

# 2011-2015年3C行业前十 大企业竞争力分析及行业投资潜力研究报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2011-2015年3C行业前十大企业竞争力分析及行业投资潜力研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/201012/57546.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

3C领域向来是中国经济最活跃的部分之一。在即将过去的2010年里,国内3C行业市场竞争格局依旧风云变幻。中国经济形势提前进入恢复增长期,给3C领域的企业带来了更大的发展机会和更多的市场空间,但悄然而来的通胀压力,也给3C领域的企业快速前行的道路上设置了不少意想不到的障碍。中国的3C行业零售格局由专业综合连锁卖场、传统电脑城和个体经销商组成,其中传统电脑城和个体经销商占据了大部分的销售额。但目前,传统电脑城正面临着发展的瓶颈,一般电脑城是由众多商家组成,店铺众多,相对而言购物环境较差,同时在电脑城里既有正品专卖店也有水货甚至山寨机的店铺,不仅产品质量没有保障而且价格体系较为混乱。即使是懂行的专业消费者也难免会买到质量无保障的产品而上当受骗,更何况是普通的消费者。随着国美等专业综合连锁卖场的兴起,其完全以消费者为中心,加上人性化的购物环境、专业的服务及对产品质量的保障,吸引了众多消费者逐渐由传统的电脑城向专业连锁转移。行业专家表示,我国3C行业格局目前正在发生着变化,新一轮行业洗牌在所难免。

2010年全球消费电子设备的制造营业收入有望摆脱2009年的下滑局面,为未来四年的持续增长奠定基础。在消费需求的带动下,预计2010年消费电子的总体OEM营业收入将达到3404亿美元,比2009年的3207亿美元增长6.2%。这对于逆转2009年减少4.4%的态势将绰绰有余。在接下来的四年,该市场将继续稳步增长,每年销售额增长30亿-180亿美元,到2014年超过3850亿美元。继2009年上半年全球个人电脑市场发展遭遇重重限制之后,下半年全球经济进一步复苏,加上个人电脑打出大幅折扣,使全球个人电脑市场出现反弹。全球个人电脑市场2009年全年增长率为2.9%。实际上,全球范围内计算机销量都出现了一致性的增长,这自然受益于计算机售价的整体下调。2009年第四季度,全球计算机市场销量较2008年同期增长了15.2%。计算机销量的增长直接让很多与计算机市场相关的厂商获得了巨大利益,比如Intel、微软和惠普。同时上网本的大受欢迎和Windows 7的发布都刺激了计算机市场的增长。不过,Windows 7对计算机销量的增长所起到的推动作用是“很温和的”,虽然消费者开始购买新的硬件以便可以使用Windows 7,不过企业用户大多数还没有开始部署。2009年第四季度全球PC销量增长22.1%,创下7年以来最大同比增速,亚太地区表现尤其强劲。随着企业利润恢复以及Windows7的发布,新的PC采购周期已经到来,估计2010-2011年将是PC厂商的“大年”。全球个人电脑市场有望在2010年增长12.6%。新兴的市场地区将对市场复苏起显著作用,预计2010年将有18.5%的增长,超过较为成熟的市场地区。后者2010年增速将达7.2%,2010年增速将超过10%。便携式个人电脑将仍为市场增长主力,2012年出货量将占全球电脑的70%。

全球电子产业的复苏，移动通信目前已成为人们衣食住行的重要组成部分，全球电子产业的复苏，为手机制造和移动运营商带来了无限商机。截至2010年9月底，全国电话用户总数达到11.3亿户，其中移动用户达到8.3亿户，而小灵通用户降至3281.7万户，在固话用户中所占比重下降至10.9%。2009年中国国内手机市场的销量为2.4亿部，较2008年增长8.2%。其中，中国企业在本土市场的销售量为1.2亿，占整体市场份额的50%。中兴以3650万的手机出货量成为2009年中国最大的手机企业，华为以3000万的出货量排名第二。以国内市场销量来看，天语和联想成为了市场份额最大的中国本土企业。2010年上半年，中国整体手机市场销量增长较慢。细分市场上，智能手机保持了较快增速，涨幅超过30%。3G手机市场虽仍未爆发，但用户关注度呈直线上升趋势。2010年1-8月份，3G移动电话用户突破3000万户大关，达3111万户。2010年以来，新增3G用户1786万户，占新增移动用户比不到30%。值得注意的是，无论是移动网络还是固定网络，运营商的数据业务都呈迅猛的上升势头。因此，在明星终端以及资费优惠的带动下，3G概念的落实显然对于消费者更新终端产品的需求起到催化作用。从手机厂商来看，其产品重心已经从传统手机向新型产品转移，手机用户的关注焦点与以往也大不相同。在智能、3G手机快速发展的因素推动下，中国手机市场新格局正在形成。在当前形势下，我国3C行业的投资潜力如何？存在哪些投资机会？前十大优秀企业又有哪些经验值得借鉴呢？

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家海关总署、国家发改委、国家工业和信息化部、国家商务部、国务院发展研究中心、3C行业相关协会、国内外相关报刊杂志的基础信息、3C行业研究单位等公布和提供的大量资料以及对行业内企业调研访谈所获得的大量第一手数据，对我国3C市场的发展状况、供需状况、竞争格局、赢利水平、发展趋势等进行了分析。报告重点分析了3C前十大企业的研发、产销、战略、经营状况等。报告还对3C市场风险进行了预测，为3C生产厂家、流通企业以及零售商提供了新的投资机会和可借鉴的操作模式，对欲在3C行业从事资本运作的经济实体等单位准确了解目前中国3C行业发展动态，把握企业定位和发展方向有重要参考价值。

## 目录

### CONTENTS

#### 第一部分 行业运行现状

##### 第一章 中国3C行业发展概述

###### 第一节 3C行业发展情况

###### 一、3C定义

###### 二、3C行业发展历程

## 第二节 3C产业链分析

### 一、产业链模型介绍

### 二、3C产业链模型分析

## 第三节 2008-2010年中国3C行业经济指标分析

### 一、赢利性

### 二、成长速度

### 三、附加值的提升空间

### 四、进入壁垒 / 退出机制

### 五、风险性

### 六、行业周期

### 七、竞争激烈程度指标

### 八、当前行业发展所属周期阶段的判断

## 第二章 全球3C市场发展分析

### 第一节 全球3C市场发展情况分析

#### 一、2009年全球3C市场发展分析

#### 二、2009年全球3C市场统计分析

#### 三、2010年全球3C市场发展分析

#### 四、2010年全球3C销售排名分析

#### 五、2010年全球3C消费者调查分析

### 第二节 2010年世界主要国家3C市场分析

#### 一、2010年美国3C市场现状分析

#### 二、2010年欧洲3C市场现状分析

#### 三、2010年日本3C市场现状分析

#### 四、2010年韩国3C市场现状分析

#### 五、2010年中东与非洲3C市场分析

## 第三章 中国3C市场运行分析

### 第一节 3C行业市场发展基本情况

#### 一、市场现状分析

#### 二、市场规模分析

#### 三、市场特点分析

#### 四、市场技术发展状况

### 第二节 3C行业技术研发情况

一、行业研发情况分析

二、竞争对手研发占投入比

三、研发投入与研发成果关系

第三节 行业市场工业总产值分析

一、年市场工业总产值分析

二、2009-2010年不同规模企业工业总产值分析

三、2009-2010年不同所有制企业工业总产值比较

四、2009-2010年行业市场工业总产值地区分布

第四节 行业市场产品价格分析

一、2008年市场产品价格走势

二、2009年市场产品价格走势

三、2010年市场产品价格走势

四、2011-2015年产品价格趋势

第四章 中国3C行业的国际比较分析

第一节 中国3C市场发展情况分析

一、2009年中国3C市场发展分析

二、2009年中国3C市场统计分析

三、2010年中国3C市场发展分析

四、2010年中国3C细分市场分析

第二节 中国3C行业的国际比较分析

一、中国3C行业竞争力指标分析

二、国际3C行业竞争力指标分析

三、中国3C行业经济指标国际比较分析

第三节 全球3C行业市场需求分析

一、市场规模现状

二、需求结构分析

三、重点需求客户

四、市场前景展望

第五章 中国3C行业经济运行指标分析

第一节 2010年中国3C行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业生产规模分析

## 第二节 2010年中国3C行业产销分析

### 一、行业产成品情况总体分析

### 二、行业产品销售收入总体分析

## 第三节 2010年中国3C行业财务指标总体分析

### 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

## 第二部分 市场供需分析

## 第六章 中国3C行业生产现状分析

### 第一节 3C行业生产分析

#### 一、产品及原材料进口、自有比例

#### 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群发展分析

#### 四、2008-2010年产品及原材料产能情况分析

### 第二节 3C行业产能分析

#### 一、2009-2010年3C产能分析

#### 二、2009-2010年重点企业产能及占有份额

#### 二、2011-2015年3C产能预测

### 第三节 3C行业产量分析

#### 一、2009-2010年3C产量分析

#### 二、2010年产能配置与产能利用率调查

#### 三、2011-2015年3C产量预测

### 第四节 3C行业市场供给分析

#### 一、2010年3C生产规模现状

#### 二、2010年3C产能规模分布

#### 三、2010年3C市场价格走势

#### 四、2010年3C重点厂商分布

#### 五、2010年3C产供状况分析

## 第七章 3C行业采购状况分析

### 第一节 3C成本分析

#### 一、2009-2010年原材料成本走势分析

二、2009-2010年劳动力供需及价格分析

三、2009-2010年其他方面成本走势分析

## 第二节 上游原材料价格与供给分析

一、主要原材料情况

二、2008-2010年主要原材料价格与供给分析

三、2011-2015年主要原材料市场变化趋势预测

## 第三节 3C产业链的分析

一、行业集中度

二、主要环节的增值空间

三、行业进入壁垒和驱动因素

四、上下游行业影响及趋势分析

## 第八章 中国3C市场供需分析

### 第一节 2010年3C市场需求分析

一、3C行业需求市场

二、3C行业客户结构

三、3C行业需求的地区差异

### 第二节 2010年3C市场供给分析

一、2010年3C市场供给分析

二、2011-2015年3C市场供给预测

### 第三节 2011-2015年供求平衡分析及未来发展趋势

一、2011-2015年3C行业的需求预测

二、2009-2010年3C供求平衡分析

三、2011-2015年3C供求平衡预测

## 第九章 3C细分市场发展分析

### 第一节 计算机市场发展分析

一、2009-2010年行业供需分析

二、2009-2010年价格走势分析

三、2009-2010年主要企业竞争

四、2011-2015年行业投资潜力

### 第二节 手机市场发展分析

一、2009-2010年行业供需分析

二、2009-2010年价格走势分析



三、2009-2010年主要企业竞争

四、2011-2015年行业投资潜力

第三节 消费电子市场发展分析

一、2009-2010年行业供需分析

二、2009-2010年价格走势分析

三、2009-2010年主要企业竞争

四、2011-2015年行业投资潜力

第十章 区域市场情况深度研究

第一节 长三角区域市场情况分析

第二节 珠三角区域市场情况分析

第三节 环渤海区域市场情况分析

第四节 主要省市集中度及竞争力模式分析

第五节 3C行业主要市场大区发展状况及竞争力研究

一、华北大区市场分析

二、华中大区市场分析

三、华南大区市场分析

四、华东大区市场分析

五、东北大区市场分析

六、西南大区市场分析

七、西北大区市场分析

第六节 3C重点地区销售分析

一、3C各地区对比销售分析

二、3C“重点地区一”销售分析

三、3C“重点地区二”销售分析

四、3C“重点地区三”销售分析

五、3C“重点地区四”销售分析

六、3C“重点地区五”销售分析

七、3C“重点地区六”销售分析

第三部分 行业竞争分析

第十一章 3C市场竞争格局分析

第一节 行业竞争结构分析

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 行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节 行业国际竞争力比较

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

第四节 3C竞争力优势分析

一、整体产品竞争力评价

二、产品竞争力评价结果分析

三、竞争优势评价及构建建议

第五节 3C行业竞争格局分析

一、2010年3C行业竞争分析

二、2010年国内外3C竞争分析

三、2010年中国3C市场竞争分析

四、2010年中国3C市场集中度分析

五、2010年中国3C竞争对手市场份额

六、2010年中国3C主要品牌企业梯队分布

第十二章 3C行业产业结构分析

第一节 产业结构分析

一、市场细分充分程度的分析

二、各细分市场领先企业排名

三、各细分市场占总市场的结构比例

四、领先企业的结构分析（所有制结构）

第二节 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

一、产业价值链的构成

二、产业链条的竞争优势与劣势分析

第三节 产业结构发展预测

一、产业结构调整的方向政府产业指导政策分析

二、产业结构调整中消费者需求的引导因素

三、中国3C行业参与国际竞争的战略市场定位

第十三章 前十大领先企业发展分析

第一节 海尔集团

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场占有份额情况

四、2009-2010年产能及占比

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

第二节 北大方正集团有限公司

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场占有份额情况

四、2009-2010年产能及占比

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

第三节 中兴通讯股份有限公司

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场占有份额情况

四、2009-2010年产能及占比

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

第四节 美的集团有限公司

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场占有份额情况

四、2009-2010年产能及占比

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

#### 第五节 联想集团

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场占有份额情况

四、2009-2010年产能及占比

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

#### 第六节 海信集团有限公司

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场占有份额情况

四、2009-2010年产能及占比

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

#### 第七节 四川长虹电子集团有限公司

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场占有份额情况

四、2009-2010年产能及占比

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

#### 第八节 企业八

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场占有份额情况

四、2009-2010年产能及占比

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

#### 第九节 企业九

- 一、企业概况
- 二、市场定位情况
- 三、市场占有份额情况
- 四、2009-2010年产能及占比
- 五、2009-2010年主要经营数据指标
- 六、2011-2015年公司发展战略分析

#### 第十节 企业十

- 一、企业概况
- 二、市场定位情况
- 三、市场占有份额情况
- 四、2009-2010年产能及占比
- 五、2009-2010年主要经营数据指标
- 六、2011-2015年公司发展战略分析

#### 第四部分 投资潜力预测

#### 第十四章 2011-2015年3C行业发展趋势及影响因素

##### 第一节 3C市场前景分析

- 一、3C市场容量分析
- 二、3C行业利好利空政策
- 三、3C行业发展前景分析

##### 第二节 3C未来发展预测分析

- 一、中国3C发展方向分析
- 二、2011-2015年中国3C行业发展规模
- 三、2011-2015年中国3C行业发展趋势预测

##### 第三节 2011-2015年3C行业供需预测

- 一、2011-2015年3C行业供给预测
- 二、2011-2015年3C行业需求预测
- 三、2011-2015年3C行业进出口预测

##### 第四节 影响企业生产与经营的关键趋势

- 一、市场整合成长趋势
- 二、需求变化趋势及新的商业机遇预测
- 三、企业区域市场拓展的趋势
- 四、科研开发趋势及替代技术进展

五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

六、中国3C行业SWOT分析

第十五章 2011-2015年3C行业投资方向与风险分析

第一节 产业发展的有利因素与不利因素分析

第二节 产业发展的空白点分析

第三节 投资回报率比较高的投资方向

第四节 3C行业投资潜力与机会

第五节 新进入者应注意的障碍因素

第六节 2011-2015年中国3C行业投资风险分析

一、市场竞争风险

二、原材料压力风险分析

三、技术风险分析

四、政策和体制风险

五、外资进入现状及对未来市场的威胁

第五部分 市场策略研究

第十六章 行业发展环境与渠道分析

第一节 全国经济发展背景分析

一、2010年宏观经济数据分析

二、2010年宏观政策环境分析

三、“十二五”发展规划分析

第二节 主要城市发展背景分析

一、主要城市区域市场特点分析

二、主要城市社会经济现状分析

三、未来主要城市经济发展预测

第三节 竞争对手渠道模式

一、3C市场渠道情况

二、3C竞争对手渠道模式

三、3C直营代理分布情况

第四节 主要商圈发展趋势分析

一、各城市主要商圈渠道分布情况

二、各城市主要商圈销售规模分析

三、各城市主要商圈发展趋势分析

## 第十七章 2011-2015年3C行业市场策略分析

### 第一节 消费者调查研究

- 一、消费者生活方式调查
- 二、未来社会人口生活水平
- 三、3C消费者调查
- 四、发达国家同期消费者感知

### 第二节 营销分析与营销模式推荐

- 一、渠道构成
- 二、销售贡献比率
- 三、覆盖率
- 四、销售渠道效果
- 五、价值流程结构

### 第三节 多元化策略分析

- 一、行业多元化策略研究
- 二、现有竞争企业多元化业务模式
- 三、上下游行业策略分析

### 第四节 广告投放策略分析

- 一、行业广告投放现状分析
- 二、2009-2010年广告投放方式变化分析
- 三、2009-2010年广告投放总量变化分析
- 四、2011-2015年广告投放策略分析

### 第五节 品牌策略分析

- 一、各品牌定位及策略分析
- 二、各品牌知名度及策略分析
- 三、各品牌美誉度及策略分析
- 四、各品牌忠诚度及策略分析

## 图表目录

图表：3C产业链分析

图表：3C行业生命周期

图表：2009-2010年中国3C行业市场规模

图表：2009-2010年全球3C产业市场规模

图表：2009-2010年3C重要数据指标比较

图表：2009-2010年中国3C行业销售情况分析

图表：2009-2010年中国3C行业利润情况分析

图表：2009-2010年中国3C行业资产情况分析

图表：2009-2010年中国3C竞争力分析

图表：2011-2015年中国3C市场前景预测

图表：2011-2015年中国3C市场价格走势预测

图表：2011-2015年中国3C发展前景预测

图表：2009-2010年国内生产总值及其增长速度

图表：2009-2010年居民消费价格涨跌幅度

图表：2009年居民消费价格比上年涨跌幅度

图表：2009-2010年国家外汇储备

图表：2009-2010年税收收入及其增长速度

图表：2009-2010年粮食产量及其增长速度

图表：2009-2010年工业增加值及其增长速度

图表：2009年主要工业产品产量及其增长速度

图表：2009年规模以上工业企业实现利润及其增长速度

图表：2009-2010年建筑业增加值及其增长速度

图表：2009-2010年固定资产投资及其增长速度

图表：2009年分行业城镇固定资产投资及其增长速度

图表：2009年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2009年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表：2009-2010年社会消费品零售总额及其增长速度

图表：2009年货物进出口总额及其增长速度

图表：2009年主要商品出口数量、金额及其增长速度

图表：2009年主要商品进口数量、金额及其增长速度

图表：2009年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度

图表：2009-2010年货物进出口总额及其增长速度

图表：2009年分行业外商直接投资及其增长速度

图表：2009年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度

图表：2009年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度

图表：2009-2010年电话用户数



图表：2009年全部金融机构本外币存贷款及其增长速度

图表：2009-2010年城乡居民人民币储蓄存款余额及其增长速度

图表：2009-2010年各类教育招生人数

图表：2009年人口数及其构成

图表：2009-2010年农村居民收入及其增长速度

图表：2009-2010年城镇居民可支配收入及其增长速度

图表：2010年1-11月工业生产主要指标

图表：2009-2010年9月全国居民消费价格指数

图表：2009-2010年9月工业品出厂价格指数

图表：2010年1-11月3C产量全国统计

图表：2010年1-11月3C产量北京市统计

图表：2010年1-11月3C产量天津市统计

图表：2010年1-11月3C产量河北省统计

图表：2010年1-11月3C产量内蒙古统计

图表：2010年1-11月3C产量辽宁省统计

图表：2010年1-11月3C产量吉林省统计

图表：2010年1-11月3C产量黑龙江统计

图表：2010年1-11月3C产量上海市统计

图表：2010年1-11月3C产量江苏省统计

图表：2010年1-11月3C产量浙江省统计

图表：2010年1-11月3C产量安徽省统计

图表：2010年1-11月3C产量福建省统计

图表：2010年1-11月3C产量江西省统计

图表：2010年1-11月3C产量山东省统计

图表：2010年1-11月3C产量河南省统计

图表：2010年1-11月3C产量湖北省统计

图表：2010年1-11月3C产量湖南省统计

图表：2010年1-11月3C产量广东省统计

图表：2010年1-11月3C产量广西区统计

图表：2010年1-11月3C产量海南省统计

图表：2010年1-11月3C产量四川省统计

图表：2010年1-11月3C产量云南省统计

图表：2010年1-11月3C产量陕西省统计  
图表：2010年1-11月3C产量甘肃省统计  
图表：2010年1-11月3C产量青海省统计  
图表：2010年1-11月3C产量宁夏区统计  
图表：2010年1-11月3C产量新疆区统计  
图表：2010年1-11月我国3C产品进口数据  
图表：2010年1-11月我国3C产品出口数据  
图表：2010年1月我国3C产品进口数据  
图表：2010年1月我国3C产品出口数据  
图表：2010年2月我国3C产品进口数据  
图表：2010年2月我国3C产品出口数据  
图表：2010年3月我国3C产品进口数据  
图表：2010年3月我国3C产品出口数据  
图表：2010年1季度我国3C产品进口数据  
图表：2010年1季度我国3C产品出口数据  
图表：2010年4月我国3C产品进口数据  
图表：2010年4月我国3C产品出口数据  
图表：2010年5月我国3C产品进口数据  
图表：2010年5月我国3C产品出口数据  
图表：2010年6月我国3C产品进口数据  
图表：2010年6月我国3C产品出口数据  
图表：2010年2季度我国3C产品进口数据  
图表：2010年2季度我国3C产品出口数据  
图表：2010年7月我国3C产品进口数据  
图表：2010年7月我国3C产品出口数据  
图表：2010年8月我国3C产品进口数据  
图表：2010年8月我国3C产品出口数据  
图表：2010年9月我国3C产品进口数据  
图表：2010年9月我国3C产品出口数据  
图表：2010年3季度我国3C产品进口数据  
图表：2010年3季度我国3C产品出口数据  
图表：2010年10月我国3C产品进口数据

图表：2010年10月我国3C产品出口数据

图表：2010年11月我国3C产品进口数据

图表：2010年11月我国3C产品出口数据

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201012/57546.html>