



中银国际证券有限责任公司
具备证券投资咨询业务资格

文化传媒

旷实*

证券投资咨询业务证书编号: S1300513100001
(8610) 6622 9343
shi.kuang@bocichina.com

*杨艾莉为本报告重要贡献者

中文在线调研纪要: 全力布局文学 IP, 在线教育两大风口领域

【核心要点】

- 1、中文在线(300364.CH/人民币 85.63, 买入)拥有互联网基因、文化基因和教育基因三大基因, 是 A 股市场上唯一一家兼具三大基因的公司。
- 2、公司未来将着力发展“文学+”与“教育+”战略
 - “文学+”方面, 目前已与产业链上下游诸多公司建立了合作关系。此外, 中文在线粉丝经济处于行业第一, 打赏收入超过千万, 是业内唯一一家打赏收入超越订阅收入的公司。公司未来预计 B 级 IP100 个, A 级 IP30 个, S 级黄金 IP10 个, 未来收入达到 10-50 个亿。
 - “教育+”方面, 打造教育阅读、教材教辅与 MOOC 平台三级火箭, 最终目标进入在线教育的最核心部分, 即学历认证, 预计未来收入达到 10-50 亿。
- 3、投资建议: 公司是网络文学领域的平台型公司。目前, 公司以此次定增为契机, 持续布局文学 IP, 在线教育两大高需求领域。公司团队优秀, 在数字出版及教育领域深耕多年。公司当前市值 141 亿, 我们预计公司 2015-2017 年全面摊薄每股收益为 0.45、0.52、0.59 元。维持公司**买入**评级。

【调研纪要】

一、中文在线董事长兼总裁 董之磊

中文在线于 2000 年在清华创立, 创业 15 年, 于 2015 年 1 月 21 日登陆创业板, 成为国内数字出版第一股。

(一) 时代背景

- 我国迎来“互联网+”的时代。目前网民 6.68 亿, 手机网民 5.94 亿, 网络文学用户 2.94 亿。
- 在线教育浪潮来袭, 开启未来教育变革: 中国在线教育市场已位居世界第二, 年增长率为 52%。至 2017 年市场规模将达到 1,733.9 亿, 潜在用户超过 2 亿。

(二) 中文在线的三大基因

1. **互联网基因:** 公司是我国第一批互联网创业企业。旗下互联网文学平台包括 17K 小说网、汤圆创作和中文书城。其中汤圆创作的月活跃作者数已经超过 10 万人, 而以往的在线文学平台都只在几万量级左右。

图表 1. 中文在线旗下三大文学产品

传统文学	网络文学	移动文学
 www.ChineseAll.com 中文 数字出版 领跑者	 中文在线旗下网站	
600多家出版机构 2000余名知名作家	3400万注册用户 40万驻站作者	国内最大的移动创作社区 超10万月活跃作者

资料来源：公司披露，中银国际研究

2. **文化基因**：公司是中国顶级作家的汇聚地，也是新生代大神的培养基地。代表作者包括饶雪漫、余秋雨、莫言、二月河、明晓溪等。公司与很多作家的渊源超过 10 年。目前公司平台上数字内容超过 100 万种，原创作者超过 80 万，读者超过 5,000 万。

3. **教育基因**：公司起源于清华，目前覆盖中小学 5 万所，占有率 20%，覆盖高校 1,500 所，占有率达到 66%。

(三) 公司未来发展战略：“文学+”与“教育+”，打造全球领先的互联网文化教育龙头

1、“文学+”，基于 IP 的文学新生态

“文学+”指文学的增值，追求多领域产业增值，以形成文学新生态。“文学+”早已在国际上成为潮流，撬动了巨额的市场利润。以《哈利波特》为例，共销售图书 4.5 亿册，总票房 22.3 亿美元。全产业链价值达到 2,000 亿美元。

公司致力于建立“文学+”新生态，目前已与产业链上下游诸多公司建立了合作关系。此外，中文在线粉丝经济处于行业第一，打赏收入超过千万，是业内唯一一家打赏收入超越订阅收入的公司。

公司未来预计 B 级 IP100 个，A 级 IP30 个，S 级黄金 IP10 个，未来收入 10-50 个亿。

图表 2. 文学+文学新生态示意图



资料来源：公司披露，中银国际研究

图表 3. 中文在线各领域合作伙伴

平台	中国移动和阅读、中国电信天翼阅读、中国联通沃阅读、百度、腾讯、阿里、掌阅、凤凰网、网易、新华网、KINDLE、华为、斯凯
电影	海润影视、小马奔腾、北广传媒
动漫	中天创视
游戏	360、迅雷游戏、灵石游戏
影视剧	乐视网、爱奇艺、王马影视
实体出版	人民出版社、江苏凤凰出版集团
有声资源	喜马拉雅

资料来源：公司披露，中银国际研究

图表 4. “文学+”项目举例

文学+影视	《我的美女老师》上线 2 个月点击量突破 2 亿 《我的美女老师 2》由中文在线投资联合出品 大型革命史诗巨作《追我魂魄英雄吉鸿昌》即将登陆一线卫视
文学+游戏	《龙血战神》日下载量 210 万次，点击量 5 亿 《吞噬苍穹》代言人为唐嫣和 A-Lin，点击量 2.4 亿
文学+出版	《隋乱》是第一本本以为外语的网络小说，登上台湾诚品书店、金石堂、博客来网上书店三大排行榜，现有中文简体版、繁体版和泰文版
文学+粉丝经济	《一起混过的日子》得到 6,000 多万人关注，拥有 100,000 铁杆粉丝，1.6 亿点击量 还原《龙血战神》真实场景，集资 200 万搭建小说酒吧

资料来源：公司披露，中银国际研究

图表 5. “文学+”合作模式

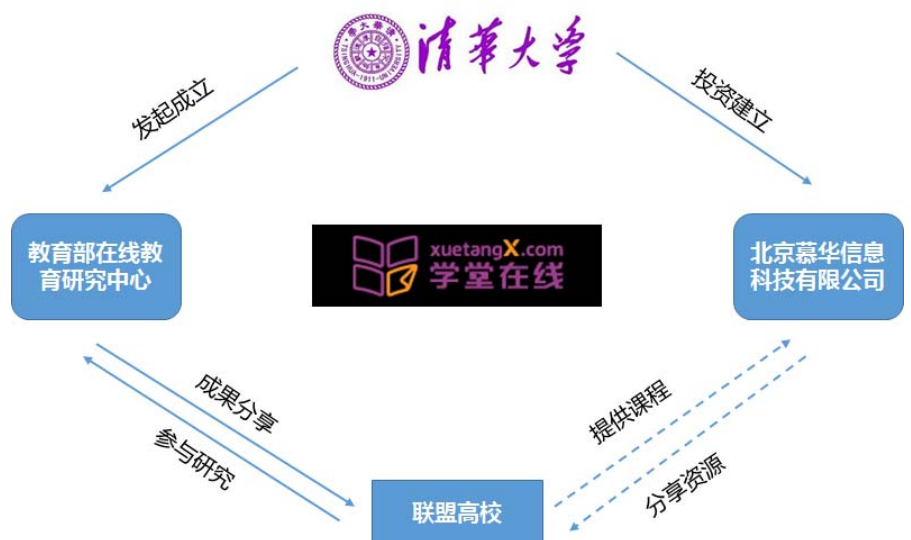

资料来源：公司披露，中银国际研究

2、“教育+”

(1) 三大平台

- **阅读平台:** 公司旗下产品书香中国现已覆盖 28 个省, 5 万所中小学校, 1,500 余所高校。
- **K12 数字教材教辅平台:** 教材是刚需, 不可替代。目前中文在线已经在北京和上海开始布局教材教辅平台。公司规划了中国首个中小学教材发行平台项目, 实现上海近 1,500 种现行教材的数字化。公司在北京也规划了首个中小学电子教材的发行平台项目, 建立北京中小学课程教材资源。通过数字平台项目, 逐步向教辅、作业、测评、在线课堂等延伸。
- **MOOC 平台**公司是清华大学 MOOC 平台的投资方和合作推广方。是教育部唯一授权的、拥有全球 MOOC 资源的平台。学堂在线在 1 年的时间内, 成为全球第三, 最多的一门课超过 20 万人在上面选课目标成为最大的中文 MOOC 平台, 5 年教育 1 亿人。最终帮助学生通过平台可以拿到学分、拿到证书甚至拿到学位。

图表 6. 清华大学学堂在线运营模式



资料来源: 公司披露, 中银国际研究

(2) 三级火箭打造完整“教育+”, 未来收入达到 10-50 亿

- **第一级火箭:** 教育阅读叩开学校大门
- **第二级火箭:** 教材教辅成为学生必需品
- **第三级火箭:** MOOC 平台上, 学生不但可以选课拿学分, 未来还可以拿证书甚至拿学位。最后进入在线教育的最核心, 即学历认证。

图表 7. 中文在线教育业务三级火箭模式



资料来源：公司披露，中银国际研究

【问答环节】

Q：如何看待国内 IP 市场的竞争格局？公司在 IP 运营战略和合作方面规划如何？

A：市场方面，目前整个 IP 市场非常火爆，IP 资源争夺已成为大势所趋。目前中国有上千家的影视公司、上万家游戏公司，与此同时，互联网为更多的作品面世打开了大门，一个人就可以做动漫，一个工作室就可以做影视作品。因此整个中国市场的文化产品数量呈爆炸式增长，受众目不暇接，在这种情况下 IP 至关重要，未来 IP 的价值将会更高。

行业格局方面，现在中国所有重量级的公司都开始接触文化产业，但是中文在线的定位很独到，我们不会独自开发 IP。合作伙伴能够提供足够好的条件和资源，我们会去合作开发 IP。

Q：如何进行 IP 的培育和创新？MOOC 平台具有一定的公益属性，如何将其变现？

A：中文在线的核心竞争力在于：第一，IP 平台，把优质资源平台运营；第二，有培育年轻人文学 IP 的文学汤圆创作；第三，有培养体系，聘请莫言为网络大学的校长。鲁迅文学院一年只能培养 60 个作家，但是我们会聘请鲁迅文学院的顶级讲师和院长，通过在线教育的方式一年可以培育出上万的作家

关于 MOOC 平台，第一，在中国公立教育中，国家为每一个学分买单，每一个学分都是有价值的，还解决了学校的场所、师资问题；第二，我们会向大众服务，未来拿到证书和学位都是会付费的。我们有 B2B 和 B2C 两种模式，都是有价值的。

Q：目前中文在线已经拥有 1,500 所高校的合作渠道优势，公司准备如何开展持续的服务，如何保值和升值？有没有可能为网络教育平台提供更多的附加值？

A：我们拥有强大的渠道体系和直教体系，会向客户每年收年费。这是一个持续的商业模式，因此每年会有多次的机会和客户接触。此外，学生的信息和行为都将在平台上留下记录，未来会利用大数据开发出价值经济。

我们是清华大学 MOOC 产品学堂在线的投资方之一，也是他们的合作推广方。我们有推广团队进行定制性开发，分别向各个大学提供服务。此外我们还负责项目的运营、产品开发等领域。

Q: 如何为年轻作者做品牌推广? 面对 IP 的竞争局势, 在组织结构和团队方面有什么布局和思考?

A: 我们着力于 IP 的开发和运营, 哈利波特之所以成功, 是因为它做了全 IP 的开发。但是中国的很多 IP 都是割裂的。我们会利用自己的优势, 结合粉丝经济进行全 IP 开发。比如我们现在培育的一个新生代作者风清扬, 他今年年初还是在校大学生, 但现在第一本书的点击率已经达到几亿了。我们现在就在帮助他进行游戏影视等全 IP 开发。我们作为一家互联网公司, 很清楚如何将粉丝运用起来。我们从成立初期就紧紧抓住了核心用户, 我们并不是单纯地进行 IP 销售, 而是进行联合开发甚至联合投资, 会将粉丝经济最大化。在未来的半年或一年内, 大家会看到我们的成果,

Q: 商业模式升级过程中, 如何突破自己的基因?

A: 我们会在我们的数字文化数字教育领域展开, 我们在这些领域有大量的优势, 能够看到别人看不到的机会, 能够给别人提供相关的资源。目前有两大思路, 一个是内部创新优化, 比如汤圆; 另一个重要的方向是并购。

Q: 未来一年最核心的优先级战略是什么?

A: 目前的重点是“文学+”与“教育+”, “文学+”是整个泛娱乐体系的开发, “教育+”是在线平台的开发。此外, 目前最关心的问题还有团队人才体系的培养, 以保证公司长远的发展。

Q: 全年的业绩预期如何? 上半年的投资拖累了盈利, 未来汤圆和在线教育经营业绩和盈利目标是什么?

A: 我们最关注的是行业地位、业务规模、用户规模和影响力, 不会特别关注短期的指标, 希望大家关注公司长期价值。

Q: 17k 目前在竞争中是第二名, 上市之后是否会大力投入? 如果汤圆失败了, 公司会如何应对?

A: 会大力投入; 如果汤圆失败了, 就会投资新的项目。

Q: 公司增发会在文学和教育领域各投 10 个亿, 具体如何投入?

A: 文学方面, 第一是把住龙头, 签约最好的作者; 第二, 持续开发, 我们自己要建立起一个系统, 令 IP 不断升值。

教育方面, 目前处于教材数字化阶段, 提升体验性和互动性, 第二步将直接介入教学平台。

Q: 在投资并购方面, 中文在线未来两年规划如何?

A: 我们会采用业务推动和并购驱动的双轮的商业模式。中文在线在文化教育领域有最深刻理解和行业资源, 作为一家 A 股上市公司, 可以帮助很多互联网企业, 在行业资质、理解等方面都远胜其他。

【汤圆创作——“国内手机移动端读写平台”, 提出以“用手机写小说”】

汤圆创作主要为移动阅读领域。目前, 在 PC 端具有优势的盛大、中文在线、百度均在移动端进行了布局。阅文集团主要以起点读书、QQ 阅读为主; 百度系以 91 熊猫看书, 百度阅读; 中文在线主要为 17K 小说网、汤圆创作两款 APP。

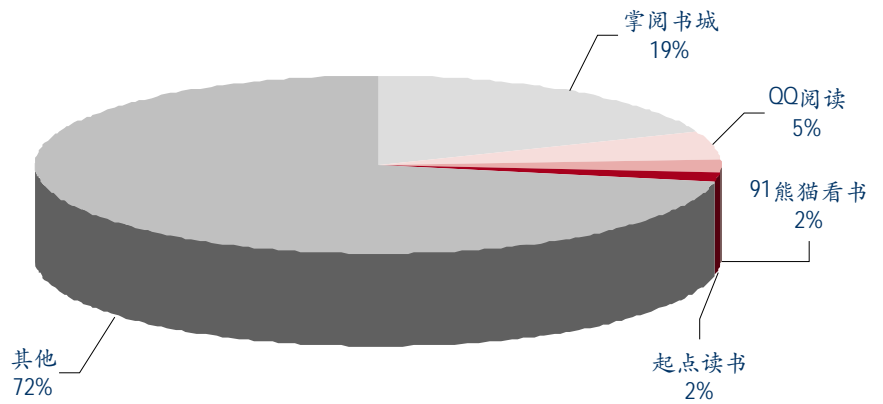
图表 8.三大网络文学集团移动端布局



资料来源：网络，中银国际研究

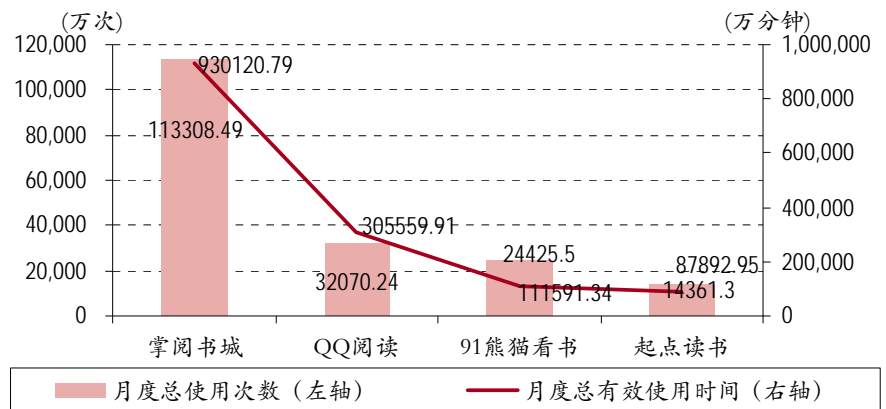
从当前移动阅读市场格局来看，移动端阅读器月度覆盖人数共 1.56 亿人，其中最大的掌阅书城(ireader)占 18.98%。其次为 QQ 阅读、91 熊猫看书、起点阅读等。与 PC 端的互联网文学市场不同，移动文学市场目前仍处于中早期，市场集中度不高。阅文集团(腾讯-盛大系)在 PC 端的优势并没有复制到移动端。移动端的争夺，对于非阅文集团的公司更加有利。

图表 9. 移动阅读市场月覆盖人数比例



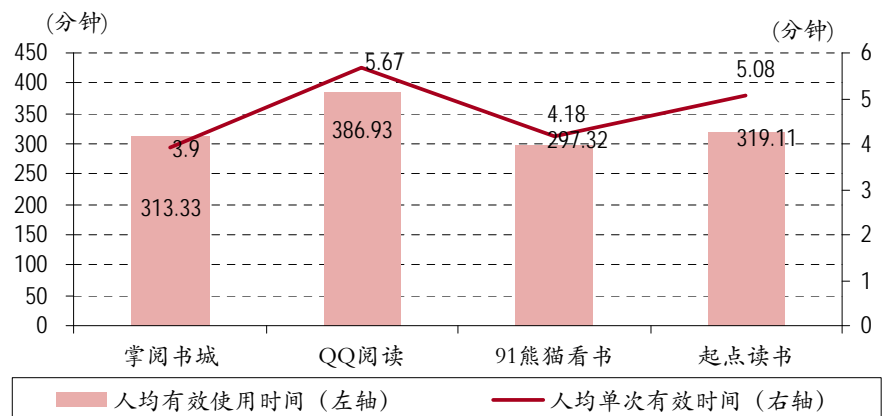
资料来源：艾瑞咨询，中银国际研究

移动端阅读器月度使用次数总量为 58.28 亿次，总有效使用时间为 464.82 亿分钟，其中掌阅书城占据 20%，QQ 阅读占据 6.6%，91 熊猫看书和起点读书分别占据 2.4%和 1.9%。

图表 10. 移动端阅读器月度使用量


资料来源：艾瑞咨询，中银国际研究

移动端阅读器人均有效使用时间为 297.27 分钟，这四款 APP 均高于平均值，掌阅书城虽市场份额较大，但是人均有效时间却低于 QQ 阅读，QQ 阅读人均有效时间高达 387 分钟，91 熊猫看书和起点读书分别为 297 分钟和 319 分钟。

图表 11. 移动端阅读器人均使用有效时间


资料来源：艾瑞咨询，中银国际研究

从产品模式来看，中文在线旗下汤圆创作与在 PC 和移动端领先的起点读书、掌阅书城，均有明显的差异。

掌阅和起点读书，以传统的阅读为核心，起到的是一个数字图书馆的功能。它们通过购买网络文学版权，在移动端上集合网络文学小说、实体出版物的数字版本，为用户提供阅读服务。

汤圆创作则主要以“创作和社区”为核心，通过集结超过 10 万的活跃作者，在社区中直接对接了读者和创作者。最终，移动文学创作的产业链将形成“作者——汤圆创作 APP——读者”的模式。

汤圆创作是中文在线的内部孵化产品，目前已进行独立分拆。2015 年 1 月，汤圆创作获得险峰华兴数百万元的天使轮投资。

图表 12. 三大移动阅读软件对比



资料来源：网络，中银国际研究

图表 13. 【中文在线旗下汤圆创作总编辑血酬发言——汤圆创作，开启文学 3.0 时代】

目录



- 汤圆创作：中国最大的移动互联网创作平台
- 年轻人就用手机写小说
- 创新的网文生产方式：“产品线”和“聚合众创”模式
- 未来十年的新IP是什么样子的？
- 纷繁网络剧：游戏时间到

中国最大的移动互联网创作平台：月活跃作者数100000+



■相关数据

- 月活跃作者数：100000+
- 社区用户总数：200万
- 平台作者总数：50万
- 累计创作作品：70万

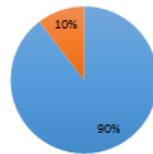


资料来源：网络，中银国际研究

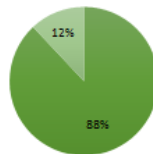
续图表 13.【中文在线旗下汤圆创作总编辑血酬发言——汤圆创作，开启文学 3.0 时代】

年轻人就用手机写小说

 汤圆创作



90后用户占比



移动端创作内容占比



■ 用户构成及使用习惯

- 超过89%的用户为90后，初高中、大学生为
主力用户
- 超过88%的用户使用手机进行创作课堂、宿舍
为主要创作场景
- 年轻群体将手机作为主要创作工具，对于读者
和作者交流的需求旺盛

■ 作品创作形态：

- 小说单个章节1000字左右
- 图文混排成为流行趋势
- 故事性强，突出人物，环境缩减
- 动漫、游戏、影视剧等元素成为新的创作灵感来源

创新的内容生产方式：产品线模式

 汤圆创作

“内容产品线”模式：通过对市场调研，形成青春校园、惊悚悬疑等主要产品线，涵盖策划、运营、推广、销售、出品一体，以项目制运作IP的全过程

- 代表作：惊悚悬疑小说《吾师录》、青春校园小说《别哭》等
- 8月：旅日华人最诡异神秘的职业——《我在东京驼尸的日子》
- 9月：房地产经济上买房子所遭遇的那些诡异事件——《我卖房子遇到的诡异事件》
- 10月：快递员告诉你27种不能接受的最危险快递——《快递诡事》
- 11月：我当专车司机遇到的那些“不是人”乘客——《专车司机遇到的乘客》
- 12月：移动互联网行业从业者见到的怪异事件——《手机有诡》

创新的内容生产方式：聚合众创

 汤圆创作

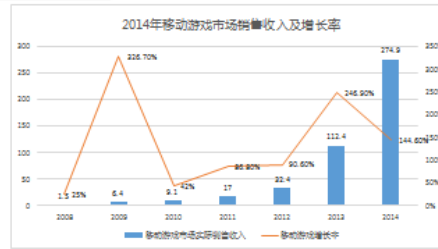
- 以策划为主导，以独特的选题为视角，实现网络文学全新的零门槛商业化运作
- 操作模式：选题策划+线上征稿+集结出版/影视出品



资料来源：网络，中银国际研究

续图表 13. 【中文在线旗下汤圆创作总编辑血酬发言——汤圆创作，开启文学 3.0 时代】

现在的IP市场：有价无市，现在火的是过去十年积累的版权！



- 2013年版权无人问津；
- 2014年初版权100万/部，到年中，已涨至300万/部，部分作品已超过2000万/部；

手游市场竞争版权IP愈演愈烈。

- 2014年全球电影票房增长16亿美元，过半来自中国市场；
- 国内影视规模超过400亿；爱情，喜剧，动作电影最受欢迎；
- 其中越来越多改变于网络小说被上线，作品票房单部均过亿，如《左耳》《何以笙箫默》等等

网络小说的商业价值不断增大。

未来十年的新IP是什么样子



- IP社群经济化：10万人的族群
- 主要来源于年轻人：95后，00后们的热情
- 互动性强：围绕IP本身，IP周边进行各种形式的创作
- 创作上创意多源：影视、游戏、新闻、动漫、小说
- 聚合众创：参与感
- 创作即营销：网络让世界变平

网络文学是影视剧等改编最好的“脚本”



- 作品题材多样，改变选择余地大：45500个类型标签
- 类型成熟，娱乐精神发达：惊悚悬疑、青春校园、古风言情
- 直接面对用户，筛选渠道畅通：能上排行榜，总归有道理
- 样本足够多：群众基础打，2.85亿用户（手机用户2.49亿）
- 作家配合意愿高（中国最具有商业化头脑的创作群本）
- 具有IP潜质，对大电影公司多渠道应收，对小公司借助1个IP成长，降低文化创意产业风险有绝大帮助



- 国内第一部网络开源剧
- 汤圆作者聚合众创，故事来源于多人创作
 - 小说和视频同步发行，相辅相成

资料来源：网络，中银国际研究

披露声明

本报告准确表述了证券分析师的个人观点。该证券分析师声明，本人未在公司内、外部机构兼任有损本人独立性与客观性的其他职务，没有担任本报告评论的上市公司的董事、监事或高级管理人员；也不拥有与该上市公司有关的任何财务权益；本报告评论的上市公司或其它第三方都没有或没有承诺向本人提供与本报告有关的任何补偿或其它利益。

中银国际证券有限责任公司同时声明，未授权任何公众媒体或机构刊载或转发本研究报告。如有投资者于公众媒体看到或从其它机构获得本研究报告的，请慎重使用所获得的研究报告，以防止被误导，中银国际证券有限责任公司不对其报告理解和使用承担任何责任。

评级体系说明

公司投资评级：

买入：预计该公司股价在未来 12 个月内上涨 20%以上；
谨慎买入：预计该公司股价在未来 12 个月内上涨 10%-20%；
持有：预计该公司股价在未来 12 个月内在上下 10%区间内波动；
卖出：预计该公司股价在未来 12 个月内下降 10%以上；
未有评级（NR）。

行业投资评级：

增持：预计该行业指数在未来 12 个月内表现强于有关基准指数；
中立：预计该行业指数在未来 12 个月内表现基本与有关基准指数持平；
减持：预计该行业指数在未来 12 个月内表现弱于有关基准指数。

有关基准指数包括：恒生指数、恒生中国企业指数、以及沪深 300 指数等。

风险提示及免责声明

本报告由中银国际证券有限责任公司证券分析师撰写并向特定客户发布。

本报告发布的特定客户包括：1) 基金、保险、QFII、QDII 等能够充分理解证券研究报告，具备专业信息处理能力的中银国际证券有限责任公司的机构客户；2) 中银国际证券有限责任公司的证券投资顾问服务团队，其可参考使用本报告。中银国际证券有限责任公司的证券投资顾问服务团队可能以本报告为基础，整合形成证券投资顾问服务建议或产品，提供给接受其证券投资顾问服务的客户。

中银国际证券有限责任公司不以任何方式或渠道向除上述特定客户外的公司个人客户提供本报告。中银国际证券有限责任公司的个人客户从任何外部渠道获得本报告的，亦不应直接依据所获得的研究报告作出投资决策；需充分咨询证券投资顾问意见，独立作出投资决策。中银国际证券有限责任公司不承担由此产生的任何责任及损失等。

本报告内含保密信息，仅供收件人使用。阁下作为收件人，不得出于任何目的直接或间接复制、派发或转发此报告全部或部分内容予任何其他人士，或将此报告全部或部分内容发表。如发现本研究报告被私自刊载或转发的，中银国际证券有限责任公司将及时采取维权措施，追究有关媒体或者机构的责任。所有本报告期内使用的商标、服务标记及标记均为中银国际证券有限责任公司或其附属及关联公司（统称“中银国际集团”）的商标、服务标记、注册商标或注册服务标记。

本报告及其所载的任何信息、材料或内容只提供给阁下作参考之用，并未考虑到任何特别的投资目的、财务状况或特殊需要，不能成为或被视为出售或购买或认购证券或其它金融票据的要约或邀请，亦不构成任何合约或承诺的基础。中银国际证券有限责任公司不能确保本报告中提及的投资产品适合任何特定投资者。本报告的内容不构成对任何人的投资建议，阁下不会因为收到本报告而成为中银国际集团的客户。阁下收到或阅读本报告须在承诺购买任何报告中所指之投资产品之前，就该投资产品的适合性，包括阁下的特殊投资目的、财务状况及其特别需要寻求阁下相关投资顾问的意见。

尽管本报告所载资料的来源及观点都是中银国际证券有限责任公司及其证券分析师从相信可靠的来源取得或达到，但撰写本报告的证券分析师或中银国际集团的任何成员及其董事、高管、员工或其他任何个人（包括其关联方）都不能保证它们的准确性或完整性。除非法律或规则规定必须承担的责任外，中银国际集团任何成员不对使用本报告的材料而引致的损失负任何责任。本报告对其中所包含的或讨论的信息或意见的准确性、完整性或公平性不作任何明示或暗示的声明或保证。阁下不应单纯依靠本报告而取代个人的独立判断。本报告仅反映证券分析师在撰写本报告时的设想、见解及分析方法。中银国际集团成员可发布其它与本报告所载资料不一致及有不同结论的报告，亦有可能采取与本报告观点不同的投资策略。为免生疑问，本报告所载的观点并不代表中银国际集团成员的立场。

本报告可能附载其它网站的地址或超级链接。对于本报告可能涉及到中银国际集团本身网站以外的资料，中银国际集团未有参阅有关网站，也不对它们的内容负责。提供这些地址或超级链接（包括连接到中银国际集团网站的地址及超级链接）的目的，纯粹为了阁下的方便及参考，连结网站的内容不构成本报告的任何部份。阁下须承担浏览这些网站的风险。

本报告所载的资料、意见及推测仅基于现状，不构成任何保证，可随时更改，毋须提前通知。本报告不构成投资、法律、会计或税务建议或保证任何投资或策略适用于阁下个别情况。本报告不能作为阁下私人投资的建议。

过往的表现不能被视作将来表现的指示或保证，也不能代表或对将来表现做出任何明示或暗示的保障。本报告所载的资料、意见及预测只是反映证券分析师在本报告所载日期的判断，可随时更改。本报告中涉及证券或金融工具的价格、价值及收入可能出现上升或下跌。

部分投资可能不会轻易变现，可能在出售或变现投资时存在难度。同样，阁下获得有关投资的价值或风险的可靠信息也存在困难。本报告中包含或涉及的投资及服务可能未必适合阁下。如上所述，阁下须在做出任何投资决策之前，包括买卖本报告涉及的任何证券，寻求阁下相关投资顾问的意见。

中银国际证券有限责任公司及其附属及关联公司版权所有。保留一切权利。

中银国际证券有限责任公司

中国上海浦东
银城中路 200 号
中银大厦 39 楼
邮编 200121
电话: (8621) 6860 4866
传真: (8621) 5888 3554

相关关联机构:

中银国际研究有限公司

香港花园道一号
中银大厦二十楼
电话: (852) 3988 6333
致电香港免费电话:
中国网通 10 省市客户请拨打: 10800 8521065
中国电信 21 省市客户请拨打: 10800 1521065
新加坡客户请拨打: 800 852 3392
传真: (852) 2147 9513

中银国际证券有限公司

香港花园道一号
中银大厦二十楼
电话: (852) 3988 6333
传真: (852) 2147 9513

中银国际控股有限公司北京代表处

中国北京市西城区
西单北大街 110 号 7 层
邮编: 100032
电话: (8610) 6622 9000
传真: (8610) 6657 8950

中银国际(英国)有限公司

2/F, 1 Lothbury
London EC2R 7DB
United Kingdom
电话: (4420) 3651 8888
传真: (4420) 3651 8877

中银国际(美国)有限公司

美国纽约美国大道 1270 号 202 室
NY 10020
电话: (1) 212 259 0888
传真: (1) 212 259 0889

中银国际(新加坡)有限公司

注册编号 199303046Z
新加坡百得利路四号
中国银行大厦四楼(049908)
电话: (65) 6412 8856 / 6412 8630
传真: (65) 6534 3996 / 6532 3371