

---

## 行業概覽

---

本節及本文件其他章節所載列的資料及統計數據摘錄自我們委託弗若斯特沙利文編製的報告，以及來自各種政府官方刊物及其他公開可得刊物。我們委聘弗若斯特沙利文編製與[編纂]有關的獨立行業報告，即弗若斯特沙利文報告。我們、獨家保薦人、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]、彼等各自的任何董事及顧問或參與[編纂]的任何其他人士或各方並無獨立核實政府官方資料來源，亦無對其準確性發表任何聲明。

### 行業資料來源

我們委聘弗若斯特沙利文就2020年至2029年期間中國數智化冷鏈農產品銷售市場進行分析並編製報告。弗若斯特沙利文為一家於1961年在紐約成立的獨立全球諮詢公司，提供行業調查及市場戰略，亦提供增長諮詢及企業培訓。根據經公平磋商達成的服務協議，我們同意向弗若斯特沙利文支付佣金人民幣500,000元。除另有說明外，本節所載的所有數據及預測均來自弗若斯特沙利文報告。

於編製報告時，弗若斯特沙利文進行一手及二手研究，並依賴多個資料來源。一手研究通過與重要業內專家及領先行業參與者開展訪談而進行。二手研究涉及分析從若干公開可得數據來源(如國家統計局、交通運輸部、中國物流與採購聯合會(「中物聯」)及其他行業協會)獲得的市場數據。弗若斯特沙利文報告內的市場預測基於以下主要假設作出：(i)預計在預測期內，中國的整體社會、經濟及政治環境將保持穩定；(ii)中國的經濟及工業發展在預測期內可能保持穩定增長；(iii)相關行業的主要驅動因素可能在預測期內推動中國數智化冷鏈農產品銷售的增長，例如農業冷鏈信息科技的進步、消費升級及對可追溯性日益增長的需求等；及(iv)不存在可能對市場產生重大或根本性影響的極端不可抗力或行業監管。

董事確認，據董事採取審慎態度作出合理查詢後所深知，自弗若斯特沙利文報告所載相關數據日期起，市場資料並無發生可能限制、抵觸或影響本節所載資料的重大不利變動。

---

## 行業概覽

---

### 中國農產品冷鏈市場概覽

#### 農產品冷鏈的定義

農產品冷鏈是指為蔬菜、水果、畜禽產品及水產品等易腐農產品而設計的溫控供應鏈系統。在採收後處理、加工、儲存、運輸、分銷及零售的整個過程中，產品均保持在適當的低溫條件下，以保持新鮮度及品質、減少損耗並將污染風險降至最低。

#### 中國的冷庫容量

近年來，在政策激勵、冷庫及物流能力擴張，以及消費者對新鮮及優質產品需求日益增長的推動下，中國冷鏈系統已顯著改善。

中國冷庫容量由2020年的177.0百萬立方米增加至2024年的253.0百萬立方米，反映自2020年至2024年的複合年增長率為9.3%。展望未來，在冷庫去庫存的背景下，預計新冷庫建設將變得更加理，冷庫容量的增長速度較往年有所放緩。因此，預計中國的冷庫容量於2024年至2029年將持續擴張，於2029年達到330.0百萬立方米，自2024年至2029年的複合年增長率為5.5%。

#### 中國農產品冷鏈市場規模

中國農產品冷鏈市場的總收入由2020年的人民幣3,602.0億元增加至2024年的人民幣5,111.0億元，2020年至2024年的複合年增長率為9.1%。在服務體系向整合與協作方向升級，以及冷鏈網絡持續擴張等趨勢推動下，農產品冷鏈市場預計將持續增長。於2029年，中國農產品冷鏈市場的總收入預計將達到人民幣6,195.0億元，2024年至2029年複合年增長率為3.9%。

#### 中國冷鏈農產品銷售市場

##### 冷鏈農產品銷售市場的定義

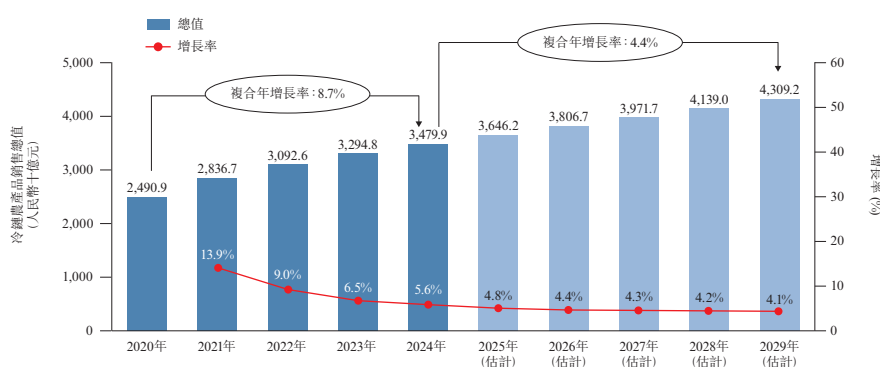
國冷鏈農產品銷售市場是指由易腐農產品的商業流通及銷售所形成的市場，該等農產品在整個配送過程中均需要溫控環境，以保持品質及安全。此市場定義不包括倉儲、運輸及交付等冷鏈物流履約服務。

## 行業概覽

### 中國冷鏈農產品銷售市場規模

冷鏈農產品銷售市場包括在「先採購、後銷售」模式下運作且涉及具有冷鏈要求的農產品交易及銷售活動，並不包含「自產自銷」模式。中國冷鏈農產品銷售市場的總值由2020年的人民幣24,909.0億元增加至2024年的人民幣34,799.0億元，2020年至2024年複合年增長率為8.7%。預計2029年，中國冷鏈農產品銷售市場的總值將達到人民幣43,092.0億元，2024年至2029年複合年增長率為4.4%。

冷鏈農產品銷售總值(中國)，2020年至2029年(估計)



資料來源：國家發改委、中國物流與採購聯合會冷鏈物流專業委員會、弗若斯特沙利文

隨著冷鏈農產品的交易規模及種類持續擴大，冷鏈農產品銷售營運商的角色日益凸顯。透過連接上游生產商與分散的下游需求，該等營運商促進跨區域流通、支援淡季供應及保存，並有助於交易階段維持產品品質。該等功能有助降低易腐農產品流通過程中的損耗率，並提升配送效率。

### 中國冷鏈農產品銷售的市場驅動因素

**線上農產品電商的快速增長。**於2021年，商務部及其他政府部門發佈《「十四五」電子商務發展規劃》，其強調農村電子商務改善農產品向城市市場的流動，並加速了農業數字化的角色。展望未來，規劃旨在進一步提升農產品的標準化、多樣化、品牌化及電子商務化，從而提高其增值潛力。其亦強調加強農村電子商務與數字鄉村建設的融合，加速物聯網及人工智能在農業生產管理中的應用，並完善農產品安全追溯監管體系，以促進數字農業發展。在

---

## 行業概覽

---

政策引導的支持下，線上農產品電商近年來穩步擴張，包括即時配送、前置倉運營及社區團購在內的配送模式日益成熟，提升農產品的銷售效率。尤其是，即時配送模式的特點通常為訂單頻率高、批量小及配送迅速，對整個銷售環節中保鮮及質量穩定性提出了更高要求。因此，冷藏、倉儲及冷鏈運輸變得日益重要，從而為中國冷鏈農產品市場的持續增長提供強大支持。

**品種類多元化及消費者對農產品質量與安全的期望日益提高。**近年來，中國家庭的平均收入水平持續上升。人均年度可支配收入由2020年的人民幣32,189元增加至2024年的人民幣41,314元，複合年增長率為6.4%。隨著收入增長及消費升級，農產品消費已由注重耐儲藏產品轉向更多元化的組合，包括新鮮蔬果、鮮肉禽類及水產品。該等產品類別的特點通常為周轉頻率較高，對交易效率、集中採購能力以及批發及零售渠道的專業化運營提出更高要求。同時，消費者日益關注新鮮度、營養保留及食品安全。因此，產品多樣化以及對質量與安全期望的提升，已成為支持中國冷鏈農產品銷售市場持續發展的關鍵驅動力。

**有利的政策支持。**中國的政策一貫支持農產品流通現代化及發展冷鏈銷售模式。根據國家發改委及其他部門於2020年聯合發佈的《關於進一步優化發展環境促進生鮮農產品流通的實施意見》，政策重點包括加強與農業生產緊密銜接的分揀、包裝、保鮮倉儲設施建設，並鼓勵在城市周邊建設公共生鮮農產品配送中心，為連鎖超市、生鮮電商平台及連鎖餐飲企業等下游渠道提供服務。於「十四五」規劃期間，國家政策進一步強調加快發展生鮮農產品零售新業態，並支持流通企業、連鎖零售商及電子商務平台擴大銷售渠道。該等措施提高了流通效率並擴大了市場准入，共同驅動冷鏈農產品銷售市場的擴張。展望未來，《十五五規劃(2026–2030)》繼續強調科技驅動、綠色、品質導向及品牌化農業的協調發展，並支持初加工、深加工以及農產品生產、加工及銷售的一體化發展，為冷鏈農產品銷售的長期增長提供持續的政策支持。

---

## 行業概覽

---

### 中國冷鏈農產品銷售的未來趨勢

**向集成化及協同化服務體系升級。**根據於2025年2月23日發佈的《2025年中央一號文件》，國家政策重點包括加快建設現代農產品流通網絡，並支持多方市場主體開展供應鏈協同建設。鼓勵企業整合供應鏈管理能力、信息平台及相關資源，並與農戶、批發商、電子商務平台及其他上下游合作夥伴緊密合作。該等合作旨在提高整體流通效率、加強供應鏈各環節的協調並減少產品損失。在此背景下，中國冷鏈農產品銷售市場正逐步向更具集成化及協同性的經營模式演變。

**基於場景及類別的服務模式。**隨著消費者需求變得日益多元化，冷鏈農產品銷售市場正在轉向更具場景化及產品化的服務模式。市場參與者正針對不同的應用場景（如生鮮電商平台、社區團購及餐飲供應鏈）量身定制銷售及履約方案，同時對水果、蔬菜、肉類及海鮮等不同產品類別採取差異化的管理及質量控制措施。該等做法有助於在整個交易週期內維持更一致的產品質量及更高的銷售效率。

**提升跨區域及跨境能力。**在全球貿易及供應鏈重組的推動下，中國冷鏈農產品銷售市場正加強其跨區域及跨境交易能力。跨境電商海外倉的建設、國際冷鏈鐵路服務的擴展以及陸海新通道的推進，正支撐著農產品的集中採購及跨境流通。此外，於2024年11月發佈的《冷鏈物流無接觸配送要求》為進軍國際市場的企業提供了標準化框架。在該等政策倡議、基礎設施升級以及標準不斷完善的驅動下，中國冷鏈農產品銷售市場正穩步提升其跨區域及跨境交易能力，為市場擴張及銷售模式創新創造有利條件。政策支持、基礎設施升級及標準完善，共同為冷鏈農產品銷售模式的市場擴張及創新創造了有利條件。

---

## 行業概覽

---

### 中國數智化冷鏈農產品銷售市場概覽

#### 數智化冷鏈農產品銷售的定義及分類

數智化冷鏈農產品銷售市場指涉及由數智化技術支持的冷鏈農產品銷售，包括交易促成、採購以及批發或零售業務。市場專注於由數字系統賦能的銷售導向型活動，涵蓋參與冷鏈農產品商業流通的企業。

一般而言，傳統冷鏈農產品銷售仍主要依賴線下匹配，信息碎片化，且採購及庫存決定往往基於人工經驗。此可能導致採購週期延長、供需失衡風險增加，以及因倉儲及運輸過程中的溫度控制不一致而導致的產品損失增加。

透過整合數智化技術至冷鏈農產品銷售，產品及交易信息可實現實時共享，溫度狀況可受到持續監控，且採購及庫存管理可更及時、更精細。因此，數智化冷鏈農產品銷售有助於加強響應程度、減少產品損失並加強交易相關程序的控制，與傳統銷售慣例相比，提供了一種更具數據賦能和技術支撐的營運模型。

#### 中國數智化冷鏈農產品銷售價值鏈

中國數智化冷鏈農產品銷售市場的價值鏈由三大環節組成：上游農產品供應及生產、中游農產品銷售及數智化信息服務，以及下游冷鏈農產品銷售渠道。

上游分部涵蓋各種農產品的供應及生產，包括植物及動物類產品，以及若干仍被歸類為農產品且僅須符合基本食品安全相關初步處理要求的初級加工農產品。採收後，產品經過挑選及處理以符合冷鏈倉儲及運輸要求，有助於從源頭確保產品的新鮮度及品質。該等自源頭類別的產品於數智化冷鏈農產品銷售市場中交易。

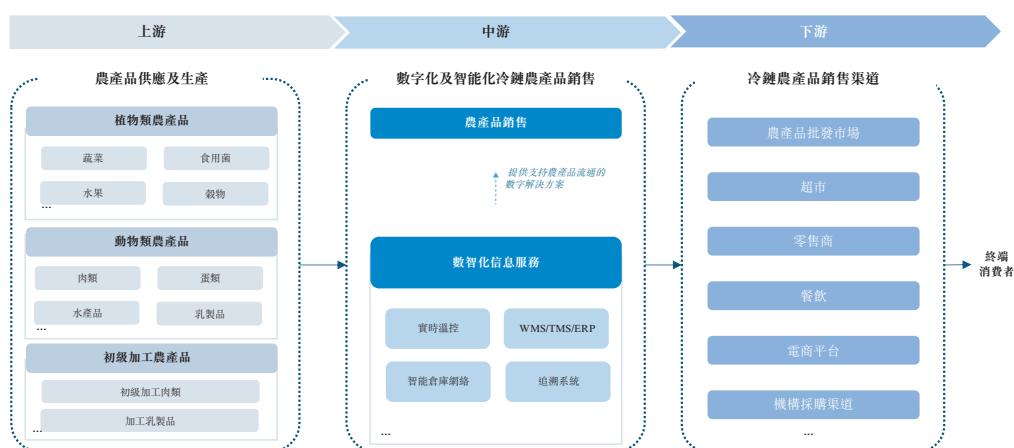
中游環節主要由農產品銷售參與方構成，其功能在於支持產地與下游渠道之間的供需匹配與貨物流轉。其亦涵蓋支持流通活動的數智化信息服務，包括數智化倉儲管理系統（「**WMS**」）、運輸管理系統（「**TMS**」）、訂單管理系統（「**OMS**」）、賬單管理系統（「**BMS**」）。

## 行業概覽

該等系統用於支持整個銷售相關活動的數據收集、監控、協調及優化。此外，其亦包括實時溫度監測、智能倉庫網絡規劃及基於區塊鏈的追溯等系統，並為農產品銷售提供數據支援與流程優化。該等數字化解決方案在不涉及倉儲、運輸或其他物流履約活動的情況下，提升了整個價值鏈的數據可見性與協同效率。

下游分部由冷鏈農產品銷售渠道組成，其中農產品批發市場作為核心渠道之一，包含眾多中小型農產品批發商；同時涵蓋超市、零售商、餐飲經營者、電商平台及機構採購渠道。數智化系統在促進交易、加強執行效率及提供跨游銷售渠道端到端可視化方面發揮著日益重要的作用。

### 數智化冷鏈農產品銷售價值鏈



附註：價值鏈以冷鏈農產品銷售為核心，並包相關數智化信息服務，以支持銷售相關活動。

資料來源：弗若斯特沙利文

### 中國數智化冷鏈農產品銷售市場規模

受冷鏈農產品交易對及時性、質量穩定性及履約確定性日益增長的要求所驅動，銷售階段日益要求採購、庫存組織、物流執行及交易匹配之間的高度協調。隨著交易量擴大及產品類別多元化，主要依賴人工操作及線下協調的傳統銷售模式，在效率、透明度及可擴展性

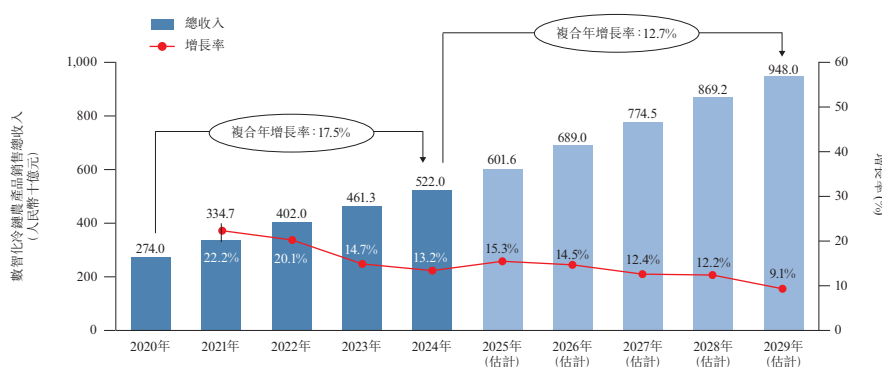
## 行業概覽

方面已顯現出結構性局限。這加速了數字化及智能化技術的採用，以支持流程級管理、增強信息透明度並提高整體交易效率。中國數智化冷鏈農產品銷售市場的市場規模由2020年的人民幣2,740.0億元擴展至2024年的人民幣5220,0億元，相當於複合年增長率17.5%。

展望未來，受惠於農產品流通持續數字化，以及數據賦能銷售模式獲更廣泛採用，預計市場將維持穩健增長勢頭，至2029年規模預計約達人民幣9,480.0億元，即2024年至2029年的複合年增長率為12.7%。

就滲透率而言，數智化分部於2024年佔整體冷鏈農產品銷售市場約15.0%。隨著數智化解決方案在銷售相關流程中得到更廣泛的應用，預計該滲透率於預測期內將穩步上升，到2029年將達到約22.0%。

數智化冷鏈農產品銷售總收入(中國)，2020年至2029年(估計)



資料來源：中物聯冷鏈委、弗若斯特沙利文

### 中國數智化冷鏈農產品銷售的市場驅動因素

**消費升級及對可追溯性日益增長的需求。**中國數智化冷鏈農產品銷售市場的快速發展，主要受消費結構升級以及對食品安全和追溯性需求日益增長所驅動。消費者日益重視高品質、營養及健康的農產品，進而促進了冷鏈服務的升級，特別是在保鮮及交付能力方面。此外，國務院辦公廳發佈了《關於加快發展冷鏈物流保障食品安全促進消費升級的意見》，其中提出實現冷鏈服務全過程可視化及可追溯，加強冷鏈物流信息化，並推動國家及地區公共信息服務以及質量安全追溯平台。政策對可追溯性的強調，連同市場需求，共同為中國數智化冷鏈農產品銷售市場的快速發展提供了驅動力。

---

## 行業概覽

---

**持續完善冷鏈基礎設施。**冷鏈農產品冷鏈基礎設施的不斷完善是推動數智化冷鏈農產品銷售市場發展的重要因素。在數字化方面，國家「十五五」規劃強調加強現代服務業、先進製造業及現代農業的融合，推動服務業數字化，並實施「AI+」行動，以加強人工智能與產業發展及文化建設的融合。中國農業農村部市場與信息化司亦強調有必要實現基礎設施互聯互通，在整個冷鏈過程中應用數字技術，以加強農產品倉儲保鮮基礎設施建設。在基礎設施方面，前置倉、冷庫設施以及運輸及分揀設施的建設及升級持續推進，為數智化冷鏈農產品銷售市場的發展提供有力支持。

**農業冷鏈信息技術的進展。**隨著人工智能、物聯網、大數據及區塊鏈等技術在冷鏈業務中的應用，農產品採收後處理、倉儲、運輸及銷售的數字化、可視化及可追溯水平持續提升。該等進展使企業能夠實現智能化倉庫管理、物流調度及實時溫控，從而提高營運效率並減少產品損失。因此，冷鏈信息技術的進步已成為支持數智化冷鏈農產品銷售市場規模化發展及多場景擴張的主要驅動力。

**政策支持促進產業規範化發展。**中國持續透過政策支持、監管框架及試點計劃，推動數智化冷鏈農產品銷售市場的規範化發展，為市場擴張提供動力。於「十四五」規劃期間，國家政策強調科技賦能於現代化冷鏈物流及農產品流通中的作用，鼓勵應用數字化系統，以提高整個銷售過程中的營運協調、質量控制及信息透明度。該等政策導向為冷鏈農產品銷售的數智化升級創造有利環境。展望未來，預期政策支持力度將進一步加大。「十五五」規劃(2026–2030年)重點強調推進數字中國建設，並促進人工智能及數據技術與產業發展的深度融合，強化包括農產品流通在內的傳統行業向更智能化及數據驅動的營運模式轉型。此外，已推出針對性政策措施，以加快在營運層面的落實。例如，根據商務部等八個部門於2025年3月聯

---

## 行業概覽

---

合印發的《加快數智供應鏈發展專項行動計劃》，明確支持發展數字化及智能化農產品銷售市場、提升冷鏈物流能力，以及加強綜合供應鏈網絡及最後一公里配送環節。同樣地，於2025年2月，《關於開展物流數據開放互聯試點工作的通知》鼓勵分享及資源配置方面的創新，目標為提高效率及降低整體物流成本。

### 中國數智化冷鏈農產品銷售的未來趨勢

**深化銷售活動的數字化應用。**隨著數字技術在農業貿易中得到更廣泛的應用，數智化冷鏈農產品銷售預計將在產品選擇、交易管理及銷售運營中納入更多實時監控、數據驅動分析及智能化決策支持工具。該等發展有助於提高透明度、提升決策準確度，並支持更標準化及可追溯的銷售環境。

**細分及差異化服務需求增長。**數字技術驅動的細分及差異化服務趨勢，是中國數智化冷鏈農產品銷售市場的發展趨勢之一。傳統冷鏈銷售服務難以滿足不同農產品類別及銷售場景的多樣化需求。透過利用物聯網監控、數據分析及基於區塊鏈溯源等數字系統，結合一體化冷鏈一站式服務能力，數智化驅動企業可為不同類型的農產品提供更具針對性的解決方案，支持冷鏈供應鏈沿線的上游生產與下游銷售之間更佳協同。

**擴展細分化及差異化銷售解決方案。**隨著產品類別趨向多元化及買家需求變得更加專門化，預計市場將更加強調由數字技術實現的定製化銷售解決方案。透過利用產品分級輔助、數字化品質文件及數據分析等工具，企業可為各類農產品類型及銷售場景提供差異化服務，支持更精細化的商業流通。

**市場集中度增加。**隨著中國數智化冷鏈農產品銷售市場持續發展，市場集中度一直穩步提升。憑藉大規模營運及先進的數智管理能力，領先企業已成為行業標桿，提升了行業的整體效率及服務質量。展望未來，預計市場集中度將進一步提升，領先從業者將維持主導地位，而小型企業則專注於細分市場或區域市場的機遇。

### 中國數智化冷鏈農產品銷售市場的競爭格局

中國的數智化冷鏈農產品銷售市場極為分散，2024年冷鏈農產品銷售前十大公司合計佔總收入的約14.0%。本公司於2024年在該市場排名第八，冷鏈農產品銷售收入達人民幣29億元，佔市場份額的0.6%。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀本文件有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

## 行業概覽

### 按冷鏈農產品銷售收入計的前十大冷鏈數智農產品銷售公司(中國)，2024年

排名	公司名稱	冷鏈農產品	市場份額
		銷售收入 (人民幣10億元)	(%)
1	A公司	30.1	5.8%
2	B公司	8.4	1.6%
3	C公司	7.6	1.5%
4	D公司	6.8	1.3%
5	E公司	4.8	0.9%
6	F公司	4.5	0.9%
7	G公司	4.0	0.8%
8	本公司	2.9	0.6%
9	H公司	1.5	0.3%
10	I公司	1.4	0.3%
	前十大	72.0	14.0%
	總計	522.0	100.0%

附註：

1. A公司為一家於2008年成立且總部位於廣東省的私人公司。其主要從事冷鏈農產品銷售，提供涵蓋採購及銷售的數智化服務。
2. B公司為一家於2009年成立且總部位於山東省的私人公司。其主要從事冷鏈農產品銷售，提供涵蓋採購及銷售的數智化服務。
3. C公司為一家於2006年成立且總部位於廣東省的私人公司。其主要從事冷鏈農產品銷售，提供涵蓋採購及銷售的數智化服務。
4. D公司為一家於1995年成立且總部位於廣東省的私人公司。其主要從事冷鏈農產品銷售，提供涵蓋採購及銷售的數智化服務。
5. E公司為一家於2017年成立且總部位於北京市的H股上市公司。其主要從事物流及冷鏈農產品銷售，並由數智化技術提供支持。
6. F公司為一家於2018年成立且總部位於山東省的私人公司。其主要從事冷鏈農產品銷售，並由涵蓋採購及銷售的數智化服務提供支持。
7. G公司為一家於2019年成立且總部位於湖北省的私人公司的附屬公司。其主要從事以數智化服務為支撐的冷鏈農產品銷售。
8. H公司為一家於2021年成立且總部位於上海的私人公司的全資附屬公司。其主要從事冷鏈農產品銷售，提供涵蓋採購及銷售的數智化服務。

---

## 行業概覽

---

9. I公司為一家成立於2014年且總部位於北京市的私人公司。其主要從事冷鏈農產品及餐飲食材銷售，並由數智化技術提供支持。

於2023年至2024年期間，本公司在上述中國前十大市場參與者中，就冷鏈農產品銷售收入錄得最高增長率。

### 中國數智化冷鏈農產品銷售的進入壁壘

**技術及系統整合要求。**數智化冷鏈農產品銷售需要多個信息系統的協調運作，包括倉儲管理、運輸管理、溫度監控及追溯系統。然而，中國冷鏈相關的數字化環境仍然參差不齊，各地區及平台之間的標準化程度有限，且系統互操作性不足。為支持銷售場景下穩定可靠的數智化營運，企業通常需要建立先進的技術架構，並保持強大的研發能力。

**平台規模及網絡效應。**數智化冷鏈農產品銷售一般依賴於利用數字化工具連接上游生產者、冷鏈資源及下游銷售渠道的平台。該等平台須隨時間積累供應商、買家及交易數據，以支持精準獲客、交易匹配、物流協調、庫存可視、價格透明及可追溯性等核心功能。實現該等能力需要足夠的規模及持續的用戶參與。

**數據碎片化及缺乏統一標準。**中國數智化冷鏈農產品銷售市場的數據在供應商及銷售實體之間仍然高度分散，信息往往被記錄在孤立或遺留系統中。缺乏統一的數據交換及互操作性標準，限制了跨平台的可視性及協調運作。為實現數智化優化，企業通常需要投入於數據治理、系統中間件以及跨利益相關者協作的實用機制。整合不同系統的成本及複雜性構成了重大障礙。

**供應鏈渠道壁壘。**數智化冷鏈農產品銷售需要長期積累穩定的上游採購網絡及多元化的下游銷售渠道。該等供應鏈關係建立在持續的交易量、履約能力及服務可靠性之上，新進入者難以在短期內複製，從而形成了顯著的供應鏈渠道壁壘。

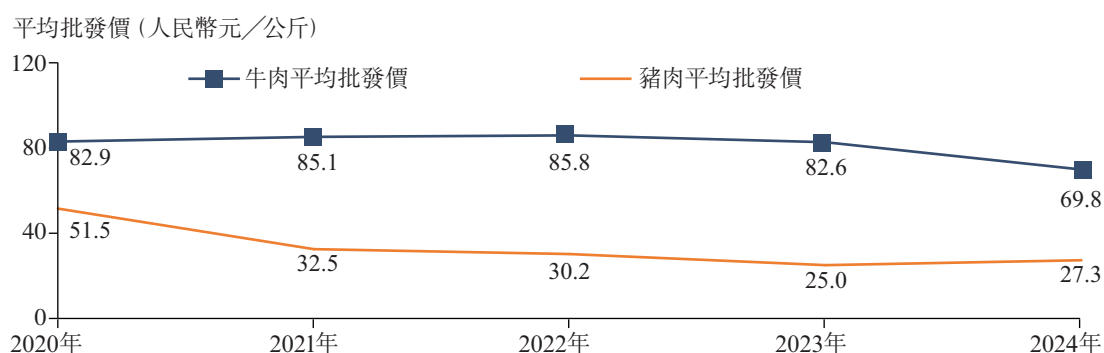
### 牛肉及豬肉平均批發價

自2020年至2023年，牛肉的平均批發價格保持相對穩定，介乎於每公斤人民幣82.0元至每公斤人民幣86.0元之間。於2024年，受進口量增加及國內供應充足所帶動，牛肉平均批發價錄得輕微下跌，達到每公斤約人民幣70.0元。總體而言，近年價格相對穩定，反映市場大致平衡，並受穩定的國內產量及日益增長的消費者需求所支持。

## 行業概覽

就豬肉平均批發價而言，其由2020年的每公斤人民幣51.5元下降至2024年的每公斤人民幣27.3元。2020年的高價格水平主要受非洲豬瘟疫情影響所致，該疫情導致國內豬肉產能暫時下降，市場供應偏緊。自2021年以來，豬肉產能逐步恢復，導致市場供應增加及相應的價格調整。於2022年至2024年期間，由於市場供應充足，中國豬肉平均批發價格保持總體穩定並略有下降。展望未來，預期牛肉及豬肉平均批發價格將保持大致穩定，惟受供需動態、養殖成本及其他市場因素變化影響，亦可能出現週期性波動。

### 牛肉及豬肉平均批發價(中國)，2020年–2024年



資料來源：國家統計局、弗若斯特沙利文