

# 2021年中国医药零售行业分析报告- 行业规模现状与前景评估预测

## 报告大纲

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2021年中国医药零售行业分析报告-行业规模现状与前景评估预测》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：<https://baogao.chinabaogao.com/zhongxiyao/535734535734.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sales@chinabaogao.com

联系人：客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

## 二、报告目录及图表目录

药品连锁零售经营主要包括药品、保健食品、个人护理品、家庭健康用品、便利食品、日用消耗品等健康产品。连锁药店是现今我国药品零售业的一个最重要的组成形式。连锁药店是將有着共同经营理念，服务规范和完整质量管理体系的单体药店，在一个连锁总部的统一管理下以统一进货或授权加盟等多种方式连接起来，实现统一化，标准化，规范化的经营管理，即把独立的，分散的药店联合起来，形成覆盖面更广地规模进行经营。

我国连锁药店分类

类别

内容

优点

缺点

直营连锁

总公司直接参与经营和管理的连锁店，即由公司本部直接经营投资管理各个零售点的经营形态，此连锁模式并无加盟店的存在。它主要任务在于“渠道经营”，即由公司总部直接经营、投资、管理各个零售点的经营。其所有权和经营权集中统一于总部，所有成员企业必须是单一所有者，归一个公司，一个联合组织或一个人所有。

企业对于各连锁药店的约束和控制力强，保持形象一致，能够切实保证连锁药店人员素质和服务质量。

成本过高，增长速度较慢。

特许经营也叫特许加盟

特许人和受许人之间形成一种契约关系，从而向受许人提供的一种商业经营许可，并给予人员药店经营各方面的指导与帮助,受许人按照合同的相关规定，在特许者的统一管理下从事相关业务活动，受许人向特许人支付相应的费用。

企业对于加盟店有一定的掌控能力，门店形象和服务较为统一和规范，其门店数量增长较快。

企业与连锁药店沟通和协调较为困难和复杂。

自由连锁也叫自愿加盟

一批所有权相对独立的商店自愿归属于一个采购联营组织和一个管理中心领导。管理中心负责提供货源、推销计划、账目处理等。自愿加盟体系中，商品所有权是属于加盟主所有，而运作技术及商店品牌则归总部持有。

投资较少，增长速度较快。

约束和控制能力较差，同时形象难以保证高度统一，连锁药店的人员和服务素质也难以保障。

数据来源：公开资料整理

我国的药品零售行业现在是处于初级阶段，我国相关部门制定零售药店分类分级管理的

指导性文件，支持零售药店连锁发展，研究拟定药品流通行业发展的规划、政策和相关标准，推进药品流通行业结构调整，指导药品流通企业改革，推动现代药品流通方式的发展等。

我国药品零售行业相关政策法规

类别

法规名称

发布时间

主要内容

药品管理

《中华人民共和国药品管理法》(2019年8月修订版)

2019年

对在中华人民共和国境内从事药品研制、生产、经营、使用和监督管理活动作出具体的规定。该法规定从事药品零售活动，应当经所在地县级以上地方人民政府药品监督管理部门批准，取得药品经营许可证。无药品经营许可证的，不得经营药品。此外，该法规定，依法实行市场调节价的药品，药品上市许可持有人、药品生产企业、药品经营企业和医疗机构应当按照公平、合理和诚实信用、质价相符的原则制定价格，为用药者提供价格合理的药品。药品上市许可持有人、药品生产企业、药品经营企业和医疗机构应当遵守国务院药品价格主管部门关于药品价格管理的规定，制定和标明药品零售价格，禁止暴利、价格垄断和价格欺诈等行为。

《国家食品药品监督管理总局关于调整部分药品行政审批事项审批程序的决定》

2017年

药物临床试验审批决定（含国产和进口）、药品补充申请审批决定（含国产和进口）及进口药品再注册审批决定调整为由国家食品药品监督管理总局药品审评中心以国家食品药品监督管理总局的名义作出。

《中华人民共和国药品管理法实施条例》(2016年修订版)

2016年

新修订版本。进一步明确了药品生产、经营企业的管理行为规范。

《药品流通监督管理办法》(国家食品药品监督管理局令第26号)

2007年

规定药品生产、经营企业、医疗机构应当对其生产、经营、使用的药品质量负责。

医疗器械管理

《医疗器械标准管理办法》(国家食品药品监督管理总局令第33号)

2017年

明确了医疗器械标准的分类依据及种类、明确医疗器械标准制修订的程序、建立标准复审制度。

《国家食品药品监督管理总局关于调整部分医疗器械行政审批事项审批程序的决定》(国家

食品药品监督管理总局令第32号)

2017年

第三类高风险医疗器械临床试验审批决定、国产第三类医疗器械和进口医疗器械许可事项变更审批决定及国产第三类医疗器械和进口医疗器械延续注册审批决定调整为由国家食品药品监督管理总局技术审评中心以国家食品药品监督管理总局的名义作出。

《医疗器械使用质量监督管理办法》(总局令第18号)

2015年

对医疗器械的进货查验、信息记录、贮存运输、质量检查、维护保养等使用环节质量管理义务作了细化和补充完善。

《医疗器械监督管理条例》(国务院令第650号)

2014年

新修订版本。规范了从事医疗器械研制、生产、经营、使用、监督管理的单位和个人的行为，并对医疗器械实行分类管理。

互联网药品经营管理

《关于国务院第三批取消中央指定地方实施行政许可事项的决定》(国发[2017]7号)

2017年

取消互联网药品交易服务企业(第三方平台除外)审批，取消审批后取消审批后，食品药品监督管理部门要强化“药品生产企业许可”、“药品批发企业许可”、“药品零售企业许可”，对互联网药品交易服务企业严格把关。要建立网上信息发布系统，方便公众查询，指导公众安全用药，同时建立网上售药监测机制，加强监督检查，依法查处违法行为。

《互联网药品交易服务审批暂行规定》(国食药监市[2005]480号)

2005年

规范了互联网药品交易，规定向个人消费者提供互联网药品交易服务的企业只能在网上销售本企业经营的非处方药。

《互联网药品信息服务管理办法》(国家食品药品监督管理局令第9号)

2004年

规范了互联网药品信息服务活动，保证了互联网药品信息的真实、准确。数据来源：公开资料整理

改革开放前，由于药品的特殊性,我国严格控制药品的流通。“去医院看病，到药房拿药”成为医药消费基本模式，使得医院成为药品销售的主要终端。改革开放以后，我国药品流通从计划分配体制逐渐转向市场化经营体制。上世纪九十年代末，随着改革开放的进一步深化，医药零售行业的严格管制开始松动，民营资本开始进入连锁药店行业。2000年，我国医疗制度改革开始全面实施，百姓用药消费从医院开始向药店分流。同时，国家首次取消对跨省市开办医药连锁店的限制。这些市场环境的变化促进了医药零售业的迅速发展。根据资料显示，2019年我国药品零售市场销售额增速3.9%，2020年初受疫情影响，第一季度同比增

速仅为0.6%，第二季度随着防疫物资供应逐步恢复正常及复工复产的需求增加，增速升温至2.8%。

## 2012-2020H1中国零售市场药品销售额及增速

数据来源：公开资料整理

最近几年，由于药品零售行业的快速发展，药店设立门槛较低，药店门店数量迅猛增长。从2010年我国连锁药店数量占比仅为34.34%，到2019年增长到55.34%。我国药店连锁率不断提高，一方面是管会管理力度趋严，惩罚会增加中小药店成本；带量采购等政策影响下，中小药店议价能力弱，同店增速甚至为负，另一方面是连锁零售企业一般具备资本实力强、精细化管理和议价能力强的竞争优势，在执业药师、资金、厂家资源、供应链能力方面领先于其他中小药店。

## 2012-2019年我国连锁药店数量和连锁率 数据来源：公开资料整理

由于药品零售行业的快速发展，药店门店数量的增长，导致单店服务人数出现了一定程度的下降，单店服务人次总体呈现下降趋势，2018-2019年店均服务人口同比分别下降6.79%、6.38%，分别为2854人次/店和2672人次/店。

## 2012-2019年我国零售药店店均服务人次 数据来源：公开资料整理

目前我国的药店仍然处于药品零售的初级业态，对于整个医疗卫生行业的贡献度依然处于一个比较低的水平，相对于广阔的国内消费市场规模，机遇巨大。连锁药店在我国起步较晚，但发展迅速。药品销售主体可分为三大终端，分别为公立医院终端（包括城市公立医院及县级公立医院两大市场），零售药店终端（包括实体药店和网上药店两大市场）和公立基层医疗终端（包括城市社区卫生中心/站及乡镇卫生院两大市场），2018年公立医院终端市场份额最大，占比为67.4%，零售药店终端市场份额占比为22.9%，公立基层医疗终端市场份额占比为9.7%。未来，随着“处方外流”和“医药分开”政策的推进，零售药店终端占比预计将进一步提升，医药零售行业市场发展空间较大。

## 2018年药品销售三大终端销售额分布情况

数据来源：公开资料整理

近年来，随着“医药分开”政策的推进，零售药店终端占比预计将进一步提升，医药零售行业市场发展空间较大。行业的整合、线上药品销售模式的开启、专业的服务、多元化的经营方式都将会推动行业的发展。

（1）行业整合加速，行业集中度、连锁化率将进一步提升 2016年12月，国家商务部发布《全国药品流通行业发展规划（2016—2020年）》，提出要提升药品流通行业集中度，鼓励药品流通企业通过兼并重组、上市融资、发行债券等多种方式做强、做大，加快实现规模化、集约化和现代化经营。

（2）“互联网+药品”销售模式发展较快 2018年，国务院办公厅印发《关于促进“互联网+医疗健康”发展的意见》，未来，互联网将与医疗服务、公共卫生服务、家庭医生签约

服务、药品供应保障服务、医学教育和科普服务等领域深度融合，中国的医疗服务模式和患者的就医行为正在发生改变，“网订店取、网订店送”等“互联网+药品”模式也将随之获得更快发展。

（3）我国医药零售行业市场规模将进一步扩大 在国民经济持续发展、社会消费水平不断提高、人口老龄化程度加剧、城镇化水平提升以及新医改背景下医保覆盖率扩张等因素共同影响下,我国医药零售行业面临长期发展机遇，预计将保持稳定增长趋势，市场规模将进一步扩大。

（4）专业医药服务能力将成为医药零售企业未来重要的市场竞争力 由于药品的购买与使用密切关系到消费者的健康安全，因此，需要零售药店能在消费者购买药品过程中提供专业药学指导。同时，随着当前“医药分开”趋势，零售药店面临着新的机遇与挑战。一方面处方药销售会成为零售药店销售额的重要增长点，另一方面，根据现行法律法规规定，销售处方药需配备相应的执业药师或药学服务人员，这对零售药店专业服务能力提出了更高的要求。

（5）医药零售企业将围绕“大健康”产业开展多元化经营和服务 随着国家商务部将开展“多元化服务”作为推动药店转型升级发展的方向之一，大型医药零售企业开始探索多元化经营策略，把产品线从疾病治疗拓展到疾病预防、保健养生、护肤美容等“大健康”领域。围绕“大健康”产业开展多元化经营为今后零售企业的发展提供广阔的市场空间。另外，在营销模式上，“大健康”药店将不局限于促销与买赠，而是跨出店面到整个商圈去培养消费群体，并利用大数据分析消费者行为，培育忠诚顾客。（TJL）

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2021年中国医药零售行业分析报告-行业规模现状与前景评估预测》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。

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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

## 【报告大纲】

### 第一章 2017-2020年中国医药零售行业发展概述

#### 第一节 医药零售行业发展情况概述

##### 一、医药零售行业相关定义

##### 二、医药零售行业基本情况介绍

##### 三、医药零售行业发展特点分析

##### 四、医药零售行业经营模式

###### 1、生产模式

###### 2、采购模式

###### 3、销售模式

##### 五、医药零售行业需求主体分析

#### 第二节 中国医药零售行业上下游产业链分析

##### 一、产业链模型原理介绍

##### 二、医药零售行业产业链条分析

##### 三、产业链运行机制

###### 1、沟通协调机制

###### 2、风险分配机制

###### 3、竞争协调机制

##### 四、中国医药零售行业产业链环节分析

###### 1、上游产业

###### 2、下游产业

#### 第三节 中国医药零售行业生命周期分析

##### 一、医药零售行业生命周期理论概述

##### 二、医药零售行业所属的生命周期分析

#### 第四节 医药零售行业经济指标分析

##### 一、医药零售行业的赢利性分析

##### 二、医药零售行业的经济周期分析

##### 三、医药零售行业附加值的提升空间分析

#### 第五节 中国医药零售行业进入壁垒分析

##### 一、医药零售行业资金壁垒分析

## 二、医药零售行业技术壁垒分析

## 三、医药零售行业人才壁垒分析

## 四、医药零售行业品牌壁垒分析

## 五、医药零售行业其他壁垒分析

## 第二章 2017-2020年全球医药零售行业市场发展现状分析

### 第一节 全球医药零售行业发展历程回顾

### 第二节 全球医药零售行业市场区域分布情况

### 第三节 亚洲医药零售行业地区市场分析

#### 一、亚洲医药零售行业市场现状分析

#### 二、亚洲医药零售行业市场规模与市场需求分析

#### 三、亚洲医药零售行业市场前景分析

### 第四节 北美医药零售行业地区市场分析

#### 一、北美医药零售行业市场现状分析

#### 二、北美医药零售行业市场规模与市场需求分析

#### 三、北美医药零售行业市场前景分析

### 第五节 欧洲医药零售行业地区市场分析

#### 一、欧洲医药零售行业市场现状分析

#### 二、欧洲医药零售行业市场规模与市场需求分析

#### 三、欧洲医药零售行业市场前景分析

### 第六节 2021-2026年世界医药零售行业分布走势预测

### 第七节 2021-2026年全球医药零售行业市场规模预测

## 第三章 中国医药零售产业发展环境分析

### 第一节 我国宏观经济环境分析

#### 一、中国GDP增长情况分析

#### 二、工业经济发展形势分析

#### 三、社会固定资产投资分析

#### 四、全社会消费品医药零售总额

#### 五、城乡居民收入增长分析

#### 六、居民消费价格变化分析

#### 七、对外贸易发展形势分析

### 第二节 中国医药零售行业政策环境分析

#### 一、行业监管体制现状

#### 二、行业主要政策法规

### 第三节 中国医药零售产业社会环境发展分析

#### 一、人口环境分析

## 二、教育环境分析

## 三、文化环境分析

## 四、生态环境分析

## 五、消费观念分析

## 第四章 中国医药零售行业运行情况

### 第一节 中国医药零售行业发展状况情况介绍

#### 一、行业发展历程回顾

#### 二、行业创新情况分析

#### 三、行业发展特点分析

### 第二节 中国医药零售行业市场规模分析

### 第三节 中国医药零售行业供应情况分析

### 第四节 中国医药零售行业需求情况分析

### 第五节 我国医药零售行业细分市场分析

#### 一、细分市场一

#### 二、细分市场二

#### 三、其它细分市场

### 第六节 中国医药零售行业供需平衡分析

### 第七节 中国医药零售行业发展趋势分析

## 第五章 中国医药零售所属行业运行数据监测

### 第一节 中国医药零售所属行业总体规模分析

#### 一、企业数量结构分析

#### 二、行业资产规模分析

### 第二节 中国医药零售所属行业产销与费用分析

#### 一、流动资产

#### 二、销售收入分析

#### 三、负债分析

#### 四、利润规模分析

#### 五、产值分析

### 第三节 中国医药零售所属行业财务指标分析

#### 一、行业盈利能力分析

#### 二、行业偿债能力分析

#### 三、行业营运能力分析

#### 四、行业发展能力分析

## 第六章 2017-2020年中国医药零售市场格局分析

### 第一节 中国医药零售行业竞争现状分析

## 一、中国医药零售行业竞争情况分析

## 二、中国医药零售行业主要品牌分析

### 第二节 中国医药零售行业集中度分析

#### 一、中国医药零售行业市场集中度影响因素分析

#### 二、中国医药零售行业市场集中度分析

### 第三节 中国医药零售行业存在的问题

### 第四节 中国医药零售行业解决问题的策略分析

### 第五节 中国医药零售行业钻石模型分析

#### 一、生产要素

#### 二、需求条件

#### 三、支援与相关产业

#### 四、企业战略、结构与竞争状态

#### 五、政府的作用

## 第七章 2017-2020年中国医药零售行业需求特点与动态分析

### 第一节 中国医药零售行业消费市场动态情况

### 第二节 中国医药零售行业消费市场特点分析

#### 一、需求偏好

#### 二、价格偏好

#### 三、品牌偏好

#### 四、其他偏好

### 第三节 医药零售行业成本结构分析

### 第四节 医药零售行业价格影响因素分析

#### 一、供需因素

#### 二、成本因素

#### 三、渠道因素

#### 四、其他因素

### 第五节 中国医药零售行业价格现状分析

### 第六节 中国医药零售行业平均价格走势预测

#### 一、中国医药零售行业价格影响因素

#### 二、中国医药零售行业平均价格走势预测

#### 三、中国医药零售行业平均价格增速预测

## 第八章 2017-2020年中国医药零售行业区域市场现状分析

### 第一节 中国医药零售行业区域市场规模分布

### 第二节 中国华东地区医药零售市场分析

#### 一、华东地区概述

## 二、华东地区经济环境分析

## 三、华东地区医药零售市场规模分析

## 四、华东地区医药零售市场规模预测

### 第三节 华中地区市场分析

#### 一、华中地区概述

#### 二、华中地区经济环境分析

#### 三、华中地区医药零售市场规模分析

#### 四、华中地区医药零售市场规模预测

### 第四节 华南地区市场分析

#### 一、华南地区概述

#### 二、华南地区经济环境分析

#### 三、华南地区医药零售市场规模分析

#### 四、华南地区医药零售市场规模预测

## 第九章 2017-2020年中国医药零售行业竞争情况

### 第一节 中国医药零售行业竞争结构分析（波特五力模型）

#### 一、现有企业间竞争

#### 二、潜在进入者分析

#### 三、替代品威胁分析

#### 四、供应商议价能力

#### 五、客户议价能力

### 第二节 中国医药零售行业SCP分析

#### 一、理论介绍

#### 二、SCP范式

#### 三、SCP分析框架

### 第三节 中国医药零售行业竞争环境分析（PEST）

#### 一、政策环境

#### 二、经济环境

#### 三、社会环境

#### 四、技术环境

## 第十章 医药零售行业企业分析（随数据更新有调整）

### 第一节 企业

#### 一、企业概况

#### 二、主营产品

#### 三、运营情况

##### 1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国医药零售行业发展前景分析与预测

第一节 中国医药零售行业未来发展前景分析

一、医药零售行业国内投资环境分析

二、中国医药零售行业市场机会分析

三、中国医药零售行业投资增速预测

第二节 中国医药零售行业未来发展趋势预测

第三节 中国医药零售行业市场发展预测

一、中国医药零售行业市场规模预测

二、中国医药零售行业市场规模增速预测

三、中国医药零售行业产值规模预测

#### 四、中国医药零售行业产值增速预测

#### 五、中国医药零售行业供需情况预测

#### 第四节 中国医药零售行业盈利走势预测

##### 一、中国医药零售行业毛利润同比增速预测

##### 二、中国医药零售行业利润总额同比增速预测

#### 第十二章 2021-2026年中国医药零售行业投资风险与营销分析

##### 第一节 医药零售行业投资风险分析

###### 一、医药零售行业政策风险分析

###### 二、医药零售行业技术风险分析

###### 三、医药零售行业竞争风险分析

###### 四、医药零售行业其他风险分析

##### 第二节 医药零售行业应对策略

###### 一、把握国家投资的契机

###### 二、竞争性战略联盟的实施

###### 三、企业自身应对策略

#### 第十三章 2021-2026年中国医药零售行业发展战略及规划建议

##### 第一节 中国医药零售行业品牌战略分析

###### 一、医药零售企业品牌的重要性

###### 二、医药零售企业实施品牌战略的意义

###### 三、医药零售企业品牌的现状分析

###### 四、医药零售企业的品牌战略

###### 五、医药零售品牌战略管理的策略

##### 第二节 中国医药零售行业市场重点客户战略实施

###### 一、实施重点客户战略的必要性

###### 二、合理确立重点客户

###### 三、对重点客户的营销策略

###### 四、强化重点客户的管理

###### 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

##### 第三节 中国医药零售行业战略综合规划分析

###### 一、战略综合规划

###### 二、技术开发战略

###### 三、业务组合战略

###### 四、区域战略规划

###### 五、产业战略规划

###### 六、营销品牌战略

## 七、竞争战略规划

### 第四节 医药零售行业竞争力提升策略

#### 一、医药零售行业产品差异性策略

#### 二、医药零售行业个性化服务策略

#### 三、医药零售行业的促销宣传策略

#### 四、医药零售行业信息智能化策略

#### 五、医药零售行业品牌化建设策略

#### 六、医药零售行业专业化治理策略

## 第十四章 2021-2026年中国医药零售行业发展策略及投资建议

### 第一节 中国医药零售行业产品策略分析

#### 一、服务产品开发策略

#### 二、市场细分策略

#### 三、目标市场的选择

### 第二节 中国医药零售行业营销渠道策略

#### 一、医药零售行业渠道选择策略

#### 二、医药零售行业营销策略

### 第三节 中国医药零售行业价格策略

### 第四节 观研天下行业分析师投资建议

#### 一、中国医药零售行业重点投资区域分析

#### 二、中国医药零售行业重点投资产品分析

图表详见正文 . . . . .

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<https://baogao.chinabaogao.com/zhongxiyao/535734535734.html>