

2022-2028年中国网络剧产业 发展现状与发展前景预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2022-2028年中国网络剧产业发展现状与发展前景预测报告》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/202208/314966.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

网络剧是专门为电脑网络制作的，通过互联网播放的一类网络连续剧。与电视剧一样，网络剧一般分单元剧和连续剧。

网络剧与电视剧的区别主要是播放媒介不同。传统电视剧的播放媒介主要为电视，网络剧的主要播放媒介是手机、平板电脑、计算机等网络设备。

中企顾问网发布的《2022-2028年中国网络剧产业发展现状与发展前景预测报告》共九章。首先介绍了中国网络剧行业市场发展环境、网络剧整体运行态势等，接着分析了中国网络剧行业市场运行的现状，然后介绍了网络剧市场竞争格局。随后，报告对网络剧做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国网络剧行业发展趋势与投资预测。您若想对网络剧产业有个系统的了解或者想投资中国网络剧行业，本报告是您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 中国网络自制剧行业发展综述

1.1 网络自制剧行业概述

1.1.1 网络自制剧行业界定

1、网络自制剧的定义及分类

2、网络自制剧行业的内涵

1.1.2 网络自制剧行业特点

1.1.3 网络自制剧行业发展历程

1.2 网络自制剧行业监管体系及政策法规

1.2.1 行业主管部门

1.2.2 行业监管体制

1.2.3 行业主要法律法规及政策

1.3 网络自制剧行业发展影响因素分析

1.3.1 宏观经济因素分析

1、宏观经济发展情况

2、宏观经济与网络自制剧行业相关性

1.3.2 市场需求因素分析

- 1、网络自制剧市场的潜在需求分析
- 2、网络自制剧市场的实际需求分析
- 3、中国网络自制剧需求市场的评价

1.3.3 广播电视技术发展分析

- 1、行业专利申请数量
- 2、行业专利公开数量
- 3、行业专利类型分析
- 4、技术领先企业分析
- 5、行业热门技术分析

1.3.4 新技术影响因素分析

- 1、新数字媒体的时代特征
- 2、数字电视技术的影响

第二章 国外网络自制剧行业发展动向与趋势分析

2.1 全球网络自制剧市场发展状况与趋势

- 2.1.1 全球所有节目类型分析
- 2.1.2 全球人均收视时间分析
- 2.1.3 全球网络自制剧竞争格局分析
 - 1、美剧和英剧占据主体地位
 - 2、意、韩等剧具有局部影响力
- 2.1.4 全球网络自制剧发展趋势分析

2.2 美国网络自制剧市场发展分析

- 2.2.1 美国网络自制剧市场概况
 - 1、美国网络自制剧发展概述
 - 2、美国网络自制剧主要类型
 - 3、美国网络自制剧产量与结构
- 2.2.2 美国网络自制剧市场格局
- 2.2.3 美国网络自制剧产业链特征
- 2.2.4 美国网络自制剧市场规模与盈利模式
 - 1、美国网络自制剧市场规模
 - 2、美国网络自制剧盈利模式

2.2.5 美国网络自制剧特征分析

2.3 加拿大网络自制剧市场发展分析

2.3.1 英、法语收视差异分析

- 1、英、法语区收视差异明显
- 2、英、法语区的巨大差异由来已久

2.3.2 加拿大网络自制剧市场概况

- 1、英语区本土网络自制剧深受美剧挤压
- 2、法语区本土网络自制剧自得其乐

2.3.3 加拿大对网络自制剧的投入与收获

- 1、网络自制剧是制作最昂贵的节目类型
- 2、本土网络自制剧的表现可圈可点
- 3、以特色在国际市场赢得一席之地

2.4 韩国网络自制剧市场发展分析

2.4.1 韩国网络自制剧发展概况

- 1、韩国网络自制剧制作机构
- 2、韩国网络自制剧产量分析
- 3、韩剧类型与播出特点

2.4.2 韩剧收视TOP10分析

2.4.3 韩国网络自制剧特征分析

2.4.4 韩剧《面包王金卓求》案例分析

2.5 日本网络自制剧市场发展分析

2.5.1 日本电视产业概述

2.5.2 日剧类型与播出特点

2.5.3 日剧收视TOP10分析

2.5.4 2020年日本网络自制剧特征分析

第三章 中国网络自制剧产业链及行业发展分析

3.1 中国网络自制剧行业产业链分析

3.1.1 网络自制剧行业产业链

- 1、网络自制剧行业产业链简介
- 2、产业链上游发展分析
- 1) 剧本及编剧状况

2) 制片机构状况

3、产业链下游发展分析

1) 电视产业发展情况

2) 音像出版发展情况

3) 新媒体发展情况

3.1.2 中国、美国、香港网络自制剧产业链比较分析

1、产业链上游——网络自制剧制作播出模式比较

1) 制播方式比较

2) 内容结构比较

3) 制作主体比较

4) 版权机制比较

2、产业链中游——网络自制剧经营销售模式比较

1) 分销渠道比较

2) 经营模式比较

3) 营销模式比较

3、产业链下游——网络自制剧的衍生产品比较

3.1.3 网络自制剧行业盈利模式分析

1、网络自制剧产业价值链构成

2、网络自制剧行业盈利模式

3.2 中国网络自制剧行业发展状况

3.2.1 网络自制剧行业发展规模

3.2.2 网络自制剧行业进口情况

1、进口剧播放情况

2、进口剧题材类型

3、进口剧收视情况

3.2.3 网络自制剧行业竞争格局

1、行业整体竞争格局

2、频道内部竞争格局

3、网络自制剧制作机构高度分散

4、行业新进入者不断涌现

3.2.4 网络自制剧行业现存问题解析

1、行业资本泡沫多

2、网络自制剧出口不力

3.3 中国网络自制剧行业发展趋势分析

3.3.1 价格泡沫渐消，供给渐趋理性

3.3.2 网络自制剧播出份额受综艺节目影响有限

3.3.3 “独播化”推升优质网络自制剧需求

3.3.4 优质网络自制剧价格上涨趋势仍将持续

3.3.5 优质剧与普通剧价格差距持续扩大

3.3.6 国内定制剧将占据主流市场

第四章 中国网络自制剧制作与发行情况分析

4.1 中国网络自制剧剧本题材分析

4.1.1 网络自制剧剧本题材数量

1、各类题材数量

2、题材分布特点分析

4.1.2 热播题材网络自制剧成功因素分析

1、谍战剧

2、军旅题材剧

3、族群迁徙剧

4、社会伦理剧

5、青春偶像剧

4.1.3 我国网络自制剧创作特征分析

4.2 中国网络自制剧融资分析

4.2.1 网络自制剧融资环境分析

4.2.2 网络自制剧融资特点分析

4.2.3 网络自制剧融资渠道与方式

4.2.4 网络自制剧融资规模分析

4.2.5 网络自制剧融资策略分析

4.3 中国网络自制剧生产制作分析

4.3.1 网络自制剧生产情况综述

1、制作机构数量

2、申报剧目

3、完成剧目

4、主要题材比例

4.3.2 网络自制剧生产历年对比分析

1、制作机构数量对比

2、申报剧目对比

3、完成剧目对比

4、主要题材对比

4.3.3 我国网络自制剧生产特征分析

1、产量下降，质量要求更高

2、生产成本提高，进入亿元大片时代

3、定制剧影响产业布局，台企合作考验生存本领

4.4 中国网络自制剧发行分析

4.4.1 网络自制剧发行方式

4.4.2 网络自制剧的两次发行

4.4.3 网络自制剧的四级发行市场

4.4.4 新媒体环境开创网络自制剧发行的新渠道

1、网络自制剧经电视台和网络同步或跟从播出

2、网络自制剧经网络走红后电视台再次播映

3、网络自制剧以互联网作为播放的首映平台

4、互联网网站直接投拍网络自制剧

4.4.5 国产网络自制剧网络发行模式的前景探讨

1、网络发行的优势

2、有待解决的问题

第五章 中国网络自制剧播出、收视与收入调研分析

5.1 中国网络自制剧播出分析

5.1.1 网络自制剧播出大势盘点

1、播出份额

2、资源使用率

5.1.2 各级频道网络自制剧播出份额对比

5.1.3 不同类型网络自制剧播出份额变化

1、主力剧目类型分析

2、省卫视偏好剧型分析

3、省地面频道偏好剧型分析

4、城市频道偏好剧型分析

5.1.4 我国网络自制剧播出特征分析

1、网络自制剧是立台之本

2、主要题材“播出王”

3、省卫视偏好播出剧目

4、省卫视热播类型同质化

5.1.5 各卫视黄金档播出网络自制剧

5.2 中国网络自制剧收视分析

5.2.1 网络自制剧收视总量分析

5.2.2 各级频道网络自制剧收视份额对比

1、全国整体情况

2、中央级频道情况

3、综合性省卫视情况

4、地面频道情况

5.2.3 不同类型网络自制剧收视情况对比

5.2.4 各类节目收视量历年对比分析

5.2.5 网络自制剧收视贡献分析

5.2.6 网络自制剧主要观众状况

1、网络自制剧观众性别及年龄结构

2、不同频道网络自制剧观众结构

3、不同年龄网络自制剧观众收视时间

5.2.7 网络自制剧收视率TOP10分析

5.2.8 热播优质网络自制剧特征分析

1、各级频道热播剧收视表现

2、优秀热播剧特征案例分析

1) 制作方分析

2) 受众分析

3) 传播方式分析

4) 成功元素总结

5.3 中国网络自制剧收入分析

5.3.1 网络自制剧版权收入分析

- 1、网络自制剧电视台版权收入
- 2、网络自制剧网络版权收入
- 3、网络自制剧版权收入预测

5.3.2 网络自制剧广告分析

- 1、电视广告收入规模
- 2、网络自制剧广告收入份额
- 3、网络自制剧广告投放形式
- 4、网络自制剧广告发展趋势
 - 1) 网络自制剧广告资源稀缺性显现
 - 2) 网络自制剧广告市场份额保持稳定
 - 3) 网络自制剧采购成本占广告收入比重有提升空间

5.3.3 网络自制剧相关产业开发分析

- 1、纵向开发
 - 1) 版权销售
 - 2) 影视基地
- 2、横向开发
 - 1) 旅游业
 - 2) 文化教育产业
 - 3) 服装化妆品行业

第六章 中国网络自制剧行业热点专题分析

6.1 中国网络自制剧发展分析

6.1.1 中国视频网民状况概述

- 1、视频网民规模
 - 2、视频网民结构
 - 1) 性别结构
 - 2) 学历结构
 - 3) 年龄结构
 - 4) 收入结构
 - 3、网民最关注视频类型
 - 4、网民最关注网络自制剧分析
- ##### 6.1.2 主要视频网站影视剧策略

- 1、腾讯
- 2、搜狐
- 3、优酷土豆
- 4、奇艺网
- 5、乐视网
- 6、PPTV

6.1.3 网络网络自制剧盈利模式分析

- 1、广告模式
- 2、用户付费模式（B2C）
 - 1) 网络视频用户付费使用比率
 - 2) 网络视频用户付费使用频率
 - 3) 网络视频用户付费模式
 - 4) 网络视频用户费用支出
- 3、版权营销模式（B2B）
- 4、视频增值服务模式

6.1.4 网络自制剧分析

- 1、网络自制剧的缘起
- 2、2020年主要网络自制剧
- 3、网络自制剧基本盈利模式 整合营销
- 4、网络自制剧趋势分析

6.1.5 网络自制剧与传统网络自制剧收视对比

- 1、双屏用户热播网络自制剧收看方式
- 2、不同年龄段双屏用户热播剧收看方式
- 3、不同学历双屏用户热播剧收看方式
- 4、双屏选择影响因素

6.2 中国制播分离制度分析

6.2.1 制播分离政策环境分析

6.2.2 制播分离模式分析

- 1、栏目承包制
- 2、节目购买型
- 3、全频道的制播分离
- 4、整体的制播分离型

6.2.3 制播分离的重要性解析

6.2.4 制播分离成功案例分析

- 1、体制内分离 上海文广转企改制
- 2、体制外分离 《中国好声音》

6.2.5 网络自制剧制播分离现存问题

6.2.6 制播分离发展前景分析

- 1、美国
- 2、韩国

6.3 中国三网融合对网络自制剧的影响分析

6.3.1 三网融合概述

- 1、三网融合定义及涉及领域
- 2、三网融合包含四要素分析
- 3、发展三网融合的积极意义

6.3.2 三网融合对网络自制剧的影响分析

- 1、三网融合背景下民营网络自制剧的版权分析
- 2、三网融合有利于网络自制剧的发展
- 3、三网融合对视频运营模式的影响

6.3.3 三网融合进展分析

- 1、运营商加大投资力度
- 2、三网融合用户数量取得突破
- 3、各地区试点与实施方案

6.4 “三限令”对中国网络自制剧行业的影响

6.4.1 “限播令”对网络自制剧行业的影响分析

- 1、“限播令”颁发背景
- 2、“限播令”主要内容
- 3、“限播令”对网络自制剧行业的影响

6.4.2 “限娱令”对网络自制剧行业的影响分析

- 1、“限娱令”颁发背景
- 2、“限娱令”主要内容
- 3、“限娱令”对网络自制剧行业的影响

6.4.3 “限广令”对网络自制剧行业的影响分析

- 1、“限广令”颁发背景

- 2、“限广令”主要内容
- 3、“限广令”对网络自制剧行业的影响
- 6.5 优酷土豆合并概况与影响分析
 - 6.5.1 优酷土豆合并事件综述
 - 6.5.2 优酷土豆合并影响分析

第七章 中国网络自制剧领先制作机构经营情况分析

- 7.1 中国网络自制剧制作机构总体概况
- 7.2 中国网络自制剧领先民营制作机构经营情况分析
 - 7.2.1 浙江华策影视股份有限公司
 - 1、企业发展简况分析
 - 2、企业组织架构分析
 - 3、企业网络自制剧制作分析
 - 4、企业经营优劣势分析
 - 7.2.2 华谊兄弟传媒股份有限公司
 - 1、企业发展简况分析
 - 2、企业组织架构分析
 - 3、企业网络自制剧制作分析
 - 4、企业经营优劣势分析
 - 7.2.3 中视传媒股份有限公司
 - 1、企业发展简况分析
 - 2、企业组织架构分析
 - 3、企业网络自制剧制作分析
 - 4、企业经营优劣势分析
 - 7.2.4 北京光线传媒股份有限公司
 - 1、企业发展简况分析
 - 2、企业组织架构分析
 - 3、企业网络自制剧制作分析
 - 4、企业经营优劣势分析
 - 7.2.5 海润影视制作有限公司
 - 1、企业发展简况分析
 - 2、企业组织架构分析

3、企业网络自制剧制作分析

4、企业经营优劣势分析

7.2.6 北京小马奔腾壹影视文化发展有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

3、企业网络自制剧制作分析

4、企业经营优劣势分析

7.2.7 北京慈文影视制作有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

3、企业网络自制剧制作分析

4、企业经营优劣势分析

7.2.8 金英马影视文化股份有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

3、企业组织架构分析

4、企业网络自制剧制作分析

5、企业经营优劣势分析

6、企业最新发展动向

7.2.9 北京荣信达影视艺术有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

3、企业组织架构分析

4、企业网络自制剧制作分析

5、企业经营优劣势分析

7.2.10 广东强视影业传媒有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业网络自制剧制作分析

3、企业经营优劣势分析

4、企业最新发展动向

7.3 中国网络自制剧主要国有制作机构经营情况分析

7.3.1 中国网络自制剧制作中心有限责任公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业组织架构分析
- 4、企业网络自制剧制作分析

7.3.2 中国国际电视总公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业组织架构分析
- 4、企业网络自制剧制作分析

7.3.3 湖南经视文化传播有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业网络自制剧制作分析
- 4、企业经营优劣势分析

7.3.4 大连天歌传媒股份有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业组织架构分析
- 4、企业网络自制剧制作分析

7.3.5 上海电影（集团）有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业网络自制剧制作分析
- 4、企业经营优劣势分析

7.3.6 北京紫禁城影业有限责任公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业网络自制剧制作分析
- 4、企业经营优劣势分析

7.3.7 珠江电影制片有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析

3、企业网络自制剧制作分析

4、企业经营优劣势分析

第八章 中国网络自制剧主要播放平台经营分析

8.1 中国网络自制剧播放平台总体概况

8.2 中国主要电视台经营情况分析

8.2.1 中央电视台

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

3、企业组织架构分析

4、企业网络自制剧播放频道分析

5、企业网络自制剧收视分析

8.2.2 山东电视台

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

3、企业网络自制剧播放频道分析

4、企业网络自制剧收视分析

8.2.3 浙江电视台

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

3、企业网络自制剧播放频道分析

4、企业网络自制剧收视分析

8.2.4 湖南电视台

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

3、企业网络自制剧播放频道分析

4、企业网络自制剧收视分析

8.2.5 安徽电视台

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

3、企业网络自制剧播放频道分析

4、企业网络自制剧收视分析

8.2.6 江苏电视台

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业网络自制剧播放频道分析
- 4、企业网络自制剧收视分析

8.2.7 四川电视台

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业网络自制剧播放频道分析
- 4、企业网络自制剧收视分析

8.2.8 上海电视台

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业网络自制剧播放频道分析
- 4、企业网络自制剧收视分析

8.2.9 北京电视台

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业网络自制剧播放频道分析
- 4、企业网络自制剧收视分析

8.3 中国网络自制剧主要网络平台经营情况分析

8.3.1 乐视网信息技术（北京）股份有限公司（乐视网）

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、网络自制剧播放分析
- 4、企业经营优劣势分析
- 5、企业最新发展动向分析

8.3.2 百度在线网络技术（北京）有限公司（奇艺网）

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、网络自制剧播放分析
- 4、企业经营优劣势分析

5、企业最新发展动向分析

8.3.3 腾讯控股有限公司（QQlive）

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、网络自制剧播放分析
- 4、企业经营优劣势分析
- 5、企业最新发展动向分析

8.3.4 优酷土豆股份有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、网络自制剧播放分析
- 4、企业经营优劣势分析
- 5、企业最新发展动向分析

8.3.5 激动网络有限公司（激动网）

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、网络自制剧播放分析
- 4、企业经营优劣势分析
- 5、企业最新发展动向分析

8.3.6 上海聚力传媒技术有限公司（PPTV）

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、网络自制剧播放分析
- 4、企业经营优劣势分析
- 5、企业最新发展动向分析

8.3.7 深圳市迅雷网络技术有限公司（迅雷看看）

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、网络自制剧播放分析
- 4、企业经营优劣势分析
- 5、企业最新发展动向分析

8.3.8 北京暴风科技股份有限公司（暴风影音）

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、网络自制剧播放分析
- 4、企业经营优劣势分析
- 5、企业最新发展动向分析

8.3.9 上海众源网络有限公司（PPStream）

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、网络自制剧播放分析
- 4、企业经营优劣势分析
- 5、企业最新发展动向分析

第九章 中国网络自制剧行业发展前景与投资分析()

9.1 中国网络自制剧行业发展前景分析

9.1.1 网络自制剧行业发展驱动因素

- 1、政策利好
- 2、文化消费增长
- 3、市场竞争日益规范
- 4、三网融合的推动
- 5、新技术应用带来机遇
- 6、海外市场拓宽盈利渠道

9.1.2 网络自制剧行业发展阻碍因素

- 1、盗版冲击
- 2、国际市场竞争冲击
- 3、资金瓶颈限制

9.1.3 网络自制剧行业发展前景预测

- 1、网络自制剧制作企业收入具有预测性
 - 1) 网络自制剧需求量持续上升
 - 2) 盈利模式决定网络自制剧制作企业收入具备预测性和稳定性
- 2、网络自制剧交易额增长具有稳定性
- 3、一线卫视网络自制剧采购规模仍将扩大

9.2 中国网络自制剧行业投资特性分析

9.2.1 网络自制剧行业发展壁垒

9.2.2 网络自制剧行业市场供求分析

- 1、整体供大于求
- 2、需求呈增加趋势
- 3、精品剧供不应求

9.2.3 网络自制剧行业利润水平分析

- 1、成本分析
- 2、收入分析

9.2.4 网络自制剧行业投资风险分析

- 1、政策监管风险
- 2、税收政策风险
- 3、竞争加剧风险
- 4、知识产权纠纷风险
- 5、联合投资制作风险
- 6、安全生产的风险

9.3 中国网络自制剧行业投资机会与投资建议

9.3.1 网络自制剧行业投资价值分析

- 1、网络自制剧需求空间巨大
- 2、网络自制剧投入回报率较高
- 3、行业具备中长期投资价值

9.3.2 网络自制剧行业投资机会分析

- 1、精品剧投资机会大
- 2、卫视黄金档存投资机会
- 3、新媒体网络自制剧投资机会

9.3.3 网络自制剧行业投资建议

- 1、择机上市
- 2、投资定制剧
- 3、投资精品剧
- 4、投资新媒体播放平台

部分图表目录：

图表：2016-2020年网络自制剧行业市场规模分析

图表：2022-2028年网络自制剧行业市场规模预测

图表：2016-2020年网络自制剧重要数据指标比较

图表：2016-2020年中国网络自制剧行业销售情况分析

图表：2016-2020年中国网络自制剧行业利润情况分析

图表：2016-2020年中国网络自制剧行业资产情况分析

图表：2016-2020年中国网络自制剧竞争力分析

图表：2022-2028年中国网络自制剧产能预测

图表：2022-2028年中国网络自制剧消费量预测

图表：2022-2028年中国网络自制剧市场前景预测

图表：2022-2028年中国网络自制剧市场价格走势预测

图表：2022-2028年中国网络自制剧发展前景预测

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202208/314966.html>