司收入分地区统计	154
图表 40	2008-2015年迅达集团营业收入与利润统计	157
图表 41	2007-2015年通力集团营业收入统计	162
图表 42	2006-2015财年蒂森克虏伯公司营业收入统计	163
图表 43	2009-2015财年蒂森克虏伯公司营业收入分地区统计	164
图表 44	2015年沈阳博林特电梯股份有限公司分产品情况表	170
图表 45	2015年沈阳博林特电梯股份有限公司业务结构情况	170
图表 46	2015年沈阳博林特电梯股份有限公司分地区情况表	170
图表 47	苏州江南嘉捷电梯股份有限公司电梯类产品情况表	175
图表 48	2015年江南嘉捷电梯股份有限公司分产品情况表	176
图表 49	2015年江南嘉捷电梯股份有限公司 业务结构情况	176
图表 50	2015年江南嘉捷电梯股份有限公司产品分地区情况表	177
图表 51	2015年康力电梯股份有限公司分产品情况表	179
图表 52	2015年康力电梯股份有限公司业务结构情况	180
图表 53	2015年康力电梯股份有限公司分地区情况表	180
图表 54	奥的斯电梯（中国）投资有限公司资产及收入统计	183
图表 55	大连星玛电梯有限公司主要产品情况表	184
图表 56	大连星玛电梯有限公司资产及收入统计	184
图表 57	大连星玛电梯有限公司销售网络图	186
图表 58	东南电梯股份有限公司医用电梯图示	187
图表 59	东南电梯股份有限公司资产及收入统计	187
图表 60	蒂森克虏伯电梯(中国)有限公司资产及收入统计	190
图表 61	2-SPACEL- 东芝无机房乘客电梯图示	191
图表 62	东芝电梯（沈阳）有限公司资产及收入统计	192
图表 63	东芝电梯（沈阳）有限公司销售网络图	192
图表 64	年东芝电梯(中国)有限公司资产及收入统计	193
图表 65	广州奥的斯电梯有限公司资产及收入统计	195
图表 66	华升富士达电梯有限公司资产及收入统计	196

图表 67	辽宁富士电梯有限公司主要产品情况表	198
图表 68	辽宁富士电梯有限公司资产及收入统计	198
图表 69	辽宁富士电梯有限公司国内销售网络图	199
图表 70	宁波申菱电梯配件有限公司资产及收入统计	201
图表 71	日立电梯(中国)有限公司资产及收入统计	202
图表 72	上海三菱电梯有限公司资产及收入统计	204
图表 73	上海永大电梯设备有限公司资产及收入统计	205
图表 74	上海永大电梯设备有限公司销售网络图	206
图表 75	迅达（中国）电梯有限公司主要产品图	207
图表 76	迅达(中国)电梯有限公司资产及收入统计	207
图表 77	沈阳三洋电梯有限公司电梯产品统计	209
图表 78	沈阳三洋电梯有限公司资产及收入统计	209
图表 79	苏州江南快速电梯有限公司电梯产品统计	210
图表 80	苏州江南快速电梯有限公司资产及收入统计	211
图表 81	广州广日电梯工业有限公司资产及收入统计	213
图表 82	天津奥的斯电梯有限公司资产及收入统计	214
图表 83	通力电梯有限公司资产及收入统计	216
图表 84	西子奥的斯电梯有限公司电梯图示	217
图表 85	西子奥的斯电梯有限公司资产及收入统计	218
图表 86	西子奥的斯电梯有限公司销售网络图	218
图表 87	西子奥的斯电梯有限公司销售网点详细表	219
图表 88	上海中菱电梯有限公司资产及收入统计	220
图表 89	中国每千人拥有电梯量与发达国家/地区比较	225
图表 90	2017-2022年中国电梯产量预测	227
图表 91	2017-2022年中国在用电梯数量预测	228

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/283222.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。