

2018-2023年中国移动互联网市场现状与发展前景 研究报告

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年中国移动互联网市场现状与发展前景研究报告》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/hulianwang/296619296619.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

随着高清视频、直播、VR、AR、物联网等新兴互联网重度应用的崛起以及内容资源的不断丰富，移动用户数量及固网宽带接入数都得到了迅速增长，拉动互联网访问流量大规模增长，并对运营商基础网络造成强劲冲击，驱动互联网内容服务商和运营商在内容、网络等方面不断加大部署力度，进而促进了 CDN、IDC、云计算等新兴行业发展。

伴随着移动互联网市场的迅猛增长以及云计算产业的快速发展所带来的 CDN 需求暴增，2014 年起我国 CDN 市场进入竞争白热化阶段。阿里云也从 2014 年 3 月起正式提供 CDN 服务，截止于 2016 财年底（2015 年 4 月 1 日至 2016 年 3 月 31 日），阿里云营业收入连续 6 个季度保持三位数增长。

IDC 作为海量数据的承载实体，已经发展成为互联网流量计算、存储及流量吞吐的核心基础资源。在智能终端、VR、AI、物联网等应用快速发展的驱动下，数据存储、云计算及互联网流量大幅增加；根据工信部发布的 2016 年通信运营统计公报，2016 年我国移动互联网接入流量消费达 93.6 亿 G，同比增长 123.7%；进而拉动对 IDC 互联网基础设施需求的增长。

2015-2016 年中国 IDC 市场延续了 2014 年 3G/4G 跨界时代的高增长态势，根据 IDC 圈的统计，IDC 市场总规模为 518.6 亿元，同比增长 39.3%。2016 年，中国 IDC 市场总规模 714.5 亿元，同比增长 37.8%。随着 5G 和物联网商用的到来，互联网、云计算、大数据的高速增长或催生数以万亿级别的数据容量的旺盛需求，全球运营商及大型互联网服务商纷纷布局大型云数据中心并推进云计算部署。

新兴互联网应用崛起，推动互联网流量持续高速增长

根据预测，全球数字化转型将对 IP 网络需求产生深远影响，全球 IP 总流量将在 2016-2021 年间将增长三倍，从 2016 年的年均 1.2ZB（96EB/月）增长到 2021 年的 3.3ZB（278EB/月）。其中，全球互联网用户将从 2016 年的 33 亿增长到 46 亿，占全球人口总数的 58%；个人设备和 M2M（机器对机器）联接将从 2016 年的 171 亿增长到 2021 年的 271 亿；平均宽带速度将从 27.5Mbps 增长到 53.0Mbps，互联网流量中视频占比将从 73% 提升至 82%。

全球互联网流量增速预测

数据来源：中国报告网整理

主要国家 2016 年固定宽带流量增长分布情况

数据来源：中国报告网整理

按地区来看，中东和非洲地区流量增长最快，复合年增长率高达 42%，到 2021 年该地区 IP 流量约为每月 15.5EB，相当于 5.8 倍增长。其次是亚太地区，IP 流量到 2021 年约为每月 107.7EB，年复合增长率为 26%，相当于 3.2 倍增长。而北美洲增速相对平稳，预计到 2021 年北美洲地区 IP 流量增长为每月 85EB，年复合增长率为 20%。

2016-2021 年全球各地区流量增长预测

资料来源：中国报告网整理

高清视频、直播等业务或成为推动互联网流量增长的主力军 随着 OTT 视频、4K 高清业务、VR/AR 及直播等新兴媒体业务的快速发展，大视频业务已经成为运营商发展最快的移动互联网业务。全球用户视频业务的消费习惯已经形成，产业链热度不减。根据思科预测，全球互联网视频用户（非移动端）将从 2016 年的 14 亿增长到 2021 年的 19 亿，视频流量在互联网 IP 总流量的占比将从 2016 年的 67% 增长到 2021 年的 80%。根据中国信息通信研究院预测，2016-2020 年，我国移动视频业务流量增速复合年增长率将超过 150%，到 2020 年移动视频流量在移动互联网流量中占比将超过六成。2016 年，国内三大运营商 IPTV 用户总数突破 1 亿大关，截止于 2016 年 6 月，我国在线视频用户规模达到 5.14 亿户。据爱立信统计，我国用户当今 1 年的移动视频观看时间较 4 年前增加了 200 小时以上。

（1）OTT-TV 视频流量快速增加

根据预测，2016 年全球接入互联网的电视机数量或已经达到 5.5 亿台，占全球电视机总量的五分之一。我国智能电视市场发展迅速，据奥维咨询统计，2014 年我国智能电视出货量约为 3110 万台，渗透率约为 70%；2015 年出货量约为 3750 万台，渗透率高达 85%。2015 年我国智能电视保有量约为 1.1 亿台，2020 年有望增长至 3.2 亿台；截止 2015 年底，OTT 盒子的保有量累计达到 6010 万台。随着 OTT TV 发展迅猛，用户对视频体验的要求越来越高，渴望类比有线电视，对画质要求及流畅度都有较高要求。用户在 PC 端观看互联网视频普遍接受标清（384K）-高清（1.5M）码流，但由于智能电视分辨率高，屏幕较大，达到与有线电视同样的画质效果或需要 4M-8M 码流，4K 电视则需要 15M-20M 码流，进而随着智能电视的普及，OTT 视频流量将持续快速增加。

（2）新兴在线娱乐（视频直播）模式推动互联网流量规模攀升根据思科预测，到 2021 年视频直播、VR/AR 等新兴媒体将分别实现 15 倍、20 倍的增长，贡献不少于 13% 的互联网视频流量。据美国 Recode 公司统计，2016 年视频直播产生的互联网流量约为 1.6 艾字节，占在线视频流量的 3%，而这一数字在 2021 年有望增长到 25 艾字节（250 亿千兆字

节)。同视频直播一样，移动性能将带动 VR/AR 的用户基础。粗略计算一部 360 度的视频所需的带宽是传统视频的 4-5 倍，而 VR/AR 应用场景下所带来得而高分辨率、高帧率、立体图像体验将对带宽提出更高的要求，进而有望推动互联网流量规模持续攀升。

物联网流量到 2021 年或占全球 IP 流量的 5% 随着 NB-IOT 商用元年的到来，智慧家居、智慧医疗、智慧交通/汽车等新兴物联网应用场景有望将 M2M 联接数量推向下一个高峰。全球 M2M 连接数有望从 2016 年的 58 亿增长至 2021 年的 137 亿，增长高达 2.4 倍。支持物联网应用的 M2M 联接数占到了联接设备总数的 50% 以上。

云计算时数据中心东西流量成主导

不同于传统数据中心，在云计算时代，东西向流量将成为数据中心内部流量的主导力量，数据中心流量也将实现翻倍增长。传统数据中心主要向数据中心外部提供服务，因此流量为南北导向；而在云计算时代，则需要部署大规模集群计算，数以千台的服务器间需协同工作，服务器之间的数据交换，状态同步等将成为主要流量来源。根据 OFWEEK 数据显示，数据中心网络流量将从早期的“80% 是南北向”逐步演变为“70% 是东西向”。根据数据显示，全球数据中心 IP 流量将从 2015 年的每年 4.7ZB 增长到 2020 年每年 15.3ZB，增长高达 3 倍，年复合增长率约为 27%。

全球数据中心 IP 流量增长预测

数据来源：中国报告网整理

中国报告网发布的《2018-2023 年中国移动互联网市场现状与发展前景研究报告》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】

第一章移动互联网概念及产业链结构

第一节移动互联网行业概述

一、移动互联网的定义

二、移动互联网的内涵

三、移动互联网行业体系分析

（一）业务体系

（二）技术体系

四、移动互联网行业地位分析

（一）给信息通信行业带来的影响和变革

（二）对区域经济及产业发展带来的影响

（三）影响国民经济及产业链的整合升级

第二节移动互联网产业生态系统分析

一、移动互联网产业生态系统结构

（一）移动互联网生态系统模型

（二）移动互联网生态系统特征

（三）移动互联网生态系统成员

（四）生态系统成员间相互作用

二、移动互联网产业生命周期分析

三、移动互联网产业价值链分析

（一）移动互联网价值链基本环节

（二）移动互联网价值链分层结构

（三）运营商在生态系统中地位及作用

第三节移动互联网行业关键技术分析

一、移动IP技术

二、Mashup

三、SaaS

四、云计算

五、其他关键技术

第二章移动互联网行业发展环境分析

第一节行业管理规范

一、行业管理规范

二、行业监管部门

三、行业相关政策

四、行业相关标准

第二节经济环境分析

一、经济环境分析

二、国际宏观环境分析

(二) 国内宏观环境分析

(三) 行业宏观环境分析

第三节技术环境分析

一、技术环境分析

二、移动通信技术发展分析

三、互联网技术发展分析

第四节社会环境分析

一、网民消费环境分析

二、网民上网趋势分析

第三章移动互联网产业链结构

第一节移动互联网产业链概述

一、产业链概况

二、产业链层次

三、产业链机会

第二节移动互联网产业链模型

一、网络基础设施层

二、网络接入服务层

三、终端应用与服务层

第三节中国移动互联网市场产业链格局

一、网络基础设施层

二、接入服务层

三、终端应用与服务层

第四章全球移动互联网行业发展分析

第一节全球移动互联网行业整体状况

一、行业总体发展状况

二、移动智能终端软件平台发展现状

三、移动智能终端硬件平台发展现状

四、移动智能终端外围硬件发展现状

五、移动网络平台发展现状

六、移动应用服务平台发展现状

第二节美国移动互联网行业发展现状

- 一、美国移动市场概览
- 二、美国智能手机市场
- 三、美国移动互联网行业市场情况
- 四、美国移动互联网业务应用情况
- 第三节欧洲移动互联网行业发展现状
 - 一、欧洲移动互联网行业市场现状
 - 二、主要运营商移动互联网业务发展现状
- 第四节日本移动互联网行业发展现状
 - 一、日本移动互联网行业发展历史
 - 二、日本移动互联网行业发展现状
 - 三、移动互联网主要业务发展状况
 - 四、主要运营商移动互联网业务发展现状
- 第五节韩国移动互联网行业发展现状
 - 一、韩国移动互联网行业监管政策
 - 二、韩国移动互联网行业发展现状
 - 三、主要运营商移动互联网业务发展现状
 - 四、韩国移动互联网成功因素分析
- 第六节国际移动互联网行业发展前景分析

第五章中国移动互联网行业发展分析

- 第一节中国移动互联网行业历程分析
 - 一、中国移动互联网行业发展历程
 - 二、播种阶段
 - 三、萌芽阶段
 - 四、洗礼阶段
- 第二节中国移动互联网行业发展现状分析
 - 一、行业总体发展现状
 - 二、终端软件平台发展现状
 - 三、终端硬件平台发展现状
 - 四、移动互联网网络平台发展现状
 - 五、移动互联网应用服务发展现状
- 第三节中国移动互联网行业市场分析
 - 一、移动互联网行业市场规模分析
 - 二、移动互联网行业用户规模分析
 - 三、移动互联网行业终端规模分析

四、移动互联网行业市场格局分析

第四节中国移动互联网用户行为分析

一、移动互联网用户终端应用偏好分析

(一) 移动互联网用户选择智能手机的原因

(二) 移动互联网用户智能手机平台选择倾向

二、移动互联网用户手机上网偏好分析

(一) 用户手机上网主要活动分布分析

(二) 用户手机上网应用及流量消费分析

(三) 用户手机上网时间及地点分析

(四) 用户手机上网月消费金额调查

三、用户对移动互联的业务需求分析

第五节中国移动互联网发展挑战与机遇

一、移动互联网行业发展的挑战

(一) 技术发展面临的挑战

(二) 安全管理面临的挑战

二、移动互联网行业发展的机遇

第六章手机游戏市场及用户行为分析

第一节手机游戏发展环境分析

一、手机游戏定义及分类

(一) 手机游戏定义

(二) 手机游戏分类

二、手机游戏发展环境

(一) 社会环境

(二) 技术环境

三、手机游戏发展影响因素分析

(一) 促进因素

(二) 阻碍因素

第二节手机游戏产业链分析

一、手机游戏产业链结构

二、手机游戏产业链发展特点

三、手机游戏商业模式分析

第三节手机游戏市场现状分析

一、手机游戏市场规模分析

(一) 手机游戏市场规模现状

- (二) 手机游戏市场发展趋势
- 二、手机游戏用户规模分析
 - (一) 手机游戏用户规模现状
 - (二) 手机游戏用户发展趋势
- 第四节手机游戏用户行为分析
 - 一、手机游戏用户基本属性分析
 - (一) 用户性别及年龄分析
 - (二) 用户地区及区域分布
 - (三) 用户学历及收入分布
 - (四) 用户职业情况分析
 - 二、手机游戏用户参与移动互联网及游戏属性分析
 - (一) 用户参与手机游戏类别分析
 - (二) 手机游戏用户流失原因分析
 - (三) 用户参与手机游戏地点分析
 - 三、手机单机游戏用户游戏行为及付费行为分析
 - (一) 手机单机游戏用户游戏行为分析
 - (二) 手机单机游戏用户付费行为分析
 - 四、手机网络游戏用户游戏行为及付费行为分析
 - (一) 手机网络游戏用户游戏行为分析
 - (二) 手机网络游戏用户付费行为分析

第七章移动电子商务市场及用户分析

第一节移动电子商务体系架构分析

- 一、移动电子商务基本概念
 - (一) 移动电子商务的概念
 - (二) 移动电子商务分类范围
- 二、移动电子商务产业链分析
 - (一) 移动电子商务产业链结构
 - (二) 移动电子商务产业链主体
- 三、移动电子商务服务模式分析
- 四、移动电子商务发展环境分析

第二节移动电子商务市场发展分析

- 一、移动电子商务行业发展特点
- 二、移动电子商务市场规模分析
 - (一) 移动电子商务交易规模

（二）移动电子商务用户规模

第三节移动电子商务用户行为分析

一、手机购物用户属性分析

（一）用户性别分别状况

（二）用户年龄结构状况

二、手机购物用户手机上网行为分析

（一）手机购物用户手机上网时长分析

（二）手机购物手机上网频次分析

（三）手机购物用户手机上网主要活动

三、手机购物用户购物行为分析

（一）手机购物用户年手机购物金额分析

（二）手机购物用户年手机购物次数分析

四、手机购物用户购物偏好分析

（一）手机购物用户通过手机购买的商品类型分析

（二）决定手机购物用户选择手机购物网站的因素

第四节移动电子商务运营案例分析

一、电信运营商主导的移动电子商务

（一）“通道+平台”的服务模式简介

（二）广东移动网上商城模式分析

（三）该类服务模式优劣势分析

二、传统电子商务提供商主导的移动电子商务

（一）“品牌+运营”的服务模式简介

（二）手机淘宝网服务模式分析

（三）手机当当网服务模式分析

（四）该类服务模式优劣势分析

三、软件提供商主导的移动电子商务

（一）“软件+服务”的服务模式简介

（二）用友移动商街服务模式分析

（三）该类服务模式优劣势分析

四、新兴移动电子商务提供商主导的移动电子商务

（一）“专注+创新”的服务模式简介

（二）立购网服务模式分析

（三）该类服务模式优劣势分析

第五节移动电子商务发展趋势分析

一、移动电子商务发展面临的问题

- 二、移动电子商务发展趋势分析
- 三、移动电子商务发展建议分析
 - (一) 电信运营商策略建议
 - (二) 传统电子商务提供商策略建议
 - (三) 软件提供商策略建议
 - (四) 新兴移动电子商务提供商策略建议

第八章手机浏览器市场及用户行为分析

第一节手机浏览器行业概况

- 一、手机浏览器定义及分类
- 二、手机浏览器行业产业链分析
- 三、手机浏览器行业商业模式分析
- 四、手机浏览器行业发展影响因素

第二节手机浏览器行业市场分析

- 一、手机浏览器行业规模分析
 - (一) 手机浏览器用户规模
 - (二) 手机浏览器市场规模
- 二、手机浏览器行业竞争格局分析
 - (一) 现有企业间竞争分析
 - (二) 供应商议价能力分析
 - (三) 用户的议价能力分析
 - (四) 潜在进入者竞争能力
 - (五) 行业替代品威胁分析

第三节手机浏览器用户行为分析

- 一、手机浏览器用户基本属性分析
 - (一) 用户性别分布情况
 - (二) 用户年龄结构情况
 - (三) 用户学历及收入分析
 - (四) 用户所属行业分析
- 二、手机浏览器用户手机上网行为
 - (一) 用户手机上网主要活动分布
 - (二) 用户手机上网地点分析
- 三、用户手机浏览器使用情况分析
 - (一) 用户使用手机浏览器频率分析
 - (二) 用户使用手机浏览器时长分析

(三) 用户使用的浏览器服务项目分析

四、手机浏览器用户使用偏好分析

- (一) 手机浏览器用户渗透率分析
- (二) 用户常用的第三方手机浏览器
- (三) 用户常用的自带手机浏览器
- (四) 用户选择手机浏览器影响因素

第四节典型手机浏览器介绍分析

一、第三方手机浏览器对比分析

- (一) 品牌认知度对比
- (二) 用户渗透率对比
- (三) 功能设置对比
- (四) 终端适配能力对比
- (五) 资本优势对比

二、UC浏览器介绍分析

- (一) 企业概览
- (二) UC浏览器市场竞争力分析
- (三) UC浏览器优劣势发展分析

三、QQ手机浏览器介绍分析

- (一) 企业概览
- (二) QQ手机浏览器市场竞争力分析
- (三) QQ手机浏览器优劣势发展分析

四、Opera手机浏览器介绍分析

- (一) 企业概览
- (二) Opera手机浏览器市场竞争力分析
- (三) Opera手机浏览器优劣势发展分析

五、GO浏览器介绍分析

- (一) 企业概览
- (二) GO浏览器市场竞争力分析
- (三) GO浏览器优劣势发展分析

第五节手机浏览器行业趋势分析

一、行业战略地位发展趋势

二、手机浏览器发展趋势

- (一) 向平台化发展
- (二) 社交化趋势明显

三、行业市场发展趋势

四、行业竞争发展趋势

第九章移动互联网其他细分市场发展分析

第一节手机音乐市场发展分析

一、手机音乐行业发展现状

(一) 手机音乐产业价值链分析

(二) 手机音乐市场发展现状

二、手机音乐用户行为分析

(一) 手机音乐用户基本属性

(二) 用户手机音乐使用情况分析

(三) 用户使用手机音乐网站情况

(四) 用户使用手机音乐软件情况

第二节手机阅读市场发展分析

一、手机阅读行业发展现状

(一) 手机阅读产业价值链分析

(二) 手机阅读市场发展现状

二、手机阅读用户行为分析

(一) 手机阅读用户基本属性

(二) 手机阅读用户手机上网行为分析

(三) 用户手机阅读行为分析

(四) 用户手机阅读偏好分析

第三节手机即时通讯市场发展分析

一、手机即时通讯行业发展现状

(一) 重点手机即时通讯产品分析

(二) 手机即时通讯市场发展现状

二、手机即时通讯用户行为分析

(一) 手机即时通讯用户基本属性

(二) 手机即时通讯用户使用行为分析

(三) 用户手机即时通讯应用偏好分析

第四节其他移动互联网细分市场分析

一、手机视频市场发展分析

(一) 手机视频市场现状分析

(二) 手机视频用户属性分析

(三) 手机视频用户行为分析

二、手机应用商店市场发展分析

- (一) 手机应用商店产业链分析
 - (二) 手机应用商店商业模式分析
 - (三) 手机应用商店发展现状分析
 - (四) 手机应用商店发展趋势分析
- 三、手机搜索市场发展分析
- (一) 手机搜索用户规模
 - (二) 手机搜索收入规模
- 四、手机电子邮件市场发展分析
- (一) 手机电子邮件用户规模
 - (二) 手机电子邮件使用情况

第十章移动互联网行业领先企业经营分析

第一节中国移动有限公司经营情况分析

(1)企业概况

(2)主营产品

(3)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

(4)公司优劣势分析

第二节大众点评网经营情况分析

(1)企业概况

(2)主营产品

(3)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

(4)公司优劣势分析

第三节杭州斯凯网络科技有限公司经营情况分析

(1)企业概况

(2)主营产品

(3)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

(4)公司优劣势分析

第四节空中网经营情况分析

(1)企业概况

(2)主营产品

(3)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

(4)公司优劣势分析

第五节UCWeb经营情况分析

(1)企业概况

(2)主营产品

(3)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

(4)公司优劣势分析

第十一章2018-2023年移动互联网行业投资分析与前景预测

第一节移动互联网行业投资分析

一、移动互联网行业投资特性分析

(一)行业进入壁垒分析

(二)行业商业模式分析

二、移动互联网行业投资现状分析

三、移动互联网行业投资风险分析

- (一) 行业政策风险
- (二) 盈利模式风险
- (三) 行业竞争风险
- (四) 行业其他风险

四、移动互联网行业投资机会分析

第二节移动互联网行业前景预测

- 一、移动互联网行业发展趋势分析
- 二、移动互联网行业发展前景预测

第三节移动互联网行业投资建议

- 一、移动互联网行业投资价值
- 二、移动互联网行业投资建议

图表目录：

- 图表：移动互联网定义的各方观点
 - 图表：移动互联网的内涵
 - 图表：移动互联网的业务体系
 - 图表：移动互联网业务创新方向
 - 图表：全球主要移动运营商推出的新型移动互联网业务
 - 图表：移动互联网技术体系
 - 图表：移动互联网主流软件平台架构体系
 - 图表：AP+基带芯片架构
 - 图表：多核基带芯片架构
 - 图表：移动互联网生态系统构成示意图
 - 图表：产业价值系统与自然生态系统的比较
 - 图表：移动互联网产业生态系统种群之间的关系
 - 图表：移动语音业务价值链
 - 图表：移动互联网价值链基本环节
 - 图表：移动互联网产业价值链分层模型
- 更多图表详见正文（ZJYWKC）

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/hulianwang/296619296619.html>