

AI 赋能平台生态，新游《三国百将牌》上线可期

核心观点

1、AI 有望对 B 站带来重估，哔哩哔哩是国内中视频社区龙头，拥有全球规模最大、质量最高的中文视频语料库之一

1) AI 赋能内容创作，UP 主数量增长可期：目前 B 站月均活跃 UP 主数量超 400 万，在月活中的占比仅 1%。随着 Sora 等视频工具教育用户使用 AI 视频工具，成为创作者的门槛进一步降低，我们认为 B 站中长期的活跃创作者数量、用户与时长都有进一步增长的空间（Sora App 发布初期的创作者占比 30%）。B 站近期测试 AI 视频创作平台花生 AI，从 UP 主反馈看，可利用文案或口播音频 3 分钟生成成片。

2) AI 应用于 B 站各内容场景，提升用户时长与规模。AI 全景搜索将视频解构为图片+文本片段，提升搜索准确度。目前 B 站的用户搜索心智强，用户搜索渗透率达 53%。AI 译播将在下半年覆盖所有 10 万粉以上 UP 主，字幕、声音、嘴型均能替换为外语。AI 评论挖掘社区优质稿件，在平台播放量中占比 8%，较年初提升超 5pct。

3) AI 对 B 站广告的提升也值得期待。目前 AI 自动投放的渗透率 20%，目标是 25 年底渗透率超 50%，1H26 还将启动 AI 广告 Agent 的白名单测试（全自动化素材/预算/账户管理）。千人千面的广告内容布局也逐季度落地，3Q25 上线 AI 个性化标题（驱动搜索广告 CPM+50%），4Q25 上线 AI 定向封面，1H26 上线 AI 混剪视频，广告创意数量提升千倍。

2、看好游戏业务增量。《三国百将牌》10 月份第一轮测试在即，预计明年年初上线。聚焦 3 分钟一局的休闲竞技（卡牌+皮肤变现），易上手、节奏紧、付费轻，既满足《三谋》用户的碎片化需求，也能拓展更多年轻的三国爱好者和普通用户，目标 3 年打造 B 站最大 DAU 游戏。此外还有两款休闲游戏《逃离鸭科夫》和《嘟嘟脸恶作剧》预计四季度到明年上线。

我们预计公司 25-27 年调整后归母净利润 23.3 亿、33.3 亿、42.3 亿，同比扭亏、+43.0%、+27.2%，10 月 10 日收盘价对应 PE 为 37.7x、26.3x、20.7x。公司进入利润率上行阶段，考虑费用成本相对刚性以及游戏单品有爆发可能，明年利润存在向上弹性。

哔哩哔哩 (BILI.O)

维持

买入

杨艾莉

yangaili@csc.com.cn

010-56135145

SAC 编号:S1440519060002

SFC 编号:BQI330

杨晓玮

yangxiaowei@csc.com.cn

010-56135147

SAC 编号:S1440523110001

发布日期：2025 年 10 月 13 日

当前股价：26.60 美元

主要数据

股票价格绝对/相对市场表现 (%)

1 个月	3 个月	12 个月
27.26/21.08	26.87/13.98	7.79/-20.78
12 月最高/最低价 (港元)		28.89/14.88
总股本 (万股)		41,331.59
流通 H 股 (万股)		33,261.59
总市值 (亿港元)		117.88
流通市值 (亿港元)		117.88
近 3 月日均成交量 (万)		316.71
主要股东		
Rui Chen		12.60%

股价表现



相关研究报告

【中信建投传媒】哔哩哔哩(BILI):1Q25
25.05.25 点评：利润超预期，《三谋》新赛季在即

重要财务指标

	2023	2024	2025E	2026E	2027E
营业收入(百万元)	22,528	26,832	30,184	33,302	36,480
YOY(%)	2.9	19.1	12.5	10.3	9.5
经调整归母净利润(百万元)	-3,425	-22	2,326	3,327	4,233
YOY(%)	48.8	99.4	扭亏	43.0	27.2
毛利率(%)	24.2	32.7	38.3	38.9	39.6
经调整归母净利率(%)	-15.2	-0.1	7.7	10.0	11.6
EPS(元/股, 摊薄)	-8.14	-0.05	5.53	7.91	10.06
P/S(倍)	3.89	3.26	2.90	2.63	2.40
P/E(经调整, 倍)	-25.58	-3956.76	37.66	26.33	20.69

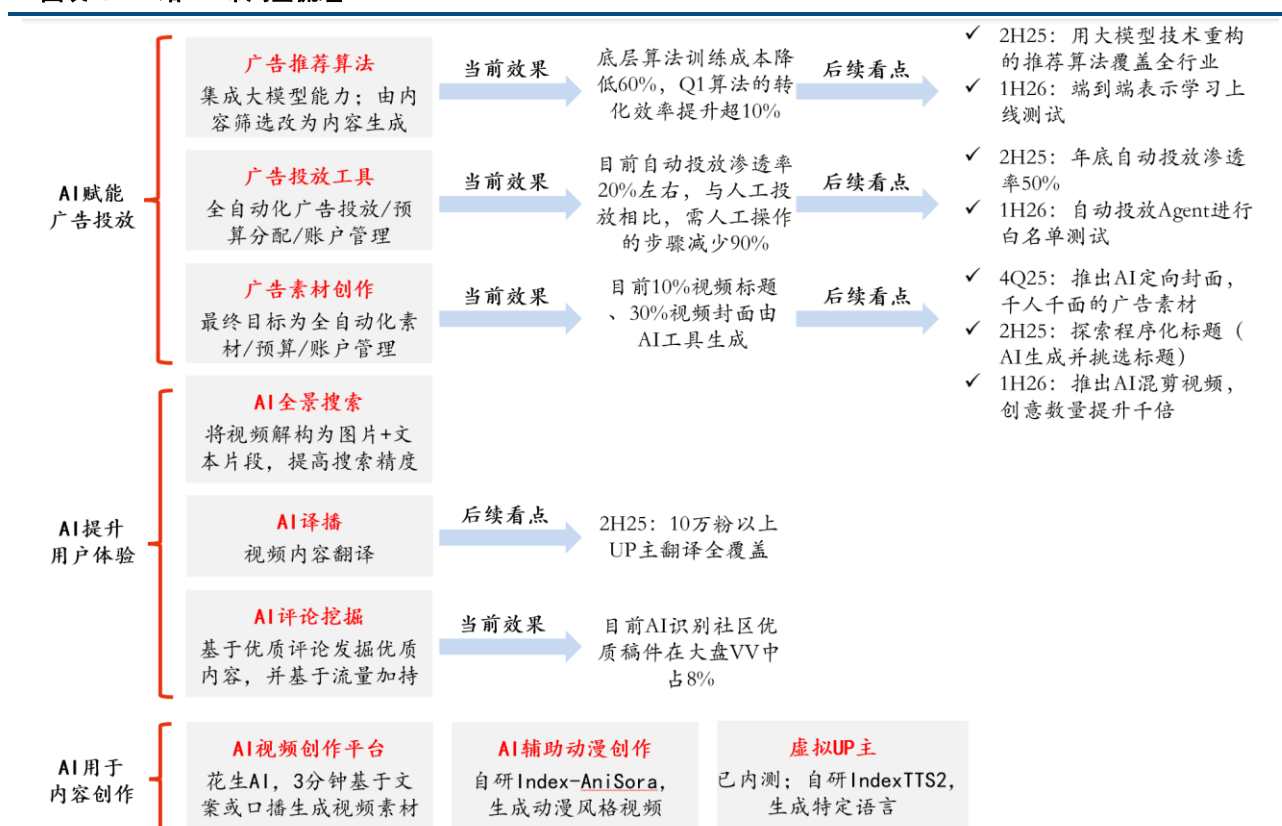
资料来源: iFinD, 中信建投证券

正文

一、AI 有望对 B 站带来业务赋能、价值重估

B 站自 2025 年加速 AI 化，在 24 年四季度业绩会上（25 年 2 月召开），CEO 陈睿提到 B 站是稀缺的视频社区平台，拥有全球规模最大、质量最高的中文视频语料库之一，过去几个月公司内部做了一些 AI 尝试，效果比较超预期；在 25 年 7 月的投资者日上，公司首次大篇幅介绍 B 站的 AI 进展和未来节点，涉及内容创作、广告投放、用户使用体验等多个场景，反映 B 站已全平台多维度加速 AI 化。

图表1： B 站 AI 布局全梳理



资料来源：公司官网，新浪财经，中信建投

1、AI 赋能用户内容创作，UP 主数量增长可期

B 站的内容以 10 分钟以上的高质量中长视频为主，创作难度较大、门槛较高，但随着以 Sora2.0、可灵、即梦为代表的视频模型持续迭代并开放 API 接口，再叠加 B 站的高质量中长视频语料库对模型进行微调和优化，B 站有可能开发出符合平台内容要求、降本增效显著的 AI 创作工具。

目前 B 站布局的 AI 创作工具主要有三方面：

1) **AI 视频创作平台“花生 AI”，正在测试阶段。**从 UP 主的反馈体验来看，“花生 AI”可以基于文章文案或录制好的口播视频，搭配相应的素材画面，生成完整视频内容，大约 3 分钟就能输出一段视频，且其内容质量不逊色于一般的历史、八卦娱乐、商业财经等领域的 UP 主作品。

2) **AI 辅助动漫创作，已开源发布自研模型 Index-AniSora。**AniSora 基于千万级高质量动画素材库，涵盖中日美三大动画流派，在 Prompt 语义还原、人物微表情处理、导演级运镜等方面表现较好。该模型主要用于图生视频，支持一键生成多种动漫风格的视频镜头，包括番剧片段、国创动画、漫画改编、VTuber 内容、动画 PV。

3) **虚拟 UP 主，已进行小规模内测。**在 25 年二季报的电话会上，B 站 CEO 陈睿提到，内部正在进行虚拟 UP 主的小规模内测，效果较好。此前 B 站已开源发布语音合成模型 IndexTTS2，可以成为虚拟 UP 主的技术储备之一。该模型主要用于文生声音，既可以精准调节语音的情绪色彩，也能独立控制音色（与说话人的身份相匹配），让虚拟 UP 主的声音听起来更自然、真切，蕴含饱满的喜怒哀乐。

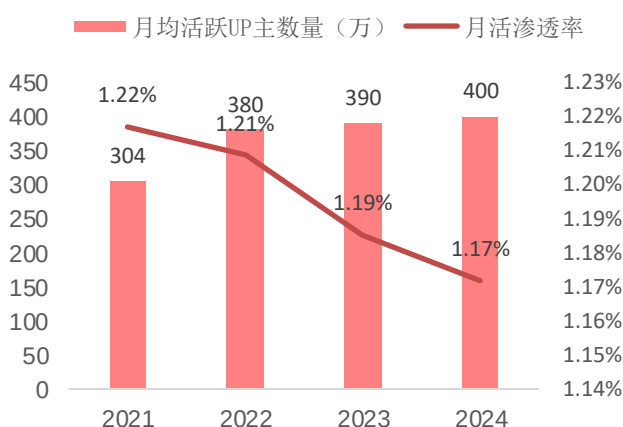
创作门槛下降有望使 B 站的 UP 主数量实现数倍增长。24 年 B 站月均活跃 UP 主数量约 400 万，占月活比例约 1%，基本满足网络社区的 90-9-1 法则。该法则认为在网络社群中，90% 的参与者只看内容并不参与互动，9% 的用户会参与讨论，而只有 1% 的用户会创造内容。但据 Sam Altman 最新访谈，Sora App 早期的活跃用户中，创作者比例高达 30%，显著大于 B 站的 1%，主要是 Cameo（自己的形象创作短视频）和 Remix（一键生成同款视频）两大创新功能让普通用户以极低门槛参与到热门视频的创作。因此随着 AI 带动内容创作门槛下降，B 站的 UP 主数量有望实现数倍增长，带动用户规模和时长进一步提升。

图表2：B 站内测 AI 视频创作平台“花生 AI”



资料来源：读佳，公司官网，中信建投

图表3：B 站活跃 UP 主占月活比例约 1%



资料来源：公司公告，中信建投；23 年数据取 22、24 平均值

2、AI 提升用户体验，有望带动用户规模与时长增加

核心是通过 AI 功能充分发挥 B 站的优质内容价值，提升用户体验。据 B 站投资者日，目前用户和内容层面的 AI 布局主要体现在四个方面：

1) **AI 译播：**自动将视频内容和整体界面均翻译成各种语言，翻译后的视频声音由 UP 主原声生成、中文字幕替换成外语字幕，甚至 UP 主的口型也会相应改动。5 月和十几个 UP 合作翻译他们的内容，下半年会覆盖 B 站 10 万粉以上的 UP 主，后续整个项目会覆盖世界上最主流的语言。

2) **AI 全景搜索：**B 站用户搜索心智较强，目前平台单日搜索次数 2.3 亿，用户搜索渗透率达 52.8%。但中长视频包含内容较多，目前以视频题目、标签为主的搜索配对方式可能会遗漏很多有用的内容。因此 B 站通过

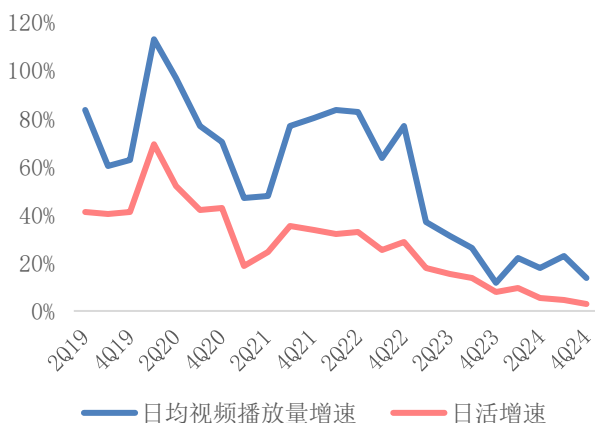
AI全景搜索，对视频内容进行全景扫描和解构，不忽略视频内的所有关键内容。

3) AI评论挖掘：长评是B站差异化体验的一个重要指标，目前日评论发布超过1000万条，其中长评占比21%。大模型对文字的理解比较强，可以从深度评论中发掘优质内容，并给予流量加持。该功能自24年布局，目前AI识别出的社区优质稿件在平台播放量中占比8%，较年初提升超5pct。

4) AI内容审核：24年B站月均视频投稿量达2070万，人工审核效率较低，而多模态机器审核模型对图片、音频和文本内容进行抽取分析，加速创作流转，使公司的审核团队规模从3800人降至2000人，长期带动公司Margin提升。

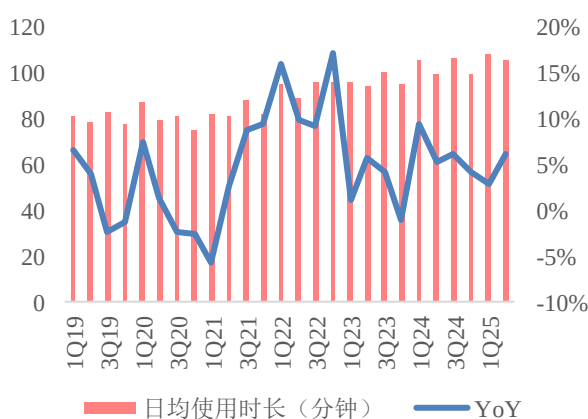
B站向来有着高黏性、强留存的平台优势，上述AI布局可以进一步挖掘优质内容，提升用户时长和黏性。自2019年跨年晚会破圈以来，B站用户规模增长质量一直较高，并非依赖短期流量红利的“一波流”增长，新老用户已实现长期留存。19年至今日均视频总播放量的同比增速均大于日活增速，日均用户使用时长也从81分钟持续增长至105分钟。目前平台注册15年以上用户留存率达90%，10年以上达84%；每日5000万用户使用超两小时。

图表4：B站日均视频播放量增速显著高于日活增速



资料来源：公司公告，中信建投

图表5：B站用户日均使用时长持续增长



资料来源：公司公告，中信建投

3、AI赋能广告投放，有望持续提升 ECPM

B站的AI广告布局与快手、Meta、谷歌等其他互联网平台类似，同时从推荐算法、素材生成、广告自动化投放三方面进行布局，主要包括：

1) 推荐算法：大模型赋能内容推荐。推荐算法集成大模型训练思路和大样本输入，训练速度提升5倍，成本节省60%，且数据样本数量扩大约10倍。新算法在推荐标准和推荐方法上均有显著革新。推荐标准方面，传统模型主要把内容ID化，只统计相关性，不关心因果关系，并不适合内容密度高、层次深入的中长视频场景，所以结合大语言模型，做多模态内容理解，基于对内容和用户行为的理解进行内容匹配。上述迭代预计在下半年完成全行业的覆盖。推荐方法方面，传统模型是筛选逻辑，把适配的内容筛选出来，而结合生成式AI技术后，筛选问题转为生成问题，即生成新的内容序列，自由度和泛化能力显著提高。

2) 素材生成：降低广告制作门槛。目前 AI 生成标题和封面分别占比 10% 和 30%，下半年将测试程序化标题，AI 不仅生成，而且自动挑选最优标题。广告素材的个性化程度也在逐季度提升，三季度将测试个性化标题（小范围实验反映 CPM 增长 50%），四季度测试个性化封面，明年上半年测试个性化混剪视频（根据用户兴趣重新组织视频内容），最终广告内容整体均实现千人千面。

3) 广告投放：提升自动化水平。目前自动投放渗透率 20% 左右，预计年底超 50%，主要由算法挑选最优投放组合，完成广告创编和实时盯盘。明年上半年将白名单测试广告投放 Agent，全流程自动化进行广告投放，包括素材管理、预算管理、账户管理和投放策略的制定。

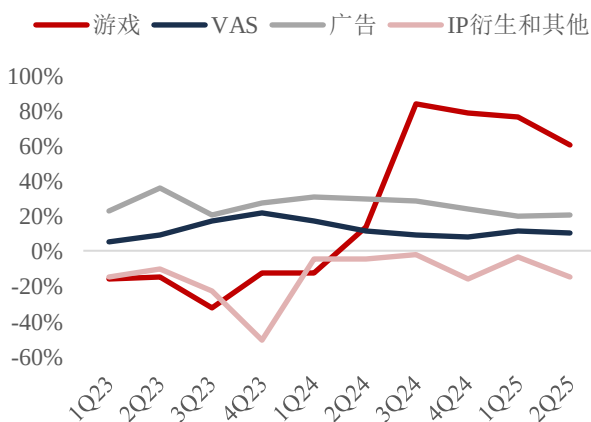
图表6： B 站布局 AI 广告的思路与 Meta、快手等其他互联网平台类似

	AI 推荐算法	AI 素材生成	AI 自动投放
哔哩哔哩	集成大模型技术，由内容筛选转向泛化能力更强的内容序列生成，且基于对多模态内容和用户行为的理解进行匹配，并非只统计相关性	AI 生成标题和封面分别占比 10% 和 30%；三季度开始陆续测试个性化标题、封面和混剪视频	自动投放渗透率将从目前的 20% 提升至年底的 50%，明年上半年内测广告投放 Agent
Meta	生成式广告推荐模型 GEM 用于排序阶段，分别使 Fb Reels、Ins 和 Fb 整体转化率提升 5%、5% 和 3%	生成式 AI 广告创意工具的采用率持续扩大，近 200 万广告主使用视频生成功能、图像动画和视频扩展功能	推出自动化广告投放工具 Advantage+，其中 Advantage+ 电商广告收入占比超 10%
快手	全球首个端到端生成式推荐模型 OneRec，已承接晚高峰 25% 的流量	营销素材 AIGC 解决方案的使用率持续提升，且针对特定行业进行优化	已针对外循环广告发布智能投放工具 UAX，二季度 UAX 消耗占外循环总消耗比例提升至 65%

资料来源：各公司公告，中信建投

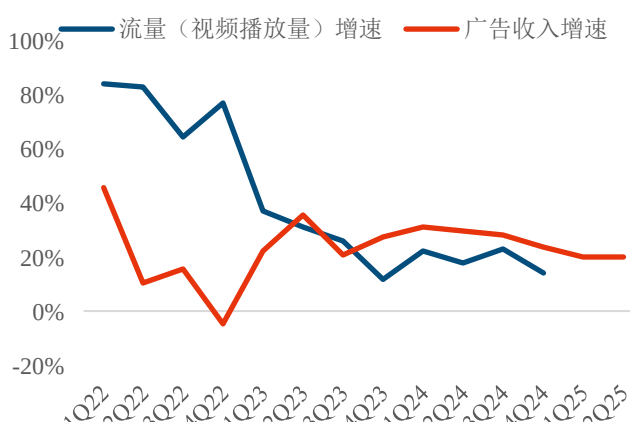
B 站已连续 10 个季度广告收入增速超 20%，AI 广告工具有望驱动 ECPM 增加，并带动广告收入提速增长。B 站广告收入增速自 23 年一季度开始维持 20% 以上，且从 24 年开始广告收入增速高于流量增速，主要是平台商业化效率和 adload 提升，带动广告曝光量增加。例如今年一、二季度广告收入增速均为 20%，其中效果广告收入（占广告收入比约 50%）增速 35% 和 30%，主要由广告曝光量驱动（增速约 20%）。而 AI 广告工具既降低广告投放门槛，也提升效率和精准度，可以增加 ECPM。

图表7: B站广告收入增速连续10个季度维持20%附近



资料来源: 公司公告, 中信建投

图表8: Adload 提升带动广告收入增速高于流量增速



资料来源: 公司公告, 中信建投

二、《三国：百将牌》首测在即，有望为游戏业务带来增量

《三国：百将牌》有望接力《三谋》，为游戏业务带来新增量。《百将牌》是三国题材的策略卡牌游戏，底层玩法类似国民卡牌游戏斗地主（非对称对战），再通过武将技能增加游戏的策略性和随机性。该游戏已在7月进行了小范围测试，人均对局数和时长均符合开发团队的预期，10月将进行首次公开测试，目前已开启测试招募。我们预计游戏可能在26年春节期间上线，公司目标是三年内成为B站DAU最大的游戏（百万级）。

《百将牌》定位巧妙，与《三谋》有较多协同的地方，上线后有望延续《三谋》的超预期表现：

1) 从题材看：同为三国题材，承接《三谋》长草玩家。三国是B站继二次元后，又一个成功开拓的新品类，新游戏继续聚焦三国品类，继可以拥有较高的成功率，也可以强化B站在三国游戏赛道的用户心智。但为了避免与《三谋》的同质化竞争，《百将牌》聚焦节奏更快、玩法更低门槛卡牌游戏，对局节奏也强调三分钟即一局，既能填补《三谋》用户的碎片化时间，还可以吸引一些对《三谋》感兴趣，但不习惯SLG玩法的三国爱好者和大众游戏用户，

2) 从玩法看：有望同样采用年轻化和降肝降氪打法。传统SLG是一个ARPPU较高、中年男性用户占比较大的游戏赛道，《三谋》通过降肝降氪的运营方法，吸引了一批年轻用户进入SLG赛道。传统三国卡牌（三国杀等）同样以中年男性为最核心用户，ARPPU甚至高于SLG的100-200元/月，部分稀缺武将卡牌的价格达万元以上，因此我们预计《百将牌》同样可能采用年轻化和降肝降氪的打法。从小范围测试反馈看，该游戏设计精美、UI简洁、主打三分钟一局，满足当下年轻用户对快节奏、界面好看的游戏需求。

3) 从宣发看：继续发挥B站的社区价值。B站拥有大量三国爱好者和竞技游戏视频内容，为《百将牌》的传播提供了较好的社区氛围。且三分钟一局的游戏时长设计，也使游戏天然适合做直播，形成好看又好玩的产品印象。游戏首曝即邀请了三位百大UP主老番茄、逍遥散人、某幻共同前往B站线下试玩，目前相关视频播放量已达673万。

图表9: 《百将牌》以上手门槛低、游戏节奏快为核心卖点



资料来源: 公司官网, 中信建投

B 站目前还有 4-5 款新游产品正在等待版号, 储备较为充足。8 月《逃离鸭科夫》和《嘟嘟脸恶作剧》已获得版号, 预计在今年四季度到明年上线。

1)《逃离鸭科夫》是一部由 B 站自研自发的买断制搜打撤游戏, 以卡通鸭子角色以及俯视角 PVE 为核心, 其硬核玩法与诙谐休闲的包装形成的反差感吸引了不少泛用户关注。游戏去年 12 月首曝, 今年 1 月和 6 月分别进行了两次 demo 测试, 6 月 Steam 愿望单数已经突破 30 万。

2)《嘟嘟脸恶作剧》(Trickcal RE:VIVE)是一款融合动作与解谜元素的作品, 该游戏强调关卡设计与机关互动, 部分解谜需要玩家灵活运用能力组合以开启隐藏路径或解锁宝箱。这一游戏最早于 2023 年上线韩国市场, 凭借二次元属性以及衍生表情包出圈, 拥有一大批类 IP 向的高黏性玩家群体。

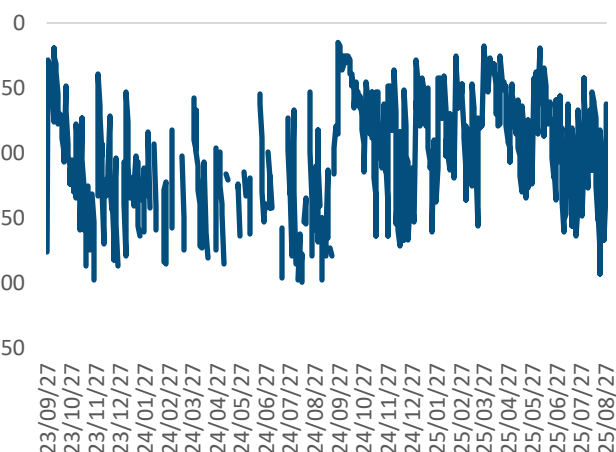
图表10: 《逃离鸭科夫》Steam 愿望单数已经突破 30 万



本鸭刚打开信箱, 嗖的一声就收到愿望单突破30万的信息了, 很快啊!
再一次感谢各位鸭宝的伸出援手!
也希望鸭科夫可以给你们带来快乐~

资料来源: Steam 官网, 中信建投

图表11: 《嘟嘟脸恶作剧》韩国服自 24 年 10 月停止更新, 但游戏畅销稳定在 100 名



资料来源: 公司公告, 中信建投

投资建议：B站25年以来加速AI布局，已覆盖内容创作、用户体验和广告等多个场景，近期内测AI视频创作平台花生AI，可利用文案或口播音频3分钟生成成片；四季度有AI定向封面上线、AI程序化标题测试、AI自动投放渗透率提升等；明年上半年有AI广告Agent小范围测试、个性化混剪视频测试等。主业方面，看好游戏业务的增量《三国百将牌》10月份第一轮测试在即，5分钟休闲竞技（卡牌+皮肤变现），承接三谋长草玩家，目标3年打造B站最大DAU游戏。

我们预计公司25-27年调整后归母净利润23.3亿、33.3亿、42.3亿，同比扭亏、+43.0%、+27.2%，10月10日收盘价对应PE为37.7x、26.3x、20.7x。公司进入利润率上行阶段，考虑费用成本相对刚性以及游戏单品有爆发可能，明年利润存在向上弹性。

风险提示：游戏行业政策风险、出海战略失误风险、版号获取不及预期的风险、自研游戏项目ROI不及预期的风险、进口游戏版号审批风险、DAU增长不及预期的风险、DAU/MAU增长不及预期的风险、付费率降低的风险、毛利率提升不及预期的风险、降本增效不及预期的风险、减亏情况不及预期的风险、社区氛围恶化风险、内容监管风险、直播业务监管风险、广告业务增长不及预期、经济与消费环境恢复不及预期的风险、内容成本增长过快的风险、债务偿还风险。

分析师介绍

杨艾莉

中信建投证券传媒互联网行业首席分析师，中国人民大学传播学硕士，曾任职于百度、新浪，担任商业分析师、战略分析师。2015年起，分别任职于中银国际证券、广发证券，担任传媒与互联网分析师、资深分析师。2019年4月加入中信建投证券研究发展部担任传媒互联网首席分析师。曾荣获 2024 年新浪财经金麒麟评选传媒行业菁英分析师第一名；2024 年 21 世纪金牌分析师评选传媒互联网行业第三名；2024 年 Wind 金牌分析师评选传媒行业第四名；2024 年证券时报·新财富杂志最佳分析师评选入围。

杨晓玮

中信建投证券传媒互联网行业研究员，上海交通大学金融硕士，主要研究游戏、XR、AI 应用、潮流玩具等

评级说明

投资评级标准		评级	说明
报告中投资建议涉及的评级标准为报告发布日后6个月内的相对市场表现，也即报告发布日后的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。A股市场以沪深300指数作为基准；新三板市场以三板成指为基准；香港市场以恒生指数作为基准；美国市场以标普500指数为基准。	股票评级	买入	相对涨幅 15%以上
		增持	相对涨幅 5%—15%
		中性	相对涨幅-5%—5%之间
		减持	相对跌幅 5%—15%
		卖出	相对跌幅 15%以上
	行业评级	强于大市	相对涨幅 10%以上
		中性	相对涨幅-10-10%之间
		弱于大市	相对跌幅 10%以上

分析师声明

本报告署名分析师在此声明：（i）以勤勉的职业态度、专业审慎的研究方法，使用合法合规的信息，独立、客观地出具本报告，结论不受任何第三方的授意或影响。（ii）本人不曾因，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收到任何形式的补偿。

法律主体说明

本报告由中信建投证券股份有限公司及/或其附属机构（以下合称“中信建投”）制作，由中信建投证券股份有限公司在中华人民共和国（仅为本报告目的，不包括香港、澳门、台湾）提供。中信建投证券股份有限公司具有中国证监会许可的投资咨询业务资格，本报告署名分析师所持中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格证书编号已披露在报告首页。

在遵守适用的法律法规情况下，本报告亦可能由中信建投（国际）证券有限公司在香港提供。本报告作者所持香港证监会牌照的中央编号已披露在报告首页。

一般性声明

本报告由中信建投制作。发送本报告不构成任何合同或承诺的基础，不因接收者收到本报告而视其为中信建投客户。

本报告的信息均来源于中信建投认为可靠的公开资料，但中信建投对这些信息的准确性及完整性不作任何保证。本报告所载观点、评估和预测仅反映本报告出具日该分析师的判断，该等观点、评估和预测可能在不发出通知的情况下有所变更，亦有可能因使用不同假设和标准或者采用不同分析方法而与中信建投其他部门、人员口头或书面表达的意见不同或相反。本报告所引证券或其他金融工具的过往业绩不代表其未来表现。报告中所含任何具有预测性质的内容皆基于相应的假设条件，而任何假设条件都可能随时发生变化并影响实际投资收益。中信建投不承诺、不保证本报告所含具有预测性质的内容必然得以实现。

本报告内容的全部或部分均不构成投资建议。本报告所包含的观点、建议并未考虑报告接收人在财务状况、投资目的、风险偏好等方面的具体情况，报告接收者应当独立评估本报告所含信息，基于自身投资目标、需求、市场机会、风险及其他因素自主做出决策并自行承担投资风险。中信建投建议所有投资者应就任何潜在投资向其税务、会计或法律顾问咨询。不论报告接收者是否根据本报告做出投资决策，中信建投都不对该等投资决策提供任何形式的担保，亦不以任何形式分享投资收益或者分担投资损失。中信建投不对使用本报告所产生的任何直接或间接损失承担责任。

在法律法规及监管规定允许的范围内，中信建投可能持有并交易本报告中所提公司的股份或其他财产权益，也可能在过去 12 个月、目前或者将来为本报中所提公司提供或者争取为其提供投资银行、做市交易、财务顾问或其他金融服务。本报告内容真实、准确、完整地反映了署名分析师的观点，分析师的薪酬无论过去、现在或未来都不会直接或间接与其所撰写报告中的具体观点相联系，分析师亦不会因撰写本报告而获取不当利益。

本报告为中信建投所有。未经中信建投事先书面许可，任何机构和/或个人不得以任何形式转发、翻版、复制、发布或引用本报告全部或部分内容，亦不得从未经中信建投书面授权的任何机构、个人或其运营的媒体平台接收、翻版、复制或引用本报告全部或部分内容。版权所有，违者必究。

中信建投证券研究发展部

北京
 朝阳区景辉街 16 号院 1 号楼 18 层
 电话：（8610）56135088
 联系人：李祉瑶
 邮箱：lizhiyao@csc.com.cn

上海
 上海浦东新区浦东南路 528 号南塔 2103 室
 电话：（8621）6882-1600
 联系人：翁起帆
 邮箱：wengqifan@csc.com.cn

深圳
 福田区福中三路与鹏程一路交汇处广电金融中心 35 楼
 电话：（86755）8252-1369
 联系人：曹莹
 邮箱：caoying@csc.com.cn

中信建投（国际）

香港
 中环交易广场 2 期 18 楼
 电话：（852）3465-5600
 联系人：刘泓麟
 邮箱：charleneliu@csci.hk