

## 2007 年中国饮料市场研究预测报告

报告纸介版价格(¥)	6600
报告电子版价格(¥)	6600
报告两种版本价格(¥)	7600
报告出版日期	2006年07月
报告页数(页)	190
报告图表数(个)	13

简介：

该报告简介正在整理中.....

目录：

### 第一章 饮料行业现状及发展趋势分析

#### 第一节 全球饮料行业概况

- 一、行业与市场现状
- 二、发展趋势

#### 第二节 我国饮料行业概况

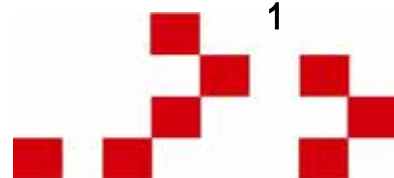
- 一、行业与市场现状
- 二、发展趋势
  - (一) 同质化产品延伸竞争愈发激烈
  - (二) 聚焦营销备受重视

#### 第三节 果汁饮料的销售情况分析

#### 第四节 全国产品产量

#### 第五节 各地区市场现状

- 一、北京
  - (一) 质量情况分析
  - (二) 产品产量
    - 1、数据统计
    - 2、变化趋势分析
    - 3、2007 产量预测



## 二、上海

- (一) 质量情况分析
- (二) 产品产量
  - 1、数据统计
  - 2、变化趋势分析
  - 3、2007 产量预测

## 三、广东

- (一) 产品产量
  - 1、数据统计
  - 2、变化趋势分析
  - 3、2007 产量预测

## 第二章 中国果汁饮料行业主要经济特征

### 第一节 产品定义、范围及特征

- 一、果汁定义
- 二、果汁饮料定义
- 三、果汁饮料的分类
  - (一) 果汁
  - (二) 果浆
  - (三) 浓缩果浆
  - (四) 果肉饮料
  - (五) 果汁饮料
  - (六) 果粒果汁饮料
  - (七) 水果饮料浓浆
  - (八) 水果饮料

### 第二节 果汁饮料行业的主要经济特征

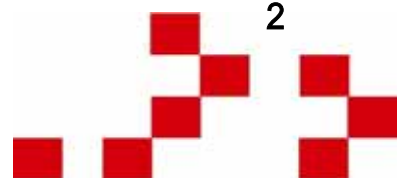
- 一、市场规模
- 二、行业内企业的数量
- 三、市场成长性

## 第三章 行业竞争状况

### 第一节 中国果汁饮料行业市场

### 第二节 饮料市场竞争

- 一、饮料行业竞争力分析
- 二、饮料市场竞争手段



### 第三节 我国果汁饮料行业发展趋势

## 第四章 进出口分析

### 第一节 进口分析

### 第二节 出口分析

## 第五章 优势品牌/主要企业分析

### 第一节 统一

#### 一、公司简介

#### 二、主要品牌——统一鲜橙多

### 第二节 汇源果汁

#### 一、品牌竞争力

#### 二、营销分析

### 第三节 酷儿——整合营销传播策略

### 第四节 新奇士

### 第五节 康师傅

#### 一、品牌介绍

#### 二、主要产品

### 第六节 可口可乐

#### 一、公司介绍

#### 二、可口可乐饮料公司 SWOT 分析

优势 (Strength)

劣势 (Weakness)

机会 (Opportunity)

威胁 (Threat)

### 第七节 娃哈哈

#### 一、公司简介

#### 二、经营状况

### 第八节 百事可乐

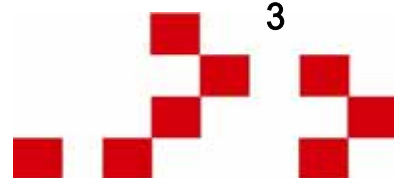
#### 一、经营状况

#### 二、市场份额

### 第九节 农夫山泉股份有限公司

#### 一、“农夫果园”营销分析

## 第六章 上游行业分析



## 第一节 我国水果产业情况

- 一、生产与价格变化情况
- 二、进出口贸易情况
- 三、问题与建议

## 第二节 饮料包装材料情况

- 一、市场格局
  - (一) 利乐
  - (二) 康美
  - (三) 萨克米
- 二、包装材质
  - (一) 玻璃瓶
  - (二) 金属罐
  - (三) 纸容器
  - (四) 塑料
- 三、饮料包装材料发展趋势
  - (一) 世界饮料包装市场发展趋势
  - (二) 中国饮料包装市场发展趋势
  - (三) 中国饮料包装市场新特点
  - (四) 外资垄断的中国饮料包装市场

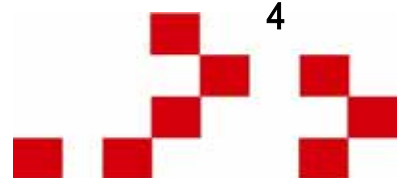
## 第七章 销售渠道及营销策略

### 第一节 销售渠道模式分析

- 一、传统销售渠道模式
- 二、销售渠道的变化模式
- 三、软饮料销售渠道选择的依据
- 四、软饮料企业的渠道整合

### 第二节 果汁饮料销售终端策略

- 一、终端营销的战略优势
- 二、经销商选择和机构设置
- 三、市场铺货及产品陈列
- 四、终端促销
- 五、经销商业绩奖励
- 六、新进企业产品推广策略
  - (一) 差异化营销策略
  - (二) 产品试销



### 第三节 销售渠道建设经典案例分析

- 一、“酷儿”的整合营销传播策略
- 二、农夫果园——以差异化营销切入果汁饮料市场
- 三、平常渠道非常控制——娃哈哈集团营销案例

### 第四节 中国饮料行业营销发展趋势

- 一、同质化产品延伸竞争愈发激烈
- 二、聚焦营销备受重视
- 三、精细化营销成为营销时尚
- 四、现代通路争夺战空前激烈

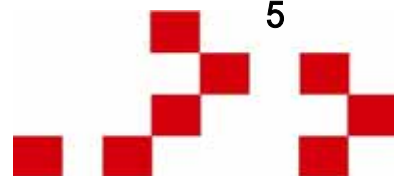
## 第八章 消费者分析

### 第一节 消费者基本状况

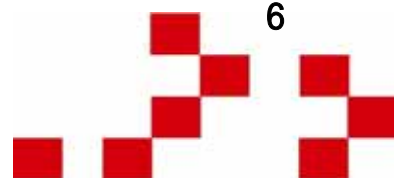
- 一、历年人口总量与结构统计
- 二、居民收入与消费
- 二、中国饮料市场消费者调查分析
- 二、茶饮料消费分析
- 四、消费者购买饮料习惯调查
- 五、碳酸饮料消费者调查
- 六、果汁消费终端市场调查
  - (一) 消费概况
  - (二) 消费特征
  - (三) 消费选择
- 七、瓶装饮用水消费者调查

### 图表目录

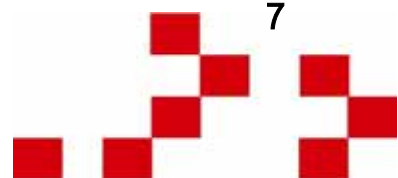
- 图表 2005 年中国果汁行业总销售额/量统计
- 图表 2005 年 1-12 月果汁饮料行业产量统计
- 图表 2006 年 1-5 月果汁饮料行业产量统计
- 图表 北京 2004 年 1-12 月果汁饮料行业产量统计
- 图表 北京 2005 年 1-12 月果汁饮料行业产量统计
- 图表 北京 2006 年 1-15 月果汁饮料行业产量统计
- 图表 2007 北京果汁饮料产量预测
- 图表 上海 2004 年 1-12 月果汁饮料行业产量统计
- 图表 上海 2005 年 1-12 月果汁饮料行业产量统计
- 图表 上海 2006 年 1-15 月果汁饮料行业产量统计



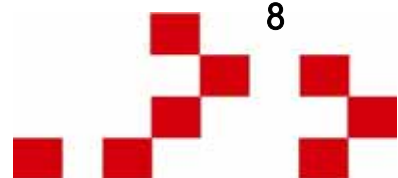
- 图表 2007 上海果汁饮料产量预测
- 图表 广东 2004 年 1-12 月果汁饮料行业产量统计
- 图表 广东 2005 年 1-12 月果汁饮料行业产量统计
- 图表 广东 2006 年 1-15 月果汁饮料行业产量统计
- 图表 2007 上海果汁饮料产量预测
- 图表 2005 年中国果汁行业总销售额/量统计
- 图表 100%果汁消费者竞争力
- 图表 果汁饮料消费者竞争力
- 图表 鲜奶消费者竞争力
- 图表 酸奶消费者竞争力
- 图表 茶饮料消费者竞争力
- 图表 白酒消费者竞争力
- 图表 葡萄酒 消费者竞争力
- 图表 我国果汁及果汁饮料占软饮料
- 图表 2001-2005 中国进口饮料总值/数量
- 图表 2006 年 1-3 月进口水果汁数量/金额
- 图表 2006 年 1-3 月进口蔬菜汁数量/金额
- 图表 2006 年 1-3 月进口矿泉水及汽水数量/金额
- 图表 2006 年 1-3 月进口冷冻饮品数量/金额
- 图表 2005 年 1-10 月果汁出口量统计
- 图表 2005 年 1-10 月苹果汁出口量统计
- 图表 2005 年苹果汁出口占果汁出口比重
- 图表 2005 年我国果汁对欧盟出口量/同比增长
- 图表 2005 年我国果汁对美国出口量/同比增长
- 图表 我国苹果产量占世界苹果总产量
- 图表 2001-2005 中国出口饮料总值/数量
- 图表 台湾统一企业各年资本额和营业额比较
- 图表 1994 年顶新集团渠道结构
- 图表 1997 年顶新集团渠道结构
- 图表 全球饮料产销量排名前 5 位
- 图表 2003-2004 娃哈哈营业收入、利润比较
- 图表 2005 娃哈哈营业收入/利润
- 图表 2005 娃哈哈饮料产量/销售收入
- 图表 2006 年 1-3 月我国水果出口情况
- 图表 2006 年 1-3 月我国各省水果进出口情况



- 图表 2006 年 1-3 月我国水果出口分国别情况
- 图表 2006 年 1-3 月我国水果进口分国别情况
- 图表 2006 年 1-3 月我国水果与东盟水果贸易情况
- 图表 2003-2006 年我国广柑/蜜桔批发价格情况
- 图表 2003-2006 年我国甜橙/鸭梨批发价格情况
- 图表 2003-2006 年我国苹果批发价格情况
- 图表 2003-2006 年我国香蕉/菠萝批发价格情况
- 图表 2005 年 1-6 水果产品出口状况
- 图表 2005 年 1-6 水果产品进口状况
- 图表 2005 年 1-6 水果产品（分类别）出口状况及各占比率
- 图表 2005 年 1-6 进口主要水果产品进口量及金额
- 图表 2005 年 1-6 我国主要水果出口省份及出口金额比较（万美元）
- 图表 2005 年 1-6 我国水果进出口金额居前五位省市（万美元）
- 图表 2005 年 1-6 月我国水果产品主要出口国家及出口状况
- 图表 2005 年 1-6 月我国水果主要进口国家状况
- 图表 2005 年 1-6 月我国水果类产品出口东盟状况
- 图表 2005 年 1-6 月我国水果类产品东盟进口状况
- 图表 2004 中国人口数及构成（万人）
- 图表 1953-2050 年期间中国人口结构的变化
- 图表 未来中国人口增长趋势
- 图表 1999 年-2005 年城镇居民人均可支配收入增长分析
- 图表 城镇居民人均可支配收入增长速度
- 图表 2005 年上半年城镇居民家庭人均可支配收入统计
- 图表 2005 年上半年城镇居民人均消费支出/同期增长
- 图表 中国各类饮料消费者所占比例
- 图表 消费者的饮料饮用量
- 图表 消费者的饮料种类选择习惯
- 图表 消费者饮用的饮料种类
- 图表 消费者的饮料品牌选择习惯
- 图表 消费者的饮料品牌认知渠道
- 图表 消费者购买饮料的地点
- 图表 消费者的饮料一次购买量
- 图表 2005-2006 消费者夏季最喜欢的饮料类型
- 图表 2005-2006 消费者夏季饮料类型预测值与实际值对比
- 图表 不同性别消费者最常购买的饮料的类型



- 图表 消费者购买饮料时最重视的因素
- 图表 消费者最常购买饮料的地点
- 图表 最吸引消费者的饮品概念
- 图表 消费者对不同饮品的三大需求
- 图表 消费者最常购买的十大品牌
- 图表 2007 夏季饮品消费预测
- 图表 2007 消费者对不同饮品的三大潜在需求
- 图表 2007 男女消费者需求的饮料类型
- 图表 我国茶饮料消费者最常饮用茶饮料比例图
- 图表 消费者最常饮用的茶饮料种类
- 图表 我国茶饮料消费者种类选择性别差异图
- 图表 我国 15 个城市茶饮料消费者品牌选择情况表
- 图表 碳酸饮料不同品牌提及率
- 图表 碳酸饮料不同品牌广告提及率
- 图表 碳酸饮料不同品牌近 3 个月来的购买率
- 图表 喝碳酸饮料人群的年龄分布
- 图表 果汁饮料城市渗透率
- 图表 果汁饮料消费者性别构成
- 图表 果汁饮料消费者年龄构成
- 图表 果汁饮料消费职业构成
- 图表 家庭收入对果汁饮料消费的影响
- 图表 各城市居民饮用果汁频率分布
- 图表 口味对果汁饮料消费的影响
- 图表 果汁消费者对消费场所的选择
- 图表 瓶装饮用水消费者群体年龄构成
- 图表 瓶装饮用水的消费群体的文化程度构成
- 图表 瓶装饮用水的消费群体的收入构成
- 图表 浙江地区瓶装饮用水的品牌知名度
- 图表 浙江地区瓶装饮用水的品牌认知度
- 图表 浙江地区瓶装饮用水的品牌满意度
- 图表 浙江地区瓶装饮用水的品牌满意度
- 图表 浙江地区瓶装饮用水的品牌忠诚度
- 图表 浙江地区瓶装饮用水的品牌推荐率
- 图表 消费者选择瓶装饮用水的类型
- 图表 消费者选择购买瓶装饮用水地点

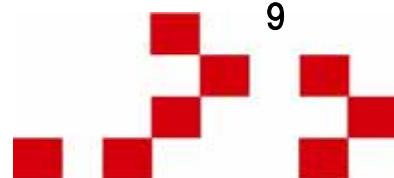


图表 消费者选择购买瓶装饮用水包装规格

图表 消费者选择购买瓶装饮用水信息来源

图表 消费者选择饮用瓶装水饮用时机

图表 影响瓶装饮用水购买因素分析



## 2007 年中国饮料市场研究预测报告（节选）

本报告节选的部分内容供我们尊敬的客户阅览和参考，如需报告全文请致电（智库在线 010-58626531）咨询详情。智库在线将会为您提供更多的行业咨询服务。

本报告为原著者制作，报告中所有的文字、图片、表格均受到中国法律知识产权相关条例的版权保护。没有经过原著者书面许可，任何组织和个人，不得使用本报告中的信息用于其它商业目的。本报告中部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原著者所有。没有经过原著者和本公司许可，任何组织和个人不得使用本报告中的信息用于其他商业目的。

图表 1-39 2006 年 12 月液体乳及乳制品制造收入前十家企业

排序	累计产品销售收入 (千元)	累计资产总计 (千元)	累计利润总额 (千元)	累计全部从业人员平均 人数(人)
1	8684587	2431584	436820	9530
2	8532618	5360878	396972	7058
3	8359825	6098000	400199	6000
4	3917293	3299641	177506	2283

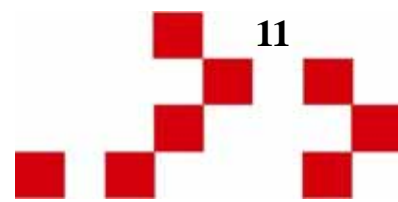
5	1875796	920655	242424	795
6	1834761	755845	-60071	1131
7	1476031	993096	486912	381
8	1459992	492127	13877	1472
9	1352050	210137	13440	1613
10	1260298	359840	118188	810

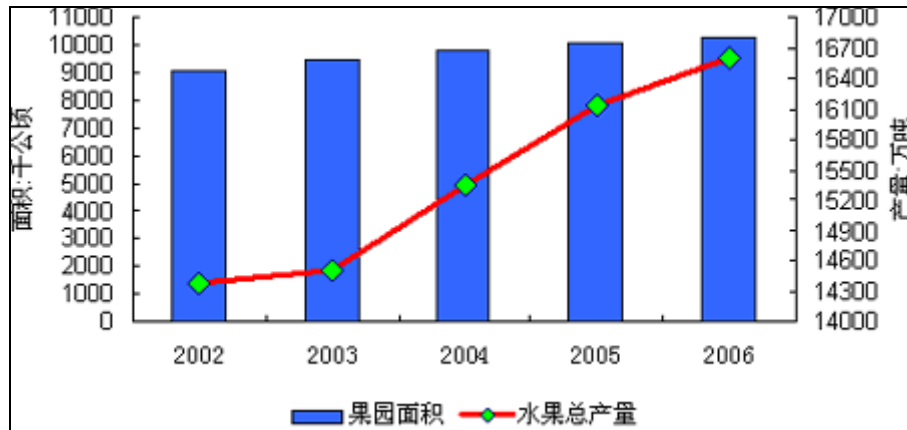
数据来源：

中国饮料行业是改革开放以来发展起来的新兴行业，是我国消费品中的发展热点和新增长点。20 多年来，饮料行业不断地发展和成熟，逐渐改变了以往规模小、产品结构单一、竞争无序的局面，饮料企业的规模和集约化程度不断提高，产品结构日趋合理。近五年来，我国饮料市场已成为中国食品行业中发展最快的市场之一。中国饮料每年以 16% 的增幅快速发展，特别是 2006 年全行业产量增长更是达到 24%。2006 年中国饮料产量中国饮料产量达到 4,000 万公吨。实现工业总产值（当年价）3902.3 亿元，销售收入 3891.2 亿元，分别比上年同期增长 25% 和 27.61%。

2006 年 1-12 月，饮料行业共有企业 3782 家，其中亏损 683 家，亏损比例为 18.1%。亏损总额为 35.55 亿元。产成品总额 255.3 亿元，同比增长了 17.2%。行业利润总额 292.2 亿元，比去年同期增加了 72.2 亿元。据预测，“十一五”期末，我国将建立一个产品结构更趋合理、产业集中度更高的现代饮料加工体系，2007 年—2015 年将以年均 5% 的速度增长。

**图表 3-1 2002—2006 年我国水果产量和果园面积**





资料来源:

2006年我国水果产量和面积继续保持稳步增长态势。水果批发价格总体水平高于去年同期。据全国农产品批发市场信息网监测，2006年水果价格季节性变化比较明显：一季度，我国南方较多雨雪，不利于热带水果的生长，加上运输不畅、损耗增加，水果批发价格高于上年同期。其中，葡萄类、苹果类、瓜类、柑橘类水果价格上涨，梨类和热带类水果价格同比持平，桃类水果价格同比下降；二季度，广东、福建、浙江等省水果生产受台风影响损失较大。全国除桃类价格与去年同期基本持平外，其它水果价格均高于去年同期水平。

其中，苹果类、葡萄类和柑橘类水果同比涨幅较大；三季度，北方大部分地区干旱气候得到缓解，有利于水果的生长收获，东南沿海部分地区发生的洪涝灾害只对部分果园造成损害。水果批发价格低于上年同期，瓜类水果价格同比下降，桃类和其它类水果价格同比持平，葡萄类、苹果类、梨类、柑橘类水果和热带水果价格上涨，其中，荔枝价格同比涨幅较大；四季度，全国大部地区气温较常年同期偏高，降水量偏少，不利于水果生产。12月末，北方地区出现大范围的雨雪天气，对水果的运输和贮藏带来困难。由于对春节前水果需求相对旺盛的预期较高，商贩增大了仓储量，价格略高于上年同期。柑橘类水果、梨类、桃类、苹果类和热带水果批发价格上涨，瓜类和葡萄类水果价格同比下降。

2006年，我国茶叶面积、产量均增加。我国茶叶的面积达到145万公顷，比上年增长6.8%。总产量突破100万吨的大关，稳居世界产量第一的位置。100万吨的产量标志

着中国确定了世界最大产茶国的地位。从 2000 年开始，我国茶叶面积改变了在 100 万公顷上下徘徊的局面，开始出现了增长。从 2000 年到 2005 年五年间，我国茶叶面积增加了 26 万公顷，增长幅度为 24%。尤其是在 2003 年以后，我国茶叶迎来历史最好的发展机遇，除了国家政策支持茶叶类协调发展，名优茶产量快速增长进一步提高了茶叶生产的经济效益，激发了茶农发展茶叶生产的积极性，茶叶面积增长速度也在逐年加快。受到茶叶面积增加的影响，茶叶产量也出现较快地增长速度。从 2000 年至 2005 年，我国茶叶产量增加了 25 万吨，增长了 37%。

在乌龙茶、普洱茶和高档名优绿茶良好经济效益的驱动下，各主要产区都增加对茶园投入，加强对茶园管理，而且茶叶科技的进步，先进的农业管理技术在茶园上得到广泛应用，进一步推动了茶叶产量的提高。云南 2006 年大多数产茶区茶叶单产较上年提高 40% 以上，主要是得益于加强对茶园管理。

绿茶、乌龙茶和其它茶类增长明显。名优茶市场呈现快速发展，以及正在兴起的普洱茶市场对该茶类影响较大。乌龙茶发展很快，主要是受国内市场需求量增长的影响，乌龙茶的主要品种铁观音一直供不应求。其它茶类主要是受消费多元化发展的影响，也呈较快的发展趋势，其中白茶已经成为市场关注的下一个亮点。红茶产量下降。受红茶出口效益下降影响，该茶类除了传统工夫红茶外，很难成为生产发展的重点。加上云南普洱茶热销，对该茶类影响更大，很多原料被生产为晒青毛茶，也促使该茶类产量的下降。普洱茶已经成为市场的热点，以致于云南不少学者提出要把普洱茶单独列一个茶类。

2006 年国内茶叶销售有以下特点：品牌经营开始得到确立。国内主要品牌迅速扩张，销售开始由分散向主要商户集中。在中国茶叶流通协会百强企业评选中，2005 年前 100 强企业的销售额达到 90 亿元，占到国内销售总额的 40%。茶叶质量问题有所好转，但是农残超标问题没有得到根除。普洱茶成为市场热点，给市场注入新的活力，乌龙茶中铁观音的市场依然火爆。

影响 2006 年茶叶出口主要因素：一方面汇率变化，人民币升值，提高了茶叶的出口成本。在影响茶叶出口增加的同时，一定程度上也提高了出口茶叶的价格。另一方面日本实行新的农残标准，对日本出口下降明显。1—10 月份，出口日本茶叶 2.30 万吨，下

降了 23.51%，出口金额 0.55 亿美元，下降 19.40%。另外，出口价格有所好转，世界市场“绿肥红瘦”对中国茶叶出口开始产生影响，2006 年 1—10 月份，对美国绿茶出口增幅达到 49%，对德国绿茶出口达到 35%。

**图表 3-26 2003-2006 年我国茶叶产量比较**

年份	2003	2004	2005	2006
产量	76.8 万吨	79.7 万吨	92 万吨	100 万吨

数据来源：

**图表 3-27 2004-2006 年我国茶园面积比较**

类别	2004 年	2006 年
数值	127 万公顷	145 万公顷

数据来源：

**图表 4-6 2007 年 1-5 月我国碳酸饮料产量**

月份	单位	本月止累计	本月	本月止累计比去年同期增长 (%)	本月比去年同期增长 (%)
2 月	吨	1754296.83	670874.36	19.28	18.06
3 月	吨	2480684.4	699527.65	12.23	10.66
4 月	吨	3295801.7	769695.8	17.56	22.07

5月	吨	4107651.92	791940.42	19.25	21.5
----	---	------------	-----------	-------	------

数据来源：

图表 4-12 2006 年 1-12 月上海市碳酸饮料产量统计

月份	单位	本月止累计	本月	本月止累计比去年同期增长 (%)	本月比去年同期增长 (%)
2月	吨	177090	67231	18.17	22.99
3月	吨	253971	76831	14.41	6.52
4月	吨	323310	69284	4.28	-21.24
5月	吨	411750	83606	5.45	7.08
6月	吨	528875	117125	6.87	12.18
7月	吨	651480	122578	2.49	-9.7
8月	吨	721961	74921	-1.59	-23.49
9月	吨	820545.34	98584.34	-1.92	6.07
10月	吨	849903.34	29358	-5.65	-51.32
11月	吨	881728.12	31824.78	-6.51	-24.8

12月	吨	941115.37	59334.25	-5.48	14.42
-----	---	-----------	----------	-------	-------

数据来源：

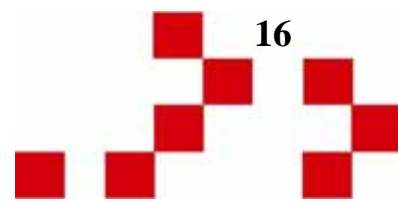
图表 4-13 2007 年 1-5 月上海市碳酸饮料产量统计

月份	单位	本月止累计	本月	本月止累计比去年同期增长 (%)	本月比去年同期增长 (%)
2月	吨	149054.42	60451.79	-16.08	-10.58
3月	吨	213039.62	63985.2	-16.99	-18.99
4月	吨	314058.11	101018.49	-5.44	33.92
5月	吨	420058.63	106000.52	-1.64	17.64

数据来源：

图表 5-2 2007 年 1-5 月我国果汁饮料行业产量统计

月份	单位	本月止累计	本月	本月止累计比去年同期增长 (%)	本月比去年同期增长 (%)
2月	吨	1514434.43	729584.83	12.89	2.33
3月	吨	2229971.9	752903.18	15.22	12.65
4月	吨	3162938.41	866526.49	16.59	11.95

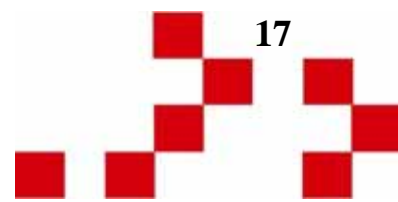


5月	吨	4058736.21	885155.3	15.99	17.13
----	---	------------	----------	-------	-------

数据来源：

图表 5-3 2006 年 1-12 月北京果汁饮料行业产量统计

月份	单位	本月止累计	本月	本月止累计比去年同期增长 (%)	本月比去年同期增长 (%)
2月	吨	99969.95	42057.83	18.89	24.28
3月	吨	149194.56	45497.29	24.69	34.12
4月	吨	171588.72	35211.58	5.15	-19.47
5月	吨	363640.27	52733.76	15.32	-8.3
6月	吨	411452.61	41439.7	20.3	-3.77
7月	吨	360526.02	51030.41	-3.66	-15.42
8月	吨	470657.43	47023.03	7.59	-26.69
9月	吨	523989.62	52891.05	6.15	-6.3
10月	吨	554784.9	32681.07	6.07	26.33
11月	吨	571558.82	21217.92	3.42	-28.35



12月	吨	621077.47	48219.65	2.52	-9.35
-----	---	-----------	----------	------	-------

数据来源：

**图表 5-4 2007 年 1-5 月北京果汁饮料行业产量统计**

月份	单位	本月止累计	本月	本月止累计比去年同期增长 (%)	本月比去年同期增长 (%)
2月	吨	118050.87	51177.94	14.89	14.96
3月	吨	163654.38	45603.51	-0.14	-25.27
4月	吨	205808.49	37736.12	-0.13	-28.2
5月	吨	247760.67	41757.68	-7.85	-21.91

数据来源：

## 智库在线

智库在线 (www.zikoo.com) 秉承“**智通库汇**”理念，做好企业“外脑”，我们将依托新互联网平台，不断集成有线和无线信息技术，为企业和从事数据收集和策略分析的咨询和顾问公司，为领导者的经营决策提供市场咨询、深度分析、专家“博客”和基于市场研究行业的信息技术策略和解决方案。

### ● 栏目

分析报告 趋势方向 - 消费数据 - 产业预警 - 产业观察 - 市场资讯 - 管调营渠

### ● 使命

智库在线旨在通过全面、及时的市行业研究场报告，帮助企业、机构和组织把握市场动态，为决策和决策参与者提供实效决策支持。

### ● 服务承诺

智库在线严格遵守智库在线制定的信息服务《规范承诺》；

智库在线力求保证产品的客观、公正、中立；

智库在线在发展过程中不断得到客户和业内同仁的指导和帮助，公司的管理团队再次表示衷心感谢！欢迎客户和业内人士反馈意见和建议，同时希望业内专家和行业主管批评指正，我们为此将不胜感激！

### ● 联系方式

地址：北京市朝阳区朝阳北路 107 号珠江罗马嘉园阿波罗 6 座 201#

服务热线：010-58626531 58626532

绿色通道：13371712227

VIP MSN：zikoo@zikoo.com

邮编：100025

<http://www.zikoo.com>

