

产业优势提升，利润换份额驱动营收高增

2025 年 3 月 15 日

核心观点

- **公司目前专注于提升产业优势：**1) 2020 年公司上市，当年归母净利润率达到了 30.2%，但因缺乏必要销售投入，收入规模处于二线水平。2) 2021 年至 2023 年，随着销售费用投入增加，利润率有所下降，但市场份额持续上升，规模上升至一线。2023 年，iRobot、科沃斯、石头扫地机销量分别 303 万台、284 万台、260 万台。3) 到了 2024 年第三季度，石头的竞争策略更加注重市场份额提升。具体措施包括：在中国加大营销投入；在美国承担关税成本而不提高产品价格；在欧洲一方面降价，另一方面显著提升线上直销的比例，这些因素共同导致了利润率的下降。2024 年，公司营收达 119 亿元，同比增长 37.8%，我们预计 2024 年石头的扫地机收入和销量已经位居全球首位。4) 公司从 1Q2024-4Q2024 的归母净利润率分别为 21.7%、28%、13.6%、10.3%，下降趋势明显，导致 3Q2024、4Q2024 的利润同比下滑。
- **从产业的角度审视，公司的战略选择是明智的：**1) 尽管部分投资者对公司利润率的下降感到困惑，但考虑到产业发展的阶段，扫地机的用户体验已趋于成熟，并且进入了长期渗透率提升的增长阶段。在这样的背景下，抢占市场份额并实现规模效应是行业普遍采取的策略。2) 我们预计从 2025 年开始，公司的利润率将保持在类似第四季度 2024 年的水平，同时市场份额将迅速增长，直至明显领先于第二名。如果持续当前的策略，公司有望在中国、欧洲和美国的扫地机器人市场份额中均占据首位。
- **国补刺激需求弹性，公司持续技术领先：**1) 扫地机器人被各地政府广泛纳入智能家居、家装家居等补贴项目。由于产品体验的成熟和家庭渗透率较低，4Q2024 市场出现爆发性增长，甚至出现了断货的情况。2) 根据奥维云网 AVC 推总数据，4Q2024 扫地机零售额同比增长 46.2%；AVC 的月度监测显示，2025 年 1-2 月扫地机线上零售额同比增长 72.3%，石头零售份额为 24.7%，同比增长 3.4 个百分点。同期，公司洗地机的线上零售份额为 11.8%，同比增长 7.4 个百分点。3) 公司在产品创新方面持续稳步前进，保持领先，例如推出了双机械臂拖布模组、底盘升降功能等；2025 年石头推出的 G30 Space，是市场第一款带有仿生机械手的扫地机。随着具身智能技术的渗透，这将成为未来的重要发展方向。
- **投资建议：**我们预计公司 2024-2026 年归母净利润为 19.81/18.52/24.13 亿元，EPS 分别为 10.73/10.03 /13.06 元。我们预计利润率的下降导致公司在 2025 年面临利润下降的压力，尤其是上半年，但随着公司市场份额的持续扩大，以及预计 2026 年利润率将趋于稳定，预计公司将在 2026 年重新进入收入和利润的快速增长期。因此，我们维持对公司的“推荐”评级。

主要财务指标预测	2023	2024E	2025E	2026E
营业收入(百万元)	8653.78	11926.73	15675.64	20407.68
收入增长率%	30.55	37.82	31.43	30.19
归母净利润(百万元)	2051.22	1981.27	1852.46	2413.33
利润增速%	73.32	-3.41	-6.50	30.28
摊薄 EPS(元)	11.10	10.73	10.03	13.06
PE	21.42	22.17	23.72	18.20

资料来源：公司公告，中国银河证券研究院

- **风险提示：**竞争加剧的风险、国际贸易环境不确定性的风险。

石头科技（股票代码：688169.SH）

推荐 维持

分析师

何伟

☎：021-2025-7811

✉：hewei_yj@chinastock.com.cn

分析师登记编码：S0130525010001

杨策

☎：010-80927615

✉：yangce_yj@chinastock.com.cn

分析师登记编码：S0130520050005

市场数据

2025-3-14

股票代码	688169.SH
A 股收盘价(元)	247.20
上证指数	3,419.56
总股本(万股)	18,472
实际流通 A 股(万股)	18,472
流通 A 股市值(亿元)	456.64

相对沪深 300 表现图

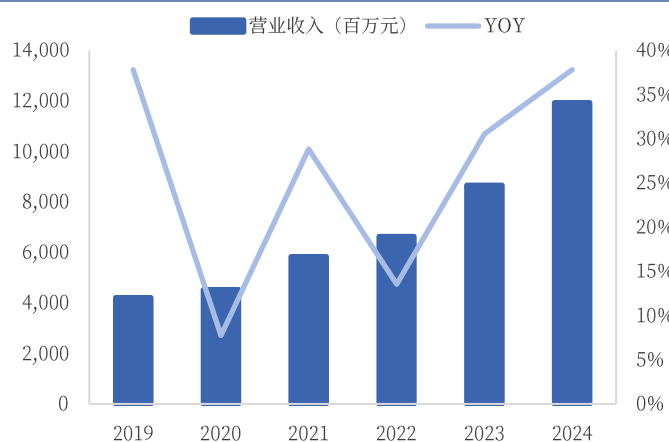


资料来源：ifind，中国银河证券研究院

一、公司经营发展情况

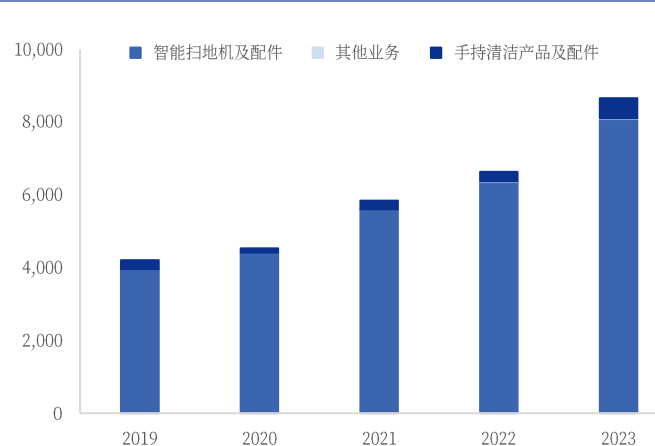
公司目前专注于提升产业优势：1) 2020 年公司上市，当年归母净利润率达到了 30.2%，但因缺乏必要销售投入，收入规模处于二线水平。2) 2021 年至 2023 年，随着销售费用投入增加，利润率有所下降，但市场份额持续上升，规模上升至一线。2023 年，iRobot、科沃斯、石头扫地机销量分别 303 万台、284 万台、260 万台。3) 到了 2024 年第三季度，石头的竞争策略更加注重市场份额提升。具体措施包括，在中国加大营销投入；在美国承担关税成本而不提高产品价格；在欧洲一方面降价，另一方面显著提升线上直销的比例，这些因素共同导致了利润率的下降。2024 年，石头的营收达到 119 亿元，同比增长 37.8%，我们预计 2024 年石头的扫地机收入和销量已经位居全球首位。

图1：公司年度营业收入及同比增速



资料来源：公司公告，中国银河证券研究院

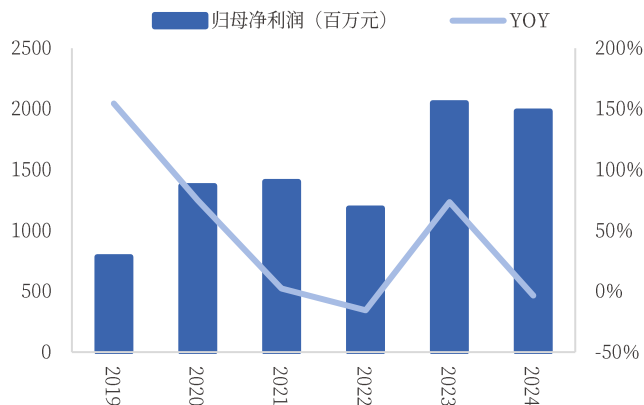
图2：公司收入结构（百万元）



资料来源：公司公告，中国银河证券研究院

从产业的角度审视，公司的战略选择是明智的。1) 根据公司业绩快报，预计 2024 年实现营收 119.27 亿元，同比增长 37.82%；归母净利润 19.81 亿元，同比下滑 3.42%，扣非归母净利润 16.25 亿元，同比减少 11.00%。从单季角度来看，1Q2024-4Q2024 的归母净利润率分别为 21.7%、28%、13.6%、10.3%，下降趋势明显，导致 3Q2024、4Q2024 的利润同比下滑。尽管部分投资者对公司利润率的下降感到困惑，但考虑到产业发展的阶段，扫地机的用户体验已趋于成熟，并且进入了长期渗透率提升的增长阶段。在这样的背景下，抢占市场份额并实现规模效应是行业普遍采取的策略。2) 我们预计从 2025 年开始，公司的利润率将保持在类似第四季度 2024 年的水平，同时市场份额将迅速增长，直至明显领先于第二名。如果持续当前的策略，公司有望在中国、欧洲和美国的扫地机器人市场份额中均占据首位。

图3：公司年度归母净利润及同比增速



资料来源：公司公告，中国银河证券研究院

备注：2024年为业绩快报数据

图4：公司季度归母净利润率

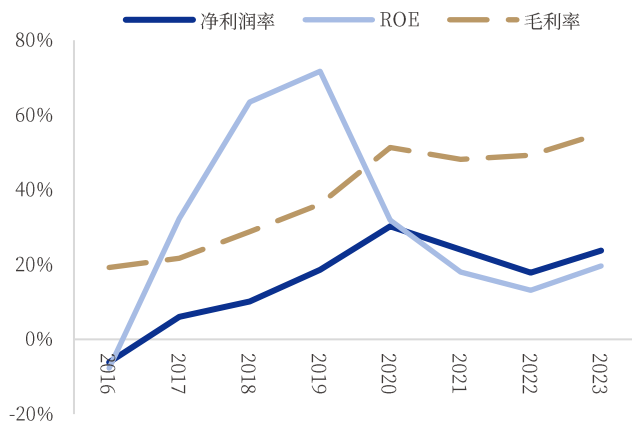


资料来源：公司公告，中国银河证券研究院

备注：2024Q4根据业绩快报测算。

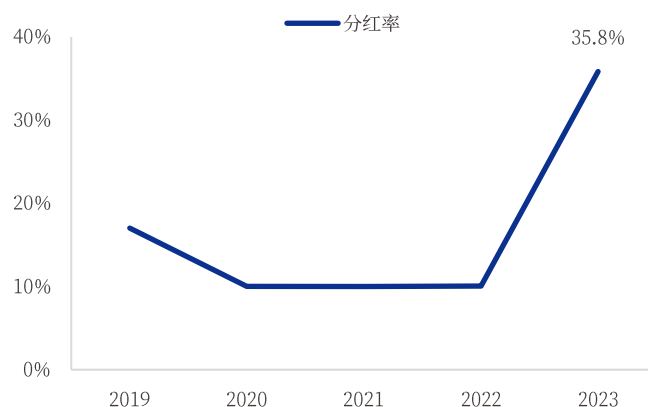
近年来，得益于全球化和高端化的发展思路，公司产品竞争力强化，在国内外高端扫地机市场份额提升，拉动毛利率不断上行，高毛利产品推广顺畅为当前公司加大营销投入、拓展下沉市场份额提供了坚实基础。2024年前三季度公司销售、管理、财务、研发费用率分别为22.31%、3.33%、-1.65%、9.14%，同比分别提高了3.50、0.32、0.30、1.26个百分点，总费用率达到33.13%，同比增加5.37个百分点；其中24Q3销售费用率为26.18%，管理费用率为3.80%，财务费用率为-0.49%，研发费用率为8.90%，主要系公司为加强市场拓展和产品研发，销售费用和研发费用有所抬升。

图5：公司年度毛利率、归母净利润率及ROE



资料来源：公司公告，中国银河证券研究院

图6：公司年度分红率



资料来源：公司公告，中国银河证券研究院

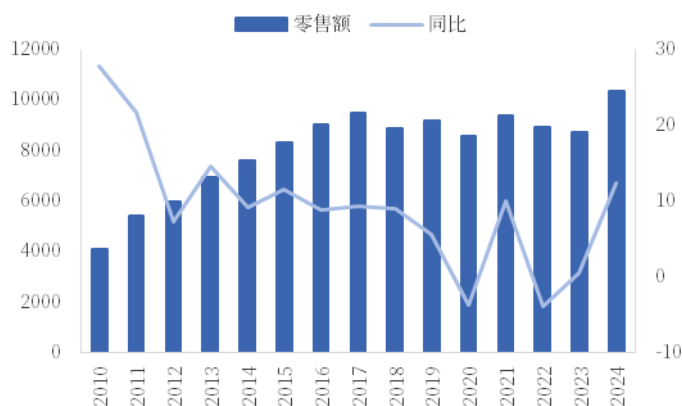
二、以旧换新政策拉动下的家电市场

2024 年下半年，大规模国家消费刺激政策的推出后，消费板块最差的时刻已过。2025 年消费补贴政策延续，继续大规模刺激，奠定了消费板块转折的基础。

2024 年 7 月 24 日，国家发展改革委、财政部印发《关于加力支持大规模设备更新和消费品以旧换新的若干措施》的通知，统筹安排 3000 亿元左右超长期特别国债资金，加力支持大规模设备更新和消费品以旧换新。其中消费品补贴安排 1500 亿元，细分方向包括家电以旧换新、汽车以旧换新、旧房装修、厨卫改造、智能家居、居家适老化改造。资金分配到各地方，各地方按照产业特点有较大幅度自主权。

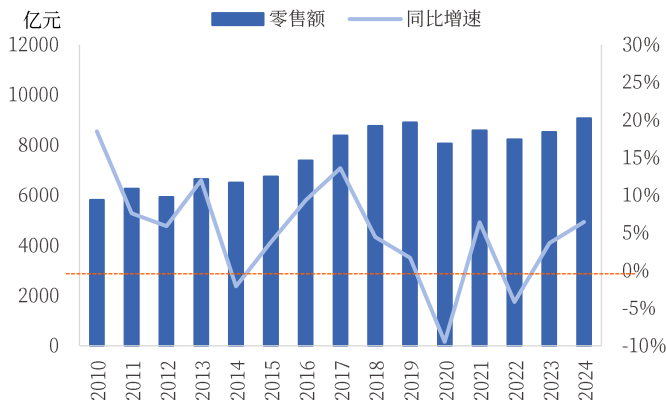
以旧换新补贴品类中家电最受益。从市场整体来看，2024 年家电社零累计达 10307 亿元，首次突破万亿，同比增长 12.30%，创近十年来最好增速。从政策效果角度来看，以旧换新补贴对家电消费的提振较为显著，8 月补贴落地后，9 至 12 月家电社零合计同比大增 29.95%，对社零总额贡献度由去年同期的 1.75% 提升至 2.38%，强势助推社零增长。根据商务部数据统计，2024 年以旧换新 8 大类家电产品实现销售量 6200 多万台，直接拉动消费近 2700 亿元。此外，补贴显著降低中高端家电产品购买门槛，有效推动家电产品焕新升级，带动市场结构优化，头部企业充分受益，规模以上企业销售同比增速较市场整体零售增速表现更强。

图7：家电社消零售额累计（亿-左轴）与同比增速（%-右轴）



资料来源：iFind、中国银河证券研究院

图8：家电零售额 AVC 推总（年度）

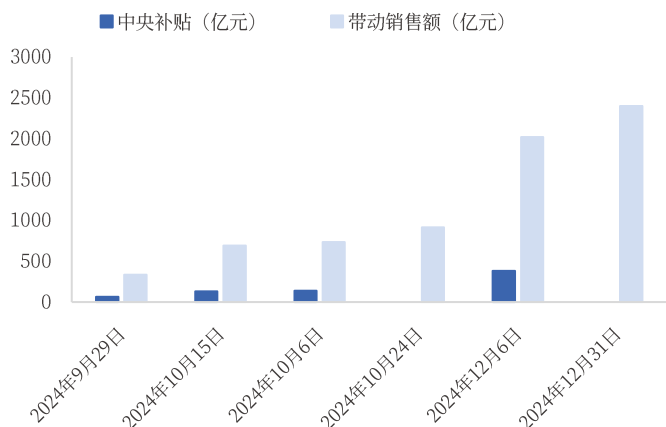


资料来源：奥维云网，中国银河证券研究院

2025 年补贴政策已无缝衔接，家电内销有望得到支撑。根据商务部数据显示，截至 3 月 5 日，全国共收到 2025 年汽车报废更新补贴申请超 31 万份，汽车置换更新补贴申请超 70 万份，合计超过 100 万，超 940 万名消费者购买 12 大类家电以旧换新产品超 1200 万台、已有超 3400 万名消费者申请了超 4200 万件手机等数码产品购新补贴。

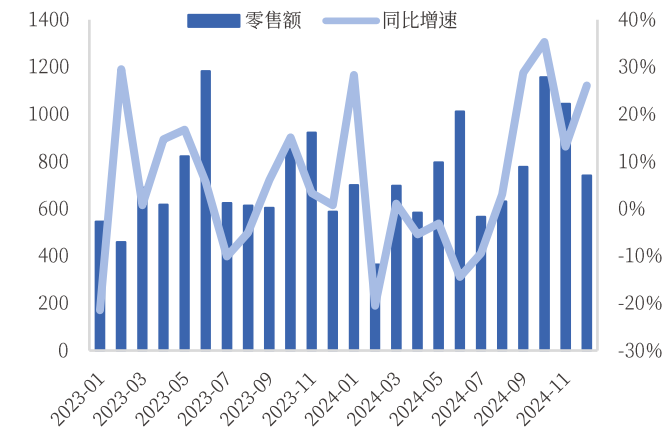
从单月情况来看，1 月受春节假期和物流影响，消费释放不充分，预计 2 月起家电销售有望恢复常态。奥维云网（AVC）监测数据显示，2025 年 1 月我国家电线上市场（不含 3C）零售额、零售量分别同比下滑 12.0% 和 11.1%，线下零售额、零售量分别同比下滑 11.7% 和 9.1%。受春节较去年同期月度时间错位的影响，物流、门店营业及营销时间差异导致销售额波动，预计 2 月起家电在政策拉动下回归常态，较低基数下有望录得良好增长。

图9：2024 年以旧换新国补对家电销售额的拉动情况



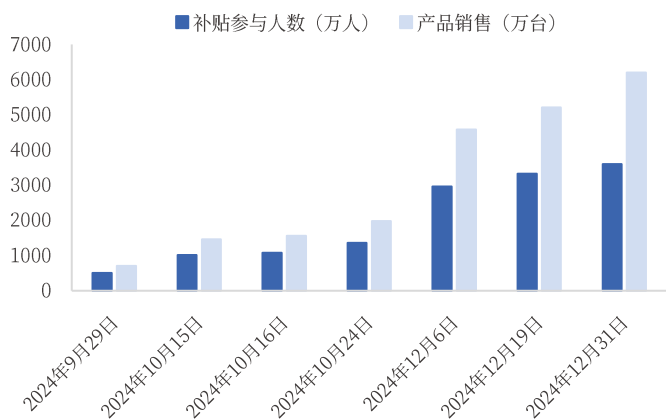
资料来源：商务部，中国银河证券研究院

图10：家电零售额（亿元）



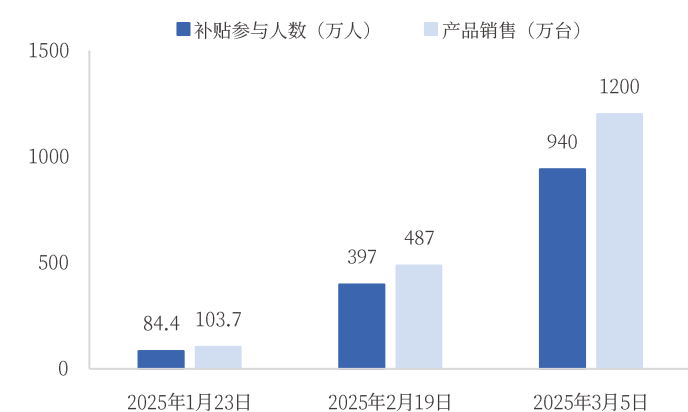
资料来源：奥维云网，中国银河证券研究院

图11：2024 年家电国补参与情况



资料来源：商务部，中国银河证券研究院

图12：2025 年家电国补参与情况



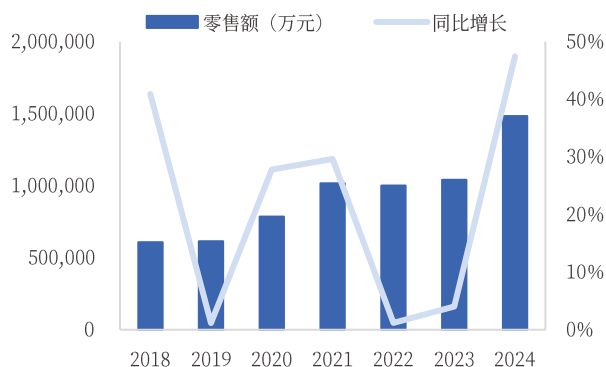
资料来源：商务部，中国银河证券研究院

三、清洁电器行业销售情况

2024 年清洁电器增速靓丽，以旧换新拉动消费复苏效果明显。奥维云网（AVC）监测数据显示，2024 年中国清洁电器行业销售额 423 亿元，成为第六大家电品类，较 2023 年规模同比增长 24.4%，零售量 3035 万台，同比增长 22.8%。虽然清洁电器并不在“国补”8 大类之中，但大多数地方政府均将清洁电器纳入了补贴范围，政策发布前，清洁电器零售额 1-9 月累计同比增长 11.0%，10-12 月累计同比增速快速提升至 46.2%，显著受益于政策拉动。

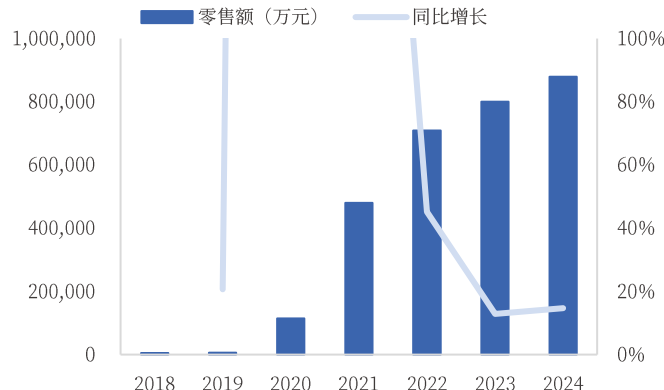
分品类来看，吸尘器止跌回暖，洗地机价格竞争延续，扫地机器人成为最受益于国补的品类。根据奥维云网 AVC 数据，2024 年扫地机器人推总规模达到了 193.6 亿元，同比增长 41.1%，且均价同比增长 7.2%。主要受益于以下几方面因素：1）各地方政府均将扫地机器人纳入补贴范围，扫地机器人受政策覆盖度最高。2）扫地机品类客单价较高，消费者对价格敏感，补贴后折扣力度较大，对拉动消费效果明显。洗地机方面，品类周期红利减弱，行业竞争加剧，厂商大力推新、降价，洗地机增速逐步放缓，2024 年销售达 140.9 亿元，同比增长 15.4%，均价下滑，同比下降 12%。吸尘器连续大幅下滑后市场止跌，政策刺激叠加社交电商新渠道推动，全年实现销额同比增长 11.0%。

图13：2024 年扫地机线上零售额在国补拉动下录得良好增长



资料来源：奥维云网，中国银河证券研究院

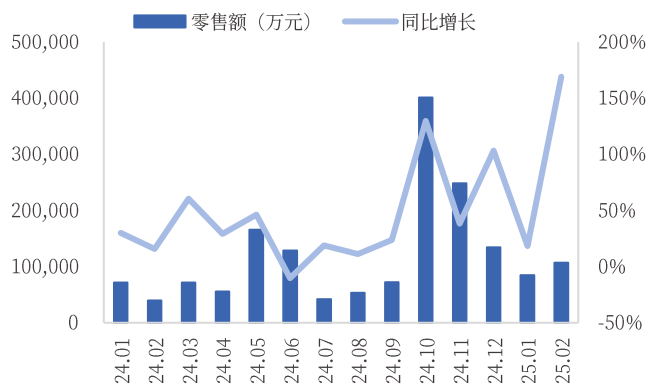
图14：洗地机历经前几年高增后缺少新的驱动，线上销售增长缓慢



资料来源：奥维云网，中国银河证券研究院

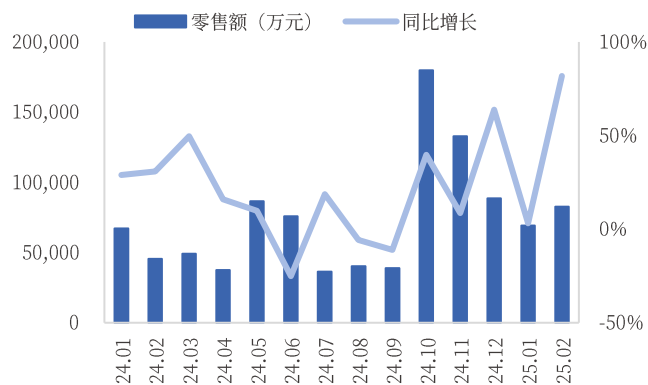
从单月角度来看，2025 年 2 月扫地机器人线上零售额达 10.71 亿元，同比大增 169%，主要得益于国补延续且品类拓宽后，扫地机购买门槛较 2024 年同期显著下降，市场呈现量价齐升的良好增长态势。其中石头科技扫地机线上零售额测算为 2.79 亿元，同比大增 216.3%。

图15：扫地机器人单月线上零售额及同比增速



资料来源：奥维云网，中国银河证券研究院

图16：洗地机单月线上零售额及同比增速



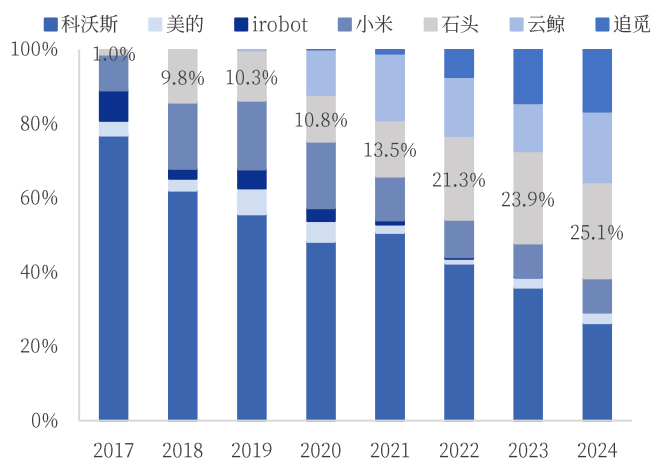
资料来源：奥维云网，中国银河证券研究院

扫地机器人行业壁垒较高，品牌高度集中，头部品牌受益国补将更为充分。根据奥维云网数据

显示，2024 年扫地机行业 TOP5 品牌集中度达到了 93.6%，洗地机洗牌加剧，长尾品牌逐步出清，但格局较扫地机来说难言优化。

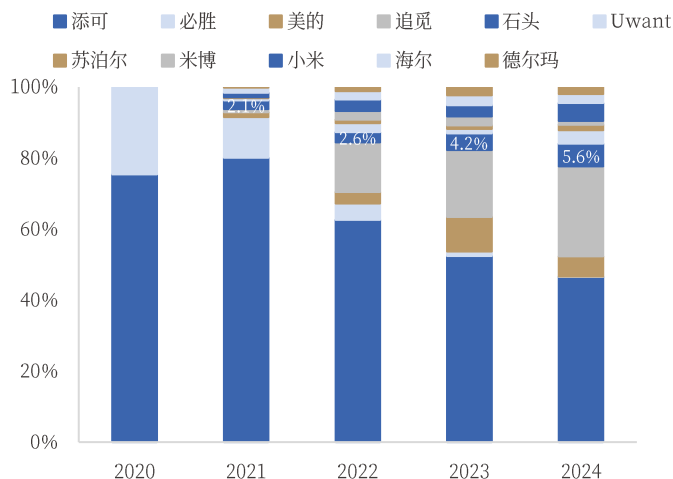
公司产品竞争力较强，市占率稳步抬升。2024 年石头科技在扫地机器人线上市场份额达 25.1%，较 2023 年提升 1.2 个百分点，与科沃斯的差距（2024 年线上占比 25.5%）持续缩小。洗地机方面，公司线上零售份额达 5.6%，超过美的、德尔玛和小米，跻身行业前三，尤其从月度角度来看，2024 年 10 月石头科技洗地机线上零售额占比在双十一大促阶段快速提升至 13%，截至 2025 年 2 月均维持此水平，若势头延续，预计 2024 年公司在洗地机市场份额同比将有一定提升。

图17：扫地机器人线上零售格局（年累计销售额口径）



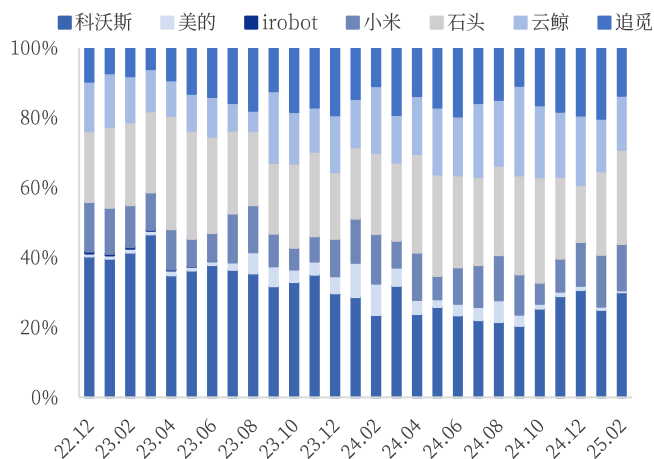
资料来源：奥维云网，中国银河证券研究院

图18：洗地机线上零售格局（年累计销售额口径）



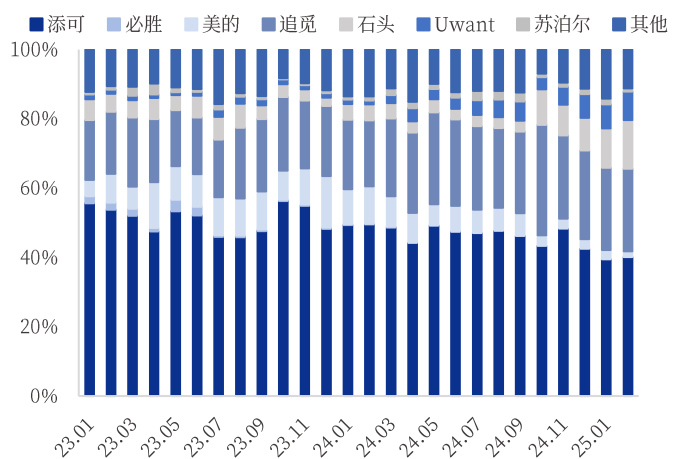
资料来源：奥维云网，中国银河证券研究院

图19：扫地机器人线上零售格局（月度销售额口径）



资料来源：奥维云网，中国银河证券研究院

图20：洗地机线上零售格局（月度销售额口径）



资料来源：奥维云网，中国银河证券研究院

四、投资建议

我们预计公司 2024-2026 年归母净利润为 19.81/18.52/24.13 亿元，EPS 分别为 10.73/10.03/13.06 元。我们预计利润率的下降导致公司在 2025 年面临利润下降的压力，尤其是上半年，但随着公司市场份额的持续扩大，以及预计 2026 年利润率将趋于稳定，预计公司将在 2026 年重新进入收入和利润的快速增长期。因此，我们维持对公司的“推荐”评级。

表：主要财务指标预测

	2023A	2024E	2025E	2026E
营业收入(百万元)	8653.78	11926.73	15675.64	20407.68
收入增长率%	30.55	37.82	31.43	30.19
归母净利润（百万元）	2051.22	1981.27	1852.46	2413.33
利润增速%	73.32	-3.41	-6.50	30.28
摊薄 EPS(元)	11.10	10.73	10.03	13.06
PE	21.42	22.17	23.72	18.20

资料来源：公司公告，中国银河证券研究院

五、风险提示

竞争加剧的风险、国际贸易环境不确定性的风险。

附录：

公司财务预测表

资产负债表（百万元）	2023A	2024E	2025E	2026E
流动资产	8896.87	10628.28	12941.48	15799.29
现金	892.97	2341.07	3727.73	5543.68
应收账款	274.69	428.40	576.47	727.55
其它应收款	693.06	564.10	813.18	1123.47
预付账款	62.62	79.16	112.90	148.13
存货	928.19	1168.80	1664.92	2209.70
其他	6045.34	6046.76	6046.27	6046.76
非流动资产	5479.77	5432.01	5368.93	5299.31
长期投资	20.35	20.35	20.35	20.35
固定资产	1285.74	1271.47	1241.89	1205.77
无形资产	18.45	14.82	11.19	7.56
其他	4155.23	4125.37	4095.50	4065.63
资产总计	14376.64	16060.29	18310.40	21098.60
流动负债	2879.06	3314.01	4375.71	5615.69
短期借款	0.00	0.00	0.00	0.00
应付账款	1499.12	1751.08	2477.94	3313.88
其他	1379.94	1562.92	1897.77	2301.81
非流动负债	116.07	116.07	116.07	116.07
长期借款	0.00	0.00	0.00	0.00
其他	116.07	116.07	116.07	116.07
负债合计	2995.14	3430.08	4491.79	5731.77
少数股东权益	0.98	0.96	0.95	0.94
归属母公司股东权益	11380.53	12629.25	13817.67	15365.90
负债和股东权益	14376.64	16060.29	18310.40	21098.60
现金流量表(百万元)	2023A	2024E	2025E	2026E
经营活动现金流	2185.93	2172.79	2038.44	2638.99
净利润	2051.20	1981.26	1852.45	2413.31
折旧摊销	140.86	153.69	163.20	173.02
财务费用	-100.39	2.19	2.19	2.19
投资损失	-62.47	-107.34	-109.73	-142.85
营运资金变动	178.69	61.62	135.17	198.12
其它	-21.96	81.37	-4.84	-4.80
投资活动现金流	-2348.21	10.05	14.46	44.25
资本支出	-247.13	-97.29	-95.27	-98.60
长期投资	-2257.67	0.00	0.00	0.00
其他	156.59	107.34	109.73	142.85
筹资活动现金流	198.97	-746.51	-666.24	-867.29
短期借款	0.00	0.00	0.00	0.00
长期借款	0.00	0.00	0.00	0.00
其他	198.97	-746.51	-666.24	-867.29
现金净增加额	48.47	1448.10	1386.66	1815.95

资料来源：公司数据，中国银河证券研究院

利润表（百万元）	2023A	2024E	2025E	2026E
营业收入	8653.78	11926.73	15675.64	20407.68
营业成本	3882.55	5694.51	7813.89	10183.58
营业税金及附加	74.60	102.82	135.14	175.94
营业费用	1817.25	2862.41	4232.42	5510.07
管理费用	210.98	298.17	382.18	497.54
财务费用	-138.60	-116.67	-44.63	-72.36
资产减值损失	-148.05	-90.00	0.00	0.00
公允价值变动收益	114.31	0.00	0.00	0.00
投资净收益	62.47	107.34	109.73	142.85
营业利润	2317.21	2090.24	2092.26	2727.23
营业外收入	2.70	7.79	3.71	3.07
营业外支出	0.12	0.35	0.43	0.30
利润总额	2319.78	2097.68	2095.53	2729.99
所得税	268.58	116.42	243.08	316.68
净利润	2051.20	1981.26	1852.45	2413.31
少数股东损益	-0.01	-0.01	-0.01	-0.01
归属母公司净利润	2051.22	1981.27	1852.46	2413.33
EBITDA	2322.04	2134.70	2214.11	2830.65
EPS（元）	11.10	10.73	10.03	13.06

主要财务比率	2023A	2024E	2025E	2026E
营业收入增速	30.55%	37.82%	31.43%	30.19%
营业利润增速	72.36%	-9.79%	0.10%	30.35%
归属母公司净利润增	73.32%	-3.41%	-6.50%	30.28%
毛利率	55.13%	52.25%	50.15%	50.10%
净利率	23.70%	16.61%	11.82%	11.83%
ROE	18.02%	15.69%	13.41%	15.71%
ROIC	16.75%	14.66%	12.99%	15.16%
资产负债率	20.83%	21.36%	24.53%	27.17%
净负债比率	-6.66%	-17.46%	-26.00%	-35.20%
流动比率	3.09	3.21	2.96	2.81
速动比率	2.39	2.52	2.32	2.21
总资产周转率	0.69	0.78	0.91	1.04
应收账款周转率	28.74	33.93	31.20	31.30
应付账款周转率	3.53	3.50	3.70	3.52
每股收益	11.10	10.73	10.03	13.06
每股经营现金	11.83	11.76	11.04	14.29
每股净资产	61.61	68.37	74.80	83.18
P/E	21.42	22.17	23.72	18.20
P/B	3.86	3.48	3.18	2.86
EV/EBITDA	15.69	19.55	18.22	13.61
P/S	5.08	3.68	2.80	2.15

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。

何伟，研究所副所长、大消费负责人。上海交通大学理学硕士。2009-2011 入职光大证券研究所担任家电分析师；2012-2024 入职中国国际金融股份有限公司担任家电首席分析师，董事总经理；于 2025 年加入中国银河证券股份有限公司研究院。2022 年、2023 年荣获 II China 机构投资者·财新资本市场分析师成就奖，可选消费行业最佳分析师（大陆&海外综合）第一。

杨策，家电行业分析师，伦敦国王大学理学硕士，于 2018 年加入中国银河证券股份有限公司研究院，从事家电行业研究工作。

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）向其客户提供。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。

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资料来源是可靠的，所载内容及观点客观公正，但不担保其准确性或完整性。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分，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。

本报告版权归银河证券所有并保留最终解释权。

评级标准

评级标准	评级	说明
评级标准为报告发布日后的 6 到 12 个月行业指数（或公司股价）相对市场表现，其中：A 股市场以沪深 300 指数为基准，新三板市场以三板成指（针对协议转让标的）或三板做市指数（针对做市转让标的）为基准，北交所市场以北证 50 指数为基准，香港市场以恒生指数为基准。	行业评级	推荐：相对基准指数涨幅 10%以上
		中性：相对基准指数涨幅在-5%~10%之间
		回避：相对基准指数跌幅 5%以上
	公司评级	推荐：相对基准指数涨幅 20%以上
		谨慎推荐：相对基准指数涨幅在 5%~20%之间
		中性：相对基准指数涨幅在-5%~5%之间
		回避：相对基准指数跌幅 5%以上

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

北京市丰台区西营街 8 号院 1 号楼青海金融大厦

公司网址：www.chinastock.com.cn

机构请致电：

深广地区：程 曦 0755-83471683 chengxi_yj@chinastock.com.cn
 苏一耘 0755-83479312 suyiyun_yj@chinastock.com.cn
 上海地区：陆韵如 021-60387901 luyunru_yj@chinastock.com.cn
 李洋洋 021-20252671 liyangyang_yj@chinastock.com.cn
 北京地区：田 薇 010-80927721 tianwei@chinastock.com.cn
 褚 颖 010-80927755 chuying_yj@chinastock.com.cn