2024-2029年中国调味品行业市场需求预测与投资战略规划分析报告

目 录

CONTENTS

第1章：调味品行业研究范围界定及发展环境剖析
1.1 调味品行业概念界定及统计口径说明
1.1.1 调味品的概念界定
1.1.2 调味品在国民经济行业分类与代码中所包含的范围
1.1.3 调味品的分类
（1）味精
（2）酱油、食醋及类似制品
（3）其他调味品、发酵制品
1.1.4 调味品行业的数据来源及统计口径说明
1.2 调味品行业发展环境分析
1.2.1 行业政策环境分析
（1）行业监管体系及相关机构
（2）行业相关标准
（3）行业发展政策及规划
1.2.2 行业经济环境分析
（1）宏观经济发展现状及未来展望
（2）产业环境发展现状及未来展望
（3）宏观经济与调味品发展的相关性分析
1.2.3 行业社会环境分析
（1）人口环境分析
（2）城镇化水平分析
（3）居民收入与支出水平分析
（4）社会环境对调味品行业发展的影响分析
1.2.4 行业技术环境分析
（1）专利申请数
（2）专利申请人
（3）专利技术构成
1.3 调味品行业发展机遇与威胁分析
第2章：中国调味品行业发展现状与市场供求分析
2.1 中国调味品行业发展概述
2.1.1 中国调味品行业发展概况分析
（1）高成本低效益
（2）地域差异造就地方品牌
（3）价格战阻碍品牌建设
2.1.2 中国调味品行业发展特征分析
2.2 中国调味品行业市场分析
2.2.1 中国调味品供给与需求分析
（1）中国调味品供给分析
（2）中国调味品需求分析
2.2.2 中国调味品成本结构分析
2.3 中国调味品行业消费者特征
2.3.1 产品品类偏好
2.3.2 购买频率情况
2.3.3 消费支出情况
2.3.4 购买渠道偏好
2.3.5 购买调味品考虑的主要因素分析
2.4 中国调味品行业的供需现状总结及价格走势分析
2.4.1 中国调味品行业供需现状总结
2.4.2 中国调味品行业价格走势分析
2.5 中国调味品行业的发展痛点解析
2.5.1 疫情对调味品行业主要影响

2.5.2 调味品同质化严重
第3章：中国调味品行业竞争状态及竞争格局分析
3.1 中国调味品行业竞争状态分析
3.1.1 上游对调味品行业议价能力分析
3.1.2 下游对调味品行业议价能力分析
3.1.3 调味品行业现有企业竞争分析
3.1.4 调味品行业潜在进入者威胁分析
3.1.5 调味品行业替代品威胁分析
3.1.6 调味品行业五力分析总结
3.2 调味品行业的外资及本土企业竞争格局分布
3.2.1 外资利用技术、资本和管理优势占领高端
3.2.2 本土民企强势崛起应对外资扩张
3.2.3 中小企业立足区域突围中国
3.3 调味品行业的企业/品牌竞争格局分布
第4章：调味品行业产业链及上游市场分析
4.1 调味品行业产业链概况
4.1.1 调味品行业产业链介绍
4.1.2 调味品行业上游简介
4.1.3 调味品行业下游简介
4.2 大豆产销情况与价格走势
4.2.1 中国大豆产销情况分析
4.2.2 中国大豆价格走势分析
4.3 小麦产销情况与价格走势
4.3.1 中国小麦产销情况分析
（1）小麦产量
（2）小麦总消费量
4.3.2 中国小麦价格走势分析
4.4 稻谷产销情况与价格走势
4.4.1 中国稻谷产销情况分析
（1）稻谷产量
（2）稻谷总消费量
4.4.2 中国稻谷价格走势分析
4.5 玉米产销情况与价格走势
4.5.1 中国玉米产销情况分析
（1）玉米产量
（2）玉米总消费量
4.5.2 中国玉米价格走势分析
4.6 肉制品原料市场发展分析
4.6.1 肉类产销情况分析
（1）肉类产量
（2）肉类消费量
4.6.2 中国肉类价格走势分析
第5章：调味品细分产品市场发展趋势及前景预测
5.1 调味品细分市场发展概述
5.1.1 调味品细分市场占比
5.1.2 调味品细分市场行业周期
5.2 味精市场发展状况分析
5.2.1 味精行业供给与需求分析
（1）味精市场供给分析
（2）味精市场需求分析
5.2.2 味精行业运营状况分析
5.2.3 味精行业产品结构分析
5.2.4 味精行业竞争格局分析
5.2.5 主要味精品牌成功经验
5.2.6 味精行业发展威胁分析
5.2.7 味精行业发展趋势分析
5.2.8 味精行业市场前景预测
5.3 酱油、食醋市场发展分析
5.3.1 酱油、食醋市场供给与需求分析

（1）酱油、食醋市场供给分析
（2）酱油、食醋市场需求分析
5.3.2 酱油、食醋市场运行状况分析
5.3.3 酱油、食醋行业产品结构分析
5.3.4 酱油、食醋行业竞争格局分析
5.3.5 主要酱油、食醋品牌成功经验
5.3.6 酱油、食醋行业发展威胁分析
5.3.7 酱油、食醋行业发展趋势分析
5.3.8 酱油、食醋行业市场前景预测
5.4 香辛料市场发展分析
5.4.1 香辛料市场供给与需求分析
5.4.2 香辛料行业产品结构分析
5.4.3 香辛料行业竞争格局分析
5.4.4 主要香辛料品牌成功经验
5.4.5 香辛料行业发展威胁分析
5.4.6 香辛料行业发展趋势分析
5.5 酱类市场发展分析
5.5.1 酱类市场的供给与需求分析
（1）酱类市场供给分析
（2）酱类市场需求分析
5.5.2 酱类市场运行状况分析
5.5.3 酱类行业产品结构分析
5.5.4 酱类行业竞争格局分析
5.5.5 主要酱类品牌成功经验
5.5.6 酱类行业发展威胁分析
5.5.7 酱类行业发展趋势分析
5.5.8 酱类行业市场前景预测
5.6 复合调味料市场分析
5.6.1 复合调味料的供给与需求分析
（1）复合调味料市场供给分析
（2）复合调味料市场需求分析
5.6.2 复合调味料的运行状况分析
5.6.3 复合调味料行业产品结构分析
5.6.4 复合调味料行业竞争格局分析
5.6.5 主要复合调味料品牌成功经验
5.6.6 复合调味料行业发展威胁分析
5.6.7 复合调味料的发展趋势分析
5.6.8 复合调味料行业市场前景预测
第6章：中国重点区域调味品行业市场需求潜力分析
6.1 行业总体区域结构特征分析
6.2 北京市
6.2.1 区域发展环境分析
（1）人口环境
（2）居民收入与支出水平
（3）餐饮业发展
6.2.2 调味品市场供需现状
6.2.3 调味品需求潜力测算
6.3 上海市
6.3.1 区域发展环境分析
（1）人口环境
（2）居民收入与支出水平
（3）餐饮业发展
6.3.2 调味品市场供需现状
6.3.3 调味品的需求潜力测算
6.4 广东省
6.4.1 区域发展环境分析
（1）人口环境
（2）居民收入与支出水平
（3）餐饮业发展

6.4.2 调味品市场供需现状
6.4.3 调味品的需求潜力测算
6.5 浙江省
6.5.1 区域发展环境分析
（1）人口环境
（2）居民收入与支出水平
（3）餐饮业发展
6.5.2 调味品供需现状
6.5.3 调味品需求潜力测算
6.6 江苏省
6.6.1 区域发展环境分析
（1）人口环境
（2）居民收入与支出水平
（3）餐饮业发展
6.6.2 调味品供需现状
6.6.3 调味品需求潜力测算
6.7 福建省
6.7.1 区域发展环境分析
（1）人口环境
（2）居民收入与支出水平
（3）餐饮业发展
6.7.2 调味品供需现状
6.7.3 调味品需求潜力测算
6.8 山东省
6.8.1 区域发展环境分析
（1）人口环境
（2）居民收入与支出水平
（3）餐饮业发展
6.8.2 调味品供需现状
6.8.3 调味品需求潜力测算
第7章：调味品行业品牌企业生产经营案例分析
7.1 主要跨国调味品企业在华投资布局
7.1.1 日本龟甲万株式会社（Kikkoman）
（1）企业发展简况分析
（2）企业在华投资布局
7.1.2 英国联合利华公司（Unilever）
（1）企业发展简况分析
（2）企业在华投资布局
7.1.3 日本味之素株式会社（Kotobuki Pharmaceutical）
（1）企业发展简况分析
（2）企业在华投资布局
7.1.4 瑞士雀巢公司（Nestle）
（1）企业发展简况分析
（2）企业在华投资布局
7.1.5 日本味滋康集团（mizkan）
（1）企业发展简况分析
（2）企业在华投资布局
7.1.6 美国亨氏（Heinz）食品集团
（1）企业发展简况分析
（2）企业在华投资布局
7.2 主要酱油品牌
7.2.1 佛山市海天调味食品股份有限公司
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营优劣势分析
7.2.2 李锦记集团有限公司
（1）企业发展简况分析

（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业营销渠道与网络
（5）企业经营优劣势分析
7.2.3 加加食品集团股份有限公司
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营优劣势分析
7.2.4 广东美味鲜调味食品有限公司
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营优劣势分析
（6）企业最新发展动向分析
7.3 主要食醋品牌
7.3.1 江苏恒顺醋业股份有限公司
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营优劣势分析
7.3.2 山西老陈醋集团有限公司
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营优劣势分析
7.3.3 山西水塔醋业股份有限公司
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营优劣势分析
7.3.4 四川保宁醋有限公司
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营优劣势分析
7.3.5 山西紫林醋业股份有限公司
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营优劣势分析
7.4 主要酱类品牌
7.4.1 江苏洽康食品有限公司（恰康小康牛肉酱）
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构及新产品动态
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营优劣势
7.4.2 仲景食品股份有限公司（仲景香菇酱）
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构及新产品动态

（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营优劣势
7.4.3 四川自贡百味斋食品股份有限公司（百味斋）
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构及新产品动态
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营优劣势
7.4.4 贵阳南明老干妈风味食品有限责任公司（老干妈）
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营优劣势分析
7.5 主要味精品牌
7.5.1 莲花健康产业集团股份有限公司
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营优劣势分析
7.5.2 梅花生物科技集团股份有限公司
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营优劣势分析
7.5.3 阜丰集团有限公司
（1）企业发展简况分析
（2）主要经营情况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营优劣势分析
7.5.4 福建省建阳武夷味精有限公司
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营优劣势分析
7.5.5 菱花集团有限公司
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营优劣势分析
7.6 主要鸡精品牌
7.6.1 上海太太乐食品有限公司
（1）企业发展简况分析
（2）企业生产工艺分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营优劣势分析
7.6.2 联合利华食品（中国）有限公司
（1）企业发展简况分析
（2）企业品牌经营分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营优劣势分析
7.6.3 四川豪吉食品有限公司

（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营优劣势分析
7.6.4 味好美（武汉）食品有限公司
（1）企业发展简况分析
（2）企业兼并情况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营优劣势分析
7.6.5 广东佳隆食品股份有限公司
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营优劣势分析
7.7 其他调味品品牌
7.7.1 北京二商王致和食品有限公司
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营优劣势分析
7.7.2 太古（中国）糖业有限公司
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营优劣势分析
7.7.3 驻马店市王守义十三香调味品集团有限公司
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营优劣势分析
第8章：调味品行业发展前景预测与投资策略建议
8.1 调味品行业市场容量预测
8.1.1 餐饮行业需求容量预测
8.1.2 零售消费需求容量预测
8.1.3 调味品消费终端需求容量预测
8.2 调味品行业发展趋势分析
8.2.1 调味品产品细分化发展趋势
8.2.2 调味品行业运作精细化趋势
8.2.3 调味品行业企业整合化趋势
8.2.4 调味品行业技术发展趋势
8.3 调味品行业投资特性分析
8.3.1 调味品行业进入壁垒分析
8.3.2 调味品行业盈利模式分析
8.3.3 调味品行业驱动因素分析
（1）餐饮业的快速发展
（2）方便食品制造业的稳定发展
8.3.4 调味品行业投资风险分析
（1）质量安全控制风险分析
（2）行业技术风险分析
（3）行业供求风险分析
（4）上游原材料价格波动风险
（5）产品结构及市场竞争风险
8.4 调味品行业投资机会分析

8.4.1 大型调味品企业发展商机分析
8.4.2 中型调味品企业发展商机分析
8.4.3 小型调味品企业发展商机分析
8.5 调味品行业发展路径分析
8.5.1 调味品品牌专营化发展路径
8.5.2 调味品渠道多样化运营路径
8.5.3 区域调味品品牌中国化路径
8.6 调味品行业产品开发建议
8.6.1 营养强化系列产品开发建议
8.6.2 营养调整系列产品开发建议
8.6.3 特殊人群系列产品开发建议
8.6.4 温馨家庭系列产品开发建议
8.6.5 健康素食系列产品开发建议
8.7 调味品行业市场拓展策略
8.7.1 酱油行业市场拓展策略
（1）价格优势策略
（2）规模扩张策略
（3）低成本品牌扩展策略
（4）中端市场突破策略
8.7.2 食醋行业市场拓展策略
（1）精准定位策略
（2）区域资源优势策略
（3）消费大众口碑策略
8.7.3 复合调味料市场经营策略
（1）区域差异化策略
（2）营销方式多元化策略
8.7.4 调味酱市场营销策略
（1）产品差异化营销策略
（2）提高竞争层次营销策略

图表目录

图表1：《国民经济行业分类与代码》调味品、发酵制品制造行业所包含的范围
图表2：调味品、发酵制品制造行业分类示意图
图表3：味精产品成分对比
图表4：酱油、食醋及类似制品原材料比对
图表5：其他调味品、发酵制品及其细分产品
图表6：报告的研究方法及数据来源说明
图表7：调味品行业主要标准汇总
图表8：2018-2022年调味品行业相关政策
图表9：各省市《“十四五”国家食品安全规划》主要内容
图表10：2011-2022年中国GDP增长走势图（单位：亿元，%）
图表11：2014-2022年我国社会消费品零售总额增长趋势（单位：亿元，%）
图表12：2022年主要经济指标增长预测（单位：%）
图表13：2015-2022年中国餐饮行业收入趋势图（单位：亿元，%）
图表14：2017-2022年中国粮食产量（单位：万吨）
图表15：2017-2022年调味品行业与GDP增速对比（单位：%）
图表16：2017-2022年调味品行业与餐饮行业增速对比（单位：%）
图表17：2012-2022年中国人口数量增长趋势图（单位：万人）
图表18：2012-2022年中国城镇化水平变化趋势图（单位：%）
图表19：2014-2022年中国城镇居民家庭人均可支配收入和农村居民家庭人均可支配收入变动图（单位：元，%）
图表20：2014-2022年中国居民人均消费支出额（单位：元）
图表21：2015-2022年中国调味品行业专利（按申请日）数量（单位：项）
图表22：截至2022年调味品产品专利申请人TOP10排名（单位：项）
图表23：截至2022年调味品产品专利技术TOP10排名（单位：项）
图表24：中国调味品行业发展机遇与威胁分析

图表25：中国调味品行业发展特点
图表26：2015-2022年我国百强企业的调味品产量增长情况（单位：万吨，%）
图表27：2016-2022年中国调味品行业市场规模（单位：亿元，%）
图表28：2016-2022年中国调味品行业百强企业销售收入变化趋势（单位：亿元，%）
图表29：2022年食品制造业成本构成分析（单位：%）
图表30：2022年中国调味品行业用户购买产品类型分布（单位：%）
图表31：2022年中国调味品行业用户购买频率情况（单位：%）
图表32：2022年中国调味品行业用户月度消费支出情况（单位：%）
图表33：2022年中国调味品行业用户购买渠道偏好（单位：%）
图表34：购买调味品考虑的主要因素（单位：%）
图表35：2008-2022年我国调味品需求变化情况（单位：千克/年）
图表36：2008-2022年我国调味品类商品零售单价变化情况（单位：元/千克）
图表37：疫情对调味品行业主要影响
图表38：调味品行业对上游议价能力分析
图表39：调味品行业对下游议价能力分析
图表40：调味品行业现有企业竞争分析
图表41：调味品行业潜在进入者威胁分析
图表42：调味品行业替代品威胁分析
图表43：调味品行业五力分析结论
图表44：外资调味品企业在华流派
图表45：本土调味品企业崛起途径
图表46：我国调味品行业竞争格局
图表47：2022年调味品行业代表企业营业收入（单位：亿元）
图表48：调味品行业产业链
图表49：2022年中国调味品行业各渠道份额占比分析（单位：%）
图表50：2015-2022年我国大豆产量变化情况（单位：万吨，%）
图表51：2018-2022年我国大豆表观消费量（单位：万吨）
图表52：2021-2022年我国大豆消费量占比预测（单位：%）
图表53：2017-2022年农产品生产价格指数：大豆的基本情况
图表54：2015-2022年我国小麦产量增长情况（单位：万吨，%）
图表55：2018-2022年我国小麦表观消费量（单位：万吨）
图表56：2020-2022年我国小麦消费量占比预测（单位：%）
图表57：2017-2022年农产品生产价格指数：小麦的基本情况
图表58：2015-2022年我国稻谷产量增长情况（单位：万吨，%）
图表59：2018-2022年我国稻谷表观消费量（单位：万吨）
图表60：2020-2022年我国稻谷消费量占比预测（单位：%）
图表61：2017-2022年农产品生产价格指数：稻谷的基本情况（单位：上年=100）
图表62：2015-2022年我国玉米产量增长情况（单位：万吨，%）
图表63：2018-2022年我国玉米表观消费量（单位：万吨）
图表64：2020-2022年我国玉米消费量占比预测（单位：%）
图表65：2017-2022年农产品生产价格指数：玉米的基本情况（单位：上年=100）
图表66：2012-2022年我国肉类总产量（单位：万吨，%）
图表67：2017-2022年全国居民人均主要食品消费量：肉类（单位：千克）
图表68：2018-2022年我国农产品集贸市场价格指数：猪肉：当月同比（单位：%）
图表69：我国调味品行业细分市场收入占比（单位：%）
图表70：我国调味品行业细分市场行业周期
图表71：2013-2022年我国味精产量情况（单位：万吨，%）
图表72：2018-2022年我国味精行业市场规模（单位：亿元）
图表73：2016-2022年我国味精表观消费量（单位：万吨，%）
图表74：我国味精主要消费区域分布
图表75：2017-2022年中国味精主营业务收入（单位：亿元）
图表76：味精细分产品成分标准
图表77：味精行业竞争格局
图表78：味精行业发展威胁
图表79：2023-2028年味精行业市场规模预测（单位：亿元）
图表80：2018-2022年我国百强企业酱油和食醋产量情况（单位：万吨）
图表81：2018-2022年我国酱油和食醋行业市场规模（单位：亿元）
图表82：2018-2022年我国百强企业酱油和食醋行业销售收入变化趋势（单位：亿元）
图表83：食醋市场运行状况

图表84：调味品公司（酱油类）竞争格局
图表85：调味品公司（食醋类）竞争格局
图表86：四大名醋区域竞争格局
图表87：海天股市品牌成功经验分析
图表88：江苏恒顺集团有限公司品牌成功经验分析
图表89：我国酱油、食醋产业发展趋势分析
图表90：2023-2028年酱油、食醋行业市场规模预测（单位：亿元）
图表91：2019-2022年香辛料行业百强企业营收规模以及产量（单位：亿元；万吨）
图表92：香辛料行业竞争格局
图表93：二氧化碳流体萃取技术主要流程图
图表94：2018-2022年度我国调味酱行业百强企业产量情况（单位：万吨）
图表95：2018-2022年我国调味酱行业市场规模（单位：亿元）
图表96：2018-2022年我国调味酱行业百强企业销售收入变化趋势（单位：亿元）
图表97：我国酱类市场的发展特点
图表98：调味酱产品分类
图表99：调味酱行业将竞争格局
图表100：调味酱行业区域格局分布
图表101：老干妈成功经验分析
图表102：2022年调味酱线上渠道销售情况（单位：万件）
图表103：2023-2028年酱类行业市场规模预测（单位：亿元）
图表104：2018-2022年我国复合调味料百强企业产量变化趋势（单位：万吨）
图表105：2018-2022年我国复合调味料市场规模（单位：亿元）
图表106：2018-2022年我国复合调味料百强企业销售收入增长情况（单位：亿元）
图表107：复合调味料产品分类
图表108：中国复合调味料行业集中度CR3（单位：%）
图表109：中国复合调味料行业细分行业以及代表性公司
图表110：太太乐食品成功经验分析
图表111：2023-2028年复合调味料行业市场规模预测（单位：亿元）
图表112：我国主要调味品企业区域分布图
图表113：2014-2022年北京市人口数量及增长情况（单位：万人，%）
图表114：2017-2022年北京市居民人均可支配收入与消费支出变化情况（单位：元）
图表115：2016-2022年北京市餐饮业收入变化情况（单位：亿元）
图表116：北京市调味品代表企业
图表117：2022年北京市调味品行业销售收入测算（单位：亿元，%）
图表118：2014-2022年上海市人口数量及增长情况（单位：万人，%）
图表119：2017-2022年上海市居民人均可支配收入与人均消费支出变化趋势（单位：元）
图表120：2018-2022年上海限额以上住宿和餐饮业企业收入变化情况（单位：亿元，%）
略····完整目录请咨询客服

如需了解报告详细内容，请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线：400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件：service@qianzhan.com

或登录网站：https://bg.qianzhan.com/

我们会竭诚为您服务！