



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2008年欧美文具市场市场分析及 发展趋势预测研究报告

## 一、调研说明

《2008年欧美文具市场市场分析及发展趋势预测报告》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/58129.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

2008年欧美文具市场市场分析及发展趋势市场分析及发展趋势研究报告

报告目录

PART1 欧美文具市场概览15

1 欧美文具市场综述15

1.1 概念及分类15

1.2 欧美文具市场综述16

1.2.1 欧美文具市场规模16

1.2.2 欧美文具市场结构17

1.3 欧美文具市场渠道18

1.3.1 欧美文具市场渠道综述18

1.3.2 办公用品专业分销渠道19

1.3.2.1 合同文具商19

1.3.2.2 办公用品超市商业服务19

1.3.2.3 办公用品独立经销商及经销商联盟19

1.3.2.4 办公用品批发商及批发商联盟20

1.3.3 非专业文具零售渠道20

1.4 欧美企业在华文具采购动力分析21

1.5 欧美零售商/经销商自有品牌市场22

1.5.1 美国零售商/经销商自有品牌市场22

1.5.1.1 中国文具在美国市场的地位22

1.5.1.2 美国办公和学生文具自有品牌市场23

1.5.1.3 美国办公/学生文具自有品牌产品的发展空间24

1.5.2 欧洲零售商/经销商自有品牌市场25

2 欧美文具细分市场27

2.1 欧美名姓片区域市场27

2.2 欧美邮寄用品区域市场28

2.3 欧美图章用品区域市场29

2.4 欧美纸质文具区域市场31

2.5 欧美聚会用品区域市场32

2.6 欧美书写工具区域细分市场33

2.7 欧美小件文具区域市场	34
2.8 欧美文具市场细分	36
2.8.1 欧美办公文具市场	36
2.8.1.1 欧美办公文具市场综述	36
2.8.1.2 欧美办公文具市场特点	37
2.8.1.3 成熟办公文具市场需求特点	37
2.8.1.4 欧美办公文具市场发展趋势	39
2.8.2 欧美学生文具市场	40
2.8.3 家庭文具市场	41
2.8.3.1 家庭办公消费市场	42
2.8.3.2 家庭/个人消费市场	42
2.8.4 OEM/ODM市场	42
2.8.5 欧美促销文具市场	43
2.8.5.1 欧美促销文具市场综述	43
2.8.5.2 欧美促销文具市场	44
2.8.5.3 促销文具市场的子细分市场	44
PART2 北美文具市场	47
3 美国文具市场	47
3.1 市场综述	47
3.2 产品细分市场	48
3.2.1 产品细分市场规模	48
3.2.2 产品细分市场结构	49
3.2.3 产品细分市场增长	50
3.2.4 美国名姓片市场	51
3.2.4.1 市场规模	51
3.2.4.2 分销渠道	53
3.2.4.3 竞争分析	53
3.2.4.4 美国名姓片制造商	53
3.2.4.5 名姓片价值链分布	55
3.2.4.6 美国重要的名姓片进口商和分销商	55
3.2.5 美国书写工具市场	57
3.2.5.1 美国书写工具市场综述	57

- 3.2.5.2 美国书写工具市场分销渠道57
- 3.2.5.3 美国书写工具市场产品结构58
- 3.2.5.4 美国书写工具进口59
- 3.3 市场细分/目标客户群60
- 3.4 重要的行业趋势和特点61
- 3.5 市场渠道和经销商62
  - 3.5.1 渠道综述62
  - 3.5.2 美国办公和学校用品零售店分布63
  - 3.5.3 美国主要的办公用品超市65
  - 3.5.4 综合连锁超市70
  - 3.5.5 商业渠道73
  - 3.5.6 促销品渠道76
  - 3.5.7 中小型进口商/批发商79
  - 3.5.8 采购联盟81
- 3.6 美国文具进口85
  - 3.6.1 装订夹及附件89
  - 3.6.2 商务本册及表格90
  - 3.6.3 文件用品91
  - 3.6.4 邮寄用品92
  - 3.6.5 书写工具93
  - 3.6.6 相框和相册进口总额94
  - 3.6.7 商务包箱类95
  - 3.6.8 计算机附件96
  - 3.6.9 桌面用品97
  - 3.6.10 绘画用品98
  - 3.6.11 胶带和胶水99
  - 3.6.12 学校用品101
  - 3.6.13 整理和计划用品102
  - 3.6.14 社交用品103
  - 3.6.15 办公存储用品104
- 3.7 美国重要的文具制造企业105
  - 3.7.1 Sanford105

- 3.7.2 Hallmark106
- 3.7.3 AmericanGreetings106
- 3.7.4 Avery107
- 3.8 中国文具企业对美国出口机会107
- 4 加拿大文具市场109
  - 4.1 市场综述109
  - 4.2 产品细分市场109
    - 4.2.1 产品细分市场规模109
    - 4.2.2 产品细分市场结构110
    - 4.2.3 产品细分市场增长111
  - 4.3 市场细分/目标客户群112
  - 4.4 重要的行业趋势和特点112
  - 4.5 市场渠道和经销商112
  - 4.6 加拿大办公用品采购联盟114
  - 4.7 加拿大文具进口114
  - 4.8 中国文具企业对加拿大出口机会115
- PART3 欧洲市场116
  - 5 欧洲文具市场116
    - 5.1 市场综述116
    - 5.2 产品细分市场117
      - 5.2.1 产品细分市场规模117
      - 5.2.2 产品细分市场结构118
      - 5.2.3 产品细分市场增长120
    - 5.3 市场细分/目标客户群120
    - 5.4 重要的行业趋势和特点121
    - 5.5 市场渠道和经销商122
      - 5.5.1 专业办公用品渠道122
      - 5.5.2 非专业渠道140
    - 5.6 欧盟15国文具进口140
  - 6 德国文具市场145
    - 6.1 市场综述145
    - 6.2 产品细分市场145

6.2.1 产品细分市场规模	145
6.2.2 产品细分市场结构	146
6.2.3 产品细分市场增长	147
6.3 市场细分/目标客户群	148
6.3.1 德国商业办公市场	149
6.3.2 德国的文具商采购组织	152
6.3.3 会员/仓储连锁店	152
6.3.4 食品连锁店	154
6.3.5 其他渠道	155
6.4 重要的行业趋势和特点	155
6.5 德国文具进口	155
6.6 德国重要的文具制造企业	156
6.7 中国文具企业对德国出口机会	157
7 英国文具市场	158
7.1 市场综述	158
7.2 产品细分市场	158
7.2.1 产品细分市场规模	158
7.2.2 产品细分市场结构	159
7.2.3 产品细分市场增长	161
7.3 市场细分/目标客户群	161
7.4 重要的行业趋势和特点	162
7.5 市场渠道和经销商	163
7.5.1 市场渠道结构	163
7.5.2 商业渠道	164
7.5.3 综合连锁超市	164
7.6 英国文具进口	166
7.7 英国主要的文具制造商/供应商	167
7.8 英国主要的文具分销商	168
7.8.1 英国重要的文具分销商/样本邮购商	168
7.8.2 英国的文具零售商	169
7.9 中国文具企业对英国出口机会	170
8 法国文具市场	171

- 8.1 市场综述171
- 8.2 产品细分市场171
  - 8.2.1 产品细分市场规模171
  - 8.2.2 产品细分市场结构172
  - 8.2.3 产品细分市场增长173
- 8.3 市场细分/目标客户群174
- 8.4 重要的行业趋势和特点175
- 8.5 市场渠道和经销商175
  - 8.5.1 专业办公渠道/商业服务177
  - 8.5.2 综合连锁超市177
  - 8.5.3 法国文具零售商179
  - 8.5.4 法国文具批发商193
- 8.6 法国文具进口196
- 8.7 法国主要的文具制造企业196
- 8.8 中国文具企业对法国出口机会198
- 9 意大利文具市场199
  - 9.1 市场综述199
  - 9.2 产品细分市场199
    - 9.2.1 产品细分市场规模199
    - 9.2.2 产品细分市场结构200
    - 9.2.3 产品细分市场增长201
  - 9.3 市场细分/目标客户群203
  - 9.4 市场渠道和经销商203
    - 9.4.1 Buffetti203
    - 9.4.2 主要的文具和办公用品分销商204
    - 9.4.3 主要的文具进口商207
  - 9.5 意大利文具进口209
  - 9.6 中国文具企业对意大利的出口机会209
- 10 西班牙文具市场210
  - 10.1 市场综述210
  - 10.2 产品细分市场211
    - 10.2.1 产品细分市场规模211



- 10.2.2 产品细分市场结构211
- 10.2.3 产品细分市场增长213
- 10.3 市场细分/目标客户群213
- 10.4 市场渠道和经销商214
  - 10.4.1 渠道综述214
  - 10.4.2 西班牙文具进口商和分销商215
- 10.5 西班牙文具进口218
- 10.6 中国文具企业对西班牙出口机会219
- 11 欧洲其他国家文具市场220
  - 11.1 市场综述220
  - 11.2 产品细分市场规模、结构及增长220
    - 11.2.1 产品细分市场规模220
    - 11.2.2 产品细分市场结构221
    - 11.2.3 产品细分市场增长222
  - 11.3 市场细分/目标客户群223
  - 11.4 重要的行业趋势和特点223
  - 11.5 市场渠道和经销商224
    - 11.5.1 西欧其他国家的市场渠道224
      - 11.5.1.1 荷兰的专业办公市场渠道224
      - 11.5.1.2 爱尔兰的文具和办公用品市场渠道224
    - 11.5.2 欧洲其他国家的市场渠道225
  - 11.6 北欧部分国家文具市场225
    - 11.6.1 挪威合同文具和图书市场225
    - 11.6.2 芬兰合同文具市场225
    - 11.6.3 爱沙尼亚合同文具市场226
    - 11.6.4 立陶宛合同文具市场226
  - 11.6 东欧文具市场226
    - 11.7.1 东欧文具市场综述226
    - 11.7.2 俄罗斯文具市场227
      - 11.7.2.1 市场综述227
      - 11.7.2.2 产品细分市场227
        - 11.7.2.2.1 产品细分市场规模227

- 11.7.2.2.2 产品细分市场结构228
- 11.7.2.2.3 产品细分市场增长229
- 11.7.2.3 市场细分/目标客户群230
- 11.7.2.4 重要的行业趋势和特点230
- 11.7.2.5 俄罗斯文具进口231
- 11.7.3 波兰文具市场231
  - 11.7.3.1 波兰文具市场综述231
  - 11.7.3.2 终端消费群232
  - 11.7.3.3 波兰文具进口232
  - 11.7.3.4 波兰本国的文具制造商233
  - 11.7.3.5 波兰主要的进口商和分销商235
- 11.8 中国企业的出口机会237
- 12 中国文具企业的出口机会238
  - 12.1 细分市场综述238
  - 12.2 大型办公用品连锁超市机会分析238
  - 12.3 商业服务/B2B/合同文具商机分析239
  - 12.4 非专业渠道连锁超市机会分析240
    - 12.4.1 非专业渠道连锁超市机会240
    - 12.4.2 全球大型非专业渠道零售商241
  - 12.5 文具批发/进口商市场机会分析258
  - 12.6 经销商采购联盟259
  - 12.7 区域市场出口机会259
- PART4 全球文具市场动态260
- 13 全球文具经销商市场动态260
  - 13.1 办公用品连锁店市场动态260
  - 13.2 合同文具市场动态260
  - 13.3 文具和办公用品批发市场动态261
  - 13.4 非专业零售渠道市场动态261
- 14 欧美文具市场动态270
  - 14.1 英国家庭办公习惯逐渐形成270
  - 14.2 办公用品联盟成为北欧办公用品采购的主体271
  - 14.3 意大利办公用品市场进入缓慢增长期271

14.4 美国学讯季节学校用品的竞争异常残酷272

14.5 美国和欧盟联合加强知识产权保护力度272

14.6 文具消费的季节性日趋显著273

图表

图1.1 欧美文具市场规模

图1.2 欧美文具市场地位及演变趋势

图1.3 欧美文具市场分布

图1.4 北美文具市场分布

图1.5 欧洲文具市场分布

图1.6 美国办公和学生文具/办公用品自有品牌比例a

图1.7 美国办公和学生文具/办公用品自有品牌比例b

图1.8 美国办公和学生文具自有品牌发展趋势

图1.9 美国未来10年办公/学生文具自有品牌发展空间

图1.10 欧洲自有品牌最发达国家的经销商自有品牌比重

图1.11 欧洲增长最快国家的产品经销商自有品牌比重

表1.1 中国文具在美国市场的地位

图2.1 欧美名姓片在市场全球的市场地位

图2.2 欧洲各国名姓片市场份额

图2.3 欧美主要国家/地区邮寄用品市场规模

图2.4 欧洲各国邮寄用品市场份额

图2.5 欧美图章用品在全球的市场地位

图2.6 欧洲各国图章用品市场份额

图2.7 欧美纸质文具在全球的市场地位

图2.8 欧洲各国纸质文具产品结构

图2.9 欧美聚会用品在全球的市场地位

图2.10 欧洲各国聚会用品市场份额

图2.11 欧美书写工具在全球的市场地位

图2.12 欧洲各国书写工具产品结构

图2.13 欧美其它小件文具在全球的市场地位

图2.14 欧洲各国其它小件文具市场份额

表2.1 欧美主要国家/地区名姓片市场规模

表2.2 欧美主要国家/地区邮寄用品市场规模

表2.3 欧美主要国家/地区图章用品市场规模

表2.4 欧美主要国家/地区纸质文具市场规模

表2.5 欧美主要国家/地区聚会用品市场规模

表2.6 欧美主要国家/地区书写工具市场规模

表2.7 欧美其它小件文具市场

图3.1 美国办公和学生用品市场规模

图3.2 美国文具市场规模

图3.3 文具产品市场份额

图3.4 纸质文具产品结构

图3.5 书写工具产品结构

图3.6 美国文具市场产品增长情况

图3.7 美国名姓片的消费模式

图3.8 季节性使用的名姓片用途

图3.9 日常使用的名姓片用途

图3.10 美国名姓片行业价值链成本结构

图3.11 美国书写工具市场增长趋势

图3.12 美国学校及办公用品市场渠道分布

图3.13 美国书写工具市场产品结构（按交货值）

图3.14 美国书写工具市场产品结构（按交货量）

图3.15 美国进口的所有书写工具

图3.16 美国进口的书写工具产品结构

图3.17 美国办公和学校用品零售店个数

图3.18 美国办公和学校用品零售商集中度

图3.19 美国办公和学校用品零售商零售店（个数）集中度

图3.20 美国办公和学校用品零售商零售店（零售额）集中度

图3.21 Wal-Mart在美国的零售店数量及类型

图3.22 Wal-Mart的全球零售店分布

图3.23 Wal-Mart在美国的零售店数量及类型

图3.24 Wal-Mart在Sanford的采购额

图3.25 CorporateExpress的业务构架

图3.26 CorporateExpress在北美的业务分布

图3.27 CorporateExpress在欧洲和澳洲的业务分布

图3.28 HALO/LeeWayne最近几年的销售情况

图3.29 CorporateExpressPromotionalMarketing最近几年的销售情况

图3.30 4ImprintUSA最近几年的销售情况

图3.31 4AmericanIdentity最近几年的销售情况

图3.32 美国从海外进口的文具

图3.32 美国进口文具增长率

图3.33 美国主要的文具进口来源国/地区及进口额

图3.34 美国从中国进口的主要文具产品

图3.35 美国从加拿大进口的主要文具产品

图3.36 美国从墨西哥进口的主要文具产品

图3.37 美国从台湾进口的主要文具产品

图3.38 美国进口文具主要来源国/地区进口增长情况

图3.39 美国进口装订夹及附件总额

图3.40 美国进口的装订夹及附件主要来源国/地区和金额

图3.41 美国进口商务本册及表格总额

图3.42 美国进口的商务本册及表格主要来源国/地区和金额

图3.43 美国进口文件用品总额

图3.44 美国进口的文件用品主要来源国/地区和金额

图3.45 美国进口邮寄用品总额

图3.46 美国进口的邮寄用品主要来源国/地区和金额

图3.47 美国进口书写工具总额

图3.48 美国进口的书写工具主要来源国/地区和金额

图3.49 美国进口的相框和相册总额

图3.50 美国进口的相框和相册主要来源国/地区和金额

图3.51 美国进口商务包箱类总额

图3.52 美国进口的商务包箱类主要来源国/地区和金额

图3.53 美国进口计算机附件总额

图3.54 美国进口的计算机附件主要来源国/地区和金额

图3.55 美国进口桌面用品总额

图3.56 美国进口的桌面用品主要来源国/地区和金额

图3.57 美国进口绘画用品总额

图3.58 美国进口的绘画用品主要来源国/地区和金额

图3.59 美国进口胶带和胶水总额

图3.60 美国进口的胶带和胶水主要来源国/地区和金额

图3.61 美国进口学校用品总额

图3.62 美国进口的学校用品主要来源国/地区和金额

图3.63 美国进口整理和计划用品总额

图3.64 美国进口的整理和计划用品主要来源国/地区和金额

图3.65 美国进口社交用品总额

图3.66 美国进口的社交用品主要来源国/地区

图3.67 美国进口办公存储用品用品总额

图3.68 美国进口的办公存储用品主要来源国/地区和金额

表3.1 美国文具市场分类及规模

表3.2 消费者渠道选择

表3.3 中国文具向美国的出口地位

图4.1 加拿大文具市场规模

图4.2 文具产品市场份额

图4.3 纸质文具产品结构

图4.4 书写工具产品结构

图4.5 加拿大文具市场产品增长情况

图4.6 加拿大进口的纸质文具产品结构

图4.7 加拿大进口的办公用品产品结构

表4.1 加拿大文具市场分类及规模

图5.1 欧洲文具市场规模

图5.2 2005年主要国家市场规模

图5.3 2005年主要国家市场份额

图5.4 文具产品市场份额

图5.5 纸质文具产品结构

图5.6 书写工具产品结构

图5.7 欧洲文具市场产品增长情况

图5.8 文具和办公用品消费群结构

图5.11 欧盟15国各国的文具进口情况

图5.12 欧盟15国各国的文具进口情况

图5.13 欧盟15国进口的部分文具大类

图5.14 欧盟15国进口的纸制品

图5.15 欧盟15国进口的桌面和学校用品

图5.16 欧盟15国进口的书写和绘画用品

图5.17 欧盟15国进口的艺术用品

图5.18 欧盟15国进口日历和卡片

表5.1 欧洲文具市场分类及规模

表5.2 OfficeSuppliesDenmarkA/S的零售成员企业

图6.1 德国文具市场规模

图6.2 文具产品市场份额

图6.3 纸质文具产品结构

图6.4 书写工具产品结构

图6.5 德国文具市场产品增长情况

图6.6 REWE的营业额分布情况

图6.7 德国的文具和办公用品进口

表6.1 德国文具市场分类及规模

表6.2 Metro的全球零售店和业务分布

图7.1 英国文具市场规模

图7.2 文具产品市场份额

图7.3 纸质文具产品结构

图7.4 书写工具产品结构

图7.5 英国文具市场产品增长情况

图7.6 英国文具市场渠道结构

表7.1 英国文具市场分类及规模

表7.2 英国主要办公用品分销企业市场占有率

表7.3 Tesco的业务分布情况

图8.1 法国文具市场规模

图8.2 文具产品结构

图8.3 纸质文具产品结构

图8.4 书写工具产品结构

图8.5 法国文具市场产品增长情况

图8.6 法国文具市场渠道结构

图8.7 家乐福的业务分布

图8.8 家乐福的超市类型分布  
表8.1 法国文具市场分类及规模  
表8.2 法国主要办公用品分销企业市场占有率  
表8.3 家乐福的超市类型及市场分布  
图9.1 意大利文具市场规模  
图9.2 文具产品结构  
图9.3 纸质文具产品结构  
图9.4 书写工具产品结构  
图9.5 意大利文具市场产品增长情况  
表9.1 意大利文具市场分类及规模  
图10.1 西班牙文具市场规模  
图10.2 文具产品结构  
图10.3 纸质文具产品结构  
图10.4 书写工具产品结构  
图10.5 西班牙文具市场产品增长情况  
图10.6 西班牙文具消费群  
图10.7 西班牙文具消费群结构  
图10.8 西班牙文具市场分销渠道  
图10.9 西班牙主要的文具进口来源国  
图10.10 西班牙主要的文具出口目的国  
表10.1 西班牙文具市场分类及规模  
图11.1 欧洲其他文具市场规模  
图11.2 文具产品结构  
图11.3 纸质文具产品结构  
图11.4 书写工具产品结构  
图11.5 欧洲其他文具市场产品增长情况  
图11.6 俄罗斯文具市场规模  
图11.7 文具产品结构  
图11.8 纸质文具产品结构  
图11.9 书写工具产品结构  
图11.10 俄罗斯文具市场产品增长情况  
图11.11 俄罗斯文具市场消费群结构



图11.12 波兰文具市场规模

表11.1 欧洲其他文具市场分类及规模

表11.2 荷兰主要办公用品分销企业市场占有率

表11.3 爱尔兰主要办公用品分销企业市场占有率

表11.4 俄罗斯文具市场分类及规模

表12.1 全球150家综合和专业零售商

A045

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/58129.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。