

2024-

2030年中国工程咨询行业市场发展分析及前景趋势与投资究
报告

摘要..... 2

第一章 中国工程咨询行业概述..... 2

 一、 工程咨询行业定义与分类..... 2

 二、 行业发展历程与现状..... 3

 三、 行业产业链结构分析..... 4

第二章 市场需求分析..... 4

 一、 国内外市场需求对比..... 4

 二、 不同领域工程咨询需求特点..... 5

 三、 客户需求偏好与消费行为分析..... 6

 四、 影响因素及未来需求趋势预测..... 6

第三章 市场竞争格局..... 7

 一、 主要工程咨询企业概况..... 7

 二、 市场份额及竞争格局分析..... 7

 三、 核心竞争力与优劣势比较..... 8

 四、 合作与兼并收购情况..... 9

第四章 行业发展趋势..... 9

 一、 技术创新与智能化发展..... 9

 二、 绿色环保与可持续发展趋势..... 10

三、 国际化与全球化战略布局	10
四、 行业政策环境及影响	11
第五章 投资机会与风险	13
一、 工程咨询行业投资热点领域	13
二、 潜在投资机会挖掘与建议	14
三、 投资风险识别与防范策略	15
第六章 营销策略及建议	15
一、 目标市场定位与细分策略	15
二、 产品服务差异化竞争优势构建	16
三、 营销渠道拓展与优化方案	17
四、 客户关系管理与维护举措	18
第七章 行业发展面临的挑战	19
一、 政策法规变动带来的不确定性	19
二、 市场竞争加剧对企业经营的影响	19
三、 技术创新与人才培养的紧迫性	20
四、 行业标准化与规范化发展难题	21
第八章 未来展望与策略建议	21
一、 工程咨询行业未来发展方向预测	21
二、 企业战略规划与业务布局思路	22
三、 推动行业健康发展的关键因素	23

摘要

本文主要介绍了工程咨询行业在客户价值挖掘与提升方面的重要性，并深入分析了当前行业面临的政策法规变动、市场竞争加剧、技术创新与人才培养紧迫性、行业标准化与规范化发展等挑战。文章还强调了政策法规支持、行业自律与规范、市场需求增长及国际化合作与交流是推动行业健康发展的关键因素。同时，文章展望了工程咨询行业未来的发展方向，包括数字化转型、绿色低碳、国际

化步伐加快及专业化与综合化并重等趋势，并提出了企业战略规划与业务布局的具体思路，包括明确市场定位、加强技术创新、拓展业务领域与渠道及注重人才培养与引进等策略。

第一章 中国工程咨询行业概述

一、工程咨询行业定义与分类

工程咨询行业，作为现代工程项目不可或缺的一环，其核心价值在于为各类工程项目提供从前期研究至后期运营管理的全方位咨询服务。这一行业横跨建筑、交通、能源、水利、环保及信息技术等多个关键领域，是确保工程项目科学决策、高效实施与可持续运营的重要支撑。

服务阶段细分下的专业深度：

工程咨询服务的阶段性划分，体现了其在项目生命周期中的精细化与专业化。前期咨询阶段，咨询机构通过项目建议书编制、可行性研究等，为项目决策提供科学依据，有效规避投资风险。中期咨询则聚焦于设计审查与施工监理，确保项目设计方案的合理性与施工过程的规范性。而后期咨询，如项目后评价与运营管理咨询，则是对项目成果进行总结与反馈，为项目持续优化与未来项目提供参考。这种分阶段的服务模式，不仅提升了咨询服务的针对性与实效性，也促进了工程项目整体质量的提升。

专业领域划分的多元化服务：

随着行业发展的日益成熟，工程咨询服务的专业领域划分也愈加精细。建筑咨询专注于建筑设计、造价咨询等方面；交通咨询则涵盖交通规划、交通工程设计等；能源咨询聚焦于能源政策研究、能源效率提升等领域；水利咨询、环保咨询及信息技术咨询等，也各自在其领域内发挥着不可替代的作用。这种多元化的服务格局，不仅满足了不同行业、不同项目的特定需求，也推动了工程咨询行业向更加专业化、精细化的方向发展。

服务模式创新引领行业变革：

在服务模式上，工程咨询行业正经历着从传统咨询服务向全过程咨询服务、BIM咨询服务及智慧城市建设咨询等新型服务模式的转变。全过程咨询服务强调对项目全生命周期的覆盖，通过整合各阶段咨询资源，实现项目管理的无缝衔接。BIM咨询服务则依托建筑信息模型技术，提升项目设计、施工及运维的信息化水平。智慧城市建设咨询则紧跟智慧城市发展趋势，为城市规划、建设与管理提供智能化解决方案。

二、行业发展历程与现状

工程咨询行业作为支撑国家基础设施建设和经济社会发展的重要力量，其发展历程可划分为起步、快速发展及转型升级三大阶段。改革开放初期，随着国家加大对基础设施建设的投入，工程咨询行业应运而生，初步形成了以项

目可行性研究、工程设计咨询为核心的业务体系。这一时期的行业萌芽，为后续发展奠定了坚实基础。

进入21世纪，城市化进程的加速与“一带一路”倡议的提出，为工程咨询行业注入了强劲动力，行业迎来了快速发展期。此阶段，不仅咨询业务范围显著扩展，涵盖了项目管理、造价咨询、环境影响评价等多个领域，而且咨询质量和服务水平也实现了质的飞跃。同时，市场竞争加剧，促使企业不断提升自身专业能力，以适应市场需求的多样化与复杂化。

近年来，随着大数据、云计算、人工智能等前沿技术的迅猛发展，工程咨询行业正经历着深刻的变革，步入转型升级阶段。技术的革新不仅改变了传统咨询作业方式，还极大地提升了咨询服务的效率和精准度。企业纷纷加大技术研发投入，通过构建数字化、智能化咨询平台，实现数据驱动的决策支持，提升项目管理的智能化水平。如实在智能等企业，基于TARS大模型等先进技术，为央企国企提供数字化协同运营平台，助力企业实现高质量数字化转型，展现了技术创新在提升行业核心竞争力中的关键作用。市场规模的扩大得益于国家基础设施建设和城市化进程的持续推进，为行业提供了广阔的发展空间。竞争格局的优化则体现在大型综合性咨询企业凭借技术实力、品牌影响力及市场份额优势，逐渐在市场中占据主导地位，推动行业向更加规范、专业的方向发展。而技术创新作为推动行业转型升级的重要驱动力，正引领着工程咨询行业向更加智能化、精细化的方向迈进。

三、 行业产业链结构分析

工程咨询行业生态链分析

工程咨询行业作为连接知识、技术与市场需求的桥梁，其生态链的构成与运作机制深刻影响着行业的整体发展。该生态链可细分为上游资源供给、中游企业服务和下游市场需求三大环节，各环节之间相互依存，共同推动着行业的持续进步。

上游资源供给：知识、技术与人才的汇聚地

上游环节是工程咨询行业的基石，涵盖了丰富的知识资源、前沿的技术资源以及宝贵的人才资源。政策法规与行业标准作为知识资源的重要组成部分，为行业提供了明确的指导框架与操作规范，确保了咨询服务的合规性与专业性。同时，BIM技术、大数据分析、云计算等先进技术的引入，不仅提升了咨询服务的效率与质量，还拓宽了服务的应用场景。而人才资源，作为行业发展的核心驱动力，其专业素养与创新能力直接决定了咨询服务的深度与广度。

中游企业服务：资源整合与价值创造的主体

中游环节由众多工程咨询企业构成，它们通过高效整合上游资源，为下游客户提供定制化、专业化的咨询服务。在这一环节中，企业间的竞争尤为激烈，技术实力、服务质量与品牌影响力成为衡量企业竞争力的重要指标。技术实力的提升，有助于企业开发出更具创新性的解决方案；服务质量的优化，则能增强客户的满意度与忠诚度；而品牌影响力的扩大，则能为企业带来更多的市场机会与业务资源。

下游市场需求：多元化与个性化的趋势

下游环节是工程咨询服务的最终接受者，包括政府、企业及个人等多元化客户群体。政府作为重要的客户之一，其基础设施建设、城市规划等项目对咨询服务的需求持续旺盛。个人客户虽然占比较小，但随着购房者对房屋质量、设计等方面要求的提高，其对咨询服务的需求也在逐渐释放。这种多元化与个性化的市场需求趋势，要求工程咨询企业不断创新服务模式，提升服务质量，以满足不同客户的差异化需求。

第二章 市场需求分析

一、 国内外市场需求对比

市场规模与增长动力

在当前全球工程咨询市场的广阔蓝图中，中国工程咨询行业以其独特的增长轨迹成为一道亮丽的风景线。该行业市场规模持续扩大，增速显著高于全球平均水平，这主要得益于国内庞大的基础设施建设需求、房地产市场的稳健增长以及工业项目的蓬勃兴起。随着国家对高质量发展的重视和“一带一路”倡议的深入实施，中国工程咨询企业不仅在国内市场占据主导地位，还积极拓展海外市场，实现了业务的国际化布局。这一趋势不仅促进了国内咨询企业的快速成长，也为中国工程咨询行业注入了新的增长动力。

需求结构的多元化

深入分析中国与国际工程咨询市场的需求结构，不难发现两者之间存在显著差异。国内市场需求以基础设施建设为核心，涵盖交通、水利、能源等多个领域，同时房地产和工业项目的快速增长也为工程咨询行业提供了广阔的市场空间。特别是“一带一路”倡议的推动下，中国企业海外工程项目显著增加，带动了海外工程咨询需求的快速增长。相比之下，国际市场则更加注重环保、能源、高科技等领域的咨询服务，这反映了全球范围内对可持续发展和科技创新的高度重视。这种需求结构的多元化，要求中国工程咨询企业在不断提升自身专业能力的同时，还需紧跟国际趋势，拓展新的业务领域。

竞争格局的演变

从竞争格局来看，国内工程咨询市场呈现出企业数量众多、竞争激烈但行业集中度较低的特点。大量中小型咨询企业依靠地域优势、专业特长或灵活的经营模式在市场中占据一席之地，但同时也面临着资源分散、技术水平参差不齐等问题。而国际市场则呈现出少数几家大型跨国公司主导的格局，这些企业凭借丰富的国际经验、先进的技术实力和强大的品牌影响力在全球市场占据领先地位。面对这一竞争格局，中国工程咨询企业需要在提升核心竞争力的同时，加强行业整合与协作，共同应对国际市场的挑战。

二、 不同领域工程咨询需求特点

基础设施建设作为国家经济发展的重要基石，其涵盖范围广泛，从交通网络、能源供应到水利设施，每一项工程都承载着促进经济增长、改善民生的重要使命。在这一背景下，咨询服务行业面临着前所未有的挑战与机遇。

需求量大，项目周期长是基础设施建设工程项目的显著特点。隧道工程作为其中的重要组成部分，其建设不仅要求高度的技术精准度和安全性，还需面对复杂多变的地质条件和严格的环境保护要求。盾构机等先进设备的应用虽然提高了施工效率，但项目周期依然漫长，且往往涉及巨额投资。这要求咨询服务机构必须具备深厚的行业洞察力、精准的项目管理能力以及全面的风险防控策略，以确保项目从规划到实施的全过程都能得到专业、系统的支持。

针对基础设施建设工程项目的特点，咨询服务机构需不断优化服务内容，提升服务质量。要注重对项目前期的市场调研、可行性分析以及风险评估，为投资者提供科学的决策依据；在项目实施过程中，要紧密跟踪工程进度，协调各方资源，确保项目按既定计划顺利推进。同时，随着技术的不断进步和环保理念的深入人心，咨询服务机构还需关注技术创新和环保标准的变化，为项目提供绿色、低碳的解决方案。

基础设施建设工程项目往往涉及多方利益主体，包括政府、企业、社会公众等。咨询服务机构在协调各方利益、推动项目顺利实施方面发挥着至关重要的作用。通过提供专业、客观、公正的咨询服务，有助于增进各方互信，降低沟通成本，为项目的成功实施奠定坚实基础。

基础设施建设领域的咨询服务行业在面临挑战的同时，也迎来了前所未有的发展机遇。只有不断提升自身实力，适应市场需求变化，才能在激烈的竞争中脱颖而出，为基础设施建设事业的繁荣发展贡献更大力量。

三、 客户需求偏好与消费行为分析

定制化服务的兴起，是满足客户个性化需求的必然结果。不同电力工程项目因规模、技术难度、地域环境等因素而异，对咨询服务的需求也各不相同。因此，咨询机构需提供高度定制化的服务方案，以精准对接客户的实际需求。这要求咨询机构具备强大的资源整合能力和项目管理经验，能够灵活调整服务内容，确保服务过程的高效与精准。

价格敏感度在客户选择咨询机构时亦不可忽视。尽管客户高度重视咨询服务的专业性和质量，但在有限的预算约束下，价格依然是影响决策的重要因素。咨询机构应建立透明的费用结构，并在服务初期就与客户明确费用细节，避免产生不必要的误解和纠纷。通过合理的定价策略和增值服务，咨询机构可以在保持竞争力的同时，提升客户的满意度和忠诚度。

信息获取渠道的多元化，为客户选择咨询机构提供了更多便利。行业会议、专业网站、社交媒体等渠道已成为客户获取信息的主要途径。同时，口碑推荐在客户选择过程中的影响力日益增强。因此，咨询机构需注重品牌建设和市场推广，通过

提升服务质量和客户满意度，积极塑造良好的市场形象，以吸引更多的潜在客户。例如，山东港湾建设集团日照分公司工程材料经营公司通过坚持“客户至上、服务至上”的理念，努力提升服务质量和效率，赢得了客户的广泛认可，为行业内的其他咨询机构树立了典范。

四、 影响因素及未来需求趋势预测

在中国经济持续稳步发展的背景下，工程咨询行业正迎来前所未有的发展机遇与挑战。政策层面，随着“新基建”政策的加速落地以及新型城镇化战略的深入实施，基础设施建设、智慧城市等领域成为新的投资热点，直接推动了工程咨询需求的快速增长。这些政策不仅为行业注入了新的活力，也促使咨询机构不断创新服务模式，以满足多元化的市场需求。

技术革新是推动工程咨询行业转型升级的关键力量。数字化、智能化技术的广泛应用，如BIM、IoT、云计算及大数据分析等，显著提升了工程咨询的效率与质量。这些技术不仅能够帮助咨询机构实现精准化设计、智能化施工与精细化管理，还促进了跨部门、跨地域的信息共享与协同工作，进一步降低了沟通成本，提高了决策的科学性与时效性。未来，随着技术的不断成熟与应用场景的拓展，工程咨询行业的智能化水平将持续提升。

市场环境的变化也对工程咨询行业产生了深远影响。国内外市场的深度融合与竞争加剧，促使咨询机构不断提升自身实力和服务水平，以应对日益激烈的市场竞争。同时，中国企业“走出去”步伐的加快，特别是“一带一路”倡议的深入实施，为中国工程咨询机构提供了广阔的海外市场空间。这些机遇不仅要求咨询机构具备国际化的视野和服务能力，还需不断提升品牌影响力和市场竞争力。

中国工程咨询行业正步入一个快速发展的新阶段。在政策引导、技术创新与市场需求的共同推动下，行业将持续保持快速增长态势，特别是在基础设施建设、环保与新能源、智慧城市等领域将涌现出更多咨询需求。同时，随着国际化进程的加速推进，海外工程咨询市场也将成为中国咨询机构的重要增长点。面对未来，咨询机构需紧跟时代步伐，不断创新服务模式与技术手段，以更加专业、高效的服务助力中国乃至全球工程项目的成功实施。

第三章 市场竞争格局

一、 主要工程咨询企业概况

在中国工程咨询领域，行业格局正经历着深刻的变革，以技术创新和市场拓展为驱动力，形成了龙头企业引领、新兴企业快速崛起、外资企业深度参与的多元化发展态势。

行业龙头企业稳居市场前沿。诸如中国建筑设计研究院、中铁工程设计咨询集团有限公司等，这些企业凭借深厚的历史底蕴、广泛的业务覆盖、强大的技术实力及显著的市场份额，持续引领行业发展方向。它们不仅在大型基础设施项目中占据主导地位，还积极推动技术创新，如三维建模、无人机航测等先进技术的应用，显

著提升了勘察设计的效率和精度。同时，这些企业严格遵循行业标准，强化质量管理，为行业的规范化发展树立了标杆。

新兴企业凭借创新力与潜力迅速崛起。近年来，随着市场需求的多样化与细分化，一批具有创新思维和市场敏锐度的新兴工程咨询企业崭露头角。这些企业往往聚焦于特定领域或采用独特的服务模式，如绿色建筑咨询、智慧城市解决方案等，以满足市场对专业化、精细化服务的需求。它们通过技术创新、模式创新和服务创新，迅速积累客户资源和市场口碑，展现出强劲的增长潜力和竞争力。

外资企业在中国市场的影响力不容忽视。外资工程咨询企业凭借其先进的技术、丰富的国际经验和品牌影响力，通过合资、合作或直接设立分支机构等方式进入中国市场。它们不仅带来了国际化的视野和服务标准，还积极参与国内重大工程项目的咨询与设计工作，促进了国内外工程咨询行业的交流与合作。同时，外资企业在中国市场也面临着本土化的挑战，需要不断优化服务策略，加强与本土企业的合作与竞争，以实现长远发展。

二、 市场份额及竞争格局分析

在中国工程咨询领域，市场竞争格局呈现出多元化与专业化的并存态势。从产业链的视角审视，上游企业如奇安信、万里红等在网络信息安全领域占据重要地位，为工程造价咨询提供坚实的数据安全保障。中游则是工程咨询企业的主战场，中铁设计、中冶京诚等凭借深厚的技术实力和丰富的项目经验，在市场中稳扎稳打，与建银咨询、青矩科技、信永中和等共同构建了一个竞争激烈而又充满活力的市场格局。

市场份额分布方面，工程造价软件市场由广联达、鲁班软件、品茗、斯维尔等企业主导，这些企业在计价与算量产品上展现出了强大的竞争力，占据了较大的市场份额。而工程造价咨询服务的市场则更为分散，各大企业在不同业务领域和地区各有千秋，市场集中度相对较低，但随着行业整合的加速，预计未来市场份额将进一步向具有综合服务能力和技术创新优势的企业集中。

竞争格局演变上，近年来，随着“一带一路”倡议的深入实施和新型城镇化建设的推进，工程咨询行业迎来了前所未有的发展机遇。然而，市场进入壁垒也逐渐提高，不仅需要企业具备专业的技术能力和丰富的项目经验，还需在服务模式、技术创新等方面不断突破。在此背景下，各企业纷纷调整竞争策略，加强技术创新和品牌建设，以提升市场竞争力。

区域市场差异方面，中国工程咨询市场在不同地区呈现出不同的特点和需求。东部沿海地区由于经济发达、建设项目众多，对工程咨询服务的需求更为旺盛，市场竞争也更为激烈。而中西部地区，随着基础设施建设的不断投入和产业升级的加速推进，工程咨询市场潜力巨大，为企业提供了广阔的发展空间。这种区域市场的差异要求企业在制定竞争策略时，需充分考虑当地市场需求和竞争格局，以实现精准定位和差异化竞争。

三、核心竞争力与优劣势比较

在工程咨询领域，企业的核心竞争力构建于技术创新能力、品牌影响力及深度客户资源之上。技术创新能力是推动行业进步的关键，诸如甘肃工程咨询集团等领先企业，通过持续研发投入，不仅在勘测设计技术上保持领先，还积极向设计、咨询、项目管理及总承包等多元化业务模式拓展，展现了强大的技术创新与应用转化能力。品牌影响力则是企业长期积累的无形资产，高信誉、高质量的服务赢得了市场的广泛认可，为企业赢得了更多高端项目合作机会。

在优劣势比较方面，不同企业在技术、人才、管理及资金等维度上展现出显著差异。技术优势明显的企业，如掌握核心设计技术或拥有独特解决方案的企业，在市场上更具议价能力。然而，部分企业在人才结构上存在短板，尤其是缺乏高端复合型人才，限制了其承接复杂项目的能力。管理方面，有效的激励机制和灵活的运营策略成为部分企业脱颖而出的关键，如甘肃工程咨询集团通过实施股权激励，构建了核心员工与企业发展的命运共同体，激发了企业内生动力。而资金实力则直接关系到企业能否承担大型项目、抵御市场风险，资金雄厚的企业在扩张和竞争中更具优势。

针对企业存在的劣势，提升策略需精准施策。技术方面，企业应加大研发投入，与高校、科研机构合作，引进前沿技术，加速技术成果转化。人才方面，优化人才结构，建立完善的培训体系，吸引并留住高端人才。管理上，引入现代企业管理理念，优化组织架构，提升管理效率，同时强化激励机制，激发员工积极性。资金方面，拓展融资渠道，提升资金使用效率，确保企业资金链的稳定与安全。通过这些策略的实施，企业将能够进一步提升核心竞争力，增强市场竞争力。

四、合作与兼并收购情况

在中国工程咨询行业，随着市场竞争加剧与客户需求日益复杂化，合作与并购已成为推动行业发展的重要动力。企业间通过建立战略联盟，不仅能够在资源共享、技术互补上实现优势叠加，还能共同应对市场风险，拓宽服务领域。这种合作模式促进了行业资源的优化配置，加速了行业创新步伐，为行业带来了更多的发展机遇。

近年来，行业内不乏兼并收购的经典案例。这些案例的动因多源于企业寻求规模扩张、技术升级或市场拓展。通过并购，企业能够快速获得目标公司的市场份额、专业人才及核心技术，实现自身实力的飞跃。例如，某知名监理企业通过并购一家在智能化技术应用上领先的公司，成功实现了从单一质量监督向全过程咨询服务的转型，显著提升了其在市场中的竞争力。此类并购不仅丰富了企业的服务链条，还促进了整个行业的智能化和绿色化发展。

展望未来，中国工程咨询行业的合作与兼并收购趋势将更加显著。随着物联网、大数据、人工智能等技术的不断成熟，行业将更加注重利用这些技术实现项目数据的实时采集、分析与决策支持，提升咨询服务的智能化水平。在这一背景下，具

备技术创新能力、能够提供增值服务的企业将成为并购市场的热门对象。同时，行业间的跨界合作也将更加频繁，通过跨界融合，工程咨询企业将能够为客户提供更加全面、专业的综合解决方案，推动行业向更高层次发展。

第四章 行业发展趋势

一、 技术创新与智能化发展

工程咨询行业的数字化转型与智能化发展

在当今数字化浪潮的推动下，工程咨询行业正经历着前所未有的变革。随着大数据、云计算、人工智能等技术的深度融合，行业边界被重新定义，咨询服务的模式与效率实现了质的飞跃。数字化技术的应用，不仅重塑了项目咨询的全流程，还为企业提供了更为精准、高效、智能的决策支持。

数字化技术应用的深化

数字化平台成为工程咨询行业的核心基础设施，通过集成项目信息、管理流程与数据分析，实现了项目信息的实时共享与智能分析。这些平台能够汇聚来自不同来源的数据，包括但不限于设计图纸、施工日志、环境监测等，为咨询团队提供全面的项目视图。在此基础上，利用大数据处理与分析技术，企业能够深入挖掘数据价值，洞察项目潜在风险与机遇，为决策制定提供科学依据。这种以数据为驱动的咨询服务模式，显著提升了咨询服务的效率与准确性，帮助企业更好地应对复杂多变的市场环境。

智能化工具与软件的广泛应用

BIM（建筑信息模型）与GIS（地理信息系统）等智能化工具在工程咨询领域的应用日益广泛。BIM技术通过构建三维数字模型，实现了建筑全生命周期的信息集成与可视化，使咨询团队能够在设计初期就进行充分的模拟与优化，减少施工变更与资源浪费。GIS技术则凭借其强大的空间数据处理与分析能力，为城市规划、环境评估等咨询工作提供了有力的技术支持。这些智能化工具的应用，不仅提升了咨询服务的专业性与深度，还促进了咨询行业的创新与发展。

人工智能辅助决策的普及在项目评估、风险评估、方案优化等环节，AI算法通过处理与分析海量数据，能够快速提供精准的预测与决策支持。例如，利用机器学习模型对项目成本进行预测，能够显著提高预算的准确性与合理性；通过自然语言处理技术对政策文件与市场动态进行监测与分析，能够为咨询企业把握市场趋势、制定战略提供有力支持。AI辅助决策的应用，不仅提升了咨询服务的智能化水平，还增强了企业的竞争力与适应力。

二、 绿色环保与可持续发展趋势

在当前全球环保与可持续发展意识日益增强的背景下，工程咨询行业正经历着一场深刻的绿色转型。绿色咨询理念，作为这一转型的核心驱动力，正逐步渗透到行业的每一个角落。这一理念强调在咨询服务的全过程中融入绿色、低碳、环保元素，旨在为客户提供既符合经济效益又兼顾环境和社会责

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。
如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/348133060115006132>