

大有研究

——理财周报（总第230期）

（2016.07.25—2016.07.31）



目 录 CATALOG

第 ① 章 大有视野

- | | |
|--------------|---|
| 1. 一周大事..... | 1 |
| 2. 一周热点..... | 1 |

第 ② 章 大有数据

- | | |
|--------------|---|
| 1. 市场总揽..... | 2 |
| 2. 特别关注..... | 4 |
| 3. 产品精解..... | 6 |

第 ③ 章 大有商学院

- | | |
|--------------|----|
| 1. 大有聚焦..... | 6 |
| 2. 大有理财..... | 11 |

第 ④ 章 大有幽默

- | | |
|-----------|----|
| 大有幽默..... | 12 |
|-----------|----|

附录：本周集合信托产品发行统计

一、大有视野

① 一周大事

- 07.25 银行长期存款利率现倒挂 五年期定存吸引力弱
- 07.26 英大信托、中粮信托：获批境外理财资格
- 07.26 私募基金股东表决权受关注 深交所发函*ST生物
- 07.27 17家私人银行业绩爆棚 差异化跑马圈地国际业务
- 07.27 再融资审核全面趋严 持股5%以上股东不得通过资管参与定增
- 07.28 二孩持续发酵刺激改善购房 北京三四居房源供不应求
- 07.28 银行理财新规将出：不得投资股票 禁止发行分级产品
- 07.29 12家银行发起网络金融联盟 跨行转账免手续费

② 一周热点——二孩持续发酵刺激改善购房 北京三四居房源供不应求

尽管6月份以来二手房市场成交量持续低迷，但是价格依然在稳步上扬。链家市场研究部统计数据表明，北京二手住宅成交均价为46596元/平方米，同时套均总价为391万元。

面对这样的价格，记者调查发现，最受煎熬的居然不是无房一族的刚需，而是生了二孩、上有老人下有小孩的改善房需求一族。“现有的房子卖了想要换房，但三居、四居本身房源少，卖得又特别快，甚至有业主提出加价才能成交。”链家地产也证实，在新增的二手房供需结构方面，面积在120-140平方米的三居室、总价在600万-750万的改善型市场供需矛盾最为尖锐，并且这一趋势还在延续。

在居室分布上，可以发现二、三居室的需求量是主力需求，而供给方面一、二居室的供给占比较大，因此出现了供需错配——一居室的供给占比相对多但是需求占比较少，三居室则相反，其中三居室的供需比高达7.3，可见三居室是目前最抢手的潜力户型。

从均价特征看，三、四居产品均价逐步提升。其中，均价2万—3万同比增长38%，均价4万以上同比则翻了三倍。四居均价涨幅非常明显，四环内成交均价已近8万/平方米，相比之下四五环之间不到6万/平方米的均价水平最具性价比优势。

同策咨询研究部总监张宏伟也表示，二孩出生后，家庭结构发生变化，住房需求起码变为三居，甚至四居。这意味着全面二孩后，曾经房地产市场中的刚需主力户型——两居室，将面临“让贤”，三居室或四居室成为刚需产品，五居室则成为改善型需求产品。

摘自：中国新闻网

二、大有数据

① 市场总揽

规模数量：平均募集规模2.07亿元

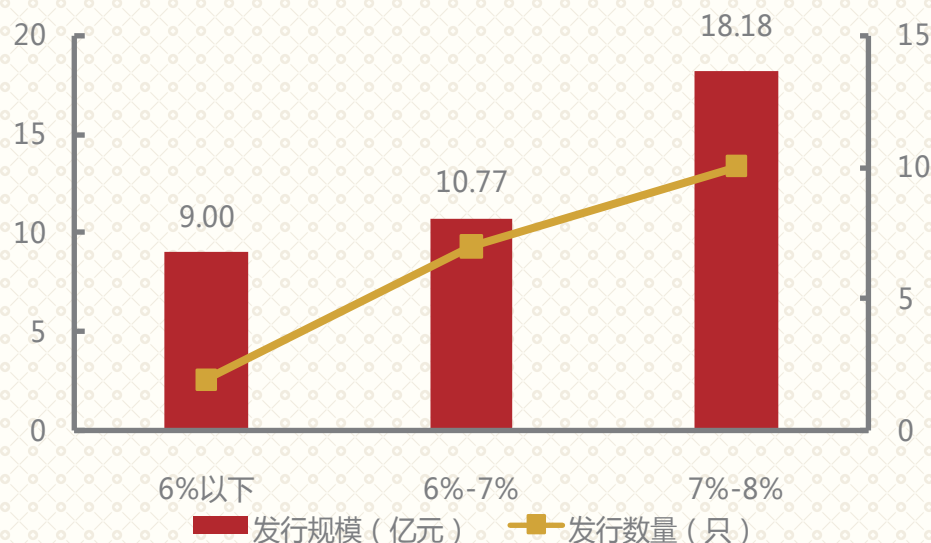
本周共有21只产品发行，发行规模为43.45亿元，平均募集规模2.07亿元。（详见附录）发行数量比上周减少8只，发行规模环比减少34.16%。本周参与产品发行的信托公司有12家，比上周减少3家，机构参与度为17.65%。

收益期限：平均预期收益率6.87%，平均期限1.41年

本周产品的平均预期收益率为6.87%，比上周减少1.50%。

本周产品的主要收益区间为7%-8%，10只产品发行，发行规模18.18亿元，数量占比47.62%，规模占比41.84%；其次，收益在6%-7%的产品7只，发行规模10.77亿元，数量占比33.33%，规模占比24.79%；再次，收益在6%以下的产品2只，发行规模9.00亿元，数量占比9.52%，规模占比20.71%。

图一：本周集合信托产品最高预期收益率统计
(2016.07.25-2016.07.31)

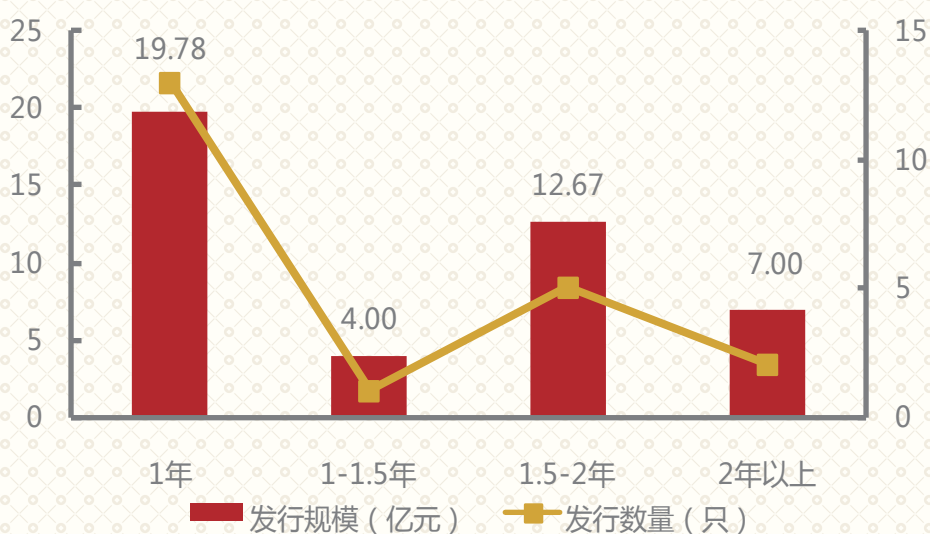


数据来源：大有财富金融产品中心

本周产品平均期限1.41年，比上周减少9.12%。（详见图二）

本周1年期产品13只，发行规模19.78亿元，数量占比61.90%，规模占比45.52%；其次，1.5-2年期产品5只，发行规模12.67亿元，数量占比23.81%，规模占比29.16%；再次，2年期以上产品2只，发行规模7.00亿元，数量占比9.52%，规模占比16.11%。

图二：本周集合信托产品期限统计
(2016.07.25-2016.07.31)

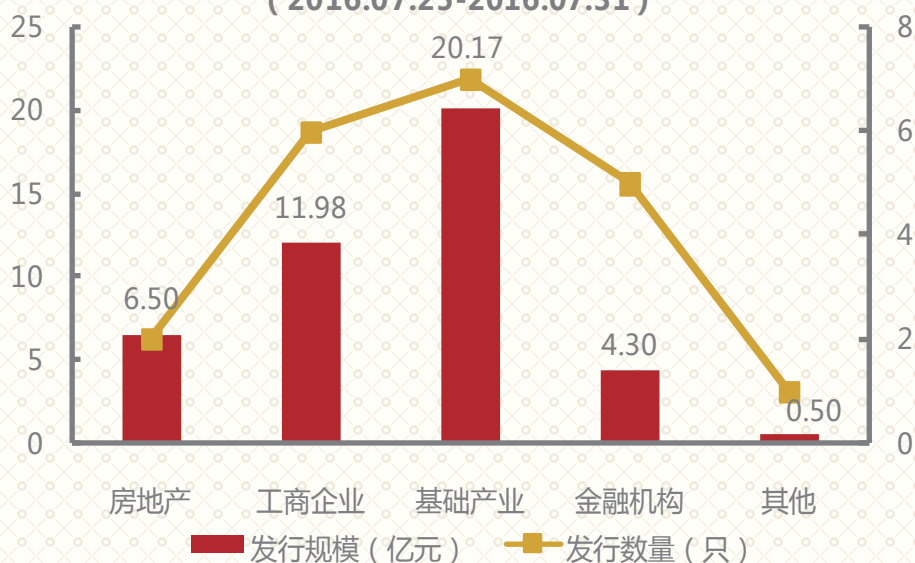


数据来源：大有财富金融产品中心

投资领域：基础产业信托排在首位

从资金投向看，基础产业信托排在首位，7只产品发行，发行规模20.17亿元，数量占比33.33%，规模占比46.42%；其次，工商企业信托6只，发行规模11.98亿元，数量占比28.57%，规模占比27.57%；再次，房地产信托2只，发行规模6.50亿元，数量占比9.52%，规模占比14.96%。（详见图三）

图三：本周集合信托产品资金投向统计
(2016.07.25-2016.07.31)



数据来源：大有财富金融产品中心

② 特别关注

大有财富作为一家独立、专业的第三方理财顾问和资产管理机构，依托专业化产品投研和财富管理，专注金融理财研究，为投资者特别关注了25家有央企背景以及有业务特色的信托公司。

从产品成立的情况来看，本周共有华润信托、五矿信托、中粮信托3家信托公司的4只信托产品成立，成立规模32.23亿元，较上周增加10.41亿元。（详见表一）

表一：本周集合信托产品成立统计（有央企背景以及有业务特色的信托公司）

产品名称	产品期限 (年)	预期收益率	资金投向	成立规模 (亿元)
华润信托·华美地产横琴荔枝湾项目集合资金信托计划	2	6.5-7.3%	房地产	25
五矿信托·丰银投资集合资金信托计划（第36期）	10	——	——	3.2
中粮信托·丰盈2号集合资金信托计划（第2期）	0.5	5.8-6.2%	工商企业	4
中粮信托·供应链信托贷款十八期（中粮饲料）集合资金信托计划（第1期）	——	——	工商企业	0.075
总计				32.275

数据来源：大有财富金融产品中心（数据截止日期为2016年07月31日）

本周共有光大信托、五矿信托、长安信托、中信信托4家信托公司的5只信托产品发行，发行规模为13.50亿元。（详见表二）

经过测算，这5只产品的平均预期收益率为6.14%，平均期限为1.62年。与全部68家信托公司的数据相比，平均预期收益率低10.61%，平均期限长14.73%。（详见表三）

表二：本周集合信托产品发行统计（有央企背景以及有业务特色的信托公司）

产品名称	产品期限 (年)	预期收益率	资金投向	发行规模 (亿元)
光大信托·广义影视产业基金集合资金信托计划	2	——	其他	0.5
五矿信托·贵阳水投信托贷款集合资金信托计划（第2期）	0.58	6-6.5%	基础产业	1
长安信托·江苏天禾流动资金贷款集合资金信托计划（第3期）	2.5	6-6.5%	基础产业	3
长安信托·景唐多策略投资10号集合资金信托计划	1	5.35-5.85%	金融机构	2
中信信托·丹阳市新农村建设应收账款投资集合资金信托计划	2	5.7%	基础产业	7
总计				13.50

数据来源：大有财富金融产品中心（数据截止日期为2016年07月31日）

表三：信托公司基本数据比较

	25家信托公司	68家信托公司	比较
平均预期收益率(%)	6.14	6.87	-10.61%
平均期限(年)	1.62	1.41	14.73%

数据来源：大有财富金融产品中心（数据截止日期为2016年07月31日）

③ 产品精解

中航信托·天启287号天津滨海河西老城改造应收账款溢价回购集合资金信托计划（往期项目）

本信托计划募集规模3亿元，资金用于折价受让天房海滨建设对天津市滨海新区汉沽管委会由于改造河西老城基础设施而形成的5.1亿元应收账款债权，并补充其流动资金不足。信托期限有1年和1.5年两档，预期收益率8.5%-9.8%，到期一次还本付息，其中1.5年期产品可提前6个月结束。

中航信托为本信托计划设置多重增信措施并进行了相应的强制性公证：首先，融资方5.1亿元应收账款质押给中航信托；其次，中航信托对天房发展（集团）持有的天房海滨建设100%的股权（净资产12.8亿元）进行质押；第三，天房海滨建设的母公司——天房发展（集团）（股票代码：600322）对该笔信托资金的到期兑付提供100%的连带责任担保；另外，上市公司若对外进行其他担保必须经董事会或股东大会审议批准，并在中国证监会指定信息披露报刊上及时披露。第四，集团总公司——天房集团对信托资金的到期兑付提供100%的连带责任担保。

综合来看，本信托计划风控措施完善，质押充足，有上市母公司担保；1年-1.5年期产品，相对于市场上其他信托产品在期限上更具优势，预期收益率理想，是同时期较为优质的项目。

2016年，大有财富重点关注PPP模式，专注于基础设施行业，立足于信托，推出更多优质的契约型私募基金，为广大新老客户持续提供优质的理财产品。如需了解产品详情，请联系专属理财经理或拨打公司客服热线：010-65050807。

三、大有商学院

① 大有聚焦——探源家族信托的资产配置理念

在家族信托的语境中，资产配置的观念不仅包括具象的金融资本，还包括抽象的人力资本和智力资本，尤其是对于后者的合理配置更多取决于家族价值观和财富观的塑造与传承。

在回归信托制度本源、促进信托行业转型的当下，家族信托是一道亮丽的风景线，成为信托公司开展创新类信托业务的角力场。为高净值人群提供系统性的财富管理解决方案是家族信托旨在实现的良好预期，但是如何寻找及搭建实操路径，行业先行者尚在摸索前行。尽管家族办公室、私人银行部的称谓及基本功能在业内已经耳熟能详，但从效果角度尚缺乏完整周期运行的产品验证以及机构服务的成熟推广模式。

家族信托设立的个性化、财产的多样化、存续的长周期、利益分配的复杂性对受托人管理能力提出了全面要求，除了精妙周到的信托文件设计与完善的制度支持之外，资产配置的能力与效果一定程度上决定了家族信托的核心竞争力。根据招商银行与贝恩公司联合推出的《2015中国私人财富报告》，面对中国内地地区126万千万级高净值人群，能否成功运用资产配置满足客户的家族财富管理需求成为家族信托能否在制度上和业务上胜出的关键要素。

理念：家族财富观

“不要把所有的鸡蛋放在一个篮子里”，也许是解释资产配置的最佳诠释，这个西方谚语的出处可以追溯至塞万提斯的《堂·吉珂德》，可见资产配置最初是以理念形式出现的，而非投资操作之术。西方许多家族财富传承的传奇故事也可以借助资产配置的理念解释。最为典型的是罗斯柴尔德集团缔造者梅耶·罗斯柴尔德将其5个儿子分派欧洲五地开设银行，跨地域创设金融中心构筑家族金融帝国，兼顾人力资本与金融资本投资配置的协调性；又比如洛克菲勒家族通过家族办公室制度教育引导家族成员从事慈善事业，在家族精神引领下从事财富管理，成为保持家族基业长青的秘诀。

解析家族财富的内涵，不仅包括金融资本，还包括人力和智力资本；进一步讲，金融资本是为了实现人力及智力资本成长的支持性工具。因此，在家族信托的语境中，资产配置的理念不仅包括具象的金融资本，还包括抽象的人力资本和智力资本，尤其是对于后者的合理配置更多取决于家族价值观和财富观的塑造与传承。

可以说，家族财富观与资产配置是体用关系，一定的家族价值观与财富观决定了资产配置的内涵与理念。单纯强调财富保值增值的资产配置目标、多元配置的投资策略难免会反客为主，

漠视客户个性化的资产配置理念及定位，也容易导致资产配置策略同质化，难以体现既定客户及家族的资产配置特质。

反观国内家族信托实践，国人并不缺乏传统的家国文化，根据《2015中国私人财富报告》的调研数据，高净值人群对于精神财富的重视程度达到65%以上，将教育观视为最值得传承的“家风”。但是如何将家族财富观与资产配置结合，进而成为引领资产配置的观念，实现家族精神和家族财富的传承，在高净值人群中尚处于培育发掘阶段。

从受托机构角度，考察市场上已经推出的家族产品及服务，虽然对资产配置的多样化种类多有提及，但是能够将客户家族价值观与财富观作为指导资产配置理念和操作的个性化配置实践尚不常见。

从家族信托资产配置的理念角度，如何在客户风险偏好和性格特征分析基础上帮助客户更为清晰地了解自己，引导客户以家族财富观为根本，树立资产配置的个性化理念，成为信托公司开展资产配置差异化竞争的起点。

理论：家庭金融理论

家族信托资产配置的主体单元是家庭或家族，这是影响资产配置策略的最重要因素，也需要特定的资产配置理论支持。哈佛大学及美国国民经济研究局（NBER）教授约翰·Y·坎贝尔在2006年就撰文提出家庭金融不同于公司金融的**五个显著特征：配置长周期；包含重要不可交易资产，例如劳动力资本；包含高比例非流动性资产，例如房产；面临借贷融资约束；受制于复杂税制。**

虽然按照资产配置的通识理论，分散化、多样化投资是合理配置的首选，但是家庭金融的上述特征会直接影响到资产配置的决策，资产配置的类别也会相应调整。

以股票配置举例，国外实证研究表明，家庭成员的受教育程度高低、对个人寿命的乐观或悲观预期、对金融创新产品的接受或排斥情绪都会成为家庭直接配置股票意愿及比例的影响因素。可见用于指导家庭金融资产配置的理论应更倾向于考虑“人”的因素，以家庭金融特征为出发点，制定适合家庭成员结构及金融资产结构的资产配置方案。

我国实证层面，根据胡润百富《2015年度中国高净值人群资产配置白皮书》调研数据，目前98%的中国富豪（千万资产以上）最主要的资产配置方式仍然是存款和不动产，分别占比38%和35%，其他配置方式的比例总额没有超过30%；即便是在财富传承安排上，为子女购置房产的安排比例也占到了21%，仅次于为子女购买保险的安排比例。这一方面说明引导客户进行多样化资产配置存在巨大可为空间，但另一方面也表明要立足现实的客户家庭金融资产结构，根据家庭生命周期的不同阶段对金融资产类别及比例有选择配置。

家庭生命周期理论的核心思想是基于理性消费者假设，个人会根据收入预期在生命不同阶段安排消费与储蓄比例，使整个生命周期内的效用最大化。该理论对于家族信托的财富管理及安排设计尤为重要，其中年龄、受教育程度、家庭收入、前期财富积累总量均是影响家庭金融资产结构的重要变量。如前述，家族信托旨在为客户提供系统性的财富管理解决方案。对于系统性的理解，不仅包括共时性、一站式的多类资产配置，而且涵盖历时性、长周期背景下资产配置比例的动态变化安排。

理由：尊重市场的不确定性

家族信托的资产配置对内要立足于客户家庭的配置需求和金融资产结构；对外应遵循市场逻辑，围绕经济周期判断资产价格以及做出配置决策及再平衡调整。

遵循经济周期进行大类资产配置的理论与策略可谓汗牛充栋，最为典型的是“美林时钟”理论，即根据经济周期的衰退、复苏、过热、滞胀四个阶段对应配置相应比例的资产，如债券、股票、商品和现金，实现超额收益。但是，市场的不确定性并不会完全按照既定的投资逻辑演绎，因为驱动经济周期变化的因素本身就具有多样性和多变性。例如，既包括央行的货币供给导致的货币加速现象，也包括非货币驱动的存货加速、资本性输出加速、资产抵押加速、情绪加速；以及经济自身内在驱动的耗竭现象甚或是经济衰退或萧条情况下可能发生的信用崩溃。

事实上，我国2014年开始的货币宽松政策造就的股债“双牛”、2015年夏季在高杠杆融资失控以及暴富投资情绪泛滥的叠加共振作用下，加速推动了股市巨幅波动的现象都成为影响投资时钟规律变化的非确定因素，金融服务实体经济的范式关系出现了一定程度的偏离。由此引

发的问题是，资产配置的逻辑或立足点该如何选择？

认知市场的不确定性，承认投资的随机性和偶然性是适度尊重风险的前提。坚持防御性投资，强调避免错误的重要性，这种聪明的投资方式笔者深以为然。在家族信托的资产配置领域，谨慎的投资方式也完全符合受托人审慎投资的受信义务。

信托公司在资产管理领域的主动管理能力主要体现为对投资产品的筛选与评价能力，以及对各类资产按照其风险收益特征的组合能力，但对于资产配置的决策权则应严格尊重委托人意愿，向委托人充分披露可供决策信息。引导客户强化风险意识，适度控制风险，以敬畏市场的态度，对家族财富采取长期稳健的配置策略。

结合我国现状，鉴于在信托产品市场上，投资人对固定收益类信托产品已经形成预期收益兑付的思维定式，涉及到权益投资产品以及相关的投资类产品组合，投资者对“买者自负”的风险认知相对需要更长时间转变，受托人则更应审慎地履行受托责任。无论针对信息披露义务还是风险揭示义务，受托人在资产配置决策过程中发挥的作用都应严格遵循家族信托设立的信托目的，按照信托合同约定，审慎执行委托人意愿。

当然，鉴于家族财富管理的长期性和市场环境变化的不确定性，资产配置除了尊重委托人的意愿，还应适当考虑其未来主要传承家庭成员的职业专长与投资偏好，在符合信托目的前提下，合理做出相应设置安排，以便于未来顺畅地进行财富传承交接及财富持续管理。

理性：投资心理的博弈

资产配置是一种理念，更是一门艺术。因为资产配置追求的效果不仅要战胜市场，更要战胜人性，而且二者紧密相关。市场的非理性表现在投资历史已有多项例证，无论是远观回顾17世纪荷兰的郁金香投资泡沫，还是近景解析2008年次贷危机的地产泡沫，相似的是市场均曾在特定的时段沉浸在贪婪和恐惧交织的非理性情感中。而金融投资领域的群体行为又强化了上述贪婪和恐惧情绪的趋势性效果，成为市场不确定性的主要归因。由此，寻找资产配置中的非相关性以及逆向投资策略某种程度上可以说均是对市场非理性行为的理性回馈。

根据金融心理学及行为金融学的相关理论，逆向思考是应对市场不确定性和战胜自我的有

效策略。逆向思考的思维方式在判断投资趋势变化的时刻尤为重要，这也是为什么说在趋势发展过程中，公众是正确的；但是在趋势的两端，却是错误的。这种投资心理的博弈方式以及应对之道在指导资产配置实践中可以具化为采取多样化的对冲策略平滑集中投资的风险。

在家族信托的资产配置领域，如前述，家庭金融的资产结构包含大量不可交易资产和高比例的非流动性资产。这种过于集中的资产类比及比例相应会造成集中的风险暴露，不利于家庭财富的妥适保值，也会限制资产收益获取的多元渠道，不利于家庭财富的稳健增值。

因此，以核心资产为基础，辅之配置以一定比例的负相关资产类别为对冲手段，可以达到逆向投资的效果，博取市场反转时的超额收益。例如，家族信托的客户如果是传统行业的企业主，那么在新经济领域适当增加一定比例的投资品种，可以实现资产配置的内部对冲效果，反之亦然。

总之，根据客户的个性化资产结构和投资偏好，受托人适当提供基于逆向思考的配置建议，实质上是在助益客户从容应对大众的投资心理博弈，保持超越市场非理性因素的理性应对。

综上，在当前泛资管的金融混业竞争时代，我国家族信托的资产配置核心竞争力培育是个全新的领域，也是信托公司提升主动管理能力差异化竞争的创新路径。依托于家族信托的制度特征和制度优势，资产配置的理念树立以家族财富观为指导，以发展“人”的因素为宗旨；资产配置的理论知识应尊重家庭金融的资产结构特征；资产配置的理由和逻辑应以顺应经济周期为基础，尊重并分析市场不确定性的表征，受托人审慎地履行受托责任，引导客户对资产配置进行个性化的合理决策；资产配置的理性要求则应在金融心理的博弈中坚持逆向思考思维，帮助客户克服大众心理，实现家族财富安全基础上的稳健增值。

作者：中航信托股份有限公司研发与产品创新部

② 大有理财

商业计划书 (Business Plan)

商业计划书，英文名称为Business Plan，是公司、企业或项目单位为了达到招商融资和其它发展目标，在经过前期对项目科学地调研、分析、搜集与整理有关资料的基础上，根据一定的

格式和内容的具体要求而编辑整理的一个向投资者全面展示公司和项目目前状况、未来发展潜力的书面材料。

商业计划书以书面的形式全面描述企业所从事的业务。它详尽地介绍了一个公司的产品服务、生产工艺、市场和客户、营销策略、人力资源、组织架构、基础设施和供给的需求、融资需求，以及资源和资金的利用。

四、大有幽默

专业的理财销售

理财销售员：“您好，我们现在这里有一份理财产品，希望您能了解下。”

我爸：“对不起，我没兴趣！”

销售员：“收益率可以达到15%。”

我爸：“这么好你就自己投资吧，别找我了。”

销售员：“我没钱啊！”

我爸：“你贷点款啊，贷款利率7%，回头你还能赚8%，快去吧孩子。”

电话挂断了……

附录：本周集合信托产品发行统计

产品名称	产品期限 (年)	预期收益 率	资金投向	发行规模 (亿元)
方正东亚信托·红花岗城投应收账款投资集合资金信托计划	3	6.8-7.1%	基础产业	4
光大信托·广义祯影视产业基金集合资金信托计划	2	——	其他	0.5
华信信托·悦信理财一年期集合资金信托计划(第59期)	1	6.5-6.7%	金融机构	0.5
华信信托·悦信理财一年期集合资金信托计划(第60期)	1	6.5-6.7%	金融机构	0.5
华信信托·悦信理财一年期集合资金信托计划(第61期)	1	6.5-6.7%	金融机构	0.5
四川信托·申富66号集合资金信托计划	1	6-7.3%	金融机构	0.8
四川信托·武汉安居公司现代城五期项目开发贷款集合资金信托计划	1	7.3-7.8%	房地产	2.5
万向信托·工商企业信托基金20号集合资金信托计划	2	6-7.3%	基础产业	2.6
五矿信托·贵阳水投信托贷款集合资金信托计划(第2期)	0.58	6-6.5%	基础产业	1
西部信托·海航2号集合资金信托计划	1	——	工商企业	5
西部信托·海航健康集合资金信托计划	1.5	6.6-7.5%	工商企业	4
新时代信托·慧金926号集合资金信托计划	1	7%	工商企业	0.79
新时代信托·慧金927号集合资金信托计划	1	7%	工商企业	0.78
新时代信托·鑫业1627号信托贷款集合资金信托计划	1	7.0%	工商企业	0.66
新时代信托·鑫业1644号信托贷款集合资金信托计划	1	7%	工商企业	0.75
长安信托·江苏天禾流动资金贷款集合资金信托计划(第3期)	2.5	6-6.5%	基础产业	3
长安信托·景唐多策略投资10号集合资金信托计划	1	5.35-5.85%	金融机构	2
中江信托·镇宁成兰市政应收账款转让集合资金信托计划	2	7.5-7.7%	基础产业	1.3
中融信托·融建1号股权投资集合资金信托计划	1	6.4-6.6%	房地产	4
中融信托·融昱1号集合资金信托计划(开放期)	2	6.5%	基础产业	1.27
中信信托·丹阳市新农村建设应收账款投资集合资金信托计划	2	5.7%	基础产业	7
合计				43.45

数据来源：大有财富金融产品中心（数据截止日期为2016年07月31日）

免责声明：

本报告的新闻信息及数据信息均来自公开渠道，本公司对这些信息的准确性、完整性不作任何明示或默示的承诺或保证，也不保证这些信息不会发生任何变更；本报告的分析、意见仅反映了本公司研究员的个人观点，其逻辑基于研究员个人的职业理解，通过合理判断作出的分析结论，未受任何第三方的授意、影响；本报告文中的分析、观点力求客观、公正，但不代表任何确定性、最终性的判断，投资者对此作出的任何决策与本公司和作者无关。

重要声明：

本报告仅供参考资料使用，客户不得尽依赖此报告而取代之独立判断，本公司及作者不对因使用本报告产生的任何后果承担法律责任；本报告的知识产权归北京金信大有资产管理有限公司及作者共同所有，未经前者许可，任何组织、个人均不得对本报告内容以转载、复制、编辑、上传、发布等形式使用于任何场合。如需引用、转载、刊发须注明出处北京金信大有资产管理有限公司，且不得对本报告内容进行有违原意的删节、修改。

（任何人使用本报告，视为同意以上声明。）

如需参考更多信息，请登录大有财富官方网站www.dayouwm.com。

联系方式

地址：北京市朝阳区建国门外大街1号国贸写字楼1座18层

邮编：100004

电话：010-65050807