



艾凯咨询
ICAN Consulting

2005年中国啤酒行业市场分析及 发展趋势研究报告

一、调研说明

《2005年中国啤酒行业市场分析及发展趋势研究报告》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/42965.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

【描述】 世界年人均啤酒消费量为28L，而我国仅为18L，是世界水平的60%，国内啤酒消费水平也在逐年增长，因此中国啤酒市场存在巨大的发展空间，引来了像百威、SAB这样的世界啤酒巨头，他们或是加大投资力度或是抢购中国啤酒企业，以期尽快占领中国啤酒市场份额。而面对国际品牌的汹涌来势，国内的啤酒巨头如青啤、燕京、华润、珠江他们在做什么呢？国内的中小啤酒企业呢？难道等待他们的注定了被收购、转产或是倒闭的命运吗？

本研究咨询报告对我国啤酒行业的现状和发展、各项经营指标、消费者购买行为、进出口状况、各区域市场状况以及市场竞争格局和行业领先企业等专题进行深入的研究与分析，最后对中国啤酒行业的发展趋势作出缜密的判断，结合研究小组多年来的实践经验和对啤酒行业发展的专业化把握，提出了可操作性强的创新建议。

【目录】 第一部分 行业篇

第一章 中国啤酒行业现状与发展分析 1

第一节 中国啤酒行业现状与发展分析 1

一、中国啤酒产业发展历程 1

二、中国啤酒行业现状分析 4

三、中国啤酒行业特性分析 16

四、中国啤酒行业结构变化 21

五、中国啤酒业存在的主要问题 22

第二节 2001～2005年中国啤酒行业经营状况分析 32

一、中国啤酒行业经营状况分析 32

二、2005年中国啤酒行业经营状况分析 36

三、2005年中国啤酒行业经营状况分析 49

第二章 世界啤酒行业发展现状分析 59

第一节 世界啤酒市场分析 59

一、欧洲 60

二、非洲 60

三、亚洲 61

四、北美和南美洲 62

五、太平洋地区 62

第二节 2004-2005年世界啤酒品牌分析 62

一、全球最大啤酒生产商进军长春 63

二、安海斯-布斯联姻青啤 63

三、南非SAB集团假手华润啤酒	65
四、英特布鲁以资本借珠啤登陆	67
五、英特布鲁收购浙江 " 开开 "	68
六、英日啤酒虎视眈眈不甘落后	69
七、苏格兰纽卡斯尔啤酒集团在中国的扩张	69
八、蓝剑结盟世界第五大啤酒厂	70
九、SAB入主哈啤	71
第三章 啤酒关联产业分析	72
第一节 中国酒业分析	72
一、中国酒业市场分析	72
二、影响中国酒业发展的主要因素分析	74
三、中国酒业发展预测	79
四、中国酒业发展趋势分析	81
五、我国酒业存在的主要问题	84
第二节 中国啤酒主要原料市场分析	85
二、国内啤麦生产及发展状况	86
三、啤酒花供应状况	91
四、国际大麦减产使国内啤酒业暗藏危机	95
五、2005年进口啤酒大麦不再是惟一选择	95
第二部分 市场篇	
第四章 2004/2005年中国啤酒进出口状况分析	99
第一节 中国啤酒进出口发展分析	99
第二节 我国啤酒进出口的地区性分析	100
一、中国啤酒进口的主要地区	100
二、中国啤酒主要出口的地区	103
第三节 我国啤酒主要出口地区和企业分析	106
一、山东省	107
二、广东省	107
三、青岛啤酒	108
四、燕京啤酒	110
第五章 中国啤酒区域市场分析	111
第一节 华北地区啤酒市场分析	111

一、华北五省市啤酒产业各经济指标分析	111
二、北京啤酒市场分析	114
三、内蒙古啤酒市场分析	122
第二节 东北地区啤酒市场分析	125
一、东北地区啤酒市场概况	125
二、辽宁啤酒市场分析	127
第三节 华东地区啤酒市场分析	130
一、华东地区啤酒市场概况	130
二、上海啤酒市场分析	132
三、安徽啤酒市场分析	137
四、山东啤酒市场分析	141
第四节 中南啤酒市场分析	147
一、中南地区啤酒市场概况	147
二、湖北啤酒市场分析	149
三、湖南啤酒市场分析	151
四、广东啤酒市场分析	152
五、深圳啤酒市场分析	155
第五节 西南地区啤酒市场分析	157
一、西南地区啤酒市场概况	158
二、云南啤酒市场分析	160
三、四川、重庆啤酒市场分析	168
第六节 西北地区啤酒市场分析	169
一、西北地区啤酒市场概况	169
二、陕西啤酒市场分析	172
三、青海啤酒市场	174
第六章 中国啤酒消费者市场分析	178
第一节 啤酒消费者行为分析	178
一、啤酒消费者对产品的认识过程	178
二、啤酒消费者的消费场所分析	179
三、影响啤酒消费者的因素分析	181
第二节 城市啤酒消费市场分析	181
一、城市啤酒消费特点与影响因素	182

二、城市啤酒消费市场分析	183
第三节 农村啤酒市场分析	188
一、农村啤酒市场分析	188
二、如何开拓农村啤酒市场	188
第三部分 竞争篇	
第七章 中国啤酒行业竞争分析	193
第一节 中国啤酒竞争形式分析	193
一、价格竞争	193
二、产品竞争	198
三、品牌竞争	200
四、广告竞争	205
第二节 中国啤酒竞争特点分析	211
一、中国啤酒业仍处于成长期	211
二、中国啤酒市场竞争还很充分	212
三、竞争焦点的变化	214
第三节 中国啤酒行业并购分析	215
一、行业并购现状分析	215
二、并购成功因素分析	216
三、行业并购前景	217
第四节 中国啤酒竞争格局分析	221
一、中国啤酒行业三个梯队	222
二、二线品牌加速扩张	223
三、上市公司业绩增长	224
四、品质和渠道决定未来业绩	224
五、2005洋啤竞争策略转变	225
六、区域性争夺战升级	225
七、啤酒厂业外淘金	226
第四部分 企业篇	
第八章 中国啤酒领先企业分析	229
第一节 青岛啤酒集团	229
一、公司基本情况	229
二、青岛啤酒发展历程	230

- 三、青岛啤酒的产品系列 232
- 四、青岛啤酒的资本运作分析 232
- 五、青岛啤酒扩张的主要经验 238
- 六、青岛啤酒品牌运作分析 246
- 七、青啤经营状况分析 251
- 八、青啤成功经验分析及未来发展战略 255
- 第二节 燕京啤酒集团 263
 - 一、公司发展历程 263
 - 二、燕京啤酒的资本运作分析 266
 - 三、燕京啤酒的品牌战略分析 270
 - 四、燕京啤酒2004-2005年上半年经营状况分析 275
 - 五、2005年及未来发展计划 278
- 第三节 华润啤酒集团 281
 - 一、发展历程与现状 281
 - 二、华润啤酒的技术状况分析 283
 - 三、华润的资本运作分析 285
 - 四、华润啤酒的品牌运作分析 289
 - 五、华润啤酒的核心竞争力分析 294
- 第四节 广东珠江啤酒集团 295
 - 一、企业发展历程 295
 - 二、珠江啤酒资本运作分析 296
 - 三、珠江啤酒上市分析 298
 - 四、2004-2005年上半年经营状况分析 299
 - 五、珠啤成功因素分析 300
- 第五节 哈尔滨啤酒集团 305
 - 一、企业发展历程 305
 - 二、上市分析 306
 - 三、2004-2005年上半年经营状况分析 307
 - 四、发展动态分析 307
- 第六节 重庆啤酒集团 308
 - 一、企业发展历程 308
 - 二、2004-2005年上半年经营状况分析 311

三、上市分析	312
四、动态分析	312
第七节 福建省惠泉啤酒集团股份有限公司	314
一、企业发展历程	314
二、2004-2005年上半年经营状况分析	316
三、上市分析	317
四、惠泉啤酒SWOT分析	319
五、发展动态分析	322
第五部分 策略篇	
第九章 中国啤酒行业发展趋势分析	325
第一节 加入WTO对中国啤酒业的影响	325
二、不利影响	327
三、中国啤酒业如何应对WTO的挑战	328
第二节 中国啤酒行业发展趋势分析	333
一、2004-2010年中国啤酒市场预测	333
二、啤酒行业整合进程进一步加快	334
三、企业体制向股份制发展	334
四、独创 " 中国模式 " 行业格局	334
五、生产能力过剩，不比能力比效益	335
六、市场竞争将更加激烈	336
七、新技术将得到应用和推广	336
八、注重装备和质量	337
第十章 中国啤酒营销策略分析	338
第一节 中国啤酒实操营销策略探析	338
一、价格策略	338
二、回款策略	339
三、促销策略	339
四、返利策略	340
五、传播策略	341
六、发展策略	342
七、服务策略	343
八、信息策略	343

九、中国啤酒企业营销行为与观念分析 344

第二节 中国啤酒营销渠道分析 346

一、营销网络构建 346

二、营销网络存在的问题 348

三、制造企业和经销商之间的矛盾 350

四、啤酒经销商代理制与多渠道分销问题 351

五、深度分销问题 352

第三节 农村啤酒市场营销策略分析 353

一、产品策略 353

二、广告策略 354

三、价格策略 355

四、渠道策略 355

第四节 中小啤酒企业的营销出路 356

一、中小啤酒企业面临的问题 356

二、中小啤酒企业的出路 358

三、中小啤酒企业市场竞争策略 359

第五节 案例分析 360

一、"三得利啤酒"上海成功上市分析 360

二、"零点啤酒"差异化营销 365

三、百威啤酒的广告策略 370

四、金太阳啤酒低成本营销 372

第六节 中国啤酒2005年营销新局透视 375

一、2004年回顾 375

二、2005年营销战新因子 377

第十一章 啤酒产业投资创新建议 385

第一节 产品创新：保健啤酒 385

一、产生的原因 385

二、当前现状 386

三、可行性分析 386

第二节 管理创新建议 390

一、管理现状 391

二、管理创新策略 391

第三节 生产技术创新 393

一、世界新生产技术的借鉴 393

二、啤酒生产的纯生化管理 394

三、啤酒生产应用酶制剂研究 395

第四节 2005年，啤酒业迈进利润时代 397

一、呼唤利润 397

二、青啤的步伐 400

三、企业追逐利润的方式分为四种：402

四、大势所趋--逼出一个利润时代 403

五、利润时代的新趋势 406

附录：中国啤酒行业统计数据 409

图表目录

图表：我国各历史时期啤酒产量表 2

图表：啤酒产量变化图 单位：万吨 4

图表：2004年1-12月啤酒产量统计 4

图表：2005年1-05月啤酒产量 14

图表：我国啤酒业销售收入分析表 16

图表：1999～2003年我国啤酒行业利润总额变化分析表 17

图表：我国啤酒业销售利润率 17

图表：中国啤酒销售费用分析表 18

图表：我国啤酒吨酒销售收入变化图 18

图表：中外啤酒业技术水平比较分析表 28

图表：全国啤酒利税指标分析表 33

图表：全国啤酒四季度产量变化图 34

图表：全国各地区啤酒产量表 37

图表：产量超过100万吨的地区 38

图表：销售收入3亿元以上啤酒企业分析表 38

图表：利税总额亿元以上啤酒企业分析表 39

图表：中国大、中、小型啤酒企业产值结构图 51

图表：中国大、中、小型啤酒企业销售收入结构图 52

图表：中国大、中、小型啤酒企业利润结构图 52

图表：中国大、中、小型啤酒企业经营指标分析表 52

图表：不同性质啤酒企业经营指标分析表 54

图表：世界啤酒大国产量分析表 59

图表：世界十大啤酒生产企业排名表 59

图表：亚洲部分地区啤酒人均消费对比分析表 61

图表：中国饮料酒总产量变化图 单位：万吨 72

图表：中国各类饮料酒产量变化图 单位：万吨 73

图表：各酒产量与2005年目标产量比较 77

图表：入世后酒业的关税变化 77

图表：中国历年葡萄酒产量 79

图表：2003年1-5月中国啤酒原料进口统计表 85

图表：我国目前大麦产区及啤麦产量概况 86

图表：中国啤酒进出口情况 99

图表：中国啤酒进出口及增长 100

图表：进出口情况 100

图表：啤酒进口主要国家和地区 101

图表：啤酒出口统计表 101

图表：世界各国啤酒进口统计表 102

图表：啤酒出口主要国家和地区 103

图表：啤酒出口主要国家和地区 104

图表：中国啤酒及啤酒原料出口统计表 105

图表：华北五省市啤酒产业各经济指标分析表 111

图表：华北地区啤酒产销量发展趋势图 113

图表：北京市啤酒生产指标分析表 114

图表：北京市啤酒产业销售、利税指标分析表 115

图表：北京市啤酒产业资产负债指标分析表 115

图表：北京消费者最常喝的啤酒品牌占有率 116

图表：不同年龄最经常喝的啤酒品牌 117

图表：消费者认为最好的品牌 117

图表：不同品牌的转移/忠诚矩阵 118

图表：消费者喜欢的包装类型 119

图表：消费者饮酒场所的选择 119

图表：消费者每次饮用的瓶数 121

图表：不同饮酒频率的消费者每次的饮用瓶数 121

图表：不同性别每次饮用的瓶数 121

图表：消费者每月在啤酒上的花费 122

图表：内蒙古啤酒产业生产指标分析表 122

图表：内蒙古啤酒产业销售、利税指标分析表 123

图表：内蒙古啤酒产业资产负债指标分析表 124

图表：东北三省啤酒产业各项经济指标统计分析表 126

图表：辽宁省啤酒产业各项经济指标分析表 129

图表：华东七省市啤酒产业各经济指标分析表 131

图表：安徽地区啤酒消费者渗透率（%） 138

图表：各啤酒品牌的消费者转换率（%） 138

图表：影响消费者更换品牌的因素（%） 139

图表：影响消费者选择啤酒的因素构成分析表 140

图表：中南六省啤酒产业各经济指标分析表 148

图表：西南五省市啤酒产业各经济指标分析表 158

图表：昆明经销商所经销的啤酒品牌 161

图表：昆明消费者喜爱的啤酒品牌 162

图表：被访者在各种场合对各啤酒品牌的选择 163

图表：云南主要啤酒生产企业年生产能力一览表 163

图表：西北五省区啤酒产业各经济指标分析表 170

图表：啤酒消费者对产品的认识过程图 178

图表：酒消费者的消费场所归类表 180

图表：费者选择啤酒品牌的行为分析图 180

图表：酒消费与收入水平的关系统计表 183

图表：城市居民每周饮用啤酒量分析表 184

图表：国及各区域啤酒品牌前三位排名表 184

图表：同收入消费者的品牌偏好度分析表 185

图表：市啤酒消费品牌观分析表 186

图表：市啤酒品牌渗透率分析表 186

图表：国市场啤酒品牌综合占有率情况 187

图表：国啤酒名牌产品公示名单 201

图表：酒行业电视广告投放前10位 206

图表：京沪穗啤酒电视广告投放前十位及其百分比 207

图表：年啤酒行业在电视媒体广告投放额 211

图表：岛、燕京、华润啤酒全国并购企业分布表 215

图表：岛啤酒历年产销量表(单位：万吨) 229

图表：青岛啤酒销售量、销售额分析图 231

图表：青岛啤酒2004年财务数据表 251

图表：青岛啤酒主要会计数据及财务指标分析表 252

图表：青啤盈利最大的前3家子公司经营分析表 254

图表：青岛啤酒主要地区经营状况分析表 254

图表：燕京主要发展事件 264

图表：燕京啤酒产量变化表 265

图表：燕京啤酒历年业绩对照表 265

图表：近年燕京收购兼并的啤酒企业 267

图表：燕京啤酒主要地区经营状况 278

图表：燕京啤酒主要会计数据表 278

图表：燕京啤酒主营业务收入地区分布表 278

图表：华润啤酒有限公司属下公司列表 282

图表：华润啤酒部分并购事件表 285

图表：哈尔滨啤酒发展历程记录表 305

图表：重庆啤酒发展历程记录表 309

图表：重庆啤酒地区销售分布图 311

图表：重庆啤酒股份十大股东持股表 312

图表：重庆啤酒2000-2001年财务指标分析表 312

图表：全国啤酒平面媒体广告投放排行榜 342

图表：2004年1-12月啤酒产量统计 409

图表：2005年1-03月啤酒产量统计 409

图表：2005年1-05月啤酒产量统计 409

图表：2005年1-05月饮料制造业产值完成情况（现价） 409

图表：2004年2-12月啤酒产量全国统计 410

图表：2004年2-12月啤酒产量北京市统计 410

图表：2004年2-12月啤酒产量山东省统计 411

图表：2004年2-12月啤酒产量广东省统计 411

图表：2005年2-5月啤酒产量全国统计 411

图表：2005年2-5月啤酒产量北京市统计 412

图表：2005年2-5月啤酒产量天津市统计 412

图表：2005年2-5月啤酒产量河北省统计 412

图表：2005年2-5月啤酒产量山西省统计 412

图表：2005年2-5月啤酒产量辽宁省统计 413

图表：2005年2-5月啤酒产量吉林省统计 413

图表：2005年2-5月啤酒产量黑龙江统计 413

图表：2005年2-5月啤酒产量上海市统计 413

图表：2005年2-5月啤酒产量江苏省统计 414

图表：2005年2-5月啤酒产量浙江省统计 414

图表：2005年2-5月啤酒产量安徽省统计 414

图表：2005年2-5月啤酒产量福建省统计 414

图表：2005年2-5月啤酒产量江西省统计 415

图表：2005年2-5月啤酒产量山东省统计 415

图表：2005年2-5月啤酒产量河南省统计 415

图表：2005年2-5月啤酒产量湖北省统计 415

图表：2005年2-5月啤酒产量湖南省统计 416

图表：2005年2-5月啤酒产量广东省统计 416

图表：2005年2-5月啤酒产量广西区统计 416

图表：2005年2-5月啤酒产量海南省统计 416

图表：2005年2-5月啤酒产量重庆市统计 417

图表：2005年2-5月啤酒产量四川省统计 417

图表：2005年2-5月啤酒产量贵州省统计 417

图表：2005年2-5月啤酒产量云南省统计 417

图表：2005年2-5月啤酒产量陕西省统计 418

图表：2005年2-5月啤酒产量甘肃省统计 418

图表：2005年2-5月啤酒产量新疆区统计 418

图表：2005年2-5月啤酒产量宁夏区统计 418

图表：2005年2-5月啤酒产量内蒙古统计 419

图表：2005年2-5月啤酒产量西藏区统计 419

图表：2005年1-5月全部企业啤酒制造全国统计 419

图表：2005年1-5月全部企业啤酒制造北京市统计 421

图表：2005年1-5月全部企业啤酒制造天津市统计 423

图表：2005年1-5月全部企业啤酒制造河北省统计 424

图表：2005年1-5月全部企业啤酒制造山西省统计 426

图表：2005年1-5月全部企业啤酒制造辽宁省统计 428

图表：2005年1-5月全部企业啤酒制造吉林省统计 429

图表：2005年1-5月全部企业啤酒制造黑龙江统计 431

图表：2005年1-5月全部企业啤酒制造上海市统计 433

图表：2005年1-5月全部企业啤酒制造江苏省统计 434

图表：2005年1-5月全部企业啤酒制造浙江省统计 436

图表：2005年1-5月全部企业啤酒制造安徽省统计 438

图表：2005年1-5月全部企业啤酒制造福建省统计 440

图表：2005年1-5月全部企业啤酒制造江西省统计 441

图表：2005年2-5月全部企业啤酒制造山东省统计 443

图表：2005年1-5月全部企业啤酒制造河南省统计 445

图表：2005年1-5月全部企业啤酒制造湖北省统计 446

图表：2005年1-5月全部企业啤酒制造湖南省统计 448

图表：2005年1-5月全部企业啤酒制造广东省统计 450

图表：2005年1-5月全部企业啤酒制造广西区统计 452

图表：2005年1-5月全部企业啤酒制造海南省统计 453

图表：2005年1-5月全部企业啤酒制造重庆市统计 455

图表：2005年1-5月全部企业啤酒制造四川省统计 457

图表：2005年1-5月全部企业啤酒制造贵州省统计 458

图表：2005年1-5月全部企业啤酒制造云南省统计 460

图表：2005年1-5月全部企业啤酒制造陕西省统计 462

图表：2005年1-5月全部企业啤酒制造甘肃省统计 464

图表：2005年1-5月全部企业啤酒制造新疆区统计 465

图表：2005年1-5月全部企业啤酒制造宁夏区统计 467

图表：2005年1-5月全部企业啤酒制造内蒙古统计 469

图表：2005年05月份麦芽酿造的啤酒进口贸易数据 470

图表：2005年05月份麦芽酿造的啤酒出口贸易数据 471

图表：2005年04月份麦芽酿造的啤酒进口贸易数据 474
图表：2005年04月份麦芽酿造的啤酒出口贸易数据 475
图表：2005年03月份麦芽酿造的啤酒进口贸易数据 478
图表：2005年03月份麦芽酿造的啤酒出口贸易数据 480
图表：2005年02月份麦芽酿造的啤酒进口贸易数据 482
图表：2005年02月份麦芽酿造的啤酒出口贸易数据 483
图表：2005年01月份麦芽酿造的啤酒进口贸易数据 486
图表：2005年01月份麦芽酿造的啤酒出口贸易数据 488
略.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/42965.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。