# 产业集群的区域竞争优势（共5则）

来源：网络 作者：紫芸轻舞 更新时间：2024-09-01

*第一篇：产业集群的区域竞争优势产业集群的区域竞争优势作为一种有效的产业组织形式，产业集群能够产生高效的专业化分工协作体系，形成更好的供应、销售市场和渠道，企业更容易获得熟练劳动力、技术人才、设备和原材料。由于学习效应和竞争效应的存在，产业...*

**第一篇：产业集群的区域竞争优势**

产业集群的区域竞争优势

作为一种有效的产业组织形式，产业集群能够产生高效的专业化分工协作体系，形成更好的供应、销售市场和渠道，企业更容易获得熟练劳动力、技术人才、设备和原材料。由于学习效应和竞争效应的存在，产业集群能够使原来基于资源禀赋的比较优势发展为基于区域创新能力的竞争优势，大大加快企业的创新步伐。同时，产业集群有利于形成专业市场，建立区域性品牌，使企业获得区域营销优势。产业集群作为区域经济发展的强大载体，是提高区域经济竞争力的有效途径，也是工业化发展到一定阶段的必然趋势。产业集群作为由产业、人口、城镇、信息、基础设施等要素构成的非平衡态、非线形相互作用的开放系统，通过内部要素的相互融合以及与外部系统物质、能量、信息的频繁交换维系着自身的存在。产业集群在横向和纵向的联系中，不断体现出对区域经济系统的影响和作用，即不断体现内部各要素的整合功能，并实现自身结构的自组织及有序化发展。产业集群就是通过其内部各要素作用力的耦合来提升产业竞争力。产业集群通过促进企业的衍生和最大限度地将区域内资源要素组织起来获取正面市场竞争力，此外又通过简化市场交易对象的办法，即由原本千差万别的众多中小企业参与市场活动转化为在集群内部按网络关系(非市场机制)来完成各种交易和交流，而在外部则由单纯的一个产业集群来直接面对市场，杜绝了市场失灵或市场低效率，由此从反面获取了市场竞争力。这正是产业集群在世界各地长盛不衰的原因。

**第二篇：区域产业集群**

区域产业集群

雨润区域产业集群是一种新型的，高效的、便捷的生产模式。每个区域产业集群中的全产业链形成了以邻近省为单位,以200公里为半径的经济圈。

七大区域产业集群

雨润如今已经形成东北、华北、中原、西北、华南、西南、华东七大区域产业集群，每个区域产业集群内都有完善的纵、横产业链，并且每个区域产业集群都形成了200公里半径物流圈，解决了物流难题，实现了区域成本最小化，价值最大化。

完善的纵、横产业链

通过二十年的发展，雨润每个区域产业集群已经建立起了完善的全产业链生产模式。横向覆盖机械制造、生物制药、农产品物流、包装印刷等，纵向覆盖种植、饲料、育种、养殖、屠宰、精深加工、终端销售，从田间到餐桌，我们保证了食品每一环节的绝对安全。

高效、便捷的物流圈

雨润区域产业集群不仅有着完善的全产业链，而且有着强大的物流体系的支持。作为以快销食品和低温食品为主业的企业，物流是产业链中重要的环节。雨润凭借区域产业集群发展模式成功的将产品销往全国各地。半径为200公里的物流圈覆盖了产业链中所有的产业，极大限度的降低了生产成本，并且保证了产品及时、新鲜的送达销售终端。

实现大型企业和中小企业双赢

区域产业集群的存在不仅使企业自身产业获利，同时带动了整个覆盖区域内上、下游产业的发展。区域产业集群覆盖范围内，中小型企业依附在大企业上存活与发展，而大企业通过采买区域范围内中小型企业的产品促进其发展，同时弥补自己的劣势，实现了双赢。

**第三篇：产业集群的空间集聚优势**

产业集群的空间集聚优势

1、从纯经济学角度，主要着力于外部规模经济和外部范围经济，认为不同企业分享公共基础设施并伴随垂直一体化与水平一体化利润，大大降低了生产成本，形成产业集群价格竞争的基础；

2、从社会学角度，主要从降低交易费用角度，认为建立在共同产业文化背景下的人与人之间信任基础上的经济网络关系，可以维持老顾客，吸引新顾客和生产者前来；

3、从技术经济学角度，研究集群如何促进知识和技术的创新和扩散，实现产业和产品创新等。在世界经济地图上产业集群区域都显现出异乎寻常的竞争力，其竞争优势来源于生产成本、基于质量基础的产品差异化、区域营销以及市场竞争优势等方面。产业集群是区域产业竞争力的重要标志。

**第四篇：产业集群的区域品牌建设**

摘要: 产业集群背景下的区域品牌发展研究是近年来研究的热点问题。但对品牌建设理解简单化, 使得许多地区产业品牌建设出现混乱、缓慢的现象。本文首先对产业集群品牌的概念与内涵做了相关界定；其次，研究了产业集群与区域品牌的互动关系；最后，以浙江省为例，分析了当前的区域品牌建设问题并提出了建设浙江产业集群区域品牌的相关建议。

Abstract: Developing regional brand based on the industry clusters is one of the hot issues in recent years.However, building brand without full understanding makes the process become slow and confused.Firstly, the article give a concept and connotation of regional brand;then, doing a study about the Interaction between industry clusters and regional brand;Finally, analyzing the current status of the regional brand building and proposing some recommendations about how to build a regional brand of Industrial Cluster in zhejiang province.Key words: zhejiang;industry clusters;regional brand

关键词浙江 产业集群 区域品牌

一、产业集群区域品牌的概念及内涵

产业集群是指以大量产业关联企业及相关支撑机构集聚某一地域为标志，关联企业（供应商、成品商、客商）和相关支撑机构（中介服务机构、规制管理机构）相互作用，所形成的一个类似生物有机体的产业群落［1］。产业集群区域品牌是随着产业集群不断发展壮大而形成的一种特殊品牌。它一般是指特定区域产业集群发展所累积的产业（或产品）的知名度和美誉度等声誉［2］。它至少具有三个方面的特点。一是区域特性，一般限定在一个特定的地区范围内，带有很强的地域特色，对其他区域具有排他性。二是产业特色，具有浓厚的产业底蕴，代表着一个地方的优势产业，对地方经济的发展起着举足轻重的作用。三是品牌效应，集群内的产业、产品在市场上有很高的知名度、美誉度、忠诚度和市场占有率。因此，大力培育地方特色产业集群，打造区域产业集群品牌，是增强区域经济核心竞争力的重要途径。

二、产业集群与区域品牌的关系

（一）产业集群的形成为区域品牌提供了基础。

由于历史偶然或者政府主导，会吸引一些产业内相关企业在区域内集中发展，形成产业集群。由于产业集群的自我强化作用，经过一段时间的积累，区域范围内集中于特定产业生产过程的企业越来越多，分工越来越细化，生产规模也越来越大，从而使区域内企业获得了广泛的规模经济效应与范围经济效应，企业的成本普遍下降，可以利用其数量、价格、样式等多种优势迅速占领市场。最终，区域将成为某些产品主要的供应地，影响范围逐渐扩大，在一定的地域范围内将形成区域产业的知名度、美誉度以及强大的市场影响力，即形成区域产业品牌。

（二）产业集群是区域品牌的有形载体。

区域品牌是区域产业重要的无形资产，其作用的发挥必然要受到有形资产的制约。区域产业品牌在一定地域范围内树立了区域产业的形象，确立了区域产业的地位，影响外部市场对区域产业的认识，但这并不意味区域品牌能够脱离产业集群独立存在。产业集群形成的产业规模、产业集中度、市场占有率是区域品牌最初形成的基础，没有产品的竞争优势和“垄断”地位，区域品牌则不可能形成；同时区域品牌形成后，它能否不断扩大影响力，更依赖于区域产业集群的进一步发展与壮大。［3］因此，产业集群作为区域品牌的有形资产主体，它的发展直接制约着区域品牌作用的发挥。

（三）区域品牌促进产业集群的发展升级。

产业集群的发展为区域品牌的形成提供了物质基础，同时区域品牌也会促进产业集群的发展。［3］区域品牌一旦形成，其影响力将促使与区域产业相关的更多企业向区域内聚集，同时大量的资金、丰裕的劳动力、先进的技术、及时的市场信息等要素也会源源不断涌入区域，这些条件为产业集群的规模扩张与技术升级提供强有力的支持。

三、浙江产业集群与品牌发展发展现状与问题

浙江省产业集群最先出现于改革开放初期的温台地区。20 世纪80 年代中期后通过逐步辐射到宁波、绍兴、金华等地，并于90 代末遍及全省，形成了特色明显的块状经济模式。目前全省年产值超亿元的产业集群区块有600 多个，其中100 亿元以上的37 个，10 亿元以上的285 个，产业集群区的产值约占全省工业总产值的2/3。浙江产业集群与品牌蓬勃发展，一些品牌已经走向全国甚至世界市场，带来了巨大的经济和社会效益，如嵊州领带、余姚模具、上虞裕下伞具、永康五金、义乌小商品、海宁皮革、大唐袜业、温州打火机、温州鞋业、柳市电器等。

目前，浙江省各地经济正处于快速转型期，培育和建立品牌，对于促进产业集群的持续、健康发展和推进经济发展具有重要意义。但不可否认，竞争力不强、规模偏小等多种因素制约着我省众多产业集群与品牌提升的步伐。具体如下：

在浙江省产业集群迅速发展壮大的同时，集群内企业区域品牌意识仍不强，品牌观念不足。在浙江不少产业集群生产的产品仍是以贴牌生产为主，自主品牌较少，产品技术含量也相对较低，创新能力不足，各产业集群地区普遍遇到发展瓶颈，造成产业集群的品牌缺失。

（二）品牌管理缺失

由于区域品牌的公共性，集群内企业更加注重企业自身产品品牌宣传。虽然各地政府、协会会组织企业参加了国内外各种展会，也举办了各类展会，但从长远的区域品牌建设过程来看，如果没有一个负责区域品牌建设的管理部门，这些国字号区域品牌称号将很难得到充分利用和管理。

（三）品牌产品同质化

产品同质化是指当地产品结构变动过程中不断出现和增强结构高度相似的趋势。［4］在区域内众多生产企业依托当地品牌进行生产，技术含量相对较低，创新能力不足，产品同质化。数目众多的企业在有限空间内高度集中，产品同质化加剧了企业间竞争激烈程度，面临有限的市场容量，集群内部企业往往竞相偷工减料、生产伪劣产品以次充好来降低生产成本，获取竞争优势。这些行为最终损害品牌形象，并使之逐步走向没落。

（四）品牌保护力度弱

品牌是一种公共物品，具有非排他性和非竞争性。非排他性是指难以用有效的手段阻止其他主体使用这一品牌。这样以来，就不能控制该品牌的使用者数量。非竞争性是指品牌被更多的主体使用时，在短期内不会影响其效用。［4］这一属性导致许多品牌使用者仅仅利用品牌价值，而不会对其价值进行保护和创新。这两个属性是区域品牌的内在特性，如果不借助外在的力量对其加以有效控制；就会使得品牌价值贬值。

（五）品牌国际知名度缺乏

浙江许多产业集聚，总产量上在国内市场、国际市场上都占据了很高的市场份额，但是我们现有的品牌缺乏国际知名度，在国际市场上竞争力还不够强，这样的结果是往往沦为跨国公司贴牌生产基地，失去了进一步发展的空间，很难开拓新兴国际市场，提高国际市场占有率。

四、浙江产业集群与品牌发展的对策

针对浙江产业集聚品牌发展过程中出现的问题，我们要积极应对解决。品牌发展是一项从内到外各主体分工配合的系统工程，应充分发挥各方力量积极建设发展产业集群与品牌。

通过宣传教育，培养锻炼一批有创造性、有战略眼光的企业家，提高产业集群中企业家的品牌意识，在培育名牌产品，名牌企业直至名牌产业的同时，塑造一支优秀的企业家团队，并使他们认识到品牌的重要性。加强企业间的沟通与合作，培养合作的文化氛围，形成共同建设区域品牌的强烈意识［5］。采用形式多样、创新与实效并重的方式宣传自己的产品和企业形象。将有效的品牌传播资源与产业集群区域优势相融合，围绕品牌的核心竞争优势来进行诉求，保证产品包装、平面形象、终端道具的一致性，保证空中、地面的统一诉求，有效实施品牌传播。

（二）制定产业标准

品牌标准应当是以国际化为立足点，以产品质量、原材料管理、生产管理、销售服务、形象标识和人员培训的全面标准化为技术性支撑，以历史文化为重要内涵的。［5］制定品牌标准时可以是政府引导、行业协会具体抓、名牌企业挑大梁。该品牌可以共享，并得到法律保护，进行市场化运作则以品牌经营为核心，以授权使用、有偿使用为主要交易方式来推进实施。在推动标准的工作上，政府不能缺位。浙江省各地政府在鼓励企业争创品牌方面，提供有效的外部保障和内部激励，为品牌发展提供了政策和基础设施保障。

（三）建立总部经济

建立一个服务于整个企业集群的总部经济中心。这个中心是一个工艺设计中心与信息平台，是公共性的省级综合性工程中心。［5］大的企业可在里面设工作站，而政府是其主要支持者。它有三项职能：一是加强对工艺和设计技术的研究，建立权威性产品质量检验中心，设计、制定和定期修改各种相关标准，推进标准化工作的逐步国际化；二是帮助中小企业节省大量研究开发费用，增强吸引更多创新企业加入集群的凝聚力；三是搭建国际交流、共享资源的信息平台，加强国际交流，并做好动态信息发布，定期举办一些高层次的国际交流和人员培训活动。通过“总部经济中心”，可使区域内的企业最低成本地共享工艺改进和信息交流等。

（四）加强品牌保护

在品牌发展过程，政府应摆正自己的位置，作为管理者，它的任务是负责对品牌的商标注册、价值评估和建立对品牌所有权的分配、补偿与利益约束机制，让“所有者”归位。政府在引导产业集群发展时，不宜轻易干扰市场和竞争，而应从公共资源(包括软环境)的供给上加强市场的力量，要寻找制约企业品牌发展的体制、政策、法律等方面的因素，着力加以改进，如加强公共基础设施的建设，设法解决教育培训方面的问题，完善维护品牌的政策、法规，严厉查处假冒伪劣

产品，约束企业“搭便车”行为，防止集群内成员企业不正当竞争，维护市场竞争秩序和市场环境，保护品牌声誉不受损害，保障品牌长久存在，促进区域经济的持续健康发展。

（五）发挥中介功能

中介机构（包括行业协会、商会、专业服务机构等）也应在品牌建设中发挥其特有的服务功能。浙江省各地行业协会和商会应加强品牌的营销工作，注重市场信息收集，开展市场调查、技术培训、交流市场信息，提供商务、技术等多方面的咨询服务；打破各种市场壁垒，维护行业利益。同时，行业协会、商会要开展质量认证和质量检测，制定实施行业技术标准，规范和指导企业的竞争和经营行为，加强行业自律，维护竞争，在促进本地企业发展的同时增强集群的国际品牌力。专业服务机构可通过提供信用担保、市场开拓等服务来加快企业的成长，通过提供筹融资服务、创业辅导来培育浙江产业集群区域品牌。

(六)深化地方政府作用

政府作为区域品牌的所有者，应统筹建立基础标准体系、鼓励有条件的企业采用国际标准, 提高产品质量，实现从自发创牌到自觉创牌的转变。应鼓励产业资源整合，以龙头企业为支柱，整合产业链条，扩大产业集群的规模，提高其国际竞争力。［5］在国际化进程愈演愈烈的时期，要给予品牌企业在财政和税收等各方面的倾斜和支持，对于开发国际知名品牌产品的企业，可以进一步降低其贷款利率，还可以用风险投资、持股资助等方式助其拓展海外市，为区域核心品牌建设提供有力的支撑。

总之，在品牌创建活动过程中整合适应国际准则的跨国经营理念、发展战略、管理制度、教育培训、市场营销以及公关文化活动等。在品牌设计、商标注册过程中，把品牌标志、标准字体、标准色等基本要素整合为国际化形象语言，传达品牌理念，实现与国际公众有效的心理沟通，产生一致的认同感。一个好的品牌不仅能够扩大浙江企业在国际上的影响力和知名度，而且通过顶级品牌在经营管理、技术创新、品牌建设等方面的先进示范作用，进一步提高浙江企业的整体竞争力。

【参考文献】

[1] 孙丽辉,比楠,李阳,等.国外区域品牌化理论研究进展探析[J].外国经济与管理，2024,（2）:40-49

[2]陈小文,《产业集群的品牌战略:打造地域品牌与企业品牌》[J].工业技术经济，2024（09）:12-14

[3]涂山峰,曹休宁.《基于产业集群的区域品牌与区域经济增长》[J].中国软科学，2024（12）:111-115

[4] 吕群智.论浙江产业集群区域品牌的构建[J].中国市场，2024,（15）:45-47

[5] 周丽梅.浙江省区域品牌发展模式与经验总结[J].商场现代化，2024,（19）:23-25

**第五篇：产业集群与区域经济发展**

产业集群与区域经济发展

一、产业集群是拉动区域经济增长、促进工业化和城镇化建设的战略方式

以产业集群为核心的经济发展模式，催生了新一轮的区域经济发展浪潮，在此期间长三角地区、环渤海地区发展成为中国经济最具活力的地区和具有国际竞争优势的先进产业制造基地，有力的支撑着中国经济持续、稳定地增长。产业集群能够产生高效的专业化分工协作体系、形成更好的供应、销售市场和渠道。企业更容易获得熟练劳动力、技术人才、设备和原材料。由于学习效应和竞争效应的存在，产业集群能够使原来基于资源禀赋的比较优势发展为基于区域创新能力的竞争优势，大大加快企业的创新步伐。同时，产业集群有利于形成专业市场，建立区域性品牌，使企业获得区域营销优势。产业集群作为区域经济发展的强大载体，是提高区域经济竞争力的有效途径。

例如：浙江产业集群现有82个县形成了产业集群，全省年产值亿元以上的产业集群达601个，占全省工业总产值的比重约为64%，吸纳就业人数800万人；襄阳以东风汽车公司为主的汽车产业集群，2024实现产值1570亿元，力争到2024年，襄阳汽车产业集群工业产值突破2500亿元；2024年签约的中国教育装备产业新城（专业教育装备产业集群），项目运营5年后，将形成超过200亿的年销售生产总值，创利税24.5亿，财税收入5亿。实现超万人的就业，间接带动的就业机会超过5万人。

二、产业集群转型机制

产业集群是适应经济全球化和竞争日益激烈的条件下发展和壮大的，集群在促进区域经济发展方面发挥了重要作用。如何保持产业集群的持续发展；成功实现产业集群升级，对区域经济的长期繁荣具有重要意义。

产业集群可持续发展的动力是创新、竞争与协作。产业集群必须保持集群持续的竞争优势。持续的创新使得集群保持旺盛的生命力与活力，从而获得持续的竞争力。促进创新实现的机制是竞争与协作，竞争为创新提供压力与动力，协作为创新提供有效的实现形式。实践证明，产业集群是提高区域经济竞争力的有效途径，也是区域经济发展的新亮点。因为，产业集群有助于形成外部规模经济、降低交易成本、促进知识和经济的创新与扩展，有效地结合产业发展与区域经济的优势，产生集群效应，即在产业集群区域内，形成高度的既竞争又合作的产业氛围，使分工更专业、更精细，使成本降得更低、技术创新节奏更快，形成高效率的生产组织方式，有效地提升区域内产业的竞争力。

三、如何实现产业集群持续发展

1、完善投融资机制

产业集群要发展，集群内的企业必然要进行投融资。政府应积极制定政策，改善投融资机制。首先，要改革行政审批制度，尽量减少行政审批程序。其次，应实施积极的财政政策。设立集群的产业发展基金，由担保公司为中小企业融资提供支持。再次，应鼓励金融机构创新金融工具为企业服务，加强金融机构同企业之间的沟通。最后，积极鼓励民间资金投入集群内的各种项目建设，推进各类风险投资机构的发展，建立完善风脸投资服务体系和投资机制。

2、塑造学习型产业集群

面对愈发激烈的竞争，一个企业组织要想生存，必须具备不断寻求新的战略对策以及迅速变革和创新的能力。地方政府可以运用舆论的力量，大力宣传、引导集群形成学习型的文

化氛围，构建一个自由、开放、便于信息交流和知识传播的系统，使集群内的企业不断地吸收和创造最新的知识，从而企业得到不断的改进和提高。进而集群也成为一个大型的学习型组织，这也就是推动集群不断发展的核心动力。

3、发挥行业协会对产业集群的促进作用

协会是集群内企业与政府沟通的桥梁，产业集群内的协会对实现集群内企业与政府的高效沟通起到巨大推动作用。协会是产业集群内外企业价值链联结的纽带，通过协会向集群外的企业介绍集群内企业现有情况，集群内企业的优势资源，集群的软硬环境以及集群内企业 未来的发展战略。协会促进产业集群内部资源共享，协会就如同一个资源共享的平台，表现为协会为其内部的企业制定统一的行业规则，信息沟通机制，项目研发机制，为集群内的企业产品提供着共享的营销资源。

4、协调企业战略促进产业集群发展

一个企业的竞争优势来自3个方面，分别是经济效率、独特的企业战略和企业所在产业集群为其生产力和创新能力提供的便利条件，而这3个方面彼此是互相联系、相互促进的。一个企业的战略就是企业对自身未来发展的市场定位。在一个产业集群中包含有主导性产业 与支持性产业，所谓主导性产业是指产业集群中的基础性产业，在产业集群的价值链中联结上、下游产业的中间环节，是产业集群中最为重要的产业群。支持性产业是指为主导产业提供原料、中间配套产品以及物流、销售等产业部门。在产业集群中，主导产业中的企业与支 持性产业中的企业的发展战略是不同的，两者只有形成互补才能使集群内企业的合作与分工更有成效。

5、进行区域营销，创建区域品牌，帮助集群开拓市场

地方政府可以整合各方面的资源，努力为企业疏通市场渠道，扩大集群在国际和全国的知名度，引导和帮助集群开拓市场。政府可以建立专业化的产品交易市场，牵头举办产品博览会贸易洽谈会、招商引资会，加强对产业集群的宣传，邀请各路媒体对集群进行报道，知名人士为产业集群担任顾问等。

6、坚持产学研结合之路，加强创新力量

集群可持续健康发展需要产品升级与多样化。就需要有过硬的技术支撑做后盾，即要求有较强的创新能力。除了便于创新的集群效应之外，地方产业集群本身应该在产业集群的技术创新平台基础上，主动地与各个科研机构和高等院校建立长期稳定的合作关系，不断在产品开发、技术改进、降低成本等方面有所突破。现在有些企业开始将自己的研究部建立到省会城市，可以就近与高校、科研单位合作，但这种做法要考虑产品特性。当集群发展到一定规模和程度，知识的溢出效应，技术外部性会影响企业开发新产品的积极性，根据外部经济性理论，需要给开发出新产品的企业一定的补助来弥补外部性。

7、培育骨干龙头企业并形成以价值链为基础的分工

一个健康的产业生态系统，需要大小企业相互补充。在竞争中融合发展。要努力形成以价值链为基础的分工协作网络，增强产业竞争力。为此，首先产业集群要以龙头企业为依托，开发、建设行业性研发中心、质检中心、博士后流动站，增强产业核心竞争力。政府可在技改贴息、科技创新补助、项目融资、股票上市等方面对龙头企业给予重点支持。其次要搞好集群内产业协作与分工，形成产前、产中、产后，及中间品生产、成品生产和服务企业的分工协作体系，形成以少数大企业为主导、大量中小企业配套协作、产业链专业分工为基础的分工组织网络，在此基础上要不断延长产业链条，发展终端产品，促进产业优化和升级，增强产业竞争力。

8、以工业园区为依托，着力培育产业集群孵化器

孵化器的本质是为创业者提供资金、人才、设备和场所等所有相关服务，使创业者只要带来创意就可梦想成真。产业集群是最好的孵化器，它可以使创意到梦想成真的成本降至最

低。在发展产业集群的过程中，工业园区的构建者首要任务就是要尽力去创造一个支撑生产率提升的良好环境，即培育孵化器。为此，前期要完善硬环境。产业集群的设施和公共产品很难由单个企业自主提供，政府应弥补“市场失灵”，在提供良好行政服务的同时，增加公共产品的供给。应大力加强交通、通讯、能源等产业发展基本载体建设，重点建设对产业发展拉动力强、辐射面广、具有决定性影响的重大基础设施建设项目，完善产业发展支撑体系。还需要完善软环境建设，即集群内的社会化服务体系，包括金融服务、技术服务、法律服务、信用担保、信息收集、经营管理、市场调查、国际贸易、职工培训、质量检查等。这些服务机构既是企业的帮手，也能为产业集群的发展创造良好的外部环境。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找