

**Q3 单季营收与净利持续加速增长，并表浙江上佰带来增量，看好公司传统旺季四季度的表现**  
**核心观点：**

## 1. 事件摘要

2020 年前三季度公司实现营业总收入 8.25 亿元，同比增加 4.38%；实现归属净利润 1.64 亿元，同比增长 70.33%；归属扣非净利润 1.52 亿元，同比增加 58.38%；经营性现金流量净额为 2.64 亿元，较去年同期增加 173.02%。

## 2. 我们的分析与判断

**(一) 单季营收及净利均呈现出逐季改善趋势，三季度并表浙江上佰为公司带来全新增长点**

2020 前三季度公司实现营业总收入 8.25 亿元，较去年同期增加 0.35 亿元，同比增加 4.38%。从季度的角度来看，2020 年 Q1/Q2/Q3 公司分别实现营业收入 2.14/3.44/2.67 亿元，分别较上年同期变动 -0.18/+0.17/+0.36 亿元，逐季经营改善效果明显。公司的营收表现季节性明显，一三季度属于公司的营收淡季，销售额份额占比相对偏低，2016-2019 年四年间的均值水平在 15-17% 之间；二季度由于存在 618 电商大促等节点，营收占比相对偏高，均值水平可达约 21-22%；四季度的营收贡献占比占据绝对优势，四季度因为覆盖双十一、双十二等线上大型促销活动，营收占比的均值水平高达 45-47%。虽然报告期内三季度环比二季度销售额有所下降，但与同处于淡季的一季度及去年同期相比，仍有提升和改善，这也体现出公司不断扩品类、扩客户对业务的提振效果。此外，公司于 5 月 29 日公告完成收购浙江上佰 51% 股权的工商变更，浙江上佰成为公司控股子公司，即三季度开始需被纳入公司合并报表范围内，2019 年浙江上佰经审计的营收规模为 1.79 亿元，净利润为 0.39 亿元，新进子公司也将为公司营收规模带来直接增量。

从公司业绩角度出发，2020 前三季度公司实现归母净利润 1.64 亿元，较上年同期增长 0.68 亿元，对应 YOY70.33%；其中 Q3 单季实现归母净利润 0.55 亿元，较上年同期增长 0.29 亿元，对应 YOY107.93%。前三季度实现归母扣非净利润 1.52 亿元，较上年同期增长 0.56 亿元，对应 YOY58.38%；其中 Q3 单季实现归母扣非净利润 0.47 亿元，较上年同期增长 0.20 亿元，对应 YOY76.96%。2020 前三季度公司共录得非经常性损益 1206.71 万元，较上年同期增加 1170.79 万元；其中包含政府补助 1727.43 万元，较上年同期增长

**壹网壹创(300792.SZ)**

**推荐 维持评级**

**分析师**

**李昂**

✉ : ( 8610 ) 83574538

✉ : liang\_zb@chinastock.com.cn

分析师登记编码 : S0130517040001

**甄唯萱**

✉ : zhenweixuan\_vj@chinastock.com.cn

分析师登记编码 : S0130520050002

**特此鸣谢 :**

**章鹏**

**行业数据时间**

**2020.10.28**



资料来源: Wind, 中国银河证券研究院整理

**相关研究**

**【中国银河研究院\_李昂团队】公司 2020 半年报点评\_零售行业\_壹网壹创(300792.SZ)\_上半年业绩增长符合预期，盈利能力同比大幅提升，期待四季度规模放量\_20200828**

**【中国银河研究院\_李昂团队】公司 2019 年年报暨 2020 一季报点评\_零售行业\_壹网壹创(300792.SZ)\_扩品牌、扩品类、扩平台打开营收规模增长空间，予以推荐评级\_20200426**

1695.90 万元。公司利润增长率高于营业收入增长率，与公司处于高速发展阶段，并在扩大销售的同时不断提升经营效率密切相关。分季度来看，2020Q1/Q2/Q3 公司分别实现归母净利 0.47/0.61/0.55 亿元，较上年同期分别增加 0.15/0.24/0.28 亿元，由此可以看出公司的盈利与营收呈现出相似的逐季加速提升趋势。

## (二) 2020 前三季度综合毛利率提升 3.95pct，费用率下降 6.16pct

公司 2020 前三季度综合毛利率为 43.90%，相较去年同期提升 3.95 个百分点。根据我们前期的分析，公司主营业务中毛利率水平偏高、营收份额走高的品牌线上管理服务出现毛利率的进一步提升，故公司的总体毛利率水平出现结构性优化。此外，公司 8 月公告，自 10 月 1 日开始公司的核心客户之一百雀羚与公司的合作方式也从原有的品牌线上营销服务转变为品牌线上管理服务，由此可能会带来整体毛利结构的进一步变化。

公司 2020 前三季度销售净利率达到 21.26%，较去年同期提升 9.08 个百分点；2020 前三季度公司的期间综合费用率为 16.95%，较上年同期下降 6.16 个百分点。具体来看，2020 前三季度公司销售/管理（含研发）/财务费用率分别为 13.37%/5.88%/-2.30%，分别对应上年同期变化 -5.77/+1.83/-2.21 个百分点。其中，原收入准则下产品控制权转移前发生的运费计入销售费用，新收入准则要求作为合同履约成本的一部分随收入的确认结转为营业成本，故本期仓配费用较上年同期下降较多，同时推广费用、职工薪酬、仓库租金等项目均出现了不同幅度的规模缩减，综上各因素导致销售费用同比上年同期减少 4098.58 万元至 1.10 亿元。财务费用同比上年减少 1825.88 万元至-1894.91 万元，原因是报告期内利息收入大幅提升至 1910.40 万元。

## (三) 计划向特定目标发行股票募集资金 11 亿元，致力于打造自有品牌和内容

### 电商

公司公告拟募集资金 11.00 亿元，用于在杭州市钱塘新区打造运营中心，孵化公司在食品、保健品等领域的快消品类的自有品牌，并开展线上店铺直播、视频平台代运营和 IP 号打造等内容电商项目。自有品牌建设是公司为应对电子商务服务业日益激烈的竞争环境，依托于电子商务服务行业丰富的行业经验，以及在网络零售方面积累的专业运作、数据分析及精准营销策划能力，孵化公司在食品、保健品等领域的快消品自有品牌，扩大公司营业收入，形成新的利润增长点。内容电商项目指公司购置先进的视频制作及网络直播设备，招募优秀的视频制作和直播电商领域人才，利用公司在电子商务服务行业多年的经验积累，为合作品牌方提供线上店铺直播、视频平台代运营、IP 号打造等内容电商服务，增加优势壁垒，增强与品牌方合作粘性。

## (四) 激励骨干员工、拓展品类布局，力图实现战略目标

公司提出了以精细化运营为驱动力，创新服务板块、提升综合竞争力，打造“全球品牌在中国电子商务渠道最专业的运营服务商”的战略目标。为实现战略目标，公司在经营机制和人才培养等方面进行了革新，建立和完善公司及控股子公司核心管理级员工及核心骨干的激励约束机制，有效地将股东利益、公司利益和核心团队个人利益结合在一起，形成“着眼未来、利益共享、风险共担”的利益共同体，提升公司竞争力。2020 年上半年，公司已完成第一期限制性股票激励计划的授予。公司为培养人才，向内深入挖掘现有员工的潜力，加强内部人才的发现、培养、使用和管理机制；向外与多所学校展开合作，定向定岗提前培训新进大学生人才势力，集聚人才。公司秉承“创新、团队合作、敬业、诚信正直、拥抱变化、激情奋斗”的核心价值观，以企业文

化感染全体员工干事创业的激情，为企业的良性发展提供动力。此外，公司还在保持老客户持续高增长的同时，新增快消品品牌客户，拓展品类布局；收购股权，扩展家电品类和多平台合作版图。此次收购浙江上佰电子商务有限公司 51%的股权后，公司的平台合作方涵盖了中国的头部电商平台：天猫、京东、拼多多、小红书、唯品会、苏宁易购等。

### 3. 投资建议

我们认为公司主营的美妆类品牌代运营尚处于行业红利期，新增的其他快消品、家电类产品行业内也存在结构性的发展机遇；一方面电商行业规模稳步扩张，随着互联网的进一步普及和电子信息化在国民生活中的逐渐渗透，消费者网上购物的消费习惯逐步形成，我国网络购物用户数不断增加，社消中线上比重逐步提升，另一方面美妆类、家电类产品在消费中的普及度提升，且线上电商逐步成为其销售的主要途径，电商渠道快速的营销推广能力和广泛的消费者触达能力均是营销的重要环节。公司在传统业务拥有较为稳定的发展基础之上，通过扩品牌、扩品类、扩平台的方式进一步打开规模的增长空间，分散自身经营中的风险。考虑到年初的疫情对公司 Q4 旺季的消极影响有限，同时公司自身业务结构发生调整，我们更新预测公司 2020/2021/2022 实现营收 15.16/18.04/23.36 亿元，归母净利润 3.18/4.13/5.91 亿元，对应 PS15.72/13.21/10.20 倍，对应 EPS 为 2.20/2.86/4.10 元/股，对应 PE75/58/40 倍，维持“推荐评级”。

### 4. 风险提示

品牌商切入实施自运营带来竞争的风险；人才流失的风险。

**附:**

## 1. 盈利预测和估值对比

**表 1: 盈利预测**

单位: 百万元	2018	2019	2020E	2021E	2022E
营业收入	1,012.80	1,450.82	1,515.89	1,804.03	2,335.66
增长率	43.78%	43.25%	4.48%	19.01%	29.47%
归属母公司股东净利润	162.62	219.05	317.64	412.92	590.90
增长率	17.99%	34.71%	45.00%	30.00%	43.10%
EPS (元/股)	2.71	3.37	2.202	2.863	4.096
销售毛利率	42.59%	43.04%	43.99%	45.97%	47.17%
净资产收益率(ROE)	40.65%	17.14%	21.17%	23.08%	26.82%
市盈率(P/E)	-	77	75	58	40
市净率(P/B)	-	11.06	15.89	13.32	10.82
市销率(P/S)	-	11.06	15.72	13.21	10.20

资料来源：公司财务报表，中国银河证券研究院整理及预测（股价为2020年10月28日收盘价）

**表 2: 可比公司最新估值情况**

境内可比公司			
	若羽臣	丽人丽妆	均值
PE	38	69	33
PB	3.46	6.63	3.50
PS	3.31	2.28	2.62
境外可比公司			
	宝尊电商	均值	中位数
PE	69	69	69
PB	6.63	6.63	6.63
PS	2.28	2.28	2.28

资料来源：Wind，中国银河证券研究院整理

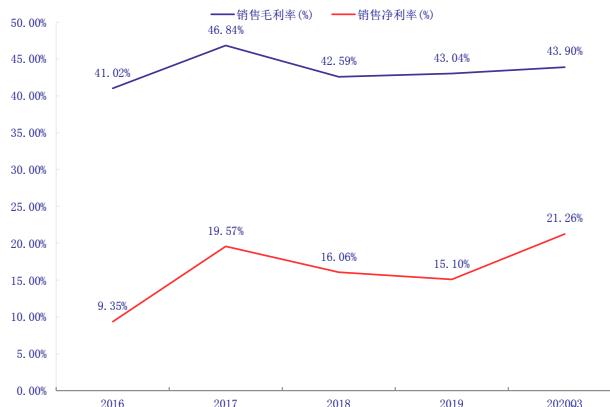
## 2. 公司整体经营运行状况跟踪

**图 1: 2016-2020Q3 营业收入(亿元)及同比增长率**

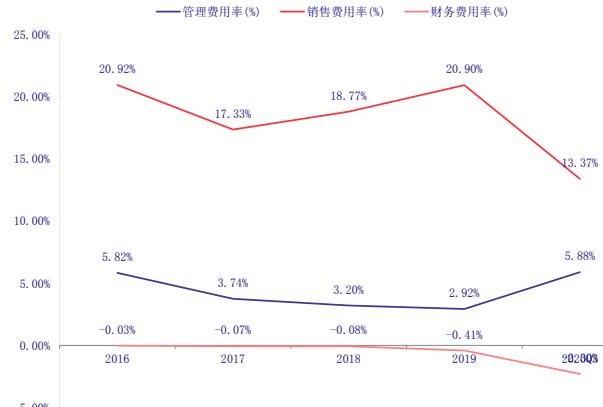

资料来源：公司公告，招股说明书，中国银河证券研究院整理

**图 2: 2016-2020Q3 归母净利润(亿元)及同比增长率**


资料来源：公司公告，招股说明书，中国银河证券研究院整理

**图 3: 2016-2020Q3 毛利率和净利率变动情况**


资料来源：公司公告，招股说明书，中国银河证券研究院整理

**图 4: 2016-2020Q3 期间费用率变动情况**


资料来源：公司公告，招股说明书，中国银河证券研究院整理

**图 5: 2016-2020Q3ROE 及 ROIC 变动情况**


资料来源：Wind，中国银河证券研究院整理

### 3.重大事项进展跟踪

**表 3: 壹网壹创 2020Q3 至今重大事项进展**

事件类型	内容
关于使用暂时闲置募集 资金进行现金管理的进 展公告	5月29日公司与杭州银行股份有限公司营业部签署《杭州银行股份有限公司“添利宝”结构性存款协议》，使用暂时闲置募集资金人民币12,300万元购买现金管理产品。
子公司签订建设工程施 工合同	公司子公司网创大家股东于2019年9月9日作出了《杭州网创大家科技有限公司股东决定》，决定网创大家投资不超过3亿元实施“杭州网创科技工业厂房工程”施工项目，同时授权网创大家执行董事及高级管理人员全权负责建设工程施工合同的招标、洽谈、签署、履行等事宜。根据上述授权，网创大家与浙江宝业于2020年3月20日在杭州钱塘新区签订了《建设工程施工合同》，暂定合同金额为人民币2.74亿元，合同工期为660日历天。
关于收购浙江上佰电子 商务有限公司 51%股权 的公告	2020年5月26日与宁波好贝签订了《股权转让协议》公司将以支付现金的方式收购宁波好贝持有的浙江上佰电子商务有限公司51%的股权，本次交易金额为人民币36,237.22万元。本次交易完成后，壹网壹创持有目标公司51%的股权，浙江上佰成为公司控股子公司，将纳入公司合并报表范围内。
关于日常经营事项的提 交	8月18日杭州壹网壹创科技股份有限公司的全资子公司杭州网创电子商务有限公司与上海百雀

请务必阅读正文最后的中国银河证券股份公司免责声明。

## 示性公告

羚化妆品有限公司经友好商定，重新签订百雀羚旗舰店《2021 年代运营服务框架协议》。合作模式将从原来的品牌线上营销服务调整为品牌线上管理服务。上述合同属于日常经营合同，不涉及关联交易，无需公司董事会或股东大会审议批准。

## 关于聘任高级管理人员及更换公司财务负责人的公告

2020 年 8 月 26 日召开第二届董事会第十五次会议，审议通过《关于公司聘任高级管理人员的议案》、《关于更换公司财务负责人的议案》。经公司总经理提名，董事会提名委员会审核，董事会同意聘任冯积儒先生为公司副总经理，任期自本次董事会审议通过之日起至第二届董事会届满为止。原公司财务负责人张滨滨先生由于个人原因辞去公司财务负责人职务，辞职报告自送达本公司董事会之日起生效，本次辞职后不再担任公司任何职务。经公司总经理提名，董事会提名委员会审核，董事会同意聘任周维先生为公司财务负责人，任期自本次董事会审议通过之日起至第二届董事会届满为止。

## 关于公司部分首次公开发行前已发行股份上市流通提示性公告

2020 年 9 月 26 日，壹网壹创发布《关于公司部分首次公开发行前已发行股份上市流通提示性公告》。当前公司总股本 1.44 亿股，有限售条件的股份数量为 1.08 亿股，占公司总股本的 75.04%；无限售条件流通股 0.36 亿股，占公司总股本的 24.96%。本次解除限售股份数量为 0.37 股，占公司总股本 25.41%。本次实际可上市流通数量为 0.25 亿股，占公司总股本 17.53%。本次限售股份可上市流通日为 2020 年 9 月 30 日。

## 向特定对象发行股票预案

2020 年 10 月 20 日，壹网壹创发布《2020 年度向特定对象发行股票预案》。本次向特定对象发行 A 股普通股，每股面值 1.00 元；发行对象不超过 35 名（含 35 名），为符合中国证监会规定的证券投资基金管理公司、证券公司、信托投资公司、财务公司、保险机构投资者、合格境外机构投资者，以及符合中国证监会规定的其他法人、自然人或其他合格的投资者；本次向特定对象发行股票的定价基准日为发行期首日，发行价格不低于定价基准日前 20 个交易日公司股票均价的 80%；本次发行股票数量按照募集资金总额（不超过 11.00 亿）除以发行价格确定，且发行数量不超过本次发行前上市公司总股本的 30%（不超过 0.43 亿股）。

资料来源：公司公告，中国银河证券研究院整理

## 4.公司发展战略与经营计划情况跟踪

表 4:壹网壹创 2019 年年报中发展战略与经营计划情况跟踪(战略规划)

2019 年对于 2020 年的规划	
<b>发展战略</b>	公司未来的发展战略核心是通过深化自身现有业务，拓展其他创新业务，提升公司的服务能力和核心竞争力。未来，公司通过电子商务升级扩建项目和综合运营服务中心项目的建设实施，加强对团队、信息化系统和相关软硬件等方面的投入，以提供更多细分类型的服务，以服务质量和服务口碑吸引如母婴、小家电等更多类目的优质客户，同时进一步扩展与京东等第三方电子商务平台的合作，推动公司的稳健发展。
<b>未来三年发展计划</b>	<p>1、细分服务类型，提升服务品质</p> <p>公司将着力提升现有服务的质量，并拓展其细分服务类型。公司计划将原有业务链条上的重要环节单独设立中心，通过细分和分工的方式提高各类业务工作的专业程度和竞争力。具体而言，公司将建立用户体验中心，切实、直观地从市场用户的角度进行思考，并将其细分需求具体地落实到公司对品牌、产品的策划和设计等活动中；公司将设立 UED 创意设计中心，在对用户体验研究分析的基础上，通过感官、交互、情感、浏览和信任的体验以优化电商的 UED 设计，从而更好地传递品牌调性，创造惊喜，增强用户粘性，提升其销量转化率；公司将成立专门的影像摄制创意中心，以满足公司的摄影需求；公司将建立产品开发创意中心，提供商品定位策划、设计执行、工艺落地等服务，增强公司的市场敏感度并实时开发对应的商品；公司亦将成立整合营销创意中心，在品牌广告策划服务的基础上，通过创意衍生出各类与品牌相关的一系列文创产品，并进行线上线下联动</p>

销售，以服务各品牌线并承接外部的相关业务。通过细化、丰富公司现有的业务类型，公司将进一步优化收入结构，在扩大收入规模的同时，增强公司自身抵御市场风险的能力。

## 2、加快技术升级，完善信息化系统体系

公司将在现有系统的基础上，继续技术升级，完善公司信息系统。先进、高效和稳定的信息化系统体系是电商服务企业竞争力的一个重要组成部分，而公司所拥有的自主开发、定制化的信息系统亦是公司的竞争优势之一。因此，公司重视对自身信息化技术的建设和完善：首先，公司将通过加大对现有技术团队和信息化系统的投入，引进更多技术人员，增强公司的自主开发能力。第二，公司将升级包括“神盾营销管理系统”、“魔方仓储管理系统”在内的信息化系统，进一步丰富功能，并提高系统的易用性和稳定性，强化公司的基础系统框架。第三，公司将开发企业协作系统，提高公司部门间协作和垂直运营的效率水平。第四，公司将开发自动化数据提取工具，并建立“乾坤大数据系统”，增强公司对客户、市场等数据的统计分析，以支持更精准、高效的业务和运营的决策，例如根据市场反馈信息进行全面分析并选择更有效果的营销推广方式等。第五，公司将开发人工智能辅助决策系统和运营自动化系统，以降低公司成本，增强业务承接能力。最后，公司亦将增加包括办公软件、服务器和数据服务的购置，以提升公司人员的工作能力和办公效率。通过系统赋能和强化，公司运营管理效率将进一步提升。

## 3、提升客户承接能力，扩大市场份额

公司将通过实施电商升级扩建项目和综合运营服务中心项目，有效提升公司服务的市场吸引力和承接能力。首先，公司将建立包括用户体验调研、产品设计开发以及整合销售在内的专门部门，以更专业、细致的服务切中不同品牌方的具体需求点，扩大公司的潜在客户数量。同时，公司将开发更智能的信息化系统推动市场扩张。另外，公司计划开发的自动化的数据提取和处理系统亦将使公司的市场决策更为准确、高效。最后，公司将通过软硬件购置和人才引进等方式，完善现有仓库和仓储管理体系，提高采购管理水平，仓库处理能力，以及发货的时效性和准确性等，并提高公司在包括“双十一”等销售高峰时期的最大吞吐量水平，从而间接助力公司的市场扩张计划。两个募投项目的实施，能有效提高公司的业务承接能力，有助于公司不断扩大市场份额。

## 4、扩充人才队伍，加强团队建设

未来，公司将进一步引入各类人才，组建更为强大的团队，并形成良好的企业文化。公司将扩大技术团队，招聘更多的负责各类语言的程序员以及产品经理，推动公司信息化体系的整体升级、开发和构建，提高系统日常运营维护的水平；公司将引入更多的仓储IT和数据分析人员以及仓储管理人员，提高公司对日常仓储物流的管控水平，提升公司应对供应链风险的能力；公司将招聘更多的不同层级的策划人才，提高公司的整合营销能力和相应业务的市场竞争力；公司将进一步壮大包括工艺、平面和包装等方面的设计团队，增强公司在产品创意、策划、设计、开发等领域的业务竞争力；公司将引入更多的用户体验调研专员和分析专员，提升公司市场分析和决策能力；公司亦将打造专门的影像摄制团队、3D建模设计团队，以更有效地配合电商和设计等业务需求。另外，公司将进一步完善员工上升通道，构建积极进取、不断探索的企业文化氛围，以稳固人才队伍并为公司提供更强的创新动力。

## 风险提示

- 1、行业竞争加剧风险
- 2、单一品牌集中度较高风险
- 3、品牌方切入电子商务行业风险
- 4、品牌方返利对公司业绩影响的风险
- 5、信息安全风险
- 6、技术替代风险

资料来源：公司公告，中国银河证券研究院整理

## 5.公司前十大股东情况跟踪

**表 5 : 壹网壹创前十大股东情况 (更新自 2020 年三季度报)**

排名	股东名称	方向	期末持股数量	报告期内持股数	占总股本	持股比例	股本性质
			(万股)	量变动(万股)	比例(%)		
1	杭州网创品牌管理有限公司	不变	5,583.01	-	38.70%	-	境内非国有法人
2	林振宇	不变	1,551.30	-	10.75%	-	境内自然人
3	中金佳合(天津)股权投资基金管理有限公司 - 中金佳泰二期(天津)股权投资基金合伙企业(有限合伙)	不变	753.88	-	5.23%	-	其他
4	共青城福鹏宏祥叁号股权投资管理中心(有限合伙)	不变	630.75	-	4.37%	-	境内非国有法人
5	吴舒	不变	554.72	-	3.85%	-	境内自然人
6	张帆	不变	534.25	-	3.70%	-	境内自然人
7	卢华亮	不变	426.26	-	2.96%	-	境内自然人
8	杭州网哲投资管理合伙企业(有限合伙)	不变	387.71	-	2.69%	-	境内非国有法人
9	刘希哲	不变	378.12	-	2.62%	-	境内自然人
10	招商银行股份有限公司 - 鹏华新兴产业混合型证券投资基金	增加	329.86	32.78	2.29%	0.23%	其他
合计			11129.86		77.16%		

资料来源：公司公告，中国银河证券研究院整理

## 分析师承诺及简介

本人承诺，以勤勉的执业态度，独立、客观地出具本报告，本报告清晰准确地反映本人的研究观点。本人薪酬的任何部分过去不曾与、现在不与、未来也将不会与本报告的具体推荐或观点直接或间接相关。

李昂：商贸零售行业分析师，英国埃塞克斯大学学士，英国伯明翰大学硕士，证券从业时间6年，2014年7月加盟银河证券研究院从事社会服务行业研究工作，2016年7月转型商贸零售行业研究。

甄唯萱：商贸零售行业分析师，中央财经大学学士，澳大利亚悉尼大学硕士，证券从业时间2年，2018年5月加盟银河证券研究院从事商贸零售行业研究。

## 评级标准

### 行业评级体系

未来6-12个月，行业指数（或分析师团队所覆盖公司组成的行业指数）相对于基准指数（交易所指数或市场中主要的指数）

推荐：行业指数超越基准指数平均回报20%及以上。

谨慎推荐：行业指数超越基准指数平均回报。

中性：行业指数与基准指数平均回报相当。

回避：行业指数低于基准指数平均回报10%及以上。

### 公司评级体系

推荐：指未来6-12个月，公司股价超越分析师（或分析师团队）所覆盖股票平均回报20%及以上。

谨慎推荐：指未来6-12个月，公司股价超越分析师（或分析师团队）所覆盖股票平均回报10%-20%。

中性：指未来6-12个月，公司股价与分析师（或分析师团队）所覆盖股票平均回报相当。

回避：指未来6-12个月，公司股价低于分析师（或分析师团队）所覆盖股票平均回报10%及以上。

## 免责声明

本报告由中国银河证券股份有限公司（以下简称银河证券）向其机构客户和认定为专业投资者的个人客户（以下简称客户）提供，无意针对或打算违反任何地区、国家、城市或其它法律管辖区域内的法律法规。

本报告所载的全部内容只提供给客户做参考之用，并不构成对客户的投资咨询建议，并非作为买卖、认购证券或其它金融工具的邀请或保证。客户不应单纯依靠本报告而取代自我独立判断。银河证券认为本报告所载内容及观点客观公正，但不担保其内容的准确性或完整性。本报告所载内容反映的是银河证券在最初发表本报告日期当日的判断，银河证券可发出其它与本报告所载内容不一致或有不同结论的报告，但银河证券没有义务和责任去及时更新本报告涉及的内容并通知客户。银河证券不对因客户使用本报告而导致的损失负任何责任。

本报告可能附带其它网站的地址或超级链接，对于可能涉及的银河证券网站以外的地址或超级链接，银河证券不对其内容负责。链接网站的内容不构成本报告的任何部份，客户需自行承担浏览这些网站的费用或风险。

银河证券在法律允许的情况下可参与、投资或持有本报告涉及的证券或进行证券交易，或向本报告涉及的公司提供或争取提供包括投资银行业务在内的服务或业务支持。银河证券可能与本报告涉及的公司之间存在业务关系，并无需事先或在获得业务关系后通知客户。

银河证券无需因接收人收到本报告而视其为客户。若您并非银河证券客户中的机构专业投资者，为保证服务质量、控制投资风险、应首先联系银河证券机构销售部门或客户经理，完成投资者适当性匹配，并充分了解该项服务的性质、特点、使用的注意事项以及若不当使用可能带来的风险或损失，在此之前，请勿接收或使用本报告中的任何信息。

银河证券已具备中国证监会批复的证券投资咨询业务资格。除非另有说明，所有本报告的版权属于银河证券。未经银河证券书面授权许可，任何机构或个人不得以任何形式转发、转载、翻版或传播本报告。特提醒公众投资者慎重使用未经授权刊载或者转发的本公司证券研究报告。

银河证券版权所有并保留一切权利。

## 联系

### 中国银河证券股份有限公司 研究院

深圳市福田区金田路3088号中洲大厦20层

上海浦东新区富城路99号震旦大厦31层

北京西城区金融大街35号国际企业大厦C座

公司网址：[www.chinastock.com.cn](http://www.chinastock.com.cn)

### 机构请致电：

深广地区：崔香兰 0755-83471963 [cuixianglan@chinastock.com.cn](mailto:cuixianglan@chinastock.com.cn)

上海地区：何婷婷 021-20252612 [hetingting@chinastock.com.cn](mailto:hetingting@chinastock.com.cn)

北京地区：耿尤繇 010-66568479 [gengyouyou@ChinaStock.com.cn](mailto:gengyouyou@ChinaStock.com.cn)