

---

# 商业计划书

城市购物网

[www.cityshopping.com](http://www.cityshopping.com)

[2004.9.12]

[计划书所有人] 梁涛  
[电话号码] 13607667455  
[电子邮件] lvhenji@hotmail.com  
[地址] 郑州市管城区货栈街铁路新村6号楼401#  
[邮政编码] 450000  
[网址] [www.cityshopping.com](http://www.cityshopping.com)

## 保密须知

本商业计划书属商业机密，所有权属于[城市购物网]。其所涉及的内容和资料只限于具有投资意向的投资者使用。收到本计划书后，收件人应即刻确认签字，并遵守以下的规定：1) 若投资人不希望涉足本计划书所述项目，请按上述地址尽快将本计划书完整退回；2) 在没有取得[城市购物网]的书面同意前，收件人不得将本计划书全部和/或部分地予以复制、传递给他人、影印、泄露或散布给他人；3) 应该象对待贵公司的机密资料一样的态度对待本计划书所提供的所有机密资料。（本计划书中此页面为一式两份，双方各执一份）

本商业计划书不可用作销售报价使用，也不可用作购买时的报价使用。

甲方：城市购物网

甲方盖章（签字）：

乙方（投资意向方）：

乙方盖章（签字）：

日期：

商业计划书编号：

作者：梁涛 联系电话：13607667455 QQ：331786  
如您有合作意想，请电话联系

---

---

## 第一部分 摘要

### 一. 项目描述(目的、意义、内容、运作方式)

个人计算机以及网络在家庭的迅速普及，是城市购物网（www.cityshopping.com）应运而生的前提。网络购物始不仅会是时尚，而且会逐渐取代原有的购物方式，成为 E 时代购物的主要方式，这也是我们之所以建立此网站的目的。

网站的内容涵盖社会生活用品以及其他商业产品的各个层面。一方面（B2C），使人们只需要登陆我们的网站就能找到所需要的商品，并且价格合理，愿意在网上购买；另一方面（B2B），使商业伙伴能够很方便的利用这一媒介出售或宣传它们的相关产品。

### 二. 市场目标概述

中原地区交通便利，自古就是商业、交通运输以及货物中转的重要枢纽，再加上近年来仓储式大型超级市场的初具规模（比方易初莲花、八佰伴等等……），我们就是抓住这个商机，利用郑州地区特有的地理和人文优势，建立起一个集零售、批发、广告业务于一身的综合型商业门户。

- ✚ 一期任务和目标：网站所有代码和后台功能审核，并上传和测试完毕，时间控制在两周以内；
- ✚ 二期任务和目标：联系和沟通商家，落实供货源问题；在此项工作进行同时，着手准备商品配送中心，筹划配送方案，两项工作在 40 个工作日内完成，并通过项目组审核；
- ✚ 正式投入商业运作；
  - ◇ 目标 1：建立中原地区最大的购物网站；
  - ◇ 目标 2：建立起全国型购物网站，中原地区做为该网站的一个支，另外建立起：北京、上海、广州、重庆等购物频道；
  - ◇ .....

### 三. 项目优势及特点简介

- ◇ 起步快。前期只需要不到两个月的准备时间；
- ◇ 投入资金少。除了支付程序员和业务员工资外，基本不需要其他额外投入，并且投入商业运作后我们也不做为货物的直接供应商，只是做为中间代理，所以不需要再投入太多资金；
- ◇ 发展前景广大，也是社会发展的必然趋势；
- ◇ 后期维护花费人力和物力少，而且一旦走入轨道后利润可观。

### 四. 利润来源简析

利润来源分为直接来源和间接来源：

1. 直接来源：零售商品的直接利润以及与商家的利润分成，另外还有其他网络广告收益；
2. 间接来源：不断创造的商业机会收益、从域名申请到网站壮大后的无形资产形成以及增殖收益；
3. 股票上市；
4. 其他未能罗列出的隐含收益。

### 五. 投资和预算

1. 前期（两个月）：员工工资 20,000RMB

---

业务开展经费	20,000RMB (可压缩)
流动资金及其他	60,000RMB

2. 中后期：中后期估计要投入包括房租和工资在内的约 30.0000RMB，但在中期投资将渐渐的回笼，逐步用于扩大再投入上。

#### 六. 融资方案以及投资回报（资金筹措及投资方式）

- ✚ 项目起步资金总共需要 400.000RMB，采取合作参股形式。
- ✚ 策划发起人以知识产权做为参股条件，占总股份的 30%
- ✚ 主要投资人兼董事长以直接资金注入形式参股，占总股份 40%
- ✚ 职业经理人以自身经营理念和管理现代化的企业管理占有总股份的 10—20%
- ✚ 其他参股或合作，占总股份 10—20%

（注：所有股东凭着自愿、平等、互利的态度参与合作。利益均沾，并承担相应风险）

## 第二部分 综述

### 第一章 项目背景

随着国民经济的快速增长，互联网以由一个高科技产品走入了寻常百姓家！

7月20日，中国互联网络信息中心（CNNIC）在京发布“第十四次中国互联网络发展状况统计报告”。报告显示，截止到2004年6月30日，我国上网用户总数为8700万，比去年同期增长27.9%，上网计算机达到3630万台。网络国际出口带宽增长飞速，总数达到53.9G，比去年同期增长190.3%。CN下注册的域名数、网站数分别达到38万和62.7万。报告中主要数据说明，前十年的发展取得丰硕成果，我国互联网事业正在持续快速的发展，并在普及应用上进入崭新阶段！互联网的影响正逐步渗透到人们生产、生活、工作、学习的各个角落。

报告显示，用户使用电子银行在网上直接付款比例增加，超过货到付款方式的13个百分点，达到37.9%。人们网络购物需求进一步扩大，未来一年内，打算进行网上购物的用户比例为58%。这些充分表明，互联网经过了10年的发展，不仅互联网本身拥有极大的使用价值，而且互联网还为其它传统行业的发展提供了新的工具和途径，一些传统行业得以创造出许多以前很难实现的服务和价值。例如网上炒股炒汇、网站短信服务、QQ等即时通讯工具都在中国蓬勃发展并为相关企业带来了巨大经济效益。

在www网站数的地域分布上，截止到2004年6月30日，我国WWW网站数量达到62.7万，比去年同期增长32.2%，地区分布上依然主要集中在华北、华东、华南，占到84%，东北、西南、西北网站比例有所增加。这说明，我国互联网整体上虽然呈较快增长态势，但地区之间互联网发展水平、普及水平依然存在明显差距，并呈现东部快、西部慢，城市快、乡村慢的特点，这和各地区的经济发达程度相一致。

在互联网服务业务方面：搜索引擎、网络教育、网上银行、在线交易、网络广告、网络新闻、网上视频服务、收费邮件服务、短信服务、网上招聘、网络资讯服务、网络游戏等服务业务快速发展，并被更多用户信赖、接受和使用。同时，我国宽带互联网用户数量增长到3110万，比去年年底增加1370万，半年增长率高达78.7%。这些利好消息都充分显示出我国互联网市场的巨大潜力。

此次报告正逢中国互联网发展十年之际，其调查得到的数据、信息很好地说明了这十年

以来的产业状况和发展历程，今年的突出变化是中国宽带用户、网络国际出口带宽的飞速增长，上网方式、途径以及网络应用服务更加多元化发展。这说明人们对互联网的使用广度、信用度、依赖度正在逐步提高，随着随时随地互连互通的实现和网络道路的扩宽，市场呼唤更多精彩内容和服务。截至 2004 年 6 月 30 日，上网计算机已达 3630 万台，WWW 网站数 626600 个，而 CN 域名在今年 3 月份开放二级域名以来出现迅猛增至 382216 个。另外我国互联网的其他宏观数据也都有较大的增长，网民上网时间增长，网上购物人数增多，网络游戏用户玩游戏时间加长，说明不但我国互联网正在快速发展，而且网上应用也得到加强。在此次的报告中，反映中国互联网的宏观发展状况的数字都有较大增长。

这些数据显示了中国互联网发展的峥嵘局面。

## 第二章 可行性分析

下面源自中国互联网络信息中心(CNNIC) 第 14 次《中国互联网络发展状况统计报告》的有关电子商务方面的一些具体统计数字：

- ✚ 用户上网经常使用的网络服务/功能：选择网上购物的占总人数的 7.3%
- ✚ 用户在最近一年内是否通过购物网站（包括“网上商城”、“网上书店”等）购买过商品或服务：选择“是”的占 37.8%
- ✚ 用户在未来一年内是否会进行网络购物：

调查项目	用户在未来一年内是否会进行网络购物：				
	肯定会	可能会	不好说	可能不会	肯定不会
调查结果	24.6%	33.4%	26.9%	9.6%	5.5%

我们再来看河南省的有关数据：

- ✚ 上网人数为 225.7 万，占全国上网用户总人数的 2.8%，是河南省总人口的 2.3%
- ✚ 上网计算机数 89 万台，占全国总量的 2.9%
- ✚ CN 下注册域名数（不含.edu）4898 个，占全国总比例的 1.4%
- ✚ WWW 站点数 10818 个（含.cn、.com、.net、.org 下的网站），占全国 WWW 站点数比例的 1.8%

从以上数字不难看出，河南省做为中国人口第一大省在计算机领域所占的比重却是微乎其微的，也正因为此，给我们的发展提供了更大的空间。我们有着中国最广大的客户群。电子购物在河南的形成和发展必将是大势所趋！

### 成功的关键因素

**完善的服务将增加客户的回头率；**

就目前的竞争模式来看，光有崭新的技术、新奇的产品并不能吸引众多的顾客光临并进行购买活动。完善的售前和售后服务是促进顾客购买欲的一种很好的手段，能够鼓励老顾客再次光临并再次购买。因此，优质的服务将是[www.cityshopping.com](http://www.cityshopping.com)争取市场的关键因素。

---

**良好的知名度能够吸引更多的消费者，从而又扩大了知名度，形成良性循环。**

一个众所周知的网站，往往能够很好的扩大自己的公众影响，并不断的吸引新的顾客前来浏览网站。当优质的服务或者良好的商品品质给顾客留下深刻印象后，网站的知名度又得到进一步的扩大，从而又吸引新的顾客前来。如此形成的良性循环，构成[www.cityshopping.com](http://www.cityshopping.com)扩大市场份额的关键因素。

**网站具有可塑性，能够适应时代的发展，吸引更多的客户。**

[www.cityshopping.com](http://www.cityshopping.com)在建设的初期就已经预见网站发展的需要，在建设的架构当中已经留下一定的发展空间，从而比起其他已经存在很久的网站具有更大的可塑性。同时，[www.cityshopping.com](http://www.cityshopping.com)的工作人员已经做好了准备，随时将根据信息、商品的变化对网站进行修改，以适应实行后的万种变化。不断更新的网站可以满足顾客的更多需要，吸引更多的顾客。这是[www.cityshopping.com](http://www.cityshopping.com)能够发展壮大壮大的关键因素。

## 第三章 市场分析

### 1 市场定位专业化

首先，就像传统的商店必须有自己的市场定位才能长期有效地经营，网上商店也必须有针对性的消费群体，否则会造成用户印象混乱的局面，从而影响网站在广大网民心目中的印象。全球著名的亚马逊网上商店在多年的精心管理下巩固了图书的市场之后才进军音像制品市场，它的稳步发展战略方针是今天龙头老大地位的主要基础。亚洲金融危机的结论之一就是包括中国在内的亚洲国家的许多企业经常犯操之过急地想建立商业帝国，在一个市场领域尚未站稳时就拓展至其他业务，导致最终没有能够在一个市场占主导地位。而现在一部分网站在“互联网泡沫”的大潮流下，只顾大规模、全方位扩张和占领市场，却忽视了市场定位专业化这样一个基本商业规律。

我们的城市购物网（[www.cityshopping.com](http://www.cityshopping.com)）是在“市场定位专业化”这个理念下创立的。我们的主要市场首先定位于有着中原商都之称的郑州地区，消费群体首先面向城市。然后逐渐向全国和农村辐射。

### 2 产品、服务专业化

任何一个商店，无论网上或网下，都应该根据自己的市场定位而精心选择提供给消费者的产品和服务。网站的产品首先定位于城市生活领域，包括六大类产品：生活用品，音像制品，教育 / 游戏软件，服装，数码 / 手机以及家电产品等。

#### 提供最个性化的产品

我们注意到很多家庭都有一些特殊偏好，例如：有的特别喜欢旅游，有的喜欢攀岩，野营……我们的网站可以帮助他们买到在市场上很难见到的相关的产品，书籍、用具、杂志等等。客户也许最信赖某个品牌的产品，我们用最快的速度满足这种需要。

#### 体现个性化的分类方式

---

消费者在我们的网站选购商品时，直观的分类方式将帮助消费者节省时间，消费者可以从中找到最适合自己的分类购物方式。为用户提供以下几种购物导航：按年龄购物、按类别购物、按价格购物、按品牌购物。在分类过程中，城市购物网在科学专业分类的基础上，特别考虑到消费者的心理，按照大多数消费者个人最容易理解的思维方式分类，并且在主要页面都提供商品检索，使消费者在购物过程中几乎不加思考就能找到满意的产品。

### 产品描述专业化

传统的网下商店的售货员一般都缺少对商品的专业知识，顾客在询问的时候往往得不到正确回答。而网上商店的优势就是有足够的空间提供关于商品的详细信息，在我们的网站上，每一种商品都有详细描述，这些描述来源于心理学以及用户调查分析后作出的评定，用户也许并不知道某种商品对自己有什么样的好处，但 citishoping 可以告诉他们什么答案。

## 3 信息技术智能化

有了专业化的基础，一个电子商务企业才能长远地稳定发展。在此基础上，一个电子商务公司必须充分发挥信息技术的特点，才能迅速地广大的网民从物理商店买东西的习惯转向网上商店。通过高科技手段，城市购物网可以提供许多物理商店无法提供的服务，其中包括：

#### ◆ 智能化产品陈列

- ◆ 由于大部分中国的商场的产品陈列并未围绕着消费者设计，而是以厂家为单元，结果，在百货商场的玩具部门里经常看到产品陈列不合理的现象，同类的玩具由于招商前后的原因可能安排在不同的商场角落里，造成消费者极其不容易地才能做到货比三家。而在城市购物网，所有商品可以按年龄段分类、顾客兴趣分类、商品价格分类来查询，也可以用相关字去搜索，同样一种货品可以在不同的“货架”上看到，有利于用户的挑选。

#### ◆ 智能化产品交叉检索

- ◆ 当顾客对某一个课题或主题感兴趣时，不同类产品和相关的产品都很容易交叉检索到。例如，一个喜爱旅游的顾客可以同时找到关于旅游主题的图书、音像制品、软件、杂志……喜欢绘画的顾客可以同时找到所需要的绘画工具，书籍、音像制品，甚至电脑绘画软件和世界著名画家画册等。

#### ◆ 智能化付款方式

- ◆ 商务网站必须将用户以最明智的对象对待，也就是说，提供各种智能化的服务供用户选择。在付款方式上，城市购物网提供用户灵活多样的选择，为了配合不同消费者的生活方式和节奏，提供以下几种付款方式：网上付款、银行汇款、邮政汇款、货到付款等服务。

#### ◆ 智能化送货方式

- ◆ 在 citishoping 些标准运输方式的选择和系统自动计算出的运费金额。客户可以根据自己的需要选择一种最合适的运输方式。我们有如下几种运输方式：快速送货上门、特快送货上门、中国邮政 EMS、普通挂号邮寄等。每种方式都标有各自的到达时间，客户可以清楚地知道自己何时可以收到货品。

#### ◆ 智能价格政策

- 
- ◆ 城市购物网的价格政策反映了“中间环节透明化”的宗旨，采取了更为透明及智能化的定价政策。同样的一个商品，系统可以自动地根据客户指定的送货目的地而计算出来不同送货方式的不同运费供用户选择。用户在购物的同时就知道了自己所要支付的送货费用，决不会在中间环节让顾客多花一分冤枉钱。

## 第四章 竞争分析

### 一. 潜在的竞争和竞争对手

目前在网络购物这一新领域，我们并无太多的竞争对手。国内存在在一些类似的购物网站，象 8848、淘宝、上海热线等等，当都对我们前期构成威胁，因为我们把网站的前期定位在郑州以及河南市场上（目前河南在这一领域还是一片空白，或者说等于一片空白）。在货物种类上，我们前期主要出售一些日常用品，不图赢太多的利，关键在于扩大网站影响以及无形资产增殖上。而在发展中期，当我们积累了一定的经验和基金后要利用我们的一些营销策略进军国内、国际市场，以及其他领域。

### 二. 竞争优势

- ✚ 网络用户的飞速增长和人民生活水平的普遍提高；
- ✚ 加入 WTO 后网络经济的迅速生温以及国家有关政策的大力扶持；
- ✚ 郑州市以及河南省范围内广大的人口资源和购买力资源；
- ✚ 完美的电子商务模式。栏目众多，满足各类顾客的不同需求；
- ✚ 网站拟于商都建立商业合作伙伴关系，利用商都信息港河南最大的门户网站扩大建站初期在河南省内的知名度，并稳步进军。

## 第五章 市场营销

### 网站市场推广

预期将采取广告和产品发布会，有可能的话在一些主要的社区和商业街道开展宣传活动，印发一些宣传纪念品，如日历、VIP 购物卡等.....进行发放。

与一些大的商家进行联盟，利用他们的资源优势我们的网络优势，这样既解决了货源，提高了知名度，又降低了前提投入成本。

### 定价策略

分级定价和分群定价。推广前期部分绑定销售，不另外加价，看销售情况逐步加价。不是价格歧视，是偏好选择定位。对长期支持产品的消费者给以价格优惠。我们将在市场所能接受的范围内从高定价，和那些知名的网站竞争。价格将和网站所提供的高水准的服务相协调。

### 促销策略：

在新产品发布时同步在网站上进行产品试用专题讨论，双管齐下。

### 销售策略：

“4P+4C”策略。4p 包括 product(产品)、price(定价)、promote(促销)、place(渠道)。公司开新产品新闻发布会。四个“C”就是 Customer(客户)、Cost(成本)、Convenience(方便性)和 Communication(沟通)，4C 比较强调与客户合作。

作者：梁涛 联系电话：13607667455 QQ：331786

如您有合作意想，请电话联系

---

---

## 销售目标

- 第一目标：品牌建立。我们的口号是“引领都市购物新时尚”！
- 第二目标：聚集客户群
- 第三目标：价值提升以及品牌增殖
- 第四目标：吸引人才,吸引有实力的儿童玩具生产商。

## 竞争战略

面对众多的商业竞争对手，建立价格支持和互补性伙伴.对恶意竞争对手不采取价格对抗,而采取内容形式方面的竞争.争取平行价格对抗,但推广初期,可以适当降价销售,以后逐步回升.若竞争对手降价,采取不降价方式,而在内容和服务方面加强亲近消费者.

## 第六章 投资说明

### 一. 资金需求说明(用量/期限)

- |             |         |                |
|-------------|---------|----------------|
| 1. 前期(两个月): | 员工工资    | 20,000RMB      |
|             | 业务开展经费  | 20,000RMB(可压缩) |
|             | 流动资金及其他 | 60,000RMB      |
2. 中后期:中后期估计要投入包括房租和工资在内的约300,000RMB,但在中期投资将渐渐的回笼,逐步用于扩大再投入上。如果前期宣传做的好,前期投入的资金渴望在半年内全部回笼。

### 二. 投资形式

- ✚ 项目起步资金总共需要400,000RMB,采取合作参股形式。
  - ✚ 策划发起人以知识产权做为参股条件,占总股份的30%
  - ✚ 主要投资人兼董事长以直接资金注入形式参股,占总股份40%
  - ✚ 职业经理人以自身经营理念和管理现代化的企业管理占有总股份的10—20%
  - ✚ 其他参股或合作,占总股份10—20%
- (注:所有股东凭着自愿、平等、互利的态度参与合作。利益均沾,并承担相应风险)

### 三. 回报/偿还计划

“待商榷”

### 四. 吸纳投资后股权结构

- ✚ 网站预计投资总资产约400,000RMB,按照投资参股形式中股权比例分红;
- ✚ 当有新的投资商以资本或者其他形式加入投资,由董事会研究决定从新分配股权。

## 第七章 投资报酬与退出



---

### 一．股权转让

资方由于某种原因，中途退出。有权向某一投资意向方出卖或者转让股权，但事先必须经董事会 2/3 以上通过；不得将股权转让给行业相关竞争对手或者有潜在竞争威胁的单位或个人；得出卖公司任何有价值资料和保密信息。

### 二．股票上市

既是投资回报也是退出方式。但退出的前提是不损害公司现有和长远利益。

### 三．股利

## 第八章 风险分析以及应对方式

### 一．资源（原材料/供应商）风险

资源风险来自与我们供应链中的企业和商家。我们采取的方法是前期让他们免费的加入到我们的销售阵营。确保我们的供应不脱节。在这个基础上不断的增加我们的无形资产。

### 二．市场不确定性风险

其实这点根本算不上什么风险，风险从来都是利润的衍生物。网络就是滋长它的暖床，从历次的网络调查数据不断可以看出，网民和互联网经济的飞速增长更增强了我们必胜的信心。

### 三．竞争风险

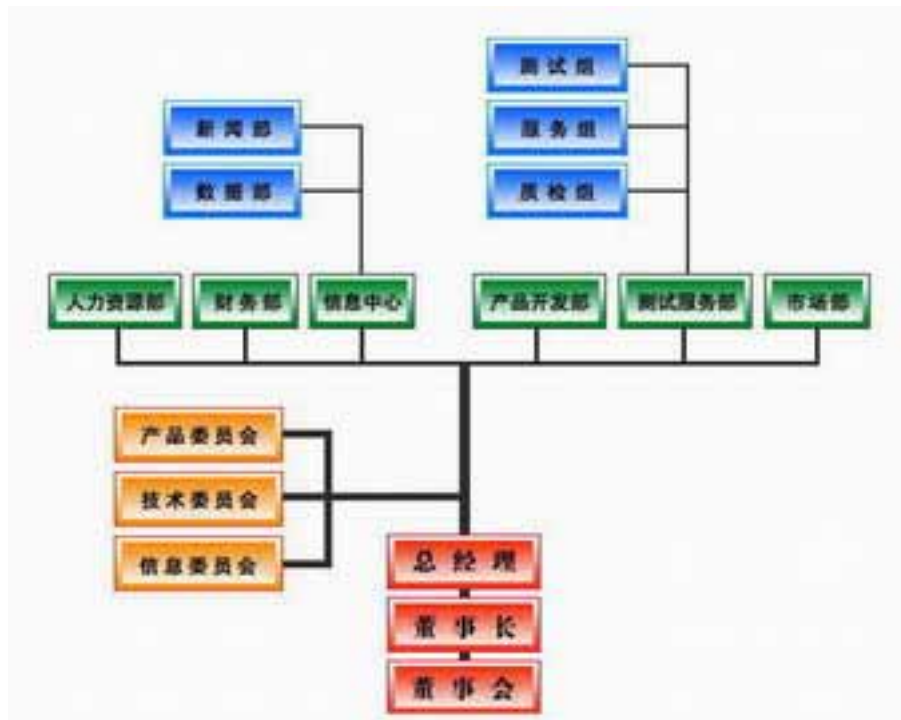
网站越是有发展越会有竞争风险，这就靠我们去经营、去策划，一步一个台阶的开拓、创新、发展。

### 四．财务风险（应收帐款/坏帐）

在策划这个网站的起始阶段，我们已经注意到了这个问题。所以说在支付方式上我们都是采取了货到付款或者直接网上银行支付的方式，不存在坏帐和死帐的问题。

## 第九章 管理

### 一．公司组织结构



二．管理制度及劳动合同（略）

三．人事计划（配备/招聘/培训/考核）

项目前期为了压缩开支仅成立部分部分，人员分工和要求如下：

- ◆ 数据维护：2人
- ◆ 产品配送：1人邮政快递+3人市内配送
- ◆ 市场联系：4人行业市场联系，每两人一组，主要联系货源；4人网站市场宣传，主要组织一些营销活动，推广网站品牌。
- ◆ 财务出纳：财务、出纳各一人
- ◆ 管理层：略

四．薪资、福利方案

## 第十章 经营预测

1. 网站预计半年内稳固销售模式和理念，一年内站稳郑州市网络销售市场，三年进军国内和国际市场，再过五到八年时间成功上市；
2. 广告收入第一年内达到 20,000RMB，三年内翻两番，达到 50,000RMB 以上，五年后超过 100,000RMB；
3. 主要搜索引擎排名：前期我们靠购买 google，百度等的竞价排名，以增加竞争优势，

---

再后期我们在购买这些收费排名的同时，还要靠我们的点击率、链接效率等等相关的搜索排名因素赢得更多的网站无形价值；

4. 无形价值增值 :值得可喜的是 ,我注册 cityshoping.com 域名的时候用的是 130RMB ,而在我成功注册后的不到一个星期时间内就有人提出 2 , 000RMB 购买这个域名 ,所以也就更增加了投资这个网站的信心。我们运营网站的过程就是网站无形价值的增值过程。

附件：1.根域名证书

# 顶级国际域名证书

## Certificate of Generic Top Level Domain Name



ICANN

ICANN 标志由互联网  
名称与数字地址分配机构所有

域名 **cityshoping.com** 已由 **梁涛** 注册，并已在国际顶级域名数据库中记录。

This is to certify that **梁涛** has registered the domain name **cityshoping.com** and the registration has taken effect since it was put on records in the database of GTLD (Generic Top Level Domain) in ICANN

域名(Domain Name):	cityshoping.com
域名注册人(Registrant,中文):	梁涛
域名注册人(Registrant,English):	LIANGTAO
注册时间(Registration Date):	2004年9月13日
到期时间(Expiration Date):	2005年9月13日



以下说明与本证书主文一起构成本证书统一整体，不可分割：

1. 本证书表明证书上列出的组织或者个人是列出的域名的合法注册人。该注册人依法享有该域名项下之各项权利。
2. 本证书并不表明北京万网网络技术有限责任公司对本证书所列域名是否贬斥、侵害或毁损任何第三人之合法权利或利益作出任何明示或默示之评判、确认、担保，或作出其它任何形式之意思表示。北京万网网络技术有限责任公司亦无任何责任或义务作出上述之评判、确认、担保，或作出其它任何形式之意思表示。
3. 因本证书中所列域名之注册或使用而可能引发与任何第三人之纠纷或冲突，均由该域名注册人本人承担，北京万网网络技术有限责任公司不承担任何法律责任。北京万网网络技术有限责任公司亦不在此类纠纷或冲突中充当证人、调停人或其它形式之参与者。
4. 本证书不得用于非法目的，北京万网网络技术有限责任公司不承担任何由此而发生或可能发生之法律责任。

当本证书持有、出具、展示或以其它任何形式使用时，即表明本证书之持有人或接触人已阅读、理解并同意以上各条款之规定。

关于域名的相关情况，请查询 [www.net.cn](http://www.net.cn)