

行业研究 | 行业专题研究 | 轻工制造 (2136)

3C 认证后的智能坐便器格局推演



| 报告要点

智能坐便器行业标准正不断趋严：1) 新国标《GB/T 34549-2024》将于 2024 年 11 月 1 日落地；2) 智能坐便器强制纳入 3C 认证，将于 2025 年 7 月 1 日落地。

参考两轮车在新国标落地后的格局变迁，行业规范程度提升利好龙头企业，行业出清或加快，市场集中度有望提高。与两轮车不同点：智能坐便器渗透率仍处低位，未来内销增速或快于电动两轮车，价格战的暂缓可能只是“中场休息”而非“尘埃落定”。

| 分析师及联系人



管泉森

SAC: S0590523100007



戚志圣

SAC: S0590523120002

轻工制造

3C 认证后的智能坐便器格局推演

投资建议：强于大市（维持）
上次建议：强于大市

相对大盘走势



相关报告

- 《轻工制造：2024Q2 轻工板块基金持仓点评：家居造纸持仓下降，部分消费细分龙头获小幅加仓》2024.07.21
- 《轻工制造：浅析海运费对出口盈利影响》2024.07.16



扫码查看更多

智能坐便器 3C 认证将于明年年中落地

智能坐便器行业标准正不断趋严：1) 新国标《GB/T 34549-2024》将于 2024 年 11 月 1 日落地；2) 智能坐便器强制纳入 3C 认证，将于 2025 年 7 月 1 日落地。3C 认证提升行业准入门槛，主要体现在质量管理和认证费用两方面——对于中小企业而言，其生产成本将会提升，导致其难以再维持低价竞争策略。截至目前，首批获证企业名单已公布，国产龙头均在列。预计明年 3C 认证正式实施前，龙头公司会将主流系列产品都完成认证流程，以保证市场销售和新品投放计划的顺利进行。

参考两轮车：行业先提集中度，龙头再提利润率

电动自行车新国标于 2019 年起正式实施。自实施以来，由于行业生产门槛有所提升，叠加疫情对现金流的打击，部分中小企业逐步退出市场，雅迪、爱玛等头部品牌市占率于 2019 年后实现跃升。随着市场集中度提升，行业逐步进入良性竞争阶段，龙头企业相对优势显现。在产品结构升级和生产成本传导的共同作用下，雅迪控股实现两轮车均价提升，并且在原材料价格下行时价格仍维持较强韧性。2023H2 雅迪控股/爱玛科技毛利率分别为 17.0%/17.4%，较 2020 年同期提升 2.7/6.8pct。

结论：预计 3C 认证后价格战将会缓解

展望明年：预计智能坐便器价格战在 3C 认证落地后会有所缓解。白牌/中小品牌中，不能通过认证的产品被迫清出；获得 3C 认证的产品生产成本亦会提升，导致其难以维持低价竞争，龙头公司利润率有望迅速回升。**与两轮车行业不同点：**电动两轮车新国标落地前行业已步入成熟期，智能坐便器国内渗透率仍处低位，未来内销增速或快于电动两轮车，高景气度吸引品牌入局，行业格局尚未落地。如若明年行业价格战暂缓，可能只是市场调整的一个阶段，并不意味着竞争已经结束。

投资建议：关注智能坐便器相关标的

智能坐便器 3C 认证将于明年年中落地。参考两轮车在新国标落地后的格局变迁，行业规范程度提升利好龙头企业，行业出清或加快，市场集中度有望提高。与此同时，智能坐便器作为智能家居的重要组成部分，深度受益于新经济环境下适老化需求增长。当下智能坐便器市场由国产品牌主导，集中度有所提升，但格局未稳。企业有望通过产品认证、技术创新或品牌推广，提升市场竞争力，抓住行业渗透率提升和集中度提升的双重机遇，建议关注智能坐便器相关标的**瑞尔特**和**箭牌家居**。

风险提示：中小企业清退幅度不及预期风险、智能坐便器渗透不及预期风险、新品牌进入加剧行业竞争风险

正文目录

1. 智能坐便器：3C 认证，龙头先行	4
1.1 智能坐便器 3C 认证将于明年年中落地	4
1.2 强制认证提升行业门槛，短期影响供需	4
1.3 首批获证企业名单公布，国产龙头均在列	6
2. 借镜观形：新国标后两轮车格局演变	8
2.1 新国标（2018）加速中小企业出清	8
2.2 行业先提集中度，龙头再提利润率	9
2.3 不同点：智能坐便器渗透率仍处低位	10
3. 投资建议：关注智能坐便器相关标的	12
4. 风险提示	12

图表目录

图表 1：智能坐便器行业标准不断趋严	4
图表 2：3C 认证收费标准	5
图表 3：智能坐便器结构、触电防护等项目不合格率较高	6
图表 4：3C 认证落地前智能坐便器均价短期承压	6
图表 5：国产品牌成为智能坐便器线上销售主力	7
图表 6：智能坐便器品牌集中度同比提升	7
图表 7：首批获证企业名单公布，国产龙头均在列	7
图表 8：新国标（2018）落地前后行业状况对比	8
图表 9：2019 年后中小企业持续出清	9
图表 10：2019 年后雅迪等头部品牌市占率跃升	9
图表 11：2020-2021 年间碳酸锂、铝、钢价格均大幅上涨	9
图表 12：雅迪控股两轮车均价提升	10
图表 13：雅迪控股、爱玛科技毛利率 2022H1 起迅速回升	10
图表 14：电动两轮车行业已步入发展稳定的成熟期	10
图表 15：日本智能坐便器每百户保有量达 116.30 个	11
图表 16：2023 年中国智能坐便器渗透率仅约 9.6%	11

1. 智能坐便器：3C 认证，龙头先行

1.1 智能坐便器 3C 认证将于明年年中落地

智能坐便器将进入 3C 认证新时代。根据《市场监管总局关于对商用燃气燃烧器具等产品实施强制性产品认证管理的公告》，2025 年 7 月 1 日起，智能坐便器应经过 3C 认证后，方可出厂、销售、进口或在其他经营活动中使用。这一政策的实施将提高市场准入门槛，有助于确保产品质量和安全，促进行业规范化发展。

图表 1：智能坐便器行业标准不断趋严

规范类型	发行主体	标准名称	性质	生效日期	指标设定/修改
行业标准	中国建筑陶瓷卫生协会	T/CBMF 15-2016 《智能坐便器》	指导性	2016/10/1	单一标准
行业标准	中国建筑陶瓷卫生协会	T/CBMF 15-2019 《智能坐便器》	指导性	2019/8/30	对术语定义、产品分类、功能性能、安全测试等方面进行修改或补充
国家标准	国家市场监督管理总局	GB/T 23131-2008 《电子坐便器》	指导性	2009/9/1	单一标准
国家标准	国家市场监督管理总局	GB/T 34549-2017 《卫生洁具 智能坐便器》	指导性	2018/9/1	规定了智能坐便器的术语定义、分类、要求、安全、测试、检验等方面
国家标准	国家市场监督管理总局	GB/T 23131-2019 《家用和类似用途电坐便器 便座》	指导性	2019/10/1	重新核定适用范围，更新术语定义，细化功能分类，划分性能等级，改进试验方法，增加抗菌防霉要求
国家标准	国家市场监督管理总局	GB 38448-2019 《智能坐便器能效水效限定值及等级》	强制性	2021/1/1	规定了智能马桶的能效水效限定值及等级、技术要求和试验方法
国家标准	国家市场监督管理总局	GB/T 34549-2024 《卫生洁具 智能坐便器》	指导性	2024/11/1	更新术语定义、调整分类要求、增加功能描述、提升质量标准、改进试验方法、新增试验项目
强制认证	国家市场监督管理总局	《市场监管总局关于对商用燃气燃烧器具等产品实施强制性产品认证管理的公告》	强制性	2025/7/1	2025 年 7 月 1 日起，列入 3C 认证目录的电子坐便器等产品，应经过 3C 认证并标注 3C 认证标志后，方可出厂、销售、进口或在其他经营活动中使用

资料来源：国家市场监督管理总局，中国建筑陶瓷卫生协会，国联证券研究所

1.2 强制认证提升行业门槛，短期影响供需

3C 认证提升行业准入门槛，主要体现在质量管理和认证费用两方面：

- **质量管理。**企业首先需要熟悉并深入理解关于智能坐便器 3C 认证所依据的国家标准 GB4706.1、GB4706.53，在产品研发设计阶段应充分考虑产品的符合性，强化生产质量管理，提高生产线工艺水平和质量控制手段。过往部分白牌以牺牲产品质量为代价进行低价倾销，3C 认证对企业的质量管理提出了更高要求。一方面，部分白牌已生产的产品可能会因为不符合国家标准被迫清退；另一方面，提高质量管理水平以适应 3C 认证标准，也会迫使中小厂商提高生产成本。
- **认证费用。**3C 认证费用主要分为三部分——申请与注册费+审厂费+检测费，单个产品认证费用通常在万元以上：
 - 1) 申请与注册费，单个产品合计 1300 元；
 - 2) 审厂费用，2500 元/人（通常 100 人以下的工厂会派遣 2 名审厂老师，100 人以上的工厂会派遣 3 名以上的审厂老师）；
 - 3) 检测费，包括产品全检费用和随机试验费用。产品的全检费用由 CQC 公布的详细费用清单确定，每个类别的具体产品费用均不一样。如果产品内关键的零部件均已有 3C 或者 CQC 认证，则不需要进行该试验。

对于已形成一定生产规模的企业而言，认证费用并不高昂。但对于中小企业而言，其生产成本将会提升，导致其难以再维持低价竞争策略。

图表2：3C 认证收费标准

收费项目	收费标准
申请费	500 元/认证单元
批准与注册费	800 元/认证单元
工厂检查费	2500 元/人日
检测费	根据实际检测项目，按《中国质量认证中心强制实施现场检测收费标准》计算收费
其他费用	年金（100 元/证书）、纸质证书工本费（100 元/套）、审核人员差旅费、委托三方机构的代理费等
合计	2500 元*检查人数*检查天数+1500 元+检测费+差旅费+代理费

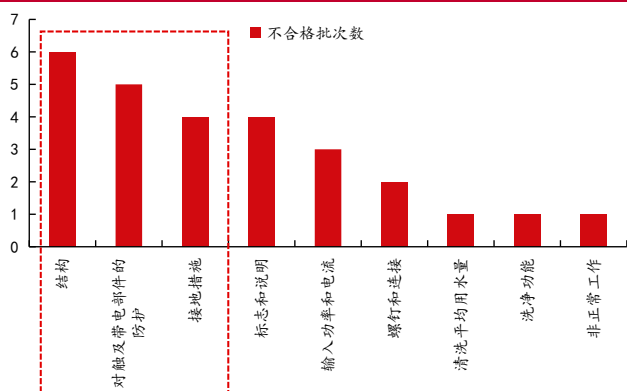
资料来源：中国质量认证中心，国联证券研究所

3C 认证清退不合格产品短期影响供需，头部品牌可能“按兵不动”。当前价格

战比较激烈，主要系线上白牌以极低的价格竞争对头部品牌造成影响。由于部分白牌产品难以通过 3C 认证，认证落地前白牌厂商或被迫低价倾销库存，进一步加剧行业生态环境恶化。考虑到白牌以极低价格清库存只是强制认证落地前的短期现象，头部品牌可能选择“按兵不动”而非跟随降价以维持品牌形象。

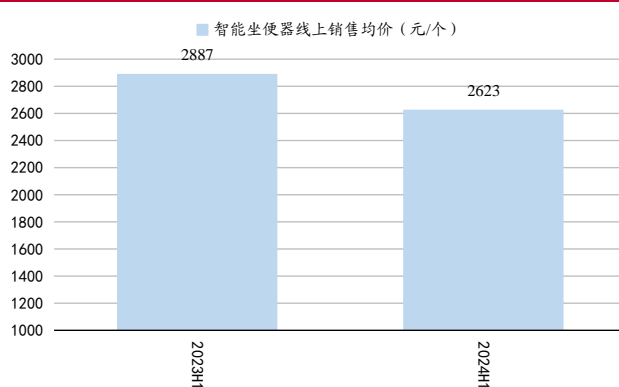
根据沸腾质量数据编制的《2022-2023 年度家居质量白皮书》，2022 年 1 月-2023 年 9 月，累计 14 次智能坐便器产品国家监督抽查和省级监管抽查中，不合格率为 3.9%，相对较低。但从不合格项目的分布来看，智能坐便器产品在结构设计、防止接触带电部件的保护措施以及接地安全等方面存在较多问题——这些问题正是 3C 认证安全标准里要求的项目。

图表3：智能坐便器结构、触电防护等项目不合格率较高



资料来源：沸腾质量数据《2022-2023 家居质量白皮书》，国联证券研究所

图表4：3C 认证落地前智能坐便器均价短期承压

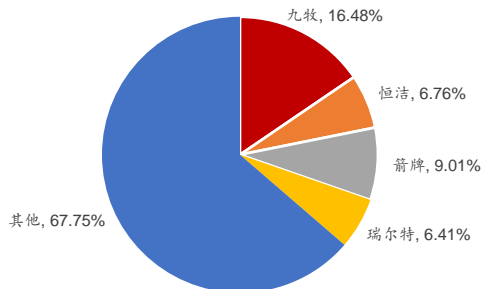


资料来源：久谦中台，国联证券研究所
注：图中数据为智能坐便器线上销售均价（元/个）

1.3 首批获证企业名单公布，国产龙头均在列

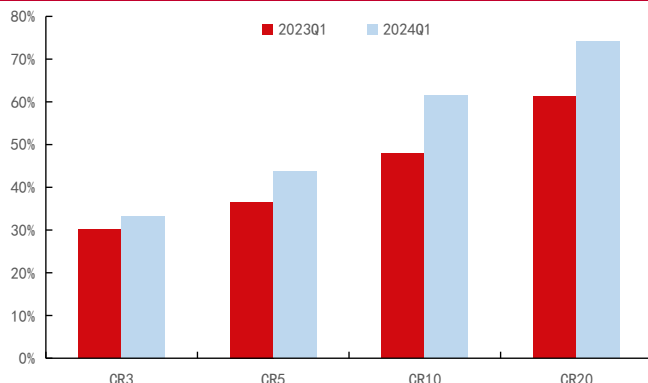
当下智能坐便器市场由国产品牌主导，集中度有所提升，但格局未稳。以线上渠道为例，根据久谦中台数据，九牧、恒洁、箭牌、瑞尔特等内资品牌销售表现强劲，市占率分别为 16.5%/6.8%/9.0%/6.4%，外资品牌市占率较低，国产替代成果显著。另一方面，尽管智能马桶市场已经涌现出一批知名品牌，但整体而言，品牌格局尚未稳定。从品牌集中度来看，2024Q1 虽然同比有提升，但相比于扫地机器人等品类集中度仍处于较低水平。

图表5: 国产品牌成为智能坐便器线上销售主力



资料来源: 久谦中台, 国联证券研究所
注: 图中数据为久谦中台 2023 年“天猫+京东+抖音”合计销额口径
箭牌为 ARROW+ANNWA+FAENZA 三品牌合计

图表6: 智能坐便器品牌集中度同比提升



资料来源: 奥维云网, 国联证券研究所
注: 图中数据为线上智能一体机 TOP 品牌集中度 (销额口径)

首批获证企业名单公布, 国产龙头均在列。7月10日, 由中国质量认证中心主办的电子坐便器 CCC 认证业务交流会暨首批颁证会在北京举行, 九牧、恒洁、瑞尔特、箭牌等品牌均在首批获证企业名单当中, 彰显了国产龙头的产品高质量和管理高效率。预计明年 3C 认证正式实施前, 龙头公司有望将主流系列产品都完成认证流程, 以保证市场销售和新品投放计划的顺利进行。

图表7: 首批获证企业名单公布, 国产龙头均在列

智能坐便器 3C 认证首批获证企业名单		
北京智米电子科技有限公司	恒洁卫浴集团有限公司	恬皓贸易 (上海) 有限公司
东陶 (上海) 有限公司	箭牌家居集团股份有限公司	唯宝贸易 (上海) 有限公司
东陶 (中国) 有限公司	九牧厨卫股份有限公司	西马智能科技股份有限公司
杜拉维特卫浴科技 (上海) 有限公司	美的集团电子商务有限公司	浙江喜尔康智能家居股份有限公司
富俊汇赢科技 (上海) 有限公司	厦门瑞尔特卫浴科技股份有限公司	浙江星星便洁宝有限公司
广东金丝丽卫浴智能科技有限公司	松下家电 (中国) 有限公司	浙江怡和卫浴有限公司
广东樱井科技有限公司	特洁尔科技股份有限公司	上海科勒电子科技有限公司

资料来源: 中国质量认证中心, 国联证券研究所

2. 借镜观形：新国标后两轮车格局演变

2.1 新国标（2018）加速中小企业出清

新国标于 2019 年起正式实施，统一行业标准。2019 年 4 月 15 日，GB 17761-2018《电动自行车安全技术规范》正式实施，替代了 1999 年发布的《电动自行车通用技术条件》。此外，GB/T 24158-2018《电动摩托车和电动轻便摩托车通用技术条件》也于 2019 年 4 月 1 日正式实施。

3C 认证和电摩生产资质提升行业门槛。自 2019 年 4 月 15 日起，电动自行车由工业产品生产许可证管理转为 3C 认证管理。此外，电动轻便摩托车和电动摩托车需要具备相应的电摩生产资质。行业内实力较弱的中小企业由于难以达到准入要求，被迫退出市场竞争。

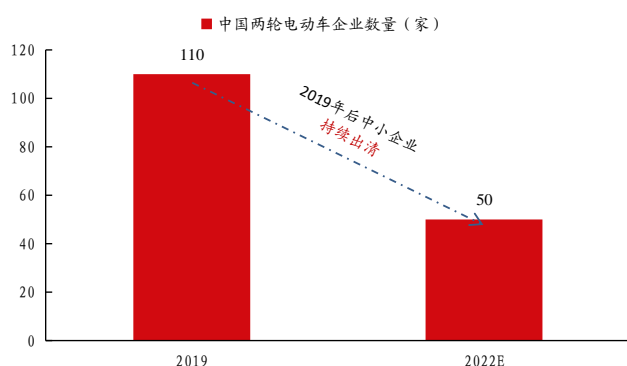
图表8：新国标（2018）落地前后行业状况对比

指标	新国标落地前	新国标落地后
生产资质	大部分产品归属电动自行车，企业规避电摩资质	电摩/电轻摩需要电摩生产资质，生产门槛大幅提升
竞争态势	恶性竞争，车型抄袭模仿，价格战，品质低，利润低	逐步进入良性竞争阶段，龙头企业相对优势显现，利润率迅速回升
企业数量	2019 年底企业数量约 110 家	2022 年底企业数量约 50 家
产品质量	产品同质化严重，价格战降低产品质量	头部企业研发投入增加，产品差异化更加明显
渠道状况	门店多品牌经营，中小品牌/白牌数量众多	中小品牌/白牌逐步退出，头部品牌的渠道管控制力增强

资料来源：中国质量认证中心，前瞻产业研究院，国联证券研究所整理

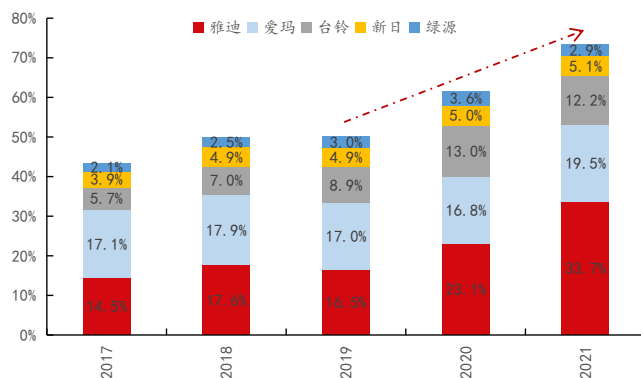
新国标加速产能出清，市场集中度提升。新国标实施以来，由于行业生产门槛有所提升，叠加疫情对现金流的打击，部分中小企业逐步退出市场；头部品牌推出特价车型，进一步挤压中小企业的生存空间。多重合力之下，行业供给端出清明显提速，雅迪等头部品牌市占率于 2019 年后实现跃升。

图表9：2019年后中小企业持续出清



资料来源：前瞻产业研究院，国联证券研究所

图表10：2019年后雅迪等头部品牌市占率跃升

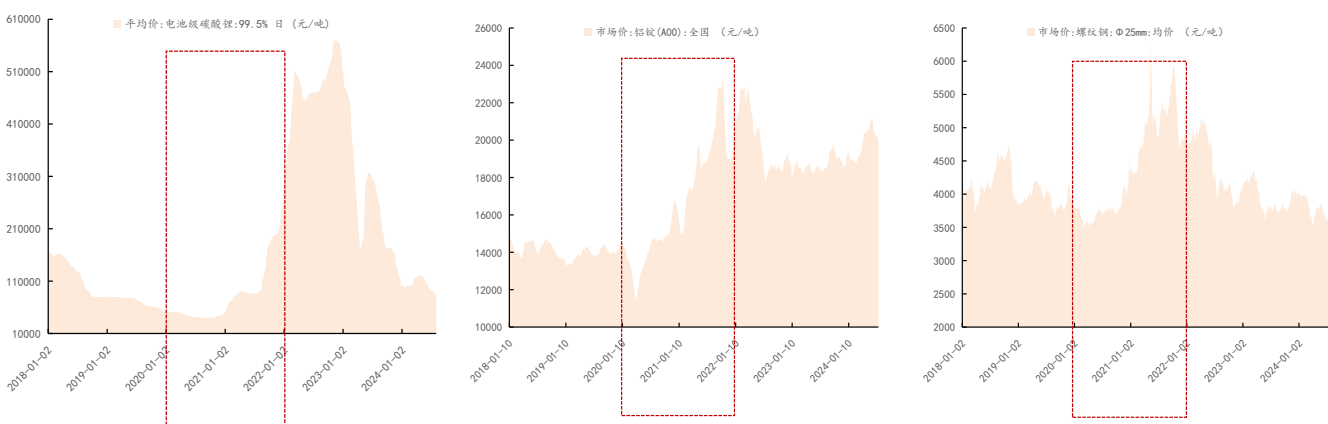


资料来源：艾瑞咨询，国联证券研究所

2.2 行业先提集中度，龙头再提利润率

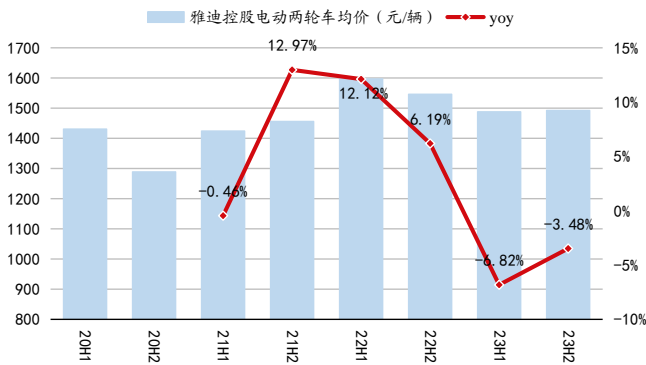
市场出清后集中度提升，龙头企业优势显现，利润率迅速回升。电动两轮车的成本中原材料占比较高，其中电池+电机成本占比约为 35%，其他成本包括车架、车轮、烤漆、ABS 套件等。而进一步的，铅酸、锂电池的核心材料是铅、碳酸锂，两轮车铝、钢用量亦占比较高。2020-2021 年间碳酸锂、铝、钢价格均大幅上涨，压缩行业盈利空间，进一步加速出清。随着市场集中度提升，行业逐步进入良性竞争阶段，龙头企业相对优势显现。在产品结构升级和生产成本传导的共同作用下，雅迪控股实现两轮车均价提升，并且在原材料价格下行时价格仍维持较强韧性。2023H2 雅迪控股/爱玛科技毛利率分别为 17.0%/17.4%，较 2020 年同期提升 2.7/6.8pct。

图表11：2020-2021 年间碳酸锂、铝、钢价格均大幅上涨



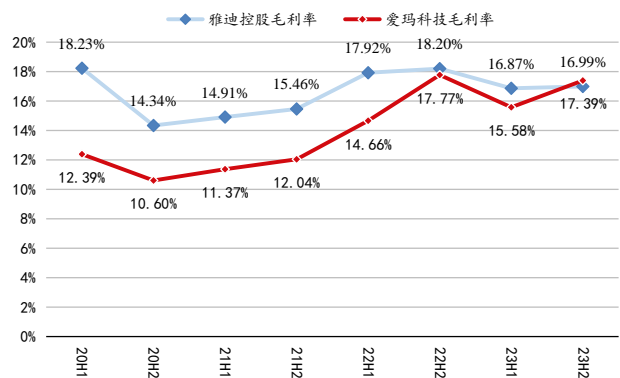
资料来源：iFind，国联证券研究所

图表12: 雅迪控股两轮车均价提升



资料来源: iFind, 公司公告, 国联证券研究所

图表13: 雅迪控股、爱玛科技毛利率 2022H1 起迅速回升

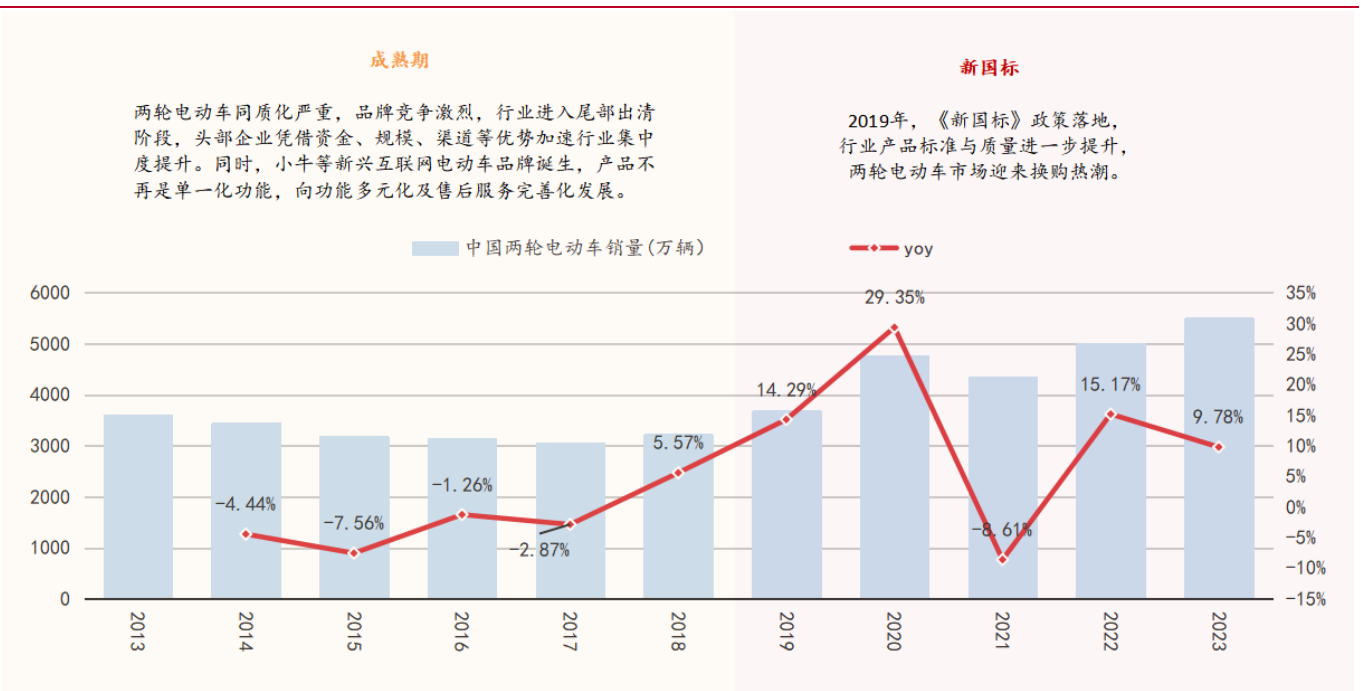


资料来源: iFind, 国联证券研究所

2.3 不同点: 智能坐便器渗透率仍处低位

电动两轮车行业已步入发展稳定的成熟期。国内电动两轮车行业经过 30 年的发展, 渗透率已达 70% 左右, 年销量趋于稳定。2019 年新国标落地加速行业规范化、高质量发展, 中小规模企业淘汰出清行业集中度进一步提升, 龙头企业相对优势显现, 行业格局较为清晰。

图表14: 电动两轮车行业已步入发展稳定的成熟期

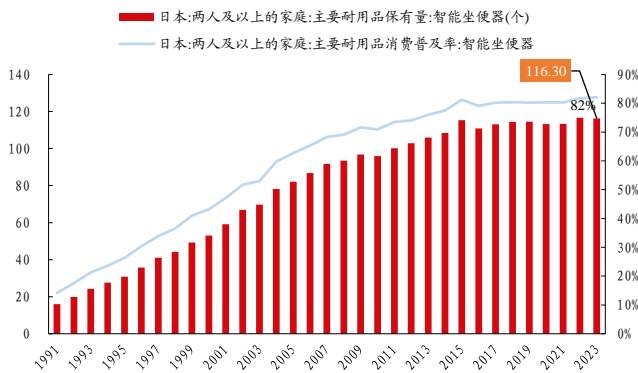


资料来源: 艾瑞咨询, 中国自行车协会, 国联证券研究所

智能坐便器仍处于行业发展早期, 渗透率显著低于电动两轮车。当前智能坐便

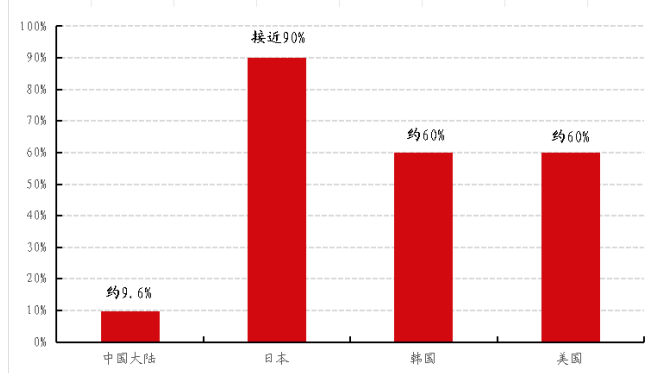
器行业渗透率仍然不高，各大厂商尝试利用 1000-2500 元价格带的高性价比轻智能产品，通过以价换量形式提升智能坐便器普及度和渗透率。同时，国内老龄化和空巢化程度提高，适老产品成为行业新趋势，无障碍扶手、升降辅助器开始运用至智能坐便器，以提升老年人使用体验，未来此领域或将成为新兴增量市场。

图表15: 日本智能坐便器每百户保有量达 116.30 个



资料来源: Wind、日本统计局, 国联证券研究所

图表16: 2023 年中国智能坐便器渗透率仅约 9.6%



资料来源: 《中国智能卫浴电器产业发展研究报告(2024)》, 奥维云网《中国智能坐便器行业发展白皮书》, 国联证券研究所

展望智能坐便器行业: 预计价格战在明年 3C 认证正式实施后会有所缓解, 龙头公司利润率会迅速回升。白牌或小品牌不能通过认证就会出现产品清出, 或者为了获得 3C 认证, 其生产成本将会提升, 导致其无法再以低价竞争, 因而 3C 认证落地后龙头公司利润率有望快速回升。

与两轮车不同点: 智能坐便器渗透率仍处低位, 价格战的暂缓可能只是“中场休息”而非“尘埃落定”。智能坐便器国内渗透率仍处低位, 未来内销增速或快于电动两轮车, 高景气度吸引品牌入局, 行业格局尚未落定。如若明年行业价格战暂缓, 甚至部分龙头品牌借机提价, 可能也只是市场调整的一个阶段, 并不意味着竞争已经结束。企业可能利用这个“中场休息”时间来提升产品质量、增强品牌影响力或开发新的市场策略, 以便在未来的竞争中占据有利地位。

3. 投资建议：关注智能坐便器相关标的

短期看好 3C 认证落地后龙头公司利润率回升，长期看好智能坐便器发展前景。智能坐便器 3C 认证将于明年年中落地。参考两轮车在新国标落地后的格局变迁，行业规范程度提升利好龙头企业，行业出清或加快，集中度有望提高。与此同时，智能坐便器作为智能家居的重要组成部分，深度受益于新经济环境下适老化需求增长。当下智能坐便器市场由国产品牌主导，集中度有所提升，但格局未稳。企业有望通过产品认证、技术升级或品牌推广，提升市场竞争力，抓住行业渗透率提升和集中度提升的双重机遇，建议关注智能坐便器相关标的**瑞尔特**和**箭牌家居**。

4. 风险提示

- 1) 中小企业清退幅度不及预期风险：若 3C 认证落地后中小企业清退数量较少，行业整合和升级的进程放缓，可能影响龙头公司利润率。
- 2) 智能坐便器渗透不及预期风险：智能坐便器的普及速度如果未能达到预期，可能会因为市场接受度不足、消费者认知度低等导致销售增长停滞，从而带来行业发展的不确定性。
- 3) 新品牌进入加剧行业竞争风险：行业较高的增速或吸引新品牌不断涌入智能坐便器市场，从而加剧市场竞争。

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。

评级说明

投资建议的评级标准		评级	说明
报告中投资建议所涉及的评级分为股票评级和行业评级（另有说明的除外）。评级标准为报告发布日后6到12个月内的相对市场表现，也即：以报告发布日后的6到12个月内的公司股价（或行业指数）相对同期相关证券市场代表性指数的涨跌幅作为基准。其中：A股市场以沪深300指数为基准，北交所市场以北证50指数为基准；香港市场以摩根士丹利中国指数为基准；美国市场以纳斯达克综合指数或标普500指数为基准；韩国市场以柯斯达克指数或韩国综合股价指数为基准。	股票评级	买入	相对同期相关证券市场代表性指数涨幅大于10%
		增持	相对同期相关证券市场代表性指数涨幅在5%~10%之间
		持有	相对同期相关证券市场代表性指数涨幅在-5%~5%之间
		卖出	相对同期相关证券市场代表性指数涨幅小于-5%
	行业评级	强于大市	相对表现优于同期相关证券市场代表性指数
		中性	相对表现与同期相关证券市场代表性指数持平
		弱于大市	相对表现弱于同期相关证券市场代表性指数

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门、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。

版权声明

未经国联证券事先书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复制、转载、刊登和引用。否则由此造成的一切不良后果及法律责任由私自翻版、复制、转载、刊登和引用者承担。

联系我们

北京：北京市东城区安外大街208号玖安广场A座4层
 无锡：江苏省无锡市金融一街8号国联金融大厦16楼

上海：上海市虹口区杨树浦路188号星立方大厦8层
 深圳：广东省深圳市福田区益田路4068号卓越时代广场1期13楼