

2017-2022年中国保健茶产业现状调查及运行态势 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年中国保健茶产业现状调查及运行态势预测报告》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/yinliao/288278288278.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

茶是世界三大无酒精饮料之一，中国是茶的原产地，在世界茶产业中占有重要位置。茶饮料是以茶叶为主要原料，加以其他辅料，通过水提、浓缩或制作速溶茶粉等工序制成的即食饮品。随着人们生活水平不断提高，生活节奏不断加快，具有天然、方便、健康、快捷等特点的茶饮品得到消费者的欢迎和青睐，并成为国际饮料市场上增长速度较快的产品。二十世纪八十年代，日本和台湾相继开发出罐装液态茶饮料，随后逐渐发展成日常生活的主要饮料之一。随着食品工业科技的不断进步，一些地区茶饮消费已超过咖啡和碳酸饮料成为“饮料新贵”，并且相关专家预测，21世纪的饮料市场将是茶饮料的世界。我国从80年代至今，茶叶饮料的研究已取得了重大进展。然而在产品多样性，生产技术改进、产品包装及推广方面仍然存在不足。

1茶饮品的分类

目前茶饮品的种类有成千上万种，我国在《GB/T21733-2008茶饮料》文件中将其分为纯茶饮料、调味茶饮料以及含汽茶饮料。通过简单的市场调查和地方走访，本文按照其功能主要分成了四种，分别是原茶叶饮品、果味花味混合饮品、奶味茶饮品和保健茶饮品。

1.1原茶叶饮品

原茶叶饮品通常为直接用热水泡制茶叶得到茶汁或者将其浓缩液泡水后直接饮用，其中部分可能通过加工工艺，不添加或少量添加糖分和添加剂等物质，保持原茶叶大部分应有的风味和营养价值。例如普洱茶、乌龙茶、绿茶、红茶等。从市场调研来看，此类茶饮对年轻消费者的吸引力不大，因此，份额占据较少。

1.2果味花味混合饮品

果味花味混合饮品是指在原茶叶饮品的基础上添加原果汁或浓缩果汁、花朵煮茶萃取液、维生素、食品添加剂、食用香精等调制而成的饮品。例如西柚茉莉花茶、蜜桃乌龙茶、柚子绿茶、柠檬红茶等。此类果味或者花味混合型茶饮品通过增强各类芳香性物质来掩盖茶叶中的苦涩味，并使寡淡的茶味加以复配，深受年轻人的喜爱，因此销售量也逐年增高。

1.3奶味茶饮品

奶味茶饮品是指在原茶叶饮品的基础上添加全脂乳粉、果葡糖浆、食用香精、食用添加

剂、食用盐等调制而成的饮品。例如红茶奶茶饮料、抹茶奶茶饮料、煎茶奶绿、午后红茶等。奶茶产品由于口感丝滑、包装新颖及市场推广到位，其瓶装及利乐枕包装的产品深受消费者的喜爱。

1.4保健茶

保健茶是指在原茶叶饮品的基础上添加具有药用价值的天然药物或其提取液按照一定的比例经过水煮而成的饮品，其中部分可能通过加工工艺，添加少量食用添加剂减轻药物的特殊味道以达到美味的目的。例如灵芝茶、三七养生茶、银杏茶、枸杞红枣茶以及玛味茶饮品等。

1.5凉茶

凉茶在我国南方如广西、广东一带最为常见，是由多味草药混合熬制而成，以其清热解毒的功效为宣传卖点，现如今，以加多宝和王老吉为首的凉茶品牌已占据较大的市场份额。

2保健茶饮品中主成分的功效

2.1茶多酚在保健茶饮品中的功效

研究中指出，茶多酚（teapolyphenol，TP）又名茶鞣质，是茶叶中多酚类物质的总称，包括黄烷醇类、花色苷类、黄酮类、黄酮醇类和酚酸类等化学成分，其中以黄烷醇类物质（儿茶素）为主要保健功能成分。据大量国内外研究表明，茶多酚具有抗突变、抗肿瘤的作用。Helieh等人通过研究发现茶多酚的抗肿瘤作用主要通过抗氧化、调控酶、阻断信息传递、抗血管形成以及细胞凋亡五个途径来完成。此外，王栋等人提出，茶多酚还可提高免疫力，抑制致癌物的形成并抑制肿瘤细胞繁殖。不仅如此，茶多酚抗氧化、降血压及降血脂的功效可有效保护心血管的健康。此外，茶多酚还有对神经退行性疾病、口腔疾病、皮肤病以及免疫系统疾病的防治功能。

2.2柠檬型保健茶饮品中柠檬的功效

现如今市场上有许多柠檬红茶及绿茶饮品售卖。刘义武等人的研究中提到，柠檬中含有的柠檬酸、类黄酮、维生素C、以及Ca、Fe、Zn等多种营养元素使得柠檬对多种疾病如心血管硬化、血病、口腔溃疡等具有一定的预防和辅助治疗作用[16]。然而，维生素C常常在食品热加工中被破坏，因此工艺环节的改进显得尤为重要。

2.3 草药在保健茶饮品中的功效

凉茶是用各种药草熬煮制成的具有清热，生津止渴作用的一种饮料。王兰等人的研究中提到，凉茶制作中常用到的民间草药有金钱草、布渣叶、岗梅根、木蝴蝶、火炭母、淡竹叶、金沙藤、五指柑等，长期饮用能起到消热解暑，去火的作用。对各种草药的功效进行了分析，其中夏枯草能消肿解散，清肝明目；仙人草清热解毒；金银花抗炎并解热抑菌；蛋花润肺止咳；菊花和甘草均有此类功效。

2.4 枣型保健茶饮品中红枣的功效

红枣又称大枣，具有食用和药用价值。尹显锋等人的研究表明，红枣中含的维生素C、维生素P及尼克酸等物质对防治心血管病有一定的作用，对预防高血压、动脉硬化、贫血等具有较好的食疗作用。研究中还提出，红枣中含有的三萜类化合物和二磷酸腺苷具有抑制癌细胞生长和繁殖的功能，对肝脏中的病毒的活性有一定的抑制作用，因此可保护肝脏功能，大枣中充足的氨基酸也能预防低蛋白症。因此，在研发保健型茶饮品时适当引入红枣，不仅能改善其风味品质，也能增强其营养价值。

3 茶饮品的萃取工艺研究

3.1 热浸泡法

浸泡法是目前生产茶饮品最常用的方法，在研制斑鸠菜保健茶饮料的时候，采用热浸提（95℃）的方式将斑鸠菜及茶叶分别进行浸提，随后再将两种浸提汁进行调配，得到了性质较稳定的产品[20]。蒲海燕等人在研制百香果茶饮料的时候同样采用此方法，将茶的浸泡液与果汁之间进行混合调味。杜传来等人在研制符合保健茶饮品的过程中采用80℃水浴浸提的方式热浸泡提取汁液。然后这种方法往往时间较长，且温度较高，存在营养物质被破坏的危险，因此，对于大型加工厂来说，从水电消耗到时间消耗，并不是最佳选择。

3.2 低温缓程萃取技术

高温加工任何食品都会对品质带来一定的影响。曾有日本学者末松伸一表明，高温萃取的茶饮在高温下饮用时感官品质较好，低温萃取的茶饮则在低温下饮用较好[23]。目前市售茶饮品大部分为常温及低温产品，因此低温萃取理应更佳。张文文等人在研究冷浸对液态茶饮料品质的影响中发现，绿茶萃取温度在20-35℃，萃取时间3-6h，茶水比为1:40-90的条件下

下，既能保持绿茶原有风味，又有较好的稳定性。然而耗时较长，产率较低。

3.3逐步升温分段萃取法

彭新等人在研究中提出，分段萃取通常不超过三次，第一次采用低温长时萃取，第二次采用高温短时萃取。绿茶饮料多段萃取工艺如下：第一段30-40℃下15-30min。第二段65-80℃，萃取时间1-3min。

3.4超声波浸提法

众多国内外研究表明，超声波提取技术主要通过乳化、扩散、击碎、化学效应等作用加速植物有效成分的浸出并充分与溶剂混合，利于提取。陈晓明等人在研究中表明超声波方法的应用能有效促进木薯皮中香豆素活性物质的提取，超声波方法可以在低温、短时间内较快将茶叶及其他组分的有效物质溶出，是较为不错的选择。

3.5微波萃取法

微波辅助法能萃取茶叶中的有效成分，有研究表明，微波萃取与常规方法相比能节省3/1的时间，大大提高提取效率。萃取步骤也较为简易，适量的茶叶加适量的水在所要求的温度和时间下微波加热萃取，最后经过滤得到茶汁。

3.6其他萃取方式

部分研究中有人采用乙醇提取原料中的有效成分进行调配，例如，包可婷等人在研制虫草多糖保健茶饮料的时候采用95%的食用乙醇将虫草中的多糖提取出来，随后再与其他原材料的浸提液进行调配。除此之外，超临界CO₂提取银杏黄酮添加至茶饮中也得到了应用。

4展望

我国是产茶大国，不仅有产量优势，也有消费群体优势。虽然市场上进口及国产的茶饮料种类繁多，但仍满足不了人们对茶饮营养品质的追求，只有不断“改善旧品，创造新品”，才能一直饱受消费者青睐。在我国，随着经济的快速发展和人民生活水平等的不断提高，人们愈来愈注重追求健康，因而具有天然、健康、时尚的保健茶饮料逐渐得到消费者的青睐，进而取代了早期相对更注重口味，而保健功能弱的碳酸茶。为了顺应消费者对营养、保健的强烈需求，目前许多无糖绿茶、红茶饮料；营养增强型的蜜茶、奶茶类饮料；保健型的银杏

茶、玛味茶、三七复合茶饮料等。此类产品不仅突出茶功能，又突出了药食两用。我国的中草药众多，药食两用的药材也较多，目前仍有大量的新型茶饮值得被开发，并且向保健的方向发展。尹军峰等人曾提出，我国茶饮料的深加工发展，不仅要充分挖掘本国茶资源优势，还应向多元化、特色化、功能化发展；加工技术还应绿色环保，产品应突出茶叶功能及风味的双重特点，这样才会有良好的发展。

中国报告网发布的《2017-2022年中国保健茶产业现状调查及运行态势预测报告》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。

目录

第一部分行业运行现状分析

第一章保健茶产业相关概述

第一节保健茶基础阐述

- 一、保健茶特点
- 二、保健茶配方及成份
- 三、保健茶功效

第二节保健茶类别划分标准及类别

- 一、综合茶
- 二、减肥茶
- 三、解酒茶
- 四、明目健脑茶
- 五、润肠茶
- 六、降三高茶
- 七、助眠安神茶
- 八、美肤茶

九、排毒养颜茶

十、清除尼古丁茶

十一、补肾壮阳茶

十二、中岳仙茶助眠

第二章中国保健茶行业市场发展环境解析

第一节中国经济环境分析

一、国民经济运行情况gdp(季度更新)

二、消费价格指数cpi、ppi（按月度更新）

三、全国居民收入情况（季度更新）

四、恩格尔系数（年度更新）

五、工业发展形势（季度更新）

六、固定资产投资情况（季度更新）

七、中国汇率调整（人民币升值）

八、对外贸易&进出口

第二节中国保健茶市场政策环境分析

一、七大措施搞活流通扩大消费政策解析

二、茶叶执行新国标

三、保健茶标准

四、进出口贸易政策

第三节中国保健茶市场社会环境分析

一、人们健康意识增强

二、消费观念

三、茶饮料市场迅速扩大

四、人口环境分析

五、文化环境分析

六、生态环境分析

第三章中国保健茶消费市场分析

第一节保健茶消费者特征分析

一、人口结构分析

二、年龄结构分析

三、学历结构分析

四、职业结构分析

五、收入结构分析

第二节保健茶消费者对保健茶选择的调查

一、消费者对保健茶种类的选择率调查

二、消费者对保健茶品牌选择的调查

三、消费者对保健茶消费满意度调查

第三节保健茶行业影响消费者选购因素分析

一、价格因素

二、质量因素

三、品牌的影响

四、广告的影响程度

第四章中国保健茶行业市场营销战略分析

第一节保健茶企业营销分析

一、保健茶市场营销现状

二、保健茶品牌成功因素分析

三、保健茶企业营销战略研究

第二节保健茶营销渠道分析

一、保健茶销售渠道构成

二、保健茶营销渠道策略分析

第三节保健茶行业营销策略分析

第四节保健茶企业成功营销策略分析

一、连锁品牌营销策略分析

二、广告营销策略分析

三、体育（健康）营销策略分析

四、电子商务营销策略分析

五、主题营销策略分析

六、整体营销策略分析

第五章中国保健茶市场运行走势分析

第一节中国保健茶市场运行特点分析

一、保健茶产品的多样性

二、保健茶价格的模糊性

三、市场通路的波动性

四、保健茶品牌的可塑性

五、包装茶的盈利性

第二节中国保健茶市场热点资讯

- 一、碧生源保健茶将采用ima最新技术
- 二、福建御道茶业进军东南亚
- 三、黑毛茶类高档保健茶项目
- 四、500吨中草药中间体提取物和100吨保健茶项目

第三节中国保健茶市场运行状况透析

- 一、中药保健茶销量好
- 二、保健茶市场供需分析
- 三、各功效保健茶市场关注情况分析
- 四、保健茶市场消费群分析

第四节中国保健茶热点品种销售情况分析

- 一、罗布麻茶
- 二、银杏茶
- 三、灵芝茶
- 四、冬凌草速溶茶
- 五、冬虫夏草速溶茶

第五节中国保健茶价格分析

- 一、不同级别保健茶价格对比分析
- 二、不同地区保健茶市场价格对比分析
- 三、影响保健茶市场价格的因素分析

第六章中国保健茶细分市场运行状况探析

第一节综合茶（润肠舒胃、排毒养颜、消炎）

- 一、主要成份构成
- 二、特性及功效
- 三、市场动态分析

第二节减肥茶

- 一、减肥茶整体现状分析
- 二、减肥茶市场存在的主要问题
- 三、减肥茶市场潜力分析

第三节解酒茶

第四节明目健脑防辐射茶

第五节润肠茶

第六节降三高茶

第七节助眠安神茶

第八节美肤茶

第九节排毒养颜茶

第十节其它

一、清除尼古丁去焦油茶

二、补肾壮阳茶

第二部分行业全景调研

第七章中国保健茶加工行业数据监测分析

第一节中国保健茶加工行业规模分析

一、企业数量增长分析

二、从业人数增长分析

三、资产规模增长分析

第二节中国保健茶加工行业结构分析

一、企业数量结构分析

（一）、不同类型分析

（二）、不同所有制分析

二、销售收入结构分析

（一）、不同类型分析

（二）、不同所有制分析

第三节中国我国保健茶加工行业产值分析

一、产成品增长分析

二、工业销售产值分析

三、出货值分析

第四节中国我国保健茶加工行业成本费用分析

一、销售成本统计

二、费用统计

第五节中国我国保健茶加工行业盈利能力分析

一、主要盈利指标分析

二、主要盈利能力指标分析

第八章世界保健茶行业整体运营状况分析

第一节世界保健茶运行环境浅析

第二节世界保健茶行业市场发展格局

一、保健茶市场特征分析

二、国外流行的保健茶解析

三、世界保健茶市场动态分析

四、日本复合保健茶开发技术

第三节世界保健茶品牌主要国家分析

一、美国保健茶产业投资运行分析

二、风靡日本的保健茶产业探析

第九章中国保健茶行业发展现状分析

第一节保健茶行业发展现状

一、保健茶行业发展概况

二、保健茶行业生产状况分析

第二节保健茶企业发展分析

一、保健茶企业发展动态分析

二、保健茶企业发展存在的问题

三、保健茶企业战略发展分析

1、政策的支持

2、企业的多元化

3、新的资本注入

4、产业的变化

5、市场的发展

6、茶文化的宣传

第三节保健茶行业经济运行分析

一、保健茶行业产值分析

二、保健茶行业效益分析

三、保健茶行业进口分析

四、保健茶行业出口分析

第四节保健茶市场发展分析

一、保健茶市场分析

二、保健茶市场变化分析

三、保健茶市场走势分析

第五节保健茶行业面临的挑战及发展建议

一、保健茶行业发展面临的难题

二、：保健茶行业发展建议

第十章中国保健茶药品行业发展分析

第一节保健茶行业发展现状

一、保健茶市场兴起

二、保健茶市场变化分析

三、保健茶质量情况分析

四、保健茶市场现状分析

第二节保健茶市场供需分析

一、保健茶产值分析

二、保健茶需求分析

三、影响保健茶市场需求的因素

1、消费者的区域性差异

2、不同城市的保健品购买率

3、购买目的与对保健品的看法

4、关于保健品购买的相关性

第三节保健茶行业生产分析

一、产品及原材料进口、自有比例

1、茶叶出口分析

2、茶叶进口分析

二、国内产品及原材料生产基地分布

三、产品及原材料产业集聚分析

四、产品及原材料产能情况分析

第十一章中国保健茶行业发展分析

第一节保健茶市场发展分析

一、我国保健茶市场发展分析

二、中国保健茶的发展方向分析

三、中草药保健茶发展潜力分析

第二节保健茶出口状况分析

一、保健茶出口数量及金额分析

二、保健茶主要出口市场分析

第三节保健茶行业存在的问题及对策

一、保健茶产品问题分析

二、保健茶行业存在的问题

1、茶叶单产低

2、劳动效率低

3、组织化程度低

4、茶叶的标准化程度低

5、缺乏龙头企业

三、：针对保健茶的解难

- 1、把握市场热点转换
- 2、发展名优茶，兼顾大宗茶
- 3、打造茶叶品牌
- 4、发展茶产品深加工
- 5、关注茶文化产业的发展

四、保健茶行业品牌策略分析

五、提高保健茶市场竞争力策略分析

- 1、政策的支持
- 2、企业的多元化
- 3、新的资本注入
- 4、产业的变化
- 5、市场的发展
- 6、茶文化的宣传

第三部分行业竞争格局分析

第十二章中国保健茶行业竞争格局分析

第一节保健茶行业竞争结构分析

- 一、保健茶种类品牌竞争
- 二、保健茶技术创新竞争
- 三、保健茶销售渠道竞争

第二节保健茶区域市场格局分析

第十三章中国保健茶市场竞争分析

第一节保健茶行业集中度分析

- 一、保健茶市场集中度分析
- 二、保健品区域集中度分析
- 三、保健品企业集中度分析

第二节保健茶市场竞争分析

- 一、保健茶市场竞争现状分析
- 二、保健茶企业竞争动态分析
- 三、保健茶行业竞争策略研究

第十四章中国主要保健茶行业重点企业分析

第一节北京新天龙保健茶英山有限公司

- (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

第二节北京绿山九保健茶有限公司

- (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

第三节北京市天龙保健茶有限公司

- (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

第四节安徽天方茶业（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

第五节山东省济正保健品有限公司

- (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

第六节中国茶叶股份有限公司

- (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

第七节碧生源控股有限公司

- (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

第四部分行业趋势预测

第十五章中国保健茶行业发展前景分析

第一节保健茶市场发展潜力分析

第二节保健茶产品市场发展前景分析

第十六章中国保健茶行业发展趋势分析

第一节对保健茶市场发展预测

一、保健品市场供给预测

二、保健品市场销量预测

三、保健品市场规模预测

第二节保健茶市场发展趋势

一、保健茶行业发展趋势

二、保健茶市场发展趋势

1、保健茶发展趋势之产品的发展

2、保健茶发展趋势之渠道变化

3、保健茶发展趋势之经营管理

4、保健茶发展趋势之促销变革

第五部分行业投资战略研究

第十七章保健茶整体行业发展规划分析

第一节保健茶行业发展规划分析

一、保健茶行业发展机会分析

二、保健茶市场投资机遇分析

三、保健茶行业发展规划分析

第二节保健茶行业投资分析

一、保健茶市场投资现状

二、保健茶市场投资机会分析

三、对保健茶市场投资分析

第三节保健茶行业投资风险分析

一、保健茶行业市场风险预测

二、保健茶行业政策风险预测

三、保健茶行业经营风险预测

四、保健茶行业竞争风险预测

五、保健茶行业其他风险预测

第四节保健茶行业投资战略分析

- 一、保健茶市场投资策略分析
- 二、保健茶细分市场投资策略分析
- 三、对保健茶行业的投资建议

第十八章中国保健茶行业发展战略研究

第一节市场策略分析

- 一、保健茶价格策略分析
- 二、保健茶渠道策略分析

第二节销售策略分析

- 一、媒介选择策略分析
- 二、产品定位策略分析
- 三、企业宣传策略分析

第三节对中国保健茶品牌的战略思考

- 一、企业品牌的重要性分析
- 二、保健茶实施品牌战略的意义
- 三、保健茶企业品牌的现状分析
- 四、中国保健茶企业的品牌战略
- 五、保健茶品牌战略管理的策略

第四节保健茶企业经营管理策略

- 一、成本控制策略
- 二、定价策略
- 三、竞争策略
- 四、并购重组策略
- 五、营销策略

图表目录

图表1 季度—i季度国内生产总值季度累计同比增长率（%）

图表210月—5月社会消费品零售总额月度同比增长率（%）

图表35月居民消费价格主要数据

图表410月—5月居民消费价格指数（上年同月=100）

图表510月—5月工业增加值月度同比增长率（%）

图表61-10月—固定资产投资完成额月度累计同比增长率（%）

图表710月—5月出口总额月度同比增长率与进口总额月度同比增长率（%）

图表8年末人口数及其构成

图表9中国保健茶消费者受教育程度

图表10中国保健茶消费者收入分布

图表11我国保健茶加工行业规模企业个数

图表12我国保健茶加工行业从业人员

图表13我国保健茶加工行业资产合计及增长情况

图表14我国保健茶加工行业资产合计及增长对比

图表155月我国保健茶加工行业不同规模企业数量对比

图表165月我国保健茶加工行业不同所有制企业数量对比

图表175月我国保健茶加工行业不同规模企业销售收入对比

图表185月我国保健茶加工行业不同所有制企业销售收入对比

图表19我国保健茶加工行业产成品及增长情况

(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。

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/yinliao/288278288278.html>