

2025 年 06 月 20 日

证券研究报告·公司专题报告

内蒙新华（603230）传媒

当前价：12.18 元

目标价：——元（6 个月）



西南证券
SOUTHWEST SECURITIES

内蒙出版发行龙头，智慧转型持续赋能

投资要点

- 推荐逻辑：**1) 公司作为内蒙古出版物发行领域的龙头企业，2019-2023 年总收入稳步增长，2024 年小幅度下降，2019-2024 年的收入 CAGR 为 8%，净利润 CAGR 为 14%。2) 毛利率维持较高水平，2022 年-2025 第一季度，公司毛利率维持在 40%的水平。3) 多年来深耕图书教材的发行业务，是自治区内最大的出版物发行企业。
- 教材市场优势显著：**1) 集团是内蒙古自治区唯一具备中小学教材发行资质的企业，2019-2023 年教材收入 CAGR 为 11.9%，2024 年小幅度下降，收入为 4.86 亿。2) 内蒙古自治区义务教育巩固率呈上升趋势，2024 年达到 98.76%。3) 公司成熟的教材发行体系、稳定的市场需求以及对教育政策的精准把控，教材单价维持在 6 元左右。
- 内蒙新华在图书市场的地位持续巩固：**1) 线下渠道密度紧凑，截至 2024 年集团拥有线下实体店 242 家，相比 2023 年新增 10 家，对全区实体书店进行形象、业态、营销、服务“四个升级”，改造 98 家书店，打造特色主题。2) 建成“七进工程”网点 130 余家、自动售书机 55 台、流动售书车 33 辆，与 11590 家草原书屋持续合作。3) 线上渠道增速领跑，线上购书自有平台 2023 年上半年实现销售 751.5 万元，覆盖全区 12 盟市及旗县、乡镇、嘎查。开启直播赛道，打造直播基地，开播 19 天累计直播 1176 小时，实现单日 GMV 突破 1000、2000、3000、5000 的阶梯式跨越，取得抖音书籍杂志榜单第 1、2、7 名等佳绩。
- 适应数字化时代，重塑企业生态。**截止 2024 年 12 月 31 日，“智慧书城”，“智慧供应链一体化”，“智慧运营管理”工程分别投入 3.6 亿元、1.3 亿元、825.1 万元。在智慧书城建设上，公司围绕 O2O 理念，通过发展线上电子会员，实时在线推送商品及营销活动信息，实现线上选书购书、同步配送等服务，并与实体门店的地面改造升级相协同。智慧供应链一体化建设项目将在呼和浩特建设物流总部基地，并在四个城市新建物流中心节点，建立“物联网+图书+大数据”的智能化出版物流模式。
- 盈利预测：**预计 2025-2027 年归母净利润分别为 3.7 亿元、3.9 亿元和 4.2 亿元，对应的 PE 分别为 12 倍、11 倍、10 倍。
- 风险提示：**线上竞争格局加剧风险；线下实体书店市场空间回落风险；出生人口下降导致教材教辅需求回落风险。

指标/年度	2024A	2025E	2026E	2027E
营业收入(百万元)	1810.86	1893.43	1984.55	2080.80
增长率	-1.57%	4.56%	4.81%	4.85%
归属母公司净利润(百万元)	338.08	370.00	392.66	419.04
增长率	7.39%	9.44%	6.12%	6.72%
每股收益 EPS(元)	0.96	1.05	1.11	1.19
净资产收益率 ROE	12.29%	12.52%	12.42%	12.39%
PE	13	12	11	10
PB	1.56	1.46	1.36	1.27

数据来源：Wind，西南证券

西南证券研究院

分析师：刘言

执业证号：S1250515070002

电话：023-67791663

邮箱：liuyan@swsc.com.cn

分析师：阮雯

执业证号：S1250522100004

电话：021-68416017

邮箱：rw@swsc.com.cn

相对指数表现



数据来源：聚源数据

基础数据

总股本(亿股)	3.54
流通 A 股(亿股)	3.54
52 周内股价区间(元)	9.94-14.66
总市值(亿元)	43.06
总资产(亿元)	47.43
每股净资产(元)	8.22

相关研究

请务必阅读正文后的重要声明部分

目 录

1 公司概况：内蒙出版物发行领域的龙头企业	1
1.1 顺应时代变化，深耕出版发行赛道	1
1.2 内蒙新华控股，股权结构稳定	1
1.3 利润保持稳定增长	2
1.4 聚焦图书教材核心赛道，实现长效发展	3
2 行业概览：图书市场回暖，数字化阅读教育发展	4
2.1 图书市场缓慢回暖，教材市场竞争激烈	4
2.2 数字化学习持续发展，线上图书销售规模增加	5
2.3 文化消费需求升级	7
3 竞争优势：品牌立本深耕教材图书，智能增效拓展多元渠道	8
3.1 成熟品牌奠基础，多元计划赋能价值	8
3.2 内蒙新华在教材市场的竞争优势显著	9
3.3 内蒙新华在图书市场的地位持续巩固	10
3.4 智慧建设赋能，开启全维度升级	16
4 盈利预测与估值	17
5 风险提示	18

图 目 录

图 1: 公司发展历程.....	1
图 2: 公司股权结构.....	2
图 3: 公司 2018 年以来营业收入及增速.....	2
图 4: 公司 2018 年以来净利润与增速.....	2
图 5: 公司 2018 年以来销售毛利率.....	3
图 6: 公司 2018 年以来的销售净利率.....	3
图 7: 公司 2023 年以来主营产品收入 (亿元).....	3
图 8: 公司 2023 年以来主营产品收入占比.....	3
图 9: 公司 2023 年以来主营业务毛利率.....	4
图 10: 2021-2024 中国图书零售市场规模.....	4
图 11: 2024 年中国图书零售市场细分品类份额.....	5
图 12: 2022-2024 年中小学生人数情况.....	5
图 13: 2021-2024 年数字教育市场规模.....	6
图 14: 中国大学 MOOC 平台.....	6
图 15: 国家智慧教育公共平台.....	6
图 16: 2021-2024 年中国数字阅读用户规模.....	7
图 17: 2023 年中国图书不同渠道码洋结构比例.....	7
图 18: 2024 年中国图书不同渠道码洋结构比例.....	7
图 19: 《红楼梦》四十周年纪念版.....	8
图 20: 《剑来·笼中雀》限时机缘版.....	8
图 21: 内蒙古新华书店荣获第三届全国“最美书店”称号.....	8
图 22: 内蒙古新华书店荣获全国成长性企业 30 强.....	8
图 23: 内蒙新华教材平均单价.....	10
图 24: 内蒙新华教材销售数量.....	10
图 25: 2021-2024 内蒙新华线下门店数量.....	10
图 26: “鸿雁阅读”办理借阅卡.....	13
图 27: “鸿雁阅读”APP.....	13
图 28: 村民们在草原书屋里交流探讨文化知识.....	13
图 29: “草原借阅+”小程序.....	13
图 30: “内蒙新华马上购”小程序.....	14
图 31: 内蒙新华直播培训班.....	15
图 32: 2022-2024 年抖音图书销量.....	15
图 33: 品牌直播间活动.....	16
图 34: 内蒙新华数字管理平台.....	17

表 目 录

表 1：教辅出版社竞争格局	5
表 2：内蒙古自治区中小学在校人数.....	9
表 3：内蒙古线下书店对比	11
表 4：七进工程部分项目	11
表 5：分业务收入及毛利率	18
表 6：可比公司估值.....	18
附表：财务预测与估值	19

1 公司概况：内蒙出版物发行领域的龙头企业

内蒙新华是一家主营文化消费、教育服务、现代物流及其他文化相关业务等的内蒙古自治区出版物发行领域的龙头企业，主要产品是教材图书、一般图书、教育装备及文化用品，依托自治区全域覆盖的教育服务体系及专业服务团队，为内蒙古自治区基础教育系统提供教材教辅、教育装备、教育信息化等相关教育服务，公司业务布局覆盖实体书店连锁运营、电商平台运营、团体采购直销及流动售书车等全渠道体系，在夯实线下实体门店服务能力的同时，适应数字化时代浪潮，构建“新媒体矩阵+社群运营”双轮驱动的线上营销体系，形成“线上线下融合、公域私域联动”的全链路营销生态，持续提升经营效能与市场竞争力。

1.1 顺应时代变化，深耕出版发行赛道

1947年，内蒙古新华发行集团的前身“内蒙古新华书店”成立，1993年实现全区新华书店“人财物”三权统管，初步建立市场化经营机制，1998年，完成公司制改造，成立内蒙古新华书店集团有限责任公司，2006年对全区新华书店和外文书店进行战略性重组，吸纳内蒙古爱信达教育印务有限责任公司，组建内蒙古新华发行集团股份有限公司，成为自治区首家以资产为纽带的大型文化产业集团，2008年深化股份制改革，建立健全法人治理结构，成立内蒙古呼伦贝尔市新华书店有限公司。2012起逐步构建“421”治理体系强化市场化改革与精细化管理以打造现代企业制度，2014年，成立内蒙古新华发行集团现代物流有限公司。2017年，成立内蒙古新华发行集团教育科技服务有限公司。2020年，皖新传媒发布公告称战略入股内蒙新华，投资金额约1.5亿元，持股占比7%，成为第二大股东。双方围绕文化消费、教育服务、现代物流等领域展开深度合作。2021年内蒙新华在上交所主板上市，成为内蒙古自治区国有文化产业“第一股”，募集资金总额约人民币约9.13亿元，变更后的注册资本为35352.3万元。

图 1：公司发展历程



数据来源：公司招股书，iFinD，西南证券整理

1.2 内蒙新华控股，股权结构稳定

内蒙古新华控股有限公司持有公司 66.46% 的股份，为第一大股东，其次是安徽新华传媒股份有限公司持股 5.25%，内蒙古蒙盐盐业集团有限公司持股 3%。公司实控人为内蒙古自治区国资委，股权结构稳定有利于公司在战略决策和资源分配上保持一致性和稳定性。

图 2：公司股权结构

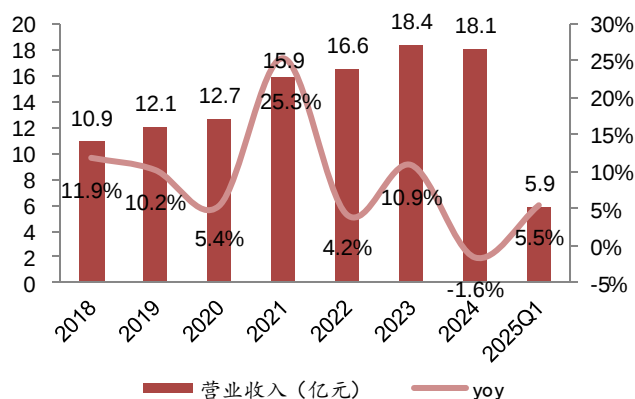


数据来源：iFinD，西南证券整理

1.3 利润保持稳定增长

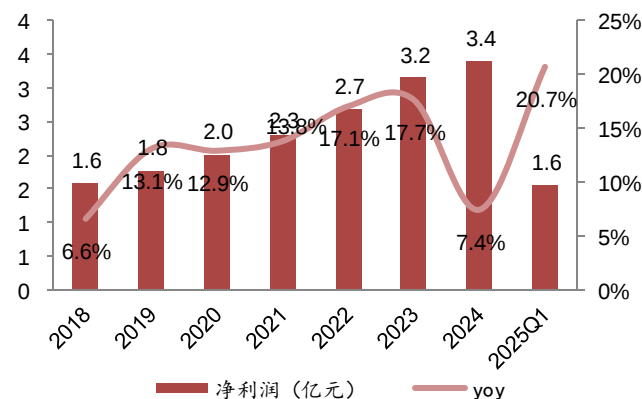
利润稳定增长：2018-2023 年，公司营收和净利润均维持稳步上涨趋势，2024 年，市场竞争激烈，公司在教材图书和教育装备及文化用品的营收分别下降 9.1% 和 20.4%，实现总收入 18.1 亿元，同比下降 1.6%；公司在营收略微下滑的情况下依然利润增长，实现净利润 3.4 亿元，同比增长 7.4%，在 2025 年及时调整，于第一季度实现营收 5.9 亿元，与去年同期相比增长 5.5%，净利润 1.6 亿元，与去年同期相比增长 20.7%。

图 3：公司 2018 年以来营业收入及增速



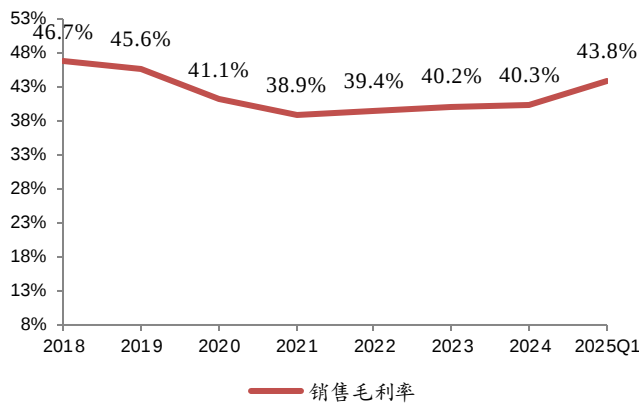
数据来源：公司公告，iFinD，西南证券整理

图 4：公司 2018 年以来净利润与增速

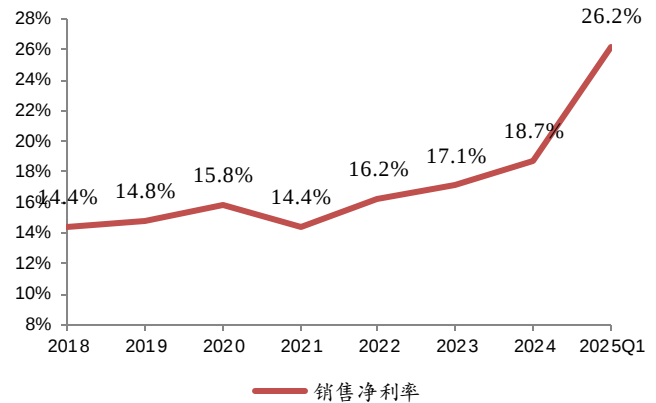


数据来源：公司公告，iFinD，西南证券整理

盈利能力增强，毛利率和净利率提升：内蒙新华在 2025 年一季度，营业收入实现增长，销售费用、管理费用、财务费用总计 1.17 亿元，三费占营收比 19.79%，同比下降 2.23%，有效控制了成本和费用的增长幅度，销售毛利率为 43.8%，同比增加了 1.9 个百分点，销售净利率为 26.2%，同比增加了 3.3 个百分点，公司通过有效的成本控制和产品附加值的提高，实现了显著的财务改善。

图 5：公司 2018 年以来销售毛利率


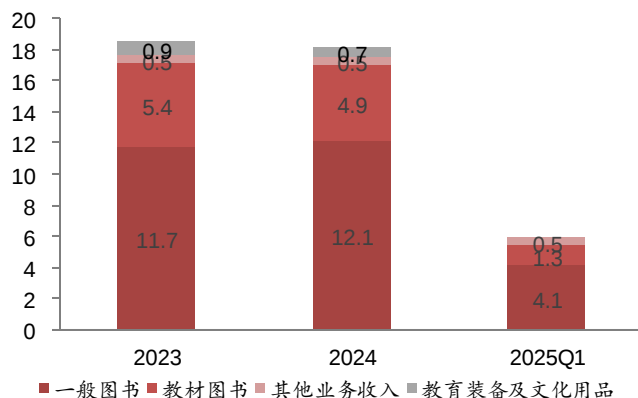
数据来源：公司公告，iFinD，西南证券整理

图 6：公司 2018 年以来的销售净利率


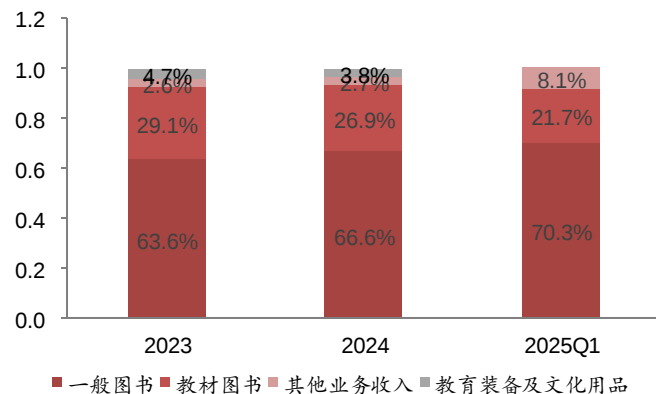
数据来源：公司公告，iFinD，西南证券整理

1.4 聚焦图书教材核心赛道，实现长效发展

内蒙新华的业务结构以教材图书为主，收入来源多元化：内蒙新华的主营业务包括出版物的批发与零售、文体用品零售、音像制品发行等，领域主要产品有教材图书、一般图书、教育装备及文化用品，覆盖文化消费、教育服务、现代物流等。长期以来“一般图书”是最大收入来源，根据 2025 年第一季度报，“一般图书”占比超 70%，毛利率达 45.8%。其次是教材图书收入占比 21.7%，毛利率 49.1%，教材受政策性需求稳定，但受行业竞争影响，收入同比下滑 8.3%。

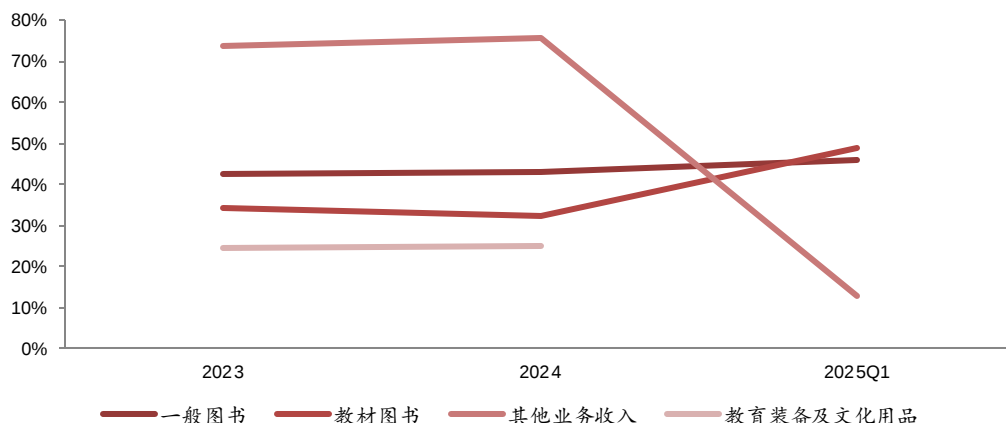
图 7：公司 2023 年以来主营产品收入（亿元）


数据来源：公司公告，iFinD，西南证券整理

图 8：公司 2023 年以来主营产品收入占比


数据来源：公司公告，iFinD，西南证券整理

图 9：公司 2023 年以来主营业务毛利率



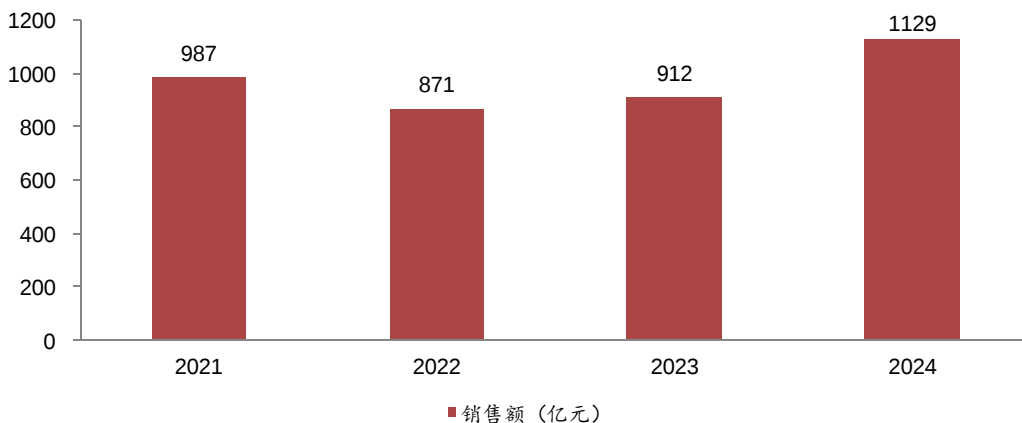
数据来源：iFinD，西南证券整理

2 行业概览：图书市场回暖，数字化阅读教育发展

2.1 图书市场缓慢回暖，教材市场竞争激烈

图书呈现出缓慢复苏的态势：自 2020 年新冠疫情之后，我国图书零售市场一直处于波动发展状态,2023 年图书行业经营秩序全面恢复，新书品种规模有所提升，动销品种数量持续增加，零售市场规模小幅回升，但尚未回到 2023 年之前水平，进入 2024 年，零售市场码洋规模增长再次出现小幅波动，目前市场上销售规模最大的类别仍以少儿图书和中小学教辅为多，成人阅读领域局部分类也出现新的畅销热点。北京开卷数据显示，2023 年，我国图书零售市场码洋规模为 912 亿元，同比上升 4.72%，结束了此前的负增长态势，呈现出恢复性增长，这一增长主要得益于线上渠道，尤其是短视频电商的强劲拉动。2024 年整体图书零售市场码洋规模为 1129 亿，恢复到 2019 年的 88%，2025 年第一季度，图书零售市场码洋同比上升 10.77%，其中主要来自内容电商渠道驱动，2025 年第一季度该渠道码洋同比增长率为 86.95%，而折扣是内容电商渠道增长的拉动力。

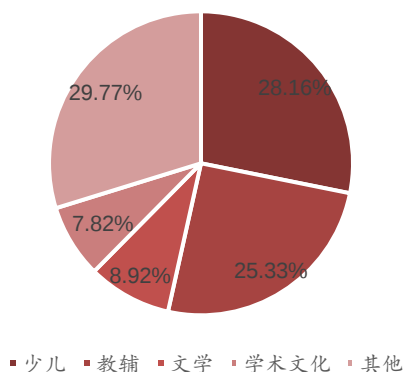
图 10：2021-2024 中国图书零售市场规模



数据来源：北京开卷，西南证券整理

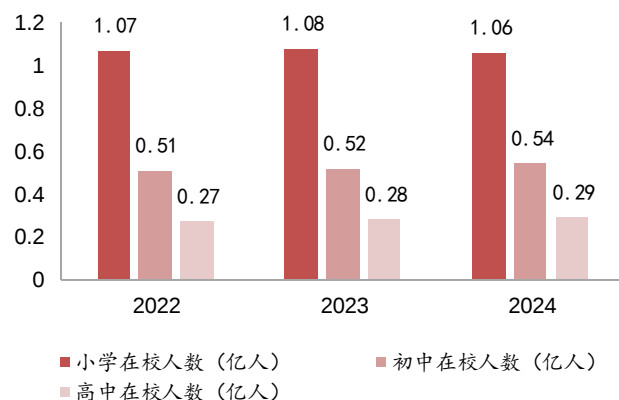
中小學生数量庞大，教材教辅需求量占比大：根据国家统计局公布的《中华人民共和国 2024 年国民经济和社会发展统计公报》显示，2024 年普通高中在校生 2922.3 万，初中在校生 5386.2 万，普通小学在校生 10584.4 万，教辅图书等助学类读物直面中小學生这一庞大的用户群体，消费者几乎遍及每个家庭，教辅图书的需求客观呈现增长态势，虽然 2021 年双减规定的出台让图书市场增添了一些变数，但教辅图书依旧是刚需，2024 年，教辅图书零售市场码洋比重为 25.33%，仅次于少儿市场，少儿和教辅类码洋占比合计超 50%，因此教辅市场竞争非常激烈，以国家省级出版企业占主导地位。

图 11：2024 年中国图书零售市场细分品类份额



数据来源：北京开卷，西南证券整理

图 12：2022-2024 年中小學生人数情况



数据来源：教育部，西南证券整理

表 1：教辅出版社竞争格局

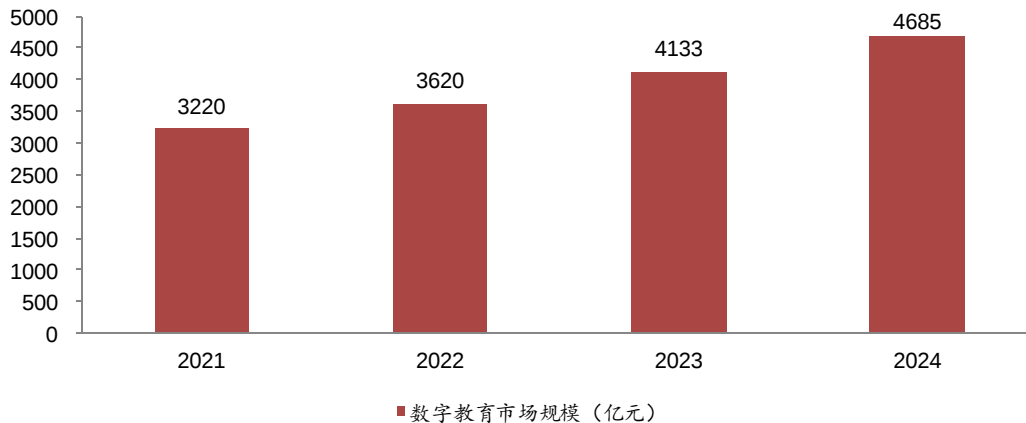
	出版社类别	出版社
第一梯队	国家/省/市级出版社	
第二梯队	规模较大的民营出版社	
第三梯队	中小型出版社	

数据来源：各出版社官网，西南证券整理

2.2 数字化学习持续发展，线上图书销售规模增加

政策与技术双轮驱动，数字教育规模实现跨越式增长：我国政策大力扶持人工智能、大数据等技术，数字教育市场持续扩张，根据中研普华产业研究院最新发布的《2025-2030 年教育信息化行业全景调研与发展趋势及前景预测报告》，预计 2025 年中国教育信息化市场规模突破 6464 亿元，智能教育硬件渗透率达 45%，在线教育用户规模突破 5.2 亿。

图 13: 2021-2024 年数字教育市场规模



数据来源: 网经社《2024 度中国数字教育市场数据报告》, 西南证券整理

图 14: 中国大学 MOOC 平台



数据来源: 中国大学 MOOC 平台, 西南证券整理

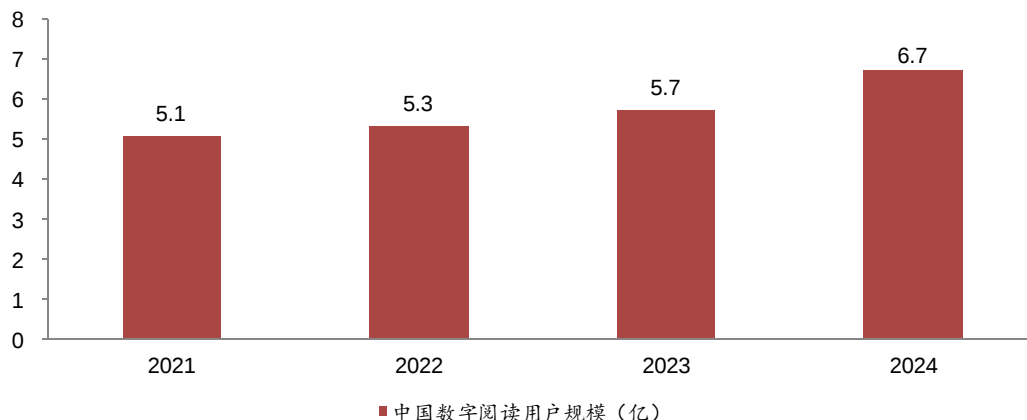
图 15: 国家智慧教育公共服务平台



数据来源: 国家智慧教育公共服务平台, 西南证券整理

适应数字洪流, 屏幕阅读成为新主流: 随着电子书和数字阅读的普及, 在这个快速发展的时代, 电子书的便捷和资源丰富性, 极大的满足了很多读者的需求, 数字化阅读已成为图书市场中不可忽视的一部分, 第四届全民阅读大会发布的《2024 年度中国数字阅读报告》显示, 2024 年, 我国数字阅读市场总体营收规模为 661.41 亿元, 同比增长 16.65%。从用户规模来看, 2024 年我国数字阅读用户规模达 6.7 亿, 同比增长 17.52%。且 26 岁及以上用户比例在过去四年实现翻倍增长, 反映出数字阅读正向中青年人群渗透。根据中研普华产业研究院《2025-2030 年中国电子书市场投资策略及前景预测研究报告》显示, 2025 年中国电子阅读用户规模已突破 7 亿, 市场规模预计达到 800 亿元。

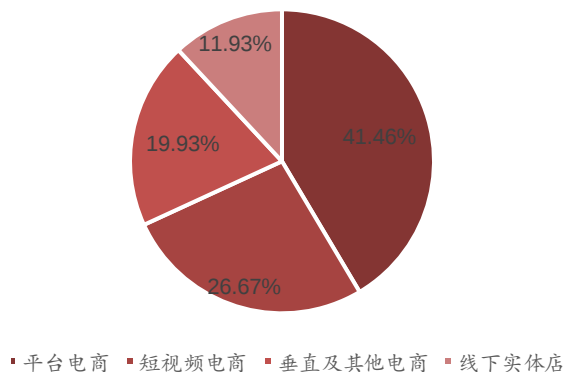
图 16: 2021-2024 年中国数字阅读用户规模



数据来源:《2024 年度中国数字阅读报告》, 西南证券整理

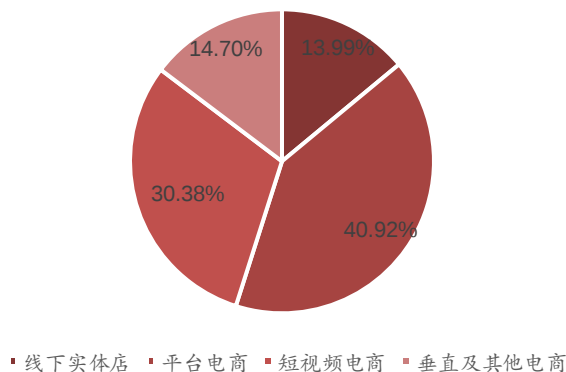
应信息化时代需求, 线上销售规模增加: 2023 年实体店渠道呈现负增长, 同比下降 18.2%, 线上平台电商作为图书零售最大渠道, 2023 年码洋比例达 41.46%, 短视频电商也呈现高速增长态势, 同比增长 70.1%, 码洋比例达到 26.67%, 一跃成为第二大图书销售渠道, 成为带动整体零售市场增长的主要动力, 垂直及其他电商码洋比例为 19.93%。2024 年实体店渠道码洋比重为 13.99%, 线上平台电商码洋比重为 40.92%, 依旧是规模最大的渠道, 短视频电商码洋比重为 30.38%, 虽然市场整体负增长, 但 2024 年第一季度, 短视频电商的实际码洋依然呈现增长态势, 同比增长 31.15%, 垂直及其他电商为码洋比重为 14.70%。

图 17: 2023 年中国图书不同渠道码洋结构比例



数据来源: 北京开卷, 西南证券整理

图 18: 2024 年中国图书不同渠道码洋结构比例



数据来源: 北京开卷, 西南证券整理

2.3 文化消费需求升级

消费者不再满足于普通的书籍设计和书店环境: 消费者不仅关注书籍的内容, 还注重书籍的装帧设计、纸张质量等, 在图书消费中, 精装版、珍藏版等高品质图书的销量呈逐年上升趋势, 其销售额在整体图书销售额中的占比逐渐提高, 比如 5 月 21 日晚 19:00,《剑来·笼中雀》限时机缘版上架, 定价 84 元, 首印 2 小时售罄, 当天喜提加印, 上市 48 小时销售码洋突破 700 万元, 但包装更精美的书籍价格也会更高, 就比如人民文学出版社的庚

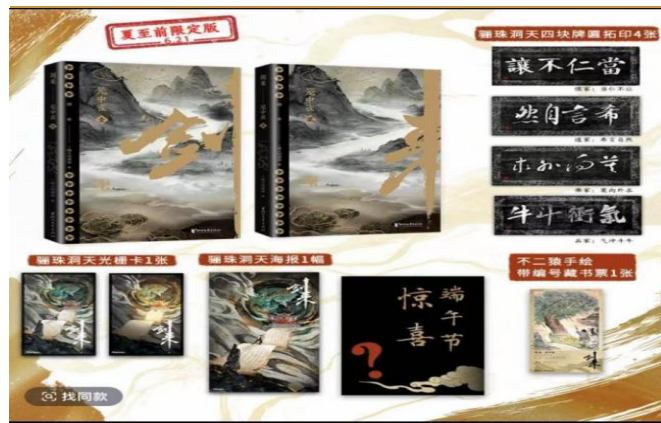
辰本+程甲本为底本的橙色封面普通字体（2册）《红楼梦》售价 39 元，而 2022 年 11 月第 4 版第 1 次印刷的《红楼梦》（人民文学出版社《红楼梦》出版发行四十周年纪念版）定价 598 元，其次环境优美、氛围舒适的书店也更吸引消费者阅读和购买书籍。

图 19：《红楼梦》四十周年纪念版



数据来源：孔夫子图书网，西南证券整理

图 20：《剑来·笼中雀》限时机缘版



数据来源：浙江文艺出版社，西南证券整理

3 竞争优势：品牌立本深耕教材图书，智能增效拓展多元渠道

3.1 成熟品牌奠基础，多元计划赋能价值

公司前身为自治区新华书店，历经多年积累，“内蒙新华”品牌在内蒙古地区拥有极高的知名度和美誉：内蒙新华多年来持续深耕传统品牌业务，多次荣获国家级荣誉，其中 2024 年内蒙古新华书店获得第三届全国“最美书店”称号，集团荣获“全国成长性文化企业 30 强”，成为自治区唯一一家入选的企业。

图 21：内蒙古新华书店荣获第三届全国“最美书店”称号



数据来源：公司官网，西南证券整理

图 22：内蒙古新华书店荣获全国成长性企业 30 强



数据来源：公司官网，西南证券整理

企业多年来持续推进多元业务计划，通过“七进工程”“鸿雁悦读”“草原书屋”的战略举措，构建起覆盖全域的文化服务网络，提升品牌影响力。“七进工程”一是利用“书店+”模式，建立新型特色书店，将书店应有的“阅读学习、展示交流、聚会休闲、创意生活”功能扩大到基层；二是上下联动，将各地文化阅读活动打造成知名度高、影响力大、覆盖面广的全民阅读品牌活动。“鸿雁悦读计划”则是企业发起的“新华书店+图书馆”模式的文化惠民工程，读者凭图书馆借书卡，可在任意新华书店、公共图书馆、文化服务中心享受通借通还服务，借阅图书费用图书馆承担。“草原书屋”工程是党中央、国务院实施的一项公共文化惠民工程和民生工程，目标是覆盖内蒙古自治区的每一个行政村，集团每年为自治区 11590 家草原书屋补充更新配送出版物 70 余万册。

3.2 内蒙新华在教材市场的竞争优势显著

内蒙新华是自治区唯一具备中小学教材发行资质的企业：内蒙新华的独家经营权形成的强大区域优势，确保了稳定的教材业务收入，2024 年教材营业收入 4.9 亿，全年面向全区 2892 所学校，382 万学生，发行中小学统编教材、教辅等 92 万余件，面临学生数量波动、线上教育冲击等因素，该业务仍因刚需属性保持相对稳定，是公司重要收入和利润来源。

内蒙古自治区的义务教育阶段巩固率呈上升趋势：2024 年以来，自治区财政下达资金 79.48 亿元支持全区基础教育发展，义务教育阶段，内蒙古通过“全面改薄”等工程改善办学条件，同时推行教师轮岗和乡村教师支持计划，保障师资，使 2023 年义务教育巩固率达 98.76%，高中阶段自治区 2023 年毛入学率 93.52%，保持在较高水平。内蒙古 2025 年启动优质高中创建活动，计划培育示范、特色高中，推进部属高校托管帮扶与县域对口帮扶，扩大优质教育资源覆盖面。假设 2025-2027 年义务教育巩固率达到 100%，高中毛入学率分别为 95%、96%、97%，我们预计这三年的内蒙古 K12 阶段在校生人数如下：

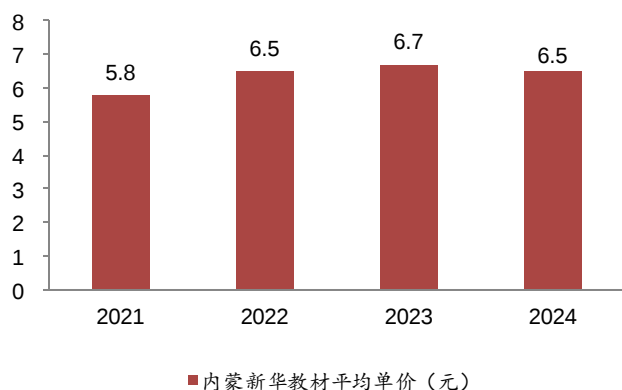
表 2：内蒙古自治区中小学在校生人数

单位（万人）	2025E	2026E	2027E
小学生在校人数（万人）	129.1	126.9	102.6
初中在校人数（万人）	67.6	66.8	67.5
高中在校人数（万人）	69.2	68.2	67.1
总计	265.9	261.9	237.2

数据来源：iFinD，西南证券整理

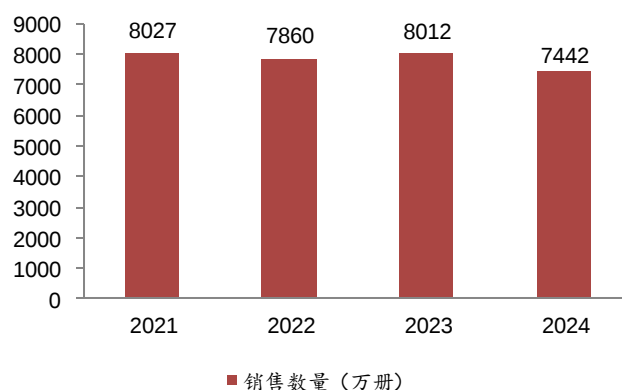
教材单价水平整体稳定：2021-2024 年的教材单价 CAGR 为 4%，呈小幅度增长趋势，2024 年竞争市场激烈，以及国家出台的部分政策影响，教材销售数量同比减少 7.1%，教材平均单价仅有小幅度下降，为 6.5 元，但整体看来，教材的价格区间处于相对稳定状态，这种稳定性得益于公司成熟的教材发行体系、稳定的市场需求以及对教育政策的精准把控，既保障了教材供应的可持续性，也为教育领域提供了价格可预期的优质服务，有效支撑了内蒙新华在教材市场的核心竞争力与行业地位。

图 23: 内蒙新华教材平均单价



数据来源: 公司官网, iFinD, 西南证券整理 (平均单价由内蒙新华集团教材收入除以销售数量数得出)。

图 24: 内蒙新华教材销售数量

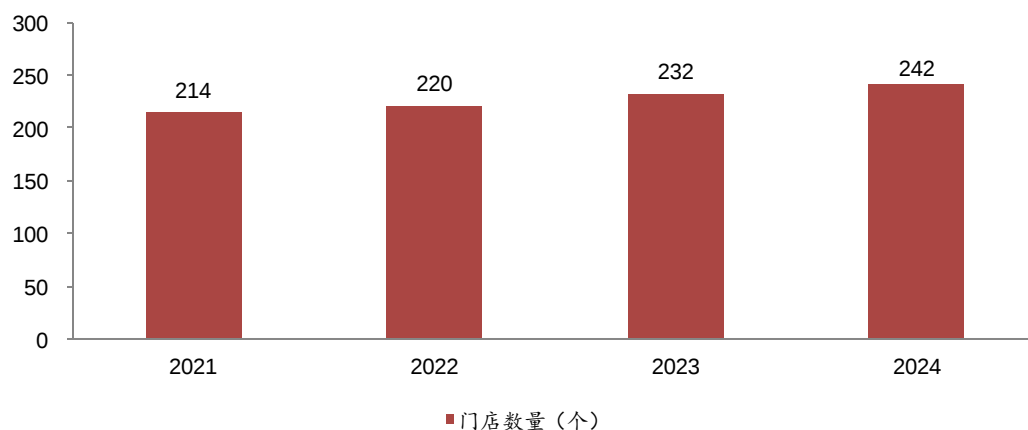


数据来源: 公司官网, iFinD, 西南证券整理

3.3 内蒙新华在图书市场的地位持续巩固

大力发展线下实体店, 为构建区域全覆盖体系: 内蒙新华大力发展线下实体店网点, 核心目标是构建覆盖全域、深度下沉的文化服务网络, 以政策赋能巩固区域市场主导权, 同时通过场景创新激活流量价值, 2024 年末, 公司在内蒙古自治区内建有各类门店 242 家, 总面积 6.11 万平方米, 其中自有产权书店面积 5.03 万平方米, 占总面积 82.32%。

图 25: 2021-2024 内蒙新华线下门店数量



数据来源: 公司年报, 西南证券整理

特色 IP 激活场景, 打造文化新地标: 为吸引消费者, 以北疆文化建设为抓手, 内蒙古新华发行集团秉持初心, 对全区实体书店进行形象、业态、营销、服务“四个升级”, 98 家传统实体书店换新貌、展新颜, 图书、咖啡、文创、研学等多模式并举, 引领社会文化新风尚, 其中“马文化”主题书店、喵屋书吧闻名全国。如今, 遍布祖国北疆大地的新华书店, 书屋, 以其独特的设计和丰富的文化内涵, 成为城市里的“文化灯塔”。

表 3：内蒙古线下书店对比

	内蒙新华	西西弗	阅立方
门店数量	242	5	22
商业模式	政策书店+文化综合体，与政府部门、出版社合作获取政策资源，融合多种文化业态，为消费者提供多样化文化消费与体验的复合型空间。	西西弗书店是一种商业综合体精品书店，为读者打造温暖、丰富、可驾驭的阅读体验，提供精准、适配的产品，带来多元、立体、差异化的文化服务。在这里，读者可沉浸于书籍，静享时光。	民营连锁+文化活动驱动，不定期组织各种主题的演讲会、分享会、签售会、读书会等活动，满足全龄受众的个性化求知需求，打造集阅读学习、社交互动、购书休闲于一体的文化众享空间。
特色主题/品类	马文化主题书店、喵书屋，红色书店等特色主题书店、非遗专区	畅销书+文创+咖啡	儿童绘本+研学服务
			

数据来源：书店官网，西南证券整理

深入推进“七进工程”：内蒙古新华发行集团从 2013 年起开始实施“七进”工程，截至目前在全区建成 130 余家“七进”工程店，援建农牧区家庭书屋 70 家、配备自动售书机 55 台、流动售书车 30 辆，每年开展流动售书 2000 余场，通过实体书店“进社区、进商圈、进学校、进机关、进企业、进军营、进医院”让阅读之光照进每一所学校、每一个家庭，全力推进全民阅读，使不同区域、不同读者群能更便捷地获取图书，满足其精神文化需求，同时还有效扩大了内蒙新华的品牌优势，通过在不同场所建立书店网点和开展文化活动，提高了公司在市场上的知名度和美誉度，形成深厚的品牌文化积淀。比如在内蒙古科技大学设立的“悦书吧”，通过举办“北疆文化进校园”交流座谈会等活动，让学生与专家围绕文化主题深入交流，增长知识、拓宽视野。

表 4：七进工程部分项目

七进工程部分项目		
进校园	2025 年 5 月 22 日—23 日，乌拉特中旗分公司、杭锦后旗分公司分别走进乌拉特中旗德岭山学校、黄河中心学校开展“书香巴彦淖尔全民阅读季”读书分享活动。	
进医院	2024 年 10 月 30 日，呼和浩特市子公司携手内蒙古自治区人民医院神经血管科共同举办“阅旧知新图书共享”公益活动暨“图书共享基地”揭牌仪式。	

七进工程部分项目		
进军营	2024 年“八一建军节”来临之际，乌海市子公司携手海勃湾区委宣传部、海勃湾区图书馆，走进武警乌海支队开展“书香溢军营文化催践行”读书分享活动。	
进社区	2025 年 5 月 17 日，阿拉善盟子公司举办“善读——邻里书坊市集”主题活动，通过“图书+文创+互动”的创新形式，吸引 300 余名居民参与。	
进商圈	2025 临近春节之际，包头市子公司积极响应全民阅读号召，以流动文化服务形式举办“阅见北疆·书香伴你过大年”系列活动，包头书城、东河区新华书店分别将书香带进中心商圈、热门景区，将优质文化资源带到市民身边，在“悦”读中喜迎新春到来。	
进机关	2024 年 8 月 2 日，乌兰察布市子公司联合区直机关工委举办“书香铸魂践初心砥砺前行担使命——感党恩听党话跟党走”主题读书分享活动。	
进企业	2025 年 5 月 22 日上午，内蒙古新华书店联合回民区总工会共同举办“奋进新征程巾帼展芳华——巾帼劳模工匠进企业行动”宣讲报告会暨“玫瑰书香书香家风”女职工主题阅读活动，	

数据来源：公司官网，西南证券整理

借阅模式革新，知识获取更便捷高效：“鸿雁悦读”是内蒙古新华发行集团与呼和浩特图书馆携手推进的借阅体系，建起图书馆与新华书店一体化的现代借阅共享新模式，打通了群众阅读的“最后一公里”，只需持身份证办理借阅卡，读者就可以用最短的时间、最便利的条件，在全市任意一家新华书店、公共图书馆、文化服务中心都可享受借书、还书保障，读者借阅的所有图书由呼和浩特图书馆买单，为了适应信息化时代，使公众阅读方式更加便捷高效，“鸿雁悦读”线上线下联动，读者还可以通过“鸿雁悦读 App”“图书快借”或者微信公众号“鸿雁快借”等，实现网络选书下单、在线借阅图书、阅读电子书、听书……

“鸿雁悦读”还分为“城区计划”与“城乡联动计划”。前者串联新华书店、图书馆等市内网点，在机关、医院、学校等公共场所设分馆；后者联通旗县、乡镇及农村牧区文化站点，借助自动购（借）书机、流动服务车等，将草原书屋等资源精准对接基层群众需求。

图 26：“鸿雁悦读”办理借阅卡



数据来源：内蒙古日报，西南证券整理

图 27：“鸿雁悦读”APP



数据来源：“鸿雁悦读”APP，西南证券整理

深入基层，与“草原书屋”持续合作：“草原书屋”工程是党中央、国务院确定实施的一项公共文化惠民工程和民生工程，目标是覆盖内蒙古自治区的每一个行政村，截至 2023 年 4 月，全区“草原书屋”已达 11,590 余家，内蒙新华每年为自治区 11590 家草原书屋补充更新配送出版物 70 余万册，数字草原书屋注册达 40 万人次。还首创“鸿雁悦读”与草原书屋一体化改革，创新“草原借阅+”小程序、发明“百姓点单”等利民方式，实现在线看书、听书和借书功能，从村村有书屋变为“人人有书屋”，进一步丰富了书屋内涵，让智慧阅读成为群众学习休闲新常态。

图 28：村民们在草原书屋交流探讨文化知识



数据来源：公司招股书，iFind，西南证券整理

图 29：“草原借阅+”小程序



数据来源：微信小程序，西南证券整理

“内蒙新华马上购”线上平台以双模式、全支付、多媒体营销促增长：公司打造的“内蒙新华马上购”是线上图书销售平台，提供到店自取和线上邮寄两种购物方式，配置的“新华钱包”实现了读者的线上线下支付，方便了消费者的购买方式，2023 年上半年该平台新增会员 4.1 万人，累计会员达 23.62 万人，实现销售 751.5 万元，全年新增会员 7.3 万人，累计会员 26.8 万人。该平台通过抖音矩阵、微信公众平台等多媒体渠道进行营销推广，覆盖全区 12 盟市及旗县、乡镇、嘎查，构建差异化经营模式。

图 30：“内蒙新华马上购”小程序



数据来源：微信小程序，西南证券整理

优化直播带货，建立直播基地：2025 年 3 月 31 日，内蒙古新华发行集团的新零售直播基地正式投入运营，同时首期新零售直播实训班开班，标志着这家扎根祖国北疆 78 载的国有文化企业，以“文化+科技”双轮驱动开启数字化转型新篇章，直播班是集团数字化转型战略的重要人才储备项目，是数字化时代下非常热门的项目，可以打破地域和时间限制，集团通过开展培训班储备人才，为进击互联网市场做足了准备，并取得了耀眼的成绩，直播基地各盟市直播间开播 19 天累计直播 1176 小时，取得了单日 GMV 突破 1000、2000、3000、5000 的阶梯式跨越，并多次冲击抖音书籍杂志榜单，分别取得了第 1、2、7 名等佳绩。

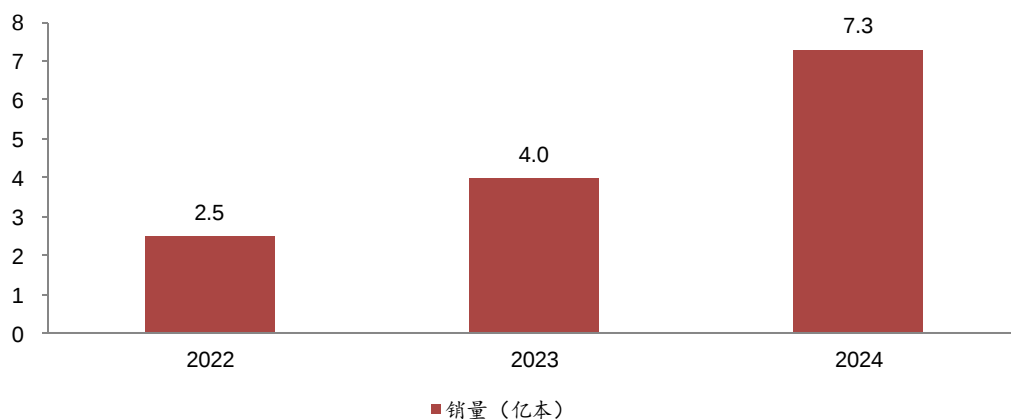
图 31：内蒙新华直播培训班



数据来源：公司官网，西南证券整理

中国的图书电商呈现爆发式增长态势：图书行业在经历了数字化的浪潮后，面对着重新洗牌的挑战与机遇，越来越多的用户通过直播或短视频获取图书的推荐与购买信息，从而推动了图书销量的飞速上升，抖音作为中国最大的直播平台，根据 2021-2024 年的《抖音电商图书消费报告》显示，2022-2024 的全平台订单数量 CAGR 为 71%，2021-2024 图书相关直播累计观看次数 CAGR 为 57%，2025 年一季度平台日均直播销售额同比增长 56%，图书相关直播累计时长同比增长 61%。

图 32：2022-2024 年抖音图书销量



数据来源：《抖音电商图书报告》，西南证券整理

开展大型主题直播活动：在 2025 年第 30 个“世界读书日”期间，内蒙古新华发行集团携旗下八大品牌直播间，推出“全民开阅”大型主题直播活动。活动通过抖音、视频号等全平台联动，以差异化内容矩阵构建多元阅读场景，包括儿童绘本故事趣味演绎、经典文学深度解读、社科新知前沿分享、职场技能实战教学等，为全年龄段读者定制阅读新体验，推动全民阅读，并提高品牌影响力。

图 33：品牌直播间活动



数据来源：乐活青城，西南证券整理

3.4 智慧建设赋能，开启全维度升级

智慧书城网点体系升级：在智慧书城建设上，公司围绕 O2O 理念，通过发展线上电子会员，实时在线推送商品及营销活动信息，实现线上选书购书、同步配送等服务，并与实体门店的地面改造升级相协同，构建起线上下单、线下体验、网上结算的全方位营销体系，该项目包括“智慧书城网点体系”和“智慧书城运营平台”两部分，“智慧书城运营平台”就包括升级改造后的“内蒙新华马上购”小程序，“智慧书城网点体系”将于在六个城市购置房产新建书城，并升级改造原有门店，与“智慧书城运营平台”相结合，截至 2024 年 12 月 31 日已累计投入 36,054.34 万元，具体项目进度如下：1) 蒙新连锁未来书店已购买库房，目前正在对库房进行装修设计；2) 包头智慧书城已全部完工；3) 乌海智慧书城已全部完工，等待审计验收中；4) 通辽智慧书城目前正处于询价阶段。

智慧供应链一体化建设项目：将在呼和浩特市建设物流总部基地，并在四个城市新建物流中心节点，建立“物联网+图书+大数据”的智能化出版物流模式，截至 2024 年 12 月 31 日已累计投入 12,511.27 万元，具体项目进度如下：1) 沙良物流基地目前已完成主体建设，附属设施正在建设中，该项目主体工程于 2022 年 12 月投入使用，2024 年度已实现效益 3,964.68 万元；2) 包头物流基地正在有序建设中；3) 赤峰物流基地已完成建设用地规

划许可证的办理,设计图纸审核中;4)通辽物流基地已取得土地不动产权证、建设用地规划许可证等,正在办理施工许可证;5)兴安盟物流基地主体工程已完工。

智慧运营管理体系:发展“互联网+”改造工程,建设“一个大脑、五个平台、N个单元”信息化管理系统,融合计算机技术、5G等数字化技术,截至2024年12月31日已累计投入825.12万元,2024年底就已上线运行,2025年2月26日开展了“一个大脑”智慧平台演示及培训会。

图 34: 内蒙新华数字管理平台



数据来源: 公司官网, 西南证券整理

4 盈利预测与估值

关键假设:

假设 1: 教育信息化配套资源升级,教材单价上涨,预计 2025-2027 年教材单价为 6.6、6.7、6.8 元。

假设 2: 线上渠道的不断发展,公司顺势切入直播赛道,建立直播基地,互联网销量增加,预计 2025-2027 年一般图书收入销售数量增速为 5%、5%、5%。

假设 3: 伴随图书渠道拓展与优化完善,经营效率有望提升,预计 2025-2027 一般图书毛利率为 43%、43.5%、44%。

基于以上假设,我们预测公司 2025-2027 年分业务收入成本如下表:

表 5：分业务收入及毛利率

单位：亿元		2024A	2025E	2026E	2027E
一般图书	收入	12.06	12.66	13.30	13.96
	增速	3.03%	5%	5%	5%
	毛利率	42.91%	43.00%	43.50%	44.00%
教材	收入	4.86	5.11	5.36	5.63
	增速	-9.05%	5%	5%	5%
	毛利率	32.45%	32.00%	31.00%	31.00%
其他业务	收入	0.49	0.54	0.59	0.65
	增速	4.07%	10%	10%	10%
	毛利率	75.83	76.00	76.00	76.00
教育装备及文化用品	收入	0.69	0.62	0.59	0.56
	增速	-20.41%	-10.00%	-5.00%	-5.00%
	毛利率	25.04	25.00	25.00	25.50
总计	收入	18.11	18.93	19.85	20.81
	增速	-1.57%	4.6%	4.8%	4.9%
	毛利率	40.30	40.45	40.74	41.32

数据来源：iFinD，西南证券

我们选取了皖新传媒、南方传媒和中南传媒作为可比公司。可比公司从事的教材发行业务，与公司教材、教辅发行业务类似，2025 年可比公司的平均估值约 13 倍。内蒙新华作为地方集团，全国性出版集团及地方文化企业的多元化布局（如数字内容、文旅融合）可能加剧市场竞争，预计 2025-2027 年 EPS 分别为 1.05 元、1.11 元、1.19 元，对应 PE 分别为 12、11 和 10 倍。

表 6：可比公司估值

证券代码	可比公司	股价（元）	EPS（元）				PE（倍）			
			24A	25E	26E	27E	24A	25E	26E	27E
601801.SH	皖新传媒	6.68	0.36	0.57	0.58	0.61	20.39	12.12	11.95	11.19
601900.SH	南方传媒	16.38	0.90	1.38	1.64	1.82	16.72	12.36	10.42	9.38
601098.SH	中南传媒	13.89	0.76	0.94	1.02	1.11	19.67	15.17	13.99	12.94
平均值							19.03	13.22	12.12	11.17

数据来源：iFinD，西南证券整理（数据截止日期 2025.5.23）

5 风险提示

线上竞争格局加剧风险；线下实体书店市场空间回落风险；出生人口下降导致教材教辅需求回落风险。

附表：财务预测与估值

利润表 (百万元)	2024A	2025E	2026E	2027E	现金流量表 (百万元)	2024A	2025E	2026E	2027E
营业收入	1810.86	1893.43	1984.55	2080.80	净利润	338.79	370.01	392.67	419.05
营业成本	1081.01	1128.91	1180.03	1228.02	折旧与摊销	67.68	169.57	187.74	206.49
营业税金及附加	15.83	9.47	9.92	10.40	财务费用	-13.27	-1.85	11.59	13.45
销售费用	179.98	132.54	138.92	145.66	资产减值损失	8.70	0.00	0.00	0.00
管理费用	280.09	255.61	257.99	270.50	经营营运资本变动	-38.89	-148.03	47.39	24.52
财务费用	-13.27	-1.85	11.59	13.45	其他	-77.91	-0.08	-6.14	-7.45
资产减值损失	8.70	0.00	0.00	0.00	经营活动现金流净额	285.10	389.62	633.25	656.06
投资收益	22.29	5.00	10.00	10.00	资本支出	-552.01	-200.00	-200.00	-200.00
公允价值变动损益	24.18	0.00	0.00	0.00	其他	-217.47	5.00	10.00	10.00
其他经营损益	0.00	0.00	0.00	0.00	投资活动现金流净额	-769.48	-195.00	-190.00	-190.00
营业利润	342.96	373.75	396.10	422.77	短期借款	0.00	0.00	0.00	0.00
其他非经营损益	-3.31	-3.00	-2.64	-2.87	长期借款	0.00	0.00	0.00	0.00
利润总额	339.64	370.75	393.45	419.89	股权融资	0.00	0.00	0.00	0.00
所得税	0.85	0.74	0.79	0.84	支付股利	-159.09	-170.84	-186.97	-198.42
净利润	338.79	370.01	392.67	419.05	其他	-0.30	1.84	-11.59	-13.45
少数股东损益	0.71	0.01	0.01	0.01	筹资活动现金流净额	-159.39	-169.00	-198.56	-211.86
归属母公司股东净利润	338.08	370.00	392.66	419.04	现金流量净额	-643.76	25.61	244.69	254.20
资产负债表 (百万元)	2024A	2025E	2026E	2027E	财务分析指标	2024A	2025E	2026E	2027E
货币资金	922.83	948.44	1193.13	1447.33	成长能力				
应收和预付款项	407.92	458.31	464.77	490.52	销售收入增长率	-1.57%	4.56%	4.81%	4.85%
存货	120.59	117.52	125.53	132.75	营业利润增长率	8.56%	8.98%	5.98%	6.73%
其他流动资产	1673.28	1677.25	1681.63	1686.26	净利润增长率	7.44%	9.21%	6.12%	6.72%
长期股权投资	0.00	0.00	0.00	0.00	EBITDA 增长率	12.64%	36.27%	9.96%	7.94%
投资性房地产	73.15	73.15	73.15	73.15	获利能力				
固定资产和在建工程	1250.93	1286.78	1304.48	1303.42	毛利率	40.30%	40.38%	40.54%	40.98%
无形资产和开发支出	133.92	129.82	125.73	121.63	三费率	24.67%	20.40%	20.58%	20.65%
其他非流动资产	14.13	12.80	11.47	10.14	净利率	18.71%	19.54%	19.79%	20.14%
资产总计	4596.75	4704.07	4979.88	5265.18	ROE	12.29%	12.52%	12.42%	12.39%
短期借款	0.00	0.00	0.00	0.00	ROA	7.37%	7.87%	7.89%	7.96%
应付和预收款项	1375.34	1414.58	1482.40	1544.93	ROIC	849.75%	83.29%	77.81%	87.53%
长期借款	0.00	0.00	0.00	0.00	EBITDA/销售收入	21.94%	28.60%	30.00%	30.89%
其他负债	465.53	334.37	336.65	338.79	营运能力				
负债合计	1840.87	1748.95	1819.05	1883.72	总资产周转率	0.40	0.41	0.41	0.41
股本	353.52	353.52	353.52	353.52	固定资产周转率	1.97	1.58	1.64	1.71
资本公积	877.10	877.10	877.10	877.10	应收账款周转率	4.07	4.10	4.05	4.09
留存收益	1521.03	1720.19	1925.88	2146.50	存货周转率	7.36	7.78	7.78	7.77
归属母公司股东权益	2751.57	2950.81	3156.50	3377.12	销售商品提供劳务收到现金/营业收入	97.67%	—	—	—
少数股东权益	4.31	4.32	4.33	4.34	资本结构				
股东权益合计	2755.88	2955.13	3160.82	3381.46	资产负债率	40.05%	37.18%	36.53%	35.78%
负债和股东权益合计	4596.75	4704.07	4979.88	5265.18	带息债务/总负债	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
					流动比率	2.01	2.19	2.26	2.35
					速动比率	1.93	2.11	2.18	2.27
					股利支付率	47.06%	46.17%	47.62%	47.35%
					每股指标				
					每股收益	0.96	1.05	1.11	1.19
					每股净资产	7.80	8.36	8.94	9.57
					每股经营现金	0.81	1.10	1.79	1.86
					每股股利	0.45	0.48	0.53	0.56
业绩和估值指标	2024A	2025E	2026E	2027E					
EBITDA	397.37	541.48	595.43	642.70					
PE	12.74	11.64	10.97	10.28					
PB	1.56	1.46	1.36	1.27					
PS	2.38	2.27	2.17	2.07					
EV/EBITDA	3.97	2.86	2.19	1.64					
股息率	3.69%	3.97%	4.34%	4.61%					

数据来源: Wind, 西南证券

分析师承诺

本报告署名分析师具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格并注册为证券分析师，报告所采用的数据均来自合法合规渠道，分析逻辑基于分析师的职业理解，通过合理判断得出结论，独立、客观地出具本报告。分析师承诺不曾因，不因，也将不会因本报告中的具体推荐意见或观点而直接或间接获取任何形式的补偿。

投资评级说明

报告中投资建议所涉及的评级分为公司评级和行业评级（另有说明的除外）。评级标准为报告发布日后 6 个月内的相对市场表现，即：以报告发布日后 6 个月内公司股价（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，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；香港市场以恒生指数为基准；美国市场以纳斯达克综合指数或标普 500 指数为基准。

公司评级	买入：未来 6 个月内，个股相对同期相关证券市场代表性指数涨幅在 20%以上
	持有：未来 6 个月内，个股相对同期相关证券市场代表性指数涨幅介于 10%与 20%之间
	中性：未来 6 个月内，个股相对同期相关证券市场代表性指数涨幅介于-10%与 10%之间
	回避：未来 6 个月内，个股相对同期相关证券市场代表性指数涨幅介于-20%与-10%之间
	卖出：未来 6 个月内，个股相对同期相关证券市场代表性指数涨幅在-20%以下
行业评级	强于大市：未来 6 个月内，行业整体回报高于同期相关证券市场代表性指数 5%以上
	跟随大市：未来 6 个月内，行业整体回报介于同期相关证券市场代表性指数-5%与 5%之间
	弱于大市：未来 6 个月内，行业整体回报低于同期相关证券市场代表性指数-5%以下

重要声明

西南证券股份有限公司（以下简称“本公司”）具有中国证券监督管理委员会核准的证券投资咨询业务资格。

本公司与作者在自身所知悉范围内，与本报告中所评价或推荐的证券不存在法律法规要求披露或采取限制、静默措施的利益冲突。

《证券期货投资者适当性管理办法》于 2017 年 7 月 1 日起正式实施，本报告仅供本公司签约客户使用，若您并非本公司签约客户，为控制投资风险，请取消接收、订阅或使用本报告中的任何信息。本公司也不会因接收人收到、阅读或关注自媒体推送本报告中的内容而视其为客户。本公司或关联机构可能会持有报告中提到的公司所发行的证券并进行交易，还可能为这些公司提供或争取提供投资银行或财务顾问服务。

本报告中的信息均来源于公开资料，本公司对这些信息的准确性、完整性或可靠性不作任何保证。本报告所载的资料、意见及推测仅反映本公司于发布本报告当日的判断，本报告所指的证券或投资标的的价格、价值及投资收入可升可跌，过往表现不应作为日后的表现依据。在不同时期，本公司可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告，本公司不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，本公司对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，投资者应当自行关注相应的更新或修改。

本报告仅供参考之用，不构成出售或购买证券或其他投资标的的要约或邀请。在任何情况下，本报告中的信息和意见均不构成对任何个人的投资建议。投资者应结合自己的投资目标和财务状况自行判断是否采用本报告所载内容和信息并自行承担风险，本公司及雇员对投资者使用本报告及其内容而造成的一切后果不承担任何法律责任。

须注明出处为“西南证券”，且不得对本报告及附录进行有悖原意的引用、删节和修改。未经授权刊载或者转发本报告及附录的，本公司将保留向其追究法律责任的权利。

请务必阅读正文后的重要声明部分

西南证券研究院

上海

地址：上海市浦东新区陆家嘴 21 世纪大厦 10 楼

邮编：200120

北京

地址：北京市西城区金融大街 35 号国际企业大厦 A 座 8 楼

邮编：100033

深圳

地址：深圳市福田区益田路 6001 号太平金融大厦 22 楼

邮编：518038

重庆

地址：重庆市江北区金沙门路 32 号西南证券总部大楼 21 楼

邮编：400025

西南证券机构销售团队

区域	姓名	职务	座机	手机	邮箱
上海	蒋诗烽	院长助理、研究销售部经 理、上海销售主管	021-68415309	18621310081	jsf@swsc.com.cn
	崔露文	销售岗	15642960315	15642960315	clw@swsc.com.cn
	李煜	销售岗	18801732511	18801732511	yflyu@swsc.com.cn
	汪艺	销售岗	13127920536	13127920536	wyyf@swsc.com.cn
	张嘉诚	销售岗	18656199319	18656199319	zhangjc@swsc.com.cn
	贾文婷	销售岗	13621609568	13621609568	jiawent@swsc.com.cn
	欧若诗	销售岗	18223769969	18223769969	ors@swsc.com.cn
	李嘉隆	销售岗	15800507223	15800507223	ljlong@swsc.com.cn
	蒋宇洁	销售岗	15905851569	15905851569	jjj@swsc.com.c
北京	李杨	北京销售主管	18601139362	18601139362	yfly@swsc.com.cn
	张岚	销售岗	18601241803	18601241803	zhanglan@swsc.com.cn
	杨薇	销售岗	15652285702	15652285702	yangwei@swsc.com.cn
	姚航	销售岗	15652026677	15652026677	yhang@swsc.com.cn
	张鑫	销售岗	15981953220	15981953220	zhxin@swsc.com.cn
	王一菲	销售岗	18040060359	18040060359	wyf@swsc.com.cn
	王宇飞	销售岗	18500981866	18500981866	wangyuf@swsc.com
	马冰竹	销售岗	13126590325	13126590325	mbz@swsc.com.cn

广深	郑龔	广深销售主管	18825189744	18825189744	zhengyan@swsc.com.cn
	龚之涵	销售岗	15808001926	15808001926	gongzh@swsc.com.cn
	杨举	销售岗	13668255142	13668255142	yangju@swsc.com.cn
	林哲睿	销售岗	15602268757	15602268757	lzt@swsc.com.cn