

2024-2029年中国化妆品代工（OEM）行业投资价值分析及发展趋势预测报告

报告简介

化妆品代工(OEM)行业研究报告中的化妆品代工(OEM)行业数据分析以权威的国家统计数据为基础，采用宏观和微观相结合的分析方式，利用科学的统计分析方法，在描述行业概貌的同时，对化妆品代工(OEM)行业进行细化分析，包括产品总体状况、产品生产情况、重点企业状况、主要产品总产量、进出口情况等。报告中主要运用图表及表格方式，直观地阐明了行业的经济类型构成、规模构成、经营效益比较、生产状况及对外贸易情况等，是企业了解化妆品代工(OEM)行业市场状况必不可少的助手。在形式上，报告以丰富的数据和图表为主，突出文章的可读性和可视性，避免套话和空话。报告附加了与行业相关的数据、政策法规目录、主要企业信息及行业的大事记等，为投资者和业界人士提供了一幅生动的行业全景图。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息技术有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、51行业报告网、全国及海外相关报刊杂志的基础信息以及化妆品代工(OEM)行业研究单位等公布和提供的大量资料。报告对我国化妆品代工(OEM)行业的供需状况、发展现状、子行业发展变化等进行了分析，重点分析了国内外化妆品代工(OEM)行业的发展现状、如何面对行业的发展挑战、行业的发展建议、行业竞争力，以及行业的投资分析和趋势预测等等。报告还综合了化妆品代工(OEM)行业的整体发展动态，对行业在产品方面提供了参考建议和具体解决办法。报告对于化妆品代工(OEM)产品生产企业、经销商、行业管理部门以及拟进入该行业的投资者具有重要的参考价值，对于研究我国化妆品代工(OEM)行业发展规律、提高企业的运营效率、促进企业的发展壮大有学术和实践的双重意义。

报告目录

第一部分 化妆品代工行业现状

第一章 化妆品OEM综合概述 1

第一节 OEM概述 1

一、OEM概念 1

二、OEM特性 1

三、OEM分类 4

第二节 化妆品OEM行业特性分析 6

一、化妆品OEM市场特点 6

二、化妆品OEM行业经济特性 7

三、化妆品OEM行业成熟度分析 9

第三节 化妆品OEM行业产业链分析	14
一、化妆品OEM产业链上游分析	14
二、化妆品OEM产业下游分析	29
三、化妆品OEM成本构成	57
第二章 2019-2023年中国化妆品OEM行业市场发展环境分析	59
第一节 2019-2023年全球环境分析	59
一、经济环境分析	59
二、社会环境分析	62
三、政策环境分析	66
四、研发环境	69
第二节 2019-2023年中国经济环境分析	72
一、国民经济运行情况	72
二、消费价格指数CPI、PPI分析	88
三、全国居民收入情况解读	94
四、2019-2023年恩格尔系数分析	95
五、2019-2023年工业发展形势走势	97
六、固定资产投资情况	103
七、2019-2023年对外贸易进出口分析	109
第三节 2019-2023年中国化妆品OEM行业政策环境分析	112
一、与化妆品OEM相关的监管机构	112
二、与化妆品OEM相关的政策法规	113
三、其化妆品OEM相关的法律法规	120
四、国外化妆品OEM政策法规	125
第四节 2019-2023年中国化妆品OEM行业社会环境分析	127

- 一、人口环境分析 127
- 二、教育情况分析 132
- 三、文化环境分析 133
- 四、生态环境分析 134
- 五、中国城镇化率 136
- 六、居民消费观念和习惯分析 138
- 第五节 2019-2023年中国化妆品OEM行业技术环境分析 142
- 第三章 全球化妆品OEM行业发展分析 144
- 第一节 全球化妆品OEM行业市场发展分析 144
- 一、化妆品OEM市场现状分析 144
- 二、化妆品OEM全球市场规模分析 145
- 三、化妆品OEM消费结构分析 146
- 四、全球化妆品OEM的研发分析 147
- 五、全球化妆品OEM市场未来展望 150
- 第二节 美国化妆品OEM产业运行概况 152
- 一、美国化妆品OEM市场现状 152
- 二、美国化妆品OEM进出口分析 153
- 三、美国化妆品OEM市场品牌分析 154
- 四、美国化妆品OEM市场发展趋势 166
- 第三节 德国化妆品OEM产业运行概况 167
- 一、德国化妆品OEM市场现状 167
- 二、德国化妆品OEM进出口分析 168
- 三、德国化妆品OEM市场品牌分析 170
- 四、德国化妆品OEM市场发展趋势 171

第四节 英国化妆品OEM产业运行概况	173
一、英国化妆品OEM市场现状	173
二、英国化妆品OEM进出口分析	174
三、英国化妆品OEM市场品牌分析	175
四、英国化妆品OEM市场发展趋势	178
第五节 法国化妆品OEM产业运行概况	179
一、法国化妆品OEM市场现状	179
二、法国化妆品OEM进出口分析	184
三、法国化妆品OEM市场品牌分析	185
四、法国化妆品OEM市场发展趋势	186
第六节 日本化妆品OEM产业运行概况	187
一、日本化妆品OEM市场现状	187
二、日本化妆品OEM进出口分析	191
三、日本化妆品OEM市场品牌分析	191
四、日本化妆品OEM市场发展趋势	194
第七节 韩国化妆品OEM产业运行概况	196
一、韩国化妆品OEM市场现状	196
二、韩国化妆品OEM进出口分析	197
三、韩国化妆品OEM市场品牌分析	197
四、韩国化妆品OEM市场发展趋势	202
第四章 中国化妆品OEM发展现状分析	205
第一节 化妆品OEM行业发展概况	205
一、中国化妆品OEM行业的现状	205
二、中国化妆品OEM行业发展的阶段	207

- 三、中国化妆品OEM行业存在的问题 209
- 四、中国化妆品OEM行业的发展趋势 212
- 五、化妆品OEM行业的最新动态 214
- 第二节 2019-2023年中国化妆品OEM行业发展状况 216
 - 一、2019-2023年中国化妆品OEM行业发展回顾 216
 - 二、2019-2023年化妆品OEM行业发展特点分析 218
 - 三、2019-2023年中国化妆品OEM行业市场分析 219
- 第三节 中国化妆品OEM行业要素分析 220
 - 一、2019-2023年中国化妆品OEM行业企业数量分析 220
 - 二、2019-2023年化妆品OEM行业从业人员分析 220
 - 三、2019-2023年中国化妆品OEM行业资产规模分析 220
 - 四、中国化妆品OEM行业品牌分析 220
- 第四节 2019-2023年中国化妆品OEM行业经营分析 221
 - 一、化妆品OEM行业产销情况分析 221
 - 二、化妆品OEM行业盈利分析 222
- 第五节 化妆品OEM行业发展动态聚焦 223
- 第五章 化妆品OEM行业政策分析 226
 - 第一节 现行发展政策分析 226
 - 一、“十四五规划”对化妆品OEM行业的影响分析 226
 - 二、“城镇化”对化妆品OEM行业影响分析 226
 - 三、国家对化妆品OEM行业的规划分析 226
 - 四、最新政策动向分析 229
 - 第二节 化妆品OEM行业监管政策分析 231
 - 一、现行的政策分析 231

- 二、现行政策的不足 232
- 三、行业监管分析 233
- 四、未来的政策趋势 235
- 第六章 中国化妆品行业消费分析 237
- 第一节 化妆品行业产品消费者分析 237
- 一、不同收入水平消费者偏好分析 237
- 二、不同年龄的消费者偏好分析 237
- 三、不同地区的消费者偏好分析 239
- 四、不同性别的偏好分析 240
- 第二节 化妆品市场消费需求分析 241
- 一、化妆品市场的消费需求变化 241
- 二、化妆品行业的需求情况分析 243
- 三、2019-2023年化妆品品牌市场消费需求分析 244
- 第三节 化妆品消费市场状况分析 246
- 一、化妆品行业消费特点 246
- 二、化妆品消费者分析 248
- 三、化妆品消费结构分析 249
- 四、化妆品消费的市场变化 251
- 五、化妆品市场的消费方向 254
- 第四节 影响消费因素分析 256
- 一、价格敏感程度 256
- 二、品牌的影响 256
- 三、购买方便的影响 256
- 四、广告的影响程度 256

五、包装的影响程度	257
六、品牌忠诚度分析	259
第二部分 市场竞争格局	
第七章 中国化妆品OEM行业市场分析	260
第一节 中国化妆品OEM行业市场综述	260
一、中国化妆品OEM行业市场现状	260
二、中国化妆品OEM行业市场结构分析	260
三、化妆品OEM行业市场规模分析	261
四、化妆品OEM行业趋势分析	262
五、2019-2023年化妆品OEM产值分析	265
第二节 2019-2023年化妆品OEM行业市场分析	265
一、2019-2023年化妆品OEM行业市场供给分析	265
二、2019-2023年化妆品OEM行业市场需求分析	265
三、2019-2023年化妆品OEM行业市场规模分析	266
四、2019-2023年中国化妆品OEM区域市场规模分析	266
五、化妆品OEM行业市场渠道分析	267
六、化妆品OEM行业市场发展策略	269
第三节 化妆品OEM行业市场动态解析	270
第八章 化妆品OEM行业竞争分析	271
第一节 行业竞争结构分析	271
一、现有企业间竞争	271
二、潜在进入者分析	272
三、替代品威胁分析	272
四、供应商议价能力	273

五、客户议价能力	273
第二节 行业集中度分析	274
一、市场集中度分析	274
二、企业集中度分析	274
三、区域集中度分析	275
四、品牌集中度分析	275
第三节 中国化妆品OEM行业竞争格局综述	275
一、2019-2023年化妆品OEM行业集中度	275
二、2019-2023年化妆品OEM行业竞争程度	275
三、2019-2023年化妆品OEM行业竞争格局	276
第四节 2019-2023年中国化妆品OEM行业竞争分析及预测	279
一、2019-2023年化妆品OEM市场竞争情况分析	279
二、2019-2023年化妆品OEM市场竞争形势分析	279
三、2019-2023年集中度分析及预测	280
四、2019-2023年SWOT分析及预测	281
五、2019-2023年进入退出状况分析及预测	284
六、2019-2023年生命周期分析及预测	285
第九章 化妆品OEM市场区域分析	289
第一节 华东地区化妆品市场分析	289
一、消费者消费意识形态	289
二、国内外品牌渗透情况	290
三、市场销售动态	291
四、区域潜在消费空间	295
第二节 华南地区化妆品市场分析	298

- 一、消费者消费意识形态 298
- 二、国内外品牌渗透情况 300
- 三、市场销售动态 301
- 四、区域潜在消费空间 302
- 第三节 华中地区化妆品市场分析 303
 - 一、消费者消费意识形态 303
 - 二、国内外品牌渗透情况 304
 - 三、市场销售动态 305
 - 四、区域潜在消费空间 305
- 第四节 华北地区化妆品市场分析 306
 - 一、消费者消费意识形态 306
 - 二、国内外品牌渗透情况 308
 - 三、市场销售动态 309
 - 四、区域潜在消费空间 311
- 第五节 西南地区化妆品市场分析 311
 - 一、消费者消费意识形态 311
 - 二、国内外品牌渗透情况 313
 - 三、市场销售动态 314
 - 四、区域潜在消费空间 315
- 第六节 东北地区化妆品市场分析 316
 - 一、消费者消费意识形态 316
 - 二、国内外品牌渗透情况 317
 - 三、市场销售动态 318
 - 四、区域潜在消费空间 319

第七节 西北地区化妆品市场分析	320
一、消费者消费意识形态	320
二、国内外品牌渗透情况	321
三、市场销售动态	322
四、区域潜在消费空间	323
第十章 化妆品OEM行业相关化妆品市场分析	326
第一节 化妆品市场分析	326
一、化妆品市场概况分析	326
二、“十四五规划”对化妆品的影响	328
三、化妆品市场运行分析	331
四、化妆品市场发展存在的问题	334
五、化妆品市场前景分析	336
第二节 2019-2023年化妆品市场分析	337
一、2019-2023年化妆品市场情况	337
二、2019-2023年化妆品市场情况	337
第三节 2024-2029年化妆品市场预测分析	338
第四节 化妆品发展策略分析	339
一、化妆品市场定位分析	339
二、化妆品相关政策解读	339
三、化妆品发展趋势分析	346
第五节 化妆品最新动态	348
第十一章 化妆品OEM行业国内重点企业分析	350
第一节 广州科玛化妆品制造有限公司	350
一、企业概况	350

- 二、企业经营情况分析 352
- 三、企业经济指标分析 353
- 四、企业战略分析 354
- 第二节 广州宝生堂化妆品有限公司 355
 - 一、企业概况 355
 - 二、企业发展历程情况分析 356
 - 三、企业品牌发展分析 358
 - 四、企业技术和优势分析 359
 - 五、企业战略分析 364
- 第三节 美辰生物科技 366
 - 一、企业概况 366
 - 二、企业经营情况分析 367
 - 三、企业战略分析 368
- 第四节 复大生物集团 371
 - 一、企业概况 371
 - 二、企业科研领域分析 373
 - 三、企业战略分析 379
- 第五节 广州雅姿达化妆品有限公司 380
- 第六节 广州丽丰化妆品制造有限公司 382
 - 一、企业概况 382
 - 二、企业经营情况分析 383
 - 三、企业运营能力分析 385
- 第七节 广州瑞嘉精细化工有限公司 386
 - 一、企业概况 386

二、企业文化理念分析 387

三、企业品牌OEM方案分析 387

第八节 德芙化妆品有限公司 389

一、企业概况 389

二、企业经营情况分析 390

三、企业运营能力分析 391

第九节 柏美国际化妆品有限公司 394

一、企业概况 394

二、企业经营情况分析 395

第十节 清茹化妆品有限公司 395

一、企业概况 395

二、企业运营能力分析 397

三、企业战略分析 400

第三部分 行业预测

第十二章 化妆品OEM行业投资机会与风险 402

第一节 化妆品OEM行业投资效益分析 402

一、2019-2023年化妆品OEM行业投资状况分析 402

二、2024-2029年化妆品OEM行业投资市场空间预测 402

三、2024-2029年化妆品OEM行业的投资方向 403

四、2024-2029年化妆品OEM行业投资的建议 405

五、新进入者应注意的障碍因素分析 408

第二节 影响化妆品OEM行业发展的主要因素 411

一、2024-2029年影响化妆品OEM行业运行的有利因素分析 411

二、2024-2029年影响化妆品OEM行业运行的稳定因素分析 411

三、2024-2029年影响化妆品OEM行业运行的不利因素分析	412
四、2024-2029年我国化妆品OEM行业发展面临的挑战分析	413
五、2024-2029年我国化妆品OEM行业发展面临的机遇分析	414
第三节 化妆品OEM行业投资风险及控制策略分析	416
一、2024-2029年化妆品OEM行业市场风险及控制策略	416
二、2024-2029年化妆品OEM行业政策风险及控制策略	416
三、2024-2029年化妆品OEM行业经营风险及控制策略	417
四、2024-2029年化妆品OEM同业竞争风险及控制策略	417
五、2024-2029年化妆品OEM行业其他风险及控制策略	418
第四部分 投资战略	
第十三章 化妆品OEM行业投资战略研究	419
第一节 化妆品OEM行业发展战略研究	419
一、战略综合规划	419
二、业务组合战略	420
三、区域战略规划	421
四、产业战略规划	422
五、营销品牌战略	423
六、竞争战略规划	424
第二节 对化妆品OEM品牌的战略思考	426
一、企业品牌的重要性	426
二、化妆品OEM实施品牌战略的意义	427
三、化妆品OEM企业品牌的现状分析	428
四、化妆品OEM企业的品牌战略	429
五、化妆品OEM品牌战略管理的策略	431

第三节 化妆品OEM行业投资战略研究 435

一、2019-2023年化妆品OEM行业投资战略 435

二、2019-2023年化妆品OEM行业投资战略 437

三、2024-2029年化妆品OEM行业投资战略 438

四、2024-2029年细分行业投资战略 440

第四节 研究结论与建议 441

一、研究结论 441

二、建议 443

图表目录

图表：化妆品OEM产业链 14

图表：化妆品原料厂家地区分布 20

图表：化妆品原料厂家企业规模分布 21

图表：化妆品原料分销商地区分布 21

图表：化妆品原料分销商企业规模分布 21

图表：2019-2023年中国化妆品网购市场交易规模 31

图表：2019-2023年男士化妆品搜索指数 34

图表：2019-2023年男士化妆品搜索词特征 35

图表：2019-2023年男士化妆品与行业搜索词特征对比 35

图表：2019-2023年男士化妆品品牌关注度 36

图表：2019-2023年男士化妆品产品大类关注度 36

图表：2019-2023年男士化妆品用途关注度排行 37

图表：2019-2023年Onlylady男士面部产品口碑关注度排行 37

图表：2019-2023年化妆品产品大类关注度 38

图表：2019-2023年护肤类化妆品搜索指数 38

- 图表：2019-2023年护肤类化妆品搜索词特征 39
- 图表：2019-2023年护肤类与行业搜索词特征对比 39
- 图表：2019-2023年护肤类化妆品品牌关注度 40
- 图表：2019-2023年护肤类用途关注度排行 40
- 图表：2019-2023年面部护理与面部清洁产品关注度排行 41
- 图表：2019-2023年彩妆类化妆品搜索指数 41
- 图表：2019-2023年彩妆类化妆品搜索词特征 41
- 图表：2019-2023年彩妆类与行业搜索词特征对比 42
- 图表：2019-2023年彩妆类化妆品品牌关注度 42
- 图表：2019-2023年Onlylady美宝莲纽约单品口碑关注度排行TOP10 43
- 图表：2019-2023年Onlylady姬芮单品口碑关注度排行TOP10 44
- 图表：2019-2023年Onlylady卡姿兰单品口碑关注度排行TOP10 45
- 图表：2019-2023年彩妆类用途关注度排行 46
- 图表：2019-2023年肤色改善产品关注度排行 46
- 图表：2017眼部彩妆产品关注度排行 47
- 图表：2019-2023年头发护理类化妆品搜搜指数 47
- 图表：2019-2023年头发护理类搜索词特征 48
- 图表：2019-2023年头发护理与行业搜索词特征对比 48
- 图表：2019-2023年头发护理类化妆品品牌关注度 49
- 图表：2019-2023年Onlylady巴黎欧莱雅头发护理类单品口碑关注度TOP10 50
- 图表：2019-2023年头发护理类用途关注度排行 51
- 图表：2019-2023年洗发产品关注度排行 51
- 图表：2019-2023年染发产品关注度排行 52
- 图表：2019-2023年Onlylady霸王单品口碑关注度排行TOP10 53

- 图表：2019-2023年香水类化妆品搜索指数 53
- 图表：2019-2023年香水化妆品搜索词特征 54
- 图表：2019-2023年香水类与行业搜索词特征对比 54
- 图表：2019-2023年香水类化妆品品牌关注度 55
- 图表：2019-2023年Onlylady香奈儿单品口碑关注排行TOP10 56
- 图表：2019-2023年Onlylady迪奥香水单品口碑关注度排行TOP10 57
- 图表：2019-2023年国内生产总值及其增长速度 72
- 图表：2019-2023年居民消费价格月度涨跌幅度 73
- 图表：2019-2023年居民消费价格比2019-2023年涨跌幅度 73
- 图表：2019-2023年新建商品住宅月环比价格下降、持平、上涨城市个数变化情况 74
- 图表：2019-2023年城镇新增就业人数 74
- 图表：2019-2023年国家外汇储备及其增长速度 75
- 图表：2019-2023年公共财政收入及其增长速度 75
- 图表：2019-2023年粮食产量及其增长速度 76
- 图表：2019-2023年全部工业增加值及其增长速度 77
- 图表：2019-2023年主要工业产品产量及其增长速度 77
- 图表：2019-2023年建筑业增加值及其增长速度 79
- 图表：2019-2023年社会消费品零售总额及其增长速度 80
- 图表：2019-2023年货物进出口总额及其增长速度 81
- 图表：2019-2023年主要商品出口数量、金额及其增长速度 81
- 图表：2019-2023年主要商品进口数量、金额及其增长速度 82
- 图表：2019-2023年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度 82
- 图表：2019-2023年货物进出口总额 83
- 图表：2019-2023年非金融领域外商直接投资及其增长速度 83

图表：2019-2023年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度 84

图表：2019-2023年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度 85

图表：2019-2023年电话用户数 86

图表：2019-2023年全部金融机构本外币存贷款余额及其增长速度 87

图表：2019-2023年社会消费品零售总额分月同比增长速度 88

图表：2019-2023年社会消费品零售总额主要数据 89

图表：2019-2023年居民消费价格分类别同比上涨跌幅 91

图表：2019-2023年居民消费价格分类别环比涨跌幅 92

图表：2019-2023年居民消费价格主要数据 92

图表：2019-2023年社会消费品零售总额主要数据 93

图表：2019-2023年我国恩格尔系数趋势分析 97

图表：2019-2023年我国规模以上工业增加值同比增长速度 98

图表：2019-2023年规模以上工业生产主要数据 99

图表：2019-2023年我国发电量日均产量及同比增速 100

图表：2019-2023年我国钢材日均产量及同比增速 101

图表：2019-2023年我国水泥日均产量及同比增速 101

图表：2019-2023年我国原油加工量日均产量及同比增速 101

图表：2019-2023年我国十种有色金属日均产量及同比增速 102

图表：2019-2023年我国乙烯日均产量及同比增速 102

图表：2019-2023年我国汽车日产量及同比增速 102

图表：2019-2023年我国轿车日均产量及同比增速 103

图表：固定资产投资(不含农户)同比增速 103

图表：东、中、西部地区投资相邻两月累计同比增速 104

图表：2019-2023年固定资产投资到位资金同比增速 105

- 图表：2019-2023年固定资产投资(不含农户)主要数据 105
- 图表：2019-2023年民间固定资产投资和固定资产投资(不含农户)增速 107
- 图表：2019-2023年民间固定资产投资主要数据 108
- 图表：2019-2023年人口数及其构成 129
- 图表：2019-2023年农村居民人均纯收入及其实际增长速度 129
- 图表：2019-2023年城镇居民人均可支配收入及其实际增长速度 130
- 图表：平均预期寿命变化 131
- 图表：2019-2023年普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数 132
- 图表：2019-2023年研究试验发展(RD)经费支出 133
- 图表：日本企业化妆品品牌及主营业务 193
- 图表：2019-2023年化妆品OEM企业数量 220
- 图表：2019-2023年化妆品OEM从业人员数 220
- 图表：2019-2023年化妆品OEM总资产 220
- 图表：2019-2023年化妆品OEM工业销售产值 221
- 图表：2019-2023年中国网购化妆品交易分析 254
- 图表：2019-2023年化妆品网购总额与零售总额分析 255
- 图表：2019-2023年化妆品网购总额占零售总额比例分析 255
- 图表：2019-2023年化妆品OEM产值 265
- 图表：2019-2023年化妆品OEM市场供给总额分析 265
- 图表：2019-2023年化妆品OEM市场需求总额 265
- 图表：2019-2023年化妆品OEM市场规模 266
- 图表：2019-2023年东北地区化妆品OEM市场规模 266
- 图表：2019-2023年华北地区化妆品OEM市场规模 266
- 图表：2019-2023年华东地区化妆品OEM市场规模 266

- 图表：2019-2023年华中地区化妆品OEM市场规模 267
- 图表：2019-2023年华南地区化妆品OEM市场规模 267
- 图表：2019-2023年西部地区化妆品OEM市场规模 267
- 图表：化妆品OEM涉水电商SWOT分析表 283
- 图表：2019-2023年我国化妆品市场容量分析 337
- 图表：2019-2023年我国化妆品市场容量分析 337
- 图表：宝生堂国际企业集团日化线系列产品结构图(1) 361
- 图表：宝生堂国际企业集团日化线系列产品结构图(2) 362
- 图表：宝生堂国际企业集团专业线系列产品结构图(1) 362
- 图表：宝生堂国际企业集团专业线系列产品结构图(2) 363
- 图表：宝生堂国际企业集团专业线系列产品结构图(3) 363
- 图表：宝生堂国际企业集团生产设备 364
- 图表：复大生物集团产业结构 372
- 图表：广州市雅资达化妆品有限公司 381
- 图表：柏美国际化妆品制造有限公司经营情况 395

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/bg/20170210/31608.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)