

2023-2029年中国电子商务 市场竞争战略分析及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2023-2029年中国电子商务市场竞争战略分析及投资前景研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/report/W45043K3VE.html>

【报告价格】纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8200元

【出版日期】2023-05-25

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2023-2029年中国电子商务市场竞争战略分析及投资前景研究报告》介绍了电子商务行业相关概述、中国电子商务产业运行环境、分析了中国电子商务行业的现状、中国电子商务行业竞争格局、对中国电子商务行业做了重点企业经营状况分析及中国电子商务产业发展前景与投资预测。您若想对电子商务产业有个系统的了解或者想投资电子商务行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

时间		中国移动电商用户规模及增长情况(亿人)	
增速(%)	2016年	2017年	2018年
17.27	4.18	4.73	6.08
	10.52	13.16	28.54
	2019年	2020年	2021年
	7.13	7.88	***
		10.52	***
		2022年	***

第一章 电子商务概述

1.1 电子商务相关介绍

1.1.1 电子商务的概念

1.1.2 电子商务的分类

1.1.3 电子商务的作用

1.1.4 电子商务的系统

1.2 电子商务的发展

1.2.1 电子商务发展优势

1.2.2 电子商务发展历程

1.2.3 电子商务发展环境

1.2.4 电子商务网站规则

第二章 2021-2023年世界电子商务行业调研

2.1 世界电子商务发展状况

2.1.1 市场变化情况

2.1.2 行业发展规模

2.1.3 市场渗透状况

2.1.4 市场竞争格局

2.1.5 区域发展分析

2.1.6 市场发展趋势

2.2 世界电子商务立法概况

2.2.1 国际电子商务立法基本情况

2.2.2 国际电子商务合同法发展解读

2.2.3 世界电子商务认证机构管理方式

2.2.4 全球电子商务规则制定建议

2.2.5 全球电子商务信用风险制度

2.3 美国

2.3.1 市场发展规模

2.3.2 细分市场调研

2.3.3 消费品类情况

2.3.4 假日销售状况

2.3.5 企业竞争格局

2.3.6 未来发展方向

2.4 欧盟

2.4.1 行业发展政策

2.4.2 市场发展状况

2.4.3 市场发展规模

2.4.4 企业竞争格局

2.4.5 区域发展分析

2.4.6 市场发展问题

2.4.7 市场发展建议

2.5 日本

2.5.1 市场发展背景

2.5.2 市场发展规模

2.5.3 市场消费人群

2.5.4 市场发展趋势

2.6 韩国

2.6.1 整体市场发展规模

2.6.2 细分市场发展状况

2.6.3 电商市场出口情况

2.6.4 市场消费人群分析

2.6.5 主要电子商务平台

2.7 其他国家

2.7.1 俄罗斯

2.7.2 印度

2.7.3 澳大利亚

2.7.4 新西兰

2.7.5 越南

2.7.6 巴西

2.7.7 柬埔寨

第三章 2021-2023年中国电子商务行业发展综合分析

3.1 中国电子商务行业发展现状

3.1.1 新型业态驱动增长

3.1.2 新消费使质量提高

3.1.3 助力疫情民生就业

3.1.4 供应链数字化转型

3.1.5 跨境电商持续优化

3.1.6 农村电商快速发展

3.1.7 秩序环境不断完善

3.1.8 相关建设得到强化

3.1.9 丝路电商得到突破

3.2 中国电子商务产业园区发展分析

3.2.1 电商产业园基本概述

3.2.2 电商产业园发展阶段

3.2.3 电商产业园发展模式

3.2.4 电商产业园低碳发展

3.2.5 电商产业园发展问题

3.2.6 电商产业园衍生发展

3.3 传统企业转型电子商务态势

3.3.1 电商提升企业竞争力

3.3.2 制造业企业转型趋势

3.3.3 转型电商面临的困境

3.3.4 传统企业转型的策略

3.4 2021-2023年主要地区电子商务发展概况

3.4.1 区域格局

3.4.2 北京市

3.4.3 山东省

3.4.4 江苏省

3.4.5 上海市

3.4.6 重庆市

3.4.7 浙江省

3.4.8 广东省

3.4.9 福建省

3.4.10 海南省

3.5 电子商务行业盈利模式剖析

3.5.1 电商企业盈利模式

3.5.2 盈利模式影响因素

3.5.3 盈利模式问题分析

3.5.4 优化盈利模式策略

3.6 中国电子商务行业存在的问题及策略

3.6.1 行业发展存在问题

3.6.2 行业发展制约因素

3.6.3 企业成本控制问题

3.6.4 中小企业电商隐忧

3.6.5 行业发展基本原则

3.6.6 行业发展模式选择

3.6.7 行业发展对策建议

3.6.8 企业成本控制对策

第四章 2021-2023年中国电子商务市场调研

4.1 2021-2023年中国电子商务市场的发展

4.1.1 市场交易规模

4.1.2 网上零售规模

4.1.3 区域市场格局

4.1.4 商品品类销售

4.1.5 市场就业形势

4.2 电子商务市场目标客户群体分析

4.2.1 目标明确客户

4.2.2 目标不是很明确

4.2.3 无目标的游客

4.3 电子商务市场消费心理分析

4.3.1 制约电商的心理因素

4.3.2 消费心理的主要特点

4.3.3 现代企业的应对策略

4.4 中国电子商务网站发展分析

4.4.1 电子商务网站特点

4.4.2 用户体验评价要素

4.4.3 电商网站营销路径

4.4.4 电商网站成本构成

4.4.5 电商网站建设问题

4.4.6 电商网站建设建议

4.5 电子商务市场竞争状况

4.5.1 电商竞争主要方面

4.5.2 电商企业数量规模

4.5.3 产业电商企业结构

4.5.4 产业电商独角兽榜

4.5.5 产业电商千里马榜

4.5.6 电商企业竞争策略

4.5.7 海外竞争力提升战略

4.5.8 未来电商竞争形势

4.5.9 电子商务竞争趋势

第五章 2021-2023年中国跨境电子商务市场深度分析

5.1 中国跨境电商行业发展分析

5.1.1 行业发展历程

5.1.2 行业发展特征

5.1.3 政策持续优化

5.1.4 合作取得突破

5.1.5 市场创新举措

5.2 2021-2023年中国跨境电子商务市场运行分析

5.2.1 市场交易规模

5.2.2 商品品类情况

5.2.3 行业渗透情况

- 5.2.4 行业投融资情况
- 5.2.5 企业上市动态
- 5.2.6 行业发展趋势
- 5.3 中国跨境电商商业模式分析
 - 5.3.1 商业模式基本概述
 - 5.3.2 商业模式区域分布
 - 5.3.3 按照运营模式分类
 - 5.3.4 按照经营品类分类
 - 5.3.5 按照清关模式分类
- 5.4 中国跨境电商行业发展问题分析
 - 5.4.1 关税征收不明确
 - 5.4.2 支付体系不成熟
 - 5.4.3 物流配套不协调
 - 5.4.4 供应链调整外迁
 - 5.4.5 电商走出去挑战
- 5.5 中国跨境电商行业发展建议
 - 5.5.1 完善关税体制
 - 5.5.2 健全支付体系
 - 5.5.3 创新物流模式
 - 5.5.4 强化跨境监管

第六章 2021-2023年B2B电子商务模式分析

- 6.1 中国B2B电子商务基本概况
 - 6.1.1 B2B基本内涵
 - 6.1.2 B2B成本分析
 - 6.1.3 B2B模式分析
- 6.2 2021-2023年中国B2B电子商务市场的发展
 - 6.2.1 市场发展历程
 - 6.2.2 市场发展变化
 - 6.2.3 市场交易规模
 - 6.2.4 细分市场发展
 - 6.2.5 采购方式变化
 - 6.2.6 渠道变化趋势

6.2.7 市场融资动态

6.3 2021-2023年B2B电子商务竞争分析

6.3.1 企业竞争格局分析

6.3.2 网站品牌竞争情况

6.3.3 行业竞争核心要素

6.3.4 主要竞争手段分析

6.3.5 B2B渠道竞争分析

6.3.6 主要进入壁垒分布

6.3.7 提高竞争实力建议

6.4 B2B电子商务市场融资状况分析

6.4.1 融资规模状况

6.4.2 融资金额情况

6.4.3 融资事件情况

6.4.4 融资轮次分布

6.4.5 融资地域分布

6.4.6 融资月份分布

6.5 B2B电子商务发展的问题及解决策略

6.5.1 行业标准化问题

6.5.2 金融服务问题

6.5.3 网络营销问题

6.5.4 投资策略分析

6.5.5 完善监管体系

6.5.6 优化金融服务

6.6 中国B2B电子商务发展的前景及趋势

6.6.1 行业趋势预测

6.6.2 B2B纵深化发展

6.6.3 行业发展趋势

6.6.4 竞争趋势分析

第七章 2021-2023年电子商务其他经营模式分析

7.1 B2C（企业对消费者）

7.1.1 B2C模式概述

7.1.2 B2C电商发展特点

- 7.1.3 B2C市场发展规模
- 7.1.4 B2C市场竞争格局
- 7.1.5 B2C电商企业动态
- 7.1.6 B2C跨境电商平台
- 7.1.7 B2C电商营销模式
- 7.1.8 B2C企业运营风险
- 7.1.9 B2C市场发展问题
- 7.1.10 B2C市场发展对策
- 7.1.11 B2C市场发展趋势
- 7.2 C2C（消费者对消费者）
- 7.2.1 C2C模式的概念
- 7.2.2 C2C电商发展特征
- 7.2.3 C2C消费影响因素
- 7.2.4 C2C典型电商平台
- 7.2.5 C2C税收管制必要性
- 7.2.6 C2C税收征管问题
- 7.2.7 C2C税收征管对策
- 7.3 C2B（消费者对企业）
- 7.3.1 C2B电商概念
- 7.3.2 C2B产生基础
- 7.3.3 C2B商业模式
- 7.3.4 C2B营销模式
- 7.3.5 农村C2B发展
- 7.3.6 发展存在问题
- 7.3.7 未来投资策略
- 7.3.8 模式转变方向
- 7.4 O2O（离线商务模式）
- 7.4.1 O2O模式概念
- 7.4.2 O2O模式分类
- 7.4.3 O2O网站特征
- 7.4.4 O2O发展背景
- 7.4.5 主要应用领域

7.4.6 外卖O2O市场

7.4.7 生鲜电商O2O

7.4.8 医药O2O发展

7.4.9 零售O2O发展

7.5 S2B2C

7.5.1 模式基本内涵

7.5.2 模式运作流程

7.5.3 模式应用条件

7.5.4 模式发展需求

7.5.5 模式发展建议

第八章 2021-2023年移动电子商务发展分析

8.1 移动电子商务概述

8.1.1 移动电子商务含义

8.1.2 移动电子商务优点

8.1.3 移动电商主要技术

8.2 利用移动技术实施直面客户电子商务模式

8.2.1 模式实施基础

8.2.2 移动技术影响

8.2.3 选择模式策略

8.3 2021-2023年中国移动电子商务市场调研

8.3.1 移动电商发展历程

8.3.2 移动电商用户数量

8.3.3 移动电商应用发展

8.3.4 移动电商开发模式

8.3.5 移动电商营销模式

8.4 移动电子商务发展SWOT分析

8.4.1 发展优势

8.4.2 发展劣势

8.4.3 发展机遇

8.4.4 发展挑战

8.5 移动电子商务发展中的问题及解决策略

8.5.1 移动电商问题

8.5.2 经营问题及对策

8.5.3 创新投资策略

8.5.4 移动电商营销策略

8.5.5 移动电商发展建议

8.6 移动电子商务的市场前景及趋势

8.6.1 行业未来前景

8.6.2 未来发展方向

8.6.3 行业发展趋势

第九章 电子商务对企业的影响

9.1 电子商务环境下对传统会计的影响

9.1.1 对传统会计环境的影响

9.1.2 对相关会计要素的影响

9.1.3 对传统会计模式的影响

9.1.4 传统会计明细信息变化

9.1.5 电子商务下会计面临的问题

9.1.6 电子商务下会计发展对策

9.2 电子商务对企业财务管理的影响

9.2.1 电子商务企业财务管理的现状

9.2.2 电子商务对企业财务管理的影响

9.2.3 电子商务企业加强财务管理策略

9.3 电子商务对现代企业管理的影响

9.3.1 对现代企业管理的影响

9.3.2 对现代企业管理的作用

9.3.3 对现代企业带来的弊端

9.3.4 电商下企业管理应对策略

9.4 电子商务环境下中小企业发展分析

9.4.1 电子商务对中小企业的影响

9.4.2 电子商务对中小企业的作用

9.4.3 中小企业开展电商面临的问题

9.4.4 中小企业实施电子商务对策

第十章 2021-2023年电子商务在不同领域的应用

10.1 农村电子商务

- 10.1.1 农村电商发展历程
- 10.1.2 主要运行模式分析
- 10.1.3 农村电商市场规模
- 10.1.4 农村电商区域分布
- 10.1.5 农村电商发展问题
- 10.1.6 农村电商发展建议
- 10.2 零售业电子商务
 - 10.2.1 对零售行业的影响
 - 10.2.2 零售业挑战与变革
 - 10.2.3 电商下的零售新模式
 - 10.2.4 电商下零售发展现状
 - 10.2.5 零售电商竞争格局
 - 10.2.6 零售电商融资情况
 - 10.2.7 零售电商投资策略
 - 10.2.8 零售电商政策建议
- 10.3 旅游业电子商务
 - 10.3.1 旅游电商体系结构
 - 10.3.2 在线旅游交易规模
 - 10.3.3 在线旅游用户规模
 - 10.3.4 在线旅游消费评级
 - 10.3.5 旅游电商品牌策略
 - 10.3.6 旅游电商发展方向
- 10.4 医药电子商务
 - 10.4.1 行业发展历程
 - 10.4.2 行业发展规模
 - 10.4.3 细分市场占比
 - 10.4.4 行业区域分布
 - 10.4.5 行业投融资情况
 - 10.4.6 重点企业分析
 - 10.4.7 行业商业模式
 - 10.4.8 行业发展问题
 - 10.4.9 行业发展建议

10.5 汽车行业电子商务

10.5.1 汽车电商产业链条

10.5.2 汽车电商交易规模

10.5.3 汽车电商融资情况

10.5.4 汽车电商竞争分析

10.5.5 汽车后市场电商概述

10.5.6 汽车电商发展关键

10.5.7 汽车电商发展问题

10.5.8 汽车电商投资策略

10.5.9 汽车电商发展趋势

第十一章 电子商务安全及诚信体系

11.1 电子商务安全概述

11.1.1 电商安全的含义

11.1.2 电商的安全要素

11.1.3 电商安全的现状

11.1.4 电商的安全问题

11.1.5 电商的安全风险

11.1.6 电商的安全管理

11.2 电子商务网络信息安全

11.2.1 主要信息安全技术

11.2.2 数字认证授权机构

11.2.3 电商信息安全协议

11.2.4 电商信息安全策略

11.3 企业电子商务网站的安全

11.3.1 电商网站安全的重要性与现状

11.3.2 企业电子商务网站存在的问题

11.3.3 解决企业电商网站问题的措施

11.4 移动电子商务安全

11.4.1 移动电商安全研究意义

11.4.2 移动电商的安全隐患

11.4.3 移动电商的安全对策

11.4.4 电商中支付安全问题

11.4.5 电商中支付安全对策

11.5 电子商务诚信建设发展分析

11.5.1 主要电商信用模式分析

11.5.2 电商信用危机原因透析

11.5.3 电商诚信体系构建思路

11.5.4 电商诚信建设主要问题

11.5.5 电商诚信建设发展建议

第十二章 2021-2023年网上支付市场调研

12.1 中国网上支付发展概述

12.1.1 网上支付发展历史

12.1.2 网上支付市场需求

12.1.3 网上支付实现条件

12.1.4 网上支付基本功能

12.2 中国网上支付用户的调研情况

12.2.1 网络用户规模分析

12.2.2 网络支付用户规模

12.3 中国网上支付市场发展分析

12.3.1 移动支付发展阶段

12.3.2 网络支付发展现状

12.3.3 网络支付业务金额

12.3.4 网络支付业务规模

12.3.5 网络支付趋势预测

12.4 中国网络购物市场网上支付分析

12.4.1 2021年网购用户分析

12.4.2 2022年网购用户分析

12.4.3 网络购物市场发展现状

12.4.4 网络购物市场发展建议

12.4.5 市场配套服务情况

12.5 中国航空客票市场网上支付分析

12.5.1 机票代理演变历程

12.5.2 民航旅客运输情况

12.5.3 在线机票销售渠道

12.5.4 网上支付存在隐患

12.5.5 机票普及发展障碍

12.6 中国网上银行分析

12.6.1 网上银行的发展历程

12.6.2 中国网上银行的特点

12.6.3 网上银行产业链结构

12.6.4 网上银行的金融监管

12.6.5 网上银行的发展问题

12.6.6 网上银行的发展建议

第十三章 2021-2023年电子商务物流业发展分析

13.1 电商物流概念及模式

13.1.1 电子商务物流的定义

13.1.2 电子商务物流的优势

13.1.3 电子商务环境下物流模式

13.2 中国电子商务物流发展综述

13.2.1 市场发展特征

13.2.2 市场发展现状

13.2.3 市场发展规模

13.2.4 电商物流指数

13.2.5 企业配送模式

13.2.6 电商物流模式

13.3 农村电商物流发展状况

13.3.1 农村电商物流发展政策

13.3.2 农村电商物流发展意义

13.3.3 农村电商物流配送模式

13.3.4 农村电商物流发展问题

13.3.5 农村电商物流发展建议

13.3.6 农村电商物流趋势预测

13.4 电商物流行业存在的问题及投资策略

13.4.1 行业困境分析

13.4.2 面临主要挑战

13.4.3 行业政策建议

- 13.4.4 行业应对策略
- 13.4.5 企业投资前景
- 13.5 中国电商物流行业趋势分析
 - 13.5.1 电商物流发展机遇
 - 13.5.2 铁路电商物流前景
 - 13.5.3 电商物流发展趋势
 - 13.5.4 跨境电商物流趋势

第十四章 2021-2023年中国电子商务行业的政策环境

- 14.1 中国电子商务行业政策综述
 - 14.1.1 行业行政主管部门介绍
 - 14.1.2 行业主要规章政策汇总
 - 14.1.3 电子商务相关立法状况
 - 14.1.4 电子商务监管体系建设
 - 14.1.5 电子商务诚信建设情况
 - 14.1.6 电子商务政策发展机遇
 - 14.1.7 电子商务政策发展趋势
- 14.2 2021-2023年中国电子商务标准化发展分析
 - 14.2.1 电商团体标准正式发布
 - 14.2.2 跨境电子商务标准建设
 - 14.2.3 电商产业基地行业标准
- 14.3 2021-2023年中国电子商务市场规范治理政策分析
 - 14.3.1 质量监管政策
 - 14.3.2 交易规则体系
 - 14.3.3 个人信息保护
 - 14.3.4 知识产权保护
 - 14.3.5 垄断竞争行为
- 14.4 2021-2023年中国电子商务细分领域主要政策解析
 - 14.4.1 跨境电商相关政策
 - 14.4.2 农村电商相关政策
 - 14.4.3 直播电商相关政策
- 14.5 2021-2023年中国主要省市电子商务行业重点政策解读
 - 14.5.1 保定市

14.5.2 青岛市

14.5.3 湖北省

14.5.4 四川省

14.5.5 杭州市

14.5.6 江西省

14.5.7 深圳市

第十五章 2020-2023年国内外电子商务重点企业分析

15.1 环球资源

15.1.1 企业发展概况

15.1.2 平台运营模式

15.1.3 利润来源分析

15.1.4 企业竞争优势

15.2 亚马逊

15.2.1 企业发展概况

15.2.2 企业经营状况

15.2.3 电商行业发展

15.2.4 企业商业模式

15.2.5 FBA配送模式

15.2.6 企业投资前景

15.3 阿里巴巴

15.3.1 企业发展概况

15.3.2 企业经营状况

15.3.3 企业发展模式

15.3.4 企业战略合作

15.3.5 未来投资前景

15.4 京东

15.4.1 企业发展概况

15.4.2 企业经营状况

15.4.3 企业运营模式

15.4.4 企业合作动态

15.5 焦点科技股份有限公司

15.5.1 企业发展概况

- 15.5.2 经营效益分析
- 15.5.3 业务经营分析
- 15.5.4 财务状况分析
- 15.5.5 核心竞争力分析
- 15.5.6 未来前景展望
- 15.6 浙江网盛生意宝股份有限公司
 - 15.6.1 企业发展概况
 - 15.6.2 经营效益分析
 - 15.6.3 业务经营分析
 - 15.6.4 财务状况分析
 - 15.6.5 核心竞争力分析
 - 15.6.6 公司投资前景
 - 15.6.7 未来前景展望
- 15.7 慧聪集团
 - 15.7.1 企业发展概况
 - 15.7.2 企业经营状况
 - 15.7.3 企业投资前景
 - 15.7.4 企业发展动态
- 15.8 敦煌网
 - 15.8.1 平台发展概况
 - 15.8.2 商业运营模式
 - 15.8.3 平台服务模式
 - 15.8.4 利润来源分析
 - 15.8.5 营销配套体系
 - 15.8.6 资金管理服务
 - 15.8.7 物流配套体系
- 第十六章 2023-2027年中国电子商务趋势预测及趋势分析
 - 16.1 中国电子商务行业前景展望
 - 16.1.1 发展机遇分析
 - 16.1.2 未来发展方向
 - 16.1.3 行业发展趋势
 - 16.2 中国电子商务细分行业发展趋势

- 16.2.1 电商服务业的走势
- 16.2.2 跨境电商发展趋势
- 16.2.3 农村电商发展趋势
- 16.3 2023-2027年中国电子商务行业预测分析
- 16.3.1 2023-2027年中国电子商务行业影响因素分析
- 16.3.2 2023-2027年中国网上零售交易额预测

附录

附录一：《电子商务法》

图表目录

- 图表 2015-2021年全球电子商务零售额及占比情况
- 图表 2021年全球各地区电商渗透率
- 图表 2022年全球电商市场排名TOP 10
- 图表 2021年全球电商市场概况
- 图表 2012-2021年美国电商TOP 5平台市场份额
- 图表 2012-2021年欧洲电商市场规模及增速
- 图表 2012-2021年欧洲电商TOP 5平台市场份额
- 图表 2017-2025年日本电商市场规模情况
- 图表 日本电商主要消费人群
- 图表 2017-2025年韩国电商市场情况-按品类划分
- 图表 2021年韩国电商主要消费人群占比情况
- 图表 电子商务产业园特点
- 图表 电子商务产业园分类
- 图表 电子商务产业园发展阶段
- 图表 2021年东部地区省市的网络零售市场情况
- 图表 2021年中部地区省份的网络零售市场情况
- 图表 2021年西部地区省区市的网络零售市场情况
- 图表 2021年东北地区省份的网络零售市场情况
- 图表 2021年地方网络零售店铺数TOP10情况
- 图表 2011-2021年中国电子商务交易额
- 图表 2020-2022年中国网上零售交易额
- 图表 2022年分地区网络零售额累计同比增速
- 图表 2022年分地区网络零售额占比

图表 2022年网络零售分品类交易额占比

图表 2014-2021年中国电子商务就业规模

图表 2015-2022年中国电商相关企业注册量趋势图

图表 2022年产业电商“独角兽”数据榜TOP10

图表 2022年产业电商“千里马”数据榜TOP20

图表 我国跨境电商发展历程

图表 2022年跨境网络零售进口原产国和地区交易额占比

图表 2022年跨境网络零售进口商品交易额占比

图表 2015-2021年中国跨境电商行业渗透率

图表 2017-2021年跨境电商行业融资金额及增长率

图表 2021年度跨境电商融资事件轮次数量

图表 跨境电商产业链图谱

图表 全国跨境电商B2C卖家TOP10省份分布情况

图表 全国跨境电商B2B卖家TOP5省份分布情况

图表 平台型模式运行机理

……

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/W45043K3VE.html>