中商产业研究院
www.askci.com

# 2015-2020年中国汽车音响市场潜力与投资前景分析报告

ASKCI CONSULTING CO.,LTD

# 一、调研说明

中商产业研究院全新发布的《2015-2020年中国汽车音响市场潜力与投资前景分析报告》主要依据国家统计局、国家发改委、商务部、中国海关、国务院发展研究中心、行业协会、工商、税务、海关、国内外相关刊物的基础信息以及行业研究单位等公布和提供的大量资料，结合深入的市场调研资料，由中商产业研究院的资深专家和研究人员的分析。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，对本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局等进行了细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，并分析相关经营财务数据。最后，对该行业未来的发展前景，投资风险及投资策略给出科学的建议。本报告是行业生产、贸易、经销等企业在激烈的市场竞争中洞察市场先机，根据市场需求及时调整经营策略，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供了准确的市场情报信息及科学的决策依据。

| | |
|---|---|
| 报告名称 | 2015-2020年中国汽车音响市场潜力与投资前景分析报告 |
| 出版日期 | 2014年12月 |
| 报告格式 | PDF电子版或纸介版 |
| 交付方式 | Email发送或EMS快递 |
| 中文价格 | 印刷版9500元<br>电子版9500元<br>中文印刷版+电子版9800元 |
| 订购热线 | 400-666-1917　400-788-9700 |

【版权声明】

本报告由中商产业研究院出品，报告版权归中商产业研究院所有。本报告是中商产业研究院的研究与统计成果，报告为有偿提供给购买报告的客户使用。未获得中商产业研究院书面授权，任何网站或媒体不得转载或引用，否则中商产业研究院有权依法追究其法律责任。如需订阅研究报告，请直接联系本网站，以便获得全程优质完善服务。中商产业研究院是中国拥有研究人员数量最多，规模最大，综合实力最强的咨询研究机构，公司每天都会接受媒体采访及发布大量产业经济研究成果。在此，我们诚意向您推

□□□□□□□□□□□

□□□□□□ □□□□□□ □□□□□□□ □□□□□□ □□□□□

□□□□□□□□□□□

IPO□□□□ □□□□□ □□□□□ □□□□ □□□□ □□□□ □□□□ □□□□ □□□□□□

□□□□

## 二、研究报告目录

第一章 汽车音响行业基本概述

第一节 汽车音响概述

一、汽车音响的特点分析

二、汽车音响与家庭音响的不同

三、汽车音响的改装升级

四、汽车音响改装类型介绍

第二节 汽车音响的分类

一、按汽车出厂时的时间分

二、按汽车音响品牌的地域分

三、按汽车音响厂家生产专一性分

第三节 汽车音响的组成部分

一、主机

二、功放（功率放大器）

三、扬声器

四、其他部分

第二章 2013-2014年世界汽车音响行业运营状况分析

第一节 2013-2014年世界汽车音响行业发展环境分析

第二节 2013-2014年世界汽车音响行业市场发展格局

一、世界汽车音响发展概述

二、世界主要汽车音响的新技术

三、世界汽车音响市场发展动态分析

四、全球汽车音响产业转移态势分析

第三节 2013-2014年世界主要国家及地区汽车音响发展态势

一、欧洲

二、美国

三、日本

第四节 2015-2020年世界汽车音响行业发展趋势分析

第三章 2013-2014年世界汽车音响产品优势企业发展战略浅析

第一节 美国Rockford Fosgate

一、公司概况

二、公司经营情况分析

三、品牌竞争力分析

四、公司国际化战略发展分析

第二节 日本JVC

一、公司概况

二、公司经营情况

三、品牌及产品竞争优势分析

四、公司国际化战略发展分析

第三节 日本先锋音响公司

一、公司概况

二、公司经营情况

三、品牌及竞争优势分析

四、公司国际化战略发展分析

第四节 英国曼琴MACROM

一、公司概况

二、公司产品开发及经营情况

三、公司在华市场发展情况

四、品牌及产品竞争力分析

第五节 德国蓝宝

一、公司概况

二、公司在华市场发展动态分析

三、品牌及产品竞争力分析

四、公司国际化战略发展分析

第六节 法国FOCAL

一、公司概况

二、公司音响业务发展情况

三、公司技术竞争优势分析

第七节 美国HiVi惠威

一、公司概况

二、公司音响业务发展情况

三、公司汽车音响产品情况

第八节 瑞典DLS

一、公司概况

二、公司业务经营情况

三、品牌竞争力分析

第四章 2013-2014年中国汽车音响行业市场发展环境解析

第一节 2013-2014年中国宏观经济环境分析

一、 中国GDP增长情况分析

二、 中国工业经济发展形势分析

三、 中国全社会固定资产投资分析

四、 中国社会消费品零售总额分析

五、 中国城乡居民收入与消费分析

六、 中国对外贸易发展形势分析

七、 中国宏观经济运行情况分析

第二节 2013-2014年中国汽车音响市场政策环境分析

一、汽车音响行业相关标准

二、中国汽车产业发展政策

三、中国汽车改装法规规定

四、《车载音频播放器技术条件》

第三节 2013-2014年中国汽车音响市场社会环境分析

一、人口环境分析

二、科技环境分析

三、生态环境分析

第五章 2013-2014年中国家用音响设备行业经济运行状况

第一节 2013-2014年中国家用音响设备行业发展分析

一、 中国家用音响设备行业发展概况

二、 中国家用音响设备行业发展概况

第二节 2013-2014年中国家用音响设备行业总体规模分析

一、 中国家用音响设备行业企业规模分析

二、 中国家用音响设备行业人员规模统计

三、 中国家用音响设备行业资产规模分析

四、 中国家用音响设备行业负债规模分析

五、 中国家用音响设备行业市场规模分析

第三节 2013-2014年中国家用音响设备行业供需平衡分析

一、 中国家用音响设备行业产成品分析

二、 中国家用音响设备行业供给区域分布

三、 中国家用音响设备行业销售产值分析

四、 中国家用音响设备行业需求区域分布

第四节 2013-2014年中国家用音响设备行业投资状况分析

一、 中国家用音响设备行业投资增长分析

二、 中国家用音响设备行业投资区域分布

第五节 2013-2014年中国家用音响设备行业总体结构特征分析

一、 中国家用音响设备行业经济类型结构

二、 中国家用音响设备企业规模结构分析

三、 中国家用音响设备行业区域结构特征

第六章 2013-2014年中国家用音响设备行业经济运行效益分析

第一节 2013-2014年中国家用音响设备行业获利能力分析

第二节 2013-2014年中国家用音响设备行业经营效益分析

一、 中国家用音响设备行业偿债能力分析

二、 中国家用音响设备行业盈利能力分析

三、 中国家用音响设备行业毛利率分析

四、 中国家用音响设备行业运营能力分析

第三节 2013-2014年中国家用音响设备行业成本费用分析

一、 中国家用音响设备行业销售成本分析

二、 中国家用音响设备行业销售费用分析

三、 中国家用音响设备行业管理费用分析

四、 中国家用音响设备行业财务费用分析

第七章 2013-2014年中国家用音响设备行业竞争结构分析

第一节 2013-2014年中国家用音响设备行业集中度分析

一、 家用音响设备行业资产集中度分析

二、 家用音响设备行业销售集中度分析

三、 家用音响设备行业利润集中度分析

第二节 2013-2014年中国主要区域家用音响设备行业发展分析

一、 华北地区家用音响设备行业发展情况

二、 东北地区家用音响设备行业发展情况

三、 华东地区家用音响设备行业发展情况

四、 华中地区家用音响设备行业发展情况

五、 华南地区家用音响设备行业发展情况

六、 西部地区家用音响设备行业发展情况

第三节2013-2014年中国重点省区家用音响设备行业发展分析

一、 广东省家用音响设备行业发展分析

二、 浙江省家用音响设备行业发展分析

三、 江苏省家用音响设备行业发展分析

四、 福建省家用音响设备行业发展分析

五、 上海市家用音响设备行业发展分析

第八章 2013-2014年中国家用音响设备行业经济运行状况

第一节 2012-2014年中国家用音响设备行业发展分析

一、 中国家用音响设备行业发展概况

二、2013年中国家用音响设备行业发展概况

三、2014年中国家用音响设备行业发展概况

第二节 2015-2020年中国家用音响设备行业规模分析

一、企业数量增长分析

二、资产规模增长分析

三、销售规模增长分析

四、利润规模增长分析

第三节 2015-2020年中国家用音响设备行业结构分析

一、企业数量结构分析

二、资产规模结构分析

三、销售规模结构分析

四、利润规模结构分析

第四节 2015-2020年中国家用音响设备行业成本费用分析

一、销售成本统计

二、主要费用统计

第五节 2015-2020年中国家用音响设备行业运营效益分析

一、偿债能力分析

二、盈利能力分析

三、运营能力分析

第九章 2013-2014年中国汽车音响行业市场运行态势剖析

第一节 2013-2014年中国汽车音响行业发展概况

一、中国汽车音响行业整体发展现状

二、中国汽车音响进入国际汽车产业链

三、世界汽车音响产业逐步转移到中国

四、中国汽车产业引领汽车音响迅速发展

五、汽车音响产业促进元器件产业发展

第二节 2013-2014年中国汽车音响行业发展动态分析

一、荷兰范登豪知名音响线材落户广州先歌

二、汽车音响改装“非常城市”登陆北京雅森展

三、中国首家jbl-飞歌汽车音响旗舰店揭幕

四、 德安县亿元汽车音响项目试生产

第三节 2013-2014年中国汽车音响改装行业发展分析

一、汽车音响改装的原则分析

二、汽车音响改装市场的价位

三、汽车音响改装技术解析

四、汽车音响改装行业瓶颈分析

五、中国汽车音响改装发展方向

第四节 2013-2014年中国汽车音响产业发展中存在的问题分析

一、中国汽车音响行业存在的问题分析

二、中国中小汽车音响企业面临的困境

三、售后服务不完善严重制约行业发展

四、中国汽车音响行业缺乏强大自主品牌

第五节 2013-2014年中国汽车音响业的发展策略分析

一、加大资源整合，打造规模优势

二、加强汽车音响售后服务，满足个性化需求

三、打造汽车音响知名品牌，提升产品吸引力

第十章 2013-2014年中国汽车音响市场运行态势分析

第一节 2013-2014年中国汽车音响市场发展概况分析

一、中国汽车音响市场发展格局分析

二、汽车音响制造大国向技术强国转变

三、汽车音响市场消费及发展趋势分析

第二节 2013-2014年中国汽车音响市场品牌发展分析

一、自主品牌风潮刮进汽车音响领域

二、中小汽车音响品牌发展存在的问题

三、培育中国汽车音响市场策略分析

第三节 2013-2014年中国汽车音响市场消费者满意度分析

一、产品消费现状

二、消费者认知度

三、消费者信息渠道

四、消费者购买原因及参考因素

第十一章 2013-2014年中国汽车音响市场销售渠道分析

第一节 2013-2014年中国汽车用品销售渠道分析

一、汽车用品渠道经销商分析

二、汽车用品行业的宣传渠道概述

三、汽车用品业的4P营销组合分析

四、汽车用品行业连锁经营解析

五、汽车用品市场渠道策略分析

第二节 2013-2014年中国汽车用品4S店的营销模式分析

一、汽车用品4S店的经营状况

二、汽车用品店4S经营的优势

三、汽车用品经销商的4S店战略

四、汽车用品经销商利用4S店渠道案例

第三节 2013-2014年中国汽车音响营销分析

一、汽车音响市场营销行为亟待规范

二、汽车音响营销渠道存在病变

三、未来汽车音响终端营销新模式分析

四、雷诺汽车音响营销新模式值得借鉴

第十二章 2013-2014年中国汽车音响行业竞争态势分析

第一节 2013-2014年国外企业抢占中国市场的形势分析

一、外资品牌强势进入中国汽车音响市场

二、外企争相抢食中国汽车音响市场份额

三、飞利浦汽车音响正式进军4S店

四、日本澳德巴克斯中国市场之路

第二节 2013-2014年中国汽车音响市场竞争现状分析

一、汽车音响参与国际竞争要点

二、汽车音响企业资源整合状况

三、汽车音响市场国内品牌占有率提升

四、汽车音响企业一体机同质竞争分析

第三节 2013-2014年中国汽车音响竞争策略分析

一、汽车音响营销策略分析

二、国产汽车音响多品牌战略

三、汽车音响企业单一品牌战略

第四节 2015-2020年中国汽车音响行业竞争趋势分析

第十三章 2013-2014年中国机动车辆用其他电气音响信号装置(85123019)进出口状况分析

第一节 2013-2014年中国机动车辆用其他电气音响信号装置进口分析

一、 机动车辆用其他电气音响信号装置进口数量情况

二、 机动车辆用其他电气音响信号装置进口金额情况

第二节 2013-2014年中国机动车辆用其他电气音响信号装置出口分析

一、 机动车辆用其他电气音响信号装置出口数量情况

二、 机动车辆用其他电气音响信号装置出口金额情况

第三节 2013-2014年中国机动车辆用其他电气音响信号装置进出口均价分析

第四节 2013-2014年中国机动车辆用其他电气音响信号装置进出口流向分析

一、 机动车辆用其他电气音响信号装置进口来源地情况

二、 机动车辆用其他电气音响信号装置出口流向情况

第五节 2013-2014年主要省市机动车辆用其他电气音响信号装置进出口分析

一、 机动车辆用其他电气音响信号装置进口省市情况

二、 机动车辆用其他电气音响信号装置出口省市情况

第十四章 2013-2014年中国汽车音响主要组成部分发展情况分析

第一节 主机

一、主机的细分

二、主机的参数

三、主机的主要技术

四、 中国汽车音响主机市场现状分析

第二节 功放

一、功放主要性能指标

二、功放的分类

三、功放的基本设置功能

四、 中国汽车音响功放IC市场需求扩大

第三节 扬声器

一、扬声器的特征

二、扬声器的种类

三、扬声器的主要指标

四、 中国汽车扬声器市场现状分析

第章 2013-2014年中国汽车用品行业运行形势分析

第一节 2013-2014年中国汽车用品行业运行总况

一、汽车用品的品牌与连锁分析

二、汽车用品市场价格竞争分析

三、汽车用品网络销售渠道分析

四、中国汽车用品超市发展优势

五、汽车用品市场广告投放策略

第二节 2013-2014年中国汽车用品市场发展状况

一、改装市场对汽车用品市场影响

二、汽车用品市场发展现状分析

三、汽车用品市场需求规模分析

四、女性汽车用品市场发展分析

五、纺织汽车用品市场发展情况

六、 汽车用品区域分布

第三节 2013-2014年中国主要地区汽车用品交易市场分析

一、北京主要汽车用品市场简况

二、广州汽车用品行业发展状况

三、山东主要汽车用品市场分析

四、沈阳汽车用品行业整体状况

五、浙江汽车用品行业整体状况

第四节 未来中国汽车用品行业发展方向与趋势分析

一、中国汽车用品行业蕴藏商机

二、汽车用品市场格局及发展趋势

第十六章 2013-2014年中国汽车工业的发展现状分析

第一节 中国汽车工业发展总体概况

一、中国汽车产业的发展阶段及特点

二、中国成为世界最主要的汽车大国

三、中国汽车产业国际化进程概述

四、中国汽车产业推进国际化基础

五、中国汽车企业谋求新的发展模式

第二节 2013-2014年中国汽车销售情况分析

一、 中国汽车保有量情况分析

二、 中国汽车市场总体产销情况

三、 中国汽车行业经济运行情况

四、 中国汽车工业运行形势分析

五、 前十位轿车品牌销量情况

六、 中国主要地区客车销售状况

第三节 2013-2014年中国汽车市场价格变化分析

一、 中国汽车市场价格走势分析

二、 中国汽车市场价格变化浅析

三、 国内汽车市场价格变化分析

四、 中国汽车市场价格预测分析

第四节 2013-2014年中国汽车行业存在的问题

一、中国汽车产业亟待解决的问题

二、汽车行业遭受外资“全产业链”布局

三、中国汽车行业管理亟需改进

四、中国汽车行业“大而不强”

五、中国汽车行业信息化不足

第五节 2013-2014年中国汽车行业发展策略分析

一、中国汽车行业品牌国际化的对策

二、促进国内汽车产业健康发展战略

三、中国汽车行业信息化发展策略

四、中国汽车产业竞争力提升策略

五、汽车工业可持续发展战略措施

第十七章 2013-2014年中国汽车音响重点企业竞争力分析

第一节 西门子威迪欧汽车电子(惠州)有限公司

一、公司基本情况

二、 企业主要经济指标

三、 企业偿债能力分析

四、 企业盈利能力分析

五、 企业运营能力分析

六、 企业成本费用分析

第二节 朝阳电子（深圳）有限公司

一、公司基本情况

二、 企业主要经济指标

三、 企业偿债能力分析

四、 企业盈利能力分析

五、 企业运营能力分析

六、 企业成本费用分析

第三节 惠州华阳通用电子有限公司

一、公司基本情况

二、 企业主要经济指标

三、 企业偿债能力分析

四、 企业盈利能力分析

五、 企业运营能力分析

六、 企业成本费用分析

第四节 厦门建松电器有限公司

一、公司基本情况

二、 企业主要经济指标

三、 企业偿债能力分析

四、 企业盈利能力分析

五、 企业运营能力分析

六、 企业成本费用分析

第五节 信创基电子(深圳)有限公司

一、公司基本情况

二、 企业主要经济指标

三、 企业偿债能力分析

四、 企业盈利能力分析

五、 企业运营能力分析

六、 企业成本费用分析

第六节 先锋电子科技(上海)有限公司

一、公司基本情况

二、 企业主要经济指标

三、 企业偿债能力分析

四、 企业盈利能力分析

五、 企业运营能力分析

六、 企业成本费用分析

第七节 丹东阿尔卑斯电子有限公司

一、公司基本情况

二、 企业主要经济指标

三、 企业偿债能力分析

四、 企业盈利能力分析

五、 企业运营能力分析

六、 企业成本费用分析

第八节 德尔福电子（苏州）有限公司

一、公司基本情况

二、 企业主要经济指标

三、 企业偿债能力分析

四、 企业盈利能力分析

五、 企业运营能力分析

六、 企业成本费用分析

第九节 江苏天宝汽车电子有限公司

一、公司基本情况

二、 企业主要经济指标

三、 企业偿债能力分析

四、 企业盈利能力分析

五、 企业运营能力分析

六、 企业成本费用分析

第十节 深圳市宝凌电子股份有限公司

一、公司基本情况

二、 企业主要经济指标

三、 企业偿债能力分析

四、 企业盈利能力分析

五、 企业运营能力分析

六、 企业成本费用分析

第十一节 文登创达电子有限公司

一、公司基本情况

二、 企业主要经济指标

三、 企业偿债能力分析

四、 企业盈利能力分析

五、 企业运营能力分析

六、 企业成本费用分析

第十二节 现代高新电子（天津）有限公司

一、公司基本情况

二、 企业主要经济指标

三、 企业偿债能力分析

四、 企业盈利能力分析

五、 企业运营能力分析

六、 企业成本费用分析

第十三节 肇庆市万亚电子科技有限公司

一、公司基本情况

二、 企业主要经济指标

三、 企业偿债能力分析

四、 企业盈利能力分析

五、 企业运营能力分析

六、 企业成本费用分析

第十四节 北京爱德发科技有限公司

一、公司基本情况

二、 企业主要经济指标

三、 企业偿债能力分析

四、 企业盈利能力分析

五、 企业运营能力分析

六、 企业成本费用分析

第节 深圳市航盛电子股份有限公司

一、公司基本情况

二、 企业主要经济指标

三、 企业偿债能力分析

四、 企业盈利能力分析

五、 企业运营能力分析

六、 企业成本费用分析

第十八章 2015-2020年中国汽车音响行业发展趋势与前景展望

第一节2015-2020年中国汽车音响行业发展前景分析

第二节 2015-2020年中国汽车音响发展趋势分析

一、竞争态势将更加激烈

二、产品专业化分工将日益明显

三、生产技术将不断升级

四、渠道争夺战将更为激烈

第三节 2015-2020年中国汽车音响业技术发展走向分析

一、汽车音响的发展走向

二、数码与传统的融合

三、汽车音响功能越来越多元

四、汽车音响技术的发展趋势

第四节 2015-2020年中国汽车音响行业市场预测分析

一、音响设备行业市场规模预测

二、汽车音响市场销量预测分析

三、汽车音响市场规模预测分析

第十九章 2015-2020年中国汽车音响行业投资机会与风险分析

第一节2015-2020年中国汽车音响行业投资环境分析

一、中国经济发展形势预测分析

二、汽车市场增长为汽车音响提供广阔空间

第二节 2015-2020年中国汽车音响行业投资风险分析

一、宏观调控风险

二、市场竞争风险

三、原料市场风险

四、技术风险分析

第三节 2015-2020年中国汽车音响市场发展策略分析

一、加强汽车音响产品技术研发提升核心竞争能力

二、厂家应重视汽车音响后装市场尤其是OES市场的竞争

三、细分市场采取不同经营战略

第四节 2015-2020年中国汽车音响行业投资策略及建议

**访问中商产业研究院：**http://www.askci.com

**报告在线阅读：**http://www.askci1.com/reports/2014/12/30/142724s1nq.shtml

□□□□□□□□□□□□

□□□□□□□ □□□□□□□ □□□□□□□□ □□□□□□□ □□□□□□

□□□□□□□□□□□□

IPO□□□□□ □□□□□□ □□□□□□ □□□□□ □□□□□ □□□□□ □□□□□ □□□□□ □□□□□□□ □□□□□

## 三、研究机构

### 公司介绍

IPO

350

## 中商产业研究院产品与服务

### 市场调研

**核心优势**

□ □□ □□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□

□ □□ □□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□

□ □□ □□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□

□ □□ □□□□□□□□□□□□□□□□□□ 100□□□□□□□□ □□□□□ □□□□□ □□□□□□

□□□□□□□

□ □□ □□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□

□ □□ □□□□□□ □□□□□ □□□□350□□□80%□□□□□□□□□□□□□□□

## □□□□□□□□□□

### □□□□□□□□□□□□□□□□□□

□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□30□□□□□□1000□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□20000□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□ □□□□□□□□□□□□□□□□□□□□——CI□□□□□□□□□□□□ □□□□□□□□ □□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□

### □□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□

□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□ □□□□□ □□□□□ □□□□□□□□□ □□□□□□ □□□□ □□□□□□□□□□□□□□□□□□

# 中商产业研究院订购单回执表

**单位全称：**_____ **部　　门：**_____

**联 系 人：**_____ 联系电话：_____

**地址/邮编：**_____ **手　　机：**_____

**E-mail：**_____ **传　　真：**_____

**报告名称：**_____

报告格式：_____

付款方式：□银行 □邮局 □支票 □其他 订购数量：_____份

请选择报告版本：_____

**1□PDF电子版9000元/份　2□印刷版9000元/份　3□PDF电子版+印刷版9000元/份**

总计金额：_____万_____仟_____佰_____拾_____元　（小写：_____元）

预计付款日期：_____年_____月_____日

指定账号：

开户行：中国工商银行深圳市分行

开户名：深圳中商产业研究院有限公司

帐　号：4000 0230 0920 1417 009

款到后，发票随后寄发。此账号为唯一指定账号。

联系方式：

研究报告：400-666-1917
可研报告¥商业计划书： 400-788-9700
IPO咨询专线： 400-788-9689
市场调研： 400-666-1917
产业园区咨询专线： 400-788-9700
政府投资规划咨询热线： 400-788-9700

北京：北京市朝阳区东四环中路41号嘉泰国际大厦B座13层（中国纺织科学研究院）
深圳：深圳市福田中心区红荔路1001号银盛大厦7层(团市委办公大楼)
香港：香港皇后大道中183号中远大厦19楼
传真：0755-25407715/010-83525881 网址：http://www.askci.com
电邮：service@askci.com

备注：请将订阅信息填好后，传真至我中心客服部，款到后发票随后寄发。