|  |
| --- |
| [中国互联网餐饮行业现状调研及未来发展趋势分析报告（2025-2031年）](https://www.20087.com/M_ITTongXun/92/HuLianWangCanYinShiChangXingQingFenXiYuQuShiYuCe.html) |



#### [中国市场调研网](https://www.20087.com/)

[www.20087.com](https://www.20087.com/)

一、基本信息

|  |  |
| --- | --- |
| 名称： | [中国互联网餐饮行业现状调研及未来发展趋势分析报告（2025-2031年）](https://www.20087.com/M_ITTongXun/92/HuLianWangCanYinShiChangXingQingFenXiYuQuShiYuCe.html) |
| 报告编号： | 1588092　　←电话咨询时，请说明该编号。 |
| 市场价： | 电子版：10000 元　　纸介＋电子版：10200 元 |
| 优惠价： | 电子版：8900 元　　纸介＋电子版：9200 元　　可提供增值税专用发票 |
| 咨询电话： | 400 612 8668、010-66181099、010-66182099、010-66183099 |
| Email： | Kf@20087.com |
| 在线阅读： | [<https://www.20087.com/M_ITTongXun/92/HuLianWangCanYinShiChangXingQingFenXiYuQuShiYuCe.html>](https://www.20087.com/2/95/ZhiNengXiWanJiShiChangQianJingYuCe.html) |
| 温馨提示： | 订购英文、日文等版本报告，请拨打订购咨询电话或发邮件咨询。 |

二、内容简介

　　互联网餐饮行业在过去几年经历了快速的发展，特别是随着移动互联网技术的普及和用户消费习惯的变化，线上点餐、外卖配送等服务已经成为日常生活中不可或缺的一部分。目前，互联网餐饮平台通过整合线下餐饮资源，提供便捷高效的点餐体验，极大地便利了消费者的日常生活。同时，行业内竞争激烈，头部企业如美团、饿了么等通过技术创新和服务优化，不断提升用户体验，稳固市场份额。  
　　未来，互联网餐饮行业将继续向着智能化、个性化和多元化方向发展。一方面，借助大数据和人工智能技术，平台能够更加精准地分析用户偏好，提供个性化的餐饮推荐，从而增强用户粘性。另一方面，随着消费者对健康饮食的关注度提高，平台将加强对健康餐、素食餐等特色餐饮的支持，满足多样化的消费需求。此外，通过引入AR、VR等新兴技术，提供沉浸式的点餐体验，也是未来可能的发展方向之一。  
　　《[中国互联网餐饮行业现状调研及未来发展趋势分析报告（2025-2031年）](https://www.20087.com/M_ITTongXun/92/HuLianWangCanYinShiChangXingQingFenXiYuQuShiYuCe.html)》通过详实的数据分析，全面解析了互联网餐饮行业的市场规模、需求动态及价格趋势，深入探讨了互联网餐饮产业链上下游的协同关系与竞争格局变化。报告对互联网餐饮细分市场进行精准划分，结合重点企业研究，揭示了品牌影响力与市场集中度的现状，为行业参与者提供了清晰的竞争态势洞察。同时，报告结合宏观经济环境、技术发展路径及消费者需求演变，科学预测了互联网餐饮行业的未来发展方向，并针对潜在风险提出了切实可行的应对策略。报告为互联网餐饮企业与投资者提供了全面的市场分析与决策支持，助力把握行业机遇，优化战略布局，推动可持续发展。  
  
第一章 互联网餐饮行业发展现状与运营模式  
　　1.1 餐饮团购市场现状与运营模式  
　　　　1.1.1 餐饮团购市场发展规模  
　　　　（1）餐饮团购整体市场规模  
　　　　1）餐饮团购成交额  
　　　　2）餐饮团购参团人数  
　　　　3）餐饮团购在售团单  
　　　　（2）餐饮细分品类团购规模  
　　　　1）地方菜团购规模  
　　　　2）火锅烧烤团购规模  
　　　　3）自助餐团购规模  
　　　　4）快餐团购规模  
　　　　5）日韩料理团购规模  
　　　　6）蛋糕甜品团购规模  
　　　　7）西餐国际团购规模  
　　　　8）海鲜团购规模  
　　　　1.1.2 餐饮团购市场竞争分析  
　　　　（1）团购企业用户基础  
　　　　1）APP应用下载量  
　　　　2）百度指数格局  
　　　　3）微博指数格局  
　　　　4）用户基础总结  
　　　　（2）团购企业运营能力  
　　　　1）团队管理与执行效率  
　　　　2）战略定位与城市布局  
　　　　（3）团购企业服务粘性  
　　　　（4）餐饮团购企业竞争力总结  
　　　　1）大众点评竞争力总结  
　　　　2）美团网竞争力总结  
　　　　3）其他团购网站竞争力总结  
　　　　1.1.3 餐饮团购市场运营模式  
　　　　（1）信息驱动模式  
　　　　1）模式缩略图  
　　　　2）模式优劣势  
　　　　3）典型案例代表  
　　　　（2）交易驱动模式  
　　　　1）模式缩略图  
　　　　2）模式优劣势  
　　　　3）典型案例代表  
　　　　1.1.4 餐饮团购市场盈利模式  
　　　　（1）佣金收入模式  
　　　　（2）线下服务模式  
　　　　（3）电子商务模式  
　　　　（4）网络广告模式  
　　1.2 在线外卖市场现状与运营模式  
　　　　1.2.1 在线外卖市场发展规模  
　　　　（1）在线外卖市场订单规模  
　　　　（2）在线外卖市场交易规模  
　　　　1.2.2 在线外卖市场竞争格局  
　　　　（1）在线外卖整体市场格局  
　　　　（2）在线外卖细分市场格局  
　　　　1）家庭市场竞争格局  
　　　　2）白领市场竞争格局  
　　　　3）校园市场竞争格局  
　　　　（3）在线外卖移动端竞争格局  
　　　　1.2.3 在线外卖运营模式分析  
　　　　（1）餐户自建自营模式  
　　　　1）模式缩略图  
　　　　2）模式优劣势  
　　　　3）适用企业类型  
　　　　（2）第三方轻平台模式  
　　　　1）模式缩略图  
　　　　2）模式优劣势  
　　　　3）典型案例代表  
　　　　（3）第三方重平台模式  
　　　　1）模式缩略图  
　　　　2）模式优劣势  
　　　　3）典型案例代表  
　　　　（4）第三方轻重结合平台模式  
　　　　1）模式缩略图  
　　　　2）模式优劣势  
　　　　3）典型案例代表  
　　　　1.2.4 在线外卖盈利模式分析  
　　　　（1）抽成模式  
　　　　1）模式简介  
　　　　2）模式盈利点  
　　　　3）典型代表  
　　　　（2）固定费用模式  
　　　　1）模式简介  
　　　　2）模式盈利点  
　　　　3）典型代表  
　　　　（3）打包收费模式  
　　　　1）模式简介  
　　　　2）模式盈利点  
　　　　3）典型代表  
　　　　（4）免费服务模式  
　　　　1）模式简介  
　　　　2）模式盈利点  
　　　　3）典型代表  
　　1.3 私厨分享市场现状与运营模式  
　　　　1.3.1 私厨分享市场发展规模  
　　　　1.3.2 私厨分享市场竞争格局  
　　　　1.3.3 私厨分享市场运营模式  
　　　　（1）Airbnb式运营模式  
　　　　（2）Uber式运营模式  
　　　　1.3.4 私厨分享市场盈利模式  
　　　　（1）基于C端的佣金模式  
　　　　（2）基于B端的广告和佣金模式  
　　　　1.3.5 私厨分享用户需求分析  
　　　　（1）私厨分享用户接受情况  
　　　　（2）私厨分享用户期望情况  
　　　　（3）私厨分享用户门槛情况  
　　　　（4）私厨分享用户用餐偏好  
　　　　（5）私厨分享用户服务偏好  
　　　　（6）私厨分享用户参与情况  
　　　　（7）私厨分享用户参与原因  
  
第二章 互联网餐饮行业用户市场特征的分析  
　　2.1 互联网餐饮用户属性分析  
　　　　2.1.1 互联网餐饮用户性别属性  
　　　　2.1.2 互联网餐饮用户年龄属性  
　　　　2.1.3 互联网餐饮用户婚姻属性  
　　　　2.1.4 互联网餐饮用户收入属性  
　　2.2 互联网餐饮用户渠道分析  
　　　　2.2.1 互联网用户叫餐渠道选择  
　　　　2.2.2 互联网用户叫餐场景及渠道  
　　　　（1）互联网用户叫餐场景  
　　　　（2）不同场景叫餐渠道情况  
　　　　2.2.3 互联网用户叫餐时段及渠道  
　　　　（1）互联网用户叫餐时段  
　　　　（2）不同时段叫餐渠道情况  
　　2.3 互联网餐饮用户消费分析  
　　　　2.3.1 互联网餐饮用户消费金额  
　　　　（1）不同渠道餐饮消费金额情况  
　　　　1）电话外卖消费金额结构  
　　　　2）在线外卖消费金额结构  
　　　　3）其他外卖消费金额结构  
　　　　（2）不同职业餐饮消费金额情况  
　　　　1）在校学生外卖消费金额结构  
　　　　2）自由职业者外卖消费金额结构  
　　　　3）企业员工外卖消费金额结构  
　　　　4）专业人士外卖消费金额结构  
　　　　5）公务员/事业单位人员外卖消费金额结构  
　　　　6）企业管理人员外卖消费金额结构  
　　　　2.3.2 互联网餐饮用户消费频次  
　　　　（1）不同渠道餐饮消费频次  
　　　　1）电话外卖消费频次  
　　　　2）在线外卖消费频次  
　　　　3）其他外卖消费频次  
　　　　4）整体外卖消费频次  
　　　　（2）不同时段餐饮消费频次  
　　　　1）10：00-11：30外卖消费频次  
　　　　2）11：30-14：00外卖消费频次  
　　　　3）17：00-21：00外卖消费频次  
　　　　4）21：00-次日2：00外卖消费频次  
　　　　5）整体时段外卖消费频次  
　　　　2.3.3 互联网餐饮用户消费诉求  
　　　　（1）不同渠道餐饮消费诉求  
　　　　1）电话外卖消费诉求  
　　　　2）在线外卖消费诉求  
　　　　（2）不同人群餐饮消费诉求  
　　　　1）在校学生餐饮消费诉求  
　　　　2）普通员工餐饮消费诉求  
　　　　3）专业人士餐饮消费诉求  
　　　　4）中层管理者餐饮消费诉求  
　　　　2.3.4 互联网餐饮用户消费原因  
　　　　（1）电话外卖用户消费原因  
　　　　（2）在线外卖用户消费原因  
　　2.4 互联网餐饮用户平台分析  
　　　　2.4.1 互联网餐饮用户平台选择  
　　　　（1）不同人群餐饮平台选择  
　　　　（2）不同类型平台用户比例  
　　　　2.4.2 互联网餐饮用户餐户类型选择  
　　　　（1）不同类型餐户预订分布  
　　　　（2）不同模式平台预订分布  
　　　　2.4.3 互联网餐饮用户餐户选择特征  
　　　　（1）用户选择餐户原因分布  
　　　　（2）用户选择餐户数量分布  
　　　　2.4.4 互联网餐饮用户平台满意度情况  
　　　　（1）轻模式平台用户满意度情况  
　　　　（2）轻模式平台用户满意度情况  
  
第三章 互联网餐饮平台典型案例分析与解读  
　　3.1 餐饮团购平台优秀案例  
　　　　3.1.1 美团网  
　　　　（1）平台概况简介  
　　　　（2）覆盖城市数量  
　　　　（3）平台用户规模  
　　　　（4）平台运营模式  
　　　　（5）平台盈利模式  
　　　　（6）平台营销推广  
　　　　（7）平台融资成果  
　　　　（8）平台成功因素  
　　　　3.1.2 大众点评  
　　　　（1）平台概况简介  
　　　　（2）覆盖城市数量  
　　　　（3）平台用户规模  
　　　　（4）平台运营模式  
　　　　（5）平台盈利模式  
　　　　（6）平台营销推广  
　　　　（7）平台融资成果  
　　　　（8）平台成功因素  
　　　　3.1.3 百度糯米  
　　　　（1）平台概况简介  
　　　　（2）覆盖城市数量  
　　　　（3）平台用户规模  
　　　　（4）平台运营模式  
　　　　（5）平台盈利模式  
　　　　（6）平台营销推广  
　　　　（7）平台融资成果  
　　　　（8）平台成功因素  
　　　　3.1.4 窝窝团  
　　　　（1）平台概况简介  
　　　　（2）覆盖城市数量  
　　　　（3）平台用户规模  
　　　　（4）平台运营模式  
　　　　（5）平台盈利模式  
　　　　（6）平台营销推广  
　　　　（7）平台融资成果  
　　　　（8）平台成功因素  
　　　　3.1.5 拉手网  
　　　　（1）平台概况简介  
　　　　（2）覆盖城市数量  
　　　　（3）平台用户规模  
　　　　（4）平台运营模式  
　　　　（5）平台盈利模式  
　　　　（6）平台营销推广  
　　　　（7）平台融资成果  
　　　　（8）平台成功因素  
　　3.2 在线外卖平台优秀案例  
　　　　3.2.1 自建自营模式案例  
　　　　（1）麦乐送  
　　　　1）平台概况简介  
　　　　2）覆盖城市数量  
　　　　3）平台用户规模  
　　　　4）平台运营模式  
　　　　5）平台盈利模式  
　　　　6）平台营销推广  
　　　　7）平台融资成果  
　　　　8）平台成功因素  
　　　　（2）Hi捞送  
　　　　1）平台概况简介  
　　　　2）覆盖城市数量  
　　　　3）平台用户规模  
　　　　4）平台运营模式  
　　　　5）平台盈利模式  
　　　　6）平台营销推广  
　　　　7）平台融资成果  
　　　　8）平台成功因素  
　　　　（3）吉食送  
　　　　1）平台概况简介  
　　　　2）覆盖城市数量  
　　　　3）平台用户规模  
　　　　4）平台运营模式  
　　　　5）平台盈利模式  
　　　　6）平台营销推广  
　　　　7）平台融资成果  
　　　　8）平台成功因素  
　　　　3.2.2 第三方轻平台模式案例  
　　　　（1）美团外卖  
　　　　1）平台概况简介  
　　　　2）覆盖城市数量  
　　　　3）平台用户规模  
　　　　4）平台运营模式  
　　　　5）平台盈利模式  
　　　　6）平台营销推广  
　　　　7）平台融资成果  
　　　　8）平台成功因素  
　　　　（2）淘点点  
　　　　1）平台概况简介  
　　　　2）覆盖城市数量  
　　　　3）平台用户规模  
　　　　4）平台运营模式  
　　　　5）平台盈利模式  
　　　　6）平台营销推广  
　　　　7）平台融资成果  
　　　　8）平台成功因素  
　　　　3.2.3 第三方重平台模式案例  
　　　　（1）零号线  
　　　　1）平台概况简介  
　　　　2）覆盖城市数量  
　　　　3）平台用户规模  
　　　　4）平台运营模式  
　　　　5）平台盈利模式  
　　　　6）平台营销推广  
　　　　7）平台融资成果  
　　　　8）平台成功因素  
　　　　（2）来一火  
　　　　1）平台概况简介  
　　　　2）覆盖城市数量  
　　　　3）平台用户规模  
　　　　4）平台运营模式  
　　　　5）平台盈利模式  
　　　　6）平台营销推广  
　　　　7）平台融资成果  
　　　　8）平台成功因素  
　　　　（3）生活半径  
　　　　1）平台概况简介  
　　　　2）覆盖城市数量  
　　　　3）平台用户规模  
　　　　4）平台运营模式  
　　　　5）平台盈利模式  
　　　　6）平台营销推广  
　　　　7）平台融资成果  
　　　　8）平台成功因素  
　　　　（4）到家美食会  
　　　　1）平台概况简介  
　　　　2）覆盖城市数量  
　　　　3）平台用户规模  
　　　　4）平台运营模式  
　　　　5）平台盈利模式  
　　　　6）平台营销推广  
　　　　7）平台融资成果  
　　　　8）平台成功因素  
　　　　3.2.4 第三方轻重结合平台模式案例  
　　　　（1）饿了么  
　　　　1）平台概况简介  
　　　　2）覆盖城市数量  
　　　　3）平台用户规模  
　　　　4）平台运营模式  
　　　　5）平台盈利模式  
　　　　6）平台营销推广  
　　　　7）平台融资成果  
　　　　8）平台成功因素  
　　　　（2）百度外卖  
　　　　1）平台概况简介  
　　　　2）覆盖城市数量  
　　　　3）平台用户规模  
　　　　4）平台运营模式  
　　　　5）平台盈利模式  
　　　　6）平台营销推广  
　　　　7）平台融资成果  
　　　　8）平台成功因素  
　　3.3 私厨分享平台典型案例  
　　　　3.3.1 我有饭  
　　　　（1）平台概况简介  
　　　　（2）覆盖城市数量  
　　　　（3）平台用户规模  
　　　　（4）平台运营模式  
　　　　（5）平台盈利模式  
　　　　（6）平台营销推广  
　　　　（7）平台融资成果  
　　　　（8）平台成功因素  
　　　　3.3.2 Enjoy  
　　　　（1）平台概况简介  
　　　　（2）覆盖城市数量  
　　　　（3）平台用户规模  
　　　　（4）平台运营模式  
　　　　（5）平台盈利模式  
　　　　（6）平台营销推广  
　　　　（7）平台融资成果  
　　　　（8）平台成功因素  
　　　　3.3.3 回家吃饭  
　　　　（1）平台概况简介  
　　　　（2）覆盖城市数量  
　　　　（3）平台用户规模  
　　　　（4）平台运营模式  
　　　　（5）平台盈利模式  
　　　　（6）平台营销推广  
　　　　（7）平台融资成果  
　　　　（8）平台成功因素  
　　　　3.3.4 妈妈的菜  
　　　　（1）平台概况简介  
　　　　（2）覆盖城市数量  
　　　　（3）平台用户规模  
　　　　（4）平台运营模式  
　　　　（5）平台盈利模式  
　　　　（6）平台营销推广  
　　　　（7）平台融资成果  
　　　　（8）平台成功因素  
　　　　3.3.5 觅食  
　　　　（1）平台概况简介  
　　　　（2）覆盖城市数量  
　　　　（3）平台用户规模  
　　　　（4）平台运营模式  
　　　　（5）平台盈利模式  
　　　　（6）平台营销推广  
　　　　（7）平台融资成果  
　　　　（8）平台成功因素  
　　　　3.3.6 下厨房  
　　　　（1）平台概况简介  
　　　　（2）覆盖城市数量  
　　　　（3）平台用户规模  
　　　　（4）平台运营模式  
　　　　（5）平台盈利模式  
　　　　（6）平台营销推广  
　　　　（7）平台融资成果  
　　　　（8）平台成功因素  
　　　　3.3.7 吖咪厨房  
　　　　（1）平台概况简介  
　　　　（2）覆盖城市数量  
　　　　（3）平台用户规模  
　　　　（4）平台运营模式  
　　　　（5）平台盈利模式  
　　　　（6）平台营销推广  
　　　　（7）平台融资成果  
　　　　（8）平台成功因素  
　　　　3.3.8 好厨师  
　　　　（1）平台概况简介  
　　　　（2）覆盖城市数量  
　　　　（3）平台用户规模  
　　　　（4）平台运营模式  
　　　　（5）平台盈利模式  
　　　　（6）平台营销推广  
　　　　（7）平台融资成果  
　　　　（8）平台成功因素  
　　3.4 互联网餐饮平台失败案例  
　　　　3.4.1 失败案例概述  
　　　　3.4.2 失败原因总结  
  
第四章 互联网餐饮行业发展前景与趋势预测  
　　4.1 互联网餐饮行业发展前景预测  
　　　　4.1.1 互联网餐饮行业发展环境预测  
　　　　（1）行业政策环境预测  
　　　　1）网络食品交易日益规范  
　　　　2）互联网+国家战略的形成  
　　　　（2）行业经济环境预测  
　　　　1）团购为在线外卖积累大量用户  
　　　　2）“宅经济”、“懒人经济”日益凸显  
　　　　（3）行业社会环境预测  
　　　　1）用户形成互联网餐饮消费习惯  
　　　　2）资本市场看好互联网餐饮市场  
　　　　（4）行业技术环境预测  
　　　　1）互联网餐饮订单管理系统已经成熟  
　　　　2）移动互联网助推互联网餐饮的发展  
　　　　3）大数据技术提升互联网餐饮精准性  
　　　　4.1.2 互联网餐饮行业发展前景预测  
　　　　（1）餐饮团购市场规模预测  
　　　　（2）在线外卖市场规模预测  
　　　　（3）私厨分享市场规模预测  
　　4.2 互联网餐饮行业发展趋势预测  
　　　　4.2.1 餐饮团购市场发展趋势预测  
　　　　（1）市场发展阶段预测  
　　　　（2）市场竞争格局预测  
　　　　（3）市场运营模式趋势  
　　　　4.2.2 在线外卖市场发展趋势预测  
　　　　（1）市场发展阶段预测  
　　　　（2）市场竞争格局预测  
　　　　（3）市场业态趋势预测  
　　　　4.2.3 私厨分享市场发展趋势预测  
　　　　（1）市场发展阶段预测  
　　　　（2）市场竞争格局预测  
　　　　（3）市场运营模式趋势  
  
第五章 中⋅智⋅林 互联网餐饮行业投资潜力与策略规划  
　　5.1 互联网餐饮行业投资潜力分析  
　　　　5.1.1 互联网餐饮行业投资热潮分析  
　　　　5.1.2 互联网餐饮行业投资推动因素  
　　　　（1）行业热点扶持政策分析  
　　　　（2）行业内部变革动因分析  
　　　　（3）行业商业模式创新趋势  
　　　　5.1.3 互联网餐饮行业投资风险分析  
　　　　（1）行业市场波动风险  
　　　　（2）行业经营风险分析  
　　　　（3）行业其他投资风险  
　　5.2 互联网餐饮行业投资现状分析  
　　　　5.2.1 互联网餐饮行业投资主体  
　　　　（1）行业投资主体构成  
　　　　（2）各投资主体投资优势  
　　　　5.2.2 互联网餐饮投资切入方式  
　　　　（1）传统企业转战互联网餐饮  
　　　　（2）电商平台部署餐饮业务  
　　　　（3）资本机构投资互联网餐饮  
　　　　（4）互联网餐饮众筹投资方式  
　　　　5.2.3 互联网餐饮投资合并动向  
　　　　（1）美团网与大众点评网合并  
　　　　（2）百度外卖获投资独立运营  
　　　　（3）竞技创投领投“楼下100”  
　　　　（4）千万天使投资“老枝花卤”  
　　　　（5）同创伟业领投“好厨师”  
　　　　（6）其他互联网餐饮投资动向  
　　5.3 互联网餐饮行业投资策略规划  
　　　　5.3.1 餐饮团购市场投资策略规划  
　　　　（1）用户定位策略：白领群体为主  
　　　　（2）业务拓展策略：助推餐饮企业增值服务  
　　　　（3）市场拓展策略：加强移动互联网应用  
　　　　5.3.2 在线外卖市场投资策略规划  
　　　　（1）用户服务策略  
　　　　1）解决用户核心痛点——快速送达  
　　　　2）多维度保障互联网餐饮质量与安全  
　　　　（2）市场拓展策略  
　　　　1）深挖不断垂直细分的目标用户群体  
　　　　2）抢摊移动端市场——深耕餐饮APP  
　　　　（3）业务拓展策略  
　　　　1）快速促进线上与线下资源的有机融合  
　　　　2）轻重模式平台优势互补，竞合发展  
　　　　5.3.3 私厨分享市场投资策略规划  
　　　　（1）价格定位策略：深挖100-300元产品  
　　　　（2）业务拓展策略：大力挖掘新的增值空间  
　　　　（3）产品服务策略：为私厨主人提供中介型服务  
略……

了解《[中国互联网餐饮行业现状调研及未来发展趋势分析报告（2025-2031年）](https://www.20087.com/M_ITTongXun/92/HuLianWangCanYinShiChangXingQingFenXiYuQuShiYuCe.html)》，报告编号：1588092，

请致电：400-612-8668、010-66181099、66182099、66183099，

Email邮箱：[Kf@20087.com](mailto:Kf@20087.com)

详细介绍：<https://www.20087.com/M_ITTongXun/92/HuLianWangCanYinShiChangXingQingFenXiYuQuShiYuCe.html>

热点：互联网+餐饮的新模式、互联网餐饮的快速发展利于调整产业结构、餐饮管理12大系统、互联网餐饮是什么意思、互联网服务行业、互联网餐饮外卖市场蓬勃兴起的主要原因是、2024年餐饮行业数据分析报告、互联网餐饮的商业模式是、商业摄影包括哪些

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！