

中国调味品行业现状深度研究与发展前景分析报告（2025-2032年）

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《中国调味品行业现状深度研究与发展前景分析报告（2025-2032年）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202505/752067.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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、调味品行业定义

调味品是指在饮食、烹饪和食品加工中广泛应用的，用于调和滋味和气味并具有去腥、除膻、解腻、增香、增鲜等作用的产品。

我国调味品种类丰富多样，根据不同的标准可进行多种分类。按产品成份，可分为单味调味品和复合调味品。单味调味品如食用盐、食糖、酱油、食醋、味精、花椒、八角等，各自具有独特的风味和特点，是烹饪中最基础的调味元素。复合调味品则是将多种单味调味品按照一定比例混合调配而成，能够为菜肴带来更加丰富和独特的口感，如鸡精、蚝油、沙拉酱、番茄酱、火锅底料、蒸鱼豉油等。

资料来源：观研天下数据中心整理

从产品形态来看，调味品又可分为液态、固态和半固态。液态调味品常见的有酱油、醋、料酒、调味汁等，具有使用方便、易于溶解和混合的特点；固态调味品包括盐、糖、味精、各种香辛料粉末等，便于储存和计量；半固态调味品如豆瓣酱、甜面酱、芝麻酱、腐乳等，质地介于液态和固态之间，具有浓郁的风味和独特的口感。

此外，调味品还可根据其来源分为天然调味品和人工合成调味品。天然调味品主要来源于动植物原料，如从大豆中提取的酱油、从谷物中酿造的醋、从肉类中提炼的鸡精等，因其天然、健康的特性，受到消费者的广泛青睐。人工合成调味品则是通过化学合成方法制成，具有成本低、风味稳定等优点，但在市场上的份额相对较小。

二、中国调味品行业市场发展及驱动因素分析

近年来，随着 GDP 持续增长，我国已步入了消费结构升级、实物消费与服务消费并重的发展轨道，消费者更加关注自身生活品质的提升。近几年，我国调味品行业取得了突破性的发展，产量销量迅速增长，品种日益丰富，调味品行业已成为我国食品工业的重要组成部分。中国调味品市场规模呈现出稳步增长的态势，展现出强大的市场活力和发展潜力。根据国家统计局数据，我国调味品、发酵制品制造业行业规模以上企业营业收入在2022年已经达到2955.59亿元，观研天下估计2024年规模以上企业营业收入已经达到3223.87亿元。

资料来源：国家统计局，观研天下数据中心整理

推动中国调味品市场规模增长的因素是多方面的。

资料来源：观研天下数据中心整理

第一，随着中国经济的持续发展和居民生活水平的显著提高，消费者的购买力不断增强，对饮食品质的要求也日益提升。调味品作为提升菜肴口感和品质的关键因素，其市场需求随之水涨船高。消费者不再仅仅满足于基本的调味需求，而是更加注重调味品的品质、口感、营

养以及健康属性，愿意为高品质的调味品支付更高的价格，这为调味品市场规模的扩大提供了坚实的消费基础。

第二，中国餐饮业的蓬勃发展对调味品市场产生了巨大的拉动作用。餐饮行业是调味品的重要消费领域，其对调味品的需求量大且稳定。近年来，中国餐饮业保持着较高的增长速度，无论是传统的中餐厅、西餐厅，还是新兴的快餐、外卖等餐饮业态，都对调味品有着持续且大量的需求。特别是随着连锁餐饮的快速扩张和餐饮标准化进程的加速，餐饮企业对调味品的品质稳定性、口味一致性以及供应及时性提出了更高的要求，这促使调味品企业不断提升产品质量和服务水平，进一步推动了调味品市场规模的增长。

资料来源：国家统计局，观研天下数据中心整理

第三，家庭消费市场对调味品的需求也在不断增加。随着家庭烹饪观念的转变和家庭厨房设备的不断完善，越来越多的消费者选择在家中烹饪美食。家庭烹饪对调味品的种类和品质要求逐渐提高，除了传统的酱油、醋、盐等基本调味品外，复合调味料、特色调味品等也逐渐走进家庭厨房，丰富了家庭烹饪的选择。此外，随着消费者健康意识的提升，对健康调味品的需求日益增长，如低钠酱油、零添加调味品等，进一步拓展了家庭消费市场对调味品的需求空间。

资料来源：国家统计局，观研天下数据中心整理

第四，随着电商平台的快速发展和物流配送体系的日益完善，调味品的销售渠道得到了极大拓展。线上销售渠道的兴起，打破了传统销售模式的地域限制，使消费者能够更加便捷地购买到来自全国各地甚至全球的调味品。电商平台的促销活动、用户评价等功能，也为消费者提供了更多的选择和参考，激发了消费者的购买欲望。同时，调味品企业通过与电商平台合作，开展线上营销活动，有效提升了品牌知名度和市场份额，促进了市场规模的进一步扩大。

资料来源：中国电子商务协会，观研天下数据中心整理

三、中国调味品行业政策环境

近年来，国家对调味品行业的监管愈发严格，出台了一系列政策法规，旨在推动行业朝着高质量、规范化的方向发展。2023年以来，国家相继发布了《2023年国家标准立项指南》《关于培育传统优势食品产区和地方特色食品产业的指导意见》《食品安全工作评议考核办法》《食品经营许可和备案管理办法》《轻工业稳增长工作方案（2023-2024年）》《关于进一步优化食品企业标准备案管理工作的通知》《食品经营许可审查通则》《食品安全风险管控清单》等政策文件。

这些政策从多个方面对调味品行业进行规范和引导。在标准制定方面，《2023年国家标准立项指南》为调味品行业的标准制定提供了明确方向，有助于统一行业规范，提高产品质量

的一致性和稳定性。通过制定严格的产品标准，对调味品的原料选用、生产工艺、质量指标等进行详细规定，促使企业按照标准进行生产，保障消费者的权益。《关于进一步优化食品企业标准备案管理工作的通知》则优化了企业标准备案流程，加强了对企业标准的管理，确保企业标准符合国家法律法规和食品安全标准要求，推动企业提升自身产品标准水平，促进整个行业的技术进步和质量提升。

在食品安全监管方面，《食品安全工作评议考核办法》和《食品安全风险管控清单》强化了对调味品生产、流通等各个环节的安全监管力度。明确了各级政府和相关部门在食品安全监管中的职责，建立了严格的考核评价机制，对食品安全问题实行“零容忍”。通过加强对生产企业的日常监督检查、加大对食品安全违法行为的处罚力度等措施，有效保障了调味品的质量安全，提升了消费者对行业的信任度。《食品经营许可和备案管理办法》《食品经营许可审查通则》规范了调味品经营企业的准入门槛和经营行为，加强了对销售环节的监管，确保市场上销售的调味品符合食品安全标准。

《关于培育传统优势食品产区和地方特色食品产业的指导意见》则为调味品行业的特色化、差异化发展提供了政策支持。鼓励各地依托本地资源优势，培育具有地方特色的调味品品牌，推动传统优势食品产区的建设。通过加强品牌培育、技术创新、产业集群发展等措施，提升地方特色调味品的市场竞争力，促进地方经济发展。《轻工业稳增长工作方案（2023 - 2024年）》对调味品行业的稳定增长起到了积极的推动作用。方案中提出的一系列支持措施，如加大对企业的资金扶持、推动产业升级改造、拓展市场渠道等，有助于缓解调味品企业面临的压力，促进企业持续健康发展，进而推动整个行业的稳定增长。

2025年3月27日，国家卫健委与市场监管总局联合发布50项食品安全国家标准，其中明确规定预包装食品禁止使用“不添加”“零添加”等宣传用语。这一政策直接冲击以“零添加”为卖点的调味品、饮料及休闲食品行业。千禾味业、海天味业等上市公司的产品包装及营销策略面临调整，部分品牌市值已出现明显波动，行业洗牌或将加速。

我国调味品行业相关政策 时间 发文部门 文件名称 相关内容 2025年3月 卫生健康委员会 《食品安全国家标准 预包装食品标签通则》

国家卫生健康委和市场监督管理总局发布的《食品安全国家标准 预包装食品标签通则》（GB 7718-2025）规定，自2027年3月16日起，禁止在食品标签中使用“零添加”“不含”等词汇。若强调某成分含量低或无，需标注具体含量。这一政策要求调味品企业调整产品包装和宣传策略，避免误导消费者。例如，酱油、蚝油等常见“零添加”标签需逐步更换包装。 2024年3月 市场监管总局等六部门 《关于加强预制菜食品安全监管促进产业高质量发展的通知》 《通知》聚焦预制菜范围、标准体系建设、食品安全监管和推进产业高质量发展四个方面，首次在国家层面明确预制菜范围。 2023年3月

工业和信息化部等十一部门 关于培育传统优势食品产区和地方特色食品产业的指导意见 鼓励地方特色食品生产企业以订单农业等方式，与农民专业合作社、家庭农场等新型农业经营主体形成稳定的协作关系，或与农产品原料种养殖户建立契约型、分红型、股权型等多种合

作模式，组织专门机构或专业人员有针对性地开展种养殖技术指导，形成长期稳定的优质原料供应来源，让农民共享全产业链的增值收益。 2023年2月 国家标准化管理委员会 2023年国家标准立项指南 消费品质量分级、消费品强制性国家标准配套的通用检测方法、个性定制产品、智能产品、绿色产品、文具运动器材、眼视光、工艺美术等标准。婴童用品、老年用品等特殊群体重要消费品标准。饮料、调味品和肉禽蛋制品等食品质量标准。地理标志术语、分类、管理和产品质量等标准。加快重点消费品领域国际标准转化。

2022年10月 教育部等七部门 农村义务教育学生营养改善计划实施办法 对于不属于政府采购范围的新鲜蔬菜、水果、干货、调味品等原辅材料，比照政府采购的相关采购方式，可由县级有关部门或学校作为采购人集中带量采购。鼓励各地对多频次、小额零星的原辅材料比照框架协议采购方式采购。

资料来源：观研天下数据中心整理

四、中国调味品行业竞争格局

2023年以来，行业梯队逐渐清晰，行业并购事件涌现为关键信号：2023年天味食品、广盐股份、太太乐均进行了复调企业并购动作，同时其他基础调味品等企业亦在寻求复调行业的外延并购机会。

近年来调味品行业并购案例 时间 收购方 被收购方 被收购方基本资料 2023年5月 天味食品 食萃食品 2007年成立，线上小B渠道复合调味料企业，2023年营收2亿元 2023年5月 广盐股份 广东美味源 2005年成立，主营食用香料及高端调味料，2001年营收2.06亿元 2023年 太太乐 朝天香 2015年成立，主营

资料来源：观研天下数据中心整理（fsw）

注：上述信息仅供参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国调味品行业现状深度研究与发展前景分析报告（2025-2032年）》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，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。

行业报告是业内企业、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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

目录大纲：

【第一部分 行业定义与监管】

第一章 2020-2024年中国调味品行业发展概述

第一节 调味品行业发展情况概述

一、调味品行业相关定义

二、调味品特点分析

三、调味品行业基本情况介绍

四、调味品行业经营模式

（1）生产模式

（2）采购模式

（3）销售/服务模式

五、调味品行业需求主体分析

第二节 中国调味品行业生命周期分析

一、调味品行业生命周期理论概述

二、调味品行业所属的生命周期分析

第三节 调味品行业经济指标分析

一、调味品行业的赢利性分析

二、调味品行业的经济周期分析

三、调味品行业附加值的提升空间分析

第二章 中国调味品行业监管分析

第一节 中国调味品行业监管制度分析

一、行业主要监管体制

二、行业准入制度

第二节 中国调味品行业政策法规

一、行业主要政策法规

二、主要行业标准分析

第三节 国内监管与政策对调味品行业的影响分析

【第二部分 行业环境与全球市场】

第三章 2020-2024年中国调味品行业发展环境分析

第一节 中国宏观环境与对调味品行业的影响分析

一、中国宏观经济环境

二、中国宏观经济环境对调味品行业的影响分析

第二节 中国社会环境与对调味品行业的影响分析

第三节 中国对外贸易环境与对调味品行业的影响分析

第四节 中国调味品行业投资环境分析

第五节 中国调味品行业技术环境分析

第六节 中国调味品行业进入壁垒分析

一、调味品行业资金壁垒分析

二、调味品行业技术壁垒分析

三、调味品行业人才壁垒分析

四、调味品行业品牌壁垒分析

五、调味品行业其他壁垒分析

第七节 中国调味品行业风险分析

一、调味品行业宏观环境风险

二、调味品行业技术风险

三、调味品行业竞争风险

四、调味品行业其他风险

第四章 2020-2024年全球调味品行业发展现状分析

第一节 全球调味品行业发展历程回顾

第二节 全球调味品行业市场规模与区域分布情况

第三节 亚洲调味品行业地区市场分析

一、亚洲调味品行业市场现状分析

二、亚洲调味品行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲调味品行业市场前景分析

第四节 北美调味品行业地区市场分析

一、北美调味品行业市场现状分析

二、北美调味品行业市场规模与市场需求分析

三、北美调味品行业市场前景分析

第五节 欧洲调味品行业地区市场分析

一、欧洲调味品行业市场现状分析

二、欧洲调味品行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲调味品行业市场前景分析

第六节 2025-2032年全球调味品行业分布走势预测

第七节 2025-2032年全球调味品行业市场规模预测

【第三部分 国内现状与企业案例】

第五章 中国调味品行业运行情况

第一节 中国调味品行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国调味品行业市场规模分析

一、影响中国调味品行业市场规模的因素

二、中国调味品行业市场规模

三、中国调味品行业市场规模解析

第三节 中国调味品行业供应情况分析

一、中国调味品行业供应规模

二、中国调味品行业供应特点

第四节 中国调味品行业需求情况分析

一、中国调味品行业需求规模

二、中国调味品行业需求特点

第五节 中国调味品行业供需平衡分析

第六节 中国调味品行业存在的问题与解决策略分析

第六章 中国调味品行业产业链及细分市场分析

第一节 中国调味品行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、调味品行业产业链图解

第二节 中国调味品行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对调味品行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对调味品行业的影响分析

第三节 中国调味品行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第七章 2020-2024年中国调味品行业市场竞争分析

第一节 中国调味品行业竞争现状分析

一、中国调味品行业竞争格局分析

二、中国调味品行业主要品牌分析

第二节 中国调味品行业集中度分析

一、中国调味品行业市场集中度影响因素分析

二、中国调味品行业市场集中度分析

第三节 中国调味品行业竞争特征分析

一、企业区域分布特征

二、企业规模分布特征

三、企业所有制分布特征

第八章 2020-2024年中国调味品行业模型分析

第一节 中国调味品行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、波特五力模型原理

二、供应商议价能力

三、购买者议价能力

四、新进入者威胁

五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节 中国调味品行业SWOT分析

一、SWOT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国调味品行业SWOT分析结论

第三节 中国调味品行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第九章 2020-2024年中国调味品行业需求特点与动态分析

第一节 中国调味品行业市场动态情况

第二节 中国调味品行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 调味品行业成本结构分析

第四节 调味品行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节 中国调味品行业价格现状分析

第六节 2025-2032年中国调味品行业价格影响因素与走势预测

第十章 中国调味品行业所属行业运行数据监测

第一节 中国调味品行业所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国调味品行业所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国调味品行业所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十一章 2020-2024年中国调味品行业区域市场现状分析

第一节 中国调味品行业区域市场规模分析

- 一、影响调味品行业区域市场分布的因素
- 二、中国调味品行业区域市场分布

第二节 中国华东地区调味品行业市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区调味品行业市场分析
 - (1) 华东地区调味品行业市场规模
 - (2) 华东地区调味品行业市场现状
 - (3) 华东地区调味品行业市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区调味品行业市场分析
 - (1) 华中地区调味品行业市场规模
 - (2) 华中地区调味品行业市场现状
 - (3) 华中地区调味品行业市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区调味品行业市场分析
 - (1) 华南地区调味品行业市场规模
 - (2) 华南地区调味品行业市场现状
 - (3) 华南地区调味品行业市场规模预测

第五节 华北地区调味品行业市场分析

- 一、华北地区概述
- 二、华北地区经济环境分析
- 三、华北地区调味品行业市场分析
 - (1) 华北地区调味品行业市场规模
 - (2) 华北地区调味品行业市场现状
 - (3) 华北地区调味品行业市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

- 一、东北地区概述
- 二、东北地区经济环境分析
- 三、东北地区调味品行业市场分析

- (1) 东北地区调味品行业市场规模
- (2) 东北地区调味品行业市场现状
- (3) 东北地区调味品行业市场规模预测

第七节 西南地区市场分析

- 一、西南地区概述
- 二、西南地区经济环境分析
- 三、西南地区调味品行业市场分析
 - (1) 西南地区调味品行业市场规模
 - (2) 西南地区调味品行业市场现状
 - (3) 西南地区调味品行业市场规模预测

第八节 西北地区市场分析

- 一、西北地区概述
- 二、西北地区经济环境分析
- 三、西北地区调味品行业市场分析
 - (1) 西北地区调味品行业市场规模
 - (2) 西北地区调味品行业市场现状
 - (3) 西北地区调味品行业市场规模预测

第九节 2025-2032年中国调味品行业市场规模区域分布预测

第十二章 调味品行业企业分析（随数据更新可能有调整）

第一节 企业一

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - (1) 主要经济指标情况
 - (2) 企业盈利能力分析
 - (3) 企业偿债能力分析
 - (4) 企业运营能力分析
 - (5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第二节 企业二

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - (1) 主要经济指标情况

- (2) 企业盈利能力分析
- (3) 企业偿债能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第三节 企业三

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况

- (1) 主要经济指标情况
- (2) 企业盈利能力分析
- (3) 企业偿债能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第四节 企业四

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况

- (1) 主要经济指标情况
- (2) 企业盈利能力分析
- (3) 企业偿债能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第五节 企业五

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况

- (1) 主要经济指标情况
- (2) 企业盈利能力分析
- (3) 企业偿债能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第六节 企业六

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

(1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第七节 企业七

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

(1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第八节 企业八

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

(1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第九节 企业九

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

(1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第十节 企业十

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

(1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

【第四部分 展望、结论与建议】

第十三章 2025-2032年中国调味品行业发展前景分析与预测

第一节 中国调味品行业未来发展前景分析

一、中国调味品行业市场机会分析

二、中国调味品行业投资增速预测

第二节 中国调味品行业未来发展趋势预测

第三节 中国调味品行业规模发展预测

一、中国调味品行业市场规模预测

二、中国调味品行业市场规模增速预测

三、中国调味品行业产值规模预测

四、中国调味品行业产值增速预测

五、中国调味品行业供需情况预测

第四节 中国调味品行业盈利走势预测

第十四章 中国调味品行业研究结论及投资建议

第一节 观研天下中国调味品行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节 中国调味品行业进入策略分析

一、目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节 调味品行业品牌营销策略分析

一、调味品行业产品策略

二、调味品行业定价策略

三、调味品行业渠道策略

四、调味品行业推广策略

第四节 观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202505/752067.html>