

中国乡镇商业综合体行业市场深度调研及发展趋势与投资前景研究报告(2024-2029版)

报告简介

新型城镇化是以城乡统筹、城乡一体、产城互动、节约集约、生态宜居、和谐发展等基本特征的城镇化。新型城镇化不片面追求城镇规模扩大、空间扩张，强调走集约、节能、生态的新路子，着力提高内在承载力。

随着我国发展转型的加快，经济引擎下移已是不争事实，资本市场开始从市县进入许多有发展前景的乡镇。资本关注的是新型城镇化带来的乡镇商业价值的提升，而商业综合体是提升乡镇商业价值的有效途径，也是提升新型城镇化内在承载力的好办法。在当前我省推进镇村联动，城乡一体化发展的进程中，很有必要通过商业综合体的规划和建设，来提升当地的集镇建设品位和内涵。丰城市上塘镇美林国际城项目就是对这一新型城镇化路径的探索。

不同于目前国内集中在一二线城市的商业综合体建设，乡镇商业综合体既有区域级商业功能，也有完善集镇配套的功能，符合统筹城乡发展的政策导向，可有效提高乡镇和社区群众生活质量。

乡镇商业综合体是新的开发模式，不同于城市综合体，不同于MALL，不是专业市场，更非社区商业。新市镇商业综合体，是为了改变新市镇原有商业散、乱、差的低端形象，满足新市镇居民生活与文化需要，集餐饮、娱乐、休闲、演艺、购物、宾馆等多种功能于一体的新型商业平台。

随着我国发展转型的加快，经济引擎下移已是不争事实，资本市场开始从市县进入许多有发展前景的乡镇。小城镇需要拥有多个建筑体组成的建筑群，包括从单一的商业零售发展到不同业态的组合，把商务、办公、休闲、演艺、购物、酒店、居住等功能融为一体，满足城镇居民购物、休闲和娱乐的一站式需求。随着我国发展转型的加快，经济引擎下移已是不争事实，资本市场开始从市县进入许多有发展前景的乡镇。资本关注的是新型城镇化带来的乡镇商业价值的提升，而商业综合体是提升乡镇商业价值的有效途径，也是提升新型城镇化内在承载力的好办法。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，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、国家海关总署、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、51行业报告网、全国及海外多种相关报纸杂志的基础信息等公布和提供的大量资料和数据，客观、多角度地对中国乡镇商业综合体市场进行了分析研究。报告在总结中国乡镇商业综合体发展历程的基础上，结合新时期的各方面因素，对中国乡镇商业综合体的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。报告资料详实，图表丰富，既有深入的分析，又有直观的比较，为乡镇商业综合体行业企业在激烈的市场竞争中洞察先机，能准确及时的针对自身环境调整经营策略。

报告目录

第一部分 产业环境透视

第一章 乡镇综合体行业发展概述

第一节 乡镇综合体行业定义及分类

一、行业定义

二、行业分类

第二节 乡镇综合体行业特征

一、外部特征

二、内部特征

第三节 乡镇综合体的必然性分析

一、乡镇综合体的组成

二、乡镇综合体出现的必然性

第二章 2014-2022年乡镇综合体行业发展环境分析

第一节 宏观经济环境分析

一、国际宏观经济运行分析

二、国内宏观经济运行分析

三、产业经济运行分析

1、房地产行业运行分析

2、商业地产发展分析

3、城市综合体发展分析

四、宏观经济对产业影响分析

五、2024-2029年宏观经济发展预测分析

第二节 乡镇综合体行业政策环境分析

一、乡镇综合体行业的管理体制

1、行政主管部门

2、行政监管体制

二、乡镇综合体行业主要政策内容

三、产业政策风险

1、房地产调控政策

2、信贷政策

3、税收政策

4、土地政策

5、货币政策

6、规划政策

四、政策环境对行业的影响分析

第三节 乡镇综合体行业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、中国城镇化率

六、居民的各种消费观念和习惯

七、社会环境对行业的影响分析

第四节 行业技术环境分析

一、乡镇综合体绿色建筑技术创新

二、乡镇综合体产品销售技术创新

三、乡镇综合体建筑设计技术创新

第二部分 行业深度分析

第三章 乡镇综合体核心业态发展分析

第一节 购物中心

一、购物中心行业运行现状

二、购物中心市场需求分析

三、购物中心市场竞争分析

四、购物中心发展前景分析

五、购物中心规划设计分析

1、购物中心开发的主要流程分析

2、购物中心开发的定位分析

3、购物中心开发的选址和立地分析

4、购物中心开发的规划分析

5、购物中心开发的布局分析

6、购物中心开发的设计分析

7、购物中心开发的经营管理模式分析

六、乡镇购物中心发展状况分析

第二节 写字楼

一、写字楼行业运行现状

二、写字楼市场需求分析

三、写字楼市场竞争分析

四、写字楼发展前景分析

五、写字楼规划设计分析

1、写字楼建筑规划设计要点

2、写字楼配置规划要点

3、写字楼智能办公设计

4、写字楼生态办公设计

六、乡镇写字楼发展分析

第三节 住宅

一、住宅行业运行现状

二、住宅市场需求分析

三、住宅市场竞争分析

四、住宅发展前景分析

五、住宅规划设计分析

六、乡镇住宅发展分析

第四节 酒店

一、酒店行业运行现状

二、酒店市场需求分析

三、酒店市场竞争分析

四、酒店发展前景分析

五、酒店规划设计分析

六、乡镇酒店发展分析

第五节 餐饮

一、餐饮行业运行现状

二、餐饮市场需求分析

三、餐饮市场竞争分析

四、餐饮发展前景分析

五、餐饮规划设计分析

六、乡镇餐饮发展分析

第六节 核心业态协同效应分析

一、乡镇商业综合体协同效益分析

二、乡镇商业综合体开发组合分析

第四章 乡镇商业综合体行业规划设计分析

第一节 乡镇商业综合体的设计特色

一、乡镇商业综合体的外部设计特色

二、乡镇商业综合体的内在设计特色

第二节 乡镇商业综合体的设计要点

一、乡镇商业综合体设计概述

1、乡镇商业综合体的产生背景

2、乡镇商业综合体的设计原则与规划顺序

二、乡镇商业综合体的设计要点分析

1、准确定位乡镇商业综合体的功能与风格

2、功能空间设计

3、交通流线组织

第三节 乡镇商业综合体的规划设计

一、正确的规划布局思想

二、合理的整合设计

三、完善的停车组织和交通系统

1、停车组织

2、交通系统

四、内部开放空间设计

1、围合与开敞的变换

2、竖向高差的变化

3、空间的层次变化

4、空间界面的柔化

5、空间的诱导性设计

五、乡镇商业综合体的规划设计展望

1、扩建的空间

2、生长的可能

第四节 乡镇商业综合体的空间设计

一、乡镇商业综合体的功能系统

1、乡镇商业综合体功能系统构成

2、乡镇商业综合体的功能配置

3、乡镇商业综合体功能系统的关联性

二、乡镇商业综合体的空间体系

1、当代乡镇商业综合体的空间形态

2、乡镇商业综合体空间体系的设计

3、乡镇商业综合体空间体系的设计原则

4、乡镇商业综合体的公共空间设计

三、乡镇商业综合体的交通组织与流线

1、乡镇商业综合体与城市交通体系的连接

2、乡镇商业综合体外部交通空间设计

3、乡镇商业综合体内部交通组织

4、乡镇商业综合体的入口及交通节点

四、乡镇商业综合体功能空间的复合模式

1、乡镇商业综合体复合概念

2、乡镇商业综合体的复合原则

3、乡镇商业综合体复合模式的类型

4、乡镇商业综合体的复合特征

第五节 乡镇商业综合体的建筑设计

一、乡镇商业综合体总平面设计

二、乡镇商业综合体平面设计

1、卸货场及后勤机电用房设置

2、水平交通组织

3、竖向交通组织

三、乡镇商业综合体立面设计

四、乡镇商业综合体剖面设计

第六节 乡镇商业综合体环境整合设计

一、乡镇功能整合

1、与乡镇功能的整合

2、乡镇功能定位

3、乡镇功能价值

二、与乡镇交通的整合

三、与乡镇空间的整合

四、与周边建筑形态的整合

五、与景观设施的整合

第三部分 市场全景调研

第五章 乡镇商业综合体行业开发模式分析

第一节 乡镇商业综合体的定位

一、项目的整体定位

二、乡镇商业综合体分项定位

1、乡镇商业综合体的定量研究

2、乡镇商业综合体的乡镇商业研究

第二节 乡镇商业综合体开发运营要点分析

一、乡镇商业综合体首先要符合发展规划

二、乡镇商业综合体开发的关键原则

- 1、符合“刚性规划”的原则
- 2、符合“以商定产”的原则
- 3、符合“以人为本”的原则
- 4、符合“投资共赢”的原则

三、乡镇商业综合体项目开发程序要点

- 1、投资运营的程序
- 2、开发运营的程序
- 3、乡镇商业运营的程序

第三节 乡镇商业综合体的规划

- 一、乡镇商业综合体交通组织
- 二、乡镇商业综合体空间布局

第四节 乡镇商业综合体的营销推广

第五节 乡镇商业综合体的经营管理

- 一、开发商自行管理
- 二、国外的管理机构参与合作管理
- 三、专业的物业管理公司进行市场管理
- 四、主要承租者进行经营的同时开展管理

第六节 乡镇商业综合体的开发模式

- 一、“独立”开发模式
 - 1、“独立”开发模式分析
 - 2、“独立”开发模式案例分析
- 二、“合资-公共财政补贴”模式
 - 1、“合资-公共财政补贴”模式分析

2、“合资-公共财政补贴”模式案例分析

三、“合作链”开发模式

1、“合作链”开发模式分析

第六章 中国乡镇商业综合体行业营销趋势及策略分析

第一节 乡镇商业综合体行业销售渠道分析

一、营销分析与营销模式推荐

二、乡镇商业综合体营销环境分析与评价

三、销售渠道存在的主要问题

四、营销渠道发展趋势与策略

第二节 乡镇商业综合体营销主要关键因素

一、产品规划

二、推售节奏

三、媒体宣传

四、目标客户把握

第三节 乡镇商业综合体营销要素的应用

一、产品规划的应用

1、同类产品互动产生合力

2、产品规划内部应化繁为简

二、推售节奏的应用

1、项目整体形象树立及大类型产品的推售策略

2、项目单体内部的推售策略运用

3、打造产品主要卖点要清晰

4、产品与价格因子结合

三、媒体宣传的应用

四、客户特征的应用

- 1、成交客户外在基本属性
- 2、不同类型的客户特征
- 3、乡镇商业综合体客户群共性
- 4、利用客户特征进行媒体宣传

第四节 乡镇商业综合体营销策略分析

- 一、建立价值高地
- 二、形成互动关系
- 三、传播乡镇商业文明
- 四、理清推盘顺序
- 五、整合营销模式

第四部分 竞争格局分析

第七章 2024-2029年乡镇商业综合体行业竞争形势及策略

第一节 行业总体市场竞争状况分析

- 一、乡镇商业综合体行业竞争结构分析
- 二、乡镇商业综合体行业企业间竞争格局分析
- 三、乡镇商业综合体行业集中度分析
- 四、乡镇商业综合体行业swot分析

第二节 中国乡镇商业综合体行业竞争格局综述

- 一、乡镇商业综合体行业竞争概况
- 二、中国乡镇商业综合体行业竞争力分析
- 三、中国乡镇商业综合体产品竞争力优势分析

第三节 2014-2022年乡镇商业综合体行业竞争格局分析

- 一、2014-2022年国内外乡镇商业综合体竞争分析

- 二、2014-2022年中国乡镇商业综合体市场竞争分析
- 三、2014-2022年中国乡镇商业综合体市场集中度分析
- 四、2014-2022年国内主要乡镇商业综合体企业动向
- 五、2014-2022年国内乡镇商业综合体企业拟在建项目分析

第四节 乡镇商业综合体市场竞争关键要素

- 一、体验化
- 二、资本化
- 三、差异化

第五节 乡镇商业综合体市场竞争策略分析

- 一、乡镇商业开发是灵魂
- 二、差异化发展战略
- 三、错位竞争策略

第八章 商业综合体行业相关企业经营形势分析

第一节 万达集团

- 一、企业发展概况
- 二、竞争优势
- 三、经营状况
- 四、发展战略

第二节 凯德集团

- 一、企业发展概况
- 二、竞争优势
- 三、经营状况
- 四、发展战略

第三节 恒隆集团

一、企业发展概况

二、竞争优势

三、经营状况

四、发展战略

第四节 万科集团

一、企业发展概况

二、竞争优势

三、经营状况

四、发展战略

第五节 中星

一、企业发展概况

二、竞争优势

三、经营状况

四、发展战略

第六节 华润置地

一、企业发展概况

二、竞争优势

三、经营状况

四、发展战略

第七节 中粮地产

一、企业发展概况

二、竞争优势

三、经营状况

四、发展战略

第八节 华侨城

- 一、企业发展概况
- 二、竞争优势
- 三、经营状况
- 四、发展战略

第九节 益田集团

- 一、企业发展概况
- 二、竞争优势
- 三、经营状况
- 四、发展战略

第十节 上海世茂

- 一、企业发展概况
- 二、竞争优势
- 三、经营状况
- 四、发展战略

第五部分 发展前景展望

第九章 2024-2029年乡镇商业综合体行业前景及趋势

第一节 2024-2029年乡镇商业综合体市场发展前景

- 一、2024-2029年乡镇商业综合体市场发展潜力
- 二、2024-2029年乡镇商业综合体市场发展前景展望
- 三、2024-2029年乡镇商业综合体细分行业发展前景分析

第二节 2024-2029年乡镇商业综合体行业设计趋势

- 一、2024-2029年乡镇商业综合体设计整体趋势
- 二、2024-2029年乡镇商业综合体业态设计趋势

第三节 乡镇商业综合体发展趋势预测

一、乡镇商业综合体发展趋势

二、乡镇商业综合体融资方式发展趋势

第四节 2024-2029年中国乡镇商业综合体行业供需预测

一、2024-2029年中国乡镇商业综合体行业供给预测

二、2024-2029年中国乡镇商业综合体行业需求预测

三、2024-2029年中国乡镇商业综合体行业供需平衡预测

第十章 2024-2029年乡镇商业综合体行业投资价值评估分析

第一节 商圈等级和规模的影响分析

一、商圈理论及其作用分析

1、零售引力规律分析

2、商圈饱和度的分析

二、商圈等级及规模的影响

第二节 投资价值模型基本假设分析

一、隐藏的前提条件分析

二、直接的前提条件分析

三、模型的约束条件分析

第三节 投资价值模型的构建分析

一、销售价值定位模型的构建

二、单一业态的价值区间分析

三、整体价值最佳规模及最佳区间的计算

第四节 投资价值综合分析体系

一、乡镇商业综合体投资模型指标设计的原则

二、乡镇商业综合体投资模型指标体系的建立

三、乡镇商业综合体投资评价模型的建立

第五节 乡镇商业综合体投资决策影响因素

一、项目决策的柔性因素分析

二、项目投资的不可逆性分析

三、项目的不确定性因素分析

1、项目不确定性因素分析

2、项目不确定性因素来源

第十一章 2024-2029年乡镇商业综合体行业投资机会与风险防范

第一节 乡镇商业综合体行业投资风险识别

一、乡镇商业综合体开发投资各阶段风险分析

1、乡镇商业综合体开发各阶段风险识别

2、乡镇商业综合体投资风险特征分析

3、乡镇商业综合体项目主要投资风险分析

二、乡镇商业综合体风险预估模式设计

1、风险预估与评价流程

2、风险预估的数学模型

3、风险预估的cprs模型

4、风险预估的风险因素指标基准

5、风险对策的常见措施分析

6、cprs结果在风险对策的应用

第二节 乡镇商业综合体开发经营风险

一、乡镇商业综合体开发经营的风险管理

二、经营风险的影响因素

三、开发经营风险分析

第三节 乡镇商业综合体城市投资机会分析

一、城市消费指标分析

1、社会消费品零售额分析

2、城市消费水平系数分析

二、城市存量指标分析

1、主要城市存量指标分析

2、消费水平存量系数分析

三、城市增量指标分析

1、城市增量指标分析

2、增量指标应用分析

四、“现状饱和指数”分析

1、零售饱和指数irs分析

2、多业态饱和指数分析

五、“千人拥有商场面积”分析

1、“千人拥有商场面积”的含义

2、“千人拥有商场面积”评估依据分析

3、“千人拥有商场面积”与城市规划分析

第十二章 2024-2029年乡镇商业综合体行业面临的困境及对策

第一节 乡镇商业综合体行业面临的困境

一、新城区博弈

二、“政府引导”的误区

三、散售带来的不利影响

第二节 乡镇商业综合体企业面临的困境及对策

一、乡镇商业综合体企业面临的困境及对策

二、国内乡镇商业综合体企业的出路分析

第三节 中国乡镇商业综合体行业存在的问题及对策

一、中国乡镇商业综合体行业存在的问题

- 1、开发与经营脱节
- 2、规范标准缺失
- 3、开发模式落后
- 4、商家与地产企业关系错位

二、乡镇商业综合体行业发展的建议对策

- 1、把握国家投资的契机
- 2、竞争性战略联盟的实施
- 3、企业自身应对策略

三、市场的重点客户战略实施

- 1、实施重点客户战略的必要性
- 2、合理确立重点客户
- 3、重点客户战略管理
- 4、重点客户管理功能

第四节 乡镇商业综合体发展策略建议

一、从政府角度建议

- 1、强化规划
- 2、强化招商
- 3、强化服务
- 4、强化政策
- 5、强化管理

二、从开发主体建议

- 1、以价值链管理的系统思维进行决策
- 2、项目开发中强调边界管理和变革
- 3、确保项目的开发速度与成功复制
- 4、确保项目的开发速度与建筑质量
- 5、营销领域建立客户管理思维

第六部分 发展战略研究

第十三章 乡镇商业综合体行业案例分析研究

第一节 乡镇商业综合体设计案例分析

一、乡镇商业综合体设计案例分析

- 1、背景介绍
- 2、设计原则
- 3、设计要点
- 4、结论

二、超大型乡镇商业综合体设计案例分析

- 1、建筑设计原则
- 2、功能布局
- 3、乡镇商业空间业态布局
- 4、建筑造型设计
- 5、消防设计

第二节 乡镇商业综合体规划案例分析

- 一、背景介绍
- 二、项目概况
- 三、规划设计
- 1、选址

- 2、总体布局
- 3、概念引入
- 4、动线设计
- 5、人流引导
- 6、景观及节点
- 7、动态交通
- 8、静态交通
- 9、货运物流
- 10、摩托车、自行车、电动自行车存放

四、结论

第十四章 乡镇商业综合体行业投资战略研究

第一节 乡镇商业综合体行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第二节 对中国乡镇商业综合体品牌的战略思考

- 一、乡镇商业综合体品牌的重要性
- 二、乡镇商业综合体实施品牌战略的意义
- 三、乡镇商业综合体企业品牌的现状分析
- 四、中国乡镇商业综合体企业的品牌战略

五、乡镇商业综合体品牌战略管理的策略

第三节 乡镇商业综合体经营策略分析

一、乡镇商业综合体市场细分策略

二、乡镇商业综合体市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、乡镇商业综合体新产品差异化战略

第四节 乡镇商业综合体行业投资战略研究

一、乡镇商业综合体行业投资战略

二、2024-2029年乡镇商业综合体行业投资战略

三、2024-2029年细分行业投资战略

第十五章 专家研究结论及投资建议

第一节 乡镇商业综合体行业研究结论及建议

第二节 乡镇商业综合体子行业研究结论及建议

第三节 乡镇商业综合体行业投资建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

图表目录

图表：2010年10月-2022年11月工业增加值月度同比增长率(%)

图表：2010年10月-2022年10月社会消费品零售总额月度同比增长率(%)

图表：2010年-2022年1-11月固定资产投资完成额月度累计同比增长率(%)

图表：2010年10月-2022年10月出口总额月度同比增长率与进口总额月度同比增长率(%)

图表：2010年10月-2022年11月居民消费价格指数(2016年同月=100)

图表：2010年10月-2022年11月工业品出厂价格指数(2016年同月=100)

图表：2010年10月-2022年11月货币供应量月度同比增长率(%)

图表：2019-2023年11月-2022年11月房地产开发综合景气指数走势

图表：2019-2023年11月-

2022年11月累计全国固定资产投资及房地产开发投资增长情况(单位：亿元，%)

图表：2019-2023年11月-2022年11月累计固定资产投资及房地产开发投资同比增长率变动趋势

图表：2019-2023年1-11月累计不同用途房地产开发投资占比情况

图表：2019-2023年1-11月累计东部、中部、西部及东北部房地产投资占全国比重

图表：2019-2023年累计全国商品房施工、新开工面积及同比增长率变动趋势

图表：2019-2023年累计全国商品房、商品住宅竣工面积及同比增长率变动趋势

图表：2019-2023年累计全国商品房、商品住宅销售面积及同比增长率变动趋势

图表：2019-2023年新建商品住宅价格环比上涨、持平、下降城市个数

图表：2019-2023年新建商品住宅价格同比上涨、持平、下降城市个数

图表：2019-2023年中国人口增长情况

图表：2019-2023年中国普通本专科、中等职业教育和普通高中招生人数

图表：2019-2023年中国研究与试验发展(rd)经费支出及其增长速度

图表：2019-2023年万元国内生产总值能耗降低率

图表：2019-2023年中国清洁能源消费量占能源消费总量的比重

图表：2014-2022年中国城镇化率变化走势

图表：2009-2022年中国城镇和乡村人口对比情况

图表：2019-2023年中国购物中心行业数量规模及增速分析

图表：智能写字楼发展趋势

图表：2019-2023年中国餐饮行业收入分析

图表：不同类型的客户特征

图表：万达集团2022年上半年经营状况

图表：万达地产盈利模式的精髓

图表：凯德集团经营状况

图表：恒隆集团经营状况

图表：万科组织结构图

图表：2019-2023年万科资产负债表

图表：2019-2023年万科利润表

图表：2019-2023年万科现金流量表

图表：2019-2023年万科每股指标

图表：2019-2023年万科成长能力指标

图表：2019-2023年万科盈利能力指标

图表：2019-2023年万科运营能力指标

图表：2019-2023年万科财务风险指标

图表：华润置地经营状况

图表：2019-2023年中粮集团资产负债表

图表：2019-2023年中粮集团利润表

图表：2019-2023年中粮集团现金流量表

图表：2019-2023年中粮集团每股指标

图表：2019-2023年中粮集团成长能力指标

图表：2019-2023年中粮集团盈利能力指标

图表：2019-2023年中粮集团运营能力指标

图表：2019-2023年中粮集团财务风险指标

图表：2019-2023年华侨城资产负债表

图表：2019-2023年华侨城利润表

图表：2019-2023年华侨城现金流量表

图表：2019-2023年华侨城每股指标

图表：2019-2023年华侨城成长能力指标

图表：2019-2023年华侨城盈利能力指标

图表：2019-2023年华侨城运营能力指标

图表：2019-2023年华侨城财务风险指标

图表：商圈等级示意图

图表：销售价值定价模型公式

图表：销售价值定价模型指标释义

图表：某一消费区域市场调查数据计算公式

图表：销售价值定价模型修正公式

图表：规模区间上限j业态所属商圈整体的消费力作用公式

图表：规模区间下限j业态所属商圈整体的消费力作用公式

图表：整体价值最佳规模

图表：“城市综合体”的最佳价值区间

图表：乡镇商业综合体价值评定体系

图表：商业综合体不同业态项目关键风险表

图表：乡镇商业综合体各阶段风险描述及内容

图表：乡镇商业综合体风险预估的数学模型

图表：乡镇商业综合体各阶段风险影响曲线

图表：风险预估的cprs模型

图表：风险管理模型

图表：城市消费层级结构

图表：消费分类

图表：多业态饱和指数

图表：千人拥有商场面积与城市规划

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/baogao/20201203/191454.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)