

2012 年 2 月 7 日



批发和零售贸易

零售行业政策解读：鼓励革新、提倡环保、深化产业链、维护公平性

行业研究简报

◆事件：商务部发布关于“十二五”时期促进零售业发展的指导意见。

◆指导意见梗概：

- 目标：“十二五”时期，商品零售规模保持稳定较快增长，社会消费品零售总额年均增长 15%，零售业增加值年均增长 15%；
- 零售业发展方式加快转变与创新，各种业态协调发展；
- 大型零售企业整体优势进一步增强，跨区域发展成效显著，中小零售企业健康发展，零供双方互利共赢、和谐发展；
- 节能减排取得明显进展，节能型购物中心、商场（店）、超市层出叠现；
- 零售业结构布局更趋完善，城乡、区域间协调发展，基本形成结构合理、布局科学、竞争有序的现代零售业。

◆七大任务（解读见正文）：

- 调整结构优化布局。
- 加快发展方式转变。
- 提高流通效率，降低流通成本。
- 积极培育市场主体。
- 推动零售业“走出去”与“引进来”相结合。
- 积极发展绿色低碳流通。
- 维护市场秩序，加强诚信建设。

◆五个保障（解读见正文）：

- 完善零售业法规体系。
- 落实零售业政策措施，切实破除国内市场分割和地区封锁，继续实施促消费的系列政策。
- 加大零售业财税金融支持。
- 完善统计体系和标准化建设。
- 加强中介组织和人才队伍建设，增强零售业可持续发展能力。

证券代码	公司名称	股价	EPS			PE			投资评级
			10A	11E	12E	10A	11E	12E	
000417	合肥百货	14.94	0.55	0.99	0.92	27.2	15.1	16.3	买入
002251	步步高	21.50	0.63	0.95	1.25	34.0	22.7	17.1	买入
002277	友阿股份	16.49	0.62	0.87	1.14	26.6	18.9	14.5	买入
002345	潮宏基	24.20	0.57	0.89	1.31	42.2	27.1	18.5	买入
002419	天虹商场	16.30	0.61	0.73	0.92	26.9	22.3	17.7	买入
002574	明牌珠宝	24.58	0.90	1.15	1.56	27.2	21.4	15.8	买入
600612	老凤祥	29.12	0.67	1.19	1.58	43.4	24.5	18.5	买入
600697	欧亚集团	22.00	0.83	1.03	1.37	26.5	21.4	16.0	买入
600723	首商股份	9.72	0.06	0.52	0.64	161.1	18.6	15.2	买入

增持（维持）

分析师

唐佳睿 CFA CAIA FRM
(执业证书编号：S0930510120009)
021-22169161
tangjiarui@ebcn.com

联系人

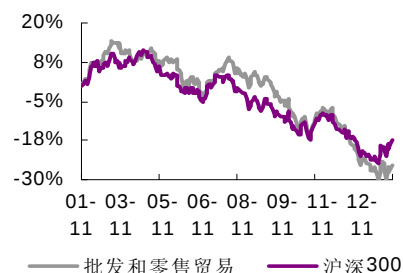
梁江泽
021-22169312
liangjiz@ebcn.com

感谢李坤为本报告编制所提供的帮助

行业主要数据图

12 月 CPI 4.1%
12 月社销总量 17740 亿元，同比增速 18.1%
1-12 月社销总量合计 181226 亿元，同比增速 17.1%
12 月千家核心商业企业零售指数 14.2%
12 月重点百货店销售同比增速 18.4%
12 月重点超市销售同比增速 13.1%
12 月重点专业店同比增速 9.8%

行业与上证指数对比图



相关研报

零售行业周报第 56 期：六周以来板块首次走强，防御中选择进攻品种
.....2012-02-06

零售行业周报第 55 期：未来关注三组数据，寻找估值预期差的企业
.....2012-01-30

零售行业周报第 54 期：乍暖还寒时候，最将难息
.....2012-01-16

2012-02-07 批发和零售贸易

◆指导意见梗概：

发展目标：“十二五”时期，商品零售规模保持稳定较快增长，社会消费品零售总额年均增长15%，零售业增加值年均增长15%；零售业发展方式加快转变与创新，各种业态协调发展；大型零售企业整体优势进一步增强，跨区域发展成效显著，中小零售企业健康发展，零供双方互利共赢、和谐发展；节能减排取得明显进展，节能型购物中心、商场（店）、超市层出叠现；零售业结构布局更趋完善，城乡、区域间协调发展，基本形成结构合理、布局科学、竞争有序的现代零售业。

◆七大任务及解读：

（一）调整结构优化布局。

a) 增强中低端百货店竞争力，拓宽品牌商品销售渠道。

（解读：有利于中西部等地区以及社区百货为主的百货业态的发展）

b) 支持社区商业中心加快发展。

（解读：社区商业中心，说白了就是辐射半径小，面积中等，但依靠连锁规模优势，走“毛细血管”道路的零售企业，可以是百货也可以是超市，这种业态精细化程度较高，天虹商场或者便民的永辉超市（结合配套设施），我觉得是未来的一种雏形）

c) 大力发展便利店、食杂店，方便居民生活。

解读：有利于超市，尤其是CVS业态的发展，十二五的几条，都强调了便民，是否给予便民零售绿色通道和政策优惠将成为引导的关键）

d) 引导折扣店、奥特莱斯等新业态有序发展，稳妥发展购物中心和城市商业综合体。

解读：未来传统百货业态将向新业态变革，未来政策将鼓励业态革新，折扣店、奥特莱斯、购物中心及城市综合体将成为拓宽业态的主流）

e) 稳步推进无店铺销售，鼓励大型零售企业开办网上商城，重点支持以中小零售企业为服务对象的第三方平台建设。

（解读：政府没有回避电商业态的崛起，相反鼓励实体店企业以网购业务作为补充，既承认了未来网购业态将占社销总额的一席之地的地位，也明确了两种业态的主次）

（二）加快发展方式转变。

a) 鼓励百货、超市等零售企业提高自主经营比重，扩大买断经营商品范围，依据顾客消费需求开发自有品牌。

（解读：联营转为买手制是趋势，将来有好的品牌资源优势也未必输于好的地段和商圈，我们以前一直强调地段和商圈重要性，但是自主经营，将增强买手能力和品牌稀缺资源的优势，尤其在如今网络渠道铺开的时代，面对同质化严重的品牌，买断制未来将成为盈利模式变革的一条途径）

b) 发挥网点优势，拓展国内外名牌产品的经销、代理业务，努力扩大代理规模。

（解读：现在每年海外消费金额激增，如何激发国内客户在国内消费国外品牌成了一个难题，如何通过扩大代理规模甚至取消或降低奢侈税，把国内消费者奢侈品消费趋势从海外转移到国内是未来商务部需要解决的，否则再扩大一千个网店，也难以发挥网点优势）

（三）提高流通效率，降低流通成本。

a) 支持大型连锁企业建设自有物流配送中心，并面向社会提供配送服务。

（解读：这条基本是给苏宁电器度身定做的，也只有苏宁这样的零售公司才能有实力自建物流配送中心，而面向社会提供配送服务，为苏宁60个物流中心的业务范围和经营范围提供了更为全面的内容）

2012-02-07 批发和零售贸易

b) 引导生产企业建立规范的直供直销体系，减少代理层次和流通环节。

(解读：这个是对目前电商价格和实体店价格差异过大提出的一个要求，层层代理和流通环节以及税率过大，导致目前实体店价格畸形发展，唯有减少代理层次和流通环节，才能缩小电商价格及实体店之间的价格差，而一个良好的零售业态体系，价格秩序正常是一个前提条件。个人认为这是一条维护市场公平性的保护条款)

(四) 积极培育市场主体。

推动优势企业与金融业、制造业企业的融合，突破跨区域发展的瓶颈，采取多种方式整合商业资源，实现资本化扩张。给予大型零售企业融资便利，支持具备条件的大型零售企业集团设立财务公司。

(解读：此条基本意义是鼓励优秀零售企业的融资渠道畅通，同时也暗示将来的零售龙头企业，例如百联集团及旗下上市公司友谊股份成立财务公司的合理性和迫切性)。

(五) 推动零售业“走出去”与“引进来”相结合。

a) 支持大型零售企业到海外建立零售终端和配送中心，对零售企业“走出去”的前期开发和运营费用提供补贴。

(解读：苏宁电器试水国际化，收购日本 laox，未来若继续进军越南、泰国、印尼、马来西亚、菲律宾等东南亚市场，将有望受益)

b) 鼓励和规范外资开拓中小城市零售市场，带动欠发达地区流通业升级改造和健康发展。

(解读：未来区域百货商下沉渠道至中小城市的过程中，将面临更激烈的竞争)

(六) 积极发展绿色低碳流通。

支持企业节能降耗，倡导绿色消费理念。

(解读：据我们从国美方面了解的情况，未来政府对于家电的新补贴政策可能是将原来节能补贴政策全国推广以及推广到全部产品，也就是官方可能发布与节能环保产品相关，及对建立废旧回收体系进行财政补贴的利多政策。由于节能补贴的对象之前都是较为高端和价格较高的产品，因此我们认为如果下周公布的计划是节能补贴政策推广，则可能家电连锁企业的客单价有所上升，我们认为节能补贴若仅仅是补贴高端产品，利好的应该是一线城市收入较高的地区，而苏宁、国美恰恰是在一线城市具有较大优势，因此个人认为此次节能补贴政策若全国推广、甚至全产品推广，苏宁、国美应该在销售收入上有一定受益，但由于二三线城市受益较小(因为购买力方面，我们认为二三线城市未必会因为该政策购买高端和高价格的电器产品)，因此利好幅度应弱于之前推广的“以旧换新”以及家电下乡“政策)

(七) 维护市场秩序，加强诚信建设。

a) 建立和谐零供关系。规范企业经营行为，清理整顿大型零售企业利用市场优势地位向供应商违规收费行为，以及违规拖延支付供应商货款行为。

(解读：未来家电连锁商、超市依靠后台返点盈利的模式将逐渐转变为依靠提升管理能力，提高前台毛利率)

b) 规范促销行为。规范发展单用途商业预付卡，严格执行明码标价制度，禁止违规促销。

(解读：商业预付卡比重较大的公司未来仍有一定风险，这个表明依靠单一客户来源的零售盈利模式将受到冲击和挑战)

◆ 五个保障及解读：

(二) 落实零售业政策措施，切实破除国内市场分割和地区封锁，继续实施促消费的系列政策。

(解读：区域分割是影响零售企业外延扩张的一道不可绕过的沟壑。由于大部分供应商实行省级经销代理制度，当零售企业跨省扩张时，其原有的供应商资源将不能被利用在新省份中，甚至荡然无存。这就造成了全国扩张的零售企业和本地企业竞争时，双方先天上即存在差距。外地企业往往需要更强的管理能力和更大的资本支持力度才能弥补供应商方面的资源不平衡。破除市场分割，将利好外延扩张积极的公司，其中以超市企业受益为甚)

2012-02-07 批发和零售贸易

(三) 加大零售业财税金融支持。

(解读: 此条保障措施涉及内容较多, 既有对零售企业改变盈利模式的要求, 又涉及收入在各利益方之间的分配。其实上面说了那么多解读, 实质性的利好措施, 也就是这么一条最为重要。我们认为有四点值得关注:

1) 清理和整顿不合理收费。

之前商务部关于清理整顿大型零售企业违规向供应商收费的通知曾引发业内大讨论, 又一次重点提出, 说明该工作将是商务部近期的工作重心之一。重申我们之前的观点: 受到这一政策影响的将主要是超市企业。超市零售商收取的通道费实际上是挤压上游供应商的利润, 与供应商是零和博弈, 容易造成与供应商的关系紧张。政府层面明确要求降低后台通道费用, 将促使零售超市企业向价值链模式转型的步伐加快。

2) 加快落实零售业用水用电与工业同价政策。

根据我们的测算, 以各省平均商业用电电价 0.831 元为基础, 当电价下降 0.1 元时, 上市公司平均的管理费用率和销售费用率将合计下降 0.5%, 净利率上升 0.38%。以一般零售企业 3% 的净利率看, 有超过 10% 的升幅, 这条属于实实在在惠及零售企业的政策。

3) 推动解决零售企业空调、电梯等设备纳入增值税抵扣项目的政策。

将空调、电梯等设备纳入增值税抵扣项目, 我们认为对零售行业整体的实际利好力度高于之前提出的免征蔬菜流通环节增值税的政策。一来后者只涉及超市企业, 而前者的影响范围更广; 再者经我们测算, 免征蔬菜流通环节增值税其实并没有对超市企业的利润带来多大提高, 且变数很多, 属于象征意义大于实际意义的政策。而空调、电梯等纳入进项税抵扣, 则是在原有基础上新增加一部分抵扣金额, 是实打实的降低纳税金额, 让利于零售企业。

4) 调整银行卡刷卡手续费政策, 扩大银行卡使用范围, 方便刷卡消费。

将此条措施和之前银联酝酿大幅下降刷卡手续费的新闻结合起来看。我们认为长期来看, 刷卡消费可能会像在国外一样, 演变成一种主流消费趋势。对零售企业来说, 刷卡消费使收款环节变得更简单, 甚至可出现自助式结账模式, 从而降低人工成本。但短期来看除非大幅降低手续费, 否则并无实质性利好。)

(五) 加强中介组织和人才队伍建设, 增强零售业可持续发展能力。

(解读: 零售企业属劳动力密集型企业, 人员素质在很大程度上决定了公司的成功。举例来说, 前台促销人员、导购人员的服务影响了顾客的购物体验, 进而影响到顾客的重复购买和企业的收入。而管理人员更是企业成功的决定因素, 零售行业是利薄的行业, 赚的是靠精细化管理“省下”的辛苦钱; 零售行业(特别是超市行业)更是一个对外扩张需求迫切的行业, 而外延扩张的成功靠的是管理层对异地门店的控制能力。从政策提法上看, 政府已经意识到这些, 并试图引导行业培养更多更好的人才。但此次出台的仍是偏宏观的纲领性指导意见, 宣传意义更大, 而今后如何落实才是值得密切关注的实质利好。)

关于措施中的第一条: 完善零售业法规体系和第四条: 完善统计体系和标准化建设, 我们认为长期来看利好行业整体, 但短期并无催化作用。只有在法律更完善, 指标更准确、标准更明晰的大环境下, 零售行业的竞争环境才会更公平, 各企业对行业的景气水平和自身所处的位置才有更清醒的认识。目前零售市场机制并不完善, 各种问题还有很多, 特别是电商这一部分各种争议更是不断。法规、标准的制定尤为重要。举例来说, 《网络零售管理条例》作为指引纲领, 将可以很好的规范我国处于高速发展中的电商业务, 使其不至偏离轨道。但短期同第五条保障措施一样, 并不能产生实质性利好刺激。

2012-02-07 批发和零售贸易

行业重点上市公司评级与估值指标

证券 代码	公司 名称	流通 A (百万)	当前 股价	目标价	EPS(元)			P/E(x)			P/B(x)			投资评级	
					10A	11E	12E	10A	11E	12E	10A	11E	12E	上次	本次
000417	合肥百货	479	14.94	18.40	0.55	0.99	0.92	27.2	15.1	16.3	6.15	3.19	2.78	买入	买入
000501	鄂武商 A	507	15.28	24.75	0.58	0.74	0.99	26.4	20.7	15.5	4.53	3.72	3.06	买入	买入
000516	开元投资	713	5.01	6.80	0.21	0.22	0.37	23.5	23.2	13.4	3.34	2.92	2.46	买入	买入
000564	西安民生	267	5.42	7.00	0.20	0.23	0.26	27.8	24.0	20.5	2.05	1.92	1.80	增持	增持
000715	中兴商业	278	7.80	9.00	0.24	0.43	0.53	32.8	18.1	14.8	2.16	1.97	1.78	买入	增持
000759	中百集团	681	8.76	10.00	0.37	0.40	0.48	23.8	21.7	18.1	2.39	2.22	2.04	增持	增持
000785	武汉中商	251	7.16	9.20	0.27	0.37	0.46	26.6	19.3	15.5	2.68	2.43	2.10	增持	买入
000987	广州友谊	358	15.60	22.00	0.91	1.05	1.27	17.1	14.9	12.3	3.65	3.17	2.70	增持	增持
002024	苏宁电器	5442	8.97	10.00	0.57	0.66	0.82	15.6	13.6	10.9	3.42	2.38	1.98	买入	买入
002251	步步高	87	21.50	31.25	0.63	0.95	1.25	34.0	22.7	17.1	3.71	3.34	2.90	买入	买入
002277	友阿股份	206	16.49	30.78	0.62	0.87	1.14	26.6	18.9	14.5	3.46	3.01	2.59	买入	买入
002336	人人乐	100	14.34	9.60	0.59	0.44	0.48	24.2	32.6	29.9	1.60	1.61	1.53	中性	减持
002345	潮宏基	117	24.20	39.30	0.57	0.89	1.31	42.2	27.1	18.5	3.28	3.05	2.69	买入	买入
002419	天虹商场	164	16.30	23.00	0.61	0.73	0.92	26.9	22.3	17.7	3.94	3.57	3.09	买入	买入
002561	徐家汇	70	12.38	11.00	0.47	-	0.67	26.5	-	18.5	5.96	-	2.74	中性	中性
002574	明牌珠宝	60	24.58	39.00	0.90	1.15	1.56	27.2	21.4	15.8	8.59	2.05	1.81	买入	买入
600612	老凤祥	188	29.12	39.75	0.67	1.19	1.58	43.4	24.5	18.5	7.67	5.84	4.67	买入	买入
600682	南京新百	357	7.17	11.89	0.20	1.01	0.41	35.4	7.1	17.6	2.39	1.84	1.79	买入	增持
600697	欧亚集团	155	22.00	34.25	0.83	1.03	1.37	26.5	21.4	16.0	3.97	3.58	3.04	买入	买入
600723	首商股份	318	9.72	12.80	0.06	0.52	0.64	161.1	18.6	15.2	5.66	1.62	1.47	买入	买入
600778	友好集团	309	9.92	11.91	0.34	0.47	0.40	29.4	21.3	24.9	2.97	2.64	2.47	增持	增持
600785	新华百货	207	19.79	30.80	1.04	1.23	1.54	19.1	16.1	12.9	4.02	3.38	2.81	增持	增持
600827	友谊股份	1240	12.27	17.00	0.17	0.74	0.84	70.9	16.6	14.6	7.84	1.90	1.78	买入	买入
600828	成商集团	437	8.55	13.95	0.32	0.48	0.60	27.1	17.9	14.3	6.15	4.64	3.68	增持	买入
600859	王府井	418	30.31	0.00	0.81	1.35	1.91	37.3	22.4	15.9	3.99	2.37	2.13	买入	买入
601010	文峰股份	110	16.19	22.00	0.72	0.88	1.15	22.6	18.3	14.0	7.81	2.18	1.89	买入	买入
601116	三江购物	60	10.36	8.60	0.32	0.37	0.43	32.4	27.6	24.0	6.98	2.96	2.64	减持	减持
601933	永辉超市	494	29.53	30.10	0.40	0.62	0.86	74.2	47.8	34.2	5.95	5.38	4.65	增持	增持

资料来源：光大证券研究所

分析师声明

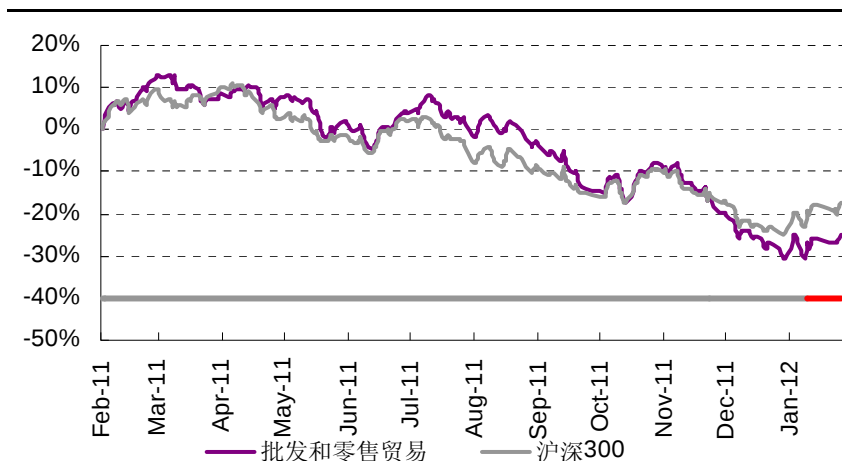
负责准备本报告以及撰写本报告的所有研究分析师或工作人员在此保证，本研究报告中关于任何发行商或证券所发表的观点均如实反映分析人员的个人观点。负责准备本报告的分析师获取报酬的评判因素包括研究的质量和准确性、客户的反馈、竞争性因素以及光大证券股份有限公司的整体收益。所有研究分析师或工作人员保证他们报酬的任何一部分不曾与，不与，也将不会与本报告中的具体的推荐意见或观点有直接或间接的联系。

分析师介绍

唐佳睿，毕业于德国波恩大学国民经济学，获得 CFA CAIA FRM 证书，现主要负责商贸零售行业研究。曾就职于中信证券研究部商贸零售组和海富通基金 QFII 投资顾问组。2011 年获得商贸零售业“水晶球奖”第五名，“金牛奖”第五名，2011 年新财富最佳分析师商贸零售业第六名。优势：与上市公司关系紧密，专注基本面分析及客观研究，并从买方角度来研判。最熟悉的板块：百货和黄金珠宝。最熟悉的上市公司：明牌珠宝、老凤祥、潮宏基、友阿股份、合肥百货、开元控股、友谊股份。

投资建议历史表现图

批发和零售贸易



资料来源：光大证券研究所

日期	评级
2012-01-18	增持
2012-01-19	增持
2012-01-29	增持
2012-01-29	增持
2012-01-30	增持
2012-01-31	增持
2012-02-01	增持
2012-02-02	增持
2012-02-03	增持
2012-02-05	增持

买入	增持	中性
减持	卖出	
买入	增持	中性
减持	卖出	

行业及公司评级体系

买入—未来 6-12 个月的投资收益率领先市场基准指数 15%以上；
增持—未来 6-12 个月的投资收益率领先市场基准指数 5%至 15%；
中性—未来 6-12 个月的投资收益率与市场基准指数的变动幅度相差-5%至 5%；
减持—未来 6-12 个月的投资收益率落后市场基准指数 5%至 15%；
卖出—未来 6-12 个月的投资收益率落后市场基准指数 15%以上。
市场基准指数为沪深 300 指数。

特别声明

光大证券股份有限公司（以下简称“本公司”）创建于1996年，系由中国光大（集团）总公司投资控股的全国性综合类股份制证券公司，是中国证监会批准的首批三家创新试点公司之一。公司经营业务许可证编号：z22831000。

本公司已获业务资格：证券经纪；证券投资咨询；与证券交易、证券投资活动有关的财务顾问；证券承销与保荐；证券自营；证券资产管理；为期货公司提供中间介绍业务；证券投资基金代销；融资融券业务；中国证监会批准的其他业务。

本证券研究报告由光大证券股份有限公司研究所（以下简称“光大证券研究所”）编写，以合法获得的我们相信为可靠、准确、完整的信息为基础，但不保证我们所获得的原始信息以及报告所载信息之准确性和完整性。光大证券研究所可能将不时补充、修订或更新有关信息，但不保证及时发布该等更新。

本报告根据中华人民共和国法律在中华人民共和国境内分发，仅供本公司的客户使用。

本报告中的资料、意见、预测均反映报告初次发布时光大证券研究所的判断，可能需随时进行调整。报告中的信息或所表达的意见不构成任何投资、法律、会计或税务方面的最终操作建议，本公司不就任何人依据报告中的内容而最终操作建议作出任何形式的保证和承诺。

在法律允许的情况下，本公司及其附属机构可能持有报告中提及的公司所发行证券的头寸并进行交易，也可能为这些公司提供或正在争取提供投资银行、财务顾问或金融产品等相关服务。投资者应当充分考虑本公司及本公司附属机构就报告内容可能存在的利益冲突，不应视本报告为作出投资决策的唯一参考因素。

在任何情况下，本报告中的信息或所表达的建议并不构成对任何投资人的投资建议，本公司及其附属机构（包括光大证券研究所）不对投资者买卖有关公司股份而产生的盈亏承担责任。

本公司的销售人员、交易人员和其他专业人员可能会向客户提供与本报告中观点不同的口头或书面评论或交易策略。本公司的资产管理部和投资业务部可能会作出与本报告的推荐不相一致的投资决策。本公司提醒投资者注意并理解投资证券及投资产品存在的风险，在作出投资决策前，建议投资者务必向专业人士咨询并谨慎抉择。

本报告的版权仅归本公司所有，任何机构和个人未经书面许可不得以任何形式翻版、复制、刊登、发表、篡改或者引用。

光大证券股份有限公司研究所

上海市新闻路1508号静安国际广场3楼 邮编 200040

总机：021-22169999 传真：021-22169114

销售小组	姓名	办公电话	手机	电子邮件
北京	王汗青	0755-83024403	13501136670	wanghq@ebsecn.com
	郝辉	010-68561722	13511017986	haohui@ebsecn.com
	黄怡	010-68567231	13699271001	huangyi@ebsecn.com
	梁晨	010-56513153	13901184256	liangchen@ebsecn.com
企业客户	孙威	010-68567231	13701026120	sunwei@ebsecn.com
	吴江	010-68561595	13718402651	wujiang@ebsecn.com
	杨月		18910037319	yangyue1@ebsecn.com
	李大卫	021-22169128	13810794466	lidz@ebsecn.com
上海	严非	021-22169086	13127948482	yanfei@ebsecn.com
	王宇	021-22169131	13918264889	wangyu1@ebsecn.com
	周薇薇	021-22169087	13671735383	zhouww1@ebsecn.com
	徐又丰	021-22169082	13917191862	xuyf@ebsecn.com
	韩佳	021-22169491	13761273612	hanjia@ebsecn.com
	冯诚	021-22169083	18616830416	fengcheng@ebsecn.com
	黎晓宇	0755-83024434	13823771340	lix1@ebsecn.com
	黄鹏华	0755-83024396	13802266623	huanglh@ebsecn.com
深圳	张晓峰	0755-83024431	13926576680	zhangxf@ebsecn.com
	江虹	0755-83024029	13810482013	jianghong1@ebsecn.com
	罗德锦	0755-83024064	13609618940	luodj@ebsecn.com
	濮维娜	021-62152373	13301619955	puwn@ebsecn.com
富尊财富中心	陶奕	021-62152393	13788947019	taoyi@ebsecn.com
	戚德文	021-22169152	15821755866	qidw@ebsecn.com
	顾超	021-22169485	18616658309	guchao@ebsecn.com