# 产业经济学课程论文

来源：网络 作者：风月无边 更新时间：2024-07-23

*产业经济系统是由诸多相互作用的经济元组成的动态演进系统，其主体要素是各产业部门，产业经济系统结构演进意味着系统内各产业部门之间比例关系的动态变化。下面是范文网小编为大家推荐的产业经济学课程论文，供大家参考。 产业经济学课程论文范文一：资源...*

产业经济系统是由诸多相互作用的经济元组成的动态演进系统，其主体要素是各产业部门，产业经济系统结构演进意味着系统内各产业部门之间比例关系的动态变化。下面是范文网小编为大家推荐的产业经济学课程论文，供大家参考。

产业经济学课程论文范文一：资源型城市发展探讨论文

论文关键词：资源型城市;新经济时代;可持续发展;对策

论文摘要：煤炭工业城市是我国一种重要的城市类型，在社会经济建设过程中曾做出了重大的贡献。然而，随着社会的发展，知识经济、信息经济和经济全球化等新的经济形态和经济现象的出现，煤炭工业城市由于其自身发展的特征正面临着较为严重的经济、社会、生态可持续发展问题。在分析煤炭工业城市的发展特征、新经济时代资源型城市所面临的可持续发展问题的基础上，以邯郸峰峰新市区为案例，提出了以科学发展观为指导的城市可持续发展的对策措施。

0前言

煤炭工业城市是因当地的煤炭资源开发而形成、发展，并且煤炭资源型产业在当地经济结构中占重要地位的城市，这些城市在我国分布面广，数量多，在促进区域经济的快速发展，实现快速工业化和城市化方面做出了重大贡献，对国家的经济发展起着十分重要的作用。近年来，随着煤炭资源的日益减少和经济发展模式的改变，使过去曾经辉煌一时的煤炭工业城市，现在面临如何持续发展的困扰。

峰峰新市区位于冀南平原、太行山东麓的邯郸市西南部，是一座因煤炭而发展起来的工业城市，地跨一区两县，面积1260kni。峰峰境内煤炭资源丰富，不仅储量大，而且埋藏浅、品位高、宜开采，这些优势条件为峰峰的煤炭工业发展奠定了基础，市区主要企业峰峰集团有限公司下设45个子公司，在册职工4.6万人。现已发展成为集煤炭开采、洗选加工、煤化工、电力、机械制造、基建施工、建材、现代物流等以煤为基础，多产业综合发展的国有特大型煤炭企业。和全国许多资源型工矿区一样，峰峰矿区在为支援国家建设做出巨大贡献的同时，也积淀了许多矛盾和问题。特别是经过几十年的开采，受煤炭资源日益枯竭和国家产业结构调整的影响，资源型工矿区所特有的产业结构单一与综合经济的矛盾、环境质量下降和生态恶化与城市人居环境的矛盾使峰峰的发展面临举步维艰的局面，如何使城市持续发展、保持城市的持久活力成为相关部门面临的一个重要课题.

1煤炭资源型城市发展问题分析

1.1经济可持续问题

煤炭资源型城市的立市之本是煤炭资源，城市的发展主要依赖于对煤炭的开采和初加工。在区域经济发展中的作用和地位取决于其资源的品种、质量和储量。因此峰峰的城市的发展表现出对资源的高度依赖性。于是城市会因矿业开发的周期性而表现出明显的成长周期性。表现为在资源开发初期，城市发展较慢;到了发展、繁荣期，城市经济发展速度明显加快;到了资源衰退期，煤炭煤炭资源必然会随着开采规模的扩大和开采时间的延长而逐渐走向枯竭，仅峰峰集团17家国有大矿中就有8个矿井资源枯竭，注销了生产能力。这样下去，如不进行产业结构调整，城市经济的持续发展将逐渐失去依托，必将出现矿竭城衰的局面。

在城市开发的不同阶段，经济发展对资源型产品的需求也存在一定的周期性。特别是后工业化时期，随着知识经济的发展，传统的煤炭资源、生物资源、土地资源等有形资源对于城市经济发展的作用越来越小，而智力资源、信息资源等无形资源成为生产力的关键要素，对城市经济发展的作用也日益重要。资源型城市在区域经济发展中的地位趋于下降。因而市场对资源型产品需求的周期性也使得资源型城市的经济发展产生相应的波动性。峰峰在工业经济时代的那种靠大量出售本地煤炭资源，以获得经济快速发展的发展模式已不适应新经济时代的要求。峰峰开发历史较早，带有工业经济时期资源型城市的产业结构单一、偏重，产业结构效益低下等特点，使得这一危机更为严重。

可持续发展是既满足当代人发展的需求，又不对后代人满足其需求的能力构成危害的一种新型发展理念和发展模式。资源型城市现在的资源耗竭型的发展模式，是以牺牲后代人获取资源的权利为基础的发展，是一种不可持续发展模式。

1.2生态可持续问题

1)煤炭工业城市在煤炭开采、加工、储运和燃烧使用的全过程中不可避免地产生诸多的生态环境问题。首先煤炭开采过程中，造成地表植被破坏，水土流失严重，自然生态景观受到极大破坏，生态系统失衡;由于对地下矿产的过度不合理开发，产生大面积的塌陷，大量良田和土地丧失;开采过程中来自矿井排风、煤层瓦斯抽放和煤矿矸石山的自燃都严重危及人民的生命和财产安全。峰峰镇袁洼村、大社镇南岗村等煤矿资源枯竭塌陷区情况严重急需治理。

2)在选矿和资源的初加工过程中，会产生大量的煤泥水、洗矸、煤尘和有害气体。在过去几十年中峰峰矿区都是采用高投入、高消耗、高排放、低产出的粗放型发展模式，使这种污染尤为严重。

3)选矿过程中产生的尾矿，不仅占用大量的土地用于堆放，而且其内部的重金属等污染物随着雨水的冲刷和渗透对周边地区的土壤造成严重的污染。

4)在煤炭运输过程中产生的煤尘飞扬对矿区及运输线路两侧生态环境的污染。峰峰矿区是一个老矿区，地处低山丘陵地带，干旱少雨，区内工矿企业集中，城乡交错，人口密集，空气污染较重，绿色稀少，生态不良，林业、绿色植被先天不足等因素使矿区的生态问题更加严重。

由此可见，在资源型城市发展过程中存在着较为严重的生态可持续发展问题，许多资源型城市经济的快速发展是以牺牲生态效益为代价的。

1.3社会可持续问题

目前，很多资源型城市面临产业结构调整和转型。在转型过程中，不可避免地会产生大量的矿产开采企业和资源初加工企业职工的下岗，造成结构性失业。

由于开发较早、工业发达、企业众多，计划经济时期，峰峰一度是周边吸纳劳动力较多，就业比较充分的地区。20世纪中期以来，形势发生了急剧变化，受枯竭、体制束缚和国家产业政策调整的影响，一大批煤矿关闭破产，许多企业关停并转，导致大量职工下岗失业，高峰时驻区企业有千名职工下岗，区属企业也有大量职工失去工作，这两方面的下岗职工一起涌上社会，都要在峰峰这个有限的市场中找工作谋生活，给再就业和社会稳定造成巨大压力。

资源型城市的发展是紧紧围绕其所在区域资源的开发与利用进行的，其产业结构以资源的开采和初加工为主，产业结构单一、偏重。资源型开采和初加工产业的前后关联度低，对其它产业特别是第三产业的带动力或推动力不足。不能给下岗职工提供足够的再就业机会，并且下岗职工缺乏其他行业的就业技能，短时间内难以实现就业的转化。在一些资源枯竭的矿区，呈现出一派衰败景象，人们的文化、生活设施处于瘫痪状态，下岗职工由于收入水平降低，生活困难，出现影响社会安全的事件，社会治安状况较差。并且随着矿区的多年开采，矿业企业的职工也逐渐出现了老龄问题。这些都严重制约了矿区发展。

2可持续发展对策

针对资源型城市自身的弱点，应以科学发展观为指导，采取一系列的对策措施加以调控，使其走上全面、协调、可持续发展之路，以迎接新经济时代的挑战。

2.1统筹城乡和区域发展，优化产业结构

加强城市与区域联系，资源型城市的可持续发展必须与区域发展紧密联系起来。大多数资源型城市依矿而建，地处偏远，地理环境相对闭塞，往往是区域的生产中心而非社会经济中心，城乡割裂突出。统筹城乡和区域发展，就是要加强资源型城市对周围农村的辐射、带动作用，实现城市与农村的一体化发展。同时，资源型城市必须加强与周围区域的交流、合作，把自身的发展纳入区域共同发展的轨道，在比较优势原则和劳动地域分工的基础上与区外要素相结合，完成产业结构的调整。

邯郸把峰峰问题放到全局考虑，保持由主城区、峰峰城区、马头镇构成的组团式城市结构，发挥主城区的辐射作用。实施大园区战略，实现产业园区化，不仅便于生产要素的集中使用，而且还能节约投资成本和商务成本。邯郸规划建设了中心城市经济开发区、马头生态工业城、标准件产业园区、循环经济示范区、峰峰煤化工工业园等重点园区，不仅使单位面积投资强度大大提高，还形成了优势板块经济，带动了区域经济发展。

峰峰在发展产业的同时，把握矿业生命周期特征，适时调整产业结构，发展具有本地优势的陶瓷、旅游等替代产业，降低对资源的依赖度，提高城市经济的稳定性。

2.2高技术提升传统产业，发展循环经济

资源型城市可持续发展的核心是经济的可持续发展，邯郸市充分利用现代科学技术发展的成果，以高新技术加强对资源型产业的改造，提高资源利用效益，延伸产业链，逐步实现清洁生产和循环经济。峰峰集团的煤炭可采储量为5亿t，目前已有4亿余吨被开采出来，余量日见减少;而煤矸石在已积存54oo万t的基础上，每年还要新增17.5万t。面对煤炭日减、废物日增、企业日衰的现实，峰峰集团及时制定了一、二、三发展战略，即：依托煤炭资源优势，做大做强电力、焦化两个支柱产业，快速发展建材、机械制造和煤化工三个支持产业，确保集团公司在循环经济道路上稳步发展。目前，集团公司已投产和在建综合利用煤矸石电厂6个，装机容量127MW;焦化厂4个，年生产能力135万t。电厂、焦化厂在用活煤矸石用精煤炭资源的同时也会以每年15万t粉煤灰、17.5万t炉渣的速度排出大量新的废物，造成新的环境污染。为此，峰峰集团又建起了两座矸石(粉煤灰)砖厂，一年就可利用煤矸石或粉煤灰26万余吨;还新上了一条每天就可吞掉2500t工业废渣的新型干法水泥生产线。针对因长年开采造成的公司范围内4000余万平方米的地表塌陷，集团也搞起了煤矸石回填复垦，迄今，全公司已复垦土地200多万平方米。

2.3统筹经济与社会发展，健全社会保障体系

资源型城市产业转型面临的巨大压力之一是大量的结构性失业人员。由于目前我国城市的社会保障体系还不健全，矿业企业失业人员的生活困难，并且就业门路狭窄，难以在短期内实现再就业，可能引起一系列的不稳定因素。因此，要解决结构性失业带来的社会不稳定问题，首先必须要健全社会保障体系，以解决矿业企业职工的短期困难。其次，要实施系统性的再就业工程，包括就业机会的创造和下岗职工职业技能的培训。资源型城市的一个重要缺陷是产业结构单一、偏重，产业链短，所能提供的非矿业劳动就业机会少，对劳动力吸纳力不强。在实施科学发展观与资源型城市可持续发展再就业计划过程中，一个重要的问题是新的就业机会的创造。因此，在产业结构调整的过程中应适当考虑发展一些劳动密集型产业。在职工的再就业技能培训时，国家和企业应当支付培训的费用。

2.4统筹人与自然和谐发展，营造良好的人居环境

在新经济时代，资源型城市应以可持续发展思想为指导理念，以现代景观生态学、恢复生态学等生态学理论为指导，做好城市与区域的生态恢复和重建规划，利用现代生物技术和环境工程技术搞好生态恢复与重建工作。加强政策法规的配套、土地的复垦、三废的治理、矿区的绿化几方面的工作，要将生态恢复与生态重建工作纳入到城市发展计划中，拨出专款用于生态恢复与重建的规划编制和具体实施。通过一系列的环境保护与管理、生态恢复与重建工作的实施，逐步实现生态效益与经济效益的协调统一。

3结语

煤炭工业城市是我国一种重要的城市类型，由于其自身发展的特征正面临着较为严重的经济、社会、生态可持续发展问题。通过统筹城乡和区域发展、经济与社会发展、人与自然和谐发展，高技术提升传统产业、发展循环经济、优化产业结构，必将使煤炭工业城市走上可持续性发展的道路，营造良好的经济、生态环境，造福子孙后代。

产业经济学课程论文范文二：消费者需求发展论文

论文关键词：新经济消费需求感性消费绿色消费

论文摘要：新经济时代消费者所面临的消费环境发生了一系列重大变化。与之相适应，现代消费者的需求也呈现六大发展趋势，只有及时分析了解消费者需求的变化动态和趋势，从整体上把握消费者心理与行为发展的基本脉络。才能制定出与之相适应的营销战略，从而在日益激烈的市场竞争中立于不败之地。

消费需求在经济活动中有着极其重要的地位，是一切经济活动的出发点和归宿。消费需求是消费者的消费欲望、愿望和要求，或者说是指消费者生理和心理上的匮乏状态，即感到缺少些什么，从而想获得它们的状态。在以消费者需求为导向的现代市场经济条件下，企业进行营销活动的最终目的是满足消费者需求，在满足消费者需求的过程中，实现企业的战略目标。求得企业的生存和发展。市场营销活动的实质是企业将各种营销手段或诱因作用于消费者，以刺激消费需求，激发购买欲望，促进购买行为的实现。因此，企业要使营销活动取得最佳效果。必须加强对消费者需求的研究，了解和掌握消费者需求的特点及其发展趋势，并根据消费者需求的特点和发展趋势制定和调整企业的营销战略和营销策略，最终实现自己进行营销活动的目的不断满足消费者需求，在竞争激烈的市场环境中得以生存和发展。因此，消费者需求研究是企业界和营销理论界的重要课题之一。

新经济时代是指人类社会进入了一个以新技术革命为标志的崭新的历史发展时期。特别是Intemet技术在市场营销领域的应用，将我们带入一个全新的经济时代。在这个时代，消费者的需求和行为跨越了多个渠道：他们把人类从古至今的需求和行为与新兴网络行为结合在一起。用高科技武装起来。这种消费者的行为混合了传统的和数字的、理性的和感性的、虚拟的和现实的因素。与之相适应。现代消费者面临的消费环境也发生了一系列极其深刻的变化。

一、现代消费环境变迁对消费的影响

1.科学技术的日新月异和社会生产力的迅猛发展。加速了产品的更新换代。新产品和各种高科技产品层出不穷，推动了消费内容与方式的不断更新。

2.经济全球化日益深入，各国之间的贸易往来急剧增长，现代消费者面临的已不仅仅是本国市场和本国商品，还有国际市场和国外产品，由此使消费者选择商品的范围得到极大的扩展。

3.电子商务的迅速发展和广泛应用，给传统的商品贸易方式带来了强烈冲击，从而为消费者实现购物方式和消费方式的根本性变革提供了可能。

4.现代交通和通讯技术的日益发达。迅速缩小了时空距离。促进了国际交往的增加，使不同国家、不同民族的文化传统、价值观念、生活方式得以广泛交流、融汇，各种新的交叉文化、消费意识、消费潮流不断涌现，并以前所未有的速度在世界范围内广泛扩散、传播。

这些变化，给消费者的消费观念和消费方式带来了多方面的深层次影响，并使消费需求的结构、内容和形式发生了显著变化。

二、现代消费者需求的发展趋势

纵观世界历史。每一次社会生产力和科学技术的重大飞跃与发展。都必然引起消费领域的深刻变革。同样。现阶段社会经济飞速发展。也将给消费者的消费观念和消费方式带来多方面的深层影响，并使消费者需求的结构、内容和形式发生显著变化。结合我国消费者现阶段的需求动态以及当今世界的消费发展潮流。可以将这一变化归纳为以下趋势：

1.消费需求结构趋向高级化

随着人均收入和消费水平的提高，消费者的需求结构将逐步趋于高级化。这一趋势在处于高速增长阶段的发展中国家表现得尤为明显。以我国为例，以商品房、私人轿车、电子信息产品逐步进入城市家庭为主要标志的新一轮消费被启动，消费品将由万元级向十万元级升级。经过20多年的改革和发展，我国国民生产总值增长速度始终保持在两位数的高水平上。据国务院发展中心预测，从2005年至2010年，经济的增长率将在6.4%一7.8%之间。与我国经济高速度增长相适应，我国的消费基金在总量上也将持续地较快增长。在整体消费水平持续增长的基础上，我国广大城乡居民的消费需求结构发生了重大变化，消费不断升级，消费内容更加丰富，生活质量明显提高，消费者的需求结构将逐步趋于高级化。近年来我国国民生产总值始终保持高速增长势头，与此相对应，城乡居民已开始具有了较强的购买潜力。今后一段时间，城镇居民消费需求将从小康走向更宽裕的过渡时期，人们的消费观念、方式、内容及消费品市场供求关系都将发生重大变化。衣食等一般性消费在总消费中的比重将进一步下降，住、行以及通信、电脑、教育、旅游等享受类消费将大幅度增加。而且，随着世界经济贸易的增加和各国文化的相互渗透，国内消费的国际化趋势也开始显现。

2.消费心理引导消费需求日趋成熟化

买方市场格局形成以后，特别是随着我国银行储蓄利率的改革以及财政政策和货币政策的成熟，消费者的购买心理与短缺经济时期相比日趋稳定、成熟，呈现出求实、求新、求稳、求廉的趋势。与此相适应，消费者的购买需求与行为也发生了相应的变化：理智型购买增多，情绪型购买减少;计划型购买增多，随机型购买减少;常规型购买者的购买动机受单一因素驱动减少，受复合因素驱动增加;受削价优惠刺激购买减少，受实际使用刺激购买增加，过去那种盲目、轻率的消费行为已经越来越少。

3.高情感需求与感性消费趋向广泛化

感性消费需求，是指消费者购买商品并非出于生存、安全等基本需要，而是希望买到一种能与心理需求产生共鸣的感性商品，满足其内心深处的感性要求。现代社会，随着经济活动的高度市场化和高科技浪潮的迅猛发展，引起了人们生活方式的剧烈变化。快节奏、高竞争、高紧张度取代了平缓、稳定、闲散的工作方式;食物处理机、洗碗机、个人电脑、移动通信工具、现代化办公设备等高科技产品大量涌入家庭和工作场所，使得人们越来越多地以机器作为交流对象;互联网的普及，打破了人们的时空距离，地球村的味道越来越浓厚。与全新的生活方式相对应，人的情感需求也日趋强烈。正如美国著名未来学家奈斯比特所说：每当一种新技术被引进社会，人类必然产生一种要加以平衡的反应，也就是说产生一种高情感，否则新技术就会遭到排斥。技术越高，情感反应也就越强烈。作为与高技术相抗衡的高情感需求，在消费领域中直接表现为消费者的感性消费趋向。

西方营销理论认为，消费者的需求发展大致可分为三个阶段：第一是量的消费时代，第二是质的消费时代，第三是感性消费时代。在感性消费阶段，消费者所看重的已不是产品的数量和质量，而是该产品与自己关系的密切程度。他们购买商品是为了满足一种心理上的渴求，或是追求某种特定商品与理想的自我价值的吻合。在感性消费需要的驱动下，消费者购买的商品并不是非买不可的生活必需品，而是一种能与其心理需求共鸣的感性商品。这种购买决策往往采用的是心理上的感性标准，以喜欢就买作为行动导向。如美国有关机构的市场调查结果表明，美国女性选购服装时重点考虑穿着的感觉，追求所谓最新流行款式者不到43%。在日本市场上，感性商品正成为新的流行时尚。因此，感性消费趋向，实质是高科技社会中人类高情感需要的体现，是现代消费者更加注重精神的愉悦、个性的实现和情感的满足等高层次需要的突出反映。在我国，消费者需要的感性化趋向也逐渐增强，以情感需求为核心的鲜花产业的迅速发展就是有力的证明。

4.消费方式与生活方式趋向统一化

消费方式与生活方式是两个不同的概念。所谓生活方式，是指人们为满足生存和发展需要而进行的全部活动的总体模式和基本特征。由于人们的心理和行为活动是十分复杂的，社会联系和关系也是多方面的，因此，人们的生活方式必然是多方面、多层次的，其中包括劳动生活方式、消费生活方式、家庭生活方式、社会交往生活方式、文化生活方式、政治生活方式、宗教生活方式、闲暇生活方式等等。上述不同方面、层次的生活方式相互联系、相互制约，构成生活方式的整体系统。从生活方式的系统构成中可以看出，消费生活方式不仅是生活方式总系统的重要组成部分，而且与其他生活方式分系统有着极为密切的联系。

现代社会，人们在充分享受高度发达的物质文明所带来高层次物质享受的同时，逐渐意识到高消费并不意味着生活的快乐和幸福。心理学家的研究表明，人的需求是社会性的，其快乐源于多个方面，仅靠物质享受难以使人得到真正的满足。因此，消费和人的幸福之间并不直接相关。决定生活快乐的最主要的因素是对家庭生活的满足，其次是有满意的工作，即能自由自在地发挥才干和建立融洽的友谊关系的工作。基于上述认识，现代消费者越来越倾向于把消费方式与生活方式的其他方面统一、协调起来，从整体上把握、评价生活方式，注重提高生活方式的整体质量。

5.提倡绿色消费，注重消费与环保一体化

20世纪以来，人类社会面临着自然资源日益匮乏和环境过度破坏的严重困扰。在环境问题的压力下，现代消费者的环保意识日趋增强，越来越多的消费者开始认识到，地球的资源是有限的，过度消费留下的不仅是成堆的垃圾和对环境的破坏，还将导致人类生存状况的不断恶化。因此，许多消费者提出做一个绿色消费者的口号，要求尽可能地节约资源，维护生态环境，对所消费商品尽可能做到节约使用、循环利用。绿色消费需求趋势是指消费者要求自身的消费活动要有利于保护人类赖以生存的自然环境，维护生态平衡，减少和避免对自然资源的过度消耗与消费，实现持续消费。

在可持续发展观越来越深入人心的背景下，绿色消费、精神感受更为强烈。所谓绿色消费，有两个内涵，即消费无污染、有利于健康的产品，消费行为要有利于节约能源、保护生态环境。随着消费渐趋理性化，绿色消费作为一种新的消费需求产生了。绿色消费曾经在食品生产领域风靡一时，而今几乎已经成为所有消费领域的一个流行的提法。如很多从移动GSM转而使用CDMA的消费者，很大程度上是看重CDMA低辐射的绿色消费功能。绿色消费是文明、科学的消费。各国消费者开始认识到，保护自然资源和生态环境是责无旁贷的事情，开始将消费与全球环境及社会经济发展联系起来，自觉地把个人消费需求和消费行为纳入环境保护的规范之中。在我国绿色消费观念开始深入人心，人们已经意识到节约资源和维护生态环境是现代社会条件下提高消费水平及生活质量的重要组成部分。开始把绿色消费作为消费需求的重要内容，需要购买无公害、无污染、不含添加剂、使用易处理包装的绿色商品，并自动发起和支持抵制吸烟、禁止放射性污染等保护消费运动。由此，保护环境已成为现代消费者的基本共识和全球性的消费发展趋势。

6.消费需求呈现多元化、个性化

在感性消费时代，科学技术的迅猛发展和社会文化的日益多元化，给人类提供了前所未有的、广阔的选择空间，各种新的生活方式和消费群体层出不穷，如新新人类即是当代最具个性的新型消费群体。被称为新新人类的年轻人想方设法丰富和展现自己的个性，尽情展示自身的存在价值，在消费活动中遵循自己独有的生活方式，标新立异、张扬个性、追求与众不同成为他们选择消费品的首要标准，他们的消费方式在注重现代化的基础上又极具个性化。

当代，国内市场与国际市场的分界日趋模糊，产品和服务更加丰富多彩。面对这些变化，消费者能够以个人心理愿望为基础挑选和购买商品及服务，更进一步，他们不仅渴望选择，而且还能做出选择。消费者比以往更注重消费多元化、个性化的发展，无论是吃、穿、住、行、用等方面的消费，还是精神需求方面的消费，都表现出变化大、速度快等特点。消费多元化、个性化的发展趋势越来越显著，正在也必将成为消费的主流。

总之，随着时代的发展和社会环境的变化，现代消费者的需求结构、内容和性质也在不断发展变化。只有及时分析了解消费者需求的变化动态和趋势，才能从整体上把握消费者心理与行为发展的基本脉络，从而制定出与之相适应的营销战略，才能在日益激烈的市场竞争中立于不败之地。

本文档由028GTXX.CN范文网提供，海量范文请访问 https://www.028gtxx.cn