

中国互联网+医药物流行业商业模式创新与投资机会深度研究报告

目 录

CONTENTS

第1章：中国互联网+医药物流行业发展现状及前景

1.1 互联网+医药物流行业概念界定

1.1.1 “互联网+”的提出及内涵

- (1) “互联网+”的提出
- (2) “互联网+”的内涵

1.1.2 互联网+医药物流行业的内涵和发展阶段分析

- (1) 互联网+医药物流行业的内涵
- (2) 互联网+医药物流行业的发展阶段

1.2 互联网给医药物流行业带来的冲击和变革分析

1.2.1 互联网+医药物流行业发展背景分析

- (1) 中国互联网+医药物流行业政策背景分析
- (2) 中国互联网+医药物流行业经济背景分析

1.2.2 互联网给医药物流行业带来的突破机遇分析

- (1) 互联网、大数据升级物流的“指挥系统”
- (2) 互联网让物流变得更“聪明”
- (3) 新模式不断涌现

1.2.3 互联网给医药物流行业带来的挑战分析

- (1) 监管困难
- (2) 配送问题
- (3) 消费者权益
- (4) 加剧竞争

1.2.4 互联网+医药物流行业融合创新机会分析

1.3 中国互联网+医药物流行业市场发展现状分析

1.3.1 医药物流行业信息技术渗透率分析

1.3.2 中国互联网+医药物流行业市场规模分析

1.3.3 中国互联网+医药物流行业竞争格局分析

- (1) 中国互联网+医药物流行业参与者结构
- (2) 中国互联网+医药物流行业竞争者类型
- (3) 中国互联网+医药物流行业竞争态势

1.4 中国互联网+医药物流行业市场发展前景分析

1.4.1 中国互联网+医药物流行业市场增长动力分析

- (1) 供应链一体化的融合是大势所趋，电商发展成催化剂
- (2) 智能物流技术的发展为供应链整合奠定基础

1.4.2 中国互联网+医药物流行业市场发展瓶颈剖析

1.4.3 中国互联网+医药物流行业市场发展趋势分析

1.5 中国医药物流行业电商发展现状及前景预测

1.5.1 中国医药物流行业电商总体开展情况

1.5.2 中国医药物流行业电商交易规模分析

1.5.3 中国医药物流行业运营模式分析

- (1) 制药企业自营物流
- (2) 传统批发企业物流
- (3) 第三方物流

1.5.4 中国医药物流行业电商盈利情况分析

1.5.5 中国医药物流行业电商市场现存问题

- (1) 行业标准有待进一步完善落实
- (2) 服务质量问题多发
- (3) 发展受体制阻碍
- (4) 信息化水平不高，与互联网结合不紧密

1.5.6 中国医药物流行业电商市场趋势分析

1.5.7 中国医药物流行业电商市场规模预测

第2章：中国互联网+医药物流行业商业模式创新策略

- 2.1 前瞻关于商业模式研究的基本思想介绍
 - 2.1.1 商业模式的定义及与其他模式的比较
 - 2.1.2 商业模式的核心构成要素及构建流程
 - (1) 商业模式的九大要素
 - (2) 商业模式的核心要素
- 2.2 中国互联网+医药物流行业市场定位创新分析
 - 2.2.1 中国医药物流行业消费者特征分析
 - 2.2.2 中国医药物流行业企业主流的市场定位分析
 - (1) 医药企业物流定位
 - (2) 第三方医药物流市场定位
 - 2.2.3 互联网对医药物流行业市场定位的变革分析
 - 2.2.4 互联网下医药物流行业市场定位优秀案例分析
 - (1) 苏州恒鼎（医药）物流有限公司市场定位分析
 - (2) 物流系统特点
 - (3) 公司发展情况分析
- 2.3 中国互联网+医药物流行业价值主张创新分析
 - 2.3.1 中国医药物流行业主要的客户价值主张要素分析
 - 2.3.2 互联网+医药物流行业价值主张创新策略分析
 - (1) 医药物流行业企业如何利用互联网升级使用体验
 - (2) 医药物流行业企业如何利用互联网改善个性化服务体验
 - 2.3.3 互联网+医药物流行业价值主张创新优秀案例
- 2.4 中国互联网+医药物流行业渠道通路创新分析
 - 2.4.1 中国医药物流行业渠道通路的主要类别及特点分析
 - (1) 价值传递通路的定义及特点
 - (2) 产品销售渠道的定义及特点
 - 2.4.2 互联网对医药物流行业渠道通路的颠覆性变革分析
 - 2.4.3 互联网+医药物流行业网络媒体广告宣传策略分析
 - (1) 搜索引擎宣传（关键词竞价）
 - (2) 物流信息网等垂直信息网站宣传
 - (3) 企业网络营销传播模式分析
 - 2.4.4 互联网+医药物流行业电商渠道构建策略分析
 - (1) 稳步实施全网营销
 - (2) 加强线上线下协调配合，实施O2O电子商务
 - (3) 做好双渠道市场定位，实施差异化策略
 - 2.4.5 互联网+医药物流行业渠道通路创新优秀案例
- 2.5 中国互联网+医药物流行业客户关系创新分析
 - 2.5.1 中国医药物流行业客户关系的类别及关系成本分析
 - (1) 买卖关系
 - (2) 供应关系
 - (3) 合作伙伴
 - 2.5.2 中国互联网+医药物流行业客户关系创新路径分析
 - 2.5.3 中国互联网+医药物流行业客户关系创新优秀案例
 - (1) 健一网维护客户关系模式
 - (2) 健一网体验店模式设计
 - (3) 健一网体验店模式效果
- 2.6 中国互联网+医药物流行业收入来源创新分析
 - 2.6.1 中国医药物流行业收入的主要来源渠道及特点
 - 2.6.2 中国互联网+医药物流行业收入来源的创新分析
 - 2.6.3 中国互联网+医药物流行业收入来源创新优秀案例
 - (1) 珍诚医药在线股份有限公司概况
 - (2) 收入来源创新实例
- 2.7 中国互联网+医药物流行业合作伙伴创新分析
 - 2.7.1 中国医药物流行业主要的合作伙伴及其特点分析
 - (1) 主要合作伙伴——生物医药行业发展现状
 - (2) 主要合作伙伴——生物医药行业集群特征
 - 2.7.2 互联网如何改变医药物流行业合作伙伴结构
 - 2.7.3 互联网下医药物流行业新增合作伙伴的特点
 - 2.7.4 互联网下医药物流行业新增合作伙伴优秀案例
 - 2.7.5 中国互联网+医药物流行业客户关系创新优秀案例

- (1) 九州通公司简介
- (2) 九州通与微信合作推行O2O“药急送”的过程分析
- (3) 双方合作所带来的效益
- (4) 合作过程中存在的问题
- (5) 需要完善和改进的地方

2.8 中国互联网+医药物流行业成本机构优化分析

- 2.8.1 中国医药物流行业主要成本结构及特点分析
- 2.8.2 互联网如何改变医药物流行业成本结构
- 2.8.3 互联网下医药物流行业成本结构的优化路径
- 2.8.4 互联网下医药物流行业成本结构优化优秀案例
 - (1) 重庆医药股份有限公司简介
 - (2) 成本结构优化实例

2.9 国外互联网+医药物流行业商业模式创新经验

- 2.9.1 国外互联网+医药物流行业商业模式优秀案例剖析
 - (1) 荷兰邮政集团 (TPG)
 - (2) 敦豪航空货运公司 (DHL)
- 2.9.2 国外互联网+医药物流行业商业模式创新经验借鉴

第3章：中国医药物流行业企业电商战略规划及模式选择

3.1 中国医药物流行业企业电商战略规划分析

- 3.1.1 医药物流企业电商如何正确定位
 - (1) 服务特色定位
 - (2) 价格定位
 - (3) 主导区域定位
 - (4) 客户群体定位
- 3.1.2 医药物流电商核心业务确定策略
 - (1) 做强做大传统业务，打造传统业务的绝对优势
 - (2) 获取未来业务进入筹码

3.2 中国医药物流行业典型电商发展模式总体分析

- 3.2.1 中国电子商务主流模式分析
- 3.2.2 B2B电商模式及其优劣势分析
 - (1) B2B电商模式的特点
 - (2) B2B电商模式的适用范围
 - (3) B2B电商模式的优秀案例
 - (4) B2B电商模式的优劣势
- 3.2.3 B2C电商模式及其优劣势分析
 - (1) B2C电商模式的特点
 - (2) B2C电商模式的适用范围
 - (3) B2C电商模式的优秀案例
 - (4) B2C电商模式的优劣势
- 3.2.4 C2C电商模式及其优劣势分析
 - (1) C2C电商模式的特点
 - (2) C2C电商模式的适用范围
 - (3) C2C电商模式的优秀案例
 - (4) C2C电商模式的优劣势
- 3.2.5 O2O电商模式及其优劣势分析
 - (1) O2O电商模式的特点
 - (2) O2O电商模式的适用范围
 - (3) O2O电商模式的优秀案例
 - (4) O2O电商模式的优劣势

3.2.6 中国医药物流行业最优电商模式的选择

3.3 中国医药物流行业企业电商切入模式及发展路径

- 3.3.1 物流服务电子化模式
 - (1) 物流服务电子化模式特点及优劣势
 - (2) 物流服务电子化模式的业务布局分析
 - (3) 物流服务电子化模式的渠道通路分析
 - (4) 物流服务电子化模式的收入来源分析
 - (5) 物流服务电子化模式的关键资源能力分析
 - (6) 物流服务电子化模式的经营风险分析
 - (7) 物流服务电子化模式的优秀案例分析

- 3.3.2 O2O模式
 - (1) O2O模式的特点及优劣势
 - (2) O2O模式的业务布局分析
 - (3) O2O模式的渠道通路分析
 - (4) O2O模式的收入来源分析
 - (5) O2O模式的关键资源能力分析
 - (6) O2O模式的经营风险分析
 - (7) O2O模式的优秀案例分析

3.4 中国医药物流行业移动电商切入路径及典型产品

- 3.4.1 中国医药物流行业移动电商的商业价值分析
 - (1) 移动电商的商业价值分析
 - (2) 中国移动互联网发展现状
 - (3) 中国移动互联网前景预测
- 3.4.2 中国医药物流行业移动电商市场发展现状
- 3.4.3 中国医药物流行业移动电商切入路径
- 3.4.4 中国医药物流行业移动电商典型产品形式
 - (1) 药房网商城简介
 - (2) 药房网商城运营模式
 - (3) 药房网商城企业入驻情况
 - (4) 药房网商城经营品类分析
 - (5) 药房网商城运营效率分析
 - (6) 药房网商城经营优劣势分析
- 3.4.5 中国医药物流行业移动电商发展趋势及前景
 - (1) 移动端成为医药行业创新创业的土壤
 - (2) 药品虚拟云配送模式将成为主流

第4章：中国互联网+医药物流商业模式创新优秀案例剖析

4.1 国药控股

- 4.1.1 国药控股基本信息分析
- 4.1.2 国药控股经营情况分析
 - (1) 主要经济指标分析
 - (2) 企业盈利能力分析
 - (3) 企业运营能力分析
 - (4) 企业偿债能力分析
 - (5) 企业发展能力分析
- 4.1.3 国药控股产品/服务分析
 - (1) 总体业务构成
 - (2) 医药分销业务系统构成
 - (3) 药品零售业务系统构成
 - (4) 物流配送业务系统构成
 - (5) 药品制造业务系统构成
 - (6) 其他业务系统构成
- 4.1.4 国药控股盈利模式分析
 - (1) 全产业链盈利模式
 - (2) 分销业务盈利模式
 - (3) 物流配送业务盈利模式
- 4.1.5 国药控股渠道通路分析
- 4.1.6 国药控股合作伙伴分析
- 4.1.7 国药控股融资情况分析
- 4.1.8 国药控股商业模式评价
 - (1) 通过差异化服务形成竞争优势
 - (2) 获得战略协同效应
 - (3) 信息传递顺畅
 - (4) 获得品牌优势

4.2 广州医药有限公司

- 4.2.1 广州医药有限公司基本信息分析
- 4.2.2 广州医药有限公司经营情况分析
- 4.2.3 广州医药有限公司产品/服务分析
- 4.2.4 广州医药有限公司盈利模式分析
 - (1) 医院纯销业务盈利模式：签订购销合同+集中采购+物流配送

- (2) 分销业务盈利模式：集中采购+物流配送（分销商）
- (3) 零售业务盈利模式：集中采购+药店销售

4.2.5 广州医药有限公司渠道通路分析

4.2.6 广州医药有限公司合作伙伴分析

4.2.7 广州医药有限公司融资情况分析

4.2.8 广州医药有限公司商业模式评价

- (1) 运用B2B、B2C网络扩大覆盖范围
- (2) 搭建智能物流体系
- (3) 布局跨境电商业务

4.3 北京快方科技有限公司

4.3.1 北京快方科技有限公司基本信息分析

4.3.2 北京快方科技有限公司经营情况分析

4.3.3 北京快方科技有限公司产品/服务分析

4.3.4 北京快方科技有限公司盈利模式分析

4.3.5 北京快方科技有限公司渠道通路分析

4.3.6 北京快方科技有限公司合作伙伴分析

4.3.7 北京快方科技有限公司融资情况分析

4.3.8 北京快方科技有限公司商业模式评价

第5章：中国互联网+医药物流行业市场投资机会及建议

5.1 中国互联网+医药物流行业投资特性及风险

5.1.1 互联网+医药物流行业投资壁垒分析

- (1) 专业认证壁垒
- (2) 经营资质壁垒
- (3) 企业规模壁垒
- (4) 市场壁垒
- (5) 政策壁垒

5.1.2 互联网+医药物流行业投资特性分析

5.1.3 互联网+医药物流行业投资风险分析

- (1) 宏观经济波动风险
- (2) 市场竞争风险
- (3) 政策和体制风险
- (4) 技术风险

5.2 中国互联网+医药物流行业投融资现状及趋势

5.2.1 中国互联网+医药物流行业投资现状及趋势

- (1) 中国互联网+医药物流行业投资主体结构
- (2) 2015年主要投资事件分析
- (3) 各投资主体投资趋势分析

5.2.2 中国互联网+医药物流行业融资现状及趋势

- (1) 中国互联网+医药物流行业融资主体分析
- (2) 近三年主要融资事件分析
- (3) 互联网+医药物流行业融资趋势分析

5.3 中国互联网+医药物流行业投资机会及建议

5.3.1 中国互联网+医药物流行业投资机会分析

- (1) 轻资产快速扩张，重构物流生态
- (2) IT技术从后台走向前台
- (3) 延伸供应链金融，创新商业+金融模式

5.3.2 前瞻关于互联网+医药物流行业的投资建议

第6章：中国大型企业互联网+医药物流投资布局分析

6.1 相关上市公司“互联网+医药物流”投资布局

6.1.1 浙江英特集团股份有限公司经营分析

- (1) 企业基本信息分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析
- (4) 企业互联网+医药物流投资布局
- (5) 企业互联网+医药物流产品/服务分析
- (6) 企业最新发展动向分析

6.1.2 哈药集团股份有限公司经营分析

- (1) 企业基本信息分析
- (2) 企业经营情况分析

- (3) 企业互联网+医药物流投资布局
- (4) 企业互联网+医药物流产品/服务分析
- (5) 企业最新发展动向
- 6.1.3 上海医药集团股份有限公司经营分析
 - (1) 企业基本信息分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - 1) 主要经济指标分析
 - 2) 企业盈利能力分析
 - 3) 企业运营能力分析
 - 4) 企业偿债能力分析
 - 5) 企业发展能力分析
 - (3) 企业互联网+医药物流投资布局
 - (4) 企业互联网+医药物流产品/服务分析
 - (5) 企业最新发展动向
- 6.2 大型互联网企业“互联网+医药物流”投资布局
 - 6.2.1 阿里巴巴
 - (1) 企业基本信息分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业互联网+医药物流投资布局
 - (4) 企业互联网+医药物流优势分析
 - (5) 企业最新发展动向
 - 6.2.2 度公司
 - (1) 企业基本信息分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业互联网+医药物流投资布局
 - (4) 企业互联网+医药物流产品/服务分析
 - (5) 企业最新发展动向
 - 6.2.3 腾讯公司
 - (1) 企业基本信息分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业互联网+医药物流投资布局
 - (4) 企业互联网+医药物流产品/服务分析
 - (5) 企业最新发展动向

图表目录

- 图表1: “互联网+”提出背景
- 图表2: 2013-2018年互联网+医药物流行业主要发展规划汇总
- 图表3: 2013-2018年互联网+医药物流行业主要政策汇总
- 图表4: 2013-2018年第1-9月美国GDP季度增速走势图(单位: %)
- 图表5: 2013-2018年美国消费者信心指数走势图
- 图表6: 2013-2018年美国失业率走势图(单位: %)
- 图表7: 2013-2018年1-9月欧元区GDP季度增速走势图(单位: %)
- 图表8: 2013-2018年欧元区月度PMI指数走势图
- 图表9: 2013-2018年欧元区月度失业率趋势图(单位: %)
- 图表10: 2013-2018年第1-9月日本GDP月度增速走势图(单位: %)
- 图表11: 2013-2018年日本工业生产指数月度走势图
- 图表12: 2013-2018年日本失业率月度走势图(单位: %)
- 图表13: 2013-2018年中国GDP走势图(单位: 万亿元, %)
- 图表14: 2013-2018年全社会固定资产投资走势图(单位: 亿元, %)
- 图表15: 2014-2018年全社会固定资产投资(不含农户)增速走势图(单位: %)
- 图表16: 中国物流信息化渗透率(单位: %)
- 图表17: 2013-2018年医药电商B2B市场规模(单位: 亿元, 件, %)
- 图表18: 2014-2018年度网上药店销售十强排行榜
- 图表19: 互联网+医药物流行业竞争者类型分析
- 图表20: 电子商务系统的“三个流”

- 图表21: 一体化的供应链物流示意图
- 图表22: 智能物流系统的组成及应用主要技术
- 图表23: 2013-2018年我国医药B2C市场规模及同比增速(单位: 亿元, %)
- 图表24: 药品流通渠道示意图
- 图表25: 2019-2024年中国医药物流行业电商市场规模预测(单位: 亿元)
- 图表26: 商业模式与其它模式的区别
- 图表27: 商业模式在企业中的地位图
- 图表28: 商业模式九大要素关系图
- 图表29: 我国医药物流客户服务需求分析
- 图表30: 医药企业物流定位发展
- 图表31: 医药物流行业价值主张分析
- 图表32: 网络营销传播模式比较
- 图表33: 健一网体验店模式的定位
- 图表34: 健一网O2O系统设计
- 图表35: 医药物流行业收入来源渠道及特征
- 图表36: 我国生物医药产业梯队分布情况
- 图表37: 微信与九州通合作过程图
- 图表38: 2018年九州通净利润累计增长图(单位: 万元)
- 图表39: 2018年全国重点调查医药企业物流成本构成(单位: %)
- 图表40: DHL的发展历程表
- 图表41: 中国电子商务主流模式
- 图表42: 我国B2B电子商务物流特点
- 图表43: B2B电子商务物流模式选择分析
- 图表44: 我国B2B电子商务部分行业适用情况
- 图表45: 我国B2B电子商务优劣势分析
- 图表46: 中国B2C电子商务采购特征
- 图表47: 中国B2C电商模式的优劣势
- 图表48: 支付宝交易流程
- 图表49: 中国C2C电商模式的优劣势
- 图表50: O2O电商模式的适用范围
- 图表51: Uber运作流程
- 图表52: O2O电商模式的优劣势
- 图表53: 物流服务电子化模式的优劣势
- 图表54: 物流服务电子化模式的业务布局
- 图表55: 物流服务电子化模式的发展方式
- 图表56: 物流服务电子化模式的收入来源
- 图表57: 物流服务电子化模式的关键资源能力
- 图表58: 物流服务电子化模式的经营风险
- 图表59: O2O模式的优劣势
- 图表60: O2O模式的业务布局
- 图表61: O2O模式的发展方式
- 图表62: O2O模式的收入来源
- 图表63: 自建B2C官网备选相关成功因素
- 图表64: 相关成功因素影响关系
- 图表65: 物流服务电子化模式的经营风险
- 图表66: 2013-2018年中国移动互联网市场规模(单位: 亿元, %)
- 图表67: 2013-2018年中国PC网民与移动网民规模及预测(单位: 亿人, %)
- 图表68: 2013-2018年中国智能手机出货量及保有量(单位: 亿台)
- 图表69: 传统移动通信时代和移动互联网时代对比
- 图表70: 移动互联网应用需求曲线
- 图表71: 中国移动互联网产业四象竞争格局
- 图表72: 2013-2018年中国移动互联网产业细分行业结构图(单位: %)
- 图表73: 2019-2024年中国移动互联网市场规模预测(单位: 亿元)
- 图表74: 2019-2024年中国移动互联网用户规模预测(单位: 亿)
- 图表75: 医药物流行业移动互联网市场进入壁垒分析图
- 图表76: 药房网商城CPS联盟合作模式分析
- 图表77: 药房网商城企业入驻商品经营资质要求
- 图表78: 药房网商城最新入驻药店
- 图表79: 药房网商城经营优劣势分析

- 图表80: 药品虚拟云配送模式
- 图表81: 国药控股股份有限公司基本信息表
- 图表82: 2013-2018年国药控股股份有限公司主要经济指标分析 (单位: 万元)
- 图表83: 2013-2018年国药控股股份有限公司盈利能力分析 (单位: %)
- 图表84: 2013-2018年国药控股股份有限公司运营能力分析 (单位: 次)
- 图表85: 2013-2018年国药控股股份有限公司偿债能力分析 (单位: %)
- 图表86: 2013-2018年国药控股股份有限公司发展能力分析 (单位: %)
- 图表87: 2018年国药控股股份有限公司业务分布 (单位: %)
- 图表88: 广州医药有限公司基本信息表
- 图表89: 广州医药有限公司主要业务板块
- 图表90: 广州医药有限公司物流中心
- 图表91: 北京快方科技有限公司基本信息表
- 图表92: 医药物流行业专业认证壁垒
- 图表93: 医药物流行业经营资质壁垒
- 图表94: 医药物流行业技术风险分析
- 图表95: 医药物流行业投资主体投资趋势
- 图表96: 互联网金融三种类型
- 图表97: 浙江英特集团股份有限公司基本信息表
- 图表98: 截至2018年浙江英特集团股份有限公司股权结构图
- 图表99: 2013-2018年1-9月浙江英特集团股份有限公司主要经济指标分析 (单位: 万元)
- 图表100: 2013-2018年1-9月浙江英特集团股份有限公司盈利能力分析 (单位: %)
- 图表101: 2018年浙江英特集团股份有限公司主营业务分行业、产品情况表 (单位: 万元, %)
- 图表102: 2013-2018年1-9月浙江英特集团股份有限公司运营能力分析 (单位: 次)
- 图表103: 2013-2018年1-9月浙江英特集团股份有限公司偿债能力分析 (单位: %, 倍)
- 图表104: 2013-2018年1-9月浙江英特集团股份有限公司发展能力分析 (单位: %)
- 图表105: 浙江英特集团股份有限公司经营优劣势分析
- 图表106: 哈药集团股份有限公司基本信息表
- 图表107: 截至2018年哈药集团股份有限公司股权结构图
- 图表108: 2013-2018年1-9月哈药集团股份有限公司主要经济指标分析 (单位: 万元)
- 图表109: 2018年哈药集团股份有限公司主营业务分地区情况表 (单位: 万元, %)
- 图表110: 2013-2018年1-9月哈药集团股份有限公司盈利能力分析 (单位: %)
- 图表111: 2018年哈药集团股份有限公司主营业务分产品情况表 (单位: 万元, %)
- 图表112: 2013-2018年1-9月哈药集团股份有限公司运营能力分析 (单位: 次)
- 图表113: 2013-2018年1-9月哈药集团股份有限公司偿债能力分析 (单位: %, 倍)
- 图表114: 2013-2018年1-9月哈药集团股份有限公司发展能力分析 (单位: %)
- 图表115: 上海医药集团股份有限公司基本信息表
- 图表116: 2013-2018年上海医药集团股份有限公司营收情况分析 (单位: 万元)
- 图表117: 2013-2018年上海医药集团股份有限公司盈利能力分析 (单位: %)
- 图表118: 2013-2018年一季度上海医药集团股份有限公司运营能力分析 (单位: 次)
- 图表119: 2013-2018年一季度上海医药集团股份有限公司偿债能力分析 (单位: %)
- 图表120: 2013-2018年上海医药集团股份有限公司发展能力分析 (单位: %)
- 略.....完整目录请咨询客服

如需了解报告详细内容, 请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线: 400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件: service@qianzhan.com

或登录网站: <https://bg.qianzhan.com/>

我们会竭诚为您服务!