

2018-2023年中国烘焙食品原料产业市场运营规模 现状与投资前景趋势研究报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2018-2023年中国烘焙食品原料产业市场运营规模现状与投资前景趋势研究报告》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/shipin/297943297943.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

一、烘焙食品原料概述 烘焙食品原料是指烘焙食品生产企业制作面包、蛋糕、西点、传统中式点心等烘焙食品所需要的糖、油脂、面粉、奶油、果酱、巧克力、香精香料、酵母等各类原辅材料。

二、我国烘焙食品原料行业发展概况 烘焙食品原料行业与烘焙食品行业的发展相辅相成，一方面两者位于同一条产业链的上下游，烘焙食品原料行业的发展依托于烘焙食品行业；另一方面，烘焙食品原料产品的丰富以及应用技术的输出降低了烘焙食品制作的技术门槛，专业化生产过程可以有效提升产业效率，在一定程度上推动了烘焙食品行业的发展。

根据《中国食品工业年鉴2015》数据统计，“十二五”期间，我国食品工业在满足市场需求、转变增长方式、优化产业升级的基础上，继续保持了行业稳定健康增长。2014年我国规模以上食品工业企业主营业务收入10.89万亿元，比2010年的6.31万亿元增长了72.58%，复合增长率为14.62%。食品工业总产值占全国工业总产值的比重，由2010年的8.8%提高到2014年的10.0%，食品工业在国民经济中的支柱产业地位进一步提升。

根据国家统计局统计，作为食品工业的重要分支，2016年国内焙烤食品糖制品行业主要产品（含糕点/面包、饼干、糖果巧克力、冷冻饮品、方便面和蜜饯）产量合计约为3,527.25万吨，同比增长9.43%；主营业务收入为7,389.27亿元，同比增长8.66%。

图：2016年国内焙烤食品糖制品行业主要产品情况

随着烘焙食品在人们日常饮食结构中的占比逐渐增加，近年来我国烘焙食品行业有了长足的发展，人们饮食结构的调整和生活品质的提高，携带方便、品种丰富、口味多样的烘焙食品的需求在未来将保持稳定增长，从而推动烘焙食品原料行业持续快速发展。根据Wind金融终端数据统计，我国烘焙食品行业的规模以上企业主营业务收入从2011年的1,660.82亿元增长至2015年的2,654.78亿元，主营业务收入占食品制造业的比重从2011年的11.88%增长至2015年的12.63%；利润总额从2011年的138.30亿元增长至2015年的232.74亿元，年复合增长率达13.90%。

图：2011年至2015年我国烘焙食品行业规模以上企业主营业务收入及利润总额收入占食品制造业的比重

此外，私房烘焙正在成为人们日常生活中的新风尚。随着烘焙技术的普及以及烘焙模具、烤箱等烘焙设备的家庭化，烘焙食品在人们日常饮食中的比重将逐步上升。下游市场的迅速扩张将推动烘焙食品原料行业持续快速发展。

三、我国烘焙食品原料行业发展趋势

1、产品专业化程度更高，品质稳定、口感多元化成为趋势 随着居民收入的不断提高，消费者对烘焙食品的选择将更加注重安全、营养和便捷，新的烘焙食品层出不穷。烘焙食品加工销售企业不断学习，引进欧美、日本、韩国的烘焙技术已经成为行业潮流。目前，国内烘焙食品的时尚流行程度紧跟欧美日韩市场，在国内几乎可以买到国际上所有的时尚烘焙食品。此外，自 2009年起欧美、日本、韩国烘焙食品加工销售企业也纷纷进入中国市场，带来了新的终端烘焙食品制作技术和新烘焙食品原料，对烘焙食品原料行业的发展产生了正面促进和倒逼作用，从而使得烘焙食品原料行业专业化程度越来越高，产品的使用方向越来越明确。在品质方面，烘焙食品原料的稳定性和营养指标等参数越来越好；在口味方面，烘焙食品原料生产企业将在现有配方的基础上不断推陈出新，调制出更多更有特色口味的产品；在用途方面，烘焙食品原料生产企业将根据不同烘焙食品的工艺流程调整研发方向，推出更加便捷的原料产品，降低烘焙技术门槛，降低烘焙食品制作难度。

2、追求健康安全、营养平衡将成为发展趋势

随着消费升级，消费者更加注重膳食的均衡和营养。通过使用功能性配料（膳食纤维、低聚糖、糖醇等），减少蔗糖和脂类使用量，烘焙食品将由高糖、高脂肪、高热量的现状向低糖、低脂肪、低热量的方向发展，由此将带来烘焙食品原料产品研发方向的变化。国民消费能力的提升对中高端需求的拉动效果十分明显，随着我国本土中高端消费群体的形成，我国烘焙食品正逐渐向健康安全、营养平衡的方向发展。根据《尼尔森健康与食品意见调查》的相关数据显示，消费者目前正在越来越关注食品健康指标，超过82%的中国消费者愿意为更健康的食品支付相应溢价。

3、营销网络和渠道建设将成为竞争的主要因素

未来烘焙食品原料生产企业之间的竞争很大程度上取决于营销网络和渠道的建设能力，拥有丰富的营销网络和高效、优质销售渠道的企业将在未来的竞争中将获得更多机会。网络和渠道建设主要体现为营销网络的快速扩张、对渠道的有效管理。目前烘焙食品原料生产企业的销售客户主要为大型烘焙食品加工销售企业和中小型饼店、糕点店等。根据部分烘焙食品原料产品保质期短，运输半径小的特点，利用当前烘焙食品行业快速发展的机遇，在各地布点将非常有利于优势企业提高市场份额。

4、终端烘焙食品技术研发、输出和全方位的客户服务将成为竞争的重要因素 回顾我国烘焙食品行业的发展历程，各种烘焙食品原料、设备、技术的出现极大地推动了烘焙食品行业的发展。长期以来，烘焙食品原料和设备生产企业不断向下游烘焙食品加工销售企业传递应用服务技术，帮助烘焙食品加工销售企业开发新产品、新工艺，从而带动原料、设备的推广。

近年来烘焙食品行业竞争不断加剧，部分中小型烘焙食品加工销售企业面临更为严峻的竞争环境。烘焙食品原料生产企业不仅需要提供新原料、新工艺和新应用服务技术，还需要在新产品推广，营销人员培训和企业管理咨询方面给予客户帮助。因此，全方位的客户服

将成为竞争的重要因素。

中国报告网发布的报告书内容严谨、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。

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】

第一章中国烘焙食品产业环境分析

第一节焙烤食品行业政策环境分析

一、焙烤食品行业管理体制

二、焙烤食品行业标准规范

三、焙烤食品行业政策法规

（一）《食品添加剂使用标准》

（二）焙烤业实施标准化管理

（三）糕点产品市场准入制度

（四）焙烤行业其它法规政策

四、焙烤食品行业发展规划

第二节焙烤食品行业社会环境分析

一、中国人口发展现状

二、中国城镇化进程分析

（一）城镇化进程及其特征

（二）城镇化推进积极影响

（三）城市化拓宽农村市场

三、中国食品安全总体情况

四、新农村建设的消费潜力

第三节烘焙食品行业消费环境分析

一、居民消费能力分析

（一）人均GDP增长分析

（二）城乡居民收入分析

（三）城乡居民储蓄存款分析

二、城镇居民消费情况分析

（一）城镇居民消费支出情况

（二）城镇居民食品消费支出

（三）城镇居民消费特点分析

四、居民消费信心指数分析

五、居民消费价格指数分析

第四节焙烤食品行业技术环境分析

一、烘焙食品制作工艺

二、烘焙行业技术运用

三、低能量食品的焙烤

四、最新烘焙食品技术

第二章国内外烘焙食品行业发展运行分析

第一节国外烘焙食品产业运行情况分析

一、国际焙烤食品市场情况综述

二、欧洲焙烤食品市场情况综述

（一）英国焙烤食品市场情况

（二）德国焙烤食品市场情况

（三）法国焙烤食品市场情况

（四）意大利焙烤食品市场情况

（五）瑞典焙烤食品市场情况

（六）西班牙焙烤食品市场情况

三、美国焙烤食品市场情况综述

（一）美国烘焙食品市场现状

（二）美国烘焙食品消费情况

五、韩国焙烤食品市场情况

（一）韩国焙烤食品市场特点

（二）韩国焙烤食品重点企业

（三）韩国焙烤食品消费情况

六、亚洲焙烤食品市场情况综述

（一）新加坡焙烤食品市场情况

（二）台湾焙烤食品市场情况

第二节中国烘焙食品行业发展综述

一、烘焙食品定义及其分类

二、烘焙食品的产业链概述

三、烘焙食品主要特点分析

四、相关行业对烘焙食品影响

第三节中国烘焙食品市场发展情况

一、中国烘焙食品市场现状

（一）原料采购现状

（二）市场销售现状

（三）产品技术现状

二、中国烘焙食品市场特性

三、烘焙食品零售数量分析

四、烘焙食品零售规模分析

五、烘焙食品消费情况分析

六、中国烘焙食品利润水平

第四节烘焙食品市场竞争态势解析

一、烘焙食品行业竞争阶段

二、烘焙食品行业竞争格局

三、烘焙食品中外品牌竞争

四、烘焙食品SWOT分析

五、烘焙食品行业竞争趋势

六、企业核心竞争力构成因素

第三章中国烘焙食品行业市场运行分析

第一节中国糕点市场运营分析

一、蛋糕市场情况分析

（一）蛋糕生产状况分析

（二）蛋糕零售数量分析

（三）蛋糕零售金额分析

（四）蛋糕市场现状分析

（五）蛋糕行业现存问题

（六）蛋糕行业竞争态势

二、面包市场情况分析

（一）面包生产状况分析

(二) 面包零售数量分析

(三) 面包零售金额分析

(四) 面包市场现状分析

(五) 面包行业现存问题

(六) 面包行业竞争态势

三、月饼点心市场情况分析

(一) 月饼点心生产状况

(二) 月饼点心零售数量

(三) 月饼点心零售金额

(四) 月饼点心市场现状

(五) 月饼点心行业问题

(六) 月饼点心竞争态势

(七) 月饼点心品牌发展

第二节 饼干及其它烘焙食品分析

一、行业发展规模分析

二、行业市场供给情况

三、行业市场需求情况

四、行业经营效益分析

五、行业发展现状分析

六、行业发展现存问题

七、行业发展趋势分析

第三节 烘焙食品原材料影响分析

一、基础原料价格分析

(一) 玉米价格分析

(二) 面粉价格分析

(三) 大米价格分析

(四) 鸡蛋价格分析

(五) 牛奶价格分析

(六) 马铃薯价格分析

(七) 食用植物油价格分析

二、辅料价格分析

(一) 食糖价格分析

(二) 食盐价格分析

(三) 酵母价格分析

(四) 食品添加剂价格

三、食品包装材料影响分析

四、食品和包装机械影响分析

第四章中国烘焙食品行业数据监测分析

第一节中国烘焙食品行业发展分析

一、2017年中国烘焙食品行业发展概述

二、2017年中国烘焙食品行业发展概述

三、2017年中国烘焙食品行业发展概况

第二节2017年烘焙食品行业经济运行状况

一、烘焙食品行业企业数量分析

二、烘焙食品行业资产规模分析

三、烘焙食品行业销售收入分析

四、烘焙食品行业利润总额分析

第三节烘焙食品行业结构特征分析

一、2017年烘焙食品企业经济类型分析

（一）国有烘焙食品企业经济指标分析

（二）集体烘焙食品企业经济指标分析

（三）股份制烘焙食品企业的经济指标

（四）股份合作烘焙食品企业经济指标

（五）私营烘焙食品企业经济指标分析

（六）外资烘焙食品企业经济指标分析

二、2017年烘焙食品企业规模结构分析

（一）大型烘焙食品企业经济指标分析

（二）中型烘焙食品企业经济指标分析

（三）小型烘焙食品企业经济指标分析

三、2017年烘焙食品行业区域结构分析

（一）东北地区烘焙食品行业发展分析

（二）华北地区烘焙食品行业发展分析

（三）华东地区烘焙食品行业发展分析

（四）华中地区烘焙食品行业发展分析

（五）华南地区烘焙食品行业发展分析

（六）西南地区烘焙食品行业发展分析

（七）西北地区烘焙食品行业发展分析

第四节2017年烘焙食品行业运营效益分析

一、烘焙食品行业盈利能力分析

二、烘焙食品行业的毛利率分析

三、烘焙食品行业运营能力分析

四、烘焙食品行业偿债能力分析

五、烘焙食品行业成长能力分析

第五节2017年烘焙食品行业成本费用分析

一、烘焙食品行业销售成本分析

二、烘焙食品行业销售费用分析

三、烘焙食品行业管理费用分析

四、烘焙食品行业财务费用分析

第五章烘焙食品连锁行业发展情况分析

第一节烘焙连锁市场发展概况

一、烘焙连锁经营模式

二、烘焙连锁发展特点

（一）门店联盟特点

（二）供应链管理特点

（三）物流链管理特点

（四）需求链管理特点

三、烘焙连锁市场现状

四、烘焙连锁区域特点

五、烘焙连锁制约因素

第二节烘焙食品商超模式分析

一、商超焙烤经营概述

二、焙烤部门经营模式

（一）现场加工自营

（二）招商外包联营

（三）成品外采形式

三、焙烤连锁经营瓶颈

四、焙烤连锁经营要求

第三节烘焙食品专卖连锁模式分析

一、专卖连锁经营概述

二、专卖连锁经营模式

（一）模式发展现状

（二）焙烤季节特点

（三）区域分布特点

三、专卖连锁经营瓶颈

四、专卖连锁经营要求

第四节烘焙食品连锁竞争分析

第五节烘焙连锁企业连锁特点

一、元祖

二、米旗

三、罗莎

四、好利来

五、克莉丝汀

六、面包新语

七、安德鲁森

第六节烘焙连锁市场信息化概况

一、连锁店信息化管理现状

二、连锁店信息化的必要性

三、连锁店ERP的系统模型

四、连锁店信息化效益分析

（一）原料采购信息化效益

（二）库存管理信息化效益

（三）生产管理信息化效益

（四）连锁配送信息化效益

（五）加盟营运信息化效益

（六）POS收银信息化效益

（七）大宗销售信息化效益

（八）新业务的拓展及支持

第六章中国烘焙食品行业市场渠道分析

第一节烘焙行业营销渠道分析

一、烘焙饼店

（一）市场规模

（二）经营优势

（三）渠道比重

二、超市卖场

（一）市场规模

（二）经营优势

（三）渠道比重

三、独立食品商店

(一) 市场规模

(二) 经营情况

(三) 渠道比重

四、其它渠道分销

五、新兴渠道探索

第二节 烘焙行业消费调查分析

一、烘焙业消费者调研分析

(一) 消费者偏好分析

(二) 消费者购买行为

二、烘焙食品消费需求特征

(一) 主要消费人群

(二) 消费心理特征

(三) 消费地理特征

三、烘焙食品消费影响因素

(一) 社会层次因素

(二) 人口地理因素

(三) 购买心理因素

(四) 购买行为因素

四、烘焙产品消费推动因素

五、烘焙品牌顾客认知调查

六、烘焙食品农村市场调研

七、烘焙食品消费需求趋势

第七章 中国烘焙食品行业营销策略分析

第一节 中国烘焙食品行业经营模式

一、经营模式概述

二、经营模式分类

(一) 按产品组合分

(二) 按业务范围分

(三) 按策略定位分

三、服务接待形态

四、品牌化运营分析

第二节 烘焙食品企业营销策略分析

一、国外营销策略借鉴

- 二、经营多元策略分析
- 三、产品细分策略分析
- 四、市场细分策略分析
- 五、营销理念创新分析
- 六、营销组合创新分析
- 七、零售终端销售策略
- 八、农村市场营销策略
- 九、提升企业核心竞争力

第三节烘焙食品企业另类营销策略

一、节日营销

- (一) 消费特点
- (二) 促销方式
- (三) 营销步骤
- (四) 营销要点

二、网络营销

- (一) 博客营销
- (二) 微博营销
- (三) 流量引导

三、娱乐营销

四、二维码营销

五、展览会营销

六、FBA利益销售

七、特色营销方式

第四节烘焙食品企业选址及装修策略

一、产品设计及其定位

二、店址商圈确定原则

三、饼店错位开店策略

四、店铺装修误区分析

五、店铺装修风格定位

六、饼店设计要素把握

七、店铺设计装修重点

第五节连锁烘焙食品企业管理策略

一、饼店精神激励法则

二、饼店经营管理策略

三、饼店人才管理策略

第八章中国烘焙食品行业主要品牌案例分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

第二节麦趣尔

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

第三节好利来

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

第四节米旗

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

第九章2015-2017年中国烘焙食品进出口分析

第一节2015-2017年中国烘焙食品进口分析

- 一、烘焙食品进口数量情况
- 二、烘焙食品进口金额情况
- 三、烘焙食品进口来源分析
- 四、烘焙食品进口均价分析

第二节2015-2017年中国烘焙食品出口分析

- 一、烘焙食品出口数量情况
- 二、烘焙食品出口金额情况
- 三、烘焙食品出口流向分析
- 四、烘焙食品出口均价分析

第十章中国烘焙食品行业重点区域市场状况分析

第一节北京烘焙食品行业市场

- 一、北京市烘焙食品需求环境
- 二、北京市烘焙食品市场现状
- 三、北京烘焙食品市场竞争力
- 四、北京市烘焙食品市场前景

第二节上海烘焙食品发展分析

- 一、上海市烘焙食品需求环境
- 二、上海市烘焙食品市场现状
- 三、上海烘焙食品市场竞争力
- 四、上海市烘焙食品市场前景

第三节江苏烘焙食品发展分析

- 一、江苏省烘焙食品需求环境
- 二、江苏省烘焙食品市场现状
- 三、江苏烘焙食品市场竞争力
- 四、江苏省烘焙食品市场前景

第四节浙江烘焙食品发展分析

- 一、浙江省烘焙食品需求环境
- 二、浙江省烘焙食品市场现状
- 三、浙江烘焙食品市场竞争力
- 四、浙江省烘焙食品市场前景

第五节山东烘焙食品发展分析

- 一、山东省烘焙食品需求环境
- 二、山东省烘焙食品市场现状
- 三、山东烘焙食品市场竞争力
- 四、山东省烘焙食品市场前景

第六节广东烘焙食品发展分析

- 一、广东省烘焙食品需求环境
- 二、广东省烘焙食品市场现状
- 三、广东烘焙食品市场竞争力
- 四、广东省烘焙食品市场前景

第七节四川烘焙食品发展分析

- 一、四川省烘焙食品需求环境
- 二、四川省烘焙食品市场现状
- 三、四川烘焙食品市场竞争力
- 四、四川省烘焙食品市场前景

第八节重庆烘焙食品发展分析

- 一、重庆市烘焙食品需求环境
- 二、重庆市烘焙食品市场现状
- 三、重庆烘焙食品市场竞争力
- 四、重庆市烘焙食品市场前景

第十一章2018-2023年中国烘焙食品行业发展前景及预测

第一节2018-2023年烘焙食品发展前景

- 一、焙烤食品发展前景分析
- 二、烘焙食品发展机遇分析
- 三、功能焙烤食品发展前景
- 四、信息化焙烤食品发展前景

第二节2018-2023年烘焙食品发展趋势

- 一、国际焙烤食品发展趋势
- 二、烘焙食品市场发展趋势
- 三、烘焙食品细分市场趋势
- 四、烘焙食品企业发展趋势
- 五、烘焙食品技术发展趋势

第三节2018-2023年烘焙行业市场预测

- 一、国际焙烤食品规模预测
- 二、焙烤食品零售规模预测
- 三、中国蛋糕零售规模预测
- 四、中国面包零售规模预测
- 五、中国月饼点心规模预测

第十二章2018-2023年中国烘焙食品行业投资与风险分析

第一节2018-2023年烘焙食品行业投资风险分析

- 一、行业政策风险分析
- 二、行业经营风险分析
 - (一) 行业原料风险分析
 - (二) 连锁租赁风险分析
 - (三) 食品卫生风险分析
- 三、行业技术风险分析

第二节2018-2023年烘焙食品行业投资特性分析

- 一、行业进入壁垒分析

二、行业发展有利因素

三、行业发展不利因素

四、市场供求及其变动

第三节2018-2023年烘焙食品行业投资策略及建议

一、行业投资环境分析

二、行业投资机会分析

（一）产品投资机会

（二）区域投资机会

（三）消费者投资机会

三、行业投资策略建议

四、区域市场授信建议

第十三章中国烘焙食品企业投融资及IPO上市策略指导

第一节烘焙食品企业融资渠道与选择分析

一、烘焙食品企业融资渠道简析

二、利用股权融资谋划企业发展机遇

三、利用政府杠杆拓展企业融资渠道

四、适度债权融资配置自身资本结构

五、关注民间资本和外资的投资动向

第二节烘焙食品企业境内IPO上市目的及条件

一、烘焙食品企业境内上市主要目的

二、烘焙食品企业上市需满足的条件

（一）境内主板IPO的主要条件

（二）境内中小板IPO主要条件

（三）境内创业板IPO主要条件

三、企业改制上市中的关键问题

第三节烘焙食品企业IPO上市的相关准备

一、企业该不该上市

二、企业应何时上市

三、企业应何地上市

四、企业上市前准备

（一）企业上市前综合评估

（二）企业的内部规范重组

（三）选择并配合中介机构

（四）应如何选择中介机构

第四节烘焙食品企业IPO上市的规划实施

- 一、上市费用规划和团队组建
- 二、尽职调查及问题解决方案
- 三、改制重组需关注重点问题
- 四、企业上市辅导及注意事项
- 五、上市申报材料制作及要求
- 六、网上路演推介及询价发行

第五节企业IPO上市审核工作流程

- 一、企业IPO上市基本审核流程
- 二、企业IPO上市具体审核环节
- 三、与发行审核流程相关的事项

图表目录

图表1烘焙行业相关法规：

图表22017年年末人口数及其构成

图表32017年2季度—2017年2季度国内生产总值季度累计同比增长率（%）

图表42017年按收入来源分的全国居民人均可支配收入及占比

图表5居民消费价格主要数据

图表62017年5月—2017年5月居民消费价格指数（上年同月=100）

图表7烘焙食品产业链

图表8烘焙行业发展环境

图表92015-2017年中国饼干市场消费量增长情况

更多图表详见正文（GSLWK）

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，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shipin/297943297943.html>