



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008年中国餐饮市场分析及发展趋势研究报告

一、调研说明

《2008年中国餐饮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/70494.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

第一章 全球化中的中国餐饮市场1

第一节 世界餐饮市场1

一、当前我国餐饮市场主要特点1

二、我国餐饮市场的发展趋势13

三、餐饮业的发展策略14

第二节 主要国家餐饮市场16

一、美国餐饮业16

二、日本餐饮业21

三、印度餐饮业23

四、德国餐饮业25

五、英国餐饮业27

六、俄罗斯餐饮业28

第三节 我国餐饮市场在全球餐饮市场中的地位33

第四节 全球餐饮业投资方向34

一、全球十大饭店集团全部进入中国市场34

二、全球最大餐饮供应商看好中国35

第二章 中国餐饮业发展与现状38

第一节 2006-2007中国餐饮业发展分析38

一、2006年餐饮市场情况38

二、2006年餐饮市场主要特点47

三、2006年餐饮业领先地区49

第二节 2007年餐饮市场49

一、2007年全国住宿与餐饮业零售额50

二、“五一黄金周”对餐饮业的拉动作用59

三、餐饮市场趋势展望60

第三节 中国餐饮业发展特点解析61

一、增长迅速的原因分析61

二、居民收入增长与餐饮市场62

三、中国餐饮企业亟待解决两大问题64

第四节 餐饮连锁经营及其发展65

一、目前我国餐饮连锁业态的生存现状65

二、中式餐饮连锁发展状况及国际比较69

三、我国连锁餐饮企业发展势头趋旺73

第三章 各类餐饮业态的发展78

第一节 快餐业78

一、近几年中国快餐业经营现状78

二、中国快餐发展形式80

三、制约中国快餐业发展的因素82

四、中西快餐营养大战83

五、中国快餐业正迅速发展84

第二节 酒（饭）店餐饮业85

一、近几年中国酒店餐饮业特点及形势85

二、2006-2007年中国饭店业的餐饮发展新思路88

三、酒店餐饮人才现状堪忧93

四、酒店餐饮业经营可持续发展动力研究98

五、酒店餐饮业大众化经营的必然性与可行性101

第三节 其他新型餐饮业态103

一、主题餐馆103

二、外卖餐饮107

三、流动餐厅107

四、休闲餐饮108

五、超市餐饮109

六、航空餐饮111

第四章 重点区域市场分析114

第一节 北京餐饮市场114

一、北京餐饮业的特点114

二、餐饮文化品牌竞争激烈115

三、2006-2007年度北京餐饮业现状117

四、北京餐饮业发展与趋势118

五、北京未来两年奥运餐饮规划122

六、北京餐饮业具有的优势122

第二节 上海餐饮市场124

一、2005-2007年度上海餐饮业发展近况124

二、2006-2007上海餐饮业发展新特点126

三、上海洋中式快餐市场之争128

四、上海餐饮业发展趋势预测128

第三节 广州餐饮市场129

一、近几年广州市餐饮业发展回顾129

二、2006-2007年广州餐饮业发展现状131

三、广州餐饮业特点132

四、2007年“广州十大明星餐饮企业”133

五、广州饮食业快速发展的原因137

第四节 西安餐饮市场138

一、2005-2007年度西安餐饮业现状138

二、西安餐饮业发展情况139

三、2007年餐饮市场140

第五节 重庆餐饮市场141

一、近几年重庆餐饮业发展现状141

二、2005-2007年度重庆市餐饮业发展状况143

三、重庆市餐饮业新动向144

四、重庆餐饮市场发展前瞻146

第六节 深圳餐饮市场147

一、近年深圳餐饮市场动态147

二、2006-2007年度深圳餐饮业市场现状148

三、深圳餐饮消费特征变化明显151

四、西式餐饮在深圳市场的地位变化152

五、中式餐饮市场群雄并起153

第五章 中国餐饮市场竞争分析156

第一节 中国餐饮市场竞争格局156

一、餐饮企业组织形式多样化发展156

- 二、餐饮企业规模化竞争态势增强156
- 三、地区性餐饮资源竞争明显升级157
- 四、特色餐快餐竞争成为关键157
- 第二节 中国餐饮市场竞争态势与对策158
 - 一、中国餐饮市场竞争态势四大变化158
 - 二、应对餐饮竞争举措166
- 第三节 饭店餐饮市场竞争经营171
 - 一、开发风味特色餐厅171
 - 二、设置不同档次的餐172
 - 三、注重培育餐饮品牌172
 - 四、会议、婚宴和重要接待173
 - 五、扩大经营范围173
 - 六、特色和品牌菜173
 - 七、减少能源消耗173
 - 八、不断开发新产品174
 - 九、委托经营之路174
 - 十、观念的转换174

第六章 主要餐饮企业分析176

第一节 环球百胜餐饮集团176

- 一、2006年企业经营状况报告176
- 二、企业重点经营动向分析178
- 三、发展策略179
- 四、连锁经营之道179

第二节 上海锦江国际酒店发展股份有限公司181

- 一、近年来企业经营状况报告181
- 二、2006-2007年度企业经营态势186
- 三、企业重点经营新动向信息188

第三节 沈阳小土豆餐饮有限公司189

- 一、近期企业经营态势189
- 二、企业重点经营动向分析191

第四节 北京全聚德集团有限责任公司192

- 一、2006年企业经营状况报告192
- 二、企业重点经营动向分析193
- 三、发展策略及实施效果195
- 第五节 德克士食品开发有限公司198
- 一、近年来企业经营状况回顾198
- 二、企业重点经营动向分析200
- 三、发展策略及实施效果202
- 第六节 重点关注的其他餐饮企业204
- 一、内蒙古小肥羊餐饮连锁有限公司204
- 二、西安饮食服务集团207
- 三、麦当劳与肯德基的中国之争215

第七章 消费者分析219

第一节 餐饮消费者类型浅析219

- 一、便利型消费者219
- 二、求廉型消费者219
- 三、享受型消费者219
- 四、求新型消费者220
- 五、健康型消费者220
- 六、信誉型消费者220

第二节 城镇居民的食品消费结构222

第三节 不同餐饮业态的消费特征228

第四节 快餐的消费特点分析231

- 一、快餐目标市场分析231
- 二、快餐店消费心理特点233
- 三、快餐消费频率调查与分析239

第五节 2007年餐饮消费趋势分析240

- 一、2006年餐饮消费行情依然看涨240
- 二、2006年国内餐饮业发展趋势总结245

第八章 餐饮企业战略规划及策略准备248

第一节 策略准备248

- 一、重点解决主要的发展瓶颈及及连锁路径的选择248
- 二、结合市场环境作出合理的估计251
- 三、建立灵活的企业机制251
- 四、餐饮企业竞争策略252
- 第二节 餐饮企业战略规划254
 - 一、充分建立和维护品牌的自有特色254
 - 二、品牌经营是餐饮竞争的核心256
 - 三、通过品牌战略目标的攻克来保持成长所需的动力257

第九章 餐饮营销261

第一节 餐饮产品营销261

- 一、产品设计是多元组合要素261
- 二、营造自身的个性和特色261
- 三、系统论证产品创新方案262
- 四、产品设计和营销体系是创新思想263

第二节 餐饮营销手段及技巧263

第三节 餐饮品牌营销现状分析266

- 一、过分迷信评选活动266
- 二、缺乏品牌营销意识266
- 三、品牌资产管理滞后267
- 四、忽略品牌建设整体性267
- 五、缺乏文化内涵支持267
- 六、品牌推广力度不够267
- 七、个性化品牌才是王牌268
- 八、品牌延伸误入陷阱269
- 九、商标注册意识淡薄270

第四节 餐饮业营销的十个发展方向270

- 一、走优质高效的快餐化道路270
- 二、更加强调营销环境的情调、氛围272
- 三、生态农业、绿色食品、保健环境272
- 四、重视个性化、特色化、形象化的服务273
- 五、重视情感生活和社交活动的需求273

六、新奇性和娱乐性274

七、重视顾客对信息的需求274

八、重视人们对文化知识的追求275

九、重视营销要素中的文化品味275

十、迎合都市时尚及其生活方式276

第五节 餐饮营销手段277

一、广告营销277

二、宣传营销278

三、公关营销278

四、菜单营销279

第六节 餐饮营销成功要素279

一、资深员工279

二、信息收集279

三、营销意识279

四、个性服务279

五、客室档案280

第十章 2006-2007餐饮业投资特点变化281

第一节 2006年国民经济发展与餐饮投资特点分析281

一、2006年经济运行情况分析281

二、2006年餐饮业投资特点的变化285

三、中国餐饮投资炙手可热286

第二节 餐饮业影响投资决策及方向的要素分析289

一、消费者收入水平产生的影响289

二、居民饮食习惯变化对餐饮业的影响290

三、旅游业对餐饮业的影响291

四、国外餐饮业的介入对国内餐饮业带来的影响294

五、可能存在的突发事件对餐饮业的影响296

第三节 2007年第一季度蔬菜市场形势分析297

一、生产与价格变化情况297

二、2007年1-3月我国蔬菜出口继续保持稳步增长态势。298

三、问题与建议303

第十一章 餐饮业风险因素分析307

第一节 2006年餐饮业主要的经营风险因素307

一、信息不对称产生的决策风险307

二、财务风险308

三、疫情传播风险309

第二节 餐饮业保险310

一、餐饮业保险的兴起310

二、餐饮业保险须尽快走出“盲区”311

三、华安保险缘何“逆势”受宠313

四、餐饮保险的意义314

第十二章 2008餐饮业的发展动态与趋势315

第一节 新型餐饮业态研究315

一、中外餐饮消费特点变化比较315

二、国内新型餐饮业特点比较分析316

第二节 中餐业发展潜力分析318

一、中国餐饮业产业优势分析319

二、餐饮行业的市场进入机会319

三、中国餐饮行业的不足与面临的威胁321

第十三章 2008年餐饮业发展预测324

第一节 2008年关键影响因素预测324

一、宏观经济预期324

二、粮油价格预期326

三、居民收入预期327

四、2008年旅游行业预期327

第二节 2008年餐饮业发展预测331

一、2008年餐饮市场规模预测332

二、2008年中国餐饮市场热点及特点332

附录337

附录一：《全国食品工业“十一五”发展规划建议》337

附录二：《中国消费品市场发展报告(2006--2007)》352

图表目录

图表1-1 2005 -2007年全国餐饮业零售额上升比较1

图表1-2 2007年全国餐饮业零售额将突破一万亿元1

图表1-3 2007年一季度上海市社会消费品零售额比较2

图表1-4 2007年一季度上海市餐饮业销售额比较3

图表1-5 2007年一季度上海市餐饮业销售额占社会消费品零售额的比重4

图表1-6 2007年一季度浙江省社会消费品零售总额比较5

图表1-7 2007年一季度浙江省餐饮业实现零售额5

图表1-8 2007年一季度湖南省社会消费品零售总额6

图表1-9 2007年一季度湖南省社会消费品零售总额增速比较7

图表1-10 2007年一季度湖南省限额以上住宿和餐饮业实现零售总额比较8

图表1-11 2007年一季度西安累计社会消费品零售总额9

图表1-12 2007年一季度西安住宿和餐饮业累计实现零售总额10

图表1-13 2007年全国人均外出餐饮消费支出11

图表1-14 美国餐饮业营业额实际增长率（1971——2006）17

图表1-15 美国快餐20强统计19

图表1-16 中日每人年均餐饮消费额比较22

图表1-17 2007年德国世界杯从事餐饮业的人员人均收入情况26

图表1-18 目前全球航空配餐业市场规模情况35

图表2-1 2006年全年餐饮业零售额统计情况38

图表2-2 2006年全年实现营业税金统计情况38

图表2-3 2006年内有3次创下历年月度零售额新高纪录情况39

图表2-4 2006年内有3次创下历年月度零售额新高纪录情况39

图表2-5 2006年12月份零售额新情况40

图表2-6 2006年东部地区11个省份餐饮业零售额所占比例情况41

图表2-7 2006年东部地区11个省份餐饮业零售额情况41

图表2-8 2006年中部地区8个省份餐饮业零售额情况41

图表2-9 2006年中部地区8个省份餐饮业零售额占全国餐饮业零售额的比例42

图表2-10 2006年西部地区12个省份餐饮业零售额占全国餐饮业零售额的比例42

图表2-11 2006年西部地区12个省份餐饮业零售额情况43

图表2-12 2006年西部地区餐饮业对社会消费品零售的增长贡献率和拉动率43

图表2-13 分省份看零售额方面的排名情况44

图表2-14 分省份看零售额增长率方面情况44

图表2-15 分省份看零售额贡献率方面情况45

图表2-16 城市(指省会城市以上)餐饮零售额情况45

图表2-17 城市(指省会城市以上)餐饮零售额增长率方面46

图表2-18 城市餐饮零售额占社会消费品零售总额比重情况46

图表2-19 2006年我国人均餐饮消费水平情况47

图表2-20 2006年我国餐饮业零售额对社会消费品零售总额增长的贡献率48

图表2-21 1981年至2006年30年间的餐饮经济增长贡献率分析48

图表2-22 2007年1-4月全国住宿、餐饮业零售额统计50

图表2-23 2007年1-4月全国住宿、餐饮业增长速度情况50

图表2-24 2007年1-4月全国住宿、餐饮业新设立外商投资企业情况51

图表2-25 2007年1-4月住宿、餐饮业新设立外商投资企业合同外资金额统计51

图表2-26 2007年1-4月全国住宿、餐饮业新设外商投资企业实用外资金额情况52

图表2-27 2007年1-4月全国住宿业新设企业情况52

图表2-28 2007年1-4月全国住宿业新设企业实际使用外资金额情况53

图表2-29 2007年1-4月全国餐饮业新设企业情况53

图表2-30 2007年1-4月全国餐饮业新设企业实际使用外资金额情况54

图表2-31 2007年1月、2月、3月住宿和餐饮业零售额情况54

图表2-32 2007年7月份全国住宿与餐饮业零售额55

图表2-33 2007年1-7月份全国住宿与餐饮业零售额55

图表2-34 2007年6月与7月份全国住宿与餐饮业零售额比较56

图表2-35 2007年1-7月全国住宿与餐饮业新设立外商投资企业情况56

图表2-36 2007年1-7月住宿与餐饮业新设外商投资企业合同外资金额情况57

图表2-37 2007年1-7月住宿与餐饮业新设外商投资企业实用外资金额情况57

图表2-38 2007年8月份全国住宿与餐饮业零售额情况58

图表2-39 2007年8月份全国住宿与餐饮业零售额累计情况58

图表2-40 2007年餐饮业预计情况60

图表2-40 2007年上半年我国城镇居民人均可支配收入情况63

图表2-41 2007年上半年我国城镇居民人均可支配收入情况63

图表2-42 2006年限额以上连锁零售集团情况69

图表2-43 2006年连锁餐饮集团情况70

图表2-44 近期我国连锁餐饮企业发展75

图表3-1 西式快餐在中国快餐市场所占有的比例78

图表3-2 目前酒店餐饮的从业人员的学历比较94

图表3-3 目前酒店餐饮主管以上人员的来源身份比较94

图表3-4 目前酒店餐饮厨房主管以上人员来源身份比较95

图表3-5 目前酒店餐饮从业人员流失率情况95

图表3-6 中国、日本及欧洲平均每人年就餐情况110

图表4-1 2005-2007年度北京餐饮业累计实现零售额比较118

图表4-2 2006-2007上半年上海餐饮业的总收入情况125

图表4-3 2010年上海世界博览会半年内将有人数情况125

图表4-4 2006-2007年上半年上海餐饮业营业收入情况126

图表4-5 2006-2007广州市餐饮业零售额情况131

图表4-6 2005-2006年西安餐饮零售额情况139

图表4-7 2006年1-12月份西安餐饮零售额与增长速度情况140

图表4-8 2006年1-12月份西安餐饮零售额相关年度统计情况141

图表4-9 重庆限额以上餐饮业网点数141

图表4-10 近几年重庆餐饮业销售情况142

图表4-11 近几年年重庆餐饮业财务指标142

图表4-12 2005-2007年重庆餐饮业营业额情况144

图表6-1 2006年中国百胜餐饮集团营业额176

图表6-2 百胜、麦当劳在全球运营的餐饮连锁店情况比较177

图表6-3 上海锦江国际酒店发展股份有限公司的投股数量变化182

图表6-4 上海锦江国际酒店发展股份有限公司的持股情况182

图表6-5 近几年上海锦江国际酒店主营业务收入及利润情况186

图表6-6 近几年上海锦江国际酒店总资产及股东权益情况187

图表6-7 上海锦江国际酒店每股收益和净资产收益率情况187

图表4-8 2007年一季度上海锦江国际酒店成本及利润情况187

图表4-9 上海锦江国际酒店主营业务利润及其它利润情况187

图表4-9 上海锦江国际酒店营业利润及投资收益情况188

图表4-10 上海锦江国际酒店利润总额和所得税情况188

图表6-11 2006年全聚德集团主营业务收入、实现利润及利税情况192

图表6-12 近期全聚德发展情况192

图表6-13 全聚德三大产业发展战略流程图196

图表6-14 近两年天津德克士食品开发有限公司营业额199

图表6-15 2006年1-6月西安饮食服务集团经营情况（1）207

图表6-16 2005年1-6月西安饮食服务集团经营情况（2）207

图表6-17 2006年1-6月西安饮食服务集团经营情况（3）207

图表6-18 2006年1-6月西安饮食服务集团经营情况（4）208

图表6-19 2006年1-6月西安饮食服务集团经营情况（5）208

图表6-20 2006年1-6月西安饮食服务集团经营情况（6）208

图表4-21 2007年1-6月合并利润及利润分配表209

图表6-22 近两年年西安饮食服务集团财务指标210

图表6-23 2007年1-6月本报告期与报告期期初、上年同期相比的财务指标214

图表6-24 2007年1-6月与上年度期末相比的财务指标215

图表7-1 2007年上半年市区居民人均在外饮食情况223

图表7-2 2007年上半年市区居民粮食和油类消费情况224

图表7-3 2006、2007上半年市区居民肉、水产品的消费225

图表7-4 2006、2007上半年城市居民蔬菜类消费225

图表7-5 2006、2007上半年市区居民鲜奶消费情况226

图表7-6 2006、2007上半年市区居民鲜瓜果类消费情况226

图表7-7 2006、2007上半年市区居民糖烟酒及饮料类消费情况227

图表7-8 2006、2007年上半年市区居民其他食品类半成品等消费情况227

图表7-9 上海写字楼的公司员工人数分布情况232

图表7-10 上海一般写字楼订饭情况232

图表7-11 消费者对西式快餐店的喜好233

图表7-12 不同年龄群体对西式快餐的喜好程度233

图表7-13 西式快餐的消费频次235

图表7-14 消费者选择西式快餐的原因235

图表7-15 消费者每次在西式快餐店消费金额236

图表7-16 西式快餐的消费类型236

图表7-17 最近三个月是否去过西式快餐店的比例237

图表7-18 最近一次在西式快餐店的花费238

图表7-19 消费者每月光顾快餐店次数情况239

图表7-20 2006年我国餐饮业与社零总额的增长速度比较241

图表7-21 2006年各月餐饮业零售额与增长速度241

图表7-22 ”十五”期间全国三大区域零售额242

图表7-23 我国人均餐饮消费变化情况243

图表7-24 1976-2006年餐饮业贡献率和拉动率情况244

图表7-25 2007年上半年全国住宿与餐饮业对社会消费品拉动情况245

图表7-26 餐饮业零售额相关年度“跨千亿元台阶”情况246

图表10-1 2007上半年经济数据解析281

图表10-2 2007年我国居民消费价格上涨情况282

图表10-3 2007年我国原油量进入稳定增长283

图表10-4 ”十五”期间我国餐饮情况286

图表10-5 2006-2007年人均收入与餐饮营业额比较289

图表10-6 2006年我国旅游情况统计291

图表10-7 2006年我国主要客源地区旅游人数情况292

图表10-8 2006年我国城镇、农村居民旅游情况292

图表10-9 2007年3月我国累计出口蔬菜298

图表10-10 2007年1-3月鲜冷冻蔬菜出口情况299

图表10-11 2007年1-3月加工保藏蔬菜出口情况299

图表10-12 2007年1-3月干蔬菜出口情况300

图表10-13 2007年1-3月我国蔬菜情况301

图表10-14 2007年1-3月我国蔬菜出口分品种情况301

图表10-15 2007年1-3月我国蔬菜出口分省份比较302

图表10-16 我国蔬菜出口分地区来看比较情况302

图表10-17 我国蔬菜对东盟主要国家出口情况303

图表10-18 2007年1-3月国内芹菜与胡萝卜批发价格统计表303

图表10-19 2007年1-3月国内土豆与黄瓜批发价格统计表304

图表10-20 2007年1-3月国内茄子与青椒批发价格统计表304

图表10-21 2007年1-3月国内葱头与生姜批发价格统计表305

图表10-22 2007年1-3月国内豆角批发价格统计表305

图表13-1 2007年三、四季度及全年居民消费水平情况325

图表13-2 2008年居民消费水平情况325

图表13-3 2007年旅游板块上市公司经营业绩增长情况328

图表13-4 2007年我国旅游情况330

图表13-5 重点旅游股投资评级330

A004

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/70494.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。