

2017-2022年中国演出场所产业现状分析及发展动向预测报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2017-2022年中国演出场所产业现状分析及发展动向预测报告》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/wentiule/285220285220.html>

报告价格：电子版: 7200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

演出场所是指具有能满足演出所需要的表演舞台及灯光音响等设施，同时又能满足观众观赏演出的所需要的坐席的公共场所，它不仅包括传统的演出剧场还包括大型体育场馆、露天演出场所和茶馆戏楼等。

演出场所是演出的载体是实现演出的必要条件，不同的演出项目对演出场所有不同的技术要求，不同的演出场所不仅对演出的艺术效果有重要的影响，对演出的经营效果也会有很大的差异，所以作为一个专业演出经营者应熟悉了解各种演出场所的技术功能，根据不同的演出项目选择最适合的演出场所取得演出艺术和经营的最佳效果。

演出场所一般分为专业演出场所、多功能综合性演出场所或者小型演出场所（500坐席以下）、中小型演出场所（500—800坐席）、中型演出场所（800—2000坐席）、大型演出场所（2000坐席以上）。一、娱乐演出市场发展现状 根据文化部的统计数据，全国共有娱乐场所（非互联网上网服务场所）从2012年期末的90,271个减少至2015年末的79,816个，全国娱乐场所全年营业收入从2012年的604.88亿元下降至2015年的557.04亿元，实现利润从2012年的198.23亿元下降至2015年136.17亿元。

数据来源：中国报告网数据中心整理 从娱乐场所演艺情况来看，2013年至2015年娱乐场所的演出场次呈现下跌趋势，但演出票房收入总体呈现上升趋势。2015年娱乐场所的演出票房收入为24.07亿元，较2014年上升了32.47%，主要原因是2015年较多的娱乐场所调整经营策略、增加资金投入、提升演出品质。以近几年持续向好Livehouse市场为例，随着独立乐队和音乐人在全国各地巡演增多，催生了Livehouse场馆的投资建设。2014年，全国在演的Livehouse演出场所达375家，新开数量95家，同比大幅上涨32%。2014年Livehouse演出票房收入达到4,954万元，较2013年增长20.8%，全年演出场次7,419场，同比2013年增长815场，增速为12.3%。数据来源：中国报告网数据中心整理 娱乐场所本身具有风格创新求异的特点，较大规模的酒吧对演艺专业灯光的需求在50万元-200万元间，且短周期内（2-3年）会进行装修和设备更换。虽然娱乐场所演艺的票房收入相较于娱乐市场的总体规模较小（2015年娱乐票房收入占娱乐总收入的比例为4.32%），但其为吸引客户的一个重要方式，因此娱乐场所的演艺设备需求因娱乐场所的数量较多、更新较快而具有较大的市场空间，且娱乐市场因演艺票房的增长，对娱乐灯光产品的需求会呈现增长的态势。

二、行业的发展前景

随着我国经济的发展，居民可支配收入水平不断提升，2015年全年全国居民人均可支配收入21,966元，较上年增长8.9%。

数据来源：中国报告网数据中心整理

居民人均可支配收入的提高大大促进了在教育文化娱乐服务的消费性支出的上升。2015年全国居民人均消费支出达到15,712元，较2013年增长18.8%，2015年全国居民人均教育文化娱乐消费支出1,723元，比2013年增长23.3%¹。

全国居民人均教育文化娱乐消费支出增长速度高于全国居民人均消费支出年的增长速

度。居民文化娱乐消费支出的增长将直接促进文化、旅游、娱乐市场规模的增长。

未来随着居民消费能力的进一步增强，消费水平的随之升级，文化娱乐、旅游消费在居民总消费支出的比重将进一步加大，直接推动文化娱乐及旅游行业的投资与发展，将为演艺专业灯光行业和景观及建筑艺术灯光产品的发展提供巨大的源动力和市场空间。

国家政策鼓励发展现代文化产业，推进文化业态创新，推进文化产业成为我国未来经济发展的支柱，为演艺设备行业的发展提供了巨大的发展空间。

根据国家统计局的数据，自2004年以来，文化及相关产业的增加值呈现逐年上升的趋势，从2004年3,102亿元增长至2014年的23,940亿元，复合增长率为22.67%。

文化产业良好发展的前景也促进了文化产业固定资产投资的增加。文化、体育和娱乐的固定资产投资自2005年的857亿元增加至2014年的6,178.4亿元，复合增长率为24.54%，投资规模呈现较为快速的增长。特别是2009年以来国家加大文化产业发展的政策支持，进一步带动了各类资本对文化创意产业的投资，2015年文化体育和娱乐业的固定资产投资额达到6,724亿元，较上年增长了8.9%，增长速度明显高于制造业、金融和房地产业的投资水平。

根据2015年中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于加快构建现代公共文化服务体系的意见》和《国家基本公共文化服务指导标准（2015 - 2020年）》，要求加快构建现代公共文化服务体系，到2020年，基本建成覆盖城乡、便捷高效、保基本、促公平的现代公共文化服务体系，保障人民群众读书看报、收听广播、观看电视、观赏电影、观看演出、参加文体活动和免费使用公共文化体育设施等基本权益。中央财政继续实施公共文化设施建设中央补助地方文化项目，国家文化资金的投入及全国文化事业费、人均文化事业费的快速增长，都有利于演艺设备领域的发展。

中国报告网发布的《2017-2022年中国演出场所产业现状分析及发展动向预测报告》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。报告目录\REPORTDIRECTORY第一篇 产业概况篇

第一章中国演出产业发展概况第一节演出市场相关概述一、演出基本定义二、演出经营主体（一）文艺表演团体（二）演出经纪机构（三）演出场所（四）舞美工程企业三、演出主要

门类划分（一）音乐类演出（二）舞蹈类演出（三）戏剧类演出（四）曲艺杂技类演出第二节演出产业状态概述一、主体状态：多元化二、产业状态：集团化三、消费状态：大众化四、定位状态：高雅化第三节演出产业发展必要性一、群众文化消费需求二、城市营销宣传需要三、企事业单位及非政府组织的宣传四、国家文化的国内外消费

第二章中国演出产业发展环境分析第一节演出产业政策环境分析一、演出产业监管体制分析二、演出产业政策法规（一）主要产业支持政策（二）金融与税收支持政策（三）演出产业其他政策三、演出行业税收政策（一）营业税（二）营业税改增值税（三）剧场自用房产土地税、房产税（四）税改建议四、政策环境影响分析第二节演出产业社会环境分析一、居民收入稳步提升二、居民娱乐消费支出三、文化产业发展环境（一）文化产业环境分析（二）文化产业投资情况第三节演出产业技术环境分析一、新媒体技术推动产业发展二、互联网发展状况（一）网民规模（二）手机网民规模（三）接入方式（四）网民属性三、互联网基础资源四、互联网应用状况五、手机网络应用状况六、中国IPTV产业快速发展七、媒体播出平台渠道多样化第四节演出产业营销环境分析一、演出产业主要营销平台（一）中国艺术节（二）中国文化年活动（三）中国国际演出交易会二、演艺产业营销渠道分析三、演艺产业营销手段介绍（一）成立演出联盟（二）打包批售（三）与相关产业融合

第三章中国演出市场发展状况分析第一节演出市场经济规模分析一、演出市场总规模二、演出票房收入三、农村演出收入四、演出周边产品及赞助收入五、演出经营主体配套设施及其他服务收入六、政府补贴收入七、中国演出市场规模预测第二节演出经营主体经营状况一、文艺表演团体（一）国有文艺表演团体（二）民营文艺表演团体二、演出经纪机构（一）演出项目经纪机构（二）演员经纪机构（三）演出票务经纪机构（四）演出经纪人员三、舞美工程企业（一）舞美工程企业发展情况（二）安全保障体系亟待建立（三）关于加强演出工程安全管理的建议第三节文化演出票务市场研究一、演出票务市场特点分析二、票务营销推广渠道研究（一）营销推广渠道的类型（二）推广渠道运作的方式（三）演艺票务在线预订市场三、演出票务市场发展趋势第四节文化演出设备市场分析一、文化演出设备市场概况二、文化演出设备市场规模三、演艺设备企业竞争格局（一）演艺设备二十强企业（二）演艺设备企业竞争力四、文化演艺设备投资前景

第四章中国演出产业成功案例借鉴第一节国外文艺演出成功案例剖析一、《猫》（一）故事背景情况概述（二）剧目运营成果总结（三）在华运营情况分析（四）剧目运营经验借鉴二、《大河之舞》（一）故事背景情况概述（二）剧目运营成果总结（三）在华运营情况分析（四）剧目运营经验借鉴第二节国外引进演出成功案例剖析一、《妈妈咪呀》（一）全球运作背景介绍（二）在华运营情况分析（三）剧目运营经验借鉴二、《图兰朵》（一）全球运作背景介绍（二）在华运营情况分析（三）运营规模情况分析（四）“资本化”运作分析三、《胡桃夹子?海上梦》（一）全球运作背景介绍（二）在华运营情况分析（三）运营规模情况分析（四）剧目运营经验借鉴第三节推向国际市场成功案例剖析一、《风中少林》（一）演出基本情况概述（二）剧目运营团队分析（三）海外演出情况分析（四）剧目成功经验借

鉴二、《功夫传奇》（一）演出基本情况概述（二）剧目运营团队分析（三）海外演出情况分析（四）剧目成功经验借鉴第四节国内经典文艺演出案例剖析一、《印象·刘三姐》（一）演出基本情况概述（二）项目运营主体团队（三）项目投资收益分析（四）市场影响效果分析（五）剧目成功经验借鉴二、《中华泰山·封禅大典》（一）演出基本情况概述（二）项目运营主体团队（三）项目投资收益分析（四）市场影响效果分析（五）剧目成功经验借鉴三、《宋城千古情》（一）演出基本情况概述（二）项目运营主体团队（三）项目投资收益分析（四）市场影响效果分析（五）剧目成功经验借鉴四、《茶馆》（一）演出基本情况概述（二）剧目运营主体团队（三）剧目投资收益分析（四）市场影响效果分析（五）剧目成功经验借鉴五、《雷雨》（一）演出基本情况概述（二）剧目运营主体团队（三）剧目投资收益分析（四）市场影响效果分析（五）剧目成功经验借鉴六、《女子十二乐坊》（一）演出基本情况概述（二）剧目运营主体团队（三）剧目投资收益分析（四）市场影响效果分析（五）剧目成功经验借鉴七、《西游记》（一）演出基本情况概述（二）项目制作投入情况（三）市场影响效果分析（四）剧目成功经验借鉴第二篇模式创新篇

第五章中国演出场所经营情况及建设策略第一节演出场所经营状况及前景分析一、机构数二、从业人员三、座席数四、演（映）出场次五、观众人次六、收入合计七、支出合计八、演出场所发展前景第二节各类演出场馆经营分析一、剧场二、影剧院三、曲艺场四、杂技场五、音乐厅六、综合性场馆七、其他表演场馆第三节演出场所建设存在问题及对策一、演出场所建设存在问题（一）区域发展不平衡（二）演出场所本土运营问题（三）演出场所经营困难二、演出场所建设对策分析（一）产业格局变革策略（二）文化演出交流策略（三）演出企业发展战略

第六章中国演出场所剧场运营模式及创新第一节剧场发展运作模式与策略构建一、剧场的主要运营管理模式（一）自主经营模式（二）委托经营模式（三）合股经营模式（四）委托培训模式（五）院线联盟模式二、剧场发展经营面临的问题（一）商业化与公益性的冲突（二）平民化与高票价的博弈三、剧场发展经营策略分析（一）品牌策略（二）精品策略（三）原创策略第二节剧场运行情况分析一、场馆的数量统计二、场馆坐席数统计三、演映的场次统计四、观众的人数统计第三节剧场运营成本及策略分析一、剧场运营资金来源分析（一）政府补贴（二）演出票房（三）剧院自身服务经营（四）社会资助二、剧场经营运作战略方向（一）从剧目运营，转向品牌运营（二）从硬件优势转向资源整合（三）从以剧目为中心，转向以客户服务为中心第四节剧场经营现状及创新方向一、剧场经营现状分析（一）剧场经营总收入分析（二）剧场定位缺陷在转型期凸显（三）剧场空巢现象值得关注二、剧场经营创新方向（一）院线管理模式创新（二）剧场自营演出趋势（三）院团合作模式创新（四）剧场群发展模式创新

第七章中国演出场所院线管理模式分析第一节演出院线发展概况一、文艺演出主体分析二、独立经营弊端分析三、演出院线内涵分析四、演出院线作用分析五、演出院线实现手段第二节演出院线经营模式分析一、演出院线产业链现状二、演出院线经营模式分析（一）直营模

式（二）加盟模式（三）服务模式三、院线经营模式发展趋势四、院线经营模式创新分析（一）院线经营模式创新必要性（二）聚焦拓展模式创新分析第三节国内主要演出连锁院线一、保利院线（一）院线基本情况介绍（二）院线发展优势分析（三）院线上演剧目分析（四）院线未来发展方向二、中演院线（一）院线基本情况介绍（二）院线发展优势分析（三）院线上演剧目分析（四）院线未来发展方向三、国话院线（一）院线基本情况介绍（二）院线发展优势分析（三）院线上演剧目分析（四）院线未来发展方向四、苏演院线（一）院线基本情况介绍（二）院线发展优势分析（三）院线上演剧目分析（四）院线未来发展方向五、大隐院线（一）院线基本情况介绍（二）院线发展优势分析（三）院线上演剧目分析（四）院线未来发展方向六、万达演出院线（一）院线基本情况介绍（二）院线发展优势分析（三）院线上演剧目分析（四）院线未来发展方向七、北京儿艺院线（一）院线基本情况介绍（二）院线发展优势分析（三）院线上演剧目分析（四）院线未来发展方向八、戏逍堂小剧场院线（一）院线基本情况介绍（二）院线发展优势分析（三）院线上演剧目分析（四）院线未来发展方向

第八章中国演出场所转型旅游娱乐演出场所第一节旅游演出市场状况分析一、旅游演出主要作用分析二、旅游演出市场规模分析三、旅游演出细分市场分析（一）实景演出（二）主题公园演出（三）旅游舞台演出四、旅游演出带动消费情况五、旅游演出未来发展展望第二节剧场转型旅游演出场所一、旅游演出主要场所二、旅游演出场所经营现状三、旅游演出场所运营分析（一）投资模式分析（二）演出运作分析（三）宣传营销分析第三节剧场转型娱乐演出场所一、娱乐演出主要场所二、娱乐演出场所经营现状三、娱乐演出场所演员分析

第九章中国演出场所其他经营模式创新分析第一节剧场自营演出发展方向分析一、专业剧场出租收入下降二、专业剧场自营演出趋势三、剧场自营演出案例分析（一）辽宁大剧院与辽宁芭蕾舞团（二）福建大剧院与福建省歌舞团（三）上海天蟾京剧中心逸夫舞台与多家戏曲演出团体合作（四）杭州剧院依托剧院联盟体系开展自编剧目第二节剧场群发展模式分析一、剧场群的概念二、西方剧场群概况（一）纽约百老汇（二）伦敦西区三、国内剧场群发展模式（一）对现有剧场的改建和加建（二）主题乐园模式（三）复合功能体模式四、国内剧场群发展现状（一）对西方的大量模仿（二）对本土文化的回归（三）东西方的有机结合第三节院团合作模式创新一、剧院联盟经营模式概况二、剧院联盟经营模式现状（一）剧院联盟公司化经营（二）降成本扩大营收（三）平台获认可尚需时日三、主要剧院联盟发展分析（一）中国国际演出剧院联盟（二）北方剧院联盟（三）西部演出联盟（四）东部剧院联盟（五）中三角联盟（六）长三角联盟（七）安徽演出联盟（八）浙江省剧院联盟第三篇场馆创新篇

第十章中国剧院经营创新分析第一节戏剧演出市场分析一、话剧演出市场分析（一）话剧演出规模分析（二）话剧演出市场特点（三）话剧演出存在问题二、戏曲演出市场分析（一）戏曲演出规模分析（二）戏曲演出市场特点（三）戏曲演出存在问题第二节剧院运行情况分析一、场馆的数量统计二、场馆坐席数统计三、演映的场次统计四、观众的人数统计五、场

演出行业发展概况三、浙江演出场所经营情况（一）机构数（二）演出场次（三）观众人次（四）演出收入四、浙江演出场所竞争情况五、浙江演出场所发展规划第四节江苏演出场所经营分析一、江苏文化产业发展背景二、江苏演出行业发展概况三、江苏演出场所经营情况（一）机构数（二）演出场次（三）观众人次四、江苏演出场所竞争情况五、江苏演出场所发展前景第五节河南演出场所经营分析一、河南文化产业发展背景二、河南演出行业发展概况三、河南演出场所经营情况（一）机构数（二）演出场次（三）观众人次（四）演出收入四、河南演出场所竞争情况五、河南演出场所经营创新第六节河北演出场所经营分析一、河北文化产业发展背景二、河北演出行业发展概况三、河北演出场所经营情况（一）机构数（二）演出场次（三）观众人次四、河北演出场所竞争情况五、河北演出场所经营创新第七节四川演出场所经营分析一、四川文化产业发展背景二、四川演出行业发展概况三、四川演出场所经营情况（一）机构数（二）演出场次（三）观众人次四、四川演出场所竞争情况五、四川演出场所经营创新第八节山西演出场所经营分析一、山西文化产业发展背景二、山西演出行业发展概况三、山西演出场所经营情况（一）机构数（二）演出场次（三）观众人次四、山西演出场所竞争情况五、山西演出场所经营创新第九节辽宁演出场所经营分析一、辽宁文化产业发展背景二、辽宁演出行业发展概况三、辽宁演出场所经营情况（一）机构数（二）演出场次（三）观众人次四、辽宁演出场所竞争情况五、辽宁演出场所经营创新第十节山东演出场所经营分析一、山东文化产业发展背景二、山东演出行业发展概况三、山东演出场所经营情况（一）机构数（二）演出场次（三）观众人次四、山东演出场所竞争情况五、山东演出场所发展战略第十一节陕西演出场所经营分析一、陕西文化产业发展背景二、陕西演出行业发展概况三、陕西演出场所经营情况（一）机构数（二）演出场次（三）观众人次四、陕西演出场所竞争情况五、陕西演出场所发展前景第十二节广东演出场所经营分析一、广东文化产业发展背景二、广东演出行业发展概况三、广东演出场所经营情况（一）机构数（二）演出场次（三）观众人次四、广东演出场所竞争情况五、广东演出场所发展前景第五篇 机构创新篇

第十四章中国演出场所经营与创新分析第一节演出场所管理服务企业经营与创新一、北京保利剧院管理有限公司（1）企业概况（2）主营业务情况分析（3）公司运营情况分析（4）公司优劣势分析二、杭州金海岸文化发展股份有限公司（1）企业概况（2）主营业务情况分析（3）公司运营情况分析（4）公司优劣势分析三、湖南红太阳演艺有限公司（1）企业概况（2）主营业务情况分析（3）公司运营情况分析（4）公司优劣势分析四、湖南琴岛文化娱乐传播有限公司（1）企业概况（2）主营业务情况分析（3）公司运营情况分析（4）公司优劣势分析五、桂林广维文华旅游文化产业有限公司（1）企业概况（2）主营业务情况分析（3）公司运营情况分析（4）公司优劣势分析六、北京红马传媒文化发展有限公司（1）企业概况（2）主营业务情况分析（3）公司运营情况分析（4）公司优劣势分析七、杭州宋城集团控股有限公司（1）企业概况（2）主营业务情况分析（3）公司运营情况分析（4）公司优劣势分析八、西安曲江文化产业投资（集团）有限公司（1）企业概况（2）主营业务

情况分析（3）公司运营情况分析（4）公司优劣势分析第二节领先演出场所经营与创新情况

一、国家大剧院（一）剧院基本介绍（二）剧院设施情况（三）剧院经营模式（四）剧院特色项目（五）剧院管理创新二、上海大剧院（一）剧院基本介绍（二）剧院设施情况（三）剧院经营模式（四）剧院特色项目（五）剧院发展创新三、广州大剧院（一）剧院基本介绍（二）剧院设施情况（三）剧院经营模式（四）剧院特色项目（五）剧院发展创新四、天津大剧院（一）剧院基本介绍（二）剧院设施情况（三）剧院经营模式（四）剧院文化活动（五）剧院发展创新五、中国国家话剧院（一）剧院基本介绍（二）剧院设施情况（三）剧院运营创新（四）剧院作品介绍（五）剧院发展创新六、裴艳玲大戏院（一）剧院基本介绍（二）剧院设施情况（三）剧院所获荣誉（四）剧院主演项目（五）剧院发展创新七、梅兰芳大剧院（一）剧院基本介绍（二）剧院设施情况（三）剧院经营模式（四）剧院特色项目（五）剧院发展创新八、东莞玉兰大剧院（一）剧院基本介绍（二）剧院设施情况（三）剧院经营模式（四）剧院首次演出（五）剧院发展创新九、苏州文化艺术中心（一）中心基本介绍（二）中心设施情况（三）中心经营模式（四）中心特色项目（五）中心发展创新十、首都剧场（一）剧场基本介绍（二）剧场设施情况（三）剧场经营模式（四）剧场演出剧目（五）剧场发展创新十一、甘肃大剧院（一）剧院基本介绍（二）剧院设施情况（三）剧院经营模式（四）剧院特色优势（五）剧院发展创新十二、青岛大剧院（一）剧院基本介绍（二）剧院设施情况（三）剧院经营模式（四）剧院投资费用（五）剧院发展创新十三、山东省会大剧院（一）剧院基本介绍（二）剧院设施情况（三）剧院经营模式（四）剧院特色项目（五）剧院管理创新十四、武汉琴台大剧院（一）剧院基本介绍（二）剧院设施情况（三）剧院经营模式（四）剧院发展地位（五）剧院特色项目十五、大连国际会议中心大剧院（一）剧院基本介绍（二）剧院设施情况（三）剧院经营模式（四）剧院建筑特色（五）剧院发展目标

图表目录\CHARTDIRECTORY

图表1中国演艺产业营业税改增值税情况

图表2中国演艺产业税率变化明细表

图表3剧场自用房产土地税、房产税情况

图表4中国城镇居民人均可支配收入增长趋势图

图表5中国城镇居民文教娱乐人均现金消费支出统计图

图表6-文化艺术业和娱乐业固定资产投资情况

图表7-中国网民规模及互联网普及率增长趋势图

图表8-中国手机网民规模及其占网民比例变化趋势图

图表9-网民上网设备结构图

图表10-网民使用电脑上网场所结构图

图表11网民平均每周上网时长变化趋势图

图表12-中国网民性别结构图

图表13-中国网民年龄结构图

图表14-中国网民学历结构图

图表15-中国网民职业结构图（GYZJY）

图表详见正文特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wentiyule/285220285220.html>