

2024-

2030年中国木地板行业市场深度调研及发展趋势与投资价值

研究报告

摘要..... 2

第一章 木地板行业概述..... 2

 一、 行业定义与分类..... 2

 二、 行业发展历程与现状..... 2

 三、 行业产业链结构..... 3

第二章 市场需求分析..... 4

 一、 国内外市场需求现状..... 4

 二、 消费者需求特点与趋势..... 4

 三、 不同领域市场需求对比..... 5

第三章 市场供给分析..... 6

 一、 国内外市场供给现状..... 6

 二、 主要厂商及产品特点..... 6

 三、 行业产能及产能利用率..... 7

第四章 行业竞争格局..... 8

 一、 市场竞争状况及主要企业..... 8

 二、 市场份额分布及变化趋势..... 8

 三、 竞争策略及差异化优势..... 9

第五章 行业技术发展..... 10

- 一、 国内外技术进展及对比 10
- 二、 核心技术及专利情况 11
- 三、 技术创新对行业发展的影响 11
- 第六章 行业政策环境 12
 - 一、 国家相关政策法规 12
 - 二、 行业标准及监管要求 13
 - 三、 政策环境对行业发展的影响 13
- 第七章 未来发展趋势预测 14
 - 一、 行业增长驱动因素 14
 - 二、 市场需求变化趋势 15
 - 三、 技术创新与产业升级方向 15
- 第八章 投资价值分析 16
 - 一、 行业投资机会与风险 16
 - 二、 主要企业投资价值评估 17
 - 三、 投资策略与建议 17
- 第九章 行业发展建议 18
 - 一、 针对行业痛点的发展建议 18
 - 二、 提高行业竞争力的措施 19
 - 三、 推动行业可持续发展的策略 20

摘要

本文主要介绍了木地板行业在当前市场环境下的机遇与挑战，包括消费升级、政策扶持、技术创新带来的市场机遇，以及市场竞争加剧、原材料价格波动等风险。文章还分析了主要企业的投资价值评估标准，如品牌影响力、财务状况、研发实力等，为投资者提供了参考。文章强调，投资策略应关注行业龙头与潜力股，采取多元化策略，并紧跟政策导向与市场需求变化。同时，文章还展望了行业发展建议，包括加强产品质量监管、优化供应链管理、拓展国际市场等，以提高行业竞

争力并实现可持续发展。此外，文章还探讨了推动行业绿色生产、加强行业自律等策略，为行业健康发展提供了思路。

第一章 木地板行业概述

一、 行业定义与分类

木地板行业概况及产品分类分析

木地板行业，作为家居建材领域的重要组成部分，专注于以木材为核心原料，通过精密加工与特殊工艺处理，创造出集美观、舒适、环保及耐用性于一体的地面装饰材料。随着消费者对生活品质要求的提升及健康环保意识的增强，木地板行业不断迎来新的发展机遇与挑战。

二、 行业发展历程与现状

木地板制造行业在中国经历了从无到有、由弱至强的显著发展历程，其演变轨迹深刻反映了中国经济社会的变迁与消费观念的升级。起步阶段，上世纪80年代，改革开放的春风为木地板行业带来了萌芽的机遇。彼时，国内木地板市场以进口产品为主导，满足了初期高端消费群体对家居装饰品质的追求。这一时期的木地板市场虽处于初步探索阶段，但为后续行业的快速发展奠定了坚实的基础。

进入90年代至本世纪初，木地板行业迎来了快速发展的黄金时期。随着国内生产技术的提升和市场需求的激增，本土木地板企业如雨后春笋般涌现，产品种类日益丰富，从传统的实木地板到复合地板、强化地板等多元化产品体系逐步建立。技术创新的推动不仅提升了产品的质量与性能，也极大地丰富了消费者的选择空间。这一时期，行业规模的迅速扩张与市场份额的显著提升，标志着中国木地板制造行业正逐步走向成熟。

近年来，木地板行业步入成熟稳定阶段，呈现出新的发展态势。随着消费者对环保、品质要求的日益提高，以及个性化、定制化需求的不断增长，木地板制造企业纷纷加强品牌建设、技术创新与环保生产，力求在激烈的市场竞争中脱颖而出。在此背景下，中国木地板市场规模持续扩大，已成为全球最大的木地板生产和消费国之一。这一成就不仅得益于国内市场的强劲需求，也得益于中国木地板产品在国际市场上的竞争力提升。

当前，木地板制造行业的竞争格局呈现出多元化与集中化并存的特点。行业内企业数量众多，市场竞争异常激烈，促使企业不断创新以寻求差异化竞争优势；随着品牌影响力的提升和市场份额的集中，龙头企业在行业中占据主导地位，引领着行业的发展方向。消费者对木地板的环保性、美观性、耐用性等方面的要求不断提高，促使企业不断升级产品标准，采用更加环保的材料和先进的生产工艺，以满足市场需求。面对未来，木地板制造企业需继续加强技术创新与品牌建设，积极应对市场变化与消费者需求升级的挑战，以实现行业的可持续发展。

三、 行业产业链结构

木地板产业链分析

木地板行业作为一个综合性产业，其产业链涵盖了从原材料获取到最终产品消费的各个环节，呈现出高度的协同性与互动性。在深入分析该产业链时，我们可以从上游、中游至下游三个层面进行详尽探讨。

上游产业：资源驱动的基石

木地板行业上游产业主要包括木材资源的种植、采伐与初步加工，这一环节是整个产业链的基础与源头。木材资源的丰富程度直接关系到木地板生产的可持续性与成本结构。随着全球对环保意识的增强，可持续林业管理成为上游产业的重要趋势，如使用竹材、回收木材等可再生资源，以及推广生物基胶黏剂等环保材料，均有助于降低木地板生产的环境足迹。木材的质量与价格波动也直接影响着中游生产企业的原材料采购策略与成本控制能力，进而影响到整个行业的竞争力与市场稳定性。

中游产业：技术创新的竞技场

中游产业即木地板的生产加工环节，是技术创新与品质控制的核心区域。企业在此阶段需完成原材料的精细加工、产品设计与研发、质量控制等关键任务。技术水平的提升与生产工艺的优化直接关系到木地板产品的品质、功能与成本。当前，随着物联网与智能家居技术的快速发展，木地板产品正逐步向智能化转型，如集成温湿度感应、智能照明与健康监测等功能，这些创新不仅提升了产品的附加值，也进一步满足了消费者对高品质生活的追求。同时，中游企业的生产能力与研发实力也成为其在市场竞争中脱颖而出的重要因素。

下游产业：市场导向的终端

下游产业则涵盖了木地板的销售渠道、售后服务等环节，是连接产品与消费者的桥梁。销售渠道的多样性与服务质量直接影响到消费者的购买决策与品牌忠诚度。面对电商崛起的行业变革，木地板企业纷纷采取线上线下融合的新零售模式，线上平台提供便捷的购物体验与丰富的产品信息，线下门店则注重场景化展示与深度服务体验，双轨并行以更好地满足消费者需求。优质的售后服务也是提升品牌形象与口碑的关键因素，如提供安装指导、维护保养等增值服务，能够增强消费者的满意度与忠诚度，进而促进市场的持续健康发展。

第二章 市场需求分析

一、国内外市场需求现状

当前，中国木地板制造行业正处于一个快速发展的黄金时期，其市场需求呈现出多元化与高端化并进的态势。在国内市场，随着居民生活质量的显著提升和住房条件的不断改善，消费者对家居环境的美观性、舒适性及环保性提出了更高要求。这一趋势直接推动了木地板市场的持续扩张，不仅体现在销量的稳步增长上，更在于产品品质的飞跃与消费结构的升级。高端、环保、个性化的木地板产品成为市场新宠，设计创新与个性化服务的融合，进一步满足了消费者对美好生活的向往。同

时，房地产市场的蓬勃发展，尤其是精装修房政策的推广，为木地板行业提供了庞大的市场需求基础，促进了行业的整体繁荣。

转向国际市场，中国木地板凭借其卓越的品质、独特的设计以及具有竞争力的价格，在国际舞台上赢得了广泛认可与好评。出口量的逐年增加，不仅彰显了中国木地板制造行业的国际竞争力，也为众多企业开辟了广阔的海外市场空间。然而，面对国际贸易环境的复杂多变，如关税壁垒的增设、贸易保护主义的抬头等不利因素，中国木地板出口企业需保持高度警惕，灵活应对，通过技术创新、品牌建设及市场拓展等多元化策略，巩固并扩大国际市场份额。

国内外市场对木地板的强劲需求为中国木地板制造行业提供了广阔的发展空间与机遇，同时也带来了挑战与考验。行业企业应紧抓市场脉搏，紧跟消费者需求变化，不断创新与升级，以更加优质的产品与服务，满足国内外市场的多元化需求，推动行业持续健康发展。

二、 消费者需求特点与趋势

在当今家居装饰领域，木地板作为经典与现代的融合体，正经历着前所未有的变革。随着消费者对生活品质要求的不断提升，木地板行业正逐步向环保健康、个性化定制及智能化应用三大趋势迈进。

环保健康需求驱动市场变革：随着公众环保意识的增强，无甲醛、低VOC等环保标签成为木地板产品的核心竞争力。消费者在选择时，愈发重视材料的环保性能，这不仅是对家人健康的负责，也是对生活品质的一种追求。天格等品牌以“高端地面家具”的定位，不仅强调产品的耐用性与传承性，更在环保材料应用上走在行业前列，引领绿色消费风尚。

个性化定制满足多元需求：在家居风格日益多元化的今天，消费者对木地板的款式、颜色、纹理等要求日益精细化。木地板企业纷纷加大研发力度，推出多样化、个性化的产品系列，以满足不同装修风格和个性化需求。从简约现代到复古奢华，从北欧风情到中式古典，木地板正以其独特的魅力，成为家居空间中不可或缺的一部分。

智能化趋势引领行业创新：智能家居的快速发展为木地板行业带来了新的机遇。智能温控木地板能够根据室内环境自动调节温度，为居住者提供更加舒适的居住体验；智能感应照明等创新技术的应用，则让木地板不仅仅是地面材料，更成为智能家居生态中的一环。这些智能化产品的推出，不仅提升了木地板的附加值，也进一步拓宽了行业的市场空间。

三、 不同领域市场需求对比

木地板应用领域深度剖析

木地板作为装饰材料中的重要组成部分，其应用领域广泛且需求多样化，主要涵盖了家庭住宅、商业办公及公共设施三大板块，每个领域均对木地板提出了独特的性能要求与审美偏好。

家庭住宅领域：品质与设计并重，环保引领新风尚

在家庭住宅领域，木地板不仅是地面铺设的基础材料，更是居家生活品质与审美情趣的直接体现。随着消费者对居住环境要求的日益提高，木地板的品质、设计与环保性能成为市场关注的焦点。多层木地板以其美观、耐磨、易安装的特性，在家装市场占据主导地位。这类地板通过实木表层与人造板基层的巧妙结合，既保留了自然木材的温润质感，又有效克服了实木地板易变形的缺陷。同时，环保标准的不断提升促使生产企业采用低甲醛或无醛胶黏剂，确保了产品的环保安全性，满足了现代家庭对健康居住环境的追求。消费者对木地板的个性化需求日益增长，促使市场不断推出多样化的设计风格与花色选择，以满足不同家庭的装修需求。

商业办公领域：耐用易洁为基，绿色办公添助力

商业办公空间对木地板的需求同样旺盛，但其关注点更多聚焦于产品的耐用性、易清洁性和美观性。在商业环境中，人流量大、使用频率高，因此木地板需具备出色的耐磨性能，以应对日常磨损与频繁清洁的挑战。同时，美观大方的外观设计也是提升办公空间整体档次与氛围的关键。值得注意的是，随着绿色办公理念的深入人心，环保性能成为商业办公领域选购木地板时不可忽视的重要因素。选用符合环保标准的木地板，不仅有助于营造健康舒适的办公环境，也是企业社会责任的体现。

公共设施领域：安全卫生为先，功能性与美观并重

公共设施领域如学校、医院、图书馆等，对木地板的性能要求更为严格。这些场所人员密集，对防滑、耐磨、抗菌等性能有着极高的要求，以确保使用安全与卫生。因此，在公共设施领域，木地板的选用需充分考虑其功能性特点，确保在提供良好视觉效果的同时，也能有效应对各种使用挑战。例如，在学校等教育场所，木地板需具备良好的防滑性能，以减少学生在奔跑、玩耍时摔倒的风险；在医院等医疗机构，则需选用抗菌性能优异的木地板材料，以减少交叉感染的风险。考虑到公共设施的使用频率与维护成本，耐用性也是选购时不可忽视的重要因素。

第三章 市场供给分析

一、国内外市场供给现状

近年来，中国木地板制造行业呈现出蓬勃的发展态势，产能持续扩大成为显著特征。这得益于技术进步与产业升级的双重驱动，不仅推动了生产效率的提升，还促使产品种类日益丰富，质量迈上了新的台阶。国内企业纷纷加大研发投入，引入先进生产线和制造工艺，成功研发出多款符合市场需求的木地板产品，从传统的实木地板到复合地板、强化地板等，满足了不同消费者对品质、环保及个性化的多元需求。这种供给端的增长，不仅增强了国内市场的自给能力，也为全球木地板市场贡献了重要力量。

然而，在国内供给持续增长的同时，进口木地板仍在中国市场占据一席之地，特别是在高端市场领域表现突出。进口木地板以其独特的材质、精湛的工艺

和前沿的设计理念，吸引了大量追求生活品质与个性化的消费者群体。新西兰的优质松木、俄罗斯的珍贵硬木以及瑞典的环保材料，这些国际品牌凭借其在原材料、技术和品牌力上的优势，与国内产品形成了差异化竞争态势。

值得注意的是，全球贸易环境的变化对木地板行业的竞争格局产生了深远影响。关税调整、贸易壁垒等因素使得进口木地板的成本有所增加，这无疑对其市场竞争力构成了一定挑战。国际间的交流与合作也在不断加强，如“中国（日照）木结构和旅居产业展览会”等平台的搭建，为国内外企业提供了展示产品、交流技术的宝贵机会，有助于推动全球木地板行业的共同发展与进步。

二、 主要厂商及产品特点

中国木地板行业格局与竞争态势分析

在中国木地板行业的广阔舞台上，龙头企业以其深厚的行业积淀与前瞻性的战略布局，成为了引领行业发展的中流砥柱。这些企业通过持续的技术研发投入，不仅实现了产品性能与品质的飞跃，更在品牌建设与市场拓展方面展现出强大的竞争力。他们成功打造了覆盖高中低档次、满足不同消费者需求的全面产品线，进一步巩固了市场地位。

龙头企业引领行业发展新风尚

以升华云峰为例，该企业作为绿色家居建材领域的佼佼者，凭借其卓越的环保底色和技术创新能力，不仅实现了产品矩阵的全面升级，还深刻践行了可持续发展理念，为整个行业树立了绿色发展的新标杆。升华云峰通过融合绿色环保与创新理念，不仅提升了自身产品的市场竞争力，更为整个行业的绿色发展路径提供了宝贵经验和示范效应。

产品差异化竞争策略显成效

面对日益激烈的市场竞争，各木地板厂商纷纷采取差异化竞争策略，通过技术创新与产品设计的差异化，寻求市场突破口。部分企业聚焦于环保型木地板的研发，积极响应消费者对健康生活方式的追求，推出了一系列低甲醛、无醛添加的环保产品，赢得了市场的广泛认可。同时，也有企业注重产品外观和装饰性的提升，通过独特的设计元素和材质运用，打造出具有艺术美感和高附加值的木地板产品，满足了消费者对于家居美学的高品质追求。

品牌影响力成为关键竞争要素

随着消费者品牌意识的不断增强，品牌影响力已成为影响消费者购买决策的重要因素。这一策略不仅有助于增强消费者对品牌的信任和忠诚度，还有助于企业进一步扩大市场份额，实现可持续发展。在这个过程中，国产品牌展现出了强劲的增长势头，特别是在电商渠道上的表现尤为突出，进一步彰显了国产品牌在木地板行业的竞争力和市场潜力。

三、 行业产能及产能利用率

近年来，中国木地板行业展现出强劲的发展态势，产能规模持续扩大，这主要归因于技术革新与产业升级的双重驱动。随着生产技术的不断进步，设备自动化与智能化水平的提升显著增强了企业的生产效率与产品质量，为产能的快速增长奠定了坚实基础。同时，房地产市场的繁荣以及消费者对居住环境品质要求的提高，进一步激发了木地板产品的市场需求，为产能扩张提供了强大的市场动力。

产能利用率的波动特性凸显了行业对外部环境变化的敏感性。市场需求的波动、原材料价格的起伏以及劳动力成本的变动，均对木地板行业的产能利用率产生直接影响。当市场需求旺盛时，企业订单增加，产能利用率自然上升，反之则可能面临产能过剩的困境。这种波动性要求企业具备高度的市场洞察力和灵活的生产调整能力，以便在变化莫测的市场环境中保持竞争力。

产能结构的优化成为行业发展的重要趋势。面对日益激烈的市场竞争和消费者需求的多元化，木地板企业纷纷加大技术创新与产品研发力度，致力于提升产品附加值和差异化竞争力。通过引入新技术、新材料和新工艺，企业不仅提升了产品的环保性能与耐用性，还满足了市场对于个性化、定制化产品的需求。行业内还出现了一系列兼并重组案例，通过优化资源配置，提高行业集中度，进一步增强了企业的市场地位和抗风险能力。这一系列举措不仅促进了木地板行业产能结构的优化升级，也为行业的可持续发展奠定了坚实基础。

第四章 行业竞争格局

一、 市场竞争状况及主要企业

中国木地板行业市场竞争格局与主要参与者分析

当前，中国木地板行业正处于一个高度竞争的市场环境中，各品牌与企业纷纷加大投入，争夺市场份额。这种竞争态势不仅体现在传统龙头企业的激烈对抗上，还伴随着新兴势力的快速崛起，共同塑造了行业多元化、高度动态化的竞争格局。

市场竞争激烈化与多元化趋势

随着消费者对木地板品质、环保性能及设计感的追求日益提升，市场需求的多样化促使企业不断推陈出新，以满足消费者个性化需求。在此背景下，中国木地板行业市场竞争愈发激烈，企业之间的竞争已不仅仅局限于价格层面，更向品牌、服务、技术创新等多维度延伸。各大品牌通过提升产品质量、优化营销策略、加强售后服务等手段，不断提升自身竞争力，以在激烈的市场竞争中占据有利位置。

领军企业稳固地位与新兴势力崛起

在激烈的市场竞争中，大自然、圣象、菲林格尔等传统领军企业凭借其深厚的品牌积淀、完善的产品线、广泛的销售网络以及强大的供应链管理能力和品牌影响力，稳固了市场领先地位。这些企业不仅注重产品质量的持续提升，还紧跟市场潮流，不断创新产品设计，以满足消费者日益增长的需求。同时，它们还通过线上线下融合的营销策略，进一步扩大品牌影响力，巩固市场地位。

然而，值得注意的是，除了传统领军企业外，一些新兴品牌如炫嘉米塔尔等也凭借独特的产品定位、创新的营销策略以及高效的供应链管理，在市场中迅速崛起。这些新兴品牌通过精准把握市场需求，推出符合年轻消费者审美的个性化产品，并借助电商平台等新型销售渠道，实现了快速增长。它们在营销活动中的出色表现，如京东站内广告投放、搜索优化以及大促活动期间的首页推荐等，不仅提升了品牌曝光度，还吸引了大量潜在客户的关注，为企业的快速发展奠定了坚实基础。

二、 市场份额分布及变化趋势

当前，中国木地板行业展现出多元化竞争态势，市场份额分布格局复杂而微妙。行业领军企业通过技术创新、品质提升及品牌塑造，成功占据市场的主导地位，其市场份额稳固且呈现出持续扩张的趋势。这些企业凭借完善的生产体系、广泛的销售网络以及深厚的消费者基础，有效抵御了市场波动与新兴竞争者的挑战。

市场份额的变化趋势深刻反映了消费者偏好的变迁。随着环保意识的普遍提升和健康生活理念的深入人心，消费者对木地板产品的环保性、耐用性及美观度提出了更高的要求。这一变化促使具备环保认证、高品质原材料及先进生产工艺的企业在市场中脱颖而出，其市场份额显著提升。相反，那些未能及时响应市场需求，缺乏创新能力和品质保障的企业，则面临市场份额下滑的困境。

地域差异也是影响木地板市场份额分布的重要因素。在经济发达、消费水平较高的沿海地区和一线城市，高端木地板品牌因其卓越的品质和品牌影响力，赢得了较高的市场份额。这些品牌不仅满足了当地消费者对高品质生活的追求，也推动了木地板市场向高端化、差异化方向发展。而在经济相对落后的地区，受限于消费水平和消费习惯，中低端木地板品牌仍占据主导地位，但随着居民收入水平的提升和消费观念的转变，这一格局有望逐渐改变。

中国木地板行业市场份额的分配与变化，是市场竞争、消费者需求及地域差异等多重因素共同作用的结果。未来，随着行业的不断发展和市场的进一步成熟，市场份额的分配将更加趋于合理，具备核心竞争力的企业将持续扩大其市场影响力。

三、 竞争策略及差异化优势

木地板行业竞争力提升策略分析

在木地板行业日益激烈的市场竞争中，企业需通过多维度的策略调整以增强自身竞争力，确保在复杂多变的市场环境中稳健前行。以下从产品创新、品牌建设、渠道拓展及差异化优势构建四个方面进行详细阐述。

产品创新：引领市场潮流

木地板行业的核心竞争力首先体现在产品的持续创新上。随着消费者对家居环境要求的提升，传统地板已难以满足其多元化需求。因此，企业需加大研发投入，不断推出符合市场趋势的新产品。这包括但不限于环保型地板的研发，如采用低VOC（挥发性有机化合物）材料，以减少室内空气污染；耐磨型地板的升级，通过增强表面处理技术

，提升地板的耐用性和抗刮擦能力；以及防水型地板的推广，解决潮湿环境下地板变形、发霉等问题。智能木地板的探索也是未来的发展方向，如集成温湿度感应、自动调节功能，为消费者提供更加舒适便捷的居住体验。

品牌建设：塑造企业形象

品牌建设是提升木地板企业市场地位的关键。企业应注重品牌形象的塑造与传播，通过精准的品牌定位，明确自身在市场中的独特价值。在品牌建设过程中，需加强品牌故事的挖掘与讲述，让消费者在情感上与品牌产生共鸣。同时，利用多种媒介渠道进行品牌宣传，包括线上社交媒体、专业展会、行业论坛等，提升品牌的知名度和美誉度。更重要的是，通过提供高品质的产品和服务，赢得消费者的口碑，形成品牌忠诚度，为企业的长期发展奠定坚实基础。

渠道拓展：拓宽市场覆盖面

渠道拓展是木地板企业扩大市场份额的有效途径。企业应积极构建多元化销售渠道，包括线上电商平台、线下专卖店、工程渠道等，以满足不同消费者的购买需求。在线上渠道方面，通过自建官方网站、入驻主流电商平台等方式，利用互联网的优势，突破地域限制，实现全国乃至全球市场的覆盖。线下渠道则需注重店面布局的优化与体验升级，为消费者提供更加直观、便捷的购物体验。同时，加强与经销商、代理商等合作伙伴的合作关系，通过共享资源、协同作战，共同推动市场的发展。

差异化优势：凸显企业特色

在激烈的市场竞争中，差异化优势是企业脱颖而出的关键。木地板企业应深入挖掘自身优势，打造差异化竞争力。这既可以在产品设计上体现，如推出个性化定制服务，满足消费者对于独特、专属的家居环境需求；也可以在服务质量上展现，如提供售前咨询、售中安装指导、售后维护等全方位服务，提升消费者满意度。在价格策略上采取灵活多样的定价方式，根据产品特性、市场需求及消费者心理等因素进行定价调整，以增强市场竞争力。通过这些差异化优势的构建，企业在市场中将更具辨识度，更能吸引消费者的关注与青睐。

第五章 行业技术发展

一、 国内外技术进展及对比

近年来，中国木地板行业在技术层面取得了长足的进步，不仅在材料科学、生产工艺上实现了质的飞跃，更在环保标准上迈出了坚实步伐。国内企业积极引进并吸收国际先进技术，通过高精度数控切割、智能烘干等现代化生产方式，显著提升了生产效率和地板成品的质量稳定性。同时，面对全球对家居产品环保性能日益严苛的要求，国内木地板企业纷纷加大研发投入，开发出一系列低甲醛、无醛等环保型地板产品，以满足市场对绿色、健康家居环境的需求。

在材料研发方面，中国企业不断突破传统界限，探索新型实木与复合材料的应用，力求在保持美观与舒适的同时，进一步提升地板的耐用性和稳定性。针对实

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/458112041126006133>