

市场数据(人民币)

市场优化平均市盈率	18.90
沪深300指数	2964.84
上证指数	2464.36
深证成指	7089.44
中小板综指	7201.67

市场风云变幻：失意的苹果

——中国智能手机市场2018年度数据

行业动态

- **苹果新机销量再创新低，全年累计不足3000万：**12月，苹果手机新增设备数152万台，环比上月大降47%，增量份额不足5%，新增设备数和增量份额均以年内新低收官。iPhone XS和iPhone XS Max的销量自11月大幅下滑后，12月继续下跌，较上月分别下跌40%和41%；被寄予厚望的iPhone XR更是较上月大幅下滑73%。
- **存量市场份额定格，苹果大幅下滑，华为/荣耀增长显著：**2018年，苹果手机存量市场份额在半年内，接连下跌，从第一下滑至第四；华为/荣耀表现优异，存量市场份额较年初增长4.5%，由第四升至第三；OPPO、vivo分列一、二位，但逐步被华为逼近；小米位列第五，存量份额较年初微跌，但与前四大品牌差距拉大。
- **全年国内新增设备数达4.3亿，华为/荣耀占近三成：**华为/荣耀合计约1.2亿，排名第一，其次为vivo、OPPO、小米和苹果。
- **三摄、屏幕指纹识别普及加速：**2018年，三摄手机新增设备数760万台，屏幕指纹识别手机新增设备1470万台，渗透加速，预计今年将有更多手机采用三摄及屏幕指纹识别。

投资建议

- 苹果新机销量不佳，建议关注苹果手机销量变化对其股价及产业链的影响。
- 手机后置多摄趋势明显，预计今年将推出更多三摄机型，三摄渗透率进一步提升。老牌供应商将优先享受三摄红利。

重点关注：舜宇光学科技

- 受全面屏影响，前置摄像头份额下跌，屏幕指纹识别更具科技感，可满足全面屏手机的生物识别需求，因此，屏幕指纹识别商用后，份额迅速提升。

重点关注：汇顶科技

风险提示

- 1) 手机创新不及预期；2) 技术创新对行业格局产生影响；3) 三摄、屏幕指纹识别需求不及预期。

附表：五大品牌存量、增量市场份额（2018年）

品牌	存量份额	自年初增减	增量份额（全年）
OPPO	21.42%	1.59%	20.88%
vivo	19.45%	0.64%	23.27%
华为&荣耀	19.13%	4.49%	26.66%
苹果	18.29%	-3.76%	6.77%
小米	11.52%	-1.05%	14.52%

唐川

 分析师 SAC 执业编号：S1130517110001
 tangchuan@gjzq.com.cn

内容目录

2018 年度关键字：变	4
2018 年度数据.....	4
行业格局	4
年度销量排行榜.....	7
分品牌情况.....	8
2018 年度趋势.....	10
全面屏+屏幕指纹识别.....	10
后置多摄	12
风险提示	13

图表目录

图表 1：国内手机活跃设备数（亿）.....	5
图表 2：国内手机市场出货量（万）	5
图表 3：国内手机新增设备数（万）	5
图表 4：智能手机存量市场份额变化趋势.....	6
图表 5：智能手机增量市场份额变化趋势.....	6
图表 6：11、12 月国内智能手机设备减少量.....	6
图表 7：消费者持有手机时长（月）	7
图表 8：消费者平均换机周期（月）	7
图表 9：2018 年新增设备分布（万）	7
图表 10：2018 年新机销售排行榜（万）	8
图表 11：新机销售占比分布	8
图表 12：2018 年苹果部分机型新增设备数（万）	9
图表 13：2018 年苹果新机销售情况（万）	9
图表 14：2018 年华为新机销售排行榜（万）	9
图表 15：2018 年华为手机代表系列新增设备数（万）	9
图表 16：2018 年 vivo 新机销售排行榜（万）	9
图表 17：2018 年 OPPO 新机销售排行榜（万）	9
图表 18：2018 年 vivo、OPPO 旗舰机型销售情况（万）	10
图表 19：2018 年小米新机销售排行榜（万）	10
图表 20：小米代表机型销售情况（万）	10
图表 21：增量设备屏幕尺寸分布	11
图表 22：增量设备屏幕占比分布	11
图表 23：屏幕指纹识别新增设备数（万）	11
图表 24：新增设备指纹识别分布	11

图表 25: 部分采用屏幕指纹识别设备相关信息	12
图表 26: 存量设备后置摄像头数量分布.....	12
图表 27: 新增设备后置摄像头数量分布.....	12
图表 28: 新增三摄手机情况 (万)	13
图表 29: 部分三摄手机 2018 年销量情况.....	13

2018 年度关键字：变

新年伊始，回顾 2018 年，如果用一个关键字来形容中国的智能手机市场，“变”也许再恰当不过。

市场风云变幻：2018 年，智能手机整体市场依然低迷，用户持有手机时长和换机周期继续增长。一方面，创新乏力、技术同质化一直笼罩着手机厂商，另一方面，消费者也越来越找不到换手机的理由。

在市场结构方面，前五大手机厂商存量、增量市场份额继续提升，12 月分别达到 90% 和 94%，较年初增长 2% 和 5%。留给其他手机厂商的机会越来越少，于是我们看到，金立宣告破产，美图与小米战略合作，HTC 下架天猫旗舰店几乎所有手机，锤子也站在风口浪尖上。

前五大手机厂商虽然地位稳固，但内部也暗流涌动，几家欢喜几家愁：苹果手机存量市场份额在半年内，接连下跌，从第一跌至第四，而增量份额一直徘徊在 10% 以下，12 月，苹果手机新增设备数 152 万台，环比上月大降 47%，增量份额不足 5%，新增设备数和增量份额均创年内新低；小米手机市场表现低迷，逐渐被其他四家拉开差距；华为/荣耀表现优异，存量市场份额较年初增长近 4.5%，增量份额连续 10 个月排名第一；OPPO、vivo 虽然在存量市场上依然排名一、二，但在增量上被华为/荣耀超越。

产品百花齐放：2018 年，几乎所有的新款手机都逃不过一个词：全面屏。2016 年底，小米率先提出全面屏概念，并发布了小米 MIX；1 年之后，iPhone X 的“刘海屏”为全面屏定了调。随之众多厂商也纷纷为自己的产品梳上了“刘海”，然而他们当中更多的是拙劣的简单模仿，“刘海”并不是出于对功能的妥协（结构光），又或是仍留着宽厚的“下巴”。

2018 年中，各手机厂商又如同商量好似的纷纷调转方向，在追求真·全面屏的道路上狂奔，有的采用机械结构，将摄像头藏在手机之中（OPPO Find X、vivo NEX、小米 MIX3、荣耀 Magic 2 等）；有的采用各类异形屏（水滴屏、打孔屏等），尽可能缩小摄像头所占面积；更有激进者直接采用双屏，将自拍功能挪至背面（努比亚 X、vivo NEX 双屏版）。而全面屏的普及也推动了屏幕指纹识别的加速落地。

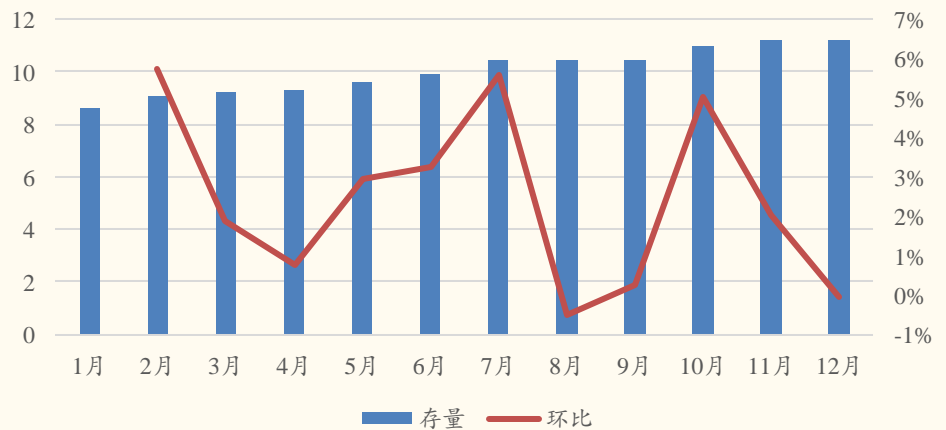
手机厂商变了，苹果作为行业“定标者”的地位开始松动，国产厂商逐渐有了自己的想法；手机产品也因此变了，以往我们感叹，手机变得越来越像；而 2018 年的后半段，我们终于看到了不少新面孔。

2018 年度数据

行业格局

中国的智能手机普及过程已经完成，预计未来增幅继续减缓，行业机会将主要来自于存量结构调整以及换机需求。

图表 1：国内手机活跃设备数（亿）

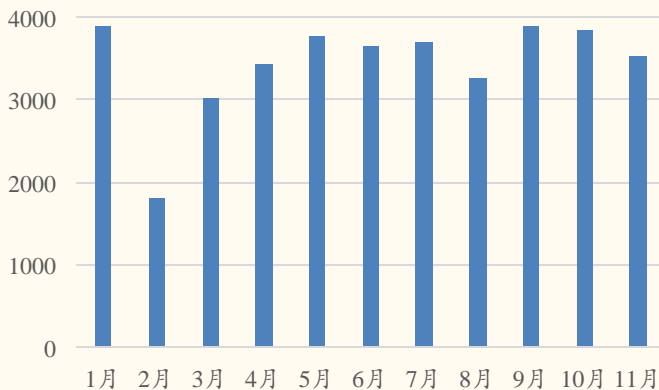


来源：国金证券研究创新中心，国金证券研究所，powered by 亚智

从增量看，全年新增设备 4.3 亿台，月均新增设备数约 3600 万台，总体趋势和数量与信通院出货量数据接近，但略有差别，这种差别主要来自于渠道库存。例如 2 月份，由于春节假期影响，手机出货量不足 2000 万，但新增设备数高达 3500 万。

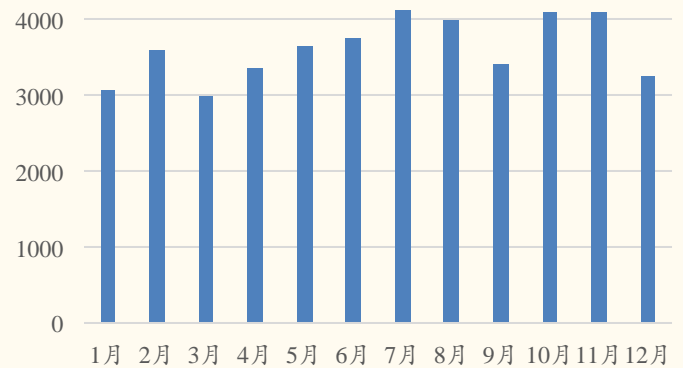
来自渠道库存的差异也赋予了我们监测数据的新属性，出货量数据是手机厂商对市场的预判，更多的是“过去”的量，而我们监测的数据是终端的激活量，带有一定的消费者偏好属性，更能反映终端的真实需求。

图表 2：国内手机市场出货量（万）



来源：中国信通院，国金证券研究所

图表 3：国内手机新增设备数（万）

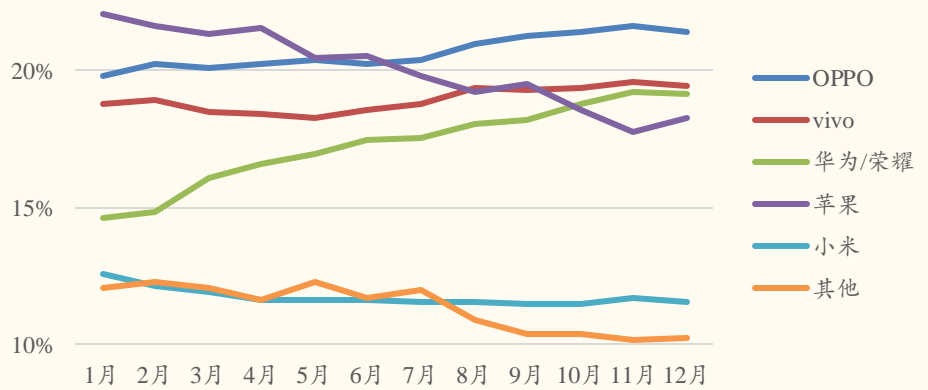


来源：国金证券研究创新中心，国金证券研究所，powered by 亚智

从行业竞争格局来看，前五大品牌（OPPO、vivo、苹果、华为、小米）占据市场超过 90% 的份额，头部效应明显。我们认为，中国智能手机行业格局稳固，五大品牌存量市场份额持续提升，且拥有强大的资金和品牌实力，新进入者难以获得突破。

行业格局较年初已发生较大的变化，华为/荣耀今年表现优异，存量市场份额提升显著，增长近 4.5%，前四名市场份额进一步集中；小米相较于年初市场份额略有下滑，与前四名的差距进一步扩大；苹果则是今年最大的失意者，市场份额节节败退。

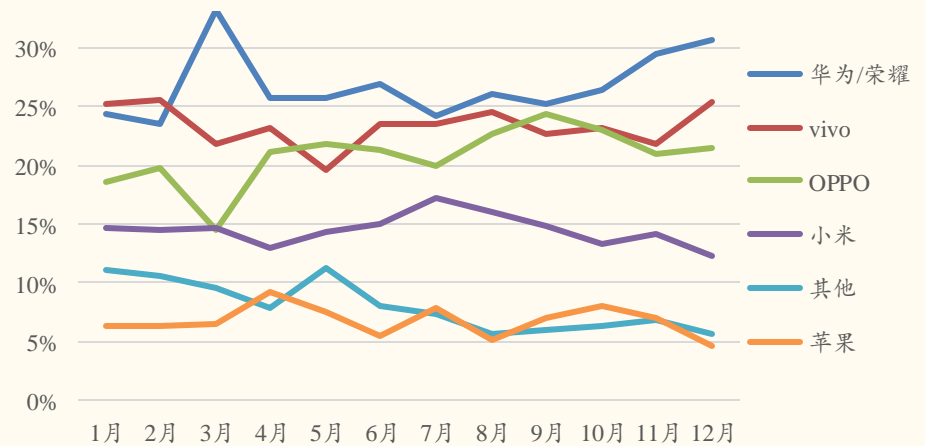
图表 4：智能手机存量市场份额变化趋势



来源：国金证券研究创新中心，国金证券研究所，powered by 亚智

从增量结构来，2018 年，前五大品牌在新增设备中的份额已达到 92%。华为已连续 10 个月增量份额排名第一；苹果增量份额持续垫底，每月均不足 10%。

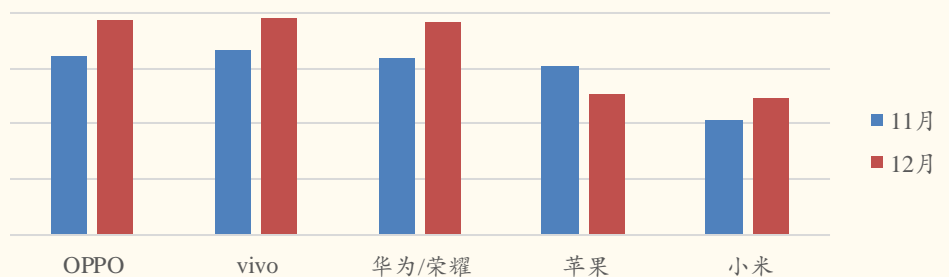
图表 5：智能手机增量市场份额变化趋势



来源：国金证券研究创新中心，国金证券研究所，powered by 亚智

苹果 12 月存量份额上升的同时，增量份额创年内新低，但这样的数据并不矛盾，因为存量份额还与每月减少设备数相关。苹果新机型供货充足，但需求量较小，新机型上市后短期内，换机需求便得到满足。苹果设备减少量随之减少，成为 12 月五大手机厂商中唯一设备减少量下降的品牌。所以苹果 12 月的存量份额上升并不是因为销量增加，而是得益于忠实的老用户以及友商的存量下滑。

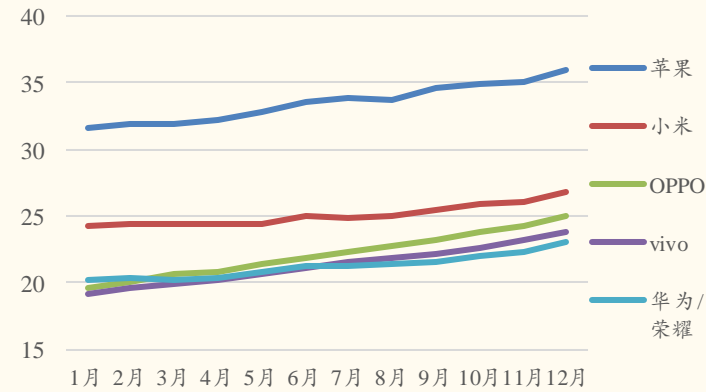
图表 6：11、12 月国内智能手机设备减少量



来源：国金证券研究创新中心，国金证券研究所，powered by 亚智

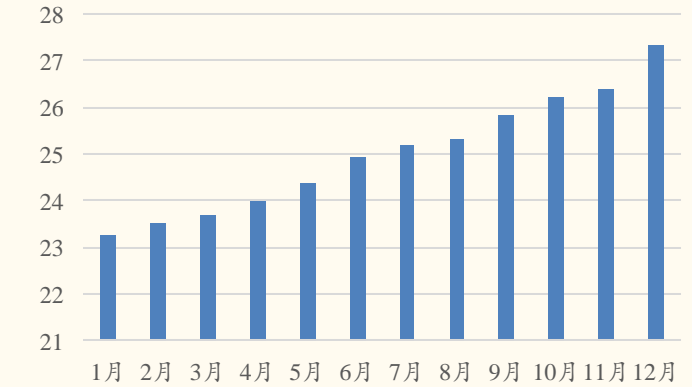
智能手机的发展经历了数次“换机潮”，每一次的“换机潮”都是伴随着一项解决消费者使用痛点的技术被应用于智能手机，例如，触控屏大幅改善消费者的使用体验；3G/4G 提供了全新的应用体验（在线视频、在线游戏等）。但近年来手机创新能力下降，能够解决的痛点越来越少，同时手机的质量在不断提升，消费者缺乏购机欲望，因此平均换机周期提升显著，较年初增长了近 4 个月。苹果手机的持有时长已达 36 个月，而华为手机的持有时长最短，约 23 个月。

图表 7：消费者持有手机时长（月）



来源：国金证券研究创新中心，国金证券研究所，powered by 亚智

图表 8：消费者平均换机周期（月）

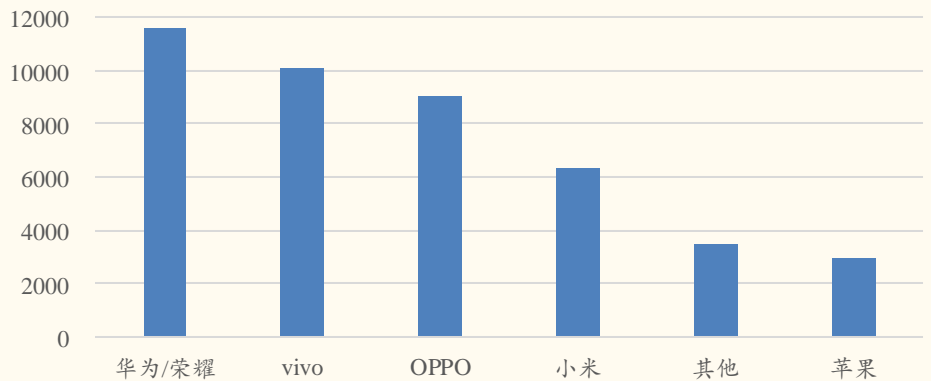


来源：国金证券研究创新中心，国金证券研究所，powered by 亚智

年度销量排行榜

2018 年，国内新增设备累计达 4.3 亿，其中，华为/荣耀约 1.2 亿，占比约 28%，其次为 vivo、OPPO、小米和苹果。苹果累计新增机型数量不足 3000 万，仅为第四名小米的一半。

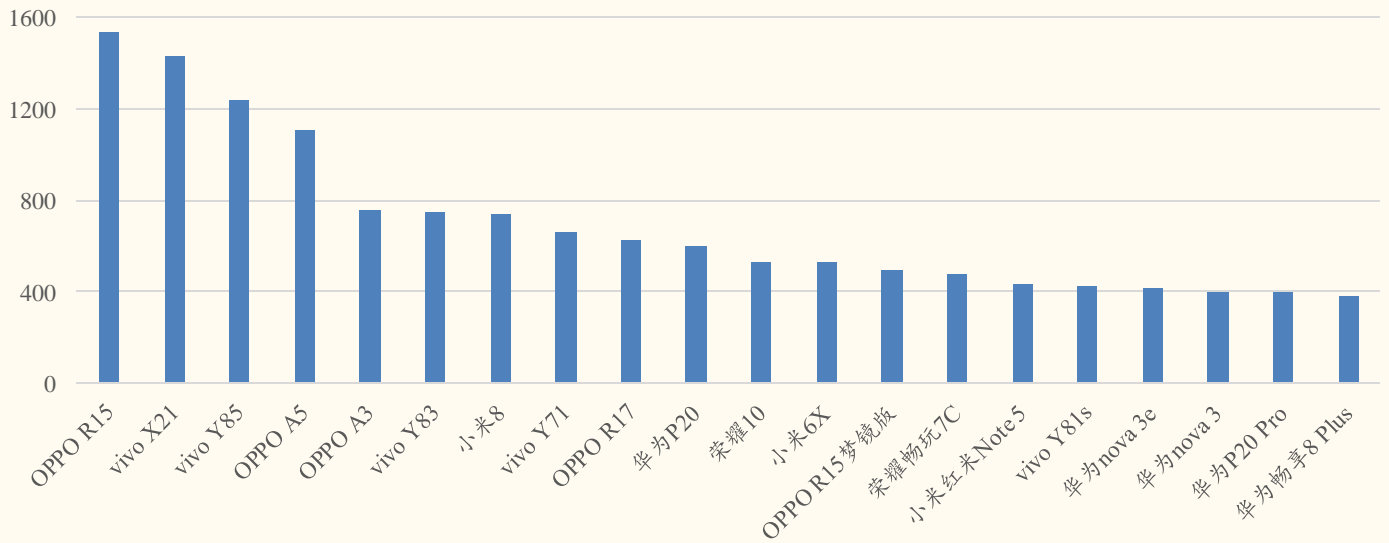
图表 9：2018 年新增设备分布（万）



来源：国金证券研究创新中心，国金证券研究所，powered by 亚智

新机型销售排行榜中，华为/荣耀占据 7 席，OPPO 5 席，vivo 占据 5 席，小米 3 席，而苹果没有上榜。其中，OPPO R15 为年度销量冠军；共有 4 款机型销量超过千万，分别归属 OPPO 和 vivo；小米 8 和华为 P20 分别为小米和华为销量冠军。

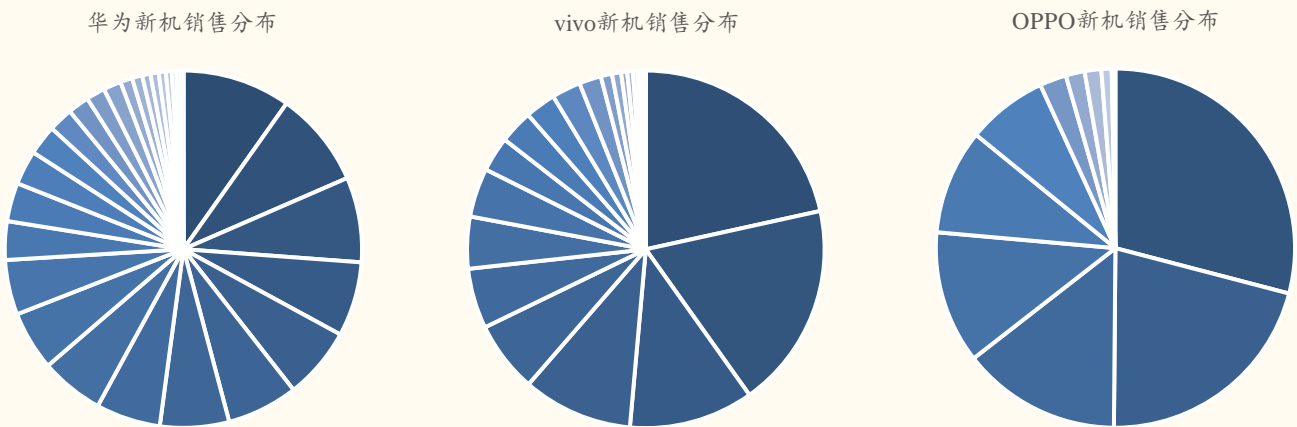
图表 10: 2018 年新机销售排行榜 (万)



来源: 国金证券研究创新中心, 国金证券研究所, powered by 亚智

在销售策略上, 华为/荣耀采取机海战术, 通过不同价格以及分化配置, 匹配不同用户需求, 而 OPPO、vivo 采取爆款策略, 集中资源研发、生产、推广较少数量的产品。反映在新机销售分布上, 华为/荣耀分布更加均衡, 而 vivo、OPPO 销量差距较为悬殊, 集中在几款爆款机型上。

图表 11: 新机销售占比分布



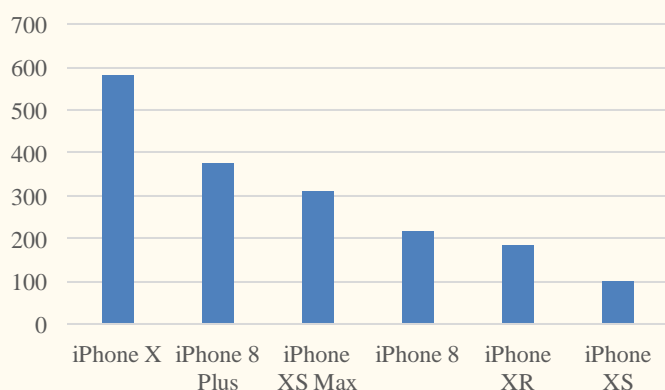
来源: 国金证券研究创新中心, 国金证券研究所, powered by 亚智

分品牌情况

苹果

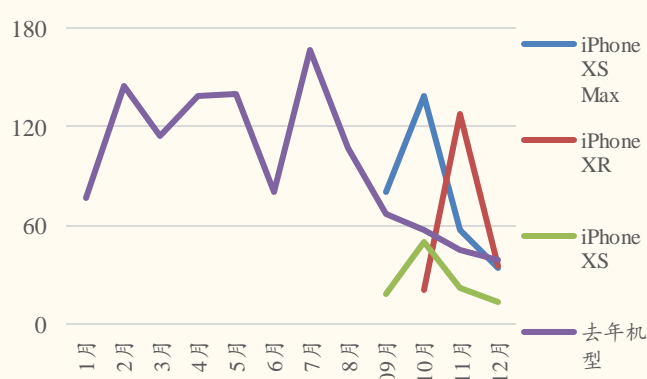
1月2日, 苹果 CEO 库克在致投资者信中调低了 2019 年第一财季 (即 2018 自然年第四季度) 的业绩预期, 库克在信中指出, 诸多因素造成公司营收不及预期, 其中包括中国市场的销售不佳。通过我们监测的数据可以看出, 苹果新机型 (iPhone Xs、Xs Max、XR) 的销售数据不及去年机型; 由于需求不足, 新机型在开售后第三个月销量就大幅滑坡。iPhone XS 和 iPhone XS Max 的销量自 11 月出现大幅下滑, 12 月继续下跌, 较上月分别下跌 40% 和 41%; 被寄予厚望的 iPhone XR 更是较上月大幅下滑 73%。

图表 12: 2018 年苹果部分机型新增设备数 (万)



来源: 国金证券研究创新中心, 国金证券研究所, powered by 亚智

图表 13: 2018 年苹果新机销售情况 (万)

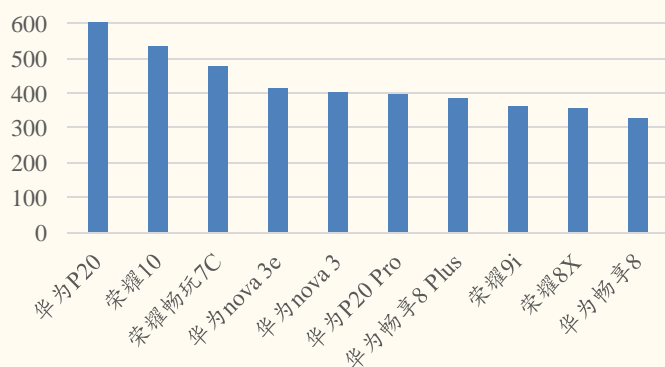


来源: 国金证券研究创新中心, 国金证券研究所, powered by 亚智

华为/荣耀

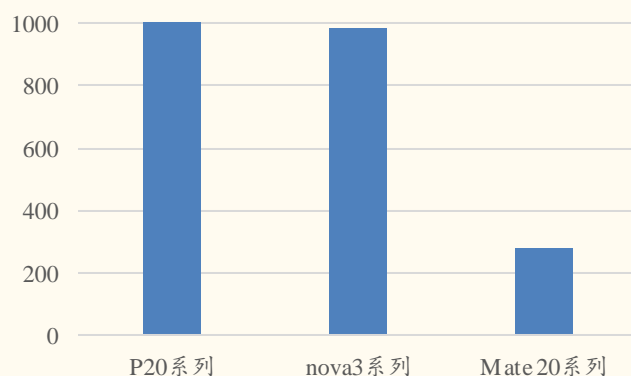
华为/荣耀今年以来表现优异, 华为采取了机海战术, 虽然单个机型销量并不突出, 但总体销售情况较好。单机销售榜中 P20 名列榜首, 单机销量达 600 万台, 全系列合计超 1000 万台; Mate 20 系列销量也已经超过 280 万台。

图表 14: 2018 年华为新机销售排行榜 (万)



来源: 国金证券研究创新中心, 国金证券研究所, powered by 亚智

图表 15: 2018 年华为手机代表系列新增设备数 (万)

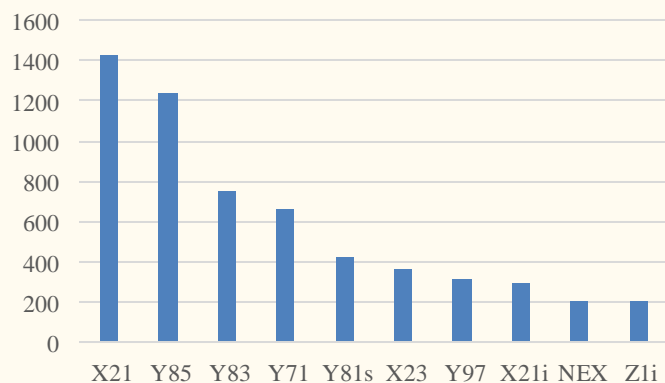


来源: 国金证券研究创新中心, 国金证券研究所, powered by 亚智

OPPO、vivo

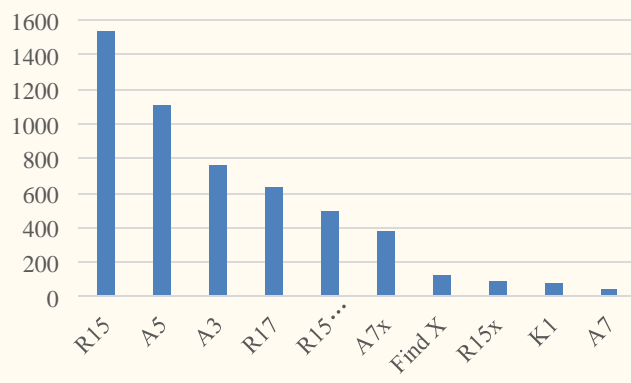
OPPO、vivo 采取的是爆款战略, 各有两款机型年销量超千万, 但不同机型之间销量差距较大, 机型数量也较少。相比之下, OPPO 的爆款战略执行得更为彻底。

图表 16: 2018 年 vivo 新机销售排行榜 (万)



来源: 国金证券研究创新中心, 国金证券研究所, powered by 亚智

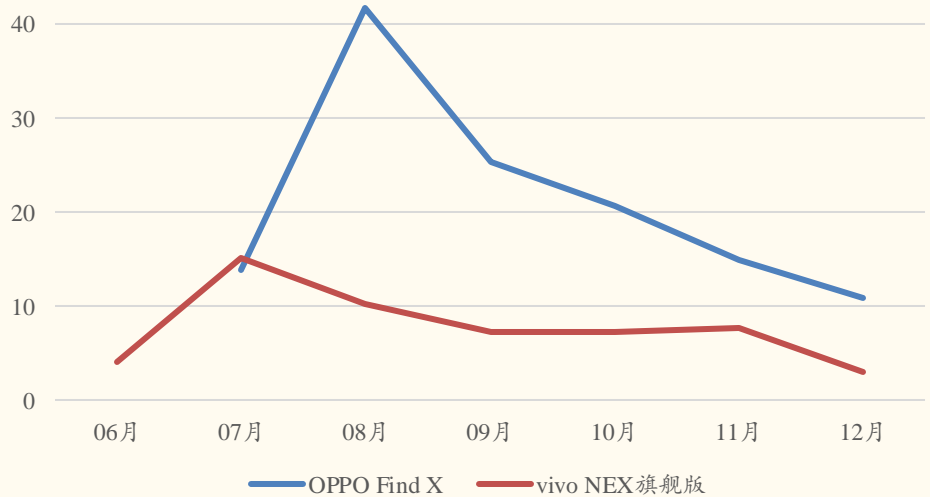
图表 17: 2018 年 OPPO 新机销售排行榜 (万)



来源: 国金证券研究创新中心, 国金证券研究所, powered by 亚智

OPPO Find X和 vivo NEX 旗舰版是 OPPO 和 vivo 在全面屏方案上摆脱苹果设计的尝试，但从实际终端数据来看，较为一般。相对而言，OPPO Find X 更佳。一方面原因当然是价格，另一方面，为了全面屏而破坏了机身一体性、增加机械结构本身也具有争议。

图表 18: 2018 年 vivo、OPPO 旗舰机型销售情况 (万)

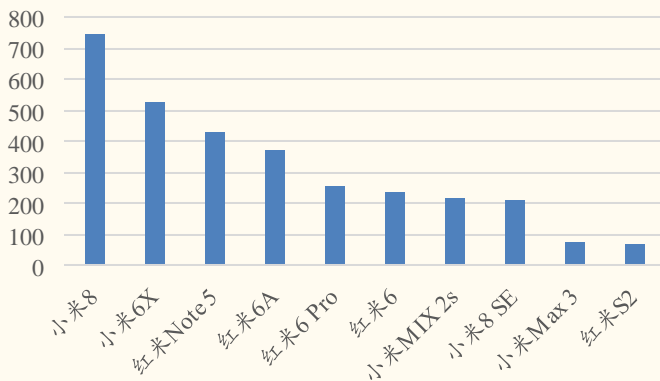


来源：国金证券研究创新中心，国金证券研究所，powered by 亚智

小米

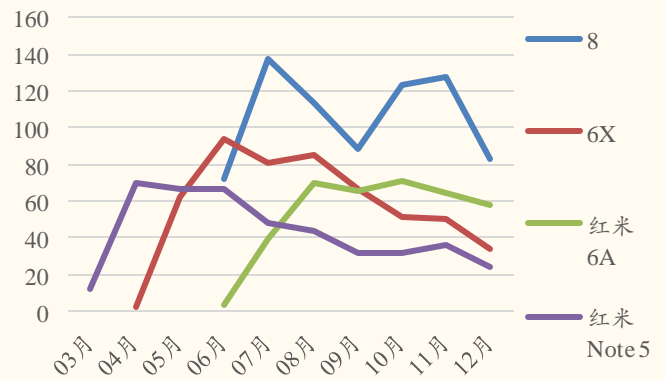
小米 8 毫无意外的拿下了小米年度销量冠军，自 6 月份发布后，一直保持了较高的销量。但小米手机机型数量较少，限制了其总体销量。

图表 19: 2018 年小米新机销售排行榜 (万)



来源：国金证券研究创新中心，国金证券研究所，powered by 亚智

图表 20: 小米代表机型销售情况 (万)



来源：国金证券研究创新中心，国金证券研究所，powered by 亚智

2018 年度趋势

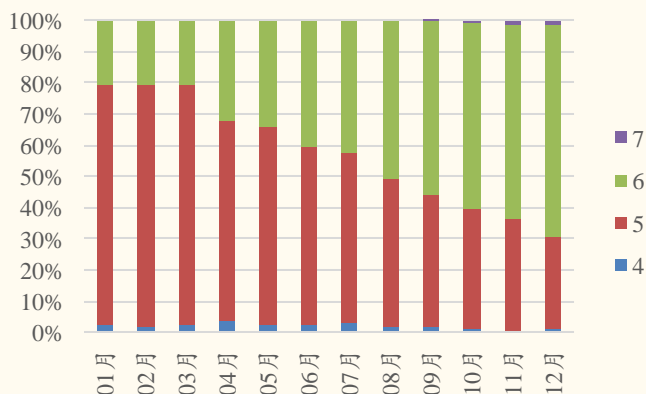
全面屏+屏幕指纹识别

智能手机经过了多年的发展，在满足了消费者各式各样的需求之后，似乎陷入了瓶颈，难以寻找到能打动消费者的卖点，因此有人说智能手机行业已经逐渐的 PC 化，就像曾经的 PC 一样，产品形态和交互方式已经固化，接下来每年只是例行的进行硬件升级。但 2018 年，我们还有“全面屏”。

不同于往年，由苹果作为行业的“定标者”，引领智能手机的发展，2018年中，在跟风推出了众多刘海屏之后，国产手机厂商纷纷拿出看家本事，打造不同于“苹果标准”的全面屏。

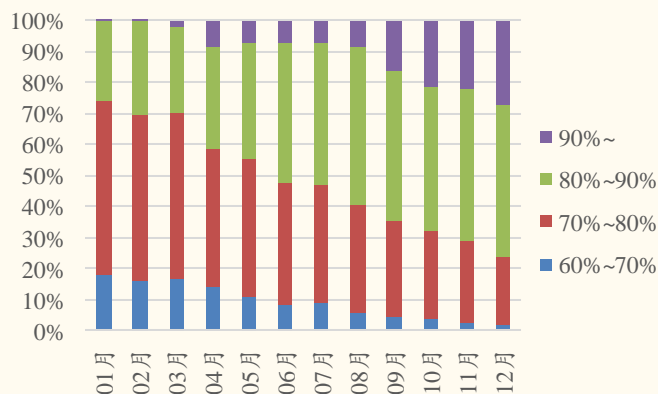
受全面屏影响，智能手机的屏幕尺寸迅速增大，屏占比也显著提升，新增设备中已开始全面普及6英寸以上，以及80%屏占比以上的机型。

图表 21：增量设备屏幕尺寸分布



来源：国金证券研究创新中心，国金证券研究所，powered by 亚智

图表 22：增量设备屏幕占比分布

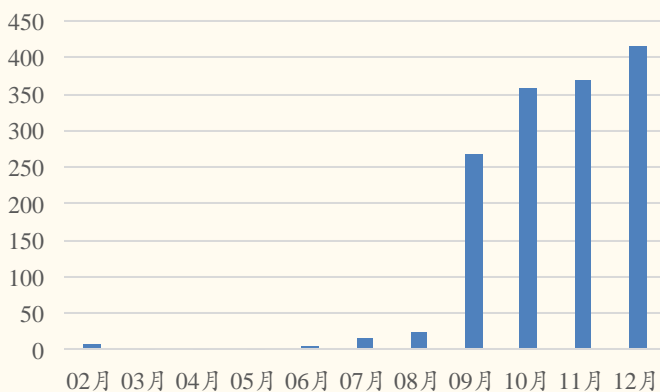


来源：国金证券研究创新中心，国金证券研究所，powered by 亚智

全面屏的影响还不止于此。在全面屏的围剿之下，手机正面已没有前置指纹传感器的位置，后置指纹识别在使用习惯上仍有一定争议。iPhone 的解决方案是采用结构光传感器代替指纹识别，然而，结构光传感器价格昂贵，结构复杂。屏幕（屏下）指纹识别成为另一个可行的解决方案。

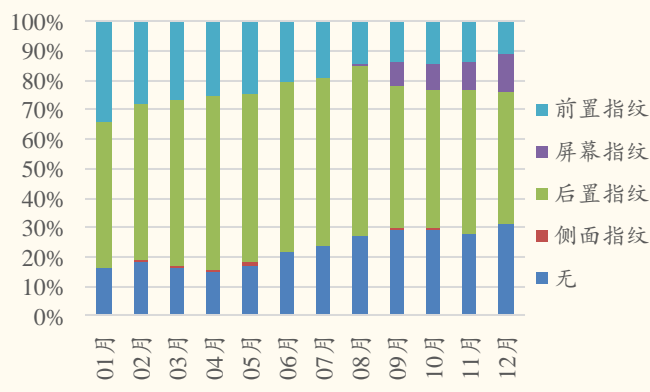
1月，vivo 发布全球首款采用屏幕指纹识别设计的机型，X20 Plus 屏幕指纹版，由 Synaptics 提供指纹识别传感器。9月，随着 OPPO R17、vivoX23 的发布，屏幕指纹渗透率的大幅提升。

图表 23：屏幕指纹识别新增设备数（万）



来源：国金证券研究创新中心，国金证券研究所，powered by 亚智

图表 24：新增设备指纹识别分布



来源：国金证券研究创新中心，国金证券研究所，powered by 亚智

目前，市场中有多款机型采用屏幕指纹识别方式，主要供应商有 Synaptics、汇顶科技、思立微。10月，OPPO 发布的 K1 成为首款采用屏幕指纹识别设计的千元机，预计未来，屏幕指纹识别将成为主流的生物识别传感器。目前，商用的屏幕指纹识别传感器均采用光学原理，而这对屏幕材质有严格的要求，只有 OLED 屏才能胜任，因此，也会对 OLED 行业产生一定的影响。

图表 25：部分采用屏幕指纹识别设备相关信息

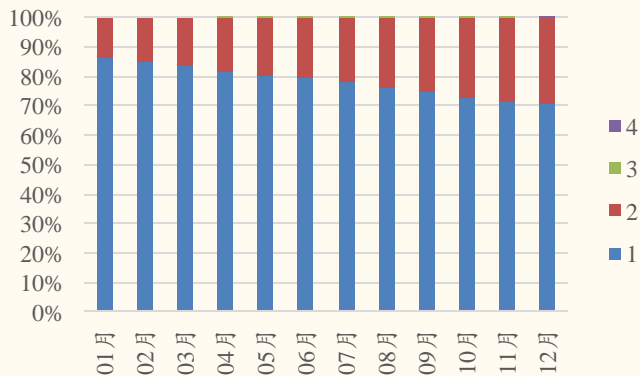
机型	上市时间	供应商	价格
vivo X20 Plus	2018.2.1	Synaptics	¥ 3598
华为 Mate RS 保时捷	2018.4.12	汇顶科技	¥ 9999
vivo NEX 旗舰版	2018.6	汇顶科技	¥ 4298
魅族 16th	2018.8	Synaptics	¥ 2698
魅族 16th Plus	2018.8	Synaptics	¥ 3198
OPPO R17	2018.8.23	思立微	¥ 3499
vivo X23	2018.9.6	汇顶科技	¥ 3498
小米 8 屏幕指纹版	2018.9.19	汇顶科技	¥ 3199
OPPO K1	2018.10.10	思立微	¥ 1599
华为 Mate 20 Pro	2018.10.26	汇顶科技	¥ 5399
vivo X23 幻彩版	2018.11	汇顶科技	¥ 2798
一加 6T	2018.11.5	汇顶科技	¥ 3599
荣耀 Magic 2	2018.11.6	汇顶科技	¥ 3799
一加 6T 迈凯伦班	2018.12.17	汇顶科技	¥ 4599
vivo NEX 双屏版	2018.12.29	汇顶科技	¥ 4998

来源：中关村在线，公开信息整理，国金证券研究所

后置多摄

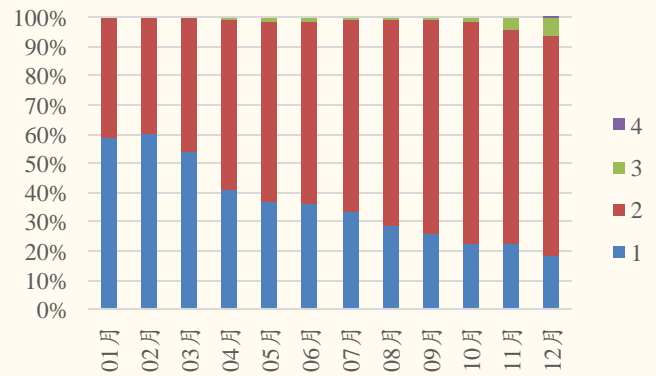
除了全面屏之外，各手机厂商在摄像头上也下足了功夫，后置多摄已经迅速得到普及。从存量和增量来看，多摄均为未来手机发展趋势。在新增设备中，已有超过 80% 的设备采用了后置多摄的方案，在存量设备中，后置多摄的设备比例也已接近 30%。

图表 26：存量设备后置摄像头数量分布



来源：国金证券研究创新中心，国金证券研究所，powered by 亚智

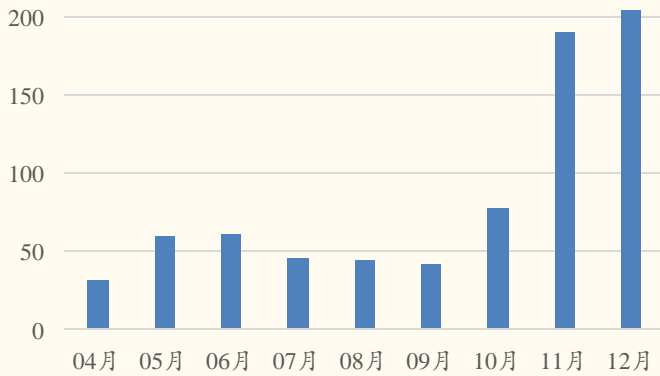
图表 27：新增设备后置摄像头数量分布



来源：国金证券研究创新中心，国金证券研究所，powered by 亚智

三摄手机 12 月新增设备数总计超过 200 万台，华为作为三摄的主要推动者，是目前三摄机型的主要供应厂商。OPPO、vivo 也推出了首款采用 TOF 摄像头的三摄手机 OPPO R17 Pro、vivo NEX 双屏版，12 月分别新增 17、3 万台。相比双摄，三摄在镜头模组的复杂程度，以及镜头分布方案难度上均高出一截，目前均为中高端机型所采用。

图表 28: 新增三摄手机情况 (万)



来源: 国金证券研究创新中心, 国金证券研究所, powered by 亚智

图表 29: 部分三摄手机 2018 年销量情况

机型	上市时间	价格	销量 (万)
华为 P20 Pro	2018.4.12	¥ 4488	397
华为 Mate 20	2018.10.26	¥ 3999	136
华为 Mate 20 Pro	2018.10.26	¥ 5399	105
华为 Mate 20 X	2018.10.26	¥ 4999	40
荣耀 Magic 2	2018.11.6	¥ 3799	33
OPPO R17 Pro	2018.11.1	¥ 3999	17
vivo NEX 双屏版	2018.12.29	¥ 4998	3

来源: 国金证券研究创新中心, 中关村在线, 国金证券研究所, powered by 亚智

风险提示

1) 手机创新不及预期; 2) 技术创新对行业格局产生影响; 3) 三摄、屏幕指纹识别需求不及预期。

公司投资评级的说明：

买入：预期未来 6—12 个月内上涨幅度在 15%以上；
增持：预期未来 6—12 个月内上涨幅度在 5%—15%；
中性：预期未来 6—12 个月内变动幅度在 -5%—5%；
减持：预期未来 6—12 个月内下跌幅度在 5%以上。

行业投资评级的说明：

买入：预期未来 3—6 个月内该行业上涨幅度超过大盘在 15%以上；
增持：预期未来 3—6 个月内该行业上涨幅度超过大盘在 5%—15%；
中性：预期未来 3—6 个月内该行业变动幅度相对大盘在 -5%—5%；
减持：预期未来 3—6 个月内该行业下跌幅度超过大盘在 5%以上。

特别声明:

国金证券股份有限公司经中国证券监督管理委员会批准，已具备证券投资咨询业务资格。

本报告版权归“国金证券股份有限公司”（以下简称“国金证券”）所有，未经事先书面授权，本报告的任何部分均不得以任何方式制作任何形式的拷贝，或再次分发给任何其他人，或以任何侵犯本公司版权的其他方式使用。经过书面授权的引用、刊发，需注明出处为“国金证券股份有限公司”，且不得对本报告进行任何有悖原意的删节和修改。

本报告的产生基于国金证券及其研究人员认为可信的公开资料或实地调研资料，但国金证券及其研究人员对这些信息的准确性和完整性不作任何保证，对由于该等问题产生的一切责任，国金证券不作出任何担保。且本报告中的资料、意见、预测均反映报告初次公开发布时的判断，在不作事先通知的情况下，可能会随时调整。

本报告中的信息、意见等均仅供参考，不作为或被视为出售及购买证券或其他投资标的邀请或要约。客户应当考虑到国金证券存在可能影响本报告客观性的利益冲突，而不应视本报告为作出投资决策的唯一因素。证券研究报告是用于服务具备专业知识的投资者和投资顾问的专业产品，使用时必须经专业人士进行解读。国金证券建议获取报告人员应考虑本报告的任何意见或建议是否符合其特定状况，以及（若有必要）咨询独立投资顾问。报告本身、报告中的信息或所表达意见也不构成投资、法律、会计或税务的最终操作建议，国金证券不就报告中的内容对最终操作建议做出任何担保，在任何时候均不构成对任何人的个人推荐。

在法律允许的情况下，国金证券的关联机构可能会持有报告中涉及的公司所发行的证券并进行交易，并可能为这些公司正在提供或争取提供多种金融服务。

本报告反映编写分析员的不同设想、见解及分析方法，故本报告所载观点可能与其他类似研究报告的观点及市场实际情况不一致，且收件人亦不会因为收到本报告而成为国金证券的客户。

根据《证券期货投资者适当性管理办法》，本报告仅供国金证券股份有限公司客户中风险评级高于 C3 级（含 C3 级）的投资者使用；非国金证券 C3 级以上（含 C3 级）的投资者擅自使用国金证券研究报告进行投资，遭受任何损失，国金证券不承担相关法律责任。

此报告仅限于中国大陆使用。

上海

电话：021-60753903

传真：021-61038200

邮箱：researchsh@gjzq.com.cn

邮编：201204

地址：上海浦东新区芳甸路 1088 号

紫竹国际大厦 7 楼

北京

电话：010-66216979

传真：010-66216793

邮箱：researchbj@gjzq.com.cn

邮编：100053

地址：中国北京西城区长椿街 3 号 4 层

深圳

电话：0755-83831378

传真：0755-83830558

邮箱：researchsz@gjzq.com.cn

邮编：518000

地址：中国深圳福田区深南大道 4001 号

时代金融中心 7GH