

# 2016-2022年中国综艺节目行业现状调研与十三五 发展趋势研究报告

报告大纲

观研报告网

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

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2016-2022年中国综艺节目行业现状调研与十三五发展趋势研究报告》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/yingshidongman/240277240277.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

中国内地电视娱乐节目真正受到关注是从1983年起举办的中央电视台春节联欢晚会和1990年开播的《综艺大观》开始的。电视综艺节目作为电视市场具有强大竞争力的内容产品之一，以自己独特的方式影响着人们的精神生活。观看电视综艺节目成为人们休闲时间的主要娱乐方式之一。相对于其他电视栏目，综艺节目能够在短时间内聚合受众注意力，扩大频道影响力，快速提高收视率。

在体制改革、政策促进、市场激励的多重作用下，中国电视节目内容行业发展正在迈入黄金机遇期。经过2012-2015年这一轮的综艺大喷发，未来综艺节目仍将会维持较快的发展，大制作引进型综艺节目以及自制综艺将是未来行业的两个主要利润点，而广告收入仍将是综艺节目的主要收入来源，未来由综艺节目的影响力而衍生出的商业价值会被进一步被开发。预计未来5年行业的利润空间会在20-40亿元之间。

2014年电视平台共播出综艺节目767档，综艺晚会、颁奖晚会及真人秀3类播出量较高，近50%。由于限娱令的制约，未来5年国内综艺节目的数量增长仍会在比较稳定的范围内，预计全年会在750档-1100档之间。制播分离的深入将给社会制作公司提供更多与电视台合作的机遇。目前，中国大约有25%的综艺娱乐节目由市场化的社会制作公司提供，预计在未来几年之内这一比例有望超过50%。

户外真人秀已经成为综艺节目竞争的主战场。至少在未来几年内，这一潮流将持续。韩式明星户外真人秀是目前的常见形态。韩国几大电视台的品牌节目模式，几乎都被国内电视台争抢一空。与演播室节目相比，户外真人秀的植入广告空间更大。自制综艺方面，2015年1-7月，中国六大主流视频网站上线自制综艺数量已突破60档，仅大型季播节目就接近20档，包含访谈、脱口秀、智力问答、娱乐八卦等多个节目类型，网络自制综艺进入发展的黄金期。未来的中国综艺市场仍有更大的需求等待被开发，中国综艺节目行业将向着更成熟的模式发展。

中国报告网发布的《2016-2022年中国综艺节目行业现状调研与十三五发展趋势研究报告》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、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。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。

## 【报告大纲】

### 第一部分 综艺节目产业环境透视

#### 第一章 综艺节目行业发展综述

##### 第一节 综艺节目的界定

###### 一、综艺节目的界定

###### 二、综艺节目的类别

###### 三、综艺节目的基本特征

###### 四、综艺节目行业特性

##### 第二节 综艺节目业务流程分析

###### 一、综艺节目业务模式分析

###### 二、综艺节目制作环节分析

###### 三、综艺节目播出环节分析

##### 第三节 综艺节目行业产业链分析

###### 一、产业链结构分析

###### 二、主要环节的增值空间

###### 三、与上下游行业之间的关联性

###### 四、行业产业链上游相关行业分析

###### 五、行业下游产业链相关行业分析

###### 六、上下游行业影响及风险提示

#### 第二章 综艺节目行业市场环境及影响分析

##### 第一节 综艺节目行业政治法律环境

###### 一、行业管理体制分析

###### 二、行业主要法律法规

###### 三、综艺节目行业相关标准

###### 四、行业相关发展规划

###### 五、政策环境对行业的影响

##### 第二节 行业经济环境分析

###### 一、宏观经济形势分析

###### 二、宏观经济环境对行业的影响分析

##### 第三节 行业社会环境分析

###### 一、综艺节目产业社会环境

###### 二、社会环境对行业的影响

###### 三、综艺节目产业发展对社会发展的影响

#### 第三章 全球综艺节目行业发展分析

## 第一节 全球综艺节目发展现状分析

### 一、国外综艺节目发展概况

### 二、国外综艺节目发展特点分析

## 第二节 美国真人秀类节目模式与案例分析

### 一、美国真人秀类节目模式分析

### 二、美国真人秀类节目案例分析

## 第三节 欧洲真人秀类节目模式与案例分析

### 一、欧洲真人秀类节目模式分析

### 二、欧洲真人秀类节目案例分析

## 第四节 日本综艺节目发展现状分析

### 一、益智节目模式与案例分析

### 二、日本访谈类节目模式与案例分析

### 三、日本国民娱乐爆料类节目模式与案例分析

## 第五节 韩国综艺节目发展现状分析

### 一、韩国综艺节目主要类型分析

### 二、韩国综艺节目发展历程分析

### 三、韩国综艺节目案例分析

## 第六节 台湾综艺节目行业发展分析

### 一、台湾综艺节目发展历程

### 二、台湾综艺节目发展现状

### 三、对大陆综艺节目的影响分析

### 四、台湾综艺节目发展的启示

## 第二部分 综艺节目行业深度分析

## 第四章 我国综艺节目行业运行现状分析

### 第一节 我国综艺节目行业发展状况分析

#### 一、我国综艺节目行业发展阶段

#### 二、我国综艺节目行业发展总体概况

#### 三、我国综艺节目行业发展特点分析

#### 四、综艺节目行业运营模式分析

### 第二节 2014-2015年综艺节目行业发展现状

#### 一、2014-2015年我国综艺节目行业市场规模

#### 二、2015年上半年我国综艺节目行业发展情况

#### 三、2014-2015年中国综艺节目发展分析

### 第三节 我国综艺节目市场供需分析

#### 一、2014-2015年我国综艺节目行业供给情况

- 二、2014-2015年我国综艺节目行业需求情况
- 三、2014-2015年我国综艺节目行业供需平衡分析
- 第五章 中国综艺节目收视及受众群体分析
  - 第一节 中国综艺节目收视分析
    - 一、综艺节目整体收视分析
    - 二、综艺节目收视竞争格局
    - 三、综艺节目发展动向分析
    - 四、综艺节目收视特点分析
  - 第二节 中国综艺节目受众群体分析
    - 一、不同年龄群体对综艺节目的收视分化
    - 二、不同年龄层受众收视喜好分析
    - 三、综艺节目受众互动分析
- 第三部分 综艺节目市场全景调研
- 第六章 全球综艺节目模式创新案例研究与发展趋势
  - 第一节 中国综艺节目模式创新案例与发展趋势研究
    - 一、综艺娱乐节目模式创新研究与发展趋势
    - 二、谈话类节目模式创新研究与发展趋势
  - 第二节 欧美综艺节目模式创新案例与发展趋势研究
    - 一、真人秀类节目模式创新研究与发展趋势
    - 二、游戏娱乐类节目模式创新研究与发展趋势
    - 三、生活服务类节目模式创新研究与发展趋势
    - 四、美食类节目模式创新研究与发展趋势
  - 第三节 日本综艺节目模式创新案例与发展趋势研究
    - 一、真人秀类节目模式创新研究与发展趋势
    - 二、游戏娱乐类节目模式创新研究与发展趋势
    - 三、生活服务类节目模式创新研究与发展趋势
    - 四、美食类节目模式创新研究与发展趋势
  - 第四节 韩国综艺节目模式创新案例与发展趋势研究
    - 一、韩国综艺节目模式创新理念
    - 二、综艺类节目模式创新研究与发展趋势
- 第七章 中国综艺节目行业热点专题分析
  - 第一节 新媒体融合下综艺节目发展分析
    - 一、新媒体产业发展现状分析
    - 二、新媒体与传统媒体融合的必然性分析
    - 三、电视媒体与网络媒体融合发展现状分析

#### 四、新媒体与综艺节目共赢分析

#### 五、新媒体融合下综艺节目发展趋势

#### 第二节 中国网络自制综艺节目分析

##### 一、网络视频行业发展分析

##### 二、各网络自制综艺节目分析

#### 第三节 “限娱令”对综艺节目影响探讨

##### 一、“限娱令”基本简介

##### 二、“限娱令”对综艺节目影响分析

#### 第四节 综艺节目发展策略分析

##### 一、综艺节目品牌创建瓶颈

##### 二、综艺节目品牌创建策略

#### 第四部分 综艺节目行业竞争格局分析

#### 第八章 2016-2022年综艺节目行业竞争形势及策略

#### 第一节 行业总体市场竞争状况分析

##### 一、综艺节目行业竞争结构分析

##### 二、综艺节目行业企业间竞争格局分析

##### 三、综艺节目行业集中度分析

##### 四、综艺节目行业SWOT分析

#### 第二节 中国综艺节目行业竞争格局综述

##### 一、综艺节目行业竞争概况

##### 二、中国综艺节目行业竞争力分析

##### 三、综艺节目行业主要企业竞争力分析

#### 第三节 2014-2015年综艺节目行业竞争格局分析

##### 一、2014-2015年国内外综艺节目竞争分析

##### 二、2014-2015年我国综艺节目市场竞争分析

##### 三、2014-2015年我国综艺节目市场集中度分析

##### 四、2014-2015年国内主要综艺节目企业动向

#### 第四节 综艺节目市场竞争策略分析

#### 第九章 2015年1-3季度中国综艺节目TOP10分析

#### 第一节 《中国好声音》第四季

##### 一、节目概况

##### 二、节目特色分析

##### 三、节目收视率分析

##### 四、节目受众群体分析

##### 五、节目热播原因分析

## 六、节目成功经验借鉴

### 第二节 《爸爸去哪儿》第三季

#### 一、节目概况

#### 二、节目特色分析

#### 三、节目收视率分析

#### 四、节目受众群体分析

#### 五、节目热播原因分析

#### 六、节目成功经验借鉴

### 第三节 《我是歌手》第三季

#### 一、节目概况

#### 二、节目特色分析

#### 三、节目收视率分析

#### 四、节目受众群体分析

#### 五、节目热播原因分析

#### 六、节目成功经验借鉴

### 第四节 《奔跑吧兄弟》第二季

#### 一、节目概况

#### 二、节目特色分析

#### 三、节目收视率分析

#### 四、节目受众群体分析

#### 五、节目热播原因分析

#### 六、节目成功经验借鉴

### 第五节 《花儿与少年》第二季

#### 一、节目概况

#### 二、节目特色分析

#### 三、节目收视率分析

#### 四、节目受众群体分析

#### 五、节目热播原因分析

#### 六、节目成功经验借鉴

### 第六节 《最强大脑》第二季

#### 一、节目概况

#### 二、节目特色分析

#### 三、节目收视率分析

#### 四、节目受众群体分析

#### 五、节目热播原因分析



## 六、节目成功经验借鉴

### 第七节 《爸爸回来了》第二季

#### 一、节目概况

#### 二、节目特色分析

#### 三、节目收视率分析

#### 四、节目受众群体分析

#### 五、节目热播原因分析

#### 六、节目成功经验借鉴

### 第八节 《真正男子汉》第一季

#### 一、节目概况

#### 二、节目特色分析

#### 三、节目收视率分析

#### 四、节目受众群体分析

#### 五、节目热播原因分析

#### 六、节目成功经验借鉴

### 第九节 《花样姐姐》第一季

#### 一、节目概况

#### 二、节目特色分析

#### 三、节目收视率分析

#### 四、节目受众群体分析

#### 五、节目热播原因分析

#### 六、节目成功经验借鉴

### 第十节 《我看你有戏》第一季

#### 一、节目概况

#### 二、节目特色分析

#### 三、节目收视率分析

#### 四、节目受众群体分析

#### 五、节目热播原因分析

#### 六、节目成功经验借鉴

## 第十章 2016-2022年综艺节目行业领先企业经营形势分析

### 第一节 上海灿星文化传播有限公司

#### 一、企业发展概况分析

#### 二、企业经营情况分析

#### 三、企业旗下节目分析

#### 四、企业资源优势分析

## 五、企业发展战略分析

### 第二节 芒果传媒有限公司

#### 一、企业发展概况分析

#### 二、企业经营情况分析

#### 三、企业旗下节目分析

#### 四、企业资源优势分析

#### 五、企业发展战略分析

### 第三节 浙江广播电视集团

#### 一、企业发展概况分析

#### 二、企业经营情况分析

#### 三、企业旗下节目分析

#### 四、企业资源优势分析

#### 五、企业发展战略分析

### 第四节 远景影视江苏股份有限公司

#### 一、企业发展概况分析

#### 二、企业经营情况分析

#### 三、企业旗下节目分析

#### 四、企业资源优势分析

#### 五、企业发展战略分析

### 第五节 北京光线传媒股份有限公司

#### 一、企业发展概况分析

#### 二、企业经营情况分析

#### 三、企业旗下节目分析

#### 四、企业资源优势分析

#### 五、企业发展战略分析

### 第六节 中视传媒股份有限公司

#### 一、企业发展概况分析

#### 二、企业经营情况分析

#### 三、企业旗下节目分析

#### 四、企业资源优势分析

#### 五、企业发展战略分析

### 第七节 凤凰卫视控股有限公司

#### 一、企业发展概况分析

#### 二、企业经营情况分析

#### 三、企业旗下节目分析

#### 四、企业资源优势分析

#### 五、企业发展战略分析

### 第八节 东方风行（北京）传媒文化有限公司

#### 一、企业发展概况分析

#### 二、企业经营情况分析

#### 三、企业旗下节目分析

#### 四、企业资源优势分析

#### 五、企业发展战略分析

### 第九节 北京银汉文化传播有限公司

#### 一、企业发展概况分析

#### 二、企业经营情况分析

#### 三、企业旗下节目分析

#### 四、企业资源优势分析

#### 五、企业发展战略分析

### 第十节 广东蓝色火焰文化传媒有限公司

#### 一、企业发展概况分析

#### 二、企业经营情况分析

#### 三、企业旗下节目分析

#### 四、企业资源优势分析

#### 五、企业发展战略分析

## 第五部分 综艺节目行业发展前景展望

### 第十一章 2016-2022年综艺节目行业前景及趋势预测

#### 第一节 2016-2022年综艺节目市场发展前景

##### 一、2016-2022年综艺节目市场发展潜力

##### 二、2016-2022年综艺节目市场发展前景展望

##### 三、2016-2022年综艺节目主要类型发展前景分析

#### 第二节 2016-2022年综艺节目市场发展趋势预测

##### 一、2016-2022年综艺节目行业发展趋势

##### 二、2016-2022年综艺节目市场规模预测

##### 三、2016-2022年细分市场发展趋势预测

#### 第三节 2016-2022年中国综艺节目行业供需预测

##### 一、2016-2022年中国综艺节目行业供给预测

##### 二、2016-2022年中国综艺节目产量规模预测

##### 三、2016-2022年中国综艺节目投资规模预测

##### 四、2016-2022年中国综艺节目行业需求预测

## 五、2016-2022年中国综艺节目行业供需平衡预测

### 第十二章 2016-2022年综艺节目行业投资机会与风险防范

#### 第一节 综艺节目行业投融资情况

##### 一、行业资金渠道分析

##### 二、固定资产投资分析

##### 三、兼并重组情况分析

##### 四、综艺节目行业投资现状分析

#### 第二节 2016-2022年综艺节目行业投资机会

##### 一、产业链投资机会

##### 二、细分市场投资机会

##### 三、重点区域投资机会

##### 四、综艺节目行业投资机遇

#### 第三节 2016-2022年综艺节目行业投资风险及防范

##### 一、政策风险及防范

##### 二、技术风险及防范

##### 三、供求风险及防范

##### 四、宏观经济波动风险及防范

##### 五、关联产业风险及防范

##### 六、产品结构风险及防范

##### 七、其他风险及防范

#### 第四节 中国综艺节目行业投资建议

##### 一、综艺节目行业未来发展方向

##### 二、综艺节目行业主要投资建议

##### 三、中国综艺节目企业融资分析

### 第六部分 综艺节目行业发展战略研究

### 第十三章 2016-2022年综艺节目行业面临的困境及对策

#### 第一节 2015年综艺节目行业面临的困境

#### 第二节 综艺节目企业面临的困境及对策

##### 一、重点综艺节目企业面临的困境及对策

##### 二、中小综艺节目企业发展困境及策略分析

##### 三、国内综艺节目企业的出路分析

#### 第三节 中国综艺节目行业存在的问题及对策

##### 一、中国综艺节目行业存在的问题

##### 二、综艺节目行业发展的建议对策

#### 第四节 中国综艺节目市场发展面临的挑战与对策

一、中国综艺节目市场发展面临的挑战

二、中国综艺节目市场发展对策分析

第十四章 综艺节目行业发展战略研究

第一节 综艺节目行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对我国综艺节目品牌的战略思考

一、综艺节目品牌的重要性

二、综艺节目实施品牌战略的意义

三、综艺节目企业品牌的现状分析

四、我国综艺节目企业的品牌战略

五、综艺节目品牌战略管理的策略

第三节 综艺节目经营策略分析

一、综艺节目市场细分策略

二、综艺节目市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、综艺节目新产品差异化战略

第四节 综艺节目行业投资战略研究

一、2015年综艺节目行业投资战略

二、2016-2022年综艺节目行业投资战略

三、2016-2022年细分行业投资战略

图表目录

图表：2014年我国综艺排名

图表：综艺节目行业主要法律法规及政策

图表：2014年年末人口数及其构成

图表：2010-2014年国内生产总值以及增长速度

图表：2010-2014城镇新增就业人数

图表：2010-2014年国家全员劳动生产率

图表：2014年12月份居民消费月度涨跌幅度

图表：2014年居民消费价格比2013年涨跌幅度

图表：2014年新建商品住宅月同比价格上涨、持平、下降城市个数变化情况

图表：2010-2014年全国一般公共预算收入

图表：2010-2014年末国家外汇储备

图表：2010-2014年粮食产量

图表：2010-2014全部工业增加值及其增长速度

图表：2014年主要工业产品产量及其增长速度

图表：2010-2014建筑业增加值及其增长速度

图表：2010-2014全社会固定资产投资

图表：2014年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度

图表：2014年固定资产投资新增主要生产与运营能力

图表：2014年固定资产投资新增主要生产与运营能力

图表：2014年社会消费品零售总额

图表：2010-2014年货物进出口总额

图表：2014年货物进出口总额及其增长速度

图表：2014年主要商品出口数量、金额及其增长速度

图表：2014年主要商品进口数量、金额及其增长速度

图表：2014年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度

图表：2014年非金融领域外商直接投资及其增长速度

图表：2014年非金融领域对外直接投资额及其增长速度

图表：2014年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度

图表：2014年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度

图表：2010-2014年年末固定互联网宽带接入用户和移动宽带用户数

图表：2014年年末全部金融机构本外币存贷款余额及其增长速度

图表：2014年晚间栏目总排名前20位CSM504+

图表：2014年电视台部分综艺节目播出量（题材）

图表：2015年上半年各类节目收视比重

图表：2013-2015年上半年各级频道综艺节目收视比重

图表：2012-2015年各级频道市场份额对比（历年所有调查城市）

图表：2015年上半年省卫视综艺节目播出与收视比重分布（71城市）

图表：湖南、江苏、浙江、东方四卫视娱乐节目：全国核心城市网收视排名

图表：湖南卫视娱乐节目：全国核心城市收视排名

图表：江苏卫视娱乐节目：全国核心城市网收视排名

图表：浙江卫视娱乐节目：全国核心城市网收视排名

图表：东方卫视娱乐节目：全国核心城市网收视排名

图表：2014-2015年上半年省级卫视市场份额对比（所有调查城市）

图表：2014年综艺节目在各级频道收播比重及资源使用效率（历年所有调查城市）

图表：不同年龄段晚间十点档综艺节目收视率情况

图表：《只是链接》节目的环节设置

图表：《只是链接》节目出现的题目

图表：欧美主要节目类型及播出频

图表：观众收看综艺节目动机分析

图表：综艺节目受众调查结果

图表：2008-2014网络视频用户和使用率

图表：2016-2022年中国在线视频行业市场规模

图表：2016-2022年中国在线视频行业收入构成

图表：2016-2022年中国在线视频行业广告市场规模

图表：2016-2022年中国在线视频移动广告市场规模

图表：2013年1月-2014年11月中国在线视频PC端与移动端月覆盖人数趋势

图表：2014年主要视频站品牌渗透率

图表：2015年部分卫视综艺节目

图表：观众的性别差异饼图

图表：我是歌手3季平均收视率

图表：我是歌手3季收视率情况

图表：我看你有戏收视率情况

图表：我看你有戏收视率情况

图表：灿星成立之后的各种合作节目

图表：2015年即将/正在播出的灿星制作合作节目

图表：浙江广播电视集团组织架构

图表：2014年北京光线传媒股份有限公司主营构成

图表：2014年6月-2015年6月北京光线传媒股份有限公司成长能力

图表：2014年6月-2015年6月北京光线传媒股份有限公司盈利能力

图表：2014年6月-2015年6月北京光线传媒股份有限公司资产负债

图表：2014年6月-2015年6月北京光线传媒股份有限公司利润

图表：2014年6月-2015年6月北京光线传媒股份有限公司现金流量

图表：2015年6月中视传媒股份有限公司主营构成

图表：2014年6月-2015年6月中视传媒股份有限公司成长能力

图表：2014年6月-2015年6月中视传媒股份有限公司成长能力

图表：2014年6月-2015年6月中视传媒股份有限公司资产负债

图表：2014年6月-2015年6月中视传媒股份有限公司利润

图表：2014年6月-2015年6月中视传媒股份有限公司现金流量

图表：2014年6月-2015年6月凤凰卫视控股有限公司每股收益

图表：2014年6月-2015年6月凤凰卫视控股有限公司资产负债

图表：2014年6月-2015年6月凤凰卫视控股有限公司利润

图表：2014年6月-2015年6月凤凰卫视控股有限公司现金流量

图表：广东蓝色火焰文化传媒有限公司主营构成

图表：2014年6月-2015年6月广东蓝色火焰文化传媒有限公司成长能力

图表：2014年6月-2015年6月广东蓝色火焰文化传媒有限公司盈利能力

图表：2014年6月-2015年6月广东蓝色火焰文化传媒有限公司资产负债

图表：2014年6月-2015年6月广东蓝色火焰文化传媒有限公司资产负债

图表：2014年6月-2015年6月广东蓝色火焰文化传媒有限公司现金流量

图表：2014广告独家冠名前十

图表：2014年广告投资最多前十企业

图表：四种基本的品牌战略

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，有利于降低企事业单位决策风险（GY zm）。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yingshidongman/240277240277.html>