

2009-2012年中国电子词典行业发展前景预测及投资风险研究报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2009-2012年中国电子词典行业发展前景预测及投资风险研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/201001/82098D82A72C967D.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

内容简介

电子辞典是一种将传统的印刷词典转成数码方式、进行快速查询的数字学习工具。电脑辞典以轻便易携、查询快捷、功能丰富等特点，成为21世纪学生学习生活、社会人士移动办公的掌上利器。电脑辞典主要有五大板块功能，分别为：辞典查询学习功能、电子记事功能、计算功能、参考资料功能以及数据传输功能。目前市场上的电子辞典内置的辞典有学习词典，也有专业词典如电子、医药等。不同的消费者应根据自己的实际情况选择最适合自己的电子辞典。词汇量是指电子辞典内置的所有词条统计数量，增加词汇量对电子辞典却并不是一件轻而易举的事情。当词汇量超过6-8万后，一般的纸介词典就不能完全囊括了，于是需要从更广泛的范畴中搜集整理，之后是大量的录入和校对工作，这些都需要人工处理，而且对校对人员的素质要求很高，这无疑增加了电子词典的软性成本，并且基数越大，扩充的难度和成本也就越高。目前市场上销售的电子辞典一般只有6-8万的词汇量，多一点的有11-12万。在硬性成本方面，词汇量的增加要求电子词典有更大的内存，这也会使成本增加。

在中国，电子词典的主要目标客户是英语学习人群，应该说，这个人群庞大的基数和每年数以千万计的增量，为电子词典市场提供了滚滚而来的商机和极其广阔的发展空间。在教育产业，英语启蒙日益向低龄化方向发展，有些地方在学前班就开始了英语教育，而一些望子成龙的家长甚至开始热衷于英语胎教。四六级、研究生入学考试、托福、GRE各种英语考试应接不暇，这预示着人们在英语学习方面的投入必将有一个惊人的增长。巨大的发展空间，为电子词典市场提供了广阔的前景，而国人学英语热情一浪高过一浪的态势又使这个前景变得更加光明。随着IT技术的不断提升，手机、电子词典这些本来使用功能单一的产品，功能越来越丰富化。手机不但可以打电话发短信，还可以拍照、摄像、上网，现在甚至可以看电视了。与手机相比，电子词典功能丰富化的起步显然略晚略慢了一点，但从目前市面上的热销产品中，也可窥到电子词典功能多方向发展的端倪。

电子词典、数码学习机等教育电子产品是当前极具潜力的市场消费热点之一。这一行业的迅速兴起和发展，吸引了社会各界的关注。从理论上讲，电子词典的潜在市场是很大的。然而，电子词典制作和市场销售方面的问题又制约了它的发展，因此我们必须要有清醒的认识，要正视存在的问题，寻求对策，改变目前的被动局面。中国便携式电子学习产品市场在经历了产品发展初期的市场混乱之后，各品牌厂商更为注重产品的市场推广和发展，中国便携式电子学习产品市场逐渐走向成熟与理性。2008年，中国便携式电子学习产品市场销量为622.8万台，同比增长为3.2%；销售额为44.0亿元，较2007年同期增长0.5%。2008年全年，中国便携式电子学习产品市场总体比较平稳，其中数码学习机市场较2007年同期有所下滑，而电子词典市场呈平稳增长之势。2009-2013年DLD销售额将从2008年时的7.494亿美元上升到11亿美元。在此期间，该市场的所有四个领域——电子词典，电子学习机，儿童学习机和光学识别设备，预计都将实现增长。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家发改委、国家商务部、国家工业和信息化部、国务院发展研究中心、国家海关总署、文化办公设备协会、国内外相关刊物杂志的基础信息以及电子词典科研单位等公布和提供的大量资料，结合对电子词典相关企业的实地调查，对我国电子词典行业发展现状与前景、市场竞争格局与形势、赢利水平与企业发展、投资策略与风险预警、发展趋势与规划建议等进行深入研究，并重点分析了电子词典行业的前景与风险。报告揭示了电子词典市场潜在需求与潜在机会，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录

目录

CONTENTS

第一部分 发展现状与前景分析

第一章 电子词典行业发展概况 1

第一节 电子词典行业发展综述 1

一、电子词典 1

二、电子词典发音技术 4

三、电子词典词汇量 5

四、电子词典发展 5

第二节 电子词典种类及结构分析 6

一、电子词典的种类 7

二、电子词典的内部结构 8

三、电子词典的界面结构 11

四、电子词典的发展 13

第三节 袖珍电子词典的现状与展望 14

一、电子词典对纸质词典的选用 14

二、电子词典共有的功能 20

三、词典功能的比较 21

四、展望与建议 24

第二章 我国电子词典行业发展现状 27

第一节 电子词典市场发展分析 27

一、电子词典市场发展现状 27

二、2008年电子词典市场现状分析 29

三、2009年电子词典市场现状分析 30

四、2008年电子辞典手机市场分析 30

五、2009-2012年电子词典市场趋势 32

第二节 我国电子词典行业发展分析 34

一、我国电子词典行业发展分析 34

二、电子词典市场竞争情况分析 36

三、科技翻译急需权威电子词典 39

四、电子词典行业发展动态分析 40

第三节 电子词典市场发展态势分析 42

一、电子词典市场现状 42

二、2008年学生最喜爱的电子学习产品 42

三、2008年北京奥运对电子词典的带动 53

四、2008-2009年开学经济对电子词典的带动 54

五、2009年电子学习产品销售情况分析 57

第三章 电子词典生产存在的问题及建议 59

第一节 电子词典生产存在问题分析 59

一、电子词典认识上的误区 59

二、电子词典生产主体问题 60

三、内容合法性存在的问题 60

四、内容质量上存在的问题 61

五、国家标准书号条码问题 63

第二节 对电子词典规范管理的建议 63

一、制定电子词典内容质量标准 63

二、进一步明确监管部门 64

三、实行行业准入制度 64

第四章 电子词典消费者偏好调查 66

第一节 2009重点电子词典产品比较分析 66

一、外观与售价 66

二、版权词典 66

三、搜索功能 68

四、发音技术 70

五、下载功能 71

六、硬件及其他 72

第二节 青少年消费行为及消费心理的分析 74

一、青少年的消费行为及消费心理研究背景 74

二、青少年的消费行为及消费心理研究方法 74

三、青少年的消费行为及消费心理研究结果 75

四、青少年消费心理的特征及影响因素 81

第三节 电子教育产品消费情况分析	84
一、国内儿童电子教育产品消费情况	84
二、电子教育产品的消费日趋理性	88
三、英语电子产品的教育消费需求	90
四、高端教育产品消费行为对品牌偏好的影响研究	92
第五章 电子词典行业投资与发展前景分析	99
第一节 外语学习产品市场前景分析	99
一、英语学习、热情不减	99
二、英语学习、超大市场	100
三、数码可视英语学习机的替代优势	101
第二节 电子词典行业发展前景分析	103
一、电子词典行业发展现状	104
二、电子词典行业前景展望	105
三、电子词典业需多方努力	105
第三节 电子教育行业投资机会分析	106
一、电子教育业市场投资商机	106
二、2009年点读机的投资机会	109
三、学习机市场投资机会及策略	110
四、风险投资商投资电子教育案例评述	113
第二部分 市场竞争格局与形势	
第六章 电子词典行业竞争格局分析	115
第一节 电子词典行业竞争结构分析	115
一、行业内现有企业的竞争	115
二、新进入者的威胁	116
三、替代品的威胁	117
四、供应商的讨价还价能力	117
五、购买者的讨价还价能力	118
第二节 电子词典行业竞争格局分析	118
一、电子词典第一阵营竞争分析	118
二、电子词典第二阵营竞争分析	119
三、电子词典第三阵营竞争分析	119
第三节 电子词典行业竞争分析	119
一、电子词典市场竞争核心	119
二、数码学习机市场竞争分析	121
三、英语学习机市场竞争分析	122

第四节 数码学习机市场竞争分析	123
一、电子词典	125
二、英语复读机	125
三、数码英语学习机	125
第七章 电子词典竞争产品发展分析	127
第一节 电子教育行业发展分析	127
一、2008年电子教育产品品牌分析	127
二、2008年电子教育市场发展现状	128
三、2009年电子教育行业发展前景	130
四、2009年全年消费电子出货预测	135
第二节 点读机市场发展分析	157
一、点读机市场发展概况	157
二、2009年点读机市场发展前景	159
三、2009年点读机市场发展方向	160
四、2009年点读机市场竞争趋势	162
第三节 数码学习机市场发展分析	165
一、数码学习机市场发展概况	165
二、2008年数码学习机市场发展现状	167
三、学习机市场技术壁垒分析	168
四、数码学习机市场亟待规范	171
第四节 复读机市场发展分析	174
一、复读机简介	174
二、复读机市场竞争分析	174
三、复读机产业的发展危机	176
四、复读机市场产销量分析	181
第八章 2009-2012年中国电子词典行业发展形势分析	184
第一节 电子词典的特点与使用问题	184
一、教师对电子词典使用的态度	184
二、三类不同电子词典主要特点	185
三、电子词典的特点及应用分析	187
第二节 电子辞典市场存在的问题	188
一、电子辞典行业存在的问题	188
二、电子辞典行业存在的弊端	197
三、电子词典国际化问题分析	197
第三节 电子词典行业发展形势分析	200

- 一、电子词典行业发展形势 200
- 二、数码学习机行业发展形势 201
- 三、2009年整体经营环境分析 202
- 四、2009年商家盈利形势分析 202
- 五、2009年消费者购买力走势 202
- 六、2009-2012年商家应对新形势的选择 203
- 七、2009-2012年厂家应对新形势的选择 203
- 第三部分 赢利水平与企业分析
- 第九章 中国电子词典行业整体运行指标分析 205
 - 第一节 行业产销分析 205
 - 一、发展前景分析 205
 - 二、产销情况分析 208
 - 三、市场容量与增长速度 208
 - 第二节 市场规模分析 209
 - 一、电子词典市场规模分析 209
 - 二、电子图书市场规模分析 209
 - 三、学习机市场规模分析 211
 - 四、ELP市场规模分析 213
- 第十章 电子词典行业赢利水平分析 217
 - 第一节 成本分析 217
 - 一、电子词典软件成本 217
 - 二、电子词典成本分析 218
 - 第二节 盈利水平分析 219
 - 一、电子词典价格走势 219
 - 二、电子词典效益分析 220
 - 三、电子词典利润分析 220
- 第十一章 电子词典重点企业发展分析 221
 - 第一节 步步高 221
 - 一、企业概况 221
 - 二、步步高复读机发展现状 224
 - 三、2009年公司产品动态 227
 - 第二节 诺亚舟 229
 - 一、企业概况 229
 - 二、诺亚舟的优势 232
 - 三、2009年经营状况 233

第三节 文曲星 236

一、企业概况 236

二、文曲星发展情况 237

第四节 好记星 238

一、企业概况 238

二、2009年公司动态 240

第五节 卡西欧 241

一、企业概况 241

二、卡西欧教育产品的中国营销策略 243

第六节 名人 244

一、企业概况 244

二、名人竞合思维模式 246

第七节 好易通 249

一、企业概况 249

二、好易通产品发展情况 250

第八节 快易典 253

一、企业概况 253

二、快易典产品发展情况 256

第九节 康明 261

一、企业概况 261

二、康明产品发展情况 262

三、2009年公司动态 264

第十节 快译通 265

第四部分 投资策略与风险预警

第十二章 电子词典行业投资策略分析 267

第一节 电子词典行业投资策略 267

一、电子词典行业投资背景 267

二、电子词典行业投资分析 269

三、电子词典店面选址分析 269

四、电子词典行业投资策略 270

第二节 电子词典行业发展战略研究 271

一、技术开发战略 271

二、产业战略规划 273

三、业务组合战略 275

四、营销战略规划 277

- 五、区域战略规划 278
- 六、企业信息化战略规划 281
- 第十三章 电子词典行业投资风险预警 284
 - 第一节 电子词典行业投资风险分析 284
 - 一、电子词典投资风险预测 284
 - 二、竞争对手模仿风险及对策 285
 - 三、非市场因素风险分析 285
 - 四、经营风险防范分析 286
 - 第二节 金融危机下电子词典行业发展机遇分析 287
 - 一、金融危机为电子词典企业提供了并购国外企业的机会 287
 - 二、金融危机导致部分经营不善的电子词典企业退出市场 288
 - 三、金融危机中我国电子词典企业发展机遇分析 289
 - 第三节 2009-2012年电子词典企业战略规划不确定性风险分析 289
 - 一、客观事件的不确定性风险 290
 - 二、市场的不确定性风险 290
 - 三、行业发展的不确定性风险 291
 - 四、技术发展的不确定性风险 291
 - 五、战略规划者的主观不确定性风险 291
 - 六、执行过程的不确定性风险 292
 - 七、工具方法的局限性风险 292
 - 八、战略规划系统的不确定性风险 293
- 第五部分 发展趋势与规划建议
- 第十四章 电子词典行业发展趋势分析 295
 - 第一节 电子词典行业发展趋势展望 295
 - 一、市场容量分析 295
 - 二、电子词典的功能发展趋势 295
 - 三、电子词典行业品牌竞争趋势 297
 - 四、内置专业词典版权趋势分析 298
 - 第二节 2009-2012年电子教育行业发展趋势 298
 - 一、2009-2012年资源整合趋势 298
 - 二、2009-2012年核心功能集成发展化趋势 298
 - 三、2009-2012年娱乐、互动性成发展趋势 299
 - 四、2009-2012年渠道发展趋势分析 299
 - 五、2009-2012年数码学习机市场发展趋势 300
 - 第三节 未来电子词典的发展趋势分析 302

- 一、多媒体技术 303
- 二、多窗口操作 303
- 三、多色彩图标 303
- 四、多入口检索 303
- 五、多层次显示 303
- 六、多角度参见 304
- 七、多功能编辑 304
- 八、多元化载体 304
- 九、多界面悬挂 304
- 十、全方位信息 305
- 第十五章 电子词典企业管理策略建议 306
- 第一节 对我国电子词典发展策略的思考 306
- 一、电子词典的发展分析 306
- 二、电子词典现状与问题 308
- 三、电子词典问题的思考 310
- 四、电子词典的发展策略 311
- 第二节 对我国电子词典品牌的战略思考 314
- 一、品牌的基本含义 315
- 二、品牌战略在企业发展中的重要性 315
- 三、电子词典品牌的特性和作用 316
- 四、电子词典品牌的价值战略 316
- 五、我国电子词典品牌竞争趋势 317
- 六、电子词典企业品牌发展战略 318
- 七、电子词典行业品牌竞争策略 319
- 第十六章 电子词典市场营销策略分析 321
- 第一节 电子词典等消费电子市场渠道分析 321
- 一、产业链渠道结构及变革 321
- 二、2009年零售商50强情况 326
- 三、2009年零售渠道趋势分析 328
- 第二节 中国电子词典市场营销分析 333
- 一、电子词典产品营销标杆分析 333
- 二、电子词典产业营销战略分析 341
- 三、品牌厂家掌握市场渠道的策略 347
- 第三节 电子词典产品的终端营销策略 349
- 一、产品销售旺季的营销策略 350

二、新产品上市的营销策略 351

三、提升品牌形象的营销策略 352

四、电子词典市场策略及建议 353

图表目录

图表：2006-2008年中国便携式电子学习产品市场规模及增长率 27

图表：2008-2013年中国市场DLD销售额的预测 30

图表：2008年3月第3周最受用户关注的前十款支持电子辞典手机排行榜 31

图表：电子辞典手机具体产品主要参数及参考报价 31

图表：2009-2011年中国便携式电子学习产品市场销售量及其发展速度预测 33

图表：2009年四大品牌电子词典对比分析 73

图表：调查青少年零用钱的统计结果 76

图表：调查青少年消费行为的统计结果 77

图表：2008年五大复读机品牌排名 127

图表：2008年七大点读机品牌排名 127

图表：2008年十大学习机品牌排名 128

图表：2008年十大电子词典品牌排名 128

图表：2003-2009年电子教育市场发展轨迹分析 129

图表：2008年1-12月移动电话机产量全国统计 136

图表：2008年1-12月移动电话机产量北京市统计 136

图表：2008年1-12月移动电话机产量天津市统计 137

图表：2008年1-12月移动电话机产量内蒙古区统计 137

图表：2008年1-12月移动电话机产量辽宁省统计 137

图表：2008年1-12月移动电话机产量吉林省统计 137

图表：2008年1-12月移动电话机产量上海市统计 137

图表：2008年1-12月移动电话机产量江苏省统计 137

图表：2008年1-12月移动电话机产量浙江省统计 137

图表：2008年1-12月移动电话机产量福建省统计 137

图表：2008年1-12月移动电话机产量江西省统计 138

图表：2008年1-12月移动电话机产量山东省统计 138

图表：2008年1-12月移动电话机产量湖北省统计 138

图表：2008年1-12月移动电话机产量广东省统计 138

图表：2008年1-12月移动电话机产量广西区统计 138

图表：2008年1-12月移动电话机产量重庆市统计 138

图表：2008年1-12月移动电话机产量四川省统计 138

图表：2008年1-12月移动电话机产量贵州省统计 138

- 图表：2008年1-12月电话单机产量全国合计 139
- 图表：2008年1-12月电话单机产量北京市合计 139
- 图表：2008年1-12月电话单机产量天津市合计 139
- 图表：2008年1-12月电话单机产量辽宁省合计 139
- 图表：2008年1-12月电话单机产量上海市合计 139
- 图表：2008年1-12月电话单机产量江苏省合计 139
- 图表：2008年1-12月电话单机产量浙江省合计 139
- 图表：2008年1-12月电话单机产量福建省合计 140
- 图表：2008年1-12月电话单机产量江西省合计 140
- 图表：2008年1-12月电话单机产量山东省合计 140
- 图表：2008年1-12月电话单机产量河南省合计 140
- 图表：2008年1-12月电话单机产量湖北省合计 140
- 图表：2008年1-12月电话单机产量广东省合计 140
- 图表：2008年1-12月电话单机产量重庆市合计 140
- 图表：2008年1-12月电话单机产量四川省合计 140
- 图表：2008年1-12月传真机产量全国合计 141
- 图表：2008年1-12月传真机产量天津市合计 141
- 图表：2008年1-12月传真机产量上海市合计 141
- 图表：2008年1-12月传真机产量江苏省合计 141
- 图表：2008年1-12月传真机产量江西省合计 141
- 图表：2008年1-12月传真机产量广东省合计 141
- 图表：2008年1-12月照相机产量全国合计 141
- 图表：2008年1-12月照相机产量北京市合计 142
- 图表：2008年1-12月照相机产量天津市合计 142
- 图表：2008年1-12月照相机产量上海市合计 142
- 图表：2008年1-12月照相机产量江苏省合计 142
- 图表：2008年1-12月照相机产量浙江省合计 142
- 图表：2008年1-12月照相机产量福建省合计 142
- 图表：2008年1-12月照相机产量江西省合计 142
- 图表：2008年1-12月照相机产量湖北省合计 143
- 图表：2008年1-12月照相机产量广东省合计 143
- 图表：2009年1-8月彩色电视产量全国合计 143
- 图表：2009年1-8月彩色电视产量吉林合计 143
- 图表：2009年1-8月彩色电视产量江苏合计 143
- 图表：2009年1-8月彩色电视产量福建合计 143

- 图表：2009年1-8月彩色电视产量河南合计 144
- 图表：2009年1-8月彩色电视产量广东合计 144
- 图表：2009年1-8月彩色电视产量重庆合计 144
- 图表：2009年1-8月彩色电视产量浙江合计 144
- 图表：2009年1-8月彩色电视产量江西合计 144
- 图表：2009年1-8月彩色电视产量四川合计 144
- 图表：2009年1-8月彩色电视产量陕西合计 144
- 图表：2009年1-8月彩色电视产量天津合计 145
- 图表：2009年1-8月彩色电视产量辽宁合计 145
- 图表：2009年1-8月彩色电视产量上海合计 145
- 图表：2009年1-8月彩色电视产量安徽合计 145
- 图表：2009年1-8月彩色电视产量山东合计 145
- 图表：2009年1-8月彩色电视产量湖南合计 145
- 图表：2009年1-8月彩色电视产量贵州合计 145
- 图表：2009年1-8月彩色电视产量内蒙古合计 146
- 图表：2009年1-8月组合音响产量全国合计 146
- 图表：2009年1-8月组合音响产量天津合计 146
- 图表：2009年1-8月组合音响产量上海合计 146
- 图表：2009年1-8月组合音响产量江苏合计 146
- 图表：2009年1-8月组合音响产量浙江合计 146
- 图表：2009年1-8月组合音响产量福建合计 147
- 图表：2009年1-8月组合音响产量山东合计 147
- 图表：2009年1-8月组合音响产量广东合计 147
- 图表：2009年1-8月组合音响产量四川合计 147
- 图表：2009年1-8月激光视盘机产量全国合计 147
- 图表：2009年1-8月激光视盘机产量江苏合计 147
- 图表：2009年1-8月激光视盘机产量福建合计 148
- 图表：2009年1-8月激光视盘机产量广东合计 148
- 图表：2009年1-8月激光视盘机产量江西合计 148
- 图表：2009年1-8月激光视盘机产量四川合计 148
- 图表：2009年1-8月激光视盘机产量天津合计 148
- 图表：2009年1-8月激光视盘机产量辽宁合计 148
- 图表：2008年1-12月我国视听设备进口数据 149
- 图表：2008年1季度我国视听设备进口数据 149
- 图表：2008年1月我国视听设备进口数据 149

- 图表：2008年2月我国视听设备进口数据 149
- 图表：2008年3月我国视听设备进口数据 150
- 图表：2008年2季度我国视听设备进口数据 150
- 图表：2008年4月我国视听设备进口数据 150
- 图表：2008年5月我国视听设备进口数据 150
- 图表：2008年6月我国视听设备进口数据 151
- 图表：2008年3季度我国视听设备进口数据 151
- 图表：2008年7月我国视听设备进口数据 151
- 图表：2008年8月我国视听设备进口数据 151
- 图表：2008年9月我国视听设备进口数据 152
- 图表：2008年4季度我国视听设备进口数据 152
- 图表：2008年10月我国视听设备进口数据 152
- 图表：2008年11月我国视听设备进口数据 152
- 图表：2008年12月我国视听设备进口数据 153
- 图表：2008年1-12月我国视听设备出口数据 153
- 图表：2008年1季度我国视听设备出口数据 153
- 图表：2008年1月我国视听设备出口数据 153
- 图表：2008年2月我国视听设备出口数据 154
- 图表：2008年3月我国视听设备出口数据 154
- 图表：2008年2季度我国视听设备出口数据 154
- 图表：2008年4月我国视听设备出口数据 154
- 图表：2008年5月我国视听设备出口数据 155
- 图表：2008年6月我国视听设备出口数据 155
- 图表：2008年3季度我国视听设备出口数据 155
- 图表：2008年7月我国视听设备出口数据 155
- 图表：2008年8月我国视听设备出口数据 156
- 图表：2008年9月我国视听设备出口数据 156
- 图表：2008年4季度我国视听设备出口数据 156
- 图表：2008年10月我国视听设备出口数据 156
- 图表：2008年11月我国视听设备出口数据 157
- 图表：2008年12月我国视听设备出口数据 157
- 图表：区域发展战略咨询流程图 280
- 图表：区域SWOT战略分析图 281
- 图表：2009-2011年中国便携式电子学习产品市场销售量及其发展速度预测 300
- 图表：2009-2013年中国市场数码学习设备销售额的预测 302

图表：2009年中国消费电子零售商50强（TOP50） 326

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201001/82098D82A72C967D.html>