

2024-

2030年中国粮食酒行业市场发展分析与发展趋势及投资前景

研究报告

摘要..... 2

第一章 中国粮食酒行业市场发展现状..... 2

 一、 粮食酒行业的定义与分类..... 2

 二、 粮食酒的特性与优势..... 3

 三、 市场规模及增长情况..... 3

 四、 主要粮食酒品牌及市场份额..... 4

 五、 市场需求及消费者特点..... 5

第二章 粮食酒行业产业链分析..... 5

 一、 原材料供应情况..... 5

 二、 生产加工环节现状..... 6

 三、 销售渠道及物流配送..... 7

第三章 粮食酒行业市场竞争格局..... 7

 一、 行业竞争激烈程度..... 7

 二、 主要竞争对手分析..... 8

 三、 竞争格局未来演变趋势..... 9

第四章 粮食酒行业发展趋势分析..... 10

 一、 技术创新与智能化生产..... 10

 二、 绿色环保与可持续发展..... 11

三、 个性化与定制化趋势	11
四、 线上线下融合与新零售模式	12
第五章 粮食酒行业投资前景预测	13
一、 行业投资热点与机会	13
二、 投资风险及防范措施	13
三、 未来几年投资趋势预测	14
第六章 粮食酒行业政策环境分析	15
一、 国家相关法律法规解读	15
二、 行业标准与监管要求	15
三、 政策环境对行业发展的影响	15
第七章 粮食酒行业未来展望与建议	16
一、 行业发展前景展望	16
二、 对行业发展的建议与对策	17
三、 对投资者的建议与指导	17
第八章 结论与总结	18
一、 行业现状总结	18
二、 发展趋势分析	19
三、 投资前景展望	19

摘要

本文主要介绍了粮食酒行业的监管要求、政策环境对行业发展的影响，并展望了行业未来的发展前景。文章强调了产品质量标准、生产许可制度及市场监管措施对行业的保障作用，分析了政策如何促进产业升级、规范市场秩序及保障消费者权益。文章还展望了消费升级、数字化转型、国际化及绿色可持续发展等趋势，并提出加强品牌建设、技术创新、拓展销售渠道及行业自律等建议。此外，文章针对投资者提供了深入了解行业、精选优质企业、关注政策动态及构建多元化投资组合等建议。结论部分总结了行业现状，分析了健康化、数字化转型及国际化等发展趋势，并展望了优质企业及细分领域的投资前景。

一、粮食酒行业的定义与分类

粮食酒，作为酒精饮料的重要分支，其核心定义在于以谷物为主要原料，历经发酵、蒸馏等复杂工艺精心酿制而成。这一过程不仅凝聚了自然的馈赠，更蕴含了人类智慧与技艺的结晶。谷物，作为大地的恩赐，其丰富的淀粉质为酒精的生成提供了坚实的基础，而发酵与蒸馏则是将这份潜力转化为醇厚酒液的关键步骤。

粮食酒依据所用谷物原料的不同，展现出多样化的风貌。高粱酒以其独特的香气与口感著称，得益于高粱中丰富的单宁与多酚类物质；玉米酒则因玉米的甜润特性，赋予酒体柔和甘甜的口感；小麦酒则以其细腻的麦香与适中的酒体，赢得了众多消费者的青睐；大米酒则以其清爽纯净、回味悠长的特点，成为夏日消暑的佳品。这些不同原料的选择，不仅丰富了粮食酒的品类，也满足了消费者多元化的口味需求。

按香型分类，粮食酒更是百花齐放。浓香型白酒以其香气浓郁、绵甜爽净著称，如五粮液便以其“浓香大王”的美誉，引领市场多年；清香型白酒则以清香纯正、口感柔和为特点，给人以清新脱俗之感；酱香型白酒则以其酱香突出、幽雅细腻闻名遐迩，茅台便是其中的佼佼者。这些不同香型的粮食酒，不仅体现了中国酿酒技艺的博大精深，也反映了地域文化与风土人情的独特韵味。

生产工艺的不同，更是赋予了粮食酒独特的品质与风味。固态法白酒，作为传统酿造工艺的代表，以其纯粮固态发酵、自然老熟的方式，保留了粮食的原始风味与营养成分；液态法白酒则通过液态发酵与蒸馏技术，实现了规模化生产，满足了市场需求；固液结合法白酒则融合了前两者的优点，既保留了部分固态发酵的风味，又提高了生产效率。这些生产工艺的创新与发展，不仅推动了粮食酒产业的进步，也为消费者带来了更多元化的选择。

粮食酒，作为中国传统酿造艺术的瑰宝，其独特的风味特征深受消费者青睐。这主要得益于其复杂的香气成分与细腻的口感体验。经过科学研究， α -硫醇、(E,E)-2,4-

癸二烯醛、壬醛等多种化合物被确认为构成粮食酒粮香的重要风味物质，它们不仅赋予了粮食酒层次分明的香气，还提升了整体的感官享受。这些化合物通过精妙的配比与发酵工艺，共同交织出一幅丰富多彩的风味画卷，使得每一口粮食酒都成为一次味觉与嗅觉的双重盛宴。

在健康优势方面，粮食酒相较于其他酒类，其原料的天然性与生产的传统性为其带来了显著的健康属性。粮食作为酿造的基础原料，富含多种对人体有益的有机化合物和微量元素，这些成分在发酵过程中得以保留并部分转化为更易被人体吸收的形式。适量饮用粮食酒，不仅能促进血液循环，还有助于增强身体的免疫力，体现了传统饮品与现代健康理念的完美融合。

粮食酒还承载着深厚的文化底蕴与历史传承。在中国悠久的历史长河中，粮食酒一直是重要的文化符号与社交媒介，见证了无数重大历史时刻与民间故事。这种独特的文化价值不仅丰富了粮食酒的内涵，也为其在消费者心中树立了独特的品牌形象。

粮食酒以其独特的风味特征、显著的健康优势以及深厚的文化底蕴，在众多酒类中脱颖而出，成为广大消费者追求高品质生活的重要选择。未来，随着消费者健康意识的不断提升与对传统文化认同感的增强，粮食酒市场有望进一步扩大，其发展前景值得期待。

三、 市场规模及增长情况

近年来，中国粮食酒市场展现出蓬勃的生命力，市场规模持续扩大，年复合增长率维持在高水平，这一趋势主要得益于国内经济环境的稳定向好、消费者购买力的提升以及对高品质生活追求的日益增长。经济稳定增长为粮食酒行业提供了坚实的消费基础，而消费升级的浪潮则进一步推动了粮食酒向高端化、品牌化方向发展。

市场规模的持续扩大得益于多方面因素的共同作用。随着人们对健康生活的重视，粮食酒作为传统酿造技艺的代表，其纯粮食原料、自然发酵的特点备受青睐，市场需求不断攀升。国家政策的扶持也为粮食酒市场注入了新的活力，如对传统酿造工艺的保护与传承、对假冒伪劣产品的严厉打击等，有效维护了市场秩序，保障了消费者的合法权益。

增长情况的多元化趋势尤为显著。在品牌化方面，粮食酒企业纷纷加大品牌建设和宣传力度，通过差异化定位、个性化包装设计等手段提升品牌影响力和市场竞争力。高端化方面，则是以高品质、高附加值的产品满足消费者对于生活品质的追求，如采用优质原料、精细酿造工艺酿造的粮食酒，逐渐成为市场上的热门产品。多元化发展也是粮食酒行业的重要特征之一，不同风味、不同度数、不同包装形式的粮食酒产品层出不穷，满足了消费者多样化的需求。

线上销售渠道的拓展为粮食酒市场带来了新的增长点。随着互联网技术的飞速发展，电商平台、社交媒体等新兴渠道成为粮食酒销售的重要阵地。企业纷纷布局线上市场，通过直播带货、社交媒体营销等方式，拓宽销售渠道，提升品牌知名度。线上销售不仅突破了地域限制，实现了全国范围内的快速覆盖，还通过大数据分析等手段精准定位目标客户群体，提高了营销效率和销售效果。

中国粮食酒市场在市场规模和增长态势上均展现出强劲的发展潜力。未来，随着消费者需求的不断变化和市场环境的持续优化，粮食酒行业将迎来更加广阔的发展空间。

四、 主要粮食酒品牌及市场份额

在中国粮食酒这一传统而竞争激烈的行业中，市场格局呈现出多极化与集中化并存的特点。以茅台、五粮液、泸州老窖等为代表的知名品牌，凭借深厚的文化底蕴、卓越的产品品质及广泛的品牌认可度，稳固占据着市场的高端与次高端领域。这些品牌通过多年的市场耕耘，不仅在国内建立了完善的销售网络，更在国际市场上赢得了良好的口碑，进一步巩固了其市场地位。

品牌竞争方面，各大品牌在保持传统酿造工艺的基础上，不断进行创新，推出符合现代消费者口味的新品，以差异化策略满足多元化的市场需求。同时，品牌间的竞争已从单一的产品竞争上升到品牌文化、营销策略及渠道布局等多维度竞争，竞争态势日益激烈。

市场份额分布上，尽管知名品牌占据优势地位，但市场并非铁板一块。新兴品牌的快速崛起，特别是那些注重品质、定位清晰、营销手段新颖的品牌，正逐步蚕食市场份额，尤其是在中低端市场表现出较强的竞争力。这种格局的变化，不仅丰富了市场供给，也促进了整个行业的创新与进步。

中国粮食酒市场正处于一个品牌竞争与市场份额动态调整的关键期，各大品牌需持续创新，深化品牌建设，以应对日益激烈的市场竞争。

五、 市场需求及消费者特点

在当前多元化消费趋势的推动下，粮食酒市场展现出强劲的增长动力，特别是随着消费者对健康、品质和文化内涵追求的深化，粮食酒市场需求持续增长，并呈现出高端化、精细化的发展趋势。这一变化不仅体现在市场规模的扩大上，更在于市场结构的深刻调整。

市场需求持续增长：粮食酒，作为中国传统文化的重要载体，其市场需求一直保持稳定增长态势。近年来，随着消费者生活水平的提高和消费观念的转变，对高品质、健康型粮食酒的需求显著增加。特别是在高端市场，一些具有深厚文化底蕴、精湛酿造工艺和卓越品质的粮食酒产品，受到了越来越多消费者的青睐。这种高端化趋势不仅推动了粮食酒产业结构的优化升级，也促进了行业的整体发展。

消费者特征多元化：传统上，粮食酒的主要消费群体以中年男性为主，但近年来，这一格局正在悄然发生变化。女性消费者和年轻消费者的比例逐渐上升，成为推动粮食酒市场增长的重要力量。女性消费者更注重产品的口感、品质和健康属性，对低度酒和葡萄酒等品类表现出较高的兴趣；而年轻消费者则更加关注产品的文化内涵、时尚元素和个性化定制服务。随着线上购物渠道的普及，越来越多的消费者选择在线上平台购买粮食酒产品，这一趋势不仅拓宽了粮食酒的销售渠道，也改变了消费者的购买习惯。

粮食酒市场需求持续增长，消费者特征日益多元化，为行业发展注入了新的活力。面对这一趋势，粮食酒企业需要不断创新产品和服务，以满足消费者的多元化需求，同时加强品牌建设和文化传承，以在激烈的市场竞争中占据有利地位。

第二章 粮食酒行业产业链分析

一、 原材料供应情况

粮食产业与粮食酒行业的基石作用分析

在中国这一农业大国中，粮食产业不仅是国民经济的基础，更是粮食酒行业发展的坚实支撑。近年来，随着农业科技的持续进步和农业政策的不断优化，我国粮食总产量稳步提升，为粮食酒行业提供了充足的原料保障。据中国社会科学院农村发展研究所发布的数据显示，我国粮食总产量今年预计将达到7亿吨，较去年有显著增长，这一积极趋势不仅反映了我国农业生产的强大韧性，也为粮食酒行业的可持续发展奠定了坚实基础。

粮食产量与品质双重提升，奠定行业物质基础

粮食产量的稳定增长，尤其是小麦、高粱、玉米等主要酿酒原料的丰收，为粮食酒行业提供了源源不断的原料供应。同时，随着农业标准化生产的推进，粮食品质也在不断提升。以北大荒集团大山农场为例，该农场通过加强农业基础设施建设、科技示范引领及田间标准管理，成功实现了粮食作物产量与品质的双提升。这种品质上的提升，直接反映在粮食酒的风味与品质上，满足了消费者对高品质粮食酒的需求。

原材料价格波动考验行业韧性，灵活应对是关键

尽管粮食产量总体稳定，但原材料价格仍受到气候、政策、市场需求等多种因素的共同影响，呈现出一定的波动性。这种波动不仅影响粮食酒行业的生产成本，还对其利润空间构成挑战。因此，粮食酒企业需具备敏锐的市场洞察力，密切关注市场动态，灵活调整采购策略，以应对原材料价格的不确定性。通过多元化原料采购渠道、建立稳定的供应商关系以及优化库存管理等方式，企业可以有效降低原材料成本波动带来的风险，确保生产经营的稳定性和可持续性。

保障原材料供应稳定性，构建行业生态链

为确保生产稳定，粮食酒企业需将保障原材料供应稳定性置于战略高度。通过与粮食供应商建立长期合作关系，企业可以确保在原料紧缺时仍能获得稳定的供应；部分企业还通过自建种植基地等方式，实现原材料的自给自足，从而进一步提升对供应链的控制力。这种垂直整合的供应链模式，不仅有助于保障原料质量，还能有效降低采购成本，提升企业的市场竞争力。同时，这也促进了农业与工业的深度融合，构建了更加完善的粮食酒行业生态链。

二、 生产加工环节现状

技术水平提升：酿造工艺与设备革新的驱动力

近年来，粮食酒行业在技术革新方面取得了显著成就，特别是酿造工艺与设备更新方面，展现了行业向智能化、自动化转型的坚定步伐。以国台酒业为例，该企业在充分吸收传统酿造工艺精髓的基础上，积极探索智能酿造之路，通过清晰化、数据化、标准化的手段，将传统工艺与现代科技深度融合。这一举措不仅实现了酿造过程的全自动运行与全过程可控，还确保了产品质量的均一性与稳定性，为行业树立了技术创新的典范。智能酿造技术的应用，不仅提升了生产效率，更在保留传统风味的同时，赋予了产品更高的品质保障。

品质控制严格：构建全方位的质量安全防线

随着消费者对食品安全与品质要求的日益提升，粮食酒企业纷纷加强品质控制体系的建设，构建起从原料采购到成品检验的全方位质量安全防线。江小白作为行业内的佼佼者，积极响应国家标准，参与纯粮固态发酵白酒的认证工作，其“传承千年酿酒工艺，推动中国酒利口化、时尚化、国际化”的企业宗旨，正是对品质控制严格要求的生动体现。通过严格的原料筛选、精细的生产加工以及全面的成品检验，江小白确保了每一瓶出厂的白酒都能达到高品质标准，为消费者提供了可靠的购买依据。

环保与可持续发展：绿色生产的必由之路

在追求经济效益的同时，粮食酒行业亦不忘环保与可持续发展的社会责任。企业积极采用节能减排技术，减少生产过程中的污染排放，并通过废弃物的综合利用与资源的循环利用，实现绿色生产。例如，某企业在技术创新上取得突破，跨界环保、食品饮料、农牧三个行业，成功实现了白酒糟、高浓度酿造水等酿酒副产物的“无害化、减量化、稳定化处理和资源化循环利用”。这一举措不仅降低了环境污染，还为企业带来了额外的经济效益，展现了粮食酒行业在环保与可持续发展方面的积极探索与实践。

三、销售渠道及物流配送

多元化渠道布局与高效物流协同，共塑粮食酒市场新生态

在当前复杂多变的市场环境中，粮食酒企业正以前所未有的姿态积极探索新的发展路径，其中，多元化销售渠道的构建与高效物流配送体系的完善成为了关键驱动力。这些策略不仅有效拓宽了产品市场覆盖面，还极大提升了消费者购物体验，为企业的持续发展奠定了坚实基础。

多元化销售渠道：全渠道覆盖，精准触达

粮食酒企业紧跟市场趋势，积极拓展线上线下相结合的多元化销售渠道。在线上，通过电商平台、社交媒体及企业官方网站等数字平台，利用大数据分析技术精准定位目标客户群体，提供便捷的在线购买体验。同时，企业还不断创新线上营销模式，如直播带货、社交媒体营销等，以吸引年轻消费群体的关注。线下方面，企业则持续深耕传统商超、专卖店等渠道，通过精美的店面装修、专业的销售服务

及丰富的产品陈列，为消费者营造高品质的购物环境。企业还积极拓展礼品市场、团购渠道等特色领域，实现全渠道覆盖，满足不同消费者的多样化需求。

物流配送体系完善：数字赋能，高效协同

随着物流行业的快速发展，粮食酒企业也加速构建高效、智能的物流配送体系。借助先进的物流信息技术，如物联网、大数据、人工智能等，企业实现了对物流全链条的精准监控与管理。从仓储、分拣、配送到售后，每一个环节都经过精心设计与优化，以确保产品能够迅速、准确地送达消费者手中。同时，企业还积极与第三方物流企业合作，共同打造高效协同的物流生态圈。通过资源整合与信息共享，进一步降低物流成本，提高物流效率，为消费者提供更加优质、快捷的配送服务。这一系列举措不仅提升了企业的市场竞争力，也为整个粮食酒行业的转型升级树立了典范。

第三章 粮食酒行业市场竞争格局

一、行业竞争激烈程度

品牌竞争格局与市场份额动态

在中国粮食酒市场这片广袤的版图中，品牌竞争呈现出多元化与激烈化的特点。市场内品牌林立，从拥有深厚历史底蕴的传统名酒到锐意进取的新兴品牌，均以其独特的魅力和市场策略在消费者心中占据一席之地。这些品牌不仅在酿造工艺上精益求精，更在市场营销上频出奇招，以多样化、创新化的手段吸引消费者的眼球，从而加剧了市场的竞争态势。

品牌众多，各领风骚

在众多品牌中，不乏如叙府酒业这样坚守品质战略的佼佼者。叙府酒业凭借其在纯粮固态发酵白酒领域的深耕细作，不仅获得了中检科创这一国家级权威机构的认证，更在市场上树立了高品质、高信誉的品牌形象。此类品牌通过长期积累的品牌价值和核心竞争力，在市场中稳固了自己的地位，成为行业内的标杆。

市场份额争夺激烈

随着市场的不断扩大和消费者需求的日益多元化，各大品牌对于市场份额的争夺也愈发激烈。各品牌纷纷加大营销投入，通过电视广告、网络营销、线下促销等多种渠道提升品牌知名度和市场占有率。在这场没有硝烟的战争中，品牌间的竞争不仅体现在产品的品质与价格上，更体现在品牌故事、文化内涵的传达与消费者情感共鸣的建立上。

品质与价格竞争加剧

随着消费者对品质要求的不断提高，粮食酒行业逐渐从单纯的价格竞争转向更为深层次的品质竞争。高品质、高性价比的产品成为了市场的新宠。品牌们深知，只有不断提升产品品质，满足消费者对美好生活的追求，才能在激烈的市场竞争中立于不败之地。因此，各品牌纷纷加大在产品研发、技术创新、质量控制等方面的投入，力求以更好的产品回馈消费者，赢得市场的认可。

二、 主要竞争对手分析

行业龙头企业与市场动态分析

在粮食酒行业中，龙头企业以其深厚的历史底蕴、卓越的产品品质及多元化的营销策略，稳固占据市场高地。以茅台为例，作为中国白酒的标志性品牌，其不仅拥有独特的酿造工艺与地理环境优势，更通过高端定位与限量销售策略，维护了品牌稀缺性与价值感。茅台在市场营销上，注重文化传承与国际交流，通过举办高端品鉴会、国际酒博会等活动，进一步提升品牌形象，巩固其市场领导地位。

五粮液则以其丰富的产品线与灵活的市场策略著称，不仅在中高端市场占据重要份额，还积极向年轻化、时尚化转型，通过跨界合作与数字化营销，吸引新兴消费群体。五粮液不断推出符合市场需求的新品，如绵柔系列，强调口感的柔和与细腻，以满足现代消费者对于健康饮酒的追求。

海之蓝作为白酒行业的新兴力量，凭借精准的市场定位与持续的品质升级，快速崛起为百元价位段的明星单品。其围绕消费者需求进行的产品迭代，如提升基酒贮存时间、优化调味酒配比，使得海之蓝在口感上实现了香与味的全面协调，赢得了广泛好评。海之蓝的成功，不仅在于其对产品品质的执着追求，更在于其敏锐的市场洞察力与灵活的市场应变能力。

新兴势力与地域性品牌探索

近年来，粮食酒行业涌现出一批新兴品牌，它们以创新的产品设计、独特的营销策略与精准的市场定位，快速抢占市场份额。这些品牌往往注重年轻消费群体的培育，通过社交媒体、电商平台等渠道进行精准营销，打造个性化品牌形象。同时，它们还积极探索产品创新，如推出低度酒、果味酒等新型产品，以满足消费者多样化的需求。

地域性品牌则以其独特的地域文化与消费者忠诚度，在当地市场占据稳固地位。这些品牌往往拥有悠久的酿造历史与深厚的文化底蕴，能够激发消费者的情感共鸣。例如，会稽山与兰亭品牌，通过线上线下的综合营销手段，如黄酒封坛节、书法节等活动，不仅传播了黄酒文化，还提升了品牌曝光度与影响力。地域性品牌的成功，在于其能够充分挖掘并利用地域文化优势，打造具有差异化的品牌形象，从而赢得消费者的青睐。

三、 竞争格局未来演变趋势

粮食酒行业的关键发展趋势与策略分析

在当前复杂多变的市场环境下，粮食酒行业正经历着深刻的结构性变革，其中品质化、品牌化、多元化、个性化、数字化转型及国际化发展成为不可逆转的趋势。这些趋势不仅反映了消费者对产品品质和个性化需求的日益增长，也体现了行业在技术创新和市场拓展方面的积极探索。

品质化与品牌化并重，重塑行业竞争力

品质是粮食酒行业的生命线。古井贡酒作为行业内的佼佼者，通过构建国家级科研平台（如国家级工业设计中心、博士后科研工作站等），以及设立专项研究院（如中国白酒健康研究院），不断提升产品风味与品质，为行业树立了标杆。这种对品质的极致追求，促使整个行业向高端化、精品化方向发展。同时，品牌作为连接产品与消费者的情感纽带，其重要性日益凸显。粮食酒企业需通过精准的品牌定位、丰富的文化内涵和卓越的产品体验，塑造具有鲜明特色和高度认同感的品牌形象，以增强市场竞争力。

多元化与个性化并行，满足市场需求多样性

随着消费者需求的多元化和个性化趋势加剧，粮食酒行业需不断创新，推出多样化的产品以满足不同消费者的口味偏好和饮用场景需求。这要求企业在产品研发上更加注重市场调研和消费者反馈，灵活调整产品结构，开发符合市场需求的新品。同时，个性化定制服务也成为新的增长点，企业可通过提供个性化包装设计、酒体风味调整等服务，满足消费者的独特需求，提升产品附加值。

数字化转型加速，拓宽营销渠道与提升效率

数字化转型是粮食酒行业未来发展的必然趋势。国台酒庄的数字智能化酒库建设，不仅提高了储酒效率和管理水平，也为行业的数字化转型提供了有益借鉴。企业应积极拥抱数字技术，通过建设电商平台、利用社交媒体等新兴渠道拓展市场，实现线上线下融合发展。大数据分析、人工智能等技术的应用，将助力企业精准洞察市场需求，优化营销策略，提升运营效率和市场响应速度。

国际化步伐加快，提升全球竞争力

在全球经济一体化的背景下，中国粮食酒行业正积极寻求国际化发展机会。通过参加国际展会、建立海外销售网络、与国际知名品牌合作等方式，中国粮食酒企业正逐步扩大国际市场份额。然而，国际化之路并非坦途，企业需不断提升产品品质、加强品牌建设、了解目标市场文化习俗和消费者需求，以更好地适应国际竞争环境，提升全球竞争力。

第四章 粮食酒行业发展趋势分析

一、技术创新与智能化生产

粮食酒行业的科技革新与智能化发展

在粮食酒行业这片古老而又充满活力的领域，科技的浪潮正以前所未有的力量推动着酿造工艺与生产模式的深刻变革。这一变革不仅体现在酿造工艺的持续革新上，更在于智能化生产线的广泛应用与数字化管理的深入实践，共同构筑了行业未来发展的新蓝图。

酿造工艺革新：技术引领品质升级

粮食酒的品质，历来是消费者最为关注的焦点。随着微生物发酵技术、智能温控系统等先进科技的不断引入，酿造过程实现了更为精细化的控制。以古井贡酒为例，其通过与清华大学、哈尔滨工业大学等多所顶

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/428132014022006136>