



艾凯咨询
ICAN Consulting

2007年中国宾馆酒店业市场分析 及发展趋势预测报告

一、调研说明

《2007年中国宾馆酒店业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/70517.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

2007年中国宾馆酒店业市场分析及发展趋势市场分析及发展趋势研究报告

目录

第一部分 行业发展现状分析

第一章 宾馆酒店产业的概念及投资特性 1

第一节 宾馆酒店业的概念与分类 1

一、宾馆酒店的定义 1

二、宾馆酒店的分类 1

第二节 宾馆酒店业的性质和特点 5

一、现代宾馆酒店的基本性质 5

二、现代宾馆酒店的基本特点 5

第三节 宾馆酒店业的投资特性 8

一、赢利性与成长性 8

二、酒店的周期性 9

三、要素的密集性 10

四、宾馆酒店业壁垒研究 11

第二章 关联产业分析 17

第一节 旅游业现状与酒店业发展 17

一、2006年我国旅游业运行态势 17

二、旅游业发展趋势 22

三、“奥运经济”对旅游酒店行业的促进 23

四、“十一五”旅游收入及预测 29

五、旅游业复苏，酒店业发展空间巨大 30

第二节 餐饮业发展现状及对酒店业的影响 32

一、2005-2006年我国餐饮业的现状 32

二、餐饮业对宾馆酒店业的影响 41

三、酒店餐饮经营竞争策略分析 43

第三节 会展业与酒店业互动发展情况 45

一、2005-2006年中国会展业发展现状与前景展望 45

二、会展与酒店业互动关系 52

- 三、会展与酒店业互动发展支撑体系 53
- 四、会展与酒店业互动发展模式 55
- 五、我国实现会展与酒店互动发展的对策 57

第三章 全球宾馆酒店业分析 60

第一节 全球宾馆酒店业现状 60

- 一、全球饭店业概况 60
- 二、全球酒店行业挑战 67
- 三、国际饭店业当前趋势 69

第二节 2006-2008年全球宾馆酒店业预测 71

第三节 美国宾馆酒店业分析 75

- 一、2006-2007年美国酒店业盈利分析 75
- 二、美国经营经济型酒店分析 75

第四章 中国酒店业市场发展情况 79

第一节 中国宾馆酒店业发展现状分析 79

- 一、旅游饭店业发展进程 79
- 二、旅游饭店业发展现状 81
- 三、我国饭店管理公司与国际饭店管理集团之比较 85
- 四、我国饭店业发展及行业管理面临的挑战 91

第二节 中国酒店业市场特点 93

- 一、中国酒店业发展速度全球居首 93
- 二、中国酒店业数字化尚处发展期 95
- 三、经济型酒店成支柱 95

第三节 中国旅游酒店市场新格局 96

- 一、行业效益提高 96
- 二、行业规模扩张 98
- 三、行业分工形成 100
- 四、行业创新发展 103
- 五、酒店集团强化 106
- 六、多元化态势形成 108
- 七、改制全面进行 110

八、科技推动发展 111

第二部分 行业市场分析

第五章 中国宾馆酒店行业市场分析 115

第一节 行业市场细分 115

一、商务型酒店 116

二、经济型酒店 117

三、会议/会展酒店 119

四、旅游度假酒店 123

五、青年旅舍类酒店 123

六、公寓式酒店 125

七、产权式酒店 128

八、分时度假酒店 131

第二节 行业市场结构分析 134

一、消费市场结构 134

二、2006年行业市场领先者 135

三、行业集中度 136

第三节 消费选择与消费趋势分析 137

一、游客对住宿设施的选择调查分析 137

二、游客的旅行目的 141

三、入境旅游消费结构状况的分析 142

四、消费者对住宿、餐饮的评价 147

五、旅游的休闲市场与饭店的度假业态 150

第六章 其他类型酒店业的现状 158

第一节 商务酒店 158

一、商务旅游概述 158

二、我国商务酒店的现状 158

三、商务酒店的前景 160

第二节 度假酒店 161

第三节 分时度假酒店在中国的发展 164

一、我国分时度假的四种经营者 164

- 二、我国分时度假市场存在的问题 164
- 三、我国开展的分时度假网络本土化实践的特点 166
- 四、我国分时度假酒店的前景 166
- 第四节 度假酒店发展趋势分析 167
 - 一、旅游市场需求特点 167
 - 二、度假旅游需求特点 168
 - 三、度假地的酒店供给 169
 - 四、国内酒店需要解决的问题 170
- 第五节 经济型酒店的现状分析和发展机会 171
 - 一、经济型酒店现状 171
 - 二、中国经济型酒店的地域布局 177
 - 三、中国经济型酒店市场需求分析 178
 - 四、中外品牌争抢经济型酒店市场 179
 - 五、中国经济型酒店存在的问题 182
 - 六、经济型酒店管理与趋势预测 184
 - 七、经济型酒店经营路径与发展趋势 195
 - 八、经济型酒店投资分析及市场发展趋势研究报告 197

第七章 部分城市宾馆酒店业分析 203

第一节 北京 203

- 一、2005-2006年北京旅游发展现状与“十一五”趋势 203
- 二、北京酒店业的现状 210
- 三、北京酒店市场需求 218
- 四、北京酒店业的奥运机遇 221

第二节 上海 224

- 一、2005-2006年上海旅游的发展 224
- 二、上海饭店业的现状概述 227
- 三、上海酒店供求现状分析 231
- 四、2007-2009年上海酒店供应趋势 237
- 五、上海酒店的世博会机遇 240
- 六、上海经济型酒店前景 241

第三节 深圳 243

一、2006年深圳旅游的发展 243

二、深圳酒店业的现状 265

三、深圳酒店业供需分析 268

第四节 武汉 270

一、武汉酒店发展现状 270

二、武汉酒店市场分析 273

三、武汉酒店公寓市场分析 275

四、武汉酒店发展趋势 278

第五节 西安 278

一、西安酒店业走势分析 278

二、西安外资酒店生存现状与可持续发展 281

三、西安经济型酒店前景可观 287

第三部分 行业竞争分析

第八章 中国宾馆酒店业的行业格局 289

第一节 行业竞争结构分析 289

一、盈利分布高度不均衡 289

二、行业中现有企业的竞争 289

三、不同类型酒店的竞争格局 298

四、京沪酒店业竞争加剧 300

第二节 构建酒店业核心竞争力 303

一、酒店业的任务 303

二、酒店业的核心竞争力 303

三、以人为本--提升酒店的核心竞争力 303

第三节 行业成本与赢利分析 306

一、行业赢利集中于两个热点 306

二、酒店行业的成本、定价和收入 308

第四节 饭店企业基于盈利细分的竞争战略 311

一、顾客盈利细分理论综述 311

二、盈利型顾客群体的特征 312

三、基于盈利特征细分顾客的竞争战略 314

第五节 我国饭店业市场竞争动向 317

- 一、从注重委托管理转向对饭店业的直接投资 317
- 二、外资借助城市改造进入饭店延伸行业 317
- 三、目标市场从中心城市转向度假风景区及二级城市 318
- 四、从单一的地面战转向空间战-收购网络预定系统 319

第九章 宾馆酒店业优势企业分析 321

第一节 国际酒店集团 321

- 一、六洲集团(即巴斯集团) 321
- 二、希尔顿 323
- 三、万豪 326
- 四、香格里拉 329

第二节 主要内资酒店 332

- 一、湖南华天大酒店股份有限公司 332
- 二、上海锦江国际酒店发展股份有限公司 347
- 三、广州市东方宾馆股份有限公司 374
- 四、金陵国际饭店管理公司 385
- 五、深圳新都酒店股份有限公司 389

第四部分 行业发展趋势与发展策略分析

第十章 宾馆酒店业发展的主要趋势 393

第一节 WTO对宾馆酒店行业的影响 393

第二节 酒店业的发展趋势及预测 394

- 一、旅游饭店业新局面及未来发展走势 394
- 二、宾馆酒店业竞争走向 396
- 三、2020年世界酒店业发展趋势预测 404

第三节 我国酒店行业外包服务的发展趋势 406

- 一、外包服务概念的采用 406
- 二、高新技术普及率不够 406
- 三、高质量专业公司缺乏 407
- 四、外包服务的收费 407
- 五、外包服务的管理 408

第四节 饭店业未来发展趋势 408

- 一、饭店服务产品向功能化方面发展 408
- 二、管理手段向智能化、现代化发展 409
- 三、饭店服务向个性化发展 410
- 四、饭店人力资源开发和用工制度向社会化方向发展 411
- 五、饭店环境向绿色化方向发展 412

第五节 酒店业电子分销的发展趋势 413

- 一、酒店业电子分销现状 413
- 二、酒店分销渠道的发展方向 415
- 三、分销系统中的营销管理变革 416
- 四、酒店与分销中介的博弈 417

第六节 电子商务化趋势 417

- 一、我国酒店业电子商务的现状 418
- 二、电子商务，变革酒店管理 419
- 三、电子商务在酒店中的运用 420

第十一章 宾馆酒店业发展的主要策略 422

第一节 中国宾馆酒店业的优势劣势分析 422

- 一、中国酒店的比较优势 422
- 二、外资酒店的优势 423

第二节 提升竞争力的主要策略 425

- 一、注重酒店设计，突出经营特色 425
- 二、管理的专业化与创新策略 433
- 三、特许经营与连锁经营策略 439

第三节 中国绿色酒店的发展策略 441

- 一、问题和障碍 442
- 二、发展思路 444

图表目录

图表：美国各等级酒店的投资成本平均水平 11

图表：历年接待旅客数量 18

图表：近年分月度入境旅游市场旅游人次 18

图表：2006年1-9月主要城市接待情况（一） 19

图表：2006年1-9月主要城市接待情况（二） 20

图表：2006年1-9月入境接待收汇情况 21

图表：韩日两国奥运会前后经济发展情况 24

图表：中国经济连续10年GDP年度累计额与同比增长率 24

图表：各国奥运会期间的外国旅游者和参与人数情况 26

图表：北京奥运会旅游情况预测表 26

图表：国内旅游各业态成长阶段 28

图表：我国历年旅游总收入及增长率 28

图表：我国历年“春节”黄金周旅游接待人次及增长率 28

图表：餐饮业与零售业增长速度 33

图表：2005年各月餐饮业零售额与增长速度 33

图表：2005年全国三大区域餐饮业发展情况比较 34

图表：“十五”时期全国是三大区域餐饮业零售额 34

图表：2005年全国各省市餐饮业发展排序 35

图表：2005年全国各城市餐饮业发展排序 35

图表：“八五”以来我国人均餐饮消费变化情况 37

图表：1976-2005年餐饮业增长贡献率和拉动率变化情况 38

图表：餐饮业零售额相关年度“跨千亿元台阶”情况 39

图表：2006年1-10月全国住宿和餐饮零售额同比增长 40

图表：我国会展行业总规模年均增长情况 49

图表：2006年6月全国各地区展会分布图 50

图表：2006年6月国内展会趋势图 50

图表：2006年6月全国各主要城市展会数量统计 50

图表：2006年6月重点行业展会数量统计 51

图表：亚太地区饭店经营业绩数据 61

图表：欧洲地区饭店经营业绩数据 61

图表：2004/2003年国际饭店管理公司300强排名 61

图表：2004年管理酒店最多的饭店集团 62

图表：2004年特许经营最多的国际饭店公司 63

图表：2004年世界上覆盖面最广的国际饭店集团 63

图表：2004/2003年饭店联盟25强 64

图表：国际饭店集团进入中国市场一览表 64

图表：国内饭店管理公司情况概览（按客房数排序） 65

图表：2004年全国星级饭店规模及其经营情况 66

图表：2006年第二季度建筑项目统计以及新开业酒店预测 71

图表：2006年第二季度建筑项目 72

图表：2006年项目主要市场 74

图表：1995-2005年星级酒店数量统计 81

图表：全国星级酒店数量及分布图 81

图表：酒店行业市场细分表 115

图表：中国主要城市星级酒店的数量 134

图表：各星级酒店的客房数量及比例表 135

图表：2006年中国饭店业国际品牌10强 135

图表：2006年中国饭店业民族品牌20强： 136

图表：2006年中国经济型酒店品牌先锋： 136

图表：旅游者对旅行团住宿的要求分析图 138

图表：男性过夜旅游者对住宿设施的选择比例 138

图表：女性过夜旅游者对住宿设施的选择比例 139

图表：不同年龄游客对住宿设施选择比例 139

图表：不同文化程度的游客在不同的住宿设施中住宿时间比例 140

图表：不同目的的出游者选择不同住宿设施住宿的时间比例 140

图表：国内城镇游客出游情况（按目的分） 141

图表：国内农民出游目的比例表 141

图表：入境外国游客人数和比例（按目的分） 141

图表：入境外国游客不同目的人数比例图 142

图表：国内游客对住宿设施的评价 149

图表：国内游客对餐饮的评价 149

图表：国内游客对交通的评价 149

图表：国内游客对娱乐的评价 149

图表：国内游客对购物的评价 150

图表：每一万人中拥有分时度假会员数国别比较表 167

图表：2005中国经济型饭店市场供应前十强 171

图表：主要品牌企业市场增长情况 172

图表：中国经济型酒店主要民族品牌 173

图表：国内主导经济型酒店战略曲线图 197

图表：2000-2006年经济型酒店数与客房量增长情况 200

图表：2005年12月份及全年主要客源国（地区）来京人数情况 205

图表：2006年1-10月份主要客源国（地区）来京人数情况 206

图表：“十一五”时期北京市旅游发展主要指标 209

图表：2006年上半年北京高档酒店市场关键统计数据 210

图表：未来三年北京酒店市场新增供给(部分) 224

图表：2005年1-12月上海市接待过夜入境旅游者人数 224

图表：2005年1-12月上海市接待过夜外国人按主要客源国分 224

图表：2005年1-12月上海市旅游饭店客房平均出租率和平均房价 225

图表：2006年1-9月上海市接待过夜入境旅游者人数 225

图表：2006年1-9月上海接待过夜外国人按主要客源国分 226

图表：2006年1-9月上海旅游饭店客房平均出租率和平均房价 226

图表：2005年上海旅游星级饭店基本情况 232

图表：上海旅游星级饭店历年客房数量、床位及出租率 232

图表：2001-2005年国内旅游者来沪人数和人均消费支出 233

图表：上海经济型酒店品牌及其门店数量 234

图表：上海历年游客数量 235

图表：未来5年上海客房需求增量预测 236

图表：2003-2006年上海酒店价格 237

图表：2006年上海高星级酒店供给增量 238

图表：2006年上海经济型酒店供给增量 238

图表：2006年新型经济型连锁旅店在上海地区的发展预测 240

图表：2006年深圳入境游客过夜比例 244

图表：2006年深圳不同职业入境游客的过夜比例 245

图表：2006年入境游客来深次数与在深过夜的情况 245

图表：2006年深圳不同旅游目的入境游客的过夜比例 246

图表：2006年入境旅游者在深圳的停留时间 247

图表：2006年深圳入境游客在深停留时间段 247

图表：2006年深圳不同职业入境旅游者的停留时间 248

图表：2006年深圳不同旅游目的入境旅游者的停留时间 249

图表：2006年深圳入境旅游者在各住宿设施的停留时间 249

图表：2006年深圳入境旅游者在宾馆/饭店和私人住所住宿比例的变化 250

图表：2006年深圳不同客源地入境旅游者的住宿构成 251

图表：2006年入境游客在深人均天旅游花费项目构成 251

图表：2006年入境旅游者与入境一日游游客在深人均天花费 252

图表：2006年深圳旅游者在各住宿设施的住宿比例 253

图表：2006年上半年国内游客在深过夜情况 254

图表：2006年上半年游览景点的游客过夜比例 255

图表：2006年不同职业国内游客在深圳旅游的过夜情况 255

图表：2006年深圳不同性别、年龄段国内游客过夜比例 256

图表：2006年不同旅游目的游客在深圳旅游过夜情况 257

图表：2006年来深国内旅游者过夜天数 258

图表：2006年来深国内旅游者停留天数 258

图表：2006年不同年龄段国内旅游者在深圳人均停留时间 259

图表：2006年不同职业的国内旅游者在深圳人均停留时间 260

图表：2006年不同旅游目的旅游者在深圳停留时间情况 260

图表：2006年不同住宿设施的国内旅游者在深圳人均停留时间 261

图表：2006年不同旅游方式的国内旅游者在深圳人均停留时间 261

图表：2006年来深国内旅游者的住宿情况 262

图表：2006年省内省外旅游者住宿情况 262

图表：2006年不同旅游目的国内旅游者在深圳旅游住宿的情况 263

图表：2006年不同旅游方式的国内旅游者在深圳旅游住宿的情况 263

图表：2006年上半年国内游客来深主要所在地 265

图表：2004年深圳市纳入统计酒店的基本情况 266

图表：武汉部分在建酒店基本情况 271

图表：武汉典型酒店及酒店公寓分布 273

图表：武昌酒店规模 274

图表：武汉在售/经营典型物业供应特征 275

图表：2005年不同经济类型酒店的赢利能力比较 299

图表：2005年星级酒店与非星级酒店创收能力比较 299

图表：2005年不同规模酒店创收能力比较 299

图表：2005年不同地区酒店创收能力比较 300

图表：三星、四星、五星级酒店房价对比 307

图表：三星、四星、五星单间客房平均收入对比 307

图表：不同类型酒店的每单间客房投资成本 308

图表：国际和国内正常房价以及国内实际房价比照 308

图表：各星级酒店营业收入分布表 309

图表：各星级酒店营业收入分布比例 309

图表：酒店业的成本支出构成 310

图表：不同顾客群体对价格的敏感度 312

图表：不同顾客群体对价格的忠诚度 313

图表：希尔顿的中国网点分布 325

图表：万豪酒店在中国的分布 329

图表：香格里拉亚洲有限公司经营和管理的酒店列表 330

图表：香格里拉酒店在中国的分布 331

图表：华天酒店主要股东 333

图表：2005-2006年华天酒店获利能力分析 333

图表：2005-2006年华天酒店经营能力分析 333

图表：2005-2006年华天酒店偿债能力分析 334

图表：2005-2006年华天酒店资本结构分析 334

图表：2005-2006年华天酒店发展能力分析 334

图表：2005-2006年华天酒店现金流量分析 334

图表：2005-2006年华天酒店利润分配表 335

图表：长沙市主要五星级酒店 336

图表：华天酒店收入结构 337

图表：华天酒店目前托管、租赁、投资的酒店 338

图表：华天酒店近年来每年新增托管酒店及托管费收入增长 338

图表：益阳华天项目测算 340

图表：华天客房收入预测 341

图表：华天利润预测 341

图表：锦江股份主要股东 350

图表：2005-2006年锦江股份获利能力分析 351

图表：2005-2006年锦江股份经营能力分析 351

图表：2005-2006年锦江股份偿债能力分析 352

图表：2005-2006年锦江股份资本结构分析 352

图表：2005-2006年锦江股份发展能力分析 352

图表：2005-2006年锦江股份现金流量分析 352

图表：2005-2006年锦江股份利润分配表 353

图表：锦江酒店盈利能力指标图 354

图表：锦江酒店各项偿债指标 354

图表：锦江酒店历年股利支付情况表 355

图表：锦江酒店主要参股控股企业历年盈利情况 355

图表：锦江酒店自投星级酒店历年房价 356

图表：锦江酒店自投经济型酒店历年房价 357

图表：锦江酒店自投星级酒店历年出租率 357

图表：锦江酒店自投经济型酒店历年出租率 357

图表：锦江酒店总体房价和出租率预测假设 358

图表：锦江酒店自投星级酒店历年盈利 358

图表：锦江酒店管理的主要酒店名录 359

图表：锦江酒店主要投资企业历年业绩 362

图表：锦江酒店三星级以下酒店列表 362

图表：锦江国际集团SWOT分析与发展战略 364

图表：锦江的四家高星级酒店主要收益情况 366

图表：新亚汤臣业绩预测表 367

图表：建国宾馆业绩预测表 368

图表：扬子江万丽酒店业绩预测表 368

图表：海伦宾馆业绩预测表 369

图表：锦江公司管理酒店星级分布 370

图表：锦江酒店管理业务预计预测 370

图表：锦江之星酒店管理业务预测 372

图表：东方宾馆主要股东 377

图表：2005-2006年东方宾馆获利能力分析 380

图表：2005-2006年东方宾馆经营能力分析 380

图表：2005-2006年东方宾馆偿债能力分析 380

图表：2005-2006年东方宾馆资本结构分析 380

图表：2005-2006年东方宾馆发展能力分析 381

图表：2005-2006年东方宾馆现金流量分析 381

图表：2005-2006年东方宾馆利润分配表 381
图表：新都酒店主要股东 389
图表：2005-2006年新都酒店获利能力分析 390
图表：2005-2006年新都酒店经营能力分析 390
图表：2005-2006年新都酒店偿债能力分析 390
图表：2005-2006年新都酒店资本结构分析 390
图表：2005-2006年新都酒店发展能力分析 391
图表：2005-2006年新都酒店现金流量分析 391
图表：2005-2006年新都酒店利润分配表 391
图表：WTO的法律文本中对酒店业相关规定 393
图表：互联网时代新的电子分销中介网络 414
图表：分销系统预定费用比例的比较 416
【英文版价】 10000元 【英文电子】 11000元

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/70517.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。