中国有机肥料行业发展分析及趋势策略与发展战略研究报告(2026-2031版)

报告简介

有机肥料是指含有大量含碳元素化合物的肥料，包括厩肥、堆肥、人粪尿、绿肥、沼气肥等，这些肥料中的营养元素呈现有机状态，无法直接使用，需要经过微生物作用后，才能缓慢的释放出多种营养物质，所以常被用作基肥。

有机肥料包括堆肥、人粪尿、厩肥、绿肥、沤肥、废弃物肥料、沼气肥料等，其中堆肥是用作物茎秆、杂草等植物性物质和泥土、人粪尿等物质混合堆置，再经过好气微生物分解而形成的肥料，多用作基肥。

随着环保意识的增强，农业生产者越来越倾向于使用有机肥料来替代部分化肥，以减少对环境的污染并提升农产品的品质。同时，国家出台了一系列政策，鼓励企业加大对有机肥料的生产投入，推动了行业的技术进步和产能扩张。此外，随着城市化进程的加快，城市废弃物的资源化利用也成为有机肥料生产的重要原料来源，进一步促进了产量的提升，为我国农业可持续发展提供有力支持。根据相关数据，2022-2024年行业产量规模呈现逐年上升的趋势，2024年产量规模达到约1926万吨。

2024年，我国持续推进集体林权制度改革和林业产业高质量发展，全国林业产业总产值达10.17万亿元，同比增长9.6%。2024年国家林草局出台稳定林地承包关系、推进林权流转、培育规模经营主体、推动森林资源合理利用等10条措施，积极稳妥推进集体林权制度创新，并实施科技服务集体林改六大行动，推动全国集体林改走深走实。截至目前，“山定权、树定根、人定心”目标全面实现，全国集体林森林面积比林改前增长了34%，森林蓄积量翻了近一倍。集体林业带动4700多万农民就业，集体林地亩均产出300元，比林改前增长了3倍多。

国家林草局还大力发展经济林和林下经济，加快推动森林食物生产扩面增量提质，积极构建多元化食物供给体系，油茶、油橄榄、核桃、板栗、林药、林菌等森林食物被列入重点发展范围。全年完成油茶新增种植和低产林改造713万亩，茶油产量达100万吨。目前我国森林食物年产量超2亿吨，成为继粮食、

蔬菜之后的第三大重要农产品。

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、国家农业农村部、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对中国有机肥及各子行业的发展状况、上下游行业发展状况、竞争替代产品、发展趋势、新产品与技术等进行了分析，并重点分析了中国有机肥行业发展状况和特点，以及中国有机肥行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球的行业发展态势作了详细分析，并对行业进行了趋向研判，是有机肥生产、经营企业，服务、投资机构等单位准确了解目前有机肥行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

本报告也可以用于专精特新“小巨人”申请申报。

报告目录

第一章 有机肥料行业发展综述

第一节 有机肥料行业定义及分类

一、有机肥料定义

二、有机肥料分类

三、有机肥料特点

四、有机肥在农业生产中的应用作用

1、养分全面易吸收

2、有利于改变土壤性状

3、促进土壤微生物转化

4、提高农产品的质量

5、减少化肥农药的使用

五、有机肥料对经济和环境的影响

第二节 有机肥料与化肥的比较

一、有机肥与无机肥的优缺点对比

二、生物有机肥与化肥的区别

三、有机肥和复合肥的区别

四、生物菌肥和化肥的优势对比

第三节 有机肥料发展历史

一、中国古代施用有机肥料简史

二、中国近代肥料生产的发展

第四节 中国有机肥料生产工艺

一、平面条垛式堆肥工艺

二、槽式好氧发酵工艺

第二章 有机肥料行业市场环境及影响分析

第一节 行业政治法律环境

一、行业监管部门

二、行业主要法律法规及相关政策

三、有机肥料行业标准

四、行业相关发展规划

五、政策环境对行业的影响

第二节 行业经济环境分析

一、宏观经济形势分析

二、宏观经济环境对行业的影响分析

第三节 行业社会环境分析

一、行业社会环境概述

二、环保社会环境分析

三、社会环境对行业的影响

第四节 行业技术环境分析

一、有机肥料生产技术发展现状

二、技术发展动态分析

三、技术发展趋势分析

四、技术环境对行业的影响

第三章 国际有机肥料行业发展分析及经验借鉴

第一节 全球有机肥料市场总体情况分析

一、全球有机肥料行业的发展特点

二、全球有机肥料行业市场规模

三、全球有机肥料消费区域分布格局

四、全球有机肥料行业发展趋势及前景

第二节 全球主要国家及地区有机肥料市场发展分析

一、欧洲有机肥料市场发展分析

二、美国有机肥料市场发展分析

三、日本有机肥料市场发展分析

第三节 国外有机肥料行业发展经验借鉴

一、发展模式借鉴

二、发达国家有机肥推广的普遍做法

三、对我国的启示

第四章 中国有机肥料行业运行现状

第一节 中国有机肥料行业发展概况

一、中国有机肥料行业发展概况及特点

二、中国有机肥发展历程

1、原始积造肥阶段

2、化肥工业快速发展阶段

3、化学肥料主导阶段

三、有机肥利用模式

第二节 中国有机肥料应用特点

一、有机肥料施用范围较大

二、应用方法不断完善

三、资源利用率有待提高

第三节 中国有机肥料行业市场运行现状分析

一、中国有机肥料行业市场规模

二、中国有机肥料产品结构分析

三、中国有机肥料行业产销分析

四、中国有机肥料行业利润总额分析

第四节 中国有机肥料行业企业发展分析

一、中国有机肥料行业企业数量分析

二、中国有机肥料企业产能分布结构

三、中国有机肥料企业生产产品结构

第五节 中国有机肥替代化肥主要有四种基本技术模式

一、秸秆直接还田、生草/绿肥还田

二、发展“畜-沼-果(菜、茶)”等种养结合

三、堆制有机肥

四、生产商品有机肥

第五章 中国有机肥料行业供需形势及进出口分析

第一节 中国农林业发展现状分析

一、中国农业种植面积分析

二、中国主要农作物产量分析

三、中国林业种植面积分析

四、中国林业总产值分析

第二节 中国有机肥料供需分析

一、中国有机肥料供给分析

1、中国有机肥料产能分析

2、中国有机肥料产量分析

3、中国有机肥料供给结构

二、 中国有机肥料市场需求分析

1、中国有机肥料需求规模

2、中国有机肥料需求结构

三、中国有机肥料供需平衡分析

第三节 中国有机肥料进出口情况分析

一、有机肥料行业出口市场分析

1、行业出口整体情况

2、行业出口总额分析

3、行业出口产品结构

二、有机肥料行业进口市场分析

1、行业进口整体情况

2、行业进口总额分析

3、行业进口产品结构

三、中国有机肥料出口面临的挑战及对策

四、有机肥料行业进出口前景及建议

第六章 有机肥料的生产原料来源分析

第一节 农业废弃物

一、农业废弃物种类及介绍

二、农业废弃物产生量分析

三、农业废弃物化肥转化量

四、农业废弃物资源化利用

五、农业废弃物发展趋势

第二节 畜禽粪便

一、畜禽粪便种类及介绍

二、畜禽粪便产生量分析

三、畜禽粪便化肥转化量

四、畜禽粪便资源化利用

五、畜禽粪便发展趋势

第三节 工业废弃物

一、工业废弃物种类及介绍

二、工业废弃物产生量分析

三、工业废弃物化肥转化量

四、工业废弃物资源化利用

五、工业废弃物发展趋势

第四节 生活垃圾

一、生活垃圾种类及介绍

二、生活垃圾产生量分析

三、生活垃圾化肥转化量

四、生活垃圾资源化利用

五、生活垃圾发展趋势

第五节 城市污泥

一、城市污泥种类及介绍

二、城市污泥产生量分析

三、城市污泥化肥转化量

四、城市污泥资源化利用

五、城市污泥发展趋势

第七章 现代农业中有机肥料的利用现状及问题

第一节 有机肥的资源利用

一、农业秸秆利用情况

二、绿肥利用情况

三、禽畜粪便利用情况

四、商品有机肥利用情况

第二节 有机肥使用特性

一、有机肥与土壤养分的关系

二、有机肥料与土壤理化性的关系

三、有机肥料对作物的影响

四、有机肥料对作物抗逆性的影响

第三节 有机肥存在的问题

一、有机肥无害化难以保证

二、有机肥完熟性保证

三、有机肥对土壤和环境的污染

第八章 中国有机肥料行业细分产品发展分析

第一节 商品有机肥市场分析

一、商品有机肥的特点

二、商品有机肥的种类

三、商品有机肥应用情况

第二节 生物有机肥市场分析

一、生物有机肥分类及特点

二、生物有机肥市场规模分析

三、生物有机肥市场份额占比

四、生物有机肥市场竞争格局

五、生物有机肥应用情况

六、生物有机肥市场发展趋势及前景

第三节 其他有机肥料细分品类市场分析

一、新型肥料市场发展前景

二、微生物肥料市场发展前景

三、氨基酸肥市场发展前景

第九章 中国有机肥料行业营销趋势及策略分析

第一节 有机肥料企业分销渠道分析

一、有机肥料企业分销渠道主要模式

1、以构建\"自销网络\"为主的分销模式

以构建\"自销网络\"为主的分销模式就是企业将产品在目标市场上全部或基本上由企业自己的销售系统进行销售。

2、以\"代理商\"为主的分销模式

3、以\"经销商为主\"的分销模式

4、直销模式

二、有机肥料企业分销渠道存在的主要问题

1、销售渠道的效率低下

2、渠道费用持续上升

3、分销渠道的可控性较弱

4、厂商合作双方互信度低

5、合作层次太浅

三、有机肥料企业分销渠道创新的必要性

1、有机肥料企业分销渠道创新的宏观因素

2、有机肥料企业分销渠道创新的内部动因

四、基于顾客价值的分销渠道创新目标和创新模式

1、基于顾客价值的有机肥料企业分销渠道创新目标

2、基于顾客价值的分销渠道创新模式

第二节 有机肥料企业营销中存在的问题

一、营销战略缺乏

二、市场调研欠缺

三、服务意识薄弱

四、促销方式不到位

五、品牌意识不强

六、销售人员素质较差

七、销售渠道建设没跟上

第三节 有机肥料企业营销主要对策分析

一、制订正确的营销战略

二、加强市场前瞻性研究

三、建立销售根据地

四、大力强化农化服务工作

五、强化品牌经营和资本经营

第四节 有机肥料企业营销形势变化分析

一、有机肥料企业营销渠道下沉

二、有机肥料企业营销渠道下沉相关案例分析

第五节 有机肥料企业营销趋势分析

一、有机肥料企业营销渠道发展趋势

二、有机肥料企业营销趋势预测

第十章 中国有机肥料行业竞争形势分析

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、有机肥料行业竞争结构分析

1、现有企业间竞争

2、潜在进入者分析

3、替代品威胁分析

4、供应商议价能力

5、客户议价能力

6、竞争结构特点总结

二、有机肥料行业swot分析

1、有机肥料行业优势分析

2、有机肥料行业劣势分析

3、有机肥料行业机会分析

4、有机肥料行业威胁分析

第二节 有机肥料行业竞争格局分析

一、企业竞争格局分析

二、市场竞争格局分析

三、产品竞争格局分析

第三节 有机肥料行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、产能集中度分析

三、区域集中度分析

第四节 有机肥料行业并购重组分析

一、行业并购重组现状及其重要影响

二、企业升级途径及并购重组风险分析

三、行业投资兼并与重组趋势分析

第十一章 中国有机肥料区域市场分析

第一节 中国有机肥料重点区域市场分析

一、行业区域结构总体特征

二、行业区域集中度分析

三、行业企业数量区域分布

第二节 中国有机肥料重点地方发展分析

一、山东省有机肥料市场发展分析

1、山东省有机肥料市场政策分析

2、山东省有机肥料产量分析

3、 山东省有机肥料企业数量

4、山东省有机肥料应用趋势及前景

二、辽宁省有机肥料市场发展分析

1、辽宁省有机肥料市场政策分析

2、 辽宁省有机肥料产量分析

3、辽宁省有机肥料企业数量

4、辽宁省有机肥料应用趋势及前景

三、湖北省有机肥料市场发展分析

1、湖北省有机肥料市场政策分析

2、湖北省有机肥料产量分析

3、湖北省有机肥料企业数量

4、湖北省有机肥料应用趋势及前景

四、河南省有机肥料市场发展分析

1、河南省有机肥料市场政策分析

2、河南省有机肥料产量分析

3、河南省有机肥料企业数量

4、河南省有机肥料应用趋势及前景

五、安徽省有机肥料市场发展分析

1、安徽省有机肥料市场政策分析

2、安徽省有机肥料产量分析

3、安徽省有机肥料企业数量

4、安徽省有机肥料应用趋势及前景

六、四川省有机肥料市场发展分析

1、四川省有机肥料市场政策分析

2、四川省有机肥料产量分析

3、四川省有机肥料企业数量

4、四川省有机肥料应用趋势及前景

七、湖南省有机肥料市场发展分析

1、湖南省有机肥料市场政策分析

2、湖南省有机肥料产量分析

3、湖南省有机肥料企业数量

4、湖南省有机肥料应用趋势及前景

第十二章 中国有机肥料领先企业发展分析

第一节 中国有机肥料企业总体发展状况分析

一、有机肥料企业主要类型

二、有机肥料企业产能排名

三、有机肥料企业品牌排名

第二节 中国有机肥料知名品牌分析

一、根力多生物科技股份有限公司

1、企业发展概况

2、主营业务分析

3、经营情况分析

4、营销渠道及网络

5、产业布局分析

6、竞争优势分析

二、中化化肥有限公司

1、企业发展概况

2、主营业务分析

3、经营情况分析

4、营销渠道及网络

5、产业布局分析

6、竞争优势分析

三、金正大生态工程集团股份有限公司

1、企业发展概况

2、 主营业务分析

3、经营情况分析

4、营销渠道及网络

5、产业布局分析

6、竞争优势分析

四、史丹利农业集团股份有限公司

1、企业发展概况

2、主营业务分析

3、经营情况分析

4、营销渠道及网络

5、产业布局分析

6、竞争优势分析

五、重庆市万植巨丰生态肥业有限公司

1、企业发展概况

2、主营业务分析

3、经营情况分析

4、营销渠道及网络

5、产业布局分析

6、竞争优势分析

六、北京航天恒丰科技股份有限公司

1、企业发展概况

2、主营业务分析

3、经营情况分析

4、营销渠道及网络

5、产业布局分析

6、竞争优势分析

七、安徽省司尔特肥业股份有限公司

1、企业发展概况

2、主营业务分析

3、经营情况分析

4、营销渠道及网络

5、产业布局分析

6、竞争优势分析

八、北京精耕天下农业科技股份有限公司

1、企业发展概况

2、主营业务分析

3、经营情况分析

4、营销渠道及网络

5、产业布局分析

6、竞争优势分析

九、北京澳佳生态农业股份有限公司

1、企业发展概况

2、主营业务分析

3、经营情况分析

4、营销渠道及网络

5、产业布局分析

6、竞争优势分析

十、深圳市芭田生态工程股份有限公司

1、企业发展概况

2、主营业务分析

3、经营情况分析

4、营销渠道及网络

5、产业布局分析

6、竞争优势分析

第十三章 2026-2031年有机肥料发展趋势及前景

第一节 2026-2031年有机肥料市场发展前景

一、2026-2031年有机肥料市场发展潜力

二、2026-2031年有机肥料市场发展前景

1、有机肥料需求增加

2、有机肥供应量充足

3、有机肥适应绿色发展要求

三、2026-2031年有机肥料细分行业发展前景分析

第二节 2026-2031年中国有机肥料行业发展趋势

一、产品发展趋势

二、产业发展趋势

三、应用领域发展趋势

第三节 2026-2031年中国有机肥料市场前景预测

一、2026-2031年中国有机肥料市场规模预测

二、2026-2031年中国有机肥料市场容量预测

三、2026-2031年中国有机肥料产量预测

第十四章 “一带一路”战略下中国有机肥料行业发展机遇分析

第一节 “一带一路”主要内容及战略意义

一、“一带一路”的主要内容

二、“一带一路”的国际背景

三、“一带一路”的国内背景

四、“一带一路”的战略意义

第二节 “一带一路”下中国有机肥料发展现状

一、“一带一路”农业合作现状

二、“一带一路”化肥进出口情况

三、“一带一路”有机肥料发展特点

四、“一带一路”有机肥料发展趋势

第三节 “一带一路”有机肥料企业走出去战略分析

一、“一带一路”战略提振沿线国家需求

二、“一带一路”战略促进中国企业成长

三、“一带一路”有机肥料企业迎来机遇

四、“一带一路”有机肥料企业走出去措施

第四节 “一带一路”有机肥料行业投资潜力分析

一、“一带一路”有机肥料行业投资现状

二、“一带一路”有机肥料行业投资规划

三、 “一带一路”有机肥料行业投资动向

四、“一带一路”有机肥料行业投资潜力

第十五章 2026-2031年有机肥料行业投资特性与风险防范

第一节 有机肥料行业投资特性分析

一、有机肥料行业进入壁垒分析

二、有机肥料行业盈利因素分析

三、有机肥料行业盈利模式分析

第二节 有机肥料行业投融资情况

一、行业资金渠道分析

二、固定资产投资分析

三、兼并重组情况分析

四、有机肥料行业投资现状分析

第三节 2026-2031年有机肥料行业投资机会

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

四、有机肥料行业投资机遇

第四节 2026-2031年有机肥料行业投资风险及防范

一、政策风险及防范

二、技术风险及防范

三、供求风险及防范

四、宏观经济波动风险及防范

五、关联产业风险及防范

六、产品结构风险及防范

七、其他风险及防范

第十六章 有机肥料行业发展面临的问题及对策

第一节 有机肥源存在的问题及对策建议

一、有机肥源存在的问题

1、有机肥源有限

2、有机肥运输困难

3、存在脏、臭、不卫生

4、存在产品质量问题

5、存在原料安全问题

二、有机肥源的解决办法

1、发展畜禽养殖

2、收集人粪尿

3、利用作物秸秆

4、果园生草

5、积极堆肥、沤肥

三、加强有机肥源建设的对策建议

1、提高果农自身认识水平

2、进一步加大对有机肥源建设的重视和宣传力度

3、加大有机肥料商品化生产开发力度

4、加强对有机肥源建设的监管与管理

第二节 生物有机肥料生产问题研究

一、生物有机肥生产现状

1、国内生物有机肥料生产存在问题

2、工艺的弊端表现

3、生物有机肥料市场存在问题

二、生物有机肥的生产原料和生产方法

1、有机原料发酵菌种生产

2、生物有机肥料的生产

3、生物有机肥料配料

4、有机肥料发酵腐熟

5、发酵腐熟后的加工

6、产品技术要求

三、生物有机肥料前景

第三节 中国有机肥料发展存在的问题

一、对绿色生物有机肥料的认识不充分

二、绿色生物有机肥料的关系技术薄弱

三、绿色生物有机肥料市场结构不完善

第四节 有机肥料行业发展不足

一、原料供给明显不足

二、原料质量参差不齐

三、非法添加物时有发生

四、行业标准存在缺陷

第十七章 有机肥料行业发展战略研究

第一节 有机肥料企业未来发展要点

一、调结构的科技型升级产品

二、服务品牌时代来临

三、战略性资源储备

四、渠道扁平化发展

第二节 对中国有机肥料品牌的战略思考

一、有机肥料品牌的重要性及评估

二、有机肥料实施品牌战略的意义

三、有机肥料企业品牌的现状分析

四、中国有机肥料企业的品牌战略

五、有机肥料品牌战略管理的策略

第三节 有机肥料经营策略分析

一、有机肥料市场细分策略

二、有机肥料市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、有机肥料新产品差异化战略

第四节 有机肥料行业投资战略研究

一、有机肥料行业投资战略

二、有机肥料行业企业投资战略

第五节 中国有机肥料行业市场投资策略建议

一、行业投资方式策略

二、行业投资领域策略

三、行业产品创新策略

四、行业营销模式策略

第十八章 研究结论及发展建议

第一节 有机肥料行业研究结论及建议

第二节 有机肥料子行业研究结论及建议

第三节 中道泰和有机肥料行业发展建议

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：有机肥行业相关政策

图表：2021-2026年国内生产总值及其增长速度

图表：2021-2026年全国人口规模(万人)

图表：2021-2026年国内人口年龄结构

图表：2021-2026年全球有机肥料行业市场规模(单位：亿元)

图表：全球有机肥料消费区域分布(单位：%)

图表：2021-2026年中国有机肥料行业市场规模(单位：亿元)

图表：2021-2026年中国有机肥料行业企业数量(单位：家)

图表：2021-2026年中国粮食播种面积(单位：万公顷)

图表：2021-2026年中国粮食总产量(单位：万吨)

图表：2021-2026年中国林业用地面积(单位：万公顷)

图表：2021-2026年中国林业总产值规模(单位：万亿元)

图表：2021-2026年中国有机肥料行业产量规模(单位：万吨)

图表：2021-2026年中国有机肥料行业需求规模(单位：万吨)

图表：2021-2026年中国有机肥行业出口规模(单位：万吨)

图表：2021-2026年中国有机肥行业出口总额(单位：亿元)

图表：2021-2026年中国有机肥行业进口规模(单位：万吨)

图表：2021-2026年中国有机肥行业进口总额(单位：亿元)

图表：2021-2026年中国生物有机肥市场规模(单位：亿元)

图表：中国有机肥市场份额占比情况(单位：%)

图表：有机肥营销渠道整合平台框架图

图表：有机肥企业营销渠道信息化交易流程图

图表：近年来年有机肥料行业并购重组项目

图表：山东省有机肥料相关政策汇总

图表：2021-2026年山东省有机肥料产量规模(单位：万吨)

图表：2021-2026年山东省有机肥料企业数量(单位：家)

图表：辽宁省有机肥料相关政策汇总

图表：2021-2026年辽宁省有机肥料产量规模(单位：万吨)

图表：2021-2026年辽宁省有机肥料企业数量(单位：家)

图表：湖北省有机肥料相关政策汇总

图表：2021-2026年湖北省有机肥料产量规模(单位：万吨)

图表：2021-2026年湖北省有机肥料企业数量(单位：家)

图表：河南省有机肥料相关政策汇总

图表：2021-2026年河南省有机肥料产量规模(单位：万吨)

图表：2021-2026年河南省有机肥料企业数量(单位：家)

图表：安徽省有机肥料相关政策汇总

图表：2021-2026年安徽省有机肥料产量规模(单位：万吨)

图表：2021-2026年安徽省有机肥料企业数量(单位：家)

图表：四川省有机肥料相关政策汇总

图表：2021-2026年四川省有机肥料产量规模(单位：万吨)

图表：2021-2026年四川省有机肥料企业数量(单位：家)

图表：湖南省有机肥料相关政策汇总

图表：2021-2026年湖南省有机肥料产量规模(单位：万吨)

图表：2021-2026年湖南省有机肥料企业数量(单位：家)

图表：主要产品分析

图表：2021-2026年根力多生物科技股份有限公司经营指标

图表：2021-2026年中化化肥有限公司经营指标

图表：2021-2026年金正大生态工程集团股份有限公司经营指标

图表：2021-2026年史丹利农业集团股份有限公司经营指标

图表：2021-2026年安徽省司尔特肥业股份有限公司经营指标

图表：2021-2026年安徽省司尔特肥业股份有限公司经营指标

图表：2021-2026年北京澳佳生态农业股份有限公司经营指标

图表：2021-2026年深圳市芭田生态工程股份有限公司经营指标

图表：2026-2031年中国有机肥料市场规模预测(单位：亿元)

图表：2026-2031年中国有机肥料市场需求量预测(单位：万吨)

图表：2026-2031年中国有机肥料市场产量预测(单位：万吨)

图表：中国有机肥销售渠道占比情况

图表：2021-2026年分行业固定资产投资(不含农户)占比

把握投资 决策经营！

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

报告编号：2982121

本文地址：https://www.51baogao.cn/baogao/20250523/2982121.shtml

在线订购：点击这里