

2011-2015年中国连锁经营 行业市场分析与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2011-2015年中国连锁经营行业市场分析与投资前景研究报告》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.bosidata.com/maoyi1101/J043802X4M.html>

【报告价格】纸介版6500元 电子版6800元 纸介+电子7000元

【出版日期】2011-01-19

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

报告说明:

博思数据研究中心发布的《2011-2015年中国连锁经营行业市场分析与投资前景研究报告》共十三章。首先介绍了连锁经营行业相关概述、中国连锁经营产业运行环境等，接着分析了中国连锁经营行业的现状，然后介绍了中国连锁经营行业竞争格局。随后，报告对中国连锁经营行业做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国连锁经营产业发展前景与投资预测。您若想对连锁经营产业有个系统的了解或者想投资连锁经营行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

第一章 连锁经营概述

1.1 连锁经营的定义和特征

1.1.1 连锁经营的定义

1.1.2 连锁经营的形式

1.1.3 连锁经营的特点

1.1.4 连锁经营的优势

1.2 连锁经营业态的资本与管理

1.2.1 资本扩张与多方多赢

1.2.2 连锁经营中的各种关系

1.2.3 连锁经营的四点管理方向

1.3 连锁经营的条件分析

1.3.1 连锁经营发展的内外条件

1.3.2 不同类型连锁经营扩张的条件

1.3.3 连锁经营的六个相应条件

第二章 2010年世界部分国家或地区的连锁经营业的概况

2.1 美国

2.1.1 连锁经营的美式分类

2.1.2 美国发展连锁经营的途径

2.1.3 美国连锁业的管理政策

2.1.4 美国特许经营的成功经验借鉴

2.2 英国

2.2.1 英国主要的连锁企业介绍

2.2.2 英国超市竞争分析及启示

2.2.3 英国百货连锁零售商Argos的经营策略

2.2.4 英国著名连锁店伍尔沃斯申请破产

2.3 日本

2.3.1 连锁经营的日式分类

2.3.2 日本企业连锁经营的发展特点

2.3.3 日本连锁经营特有模式研析

2.3.4 日本连锁便利店经营成功的因素分析

2.3.5 日本10大家电连锁企业经营状况

2.4 中国台湾

2.4.1 台湾连锁商业的发展阶段分析

2.4.2 台湾连锁商业的加盟类型

2.4.3 台湾连锁商业发展面临的问题

2.4.4 台湾连锁加盟业积极布局中国大陆市场

2.4.5 台湾连锁餐饮业大打价格战

第三章 2010年中国连锁经营业营运走势分析

3.1 连锁经营在我国的发展

3.1.1 中国连锁业在变革中强势发展

3.1.2 中国连锁业在变革中壮大

3.1.3 我国连锁经营进入新一轮调整期

3.1.4 中国与主要发达国家的连锁经营特点比较

3.1.5 我国连锁经营发展的五个原则

3.2 2010年中国连锁经营市场运行现状分析

3.2.1 我国连锁经营巨头单店销售概况

3.2.2 电子商务促进连锁经营市场发展

3.2.3 连锁经营企业涌动上市高潮

3.2.4 连锁企业扩张速度开始放缓

3.3 2010年我国农村连锁经营的发展分析

3.3.1 商业连锁开始向农村市场延展

- 3.3.2 农村连锁经营中的相关问题解析
- 3.3.3 农村零售业实现连锁经营的措施
- 3.3.4 农村连锁成功经营的八个策略
- 3.4 2010年中国发展连锁经营中的相关专题分析
 - 3.4.1 连锁经营中的供应链管理解析
 - 3.4.2 商业连锁战略执行监控体系的构建
 - 3.4.3 连锁商业企业的财务管理浅析
 - 3.4.4 连锁企业的选址思维转变分析
- 3.5 2010年我国连锁经营市场存在的问题分析
 - 3.5.1 连锁企业标准化危机分析
 - 3.5.2 我国连锁经营企业的存在营销缺陷
 - 3.5.3 企业信息化落后制约连锁企业发展
 - 3.5.4 我国连锁业人才缺口继续扩大
- 3.6 2010年促进我国连锁经营发展的对策
 - 3.6.1 加盟连锁企业规划可持续发展之路
 - 3.6.2 中国连锁经营行业五大应对措施
 - 3.6.3 连锁企业的运营策略研析
 - 3.6.4 现阶段国内中小加盟连锁企业的必由发展之路

第四章 2010年中国连锁经营与相关行业结合发展分析--物流

- 4.1 2010年国内物流业营运现状分析
 - 4.1.1 改革开放30年中国物流业的显著成绩
 - 4.1.2 企业物流运作的五大功能分析
 - 4.1.3 物流业发展形势分析及建议
 - 4.1.4 物流技术和装备的发展趋势
- 4.2 2010年中国第三方物流市场运营局势分析
 - 4.2.1 第三方物流企业经营战略类型分析
 - 4.2.2 第三方物流深入采购与生产运作的方法
 - 4.2.3 中国航空快递企业第三方物流运作模式
 - 4.2.4 第三方物流连锁零售缺货的原因与对策
 - 4.2.5 第三方物流企业在电子商务中的发展前景
- 4.3 2010年中国连锁经营企业的物流分析

- 4.3.1 连锁企业发展物流配送的可行性
- 4.3.2 连锁企业物流作业流程与组织结构
- 4.3.3 连锁企业的物流配送的四种模式分析
- 4.3.4 关于物流配送与连锁经营的问题探析
- 4.3.5 连锁物流配送中心建设及服务创新建议
- 4.3.6 连锁零售物流配送的特点与发展趋势
- 4.4 2010年中国部分连锁经营行业的物流分析
- 4.4.1 连锁超市物流运作的四类模式
- 4.4.2 医药零售连锁企业的逆向物流及特点分析
- 4.4.3 我国服装连锁经营的物流管理分析

第五章 2010年中国连锁经营与相关行业结合发展分析--零售业

- 5.1 2010年我国零售业运营整体态势
- 5.1.1 中国大型零售企业发展状况分析
- 5.1.2 中国零售业发展状况
- 5.1.3 我国网络零售业发展现状
- 5.1.4 中国零售行业地区发展不均衡
- 5.1.5 美国零售业发展对中国的启示
- 5.2 我国限额以上连锁零售业数据
- 5.2.1 2007年我国限额以上连锁零售业
- 5.2.2 2008年我国限额以上连锁零售业
- 5.2.3 2009年我国限额以上连锁零售业
- 5.3 连锁超市
- 5.3.1 我国连锁超市发展的基本状况
- 5.3.2 系列新政策给连锁超市带来的影响
- 5.3.3 连锁超市巨头大打价格战
- 5.3.4 连锁超市的差异化经营
- 5.3.5 中国连锁超市向农村市场扩张探析
- 5.3.6 建立乡镇连锁超市的成功策略
- 5.3.7 我国连锁超市的发展策略分析
- 5.4 连锁便利店
- 5.4.1 便利店的发展和竞争对策

- 5.4.2 连锁便利店的经营理论和发展规律
- 5.4.3 我国便利店的特点和问题
- 5.4.4 我国传统便利店新的经营定位
- 5.4.5 便利连锁北京市场竞争激烈
- 5.4.6 7-11便利店市场策略分析
- 5.5 连锁百货店
 - 5.5.1 百货店的发展历程
 - 5.5.2 百货店连锁显现三大技术
 - 5.5.3 现代百货业的优势和竞争对策
 - 5.5.4 中国大型百货店的困境原因分析
 - 5.5.5 大中型百货零售业连锁经营面临的挑战分析

第六章 2010年中国连锁经营与相关行业结合发展分析--家电业

- 6.1 家电连锁经营概述
 - 6.1.1 家电连锁经营的定义
 - 6.1.2 家电连锁经营的特性
 - 6.1.3 家电连锁企业的三个发展阶段
- 6.2 2010年中国家电连锁业发展形势分析
 - 6.2.1 国内家电连锁业发展分析
 - 6.2.2 家电连锁业发展的主要变化
 - 6.2.3 家电连锁企业采取的主要调整
- 6.3 2010年我国家电连锁市场竞争格局分析
 - 6.3.1 家电连锁两巨头市场竞争格局
 - 6.3.2 家电连锁“下乡”形成新竞争格局
 - 6.3.3 家电连锁面临专卖店的挑战
 - 6.3.4 家电连锁业回归良性竞争
- 6.4 2010年中国家电连锁销售渠道的开拓分析
 - 6.4.1 家电零售渠道的特点
 - 6.4.2 家电连锁在二三线渠道的开发策略分析
 - 6.4.3 家电连锁三四级渠道的拓展
 - 6.4.4 家电产品零售渠道的发展趋势预测
- 6.5 2010年中国家电连锁销售业面临的问题及对策

- 6.5.1 家电连锁经营中的三个问题
- 6.5.2 家电行业销售终端的六大陷阱
- 6.5.3 家电连锁快速发展中的十个隐患
- 6.5.4 我国家电连锁经营中的问题分析
- 6.5.5 家电连锁巨头发展遭遇的难题
- 6.5.6 我国家电连锁业发展的主要措施
- 6.5.7 家电连锁企业“家电下乡”的发展建议

第七章 2010年中国连锁经营与相关行业结合发展分析--餐饮业

- 7.1 2010年中国连锁餐饮业发展概况
 - 7.1.1 我国餐饮连锁经营进入高速增长期
 - 7.1.2 餐饮连锁业品牌重新转向直营模式
 - 7.1.3 中国餐饮业连锁经营的法律规范情况
 - 7.1.4 连锁餐饮企业争入机场欲打破机场餐饮高价局面
 - 7.1.5 国内外餐饮连锁发展比较分析
- 7.2 我国限额以上中国连锁餐饮业企业数据
 - 7.2.1 2007年我国限额以上连锁餐饮业
 - 7.2.2 2008年我国限额以上连锁餐饮业
 - 7.2.3 2009年我国限额以上连锁餐饮业
- 7.3 2010年中国餐饮连锁市场品牌及营销策略
 - 7.3.1 品牌化拓展已成连锁餐饮业的战略选择
 - 7.3.2 打造连锁餐饮店品牌发展对策
 - 7.3.3 连锁餐饮产品营销策略
 - 7.3.4 餐饮连锁企业的“统一性”战略
 - 7.3.5 餐饮连锁酒店抢占旅游市场应重视营销策略的创新
- 7.4 2010年西方快餐成功的启示分析
 - 7.4.1 连锁餐饮企业扩张的金融支点分析
 - 7.4.2 洋快餐迅速发展带来的思考
 - 7.4.3 肯德基的成功经营之道
 - 7.4.4 麦当劳的市场和促销分析
 - 7.4.5 麦当劳和肯德基在中国成功的原因
- 7.5 2010年中国餐饮连锁行业面临的问题分析

- 7.5.1 餐饮连锁业面临的六大困惑
- 7.5.2 餐饮连锁品牌延伸还存在人才瓶颈
- 7.5.3 餐饮连锁企业面临快速成长与风险控制的两难困境
- 7.6 2010年中国餐饮连锁业发展策略分析
 - 7.6.1 中国餐饮连锁业发展战略
 - 7.6.2 餐饮连锁经营的关键准备工作
 - 7.6.3 中国餐饮连锁业发展对策
 - 7.6.4 中式餐饮连锁经营发展的战略建议
 - 7.6.5 中式快餐连锁的经营策略

第八章 2010年中国连锁经营与相关行业结合发展分析--医药

- 8.1 连锁药店的渠道价值
 - 8.1.1 作为市场通路的价值
 - 8.1.2 市场经营业绩的价值
 - 8.1.3 利润的吸引力价值
 - 8.1.4 经营策略的价值
- 8.2 2010年中国连锁药店的市场定位分析
 - 8.2.1 我国连锁药店经营定位指导
 - 8.2.2 经营定位紊乱的三个方面
 - 8.2.3 连锁药店经营定位的三个思维误区
- 8.3 2010年美日连锁药店经营分析
 - 8.3.1 美国连锁药店发展状况分析
 - 8.3.2 美国连锁药店的四大特点
 - 8.3.3 日本现代连锁药店发展情况分析
 - 8.3.4 浅析日本连锁药店行业的成功经营模式
- 8.4 2010年中国连锁药店业发展状况分析
 - 8.4.1 中国医药连锁发展迅速
 - 8.4.2 中国连锁药店的发展特点
 - 8.4.3 国内医药零售连锁退市现象分析
 - 8.4.4 连锁药店业盘点
- 8.5 2010年我国医药连锁经营的竞争分析
 - 8.5.1 平价药房与传统连锁药店的竞争分析

- 8.5.2 连锁药店竞争的主要因素
- 8.5.3 完善医药连锁企业的核心竞争力
- 8.5.4 医药连锁竞争的主要策略
- 8.5.5 医药连锁企业竞争需信息化
- 8.5.6 打造医药连锁企业竞争优势的策略
- 8.6 2010年中国医药连锁经营中的问题及建议
 - 8.6.1 我国医药连锁企业发展中的问题分析
 - 8.6.2 中国医药连锁中的三大瓶颈
 - 8.6.3 医药连锁经营发展中的不良因素及建议
 - 8.6.4 医药连锁企业经营的八个策略

第九章 2010年中国连锁经营与相关行业结合发展分析--其它行业

- 9.1 农资的连锁经营
 - 9.1.1 中国农资连锁经营之道
 - 9.1.2 农资连锁经营步入品牌时代
 - 9.1.3 供销社连锁经营在农村流通中占主导地位
 - 9.1.4 中国农村农资连锁经营的问题分析
- 9.2 图书连锁经营分析
 - 9.2.1 从世界图书连锁巨头的失利看图书连锁业的变革
 - 9.2.2 新华书店连锁经营战略实施探析
 - 9.2.3 邮政图书连锁的市场定位分析
 - 9.2.4 出版物全国连锁经营企业发展势头良好
 - 9.2.5 图书连锁经营面临的难点
- 9.3 网吧连锁经营
 - 9.3.1 国家政策鼓励发展连锁网吧
 - 9.3.2 阻碍网吧连锁业快速发展的因素
 - 9.3.3 网吧连锁经营需加快管理规模化
 - 9.3.4 网吧连锁经营尚待有效监管
 - 9.3.5 网吧连锁经营的成功经验借鉴
- 9.4 美容化妆品连锁经营
 - 9.4.1 世界主要品牌美容连锁机构介绍
 - 9.4.2 美容化妆品业连锁经营的问题与对策

- 9.4.3 美容连锁企业的品牌文化和管理战略
- 9.4.4 美容业连锁经营的九个营销策略
- 9.4.5 美容业连锁经营须具备的条件
- 9.4.6 我国化妆品专营专卖连锁发展趋势分析
- 9.5 家具建材连锁经营分析
 - 9.5.1 本土建材家居连锁业发展历程及现状解析
 - 9.5.2 家具连锁经营的领头军金海马
 - 9.5.3 家具连锁业发展的问题及策略
- 9.6 服装连锁经营
 - 9.6.1 服装连锁经营的优势分析
 - 9.6.2 服装连锁中的直营VS加盟
 - 9.6.3 国内服装连锁市场百花齐放各具特色
 - 9.6.4 服装连锁经营发展面临的问题及对策

第十章 2010年中国部分地区连锁经营的发展分析

- 10.1 北京市
 - 10.1.1 北京市连锁经营的发展回顾
 - 10.1.2 北京连锁商业发展中出现的问题
 - 10.1.3 北京市商业连锁经营的策略
- 10.2 上海市
 - 10.2.1 上海连锁经营的发展状况
 - 10.2.2 上海连锁业发展特点及销售状况分析
 - 10.2.3 上海连锁商业发展面临的困境
 - 10.2.4 上海市连锁经营发展的对策
 - 10.2.5 上海市连锁经营的未来发展趋向
- 10.3 广东省
 - 10.3.1 广州商贸连锁经营已初具规模
 - 10.3.2 广东商业连锁经营发展特点分析
 - 10.3.3 广东商业连锁经营中的港澳因素
 - 10.3.4 广东连锁商业面临的外资竞争
 - 10.3.5 广东商业连锁经营发展中的问题
 - 10.3.6 广东连锁商业发展的对策探讨

10.4 深圳市

10.4.1 深圳发展连锁经营的概况及方式

10.4.2 深圳连锁经营销售额所占社会消费品总额比重大

10.4.3 深圳连锁经营降下进入门槛

第十一章 2010年中国特许经营的业态分析

11.1 特许经营概述

11.1.1 特许经营的定义及种类

11.1.2 特许经营七大体系详解

11.1.3 特许经营的优缺点分析

11.1.4 特许经营与连锁经营的异同

11.2 2010年中国特许经营发展概况

11.2.1 国内外特许经营商公平竞争

11.2.2 中国特许经营业态发展分析

11.2.3 中国特许经营国际品牌的来源分析

11.3 2010年中国特许经营在各行业中的运用分析

11.3.1 婴幼儿用品的特许连锁经营

11.3.2 酒店特许经营分析

11.3.3 中国特许经营教育连锁企业发展现状

11.4 2010年我国特许连锁经营的问题及发展策略

11.4.1 特许连锁发展面临的问题与挑战

11.4.2 特许经营管理中的八个误区及对策

11.4.3 特许经营的市场定位分析

11.4.4 发展特许经营的若干建议

11.4.5 特许经营的市场经营战略

11.4.6 国际特许经营的战略要领及市场营销策略

第十二章 2010年中国连锁经营行业代表性公司经营性数据分析

12.1 上海百联集团股份有限公司

12.1.1 企业概况

12.1.2 企业主要经济指标分析

12.1.3 企业盈利能力分析

- 12.1.4 企业偿债能力分析
- 12.1.5 企业运营能力分析
- 12.1.6 企业成长能力分析
- 12.2 苏宁电器股份有限公司
- 12.2.1 企业概况
- 12.2.2 企业主要经济指标分析
- 12.2.3 企业盈利能力分析
- 12.2.4 企业偿债能力分析
- 12.2.5 企业运营能力分析
- 12.2.6 企业成长能力分析
- 12.3 北京华联商厦股份有限公司
- 12.3.1 企业概况
- 12.3.2 企业主要经济指标分析
- 12.3.3 企业盈利能力分析
- 12.3.4 企业偿债能力分析
- 12.3.5 企业运营能力分析
- 12.3.6 企业成长能力分析
- 12.4 大商集团股份有限公司
- 12.4.1 企业概况
- 12.4.2 企业主要经济指标分析
- 12.4.3 企业盈利能力分析
- 12.4.4 企业偿债能力分析
- 12.4.5 企业运营能力分析
- 12.4.6 企业成长能力分析

第十三章 2010-2015年中国连锁经营业的投资与前景分析

- 13.1 2010-2015年中国连锁经营业投资机会分析
- 13.1.1 农村超市连锁经营前途无量
- 13.1.2 饰品连锁店极具市场潜力
- 13.1.3 美容连锁经营是未来必然趋势
- 13.1.4 国际风险投资瞄准餐饮连锁业
- 13.2 2010-2015年中国连锁经营投资风险及对策

- 13.2.1 我国连锁企业引资风险
- 13.2.2 成功投资连锁经营的战略措施
- 13.2.3 特许连锁经营的选择建议
- 13.3 2010-2015年中国连锁经营业发展前景预测
 - 13.3.1 连锁经营或成全球华人经济发展方向
 - 13.3.2 我国连锁经营发展的主要趋势分析
 - 13.3.3 国内连锁经营的发展走向预测
 - 13.3.4 连锁经营的未来十大趋势预测
 - 13.3.5 2010-2015年中国连锁经营业发展预测分析
- 13.4 2010-2015年中国部分行业连锁经营的发展展望
 - 13.4.1 国内零售业连锁的发展趋势
 - 13.4.2 中国家电零售连锁经营的发展展望
 - 13.4.3 中国医药连锁经营的发展趋势
 - 13.4.4 化妆品行业的连锁经营趋势分析

图表目录：

图表：商圈人口

图表：立地要素

图表：日本部分商品平均销售额、毛利率和占销售额比重表

图表：日本家电连锁2008财年业绩一览

图表：连锁战略体系构成

图表：连锁战略流程框架

图表：连锁店缺货时消费者的各种反应比例

图表：北京部分连锁店统一配送率

图表：苏果超市市场定位分析

图表：美日中便利店的毛利率对比

图表：世界部分消费大区的零售业集中度对比

图表：国内外餐饮连锁企业的加盟标准比较

图表：东来顺连锁加盟店年商标使用费

图表：项目支持与服务

图表：三家连锁企业的数据比较

图表：国际快餐连锁巨头的直营、特许模式比较

图表：马里奥特与麦当劳的财务数据比较

图表：资产证券化对马里奥特资产负债表的影响

图表：快餐连锁巨头的金融比较

图表：肯德基的几个品牌协同效应

图表：肯德基最重要的企业文化

图表：肯德基的培训体系

图表：肯德基星级系统评估内容和方法

图表：肯德基的特许加盟模式

图表：肯德基商圈规划程序

图表：肯德基主要的目标市场

图表：肯德基的营销策略

图表：1986-2000年美国连锁药店的零售在所有药店中的比例

图表：医药连锁企业信息化应用架构图示

图表：2002年北京市连锁零售业不同经营业态个数

图表：北京市不同所有制类型连锁企业的规模比较

图表：北京市不同所有制连锁企业的零售额比较

图表：北京市不同所有制连锁企业的零售额的比例分布

图表：2008年中国特许经营的国际品牌来源比例

图表：2007-2008年国美电器综合利润表

图表：2008年国美电器按地区门店列表

图表：2008年末国美电器连锁网络布局

图表：2008年国美电器各产品收入占总收入比例情况

图表：2008-2009年9月国美电器综合损益表

图表：世界部分国家女性饰品市场人均占有率比较

图表：国内外连锁企业市场细分和目标市场定位对比

图表：国内外连锁企业对顾客的服务对比

图表：上海百联集团股份有限公司主要经济指标走势图

图表：上海百联集团股份有限公司经营收入走势图

图表：上海百联集团股份有限公司盈利指标走势图

图表：上海百联集团股份有限公司负债情况图

图表：上海百联集团股份有限公司负债指标走势图

图表：上海百联集团股份有限公司运营能力指标走势图

图表：上海百联集团股份有限公司成长能力指标走势图

图表：苏宁电器股份有限公司主要经济指标走势图

图表：苏宁电器股份有限公司经营收入走势图

图表：苏宁电器股份有限公司盈利指标走势图

图表：苏宁电器股份有限公司负债情况图

图表：苏宁电器股份有限公司负债指标走势图

图表：苏宁电器股份有限公司运营能力指标走势图

图表：苏宁电器股份有限公司成长能力指标走势图

图表：北京华联商厦股份有限公司主要经济指标走势图

图表：北京华联商厦股份有限公司经营收入走势图

图表：北京华联商厦股份有限公司盈利指标走势图

图表：北京华联商厦股份有限公司负债情况图

图表：北京华联商厦股份有限公司负债指标走势图

图表：北京华联商厦股份有限公司运营能力指标走势图

图表：北京华联商厦股份有限公司成长能力指标走势图

图表：大商集团股份有限公司主要经济指标走势图

图表：大商集团股份有限公司经营收入走势图

图表：大商集团股份有限公司盈利指标走势图

图表：大商集团股份有限公司负债情况图

图表：大商集团股份有限公司负债指标走势图

图表：大商集团股份有限公司运营能力指标走势图

图表：大商集团股份有限公司成长能力指标走势图

博思数据研究中心发布的《2011-2015年中国连锁经营行业市场分析与投资前景研究报告》，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、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研究分析。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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/maoyi1101/J043802X4M.html>