

中国商业地产产业调研及盈利空间预测报告（2011-2015）

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《中国商业地产产业调研及盈利空间预测报告（2011-2015）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/fangdichang/131451131451.html>

报告价格：电子版: 7000元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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。

二、报告目录及图表目录

2009年下半年的全球商业地产投资交易量呈现明显复苏迹象，所有三个主要地区(欧洲、亚太和美洲地区)的交易量均超过2009年上半年的水平，扭转了此前交易量不断下滑的态势。但是，2009年全年全球房地产交易量与2008年全年相比仍然下跌45%，降至2090亿美元。但与2008年的全年交易量同比下降50%的数据相比，2009年的跌幅已相对缩小，表明全球房地产交易量的下跌势头已有所减缓。预计2010年全球商业地产直接投资总量将增长30%—40%。美洲地区，鉴于目前所处的低位，增幅将为全球之冠，预计达到50%—60%。此外，亚太地区的增幅预计为30%—50%。而作为2009年全球房地产市场中规模最大地区市场的欧洲，其增幅预计为20%—30%。

2009年我国经济已经开始全面企稳回升，但商业地产的表现却不尽理想，突出表现在商业地产发展停滞，开发、招商、经营面临巨大的困境，供大于求的现象没有任何改善，酒店入住率下降，写字楼租金持续下跌，空置率居高不下。不过进入2010年、全国各大中城市商业地产出现复苏、商铺租、写字楼租金连续几个月回升，各大房企纷纷大举进军商业地产领域。最明显的信号是此前表示专注住宅的万科也选择进入商业地产开发，而保利、富力、合生等公司也纷纷加快了对商业地产开发的布局。2010年3月26日，万科以高出起拍底价超过一倍的10.04亿元高价斩获位于东莞市长安镇长青路商住地块。根据当地政府规划，改造后的长青路地块将建起一座约60层的超高商业建筑，有望打成长安镇第一地标，此举被市场视为其进军商业地产的开端。

特别是2010年4月10号下发了《关于坚决遏制部分城市房价过快上涨的通知》，房地产市场迎来了前所未有的强势调控，中国房地产调控进入实质性阶段，市场将回归理性，商业地产势必将取代住宅成为新的热点。

2010年全国商业地产已呈爆发式增长态势，达到历史新高。2010年，商业营业用房和办公楼开发投资完成额分别达到5598.9亿元、1806.5亿元，分别增长34.2%和31.2%；相应的销售额分别达到5354亿元、2149亿元，分别增长46.3%和31.2%。去年商业营业用房和办公楼开发投资合计达7405.4亿元。而今年上半年，一线城市已经显现出商业地产投资迅速增长的苗头，下半年商业类用地转让行情依然看涨，出让金额增幅料将维持在高位。从这一角度看，今年的商业地产开发投资总额增幅极有可能超过去年，而即使仅按照去年的增长幅度计算，预计今年商业地产开发投资总额也将接近一万亿元。

此外，亚太地区的增幅预计为30%~50%。欧洲增幅或为20%~30%。预计到2020年，一线城市在中国商业地产总量中的比重将仅占10%，这预示着今后10年里二、三线城市蕴含着巨大商机。

中国报告网发布的《中国商业地产产业调研及盈利空间预测报告(2011-2015)》主要依据国家统计局、国家商务部、国土资源部、国家发改委、国家住房和城乡建设部、中国指数研究院、全国商业信息中心、中国房地产业协会、《中国房地产年鉴》、国内外相关刊

物的基础信息以及商业地产行业研究单位等公布和提供的大量资料，结合深入的市场调查资料，立足于房地产行业整体发展大势，首先介绍了商业地产的相关概念、分类及特点等，接着分析了中国房地产行业和商业地产市场的现状，然后具体介绍了商铺地产市场、写字楼市场、工业地产市场、购物中心地产市场的发展。随后，报告对商业地产市场做了区域发展分析、竞争格局、重点企业运营状况等进行了分析和预测。最后在前面大量分析、预测的基础上，研究了商业地产行业今后的发展与投资策略。

本商业地产行业报告，为商业地产企业在激烈的市场竞争中洞察先机，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，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

第一章 商业地产行业相关概念及特性

第一节 房地产概念阐释

- 一、房地产的定义
- 二、房地产的特征
- 三、房地产的自然形态
- 四、房地产的类别

第二节 房地产行业概述

- 一、房地产行业的定义
- 二、房地产行业的主要领域
- 三、房地产行业的特点
- 四、房地产业的地位

第三节 房地产市场分析的内容和特点

- 一、房地产市场分析的层次
- 二、房地产市场分析的内容
- 三、房地产地市场分析的特点
- 四、提高房地产市场分析有效性的途径

第二章 中国房地产市场发展分析

第一节 中国房地产行业的发展综述

- 一、改革开放30年中国房地产的发展概述
- 二、中国房地产行业的改革发展
- 三、中国房地产行业周期化特征
- 四、中国房地产行业整体利润率

第二节 2010年中国房地产市场运行数据分析

- 一、国房景气指数变动情况
- 二、房地产开发投资情况
- 三、房地产开发企业资金来源情况

四、商品房建筑与销售情况

1、土地购置与开发情况

2、商品房施、竣工面积

3、全国商品房销售情况

五、全国房地产市场价格变动情况

第三节 2011年中国房地产发展预测

第三章 中国房地产行业需求分析

第一节 中国的人口现状

一、人口规模及其变化

二、人口结构

三、人口地区分布及密度

四、人口素质状况

第二节 房产市场需求现状分析

一、房地产不同的需求差异

二、中国房地产市场需求现状透析

三、房价上涨折射供需矛盾

第三节 影响房地产消费需求的因素

一、房地产市场需求影响因素分析

二、消费者实际支付能力分析

第四章 中国商业地产现状分析

第一节 中国商业地产发展概述

一、我国商业地产发展概况

二、商业地产成资本市场“弄潮儿”

三、商业地产潜力规模的影响因素及决策研究

四、金融危机背景下中国商业地产市场呈现四大特点

五、中国商业地产进入后三产时代

第二节 2010年中国商业地产发展现状

一、2010年中国商业地产市场运行综述

二、2010年中国商业地产细分市场透析

三、2010年中国商业地产投资将升温

四、住宅市场泡沫加剧 商业地产成投资新宠

五、楼市火爆引外资巨头关注 境外商业地产中国找钱

六、世博将引爆长三角商业地产需求

七、2010年一线城市商业地产市场点评

第三节 中国商业地产运营模式选择

一、商业地产主要运营模式

二、适合模式的选择

三、商业地产运营模式应把握三个关键问题

第四节 中国商业地产经营策略的比较

一、零散销售、统一经营

二、零散销售、各自经营

三、整体出售、整体经营

四、整体出租、整体经营

五、零散出租、各自经营

第五节 中国商业地产面临的挑战与问题

一、中国商业地产市场遭遇的四大困扰

二、经济危机给商业地产带来的负面影响

三、中国商业地产存在的弊病分析

四、商业地产企业发展中存在的问题

五、商业地产遭遇人才黑洞

六、调控改变人才结构 商业地产市场高端人才紧缺

第六节 中国商业地产市场发展的对策

一、商业地产的首要关键是准确的市场定位

二、我国商业地产行业发展的思路浅析

三、经济低迷状态下的商业地产对策

四、中国商业地产行业亟待创新模式

五、促进中国商业地产健康发展的对策建议

第五章 商铺地产市场

第一节 中国商铺市场概况 123

一、2010中国商铺市场记分牌 北京商铺市场排名靠前

二、2011年商铺市场发展形势展望

三、剖析产业商铺的发展趋势

四、二、三线城市商铺市场前景良好

第二节 重点城市商铺市场现状分析

一、北京

二、上海

三、广州

四、深圳

第三节 商铺地产投资分析

一、商铺独具六大投资价值

- 二、个人商铺投资要素以及商铺类型分析
- 三、商铺投资的个性化形式
- 四、调控政策密集发作急刹住房 2011成商铺黄金年

第四节 商铺投资风险与对策

- 一、产权式商铺的法律风险分析
- 二、小区商铺的投资风险
- 三、投资商铺的风险及对策
- 四、避免商铺风险的具体操作步骤

第五节 商铺地产面临的问题

- 一、商铺投资热中的冷思考
- 二、社区商铺投资应注意的问题
- 三、商铺市场遭遇三大瓶颈

第六章 写字楼市场

第一节 中国写字楼市场概况

- 一、中国写字楼发展史及种类回顾
- 二、中国成为亚洲写字楼金融业热点
- 三、中国写字楼市场发展呈现不同态势
- 四、国家政策对中国写字楼市场影响分析
- 五、房产商进军写字楼开发的战略转换分析

第二节 2010年写字楼市场概况

- 一、2010年中国写字楼市场分析
- 二、2010年一线城市写字楼市场分析

第三节 写字楼市场营销分析

- 一、写字楼需求变化的模型研究
- 二、写字楼的营销阶段与手段
- 三、写字楼营销策略探讨
- 四、写字楼整栋销售秘诀解读

第四节 写字楼市场投资分析

- 一、投资写字楼需注意的问题
- 二、个人投资写字楼的八个要点
- 三、小户型写字楼成投资新宠
- 四、投资写字楼的三大风险

第五节 写字楼市场发展趋势

- 一、2011年亚洲写字楼市场预测
- 二、2011年写字楼市场趋势与预测

三、中国写字楼细分化发展趋势分析

四、未来写字楼的三种发展类型

第七章 工业地产市场

第一节 中国工业地产市场概况

- 一、工业地产成房产商开发新热点
- 二、中国工业地产开发四大模式概述
- 三、中国工业地产迈入“列强”时代
- 四、中国工业地产“绿色”不足 品质有待进一步提升
- 五、房企巨头追捧工业地产醉翁之意还在配套建设
- 六、2010年中国工业地产联盟成立
- 七、2010年外商首次在华收购工业地产
- 八、联东U谷，2010年品牌扩张再话工业地产传奇

第二节 中国各大城市工业地产的发展动态

- 一、上海
- 二、北京
- 三、广州
- 四、深圳
- 五、武汉
- 六、成都
- 七、郑州市工业地产格局逐步实现专业细分
- 八、沈阳

第三节 中国工业地产投资分析

- 一、中国工业地产投资热点地区盘点
- 二、高档工业地产成市场投资新目标
- 三、工业地产投资风险及建议
- 四、外资工业地产巨头看好中国

第四节 工业地产新融资渠道REITs分析

- 一、REITs融资的优势简述
- 二、工业地产开发有望受益REITs
- 三、REITs将有望成为工业地产融资主渠道

第五节 中国工业地产的发展前景

- 一、国内市场将带动工业地产发展
- 二、工业用地选址向二类城市转移
- 三、2010年工业地产市场发展预测

第八章 购物中心地产市场

第一节 购物中心地产发展概况

- 一、2009-2010年度中国购物中心发展分析
- 二、中国购物中心从开发时代向运营时代转变
- 三、我国社区型购物中心占比近50%
- 四、郊区型购物中心是大势所趋
- 五、购物中心成商业地产主流

第二节 2010各大城市商业中心发展情况

- 一、深圳购物中心实力领跑全国
- 二、上海购物中心已达94家 营收增幅大缩水
- 三、2010年浙中商业购物中心基石初奠
- 四、2010华南购物中心 拉开高端卖场暗战序幕
- 五、2010年北京将有220万平米购物中心、商业街面市
- 六、2010年成都确定开业的购物中心
- 七、2010年重庆商业发力 购物中心写字楼纷纷面市楼主

第三节 购物中心地产投资的定位与策略

- 一、商业地产的定位条件
- 二、购物中心以专业化推动产业化之路
- 三、如何把握二线城市购物中心投资机会
- 四、购物中心招商租赁策略分析
- 五、人性化设计成购物中心投资关注要点

第四节 购物中心的开发流程探讨

- 一、购物中心开发的方式及特点
- 二、调研与论证
- 三、立项与决策
- 四、选址与选型
- 五、规划与设计
- 六、融资与招商

第五节 我国购物中心核心竞争力研究

- 一、购物中心核心竞争力的内涵
- 二、购物中心的竞争优势分析
- 三、构建购物中心核心竞争力的重要环节
- 四、提升购物中心核心竞争力的途径

第六节 创建购物中心的持续盈利模式

- 一、购物中心的经营管理
- 二、购物中心的持续运营

第九章 北京商业地产市场

第一节 北京商业地产市场现状分析

- 一、北京商业地产发展的特点分析
- 二、奥运前的北京商业地产现状
- 三、2009年北京商业地产市场回顾
- 四、2010年北京商业地产市场发展状况
- 五、奥运会对北京商业地产的影响解析
- 六、2010北京写字楼市场大单频现
- 七、内外资企业齐拉动 北京优质写字楼市场走出沉寂

第二节 2010年北京市商业地产市场细分研究

- 一、百货购物中心大型超市
- 二、2010北京商业开业进入冰冻期 百货店社区化成亮点
- 三、2010年北京第四季度商铺市场概况分析
- 四、2010年北京新增近百万平米商铺 吸纳水平不足

第三节 北京商业地产投资分析

- 一、中资公司成为北京商业地产市场主力
- 二、北京商业地产较成熟回报率依然看好
- 三、外资零售企业抄底北京商业地产
- 四、北京商业地产外资并购率大幅下降
- 五、北京商业地产价值可能存在的变数解析
- 六、北京商铺投资需要防范三道风险

第四节 北京商业地产面临的问题及策略

- 一、北京商业地产繁荣过后面临生存压力
- 二、北京商业地产两极分化明显供过于求
- 三、北京商业地产将走出10年沉寂 营销模式待突破
- 四、北京商业地产面临的问题
- 五、北京商业地产调定位高昂和现实低落的偏差
- 六、北京商业地产空置率高
- 七、实现北京商业地产的可持续发展

第五节 北京商业地产趋势与预测

- 一、北京商业地产走向与前景预测
- 二、北京商业地产四大发展趋势预测
- 三、未来北京写字楼发展趋势
- 四、后奥运北京商业地产新机遇解析

第十章 上海商业地产市场

第一节 长三角区域经济一体化下的商业地产

- 一、长三角商业地产发展的特征
- 二、开发商跨区域投资长三角商业地产成趋势
- 三、长三角商业地产存在的问题
- 四、长三角商业地产发展的趋势

第二节 上海市商业地产市场现状

- 一、上海商业地产现状与发展趋势
- 二、2008年上海商铺市场分析
- 三、2009年上海写字楼市场回顾
- 四、2010年上海写字楼市场回顾
- 五、2010年上海商业地产四大标杆事件

第三节 上海商业地产发展存在的问题

- 一、上海商业地产依然供过于求
- 二、上海繁华地段的高端商业地产一铺难求
- 三、上海商业地产结构性过剩甲级写字楼紧缺
- 四、上海商业地产面临总量透支危机

第四节 上海商业地产投资分析

- 一、上海地铁商业地产前景看好
- 二、上海商业地产投资四大结构性矛盾
- 三、上海商业地产：受世博会推助整体上扬
- 四、合生创展70亿 加注上海商业地产

第五节 上海商业地产展望与走向

- 一、上海商业地产“十一五”发展思路
- 二、郊区成上海商业地产未来发展重点
- 三、未来上海商业地产新主流
- 四、聚焦2010年沪上最值得期待的商铺
- 五、聚焦2010年沪上最值得关注写字楼

第十一章 广州商业地产市场

第一节 广州商业地产市场概况

- 一、2010广州商业地产发展回顾
- 二、广州市商业地产发展概况及特点
- 三、越秀区将发展成广州商业地产核心商圈
- 四、2010年富力成广州销冠 商业地产撑起半边天
- 五、亚运广州购物中心扎堆上市 总量超150万平
- 六、亚运效应助推广州商业地产空置率下降

七、2010年广州商业地产发展分析

第二节 广州商业地产细分的现状和特点

- 一、商业街
- 二、建材超市
- 三、批发市场
- 四、购物中心

第三节 广州商业地产面临的挑战

- 一、广州商业地产面临同质化难题
- 二、广州商业地产供过于求矛盾凸显
- 三、商业项目亚运前赶工 广州商业地产面临招商困局

第四节 广州商业地产发展前景

- 一、广州商业地产商机无限
- 二、广州商业地产未来变化趋势
- 三、广州商业地产市场发展动向预测
- 四、亚运年投资广州商业地产正当时 投资回报率4%至6%
- 五、2010年广州商业地产将面临大变局

第十二章 深圳商业地产市场

第一节 深圳商业地产市场概况

- 一、商业地产渐成深圳地产市场主力
- 二、深圳商业地产正驶入专业化竞争平台
- 三、2010年深圳商业地产十大事件
- 四、2010年深圳商业物业市场发展评述
- 五、三大产业复苏 深圳商业地产租赁活跃
- 六、深圳商业地产继续遇冷 不成熟社区商业存量多

第二节 深圳商业地产投资分析

- 一、住宅价格高涨深圳投资者向商业地产转移
- 二、经济型酒店成深圳商业地产投资新热点
- 三、深圳商业地产投资暗藏危险
- 四、深圳商业地产投资策略

第三节 深圳商业地产的软肋

- 一、深圳商业地产急待整合
- 二、深圳地产文化营销需更准确细分市场
- 三、深圳商业地产急需成熟策划人员
- 四、人才缺乏制约深圳商业地产发展
- 五、深圳商业地产六大困局

第四节 深圳商业地产发展趋势

- 一、深圳第一季度商业地产市场报告
- 二、金融企业加速进驻 深圳商业地产向好
- 三、深圳商业地产整体发展趋势分析
- 四、深圳商业地产经营呈三大趋势
- 五、深圳商业地产战略定位仍然稳定

第十三章 其他主要城市商业地产市场

第一节 成都

- 一、2010年成都商业地产发展回顾
- 二、成都商业地产群雄逐鹿 从众效应暗藏风险
- 三、成都商业地产发展看好 商铺写字楼成投资新宠
- 四、成都商业地产三大投资热点商业圈
- 五、三大引擎驱动 成都商业地产欲变局
- 六、2011年成都商业地产市场发展趋势
- 七、成都市商业地产发展方向

第二节 武汉

- 一、武汉商业地产呈现的格局
- 二、2010武汉商铺市场“千人抢百铺”
- 三、武汉商业地产“火”而不“热”的原因分析
- 四、武汉商业地产发展瓶颈
- 五、房产大鳄进军武汉 商业地产市场迎来巅峰前夜
- 六、2010年 武汉商业地产进入井喷期

第三节 大连

- 一、大连商业地产发展历程
- 二、大连商业地产从“一铺养三代”到“三代养一铺”
- 三、量变+质变 大连商业地产升级趋势明显
- 四、大连商业地产成港商眼中宝，不担心市场饱和

第四节 杭州

- 一、杭州商业地产运营模式探讨
- 二、2010年杭州商业地产发展回顾
- 三、杭州商业地产蜕变中面临新转折点
- 四、杭州商业地产引发“高铁磁场效应论”
- 五、物业税“风声”牵动杭州商业地产神经

第十四章 中国商业地产竞争格局

第一节 中国房地产行业的竞争格局

- 一、中国房地产竞争格局及发展模式
- 二、房地产企业竞争力及未来竞争格局分析
- 三、房地产竞争推进企业品牌战略
- 四、房地产市场中的低成本竞争战略
- 五、中国中小房地产企业的竞争策略
- 六、我国房地产企业价格竞争行为研究
- 第二节 中国商业地产的竞争分析
 - 一、海内外实力地产商搏击商业地产
 - 二、中国商业地产过热导致恶性竞争
 - 三、商业地产竞争激烈风险凸现
 - 四、化解商业地产竞争恶战 主题化仍引领潮流
 - 五、提升商业地产企业竞争力的策略
- 第三节 中国各大城市商业地产竞争
 - 一、郑州 664
 - 二、济南 667
 - 三、上海 668
 - 四、合肥 669
 - 五、海口 671
- 第十五章 重点企业分析
 - 第一节 万达
 - 一、企业概况
 - 二、2010年企业经营情况分析
 - 三、2010年企业财务数据分析
 - 四、企业最新发展动态与策略
 - 五、企业未来发展展望与战略
 - 第二节 宝龙地产
 - 一、企业概况
 - 二、2010年企业经营情况分析
 - 三、2010年企业财务数据分析
 - 四、企业最新发展动态与策略
 - 五、企业未来发展展望与战略
 - 第三节 金融街
 - 一、企业概况
 - 二、2010年企业经营情况分析
 - 三、2010年企业财务数据分析

四、企业最新发展动态与策略

五、企业未来发展展望与战略

第四节 金地集团

一、企业概况

二、2010年企业经营情况分析

三、2010年企业财务数据分析

四、企业最新发展动态与策略

五、企业未来发展展望与战略

第五节 万科发展

一、企业概况

二、2010年企业经营情况分析

三、2010年企业财务数据分析

四、企业最新发展动态与策略

五、企业未来发展展望与战略

第十六章 2011-2015年中国商业地产发展趋势预测

第一节 2011-2015年中国房地产行业发展前景预测

一、2010年全国房地产市场分析

二、2010年中国房地产调控政策分析

三、2011-2015年中国房地产行业发展前景预测

第二节 2011-2015年中国商业地产发展趋势

一、2011年全球商业地产成交额预计

二、2011年商业地产机遇显现

三、“十二五”期间商业地产发展趋势

第十七章 2011-2015年中国商业地产投资策略

第一节 中国房地产行业的投资特性

第二节 房地产投资的风险

一、房地产的投资的经营风险

二、房地产投资的法律风险

三、迪拜危机警示中国商业地产要务实

第三节 商业地产投资形势分析

一、2011年全球商业地产直接投资预测

二、国外投资者看好中国中小城市商业地产商机

三、二线城市商业地产机会更大

四、酒店式商住公寓是商业地产投资热点

五、长线价值被唤醒 商业地产成国内投资者关注主流

第四节 中国商业地产投资的策略

- 一、国内商业地产的投资运作分析
- 二、国内商业地产投资应警惕误区
- 三、投资商业地产须谨记的五大事项
- 四、商铺投资相关的政策性规定

第十八章 2011-2015年中国商业地产融资策略

第一节 中国房地产融资概况

- 一、中国房地产融资多元化的研究
- 三、房地产典当成为融资新方式
- 四、2010年国内房地产融资创新分析
- 五、2010年房地产金融预测 融资创新工具扩大

第二节 中国房地产信贷分析

- 一、2010年央行房贷政策
- 二、消费信贷控制房地产行业冷热
- 三、房地产信贷的风险分析和防范

第三节 中国商业地产融资分析

- 一、商业地产不同融资渠道分析
- 二、商业地产融资体系激活 内资偏好写字楼市场
- 三、融资渠道国际化带动中国商业地产发展

第四节 商业抵押担保证券（CMBS）分析

- 一、CMBS的产生与发展
- 二、CMBS的优势与风险
- 三、CMBS与REITS比较
- 四、CMBS在中国的发展

第五节 中国商业地产的融资对策

- 一、解决商业地产融资的新手段
- 二、拓宽商业地产融资渠道
- 三、中国首只商业地产基金艰难垦荒
- 四、商业地产REITs融资

附录

- 附录一：中华人民共和国城市房地产管理法 820
- 附录二：招标投标挂牌出让国有土地使用权规范 831
- 附录三：协议出让国有土地使用权规定 837
- 附录四：中华人民共和国土地管理法 841
- 附录五：中华人民共和国土地管理法实施条例 857

附录六：中国银行房地产开发贷款管理办法（试行） 868

附录七：中国人民银行关于进一步加强房地产信贷业务管理的通知 875

《中国商业地产产业调研及盈利空间预测报告（2011-2015）》系统全面的调研了商业地产的市场宏观环境情况、行业发展情况、市场供需情况、企业竞争力情况、产品品牌价值情况等，旨在为企业提供专项产品深度市场信息，为企业投资、经营决策提供科学参考依据

。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangdichang/131451131451.html>