

# 年报逐渐披露，龙头效应凸显

## 家用电器行业

投资建议：中性

上次建议：中性

### 投资要点：

#### 投资机会推荐：

苏泊尔及九阳年报均已发布，家电龙头集聚效应凸显。苏泊尔九阳均交出双位数增长的业绩，其中苏泊尔收入178.5亿元，同比增长22.8%；九阳股份营收81.7亿元，同比增长12.7%。苏泊尔归母净利润达到16.7亿元，同比增长25.9%；九阳股份则为7.5亿元，同比增长9.5%。从2019年龙头企业新品来看，小家电产品出现了细分化以及产品对标人群分层的现象。龙头公司有望通过抢占细分市场以及精准对标消费人群继续在价量方面增长，建议继续长期关注家电龙头美的集团（000333.SZ）、奥佳华（002614.SZ）以及苏泊尔（002032.SZ）。

#### 行业重要新闻回顾：

激光电视迎来发展新机遇 多家彩电企业聚力图变；吸尘器行业挑战与机遇并存 迎发展黄金期；进境物品行邮税税率9日起下调 电器由25%降为20%等。

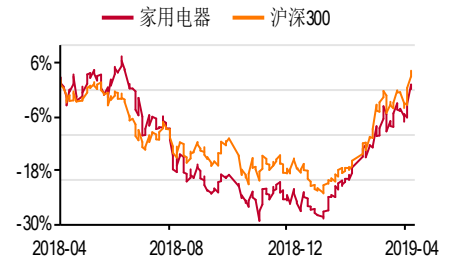
#### 行情跟踪：

中信家电指数在四月第一周继续上行，涨幅5.02%至12416.25，本月振幅达到4.20%。分行业来看，白电涨幅5.58%，黑电涨幅2.33%，小家电涨幅3.60%。

#### 风险提示

新冷年销售不及预期的风险、行业集中度提升不及预期的风险、三四线城市增长不及预期的风险。

### 一年内行业相对大盘走势



钱建 分析师

执业证书编号：S0590515040001

电话：0510-85613752

邮箱：qj@glsc.com.cn

邢瀚文 研究助理

电话：0510-82832787

邮箱：xinghw@glsc.com.cn

### 相关报告

- 1、《洗衣机行业龙头集聚延续》  
《家用电器》
- 2、《开局良好，1到2月空调销量同比继续增长》  
《家用电器》
- 3、《智慧生活，消费升级进行时》  
《家用电器》

## 一、核心观点：年报逐渐披露，龙头效应凸显

苏泊尔及九阳年报均已发布，家电龙头集聚效应凸显。苏泊尔九阳均交出双位数增长的业绩，其中苏泊尔收入 178.5 亿元，同比增长 22.8%；九阳股份营收 81.7 亿元，同比增长 12.7%。苏泊尔归母净利润达到 16.7 亿元，同比增长 25.9%；九阳股份则为 7.5 亿元，同比增长 9.5%。从 2019 年龙头企业新品来看，小家电产品出现了细分化以及产品对标人群分层的现象。龙头公司有望通过抢占细分市场以及精准对标消费人群继续在价量方面增长，**建议继续长期关注家电龙头美的集团(000333.SZ)、奥佳华(002614.SZ)以及苏泊尔(002032.SZ)。**

**1) 美的集团：**随着我国消费升级持续深入，消费者对于家用电器的选择将持续提高。美的集团在其优秀的管理团队带领下通过内生与外延协同发展，已将自身产品线覆盖至全行业，因此我们推荐美的集团亦是基于长期对于家电行业的看好。

当然，公司也不局限于将自己定义为家电企业。公司通过将自身基础要素整合重塑，目前已形成可提供全方位智能制造服务的美云智数以及物流服务商安得智联等高新技术企业。并依托自身物流能力将触角延伸至零售领域，参投了小卖柜等项目。目前美云智数已经与美的集团、长安汽车、永辉超市、天合光能等公司形成合作伙伴关系，我们长期看好公司在家电领域的发展以及向外延伸的成长性，建议长期关注。

**2) 奥佳华：**前三季度公司营收 37.78 亿元，同比增长 30.80%；归母净利润 3.09 亿元，同比增长 47.04%。分季度来看，Q3 公司营收 15.70 亿元，同比增长 29.67%；归母净利润 1.65 亿元，同比增长 39.97%。由于公司小按摩器具出口主要在下半年，因此公司营收会出现季节性变化，同时 Q3、Q4 营收增速往年也会较上半年放缓。但今年由于按摩椅业务高速发展，营收增速环比提升 18.98%。从费用端来看，公司 2018 年 Q3 总费用 28.92% 同比降低 2.11pct。拆分来看，销售费用率同比降低 0.66pct 至 18.52%，管理费用率由于研发投入提升，同比增加 0.76pct 至 10.80%，财务费用率由于汇兑损益大幅降低 2.21pct 至 -0.40%。公司 Q3 毛利率较去年同期提升 0.9pct 至 35.56%，我们认为毛利率的提升或反映出公司在按摩椅业务上营收进一步的扩大。同时，受益于费用率减少以及毛利率提升，公司单季净利率同比提升 0.73pct 至 10.60%。我们预计公司 2018-2020 年 EPS 分别为 0.87、1.12、1.40 元，维持推荐评级。

**3) 苏泊尔：**公司营收 178.51 亿元，同比增长 22.75%；利润总额 19.82 亿元，同比增长 24.74%。由于电器产品毛利率提升，公司整体毛利率提升 1.30pct 至 30.86%。本期由于股权激励费用增多，公司管理费用率+研发费用率较去年同期提升 1.26pct 至 4.19%，整体费用率提升至 19.92%。受益于 SEB 订单转移以及公司新品类的不断推出，公司主营业务炊具、电器均保持稳健增长，其中炊具增长 17.41%，电器增长 25.86%。未来随着公司 WMF、KRUPS、LAGOSTINA 等高端品牌业务完成，公司将形成多品类多品牌的产品矩阵持续助力公司稳健增长。随着公司多元化战略的推进，我们认为公司 2019-2021 年 EPS 分别为 2.43、2.89 以及 3.50 元/股，维持“推荐”评级。

**图表 1：本周家电组合**

代码	名称	P/E	月涨幅	年涨幅
000333	美的集团	15.9	10.10%	45.55%
002032	苏泊尔	36.9	-3.33%	38.15%
002614	奥佳华	26.2	4.57%	37.74%

来源：Wind，国联证券研究所

## 二、行业重要新闻回顾

### 1. 2018 年我国家用电器出口同比增长 9.6%

来自相关部门的数据表明，2018 年我国家用电器产品（含零件）出口 751.2 亿美元，同比增长 9.6%，不但数额喜人，同时也保持了稳定的增长速度。

对于我国家电产品出口量的积极增长，来自业界专家的分析认为，主要来自于以下三个因素：

第一、经济环境向好。尽管经济大环境承压，但一些海外地区，尤其是欧美国家的经济仍持续增长，带动了这些地区对家电进口需求。欧美市场是我国家电的重点出口地区，占我家电产品出口市场份额合计达 45%，因此这些地区市场的活跃对我国家电出口的提升产生了较大影响。在 2018 年上半年，我国对欧美家电出口的持续回暖拉动了整个家电出口规模保持增长，并将积极的成长势头延续到了下半年。

第二、汇率市场变动。由于国际经济环境错综复杂，彼此交错，各国之间的贸易都会对汇率产生一些影响，特别是中美之间的贸易摩擦，为汇率市场带来了较大变动，甚至出现汇率贬值。不过可以看到的是，汇率的贬值也为一些外贸企业缓解了一部分风险和压力，为家电产品的出口带来一股不小的推动力。

第三、贸易策略调整。在中美之间产生经贸摩擦的背景下，企业为应对可能产生的风险，往往会对贸易策略进行一番调整，比如为避免贸易摩擦带来的影响，而提前对美国市场进行出货，这无形之中提高了出口数量，也拉高了出口增长率。

第四、新型市场开拓。在“一带一路”号召下，许多家电企业也都积极地开拓新型市场，业务范围更加广泛，市场也被进一步打开，比如近些年来积极开发的东盟低区市场，就焕发出勃勃生机，也为家电企业贡献出新的出口市场，对整体出口数据也形成了强力支持。

### 2. 激光电视迎来发展新机遇 多家彩电企业聚力图变

根据中怡康数据，2017 年激光电视零售量同比增长 162%，2018 年零售量同比增长 483%。国家大力推进超高清视频产业，也成为激光电视发展的利好。工信部电

子信息司消费电子处处长曲晓杰介绍，未来随着 4K 和 8K 的普及，人们对于大屏的需求将会更旺盛。

“4K 终端和频道在逐步丰富，未来 8K 也将逐步走进我们的生活，4K、8K 在低于 55 寸的屏幕下无法发挥它的优势，因此未来电视也会向大尺寸上发展。但传统的液晶面板在大尺寸方面有它的局限，比如超过 110 寸的电视可能都无法进入家庭内，这也是激光电视的一个优势。”曲晓杰说。

从五年前海信推出世界首台 100 英寸激光电视以来，包括长虹、TCL、康佳等多家厂商进入激光电视领域。除了在屏幕尺寸上的优势，激光电视产业分会会长、海信激光显示公司总经理高玉岭介绍，激光电视还具有色域范围广、寿命长、效率高、功耗低、节能环保等优势。

更重要的是，激光电视让国内显示行业绕开了日韩企业的“液晶面板霸权”。从上游的光机研发到下游的整机制造，中国拥有了激光显示全产业链技术，这也是中国在显示领域掌握核心技术的产业。“只有将激光电视的核心技术掌握在自己手里，才能在全球竞争中实现超越。”中国电子视像行业协会副会长冯晓曦说，国家“十三五”规划也将激光等新型显示技术作为重点发展领域。

对于激光电视产业分会下一步的工作，激光电视产业分会秘书长乔明胜介绍，第一，今年将重点发布 70 寸激光电视产品，实现激光电视向中尺寸产品线的拓展；第二，积极开展 LCOS 显示芯片应用研究，在目前已完成 4K 分辨率单芯片方案原型机开发的基础上，启动 8K 分辨率显示方案研究；第三，提升国产抗光屏幕性能和生产良率，推动高增益可卷曲抗光屏幕开发。

### 3. 吸尘器行业挑战与机遇并存 迎发展黄金期

有人形容吸尘器市场是一座被人“忽视”的待采金矿。

不同的社会经济发展阶段，总会在消费生活中形成不同的家庭“标配”物件。在消费升级的大潮下，吸尘器在中国市场正在经历从可选消费品向必需品转变的过渡阶段。据奥维云网(AVC)全渠道推总数据显示，2018 年吸尘器整体市场零售额规模达 194 亿元，同比增长 32.1%，零售量规模 2281 万台，同比增长 13.8%。预计 2019 年吸尘器市场销售规模将达到 244 亿元，同比增幅 25.8%。面对如此广阔的市场蓝海，吸尘器行业在风口下又该如何前行？

据了解，全球吸尘器销量中欧美区域占比高达 63%，而亚太地区仅占 7%。如美国、日本等国家吸尘器普及率已接近饱和，且年销量维持在高位，市场已达到必需品的成熟期阶段。而我国普及率目前仅为 11%，市场规模远未打开，如按必需品的普及率(>90%)预估，吸尘器的潜在内销存量空间超过四亿台。赤裸裸的数据表明，未来中国吸尘器市场还有巨大的发展空间，预计 2020 年将达到 19%。

北京奥维云网大数据科技股份有限公司董事长文建平在一次演讲中指出，如果把家电品类产业成熟度及所处发展阶段分为导入期、成长期、稳定期、振荡期 4 个阶



段，吸尘器目前还处于导入期向成长期过渡阶段，“中国吸尘器有极为巨大的市场空白等待填补。”

目前市场上主流的产品有卧式吸尘器、立式吸尘器、无线手持吸尘器、桶式吸尘器以及扫地机器人等。其中，市场增速最快的莫过于无线手持吸尘器。数据显示，短短几年，无线吸尘器的零售额占比在 2018 年上半年已经攀升至 69.14%，量额的同比增幅也都大大高于有线吸尘器。上述井喷式发展并非一蹴而就，离不开品牌企业长期不遗余力地推动该品类的研发、普及和市场教育。近期，Shark 鲨客、科沃斯、莱克、戴森、小米先后推出手持无线吸尘器新品，这些都为手持品类的发展创造了良好的契机。当然，如何抓住这一风口，把手持品类做大做强，对有志涉足其间的企业来说，是机遇亦是挑战。

#### 4. 进境物品行邮税税率 9 日起下调 电器由 25%降为 20%

从 4 月 9 日起，调降对个人携带进境的行李和邮递物品征收的行邮税税率，其中对食品、药品等商品，税率由 15%降至 13%;纺织品、电器等由 25%降为 20%。

为落实《政府工作报告》部署，会议决定，从 7 月 1 日起，减免不动产登记费，扩大减缴专利申请费、年费等的范围，降低因私普通护照等出入境证照、部分商标注册及电力、车联网等占用无线电频率收费标准，并要求必须有明显降费，比如车库、车位等不动产所有权登记收费标准由每件 550 元降为 80 元，商标续展注册费收费标准由 1000 元降为 500 元;将国家重大水利工程建设基金和民航发展基金征收标准降低一半;至 2024 年底对中央所属企事业单位减半征收文化事业建设费，并授权各省(区、市)在 50%幅度内对地方企事业单位和个人减征此项收费。同时，对产教融合试点企业兴办职业教育符合条件的投资，落实按投资额 30%抵免当年应缴教育费附加和地方教育附加的政策。

会议还确定了降低移动网络流量和中小企业宽带资费全年约 1800 亿元、降低一般工商业平均电价、下浮铁路货物执行运价、减并港口收费、取消公民身份信息认证收费等措施。

上述措施是继降低社保费率后，进一步对行政事业性收费等采取的降费举措，实施后全年将为企业和群众减负 3000 亿元以上。

#### 5. 家电服务全面市场化并非“万能钥匙”

市场化并不是一把“万能钥匙”，解决不了所有行业、所有企业在发展过程中的问题与沉珂。特别是对于今年 315 期间，央视再次曝光的家电维修服务行业层出不穷的“小病大修、无病乱修”等乱象，绝对不是通过维修服务的市场化收费和家电服务商的社会化开放，就能彻底根治的。

乱修乱收费，这是一个沉淀 30 多年的家电维修行业乱象乱局。从出现的第一天开始，就没有家电企业和家电零售商们，去想办法真正解决。都在等待并希望通过时

间的沉淀，用户的理性化，市场的成熟来化解。但是，所有家电人都忽视了一点：家电维修等上门服务，表面上看是具有商业化和市场化的商品属性，实际上在家电业却是一个介于商品和赠品之间的新物种，是家电厂商刺激市场和消费的“润滑剂”和“备用钥匙”。

最近几年来，面对家电维修服务行业屡屡出现的各类问题，一些家电厂家以及服务平台商们，呼吁相关国家部委考虑取消家电的“三包规定”，通过打破家电维修“三包”法规根治保内机与保外机两种不同收费标准，根治不同家电维修人员依靠“不正当”手段谋利的问题。不过，家电圈注意到，今年央视 315 曝光的家电维修乱象，既有“保内机”也有“保外机”，但服务人员仍然通过“无病乱修、小病大修、一病多修”等手段，想尽一切办法不当得利。

在家电圈看来，解决当前家电维修乱象的问题，可以说是“千头万绪”，需要系统性的工程来推动解决。但是，最终却是必须要找一个重要的破冰突破口和方向。那就得因地制宜，根据中国家电产业的发展现状，消费习惯，以及产业迭代，找到一条既不打破“三包服务规定”现状，又能满足市场和用户需求的出路。探索就是家电维修服务的分级与分层制度，不同的服务产品获得不同的服务回报和体验。。

长期以来，无论是家电企业，还是家电零售商，即便是家电维修商自身，都忽视了两个问题：

一是，家电维修服务也可以分级、分层，也可以在收费之后探索更多的收费项目，但关键要是服务价格与价值相匹配；不能收钱还提供与不收钱一样的服务回报，还要欺骗、忽悠用户。因此必须要对家电维修进行“分门别类”，从而满足不同用户的个性化需求。这正是过去几年家电产品创新的方向，服务也应该与时俱进；

二是，忽视了家电维修服务的主体服务人员社会定位。过去，很多用户对于家电维修服务人员的印象，就是很土的农民工，承担的不只是安装维修工作，还是免费的搬运工。当前家电维修人员群体呈现出“满足用户需求的高端服务人才匮乏、欺骗低端用户的人员臃肿”两极分化局面。只有通过和服务人员重新定义，不是农民工是技术工程师，更是大国工匠。

让家电维修回归本质，那就是一方面要满足用户的需求，另一方面则要提升服务人员的社会地位和待遇，同时还要将用户的服务需求，与服务商的服务能力打通，建立起“按需定制”、“以需求倒逼产业转型”的新生态。

## 6. 新一轮家电下乡即将来临 农村将迎来替换高峰

2019 年初，发改委、工信部、民政部等等有关部门共同提出《进一步优化供给推动消费平稳增长促进形成强大国内市场的实施方案(2019 年)》，进一步强大国内市场，并提出，有条件的地方可对以绿色、智能家电销售和家电以旧换新给予适当补贴，补足城镇消费供给短板，促进农村消费提质升级，拉动城乡消费联动发展等。

据悉，上一次家电下乡要追溯到 2008 年，彼时的美国次贷危机引发了全球金融海啸，世界经济受到了巨大冲击，此后很长的一段时间里都处于低迷状态。国际经济疲软，我国从内部市场出发，提出家电下乡等优惠政策，促进家电内需市场。

目前农村市场的电视产品购买时间集中在家电下乡期间也就是 2009-2012 年，到 2019 年，这批产品的使用年限将达 7-10 年，进入换购期。而且与现在的彩电功能差异巨大，相比现在的电视没有体验而言，家电下乡迫在眉睫。据测算，家电下乡期间彩电销售规模为 7490 万台，需求潜力巨大。

十年一个周期，2018 年，全球经济环境低迷。新一轮的家电下乡活动将在 2019 年开启，这对目前低迷的国内家电市场来说恰逢其时。家电下乡活动让农村家电市场的潜在需求变为现实需求、提高了农村居民的生活水平、消化了过剩产能，降低我国对外贸易的依存度，一举多得。

### 7. 热水器市场：春节因素致 2 月份销售大幅减速

2019 年的热水器市场，在经历了 1 月份的利好开局之后，2 月份就急转直下，受春节假期的影响，遭遇了断崖式的下滑。数据显示，2019 年 2 月份，热水器市场的整体零售量和零售额分别环比下滑了 54.54% 和 58.15%，其中，不论是一二级市场还是三四级市场，都是一片重创下跌的颓势。

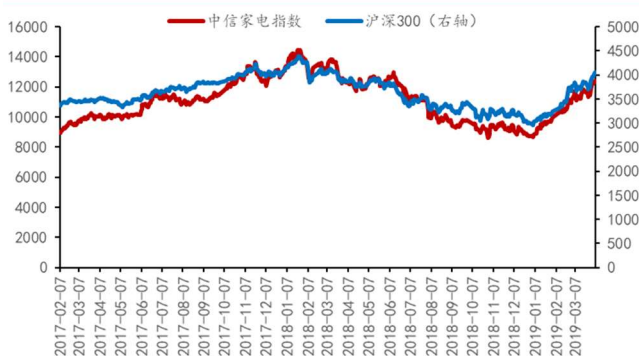
尽管春节假期的季节性因素，是最大的主因。但相较于去年同期，热水器市场的整体走势同样不容乐观，零售量和零售额分别同比下滑了 21.60% 和 25.69%。这说明，2019 年的热水器市场依然没有走出下行阴影，楼市调控、需求疲软等利空因素犹在。

尽管终端需求低迷，却逆转不了消费升级的大势所趋。当月，60 升大容量的储水式电热水器、13 升及 13 升以上的大出水量燃气热水器的市场份额均在稳步提升之中。

## 三、行情跟踪

### 3.1 行情判断

中信家电指数在四月第一周继续上行，涨幅 5.02% 至 12416.25，本月振幅达到 4.20%。分行业来看，白电涨幅 5.58%，黑电涨幅 2.33%，小家电涨幅 3.60%。

**图表 2：家电指数与沪深 300 对比**


来源：Wind，国联证券研究所

**图表 3：家电指数与上证 50 对比**


来源：Wind，国联证券研究所

**图表 4：本周家电行业涨跌幅**

涨幅前十名			跌幅前十名		
代码	简称	涨幅 (%)	代码	简称	涨幅 (%)
002790.SZ	瑞尔特	17.05%	002032.SZ	苏泊尔	-3.33%
300342.SZ	天银机电	15.35%	603303.SH	得邦照明	-2.87%
002035.SZ	华帝股份	13.97%	603685.SH	晨丰科技	-1.60%
000921.SZ	海信家电	13.30%	002668.SZ	奥马电器	-0.44%
002615.SZ	哈尔斯	13.12%	603515.SH	欧普照明	-0.16%
600619.SH	海立股份	12.98%	300279.SZ	和晶科技	-0.15%
000418.SZ	小天鹅 A	11.51%	603579.SH	荣泰健康	-0.07%
000801.SZ	四川九洲	11.31%			
000333.SZ	美的集团	10.10%			
600870.SH	*ST 厦华	9.64%			

来源：Wind，国联证券研究所

### 3.2 本周覆盖股票涨跌幅



**图表 5：本周覆盖股票涨跌幅**

代码	名称	P/E	月涨幅	年涨幅
002677	浙江美大	25.9	6.61%	52.06%
002508	老板电器	21.5	4.04%	65.92%
603868	飞科电器	22.8	2.90%	18.96%
000651	格力电器	10.1	0.00%	34.07%
603355	莱克电气	24.6	3.26%	26.56%
002242	九阳股份	23.5	8.67%	56.59%
000333	美的集团	15.9	10.10%	45.55%
002032	苏泊尔	36.9	-3.33%	38.15%
002615	哈尔斯	24.3	13.12%	46.38%
002543	万和电气	16.7	4.51%	20.78%
000418	小天鹅 A	21.1	11.51%	46.77%
002035	华帝股份	17.9	13.97%	80.68%
002614	奥佳华	26.2	4.57%	37.74%
600690	青岛海尔	14.8	6.60%	31.70%
000921	海信家电	13.3	13.30%	115.70%

来源：Wind，国联证券研究所

#### 四、风险提示

- 1) 新冷年销售不及预期的风险；
- 2) 行业集中度提升不及预期的风险；
- 3) 三四线城市增长不及预期的风险。

### 分析师声明

本报告署名分析师在此声明：我们具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格或相当的专业胜任能力，本报告所表述的所有观点均准确地反映了我们对标的证券和发行人的个人看法。我们所得报酬的任何部分不曾与，不与，也将不会与本报告中的具体投资建议或观点有直接或间接联系。

### 投资评级说明

股票 投资评级	强烈推荐	股票价格在未来 6 个月内超越大盘 20%以上
	推荐	股票价格在未来 6 个月内超越大盘 10%以上
	谨慎推荐	股票价格在未来 6 个月内超越大盘 5%以上
	观望	股票价格在未来 6 个月内相对大盘变动幅度为-10%~10%
	卖出	股票价格在未来 6 个月内相对大盘下跌 10%以上
行业 投资评级	优异	行业指数在未来 6 个月内强于大盘
	中性	行业指数在未来 6 个月内与大盘持平
	落后	行业指数在未来 6 个月内弱于大盘

### 一般声明

除非另有规定，本报告中的所有材料版权均属国联证券股份有限公司（已获中国证监会许可的证券投资咨询业务资格）及其附属机构（以下统称“国联证券”）。未经国联证券事先书面授权，不得以任何方式修改、发送或者复制本报告及其所包含的材料、内容。所有本报告中使用的商标、服务标识及标记均为国联证券的商标、服务标识及标记。

本报告是机密的，仅供我们的客户使用，国联证券不因收件人收到本报告而视其为国联证券的客户。本报告中的信息均来源于我们认为可靠的已公开资料，但国联证券对这些信息的准确性及完整性不作任何保证。本报告中的信息、意见等均仅供客户参考，不构成所述证券买卖的出价或征价邀请或要约。该等信息、意见并未考虑到获取本报告人员的具体投资目的、财务状况以及特定需求，在任何时候均不构成对任何人的个人推荐。客户应当对本报告中的信息和意见进行独立评估，并应同时考量各自的投资目的、财务状况和特定需求，必要时就法律、商业、财务、税收等方面咨询专家的意见。对依据或者使用本报告所造成的一切后果，国联证券及/或其关联人员均不承担任何法律责任。

本报告所载的意见、评估及预测仅为本报告出具日的观点和判断。该等意见、评估及预测无需通知即可随时更改。过往的表现亦不应作为日后表现的预示和担保。在不同时期，国联证券可能会发出与本报告所载意见、评估及预测不一致的研究报告。

国联证券的销售人员、交易人员以及其他专业人士可能会依据不同假设和标准、采用不同的分析方法而口头或书面发表与本报告意见及建议不一致的市场评论和/或交易观点。国联证券没有将此意见及建议向报告所有接收者进行更新的义务。国联证券的资产管理部、自营部门以及其他投资业务部门可能独立做出与本报告中的意见或建议不一致的投资决策。

### 特别声明

在法律许可的情况下，国联证券可能会持有本报告中提及公司所发行的证券并进行交易，也可能为这些公司提供或争取提供投资银行、财务顾问和金融产品等各种金融服务。因此，投资者应当考虑到国联证券及/或其相关人员可能存在影响本报告观点客观性的潜在利益冲突，投资者请勿将本报告视为投资或其他决定的唯一参考依据。

#### 无锡

国联证券股份有限公司研究所  
 江苏省无锡市太湖新城金融一街 8 号国联金融大厦 9 层  
 电话：0510-82833337  
 传真：0510-82833217

#### 上海

国联证券股份有限公司研究所  
 上海市浦东新区源深路 1088 号葛洲坝大厦 22F  
 电话：021-38991500  
 传真：021-38571373

### 分公司机构销售联系方式

地区	姓名	固定电话
北京	管峰	010-68790949-8007
上海	刘莉	021-38991500-831
深圳	薛靖韬	0755-82560810