

2018-2023年中国烘焙食品行业市场发展机遇与投资前景评估报告

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《2018-2023年中国烘焙食品行业市场发展机遇与投资前景评估报告》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/shipin/294393294393.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

全球烘焙食品规模稳步增长，总体规模达到3000多亿美元。根据Euromonitor 对全球烘焙产品消费终端的统计数据，近些年来全球烘焙产品市场规模稳步增长，2016 年规模达到 3265 亿美元，2002 年至 2016 年年复合增长率为 3.54%。在欧美国家，烘焙食品一直作为当地居民的早餐及主食，因此欧美是最大的烘焙市场。而亚太地区烘焙行业发展时间相对较短、且烘焙食品还未被当做正餐食用。但近些年消费者对烘焙食品的认知度不断提升，2016 年亚太地区的烘焙市场规模已达到 600 亿美元。

全球烘焙市场规模突破 3000 亿美元 数据来源：中国报告网整理

中国烘焙行业已经初具规模，且增长速度高于其他主要烘焙国家。随着我国经济的增长，居民消费升级，西方食品、原料和技术的进入，烘焙食品逐渐被中国消费者接受。2011 年至 2014 年，中国规模以上烘焙企业的营业收入总额从 1661 亿增至 2427 亿元，利润总额从 138 亿元增至 202 亿元，年复合增长率分别为 13.5%和 13.6%。根据 Euromonitor 数据，自 2009 年经济危机之后，亚太地区烘焙市场表现出强劲的增长势头，在净增长额中，中国市场贡献占比 85%。2011 年至 2016 年，中国烘焙食品消费额的年复合增长率达 11.93%，巴西增速为 11.24%，美国增速为 2.17%，日本增速为 0.11%，相比之下，中国烘焙食品消费额增速明显高于其他主要烘焙国家。

中国规模以上烘焙企业主营收入总额及增长率 数据来源：中国报告网整理

中国规模以上烘焙企业利润总额及增长率 数据来源：中国报告网整理

中国烘焙行业增速高于其他主要烘焙国家 数据来源：中国报告网整理

受到经济增速下降的影响，中国烘焙食品市场增速开始放缓。21 世纪初，中国面包糕点行业开始快速发展，到 2014 年，规模以上企业的主营业务收入为 899.44 亿元。由于受经济放缓的影响，面包糕点市场规模的同比增长率由之前的 18%以上下降至 2014 年的 11%。在 2014 年之前，饼干及其他烘焙产品一度保持着较快增长，2011 到 2013 年，其规模以上企业主营业务收入年复合增长率为 10.41%，然而 2014 年其增速下降到 8%左右。

面包糕点规模以上企业收入增速维持在 10%以上 数据来源：中国报告网整理

饼干及其他烘焙食品规模以上企业收入增速下降 数据来源：中国报告网整理 由于饮食结构的差异，中国烘焙食品的人均消费远低于西方国家，未来存在较大的提升空间。西方国家多把面包、糕点等烘焙食品当做正餐食用，而中国则以面食、大米等为主食，双方之间饮食习惯存在差异。根据 Euromonitor 数据，中国人均烘焙食品消费量近些年呈现逐年升高的趋势，2015 年，中国人均烘焙食品消费量达到 6.6KG/人。对比其他发达国家和地区，英国人均消费量为 46.3KG/ 人，美国为 39.8KG/人,日本为 23.4KG/人，香港地区为 15.9KG/人

。因此，中国烘焙食品人均消费量与其他主要烘焙国家还有较大差距，未来提升空间较大。

中国烘焙食品人均消费量逐年增长 数据来源：中国报告网整理

中国烘焙食品人均消费量远低于主要烘焙国家 数据来源：中国报告网整理 【报告目录】

第一章：烘焙食品行业PEST模型分析

1.1行业政策环境分析（P）

1.1.1行业相关标准

- （1）食品添加剂使用卫生标准——焙烤食品
- （2）食品添加剂使用卫生标准——焙烤食品馅料及表面用挂浆
- （3）食品添加剂使用卫生标准——饼干
- （4）食品添加剂使用卫生标准——糕点
- （5）食品添加剂使用卫生标准——糕点上彩装
- （6）食品添加剂使用卫生标准——面包

1.1.2行业政策法规

1.1.3行业发展规划

1.2行业经济环境分析（E）

1.2.1国内宏观经济分析

（1）国内宏观经济主要指标分析

- 1）国内生产总值状况
- 2）社会消费品零售总额
- 3）国内居民收入状况

（2）GDP增速与行业产值走势对比分析

（3）国内宏观经济发展趋势

1）国际经济大形势

2）我国经济增长趋势

3）对行业发展前景的影响

1.2.2行业产业环境分析

（1）我国食品行业进出口情况

（2）食品工业经济运营分析

1）食品工业发展概况

2）食品制造业投资分析

3）烘焙食品行业在食品制造业地位分析

1.3行业社会环境分析（S）

1.3.1行业消费环境分析

(1) 人均可支配收入与行业销售规模对比分析

(2) 城乡恩格尔系数分析

(3) 居民消费价格指数分析

(4) 城市化进程分析

1.3.2 消费者食品消费需求趋势

1.4 行业技术环境分析 (T)

1.4.1 烘焙技术专利申请数分析

1.4.2 烘焙技术专利申请人分析

1.4.3 烘焙技术专利技术构成分析

第二章：烘焙食品行业经济指标分析

2.1 烘焙食品行业财务指标分析

2.1.1 规模指标分析

2.1.2 盈利能力分析

2.1.3 运营能力分析

2.1.4 偿债能力分析

2.1.5 发展能力分析

2.2 烘焙食品行业经济指标分析

2.2.1 国有企业

2.2.2 集体企业

2.2.3 股份合作企业

2.2.4 股份制企业

2.2.5 私营企业

2.2.6 外商和港澳台投资企业

2.2.7 其他性质企业

2.2.8 不同性质企业主要经济指标历年的比重变化情况分析

(1) 不同性质企业数量变化情况

(2) 不同性质企业资产变化情况

(3) 不同性质企业销售收入变化情况

(4) 不同性质企业利润总额变化情况

2.3 烘焙食品行业供需平衡分析

2.3.1 烘焙食品行业供给情况分析

(1) 总产值分析

(2) 产成品分析

2.3.2 各地区烘焙食品行业供给情况分析

2.3.3各地区烘焙食品行业需求情况分析

2.3.4烘焙食品行业需求情况分析

2.3.5烘焙食品行业产销率分析

2.4烘焙食品行业进出口分析

2.4.1烘焙食品行业出口情况

(1) 行业出口总体情况

(2) 行业出口产品结构

2.4.2烘焙食品行业进口情况分析

(1) 行业进口总体情况

(2) 行业进口产品结构

第三章：烘焙食品行业产业链分析

3.1烘焙食品行业产业链简介

3.2烘焙食品行业产业链上游分析

3.2.1基础原料市场分析

(1) 玉米市场分析

1) 玉米市场供给分析

2) 玉米市场需求分析

3) 玉米市场价格分析

4) 玉米市场供需平衡

(2) 小麦市场分析

1) 小麦市场供给分析

2) 小麦市场需求分析

3) 小麦市场价格分析

4) 小麦市场发展趋势

(3) 稻谷市场分析

1) 稻谷产量情况分析

2) 稻谷价格走势分析

(4) 马铃薯市场分析

1) 马铃薯供需情况分析

2) 马铃薯价格走势分析

(5) 食用植物油市场分析

1) 食用植物油供需分析

2) 食用植物油价格走势

(6) 鸡蛋市场分析

（7）奶业市场分析

1）奶产品供需情况分析

2）奶产品价格走势分析

3.2.2辅料市场分析

（1）食糖市场分析

1）食糖供需情况分析

2）食糖价格走势分析

3）食糖进出口分析

（2）食盐市场分析

1）食盐供需情况分析

2）食盐价格走势分析

（3）调味品市场分析

1）调味品产值变动情况

2）调味品市场价格走势

（4）食品添加剂市场分析

1）食品添加剂行业规模

2）食品添加剂主要产品市场

3.2.3产业链上游对行业的影响分析

3.3烘焙食品行业产业链下游消费需求分析

3.3.1行业消费需求特征

（1）行业主要消费人群

（2）行业消费心理特征

3.3.2行业消费需求趋势

第四章：烘焙食品行业市场竞争状况分析

4.1国际市场发展状况分析

4.1.1国际烘焙食品市场现状

4.1.2国际烘焙食品市场发展趋势分析

4.1.3国际烘焙市场对我国烘焙市场的影响

4.2跨国公司在华市场投资布局

4.2.1墨西哥宾堡集团

4.2.2美国卡夫食品国际公司

4.2.3美国百事食品公司

4.2.4菲律宾晨光公司

4.2.5韩国好丽友公司

4.2.6美国通用磨坊食品公司

4.2.7日本格力高集团

4.3行业国内市场竞争状况分析

4.3.1烘焙食品行业市场规模分析

4.3.2烘焙食品行业五力模型分析

(1) 行业上游议价能力分析

(2) 行业下游议价能力分析

(3) 行业替代品威胁分析

(4) 行业新进入者威胁分析

(5) 行业竞争现状分析

4.3.3烘焙食品行业竞争演变

(1) “价格战”转向品牌竞争

(2) 低端市场竞争转向高端市场竞争

第五章：烘焙食品细分行业市场分析

5.1糕点、面包行业市场分析

5.1.1糕点、面包行业运营情况分析

(1) 糕点、面包行业发展规模分析

(2) 糕点、面包行业市场供给情况

(3) 糕点、面包行业市场的需求情况

(4) 糕点、面包行业经营效益分析

5.1.2糕点、面包行业产品市场分析

(1) 糕点市场分析

1) 月饼市场分析

2) 蛋糕市场分析

3) 蛋黄派市场分析

(2) 面包市场分析

5.1.3糕点、面包行业经营模式分析

(1) 工业生产模式

(2) 烘焙坊模式

1) 烘焙坊模式演变

2) 烘焙坊模式类型及效应分析

5.1.4糕点、面包行业品牌化运营分析

(1) 现状和趋势决定品牌化运营是唯一出路

(2) 品牌化运营以价值、模式系统为中心

(3) 品牌化运营以产业运营为支撑

5.1.5 糕点、面包行业消费者调研分析

(1) 法式小面包消费者调研

1) 消费者偏好分析

2) 消费者购买行为分析

(2) 烘焙坊产品消费者调研

1) 消费者偏好分析

2) 消费者选择因素分析

5.1.6 糕点、面包品牌成功案例分析

(1) 盼盼法式小面包成功案例

1) 产品定位

2) 产品推广模式

3) 关键成功因素

(2) 烘焙坊模式成功案例

1) 面包新语 (BreadTalk)

2) 85度C

5.2 饼干及其他烘焙食品行业市场分析

5.2.1 饼干及其他烘焙食品行业运营情况分析

(1) 饼干及其他烘焙食品行业发展规模分析

(2) 饼干及其他烘焙食品行业市场供给情况

(3) 饼干及其他烘焙食品行业市场需求情况

(4) 饼干及其他烘焙食品行业经营效益分析

5.2.2 饼干市场调研分析

(1) 饼干市场规模

1) 生产规模

2) 消费规模

(2) 饼干地区普及率

(3) 饼干品牌表现及价值分析

1) 品牌知晓度

2) 品牌形象

3) 品牌价值综合分析

(4) 饼干品牌营销及广告表现

1) 广告到达率

2) 广告到达途径

3) 广告有效性

4) 广告效果综合分析

(5) 饼干消费者调研

1) 消费者购买考虑因素

2) 消费者购买频率

3) 消费者购买场所

4) 消费者品牌忠诚度

5.2.3 烘焙膨化食品市场分析

(1) 烘焙膨化食品市场集中度

(2) 薯片市场调研分析

1) 薯片地区普及率

2) 薯片品牌表现及价值分析

1、品牌知晓度

2、品牌形象

3、品牌价值综合分析

3) 薯片品牌营销及广告表现

1、广告到达率

2、广告到达途径

3、广告有效性

4、广告效果综合分析

4) 薯片消费者调研

1、消费者购买考虑因素

2、消费者购买频率

3、消费者购买场所

4、消费者品牌忠诚度

(3) 烘焙膨化食品发展趋势

5.2.4 康师傅差异化发展案例

(1) 产品差异化

(2) 价格差异化

(3) 包装差异化

(4) 渠道差异化

第六章：烘焙食品行业市场营销分析

6.1 烘焙食品行业销售渠道分析

6.1.1 烘焙食品行业销售渠道结构

6.1.2 烘焙食品主要销售渠道

(1) 传统销售渠道

1) 商超渠道

2) 专卖连锁

(2) 网络销售渠道

1) 食品业电子商务应用分析

2) 烘焙坊网络销售分析

6.2 烘焙食品行业营销策略分析

6.2.1 烘焙食品基本营销策略

(1) 产品策略

(2) 价格策略

(3) 服务策略

(4) 促销策略

6.2.2 烘焙食品节日营销策略

(1) 节日营销的概念

(2) 节日的消费特点

(3) 节日营销的要点

1) 明确目标

2) 突出促销主题

3) 关注促销形式

4) 产品卖点节日化

5) 促销方案要科学

(4) 月饼的体验营销

1) 体验产品

2) 体验价格

3) 体验促销

4) 体验地点

6.3 烘焙食品行业营销案例分析

6.3.1 糕点、面包行业营销案例分析

(1) 元祖食品营销分析

1) 营销背景

2) 营销策略

3) 营销效果

4) 元祖雪月饼营销案例

(2) 克莉丝汀营销分析

1) 品牌发展

2) 营销策略

6.3.2 饼干及其他烘焙食品行业营销案例分析

(1) 卡夫饼干营销分析

1) 品牌介绍

2) 营销背景

3) 营销策略

4) 营销效果

(2) 达利食品营销分析

1) 品牌介绍

2) 营销策略

第七章：烘焙食品行业重点区域分析

7.1 烘焙食品行业总体区域结构特征分析

7.1.1 行业区域结构总体特征

7.1.2 行业区域集中度分析

7.2 行业重点区域经营情况分析

7.2.1 华北地区烘焙食品行业经营情况分析

(1) 北京市烘焙食品行业经营情况分析

(2) 天津市烘焙食品行业经营情况分析

(3) 河北省烘焙食品行业经营情况分析

(4) 山西省烘焙食品行业经营情况分析

(5) 内蒙古烘焙食品行业经营情况分析

7.2.2 东北地区烘焙食品行业经营情况分析

(1) 辽宁省烘焙食品行业经营情况分析

(2) 吉林省烘焙食品行业经营情况分析

(3) 黑龙江省烘焙食品行业经营情况分析

7.2.3 华东地区烘焙食品行业经营情况分析

(1) 上海市烘焙食品行业经营情况分析

(2) 江苏省烘焙食品行业经营情况分析

(3) 浙江省烘焙食品行业经营情况分析

(4) 山东省烘焙食品行业经营情况分析

(5) 福建省烘焙食品行业经营情况分析

(6) 江西省烘焙食品行业经营情况分析

(7) 安徽省烘焙食品行业经营情况分析

7.2.4 华中地区烘焙食品行业经营情况分析

- (1) 湖南省烘焙食品行业销售情况分析
- (2) 湖北省烘焙食品行业经营情况分析
- (3) 河南省烘焙食品行业经营情况分析
- 7.2.5 华南地区烘焙食品行业经营情况分析
 - (1) 广东省烘焙食品行业经营情况分析
 - (2) 广西烘焙食品行业经营情况分析
 - (3) 海南省烘焙食品行业经营情况分析
- 7.2.6 西南地区烘焙食品行业经营情况分析
 - (1) 四川省烘焙食品行业经营情况分析
 - (2) 贵州省烘焙食品行业经营情况分析
 - (3) 重庆市烘焙食品行业经营情况分析
 - (4) 云南省烘焙食品行业经营情况分析
- 7.2.7 西北地区烘焙食品行业经营情况分析
 - (1) 陕西省烘焙食品行业经营情况分析
 - (2) 宁夏烘焙食品行业经营情况分析
 - (3) 甘肃省烘焙食品行业产销情况分析

第八章：烘焙食品行业主要企业经营分析

8.1 烘焙食品企业发展总体状况分析

8.1.1 销售收入状况

8.1.2 利润总额状况

8.1.3 企业产品品牌汇总

8.2 烘焙食品行业领先企业个案分析

8.2.1 中国旺旺控股有限公司经营情况分析

- (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

8.2.2 福建亲亲股份有限公司经营情况分析

- (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

8.2.3 上好佳（中国）有限公司经营情况分析

- (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

8.2.4百事食品（中国）有限公司经营情况分析

(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

8.2.5好丽友食品有限公司经营情况分析

(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

8.2.6青援食品有限公司经营情况分析

(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

8.2.7河南健丰食品工业有限公司经营情况分析

(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

8.2.8蜡笔小新（福建）食品工业有限公司经营情况分析

(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

8.2.9上海克莉丝汀食品有限公司经营情况分析

(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

8.2.10漯河市恒达食品工业有限公司经营情况分析

(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

8.2.11福建福马食品集团有限公司经营情况分析

(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

8.2.12福建达利食品集团有限公司经营情况分析

(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

8.2.13济南达利食品有限公司经营情况分析

(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

8.2.14乐天(中国)食品有限公司经营情况分析

(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

8.2.15纳贝斯克食品(苏州)有限公司经营情况分析

(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

8.2.16华嘉食品有限公司经营情况分析

(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

8.2.17福建盼盼食品集团经营情况分析

(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

8.2.18杭州顶园食品有限公司经营情况分析

(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

8.2.19上海江崎格力高食品有限公司经营情况分析

(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

8.2.20天津顶园食品有限公司经营情况分析

(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

8.2.21叶县永昌饼业有限公司经营情况分析

(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

8.2.22广东嘉士利食品集团有限公司经营情况分析

(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

8.2.23广东旺通食品有限公司经营情况分析

(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

8.2.24漯河晋江福源食品工业有限公司经营情况分析

(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

8.2.25东莞锦泰食品有限公司经营情况分析

(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

8.2.26湖南沐林现代食品有限公司经营情况分析

(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

8.2.27家乐氏(青岛)食品有限公司经营情况分析

(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

8.2.28青岛食品股份有限公司经营情况分析

(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

8.2.29四川米老头食品工业集团股份有限公司经营情况分析

(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

8.2.30东莞徐记食品有限公司经营情况分析

(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

8.2.31沈阳市晋江福源食品有限公司经营情况分析

(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

8.2.32上海元祖梦果子有限公司经营情况分析

(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

8.2.33通用磨坊食品（南京）有限公司经营情况分析

(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

第九章：烘焙食品行业投资与前景分析

9.1烘焙食品行业投资风险

9.1.1烘焙食品行业政策风险

9.1.2烘焙食品行业技术风险

9.1.3烘焙食品行业供求风险

9.1.4烘焙食品行业宏观经济波动风险

9.1.5烘焙食品行业关联产业风险

9.1.6烘焙食品行业产品结构风险

9.1.7烘焙食品企业生产规模风险

9.2烘焙食品行业投资特性分析

9.2.1烘焙食品行业投资影响因素分析

9.2.2烘焙食品行业盈利影响因素分析

9.3烘焙食品行业市场前景预测

9.3.1烘焙食品市场发展趋势分析

9.3.2烘焙食品市场发展前景预测

9.4烘焙食品行业投资建议

9.4.1烘焙食品行业投资现状分析

9.4.2烘焙食品行业投资建议

图表目录

图表1：焙烤食品添加剂使用卫生标准（单位：g/kg）

图表2：焙烤食品馅料及表面用挂浆添加剂使用卫生标准（单位：g/kg）

图表3：饼干添加剂使用卫生标准（单位：g/kg）

图表4：糕点添加剂使用卫生标准（单位：g/kg）

图表5：糕点上彩装食品添加剂使用卫生标准（单位：g/kg）

图表6：面包添加剂使用卫生标准（单位：g/kg）

图表7：我国食品行业相关政策法规汇总

图表8：我国食品行业相关发展规划回顾及展望汇总

图表9：我国GDP及增速（单位：亿元，%）

图表10：我国社会消费品零售总额增长情况（单位：亿元）

（GYZJY）

更多图表详见正文

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，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shipin/294393294393.html>