

# 江苏宏图高科技股份有限公司

## 2010 年度 报告 摘要

### 4.2 股东数量和持股情况

单位:股					
40,012					
股东名称					
前十名股东持股情况					
股东名称	股东性质	持股比例 (%)	持股总数	持有有限售条件股份数量	质押或冻结的股份数量
三胞集团有限公司	境内非国有法人	20.65	116,939,572	53,531,583	质押 105,720,000
华宝信托有限责任公司	其他	4.77	27,000,000	27,000,000	质押
南京盛亚科技投资有限公司	境内非国有法人	4.09	23,147,159	23,147,159	质押 22,620,000
南京博融科技开发有限公司	境内非国有法人	2.83	16,043,130	0	质押 16,000,000
江苏苏豪创业投资有限公司	国有法人	2.65	15,000,000	15,000,000	质押
江苏永鸿国际集团棉织品进出口有限公司	国有法人	2.65	15,000,000	15,000,000	无
南京中森泰富科技发展有限公司	境内非国有法人	2.21	12,543,753	0	质押 12,543,753
苏建平	境内自然人	2.21	12,500,000	12,500,000	质押 12,500,000
中国农业银行-中邮核心成长股票型证券投资基金	其他	1.77	10,000,000	10,000,000	无
叶祥荣	境内自然人	1.77	10,000,000	10,000,000	无
中信证券股份有限公司	其他	1.77	10,000,000	10,000,000	无
前十名无限售条件股东持股情况					
股东名称	持有无限售条件股份的数量	股份种类及数量			
三胞集团有限公司	63,407,989	人民币普通股	追加承诺注1		
南京博融科技开发有限公司	16,043,130	人民币普通股			
南京中森泰富科技发展有限公司	12,543,753	人民币普通股			
大成价值增长证券投资基金	8,732,903	人民币普通股			
上海浦东投资有限公司	7,914,521	人民币普通股			
中国工商银行-中海能源策略混合型证券投资基金	4,499,979	人民币普通股			
王振江	4,000,000	人民币普通股			
章新男	4,000,000	人民币普通股			
泰康人寿保险股份有限公司-万能-个险万能	3,699,901	人民币普通股			
马长寿	3,100,000	人民币普通股			
前十名股东及前十名无限售条件流通股股东中，三胞集团有限公司和南京中森泰富科技发展有限公司为一致行动人。未知其他股东之间是否存在关联关系或是否属于《上市公司持股变动信息披露管理办法》规定的一致行动人。					
上述股东关联关系或一致行动的说明					

注1：公司控股股东三胞集团有限公司对持股3,100,000股高科技股份有限公司，自2009年9月7日起，继续增持2%。截至2010年9月7日，在此期限内通过上海证券交易所交易系统增持高科技股份有限公司股份0.2019年9月7日起，若宏图高科股价低于30元/股，三胞集团有限公司将通过上海证券交易所交易系统增持高科技股份有限公司股份0.2019年9月7日起因分红、配股、转增等原因导致股份或权益变化时，按相应因素调整持股比例。

4.3 控股股东及实际控制人变更情况

4.3.1 控股股东及实际控制人变更情况

4.3.2 控股股东及实际控制人具体情况介绍

4.3.3 控股股东及实际控制人具体情况介绍

三胞集团有限公司系本公司的控股股东，持有本公司股份116,939,572股，占公司总股本的20.65%。

4.3.2 控股股东情况

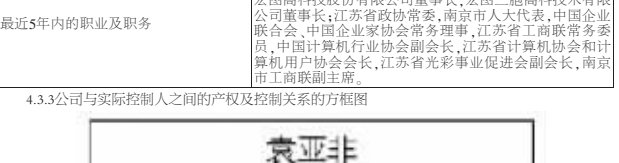
袁亚非

○法人

单位:万元 币种:人民币	
名称	三胞集团有限公司
单位负责人或法定代表人	袁亚非
成立日期	1995年4月28日
注册资本	100,000
主要经营范围或管理活动	电子计算机工程设计与施工、安装；电子计算机及配件、通信设备（不含卫星地面接收设施）开发、研制、生产、销售及售后服务与咨询；摄影器材、金属材料、建筑装饰材料、五金交电、水暖器材、陶瓷制品、电器机械、汽配、百货、纺织用品、电子产品（非危险品）、计算机、文教办公用品销售；家电维修；实业投资、投资管理；自营和代理各类商品和技术的进出口（但国家限定公司经营和禁止进出口的商品和技术除外）
4.3.3 实际控制人情况	○自然人
是否取得其他国家或地区居留权	否

最近5年内的职业及职务

4.3.3 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图



4.3.4 实际控制人通过信托或其他资产管理方式控制公司

4.3.5 董事、监事和高级管理人员持股变动及持股情况

5.1 董事、监事和高级管理人员持股变动及持股情况

姓名	职务	性别	年龄	任期起始日期	任期终止日期	年初持股数	年末持股数	变动原因	报告期内从公司或从其他关联单位领取薪酬、津贴	是否在报告期内从公司或从其他关联单位领取薪酬、津贴
袁亚非	董事长	男	46	2010年7月1日	2013年6月30日	0	0	股权激励	是	是
杨怀珍	副董事长	女	47	2010年7月1日	2013年6月30日	0	0	股权激励	是	是
朱雷	董事	男	46	2010年7月1日	2013年6月30日	0	0	股权激励	是	是
陈斌	董事、总裁	男	45	2010年7月1日	2013年6月30日	17,900	17,900	股权激励	是	是
陈建雄	独立董事	男	50	2010年7月1日	2013年6月30日	0	0	股权激励	是	是
赵顺龙	独立董事	男	45	2010年7月1日	2013年6月30日	0	0	股权激励	是	是
孙勇	独立董事	男	50	2010年7月1日	2013年6月30日	0	0	股权激励	是	是
沈冲	独立董事	男	47	2010年7月1日	2013年6月30日	0	0	股权激励	是	是
仪春林	董事	男	36	2010年7月1日	2013年6月30日	0	0	股权激励	是	是
殷守宁	董事	男	46	2010年7月1日	2013年6月30日	0	0	股权激励	是	是
殷守宁	董事、财务总监	男	46	2010年7月1日	2013年6月30日	0	0	股权激励	是	是
张伟	副总裁	男	47	2010年7月1日	2013年6月30日	0	0	股权激励	是	是
花贵霞	副总裁	女	41	2010年7月1日	2013年6月30日	0	0	股权激励	是	是
程霞	副总裁	女	33	2010年7月1日	2013年6月30日	0	0	股权激励	是	是
陈刚	董事、董事会秘书	男	50	2010年7月1日	2013年6月30日	0	0	股权激励	是	是
金世民	监事会主席	男	41	2010年7月1日	2013年6月30日	0	0	股权激励	是	是
李曼	监事	女	31	2010年7月1日	2013年6月30日	0	0	股权激励	是	是
陈亚平	监事	女	33	2010年7月1日	2013年6月30日	0	0	股权激励	是	是
合计						17,900	17,900	股权激励	是	是

6.1 管理层讨论与分析

1. 报告期内整体经营情况的讨论与分析

2010年面对较为复杂的经济形势，公司积极开拓各项业务，努力扩大市场份额，加强基础建设和管理，完善经营管理体系，做强做优主业，公司经营管理能力和效益得到了进一步提升，保持了持续、稳健发展的态势。2010年计划实现营业收入123亿元，实际完成113亿元，完成率91.87%，较2009年增长5.19%；营业利润计划112亿元，实际为102.86亿元，计划完成率92.16%，较2009年增息3.05%；费用计划7.9亿元，实际为7.71亿元，计划完成率97.61%，较2009年增息13.98%。

6.2 2010年度主要工作回顾

6.2.1 为顺应竞争环境变化趋势，公司深化精细化管理，提升专业能力，并明确了“做中国最具价值的消费电子产品与服务提供商”的战略目标。2010年围绕“客户导向”的经营理念，公司在供应链管理、市场营销、专业方法引入、科技研发、售后服务等方面有了较大的提高，相应经营业绩取得了显著进步。围绕客户为核心要素，公司实施了一系列举措，以提升我们的零售竞争力。

1. 供应链精细化管理，提升运营效率。

2. 对客户进行系统整合，实行分、行、供、销专业化、精细化管理，并搭建了计划协调保障机制，以进一步提升销售能力与供应链保障能力。

3. 加强产品体系建设，提升产品保障能力。

4. 加强品牌体系建设，提升品牌保障能力。

5. 加强渠道体系建设，提升渠道保障能力。

6. 加强售后服务体系建设，提升售后服务保障能力。

7. 加强品牌体系建设，提升品牌保障能力。

8. 加强售后服务体系建设，提升售后服务保障能力。

9. 加强品牌体系建设，提升品牌保障能力。

10. 加强售后服务体系建设，提升售后服务保障能力。

11. 加强品牌体系建设，提升品牌保障能力。

12. 加强售后服务体系建设，提升售后服务保障能力。

13. 加强品牌体系建设，提升品牌保障能力。

14. 加强售后服务体系建设，提升售后服务保障能力。

15. 加强品牌体系建设，提升品牌保障能力。

16. 加强售后服务体系建设，提升售后服务保障能力。

17. 加强品牌体系建设，提升品牌保障能力。

18. 加强售后服务体系建设，提升售后服务保障能力。

19. 加强品牌体系建设，提升品牌保障能力。

20. 加强售后服务体系建设，提升售后服务保障能力。

21. 加强品牌体系建设，提升品牌保障能力。

22. 加强售后服务体系建设，提升售后服务保障能力。

23. 加强品牌体系建设，提升品牌保障能力。

24. 加强售后服务体系建设，提升售后服务保障能力。

25. 加强品牌体系建设，提升品牌保障能力。

26. 加强售后服务体系建设，提升售后服务保障能力。

27. 加强品牌体系建设，提升品牌保障能力。

28. 加强售后服务体系建设，提升售后服务保障能力。

29. 加强品牌体系建设，提升品牌保障能力。

30. 加强售后服务体系建设，提升售后服务保障能力。

31. 加强品牌体系建设，提升品牌保障能力。

32. 加强售后服务体系建设，提升售后服务保障能力。

33. 加强品牌体系建设，提升品牌保障能力。

34. 加强售后服务体系建设，提升售后服务保障能力。

35. 加强品牌体系建设，提升品牌保障能力。

36. 加强售后服务体系建设，提升售后服务保障能力。

37. 加强品牌体系建设，提升品牌保障能力。

38. 加强售后服务体系建设，提升售后服务保障能力。

39. 加强品牌体系建设，提升品牌保障能力。

40. 加强售后服务体系建设，提升售后服务保障能力。

41. 加强品牌体系建设，提升品牌保障能力。

42. 加强售后服务体系建设，提升售后服务保障能力。

43. 加强品牌体系建设，提升品牌保障能力。

44. 加强售后服务体系建设，提升售后服务保障能力。

45. 加强品牌体系建设，提升品牌保障能力。

46. 加强售后服务体系建设，提升售后服务保障能力。

47. 加强品牌体系建设，提升品牌保障能力。

48. 加强售后服务体系建设，提升售后服务保障能力。

49. 加强品牌体系建设，提升品牌保障能力。

50. 加强售后服务体系建设，提升售后服务保障能力。

51. 加强品牌体系建设，提升品牌保障能力。

52. 加强售后服务体系建设，提升售后服务保障能力。

53. 加强品牌体系建设，提升品牌保障能力。

54. 加强售后服务体系建设，提升售后服务保障能力。

55. 加强品牌体系建设，提升品牌保障能力。

56. 加强售后服务体系建设，提升售后服务保障能力。

57. 加强品牌体系建设，提升品牌保障能力。

58. 加强售后服务体系建设，提升售后服务保障能力。

59. 加强品牌体系建设，提升品牌保障能力。

60. 加强售后服务体系建设，提升售后服务保障能力。

61. 加强品牌体系建设，提升品牌保障能力。

62. 加强售后服务体系建设，提升售后服务保障能力。

63. 加强品牌体系建设，提升品牌保障能力。

64. 加强售后服务体系建设，提升售后服务保障能力。

65. 加强品牌体系建设，提升品牌保障能力。

66. 加强售后服务体系建设，提升售后服务保障能力。

67. 加强品牌体系建设，提升品牌保障能力。

68. 加强售后服务体系建设，提升售后服务保障能力。

69. 加强品牌体系建设，提升品牌保障能力。

70. 加强售后服务体系建设，提升售后服务保障能力。

71. 加强品牌体系建设，提升品牌保障能力。

72. 加强售后服务体系建设，提升售后服务保障能力。

73. 加强品牌体系建设，提升品牌保障能力。

74. 加强售后服务体系建设，提升售后服务保障能力。

75. 加强品牌体系建设，提升品牌保障能力。

76. 加强售后服务体系建设，提升售后服务保障能力。

77. 加强品牌体系建设，提升品牌保障能力。

78. 加强售后服务体系建设，提升售后服务保障能力。

79. 加强品牌体系建设，提升品牌保障能力。

80. 加强售后服务体系建设，提升售后服务保障能力。

81. 加强品牌体系建设，提升品牌保障能力。

82. 加强售后服务体系建设，提升售后服务保障能力。

83. 加强品牌体系建设，提升品牌保障能力。

84. 加强售后服务体系建设，提升售后服务保障能力。

85. 加强品牌体系建设，提升品牌保障能力。

86. 加强售后服务体系建设，提升售后服务保障能力。

87. 加强品牌体系建设，提升品牌保障能力。

88. 加强售后服务体系建设，提升售后服务保障能力。

89. 加强品牌体系建设，提升品牌保障能力。

90. 加强售后服务体系建设，提升售后服务保障能力。

91. 加强品牌体系建设，提升品牌保障能力。

92. 加强售后服务体系建设，提升售后服务保障能力。

93. 加强品牌体系建设，提升品牌保障能力。

94. 加强售后服务体系建设，提升售后服务保障能力。

95. 加强品牌体系建设，提升品牌保障能力。

96. 加强售后服务体系建设，提升售后服务保障能力。

97. 加强品牌体系建设，提升品牌保障能力。

98. 加强售后服务体系建设，提升售后服务保障能力。

99. 加强品牌体系建设，提升品牌保障能力。

100. 加强售后服务体系建设，提升售后服务保障能力。

近年来，通讯设备行业市场发展很大，电力载波的市场需求呈现下降趋势。公司积极在有线通讯系统、自动化工控系统设备、通信高频开关电源的设计、开发、生产和销售等方面与国内外火电厂、变电站、输电线路工程、业务服务保持相对稳定。

6. 房地产业务

2010年是中国房地产市场宏观调控最严格的一年，相继出台了调控政策。房地产市场调控政策从供需、信贷、税收等多方面全面展开，从房地产市场实际运行来看，全国商品房销售由年初的市场需求旺盛、房价快速上涨，到目前的市场需求得到一定控制，销量短期小幅下滑，价格上速度放缓。

公司宏图、上海房地项目位于南京市新市区中心位置，综合配套齐全，已开通的地铁1号线软件大道站与宏图、上海园相接，多条公交线路可通达本小区，随着南京火车站的开通，该区域整体建设步伐将加快，宁南新区将成为主城区内居住生活居住区之一，加强对企业内骨干干人员的培训，提升企业整体素质。

7. 房地产业务

2010年是中国房地产市场宏观调控最严格的一年，相继出台了调控政策。房地产市场调控政策从供需、信贷、税收等多方面全面展开，从房地产市场实际运行来看，全国商品房销售由年初的市场需求旺盛、房价快速上涨，到目前的市场需求得到一定控制，销量短期小幅下滑，价格上速度放缓。

公司宏图、上海房地项目位于南京市新市区中心位置，综合配套齐全，已开通的地铁1号线软件大道站与宏图、上海园相接，多条公交线路可通达本小区，随着南京火车站的开通，该区域整体建设步伐将加快，宁南新区将成为主城区内居住生活居住区之一，加强对企业内骨干干人员的培训，提升企业整体素质。

8. 房地产业务

2010年是中国房地产市场宏观调控最严格的一年，相继出台了调控政策。房地产市场调控政策从供需、信贷、税收等多方面全面展开，从房地产市场实际运行来看，全国商品房销售由年初的市场需求旺盛、房价快速上涨，到目前的市场需求得到一定控制，销量短期小幅下滑，价格上速度放缓。

公司宏图、上海房地项目位于南京市新市区中心位置，综合配套齐全，已开通的地铁1号线软件大道站与宏图、上海园相接，多条公交线路可通达本小区，随着南京火车站的开通，该区域整体建设步伐将加快，宁南新区将成为主城区内居住生活居住区之一，加强对企业内骨干干人员的培训，提升企业整体素质。

9. 房地产业务

2010年是中国房地产市场宏观调控最严格的一年，相继出台了调控政策。房地产市场调控政策从供需、信贷、税收等多方面全面展开，从房地产市场实际运行来看，全国商品房销售由年初的市场需求旺盛、房价快速上涨，到目前的市场需求得到一定控制，销量短期小幅下滑，价格上速度放缓。

公司宏图、上海房地项目位于南京市新市区中心位置，综合配套齐全，已开通的地铁1号线软件大道站与宏图、上海园相接，多条公交线路可通达本小区，随着南京火车站的开通，该区域整体建设步伐将加快，宁南新区将成为主城区内居住生活居住区之一，加强对企业内骨干干人员的培训，提升企业整体素质。

单位:元 币种:人民币

分行业或分产品	营业收入	营业成本	营业利润率(%)	营业收入比上年增减(%)	营业成本比上年增减(%)	营业利润率比上年增减(%)
分行业						
电子商贸	8,977,892,049.86	8,373,881,988.32	6.73	11.49	11.10	增加5.19个百分点
工业制造	1,972,026,882.09	1,817,072,157.49	7.86	-5.84	-8.41	增加49.14个百分点
系统集成	215,549,971.31	33,771,559.82	9.29	12.48	34.77	增加61.41个百分点
房地产业	36,929,421.66	22,858,490.47	38.10	-89.17	-89.58	增加93.83个百分点
合计	11,024,883,903.58	10,247,589,996.10	7.04	4.79	4.93	减少1.82个百分点

3.2主营业务分地区情况		
单位:万元 币种:人民币		
地区	营业收入	营业收入比上年增减(%)
江苏	482,337.20	-7.53
上海	220,156.71	25.18
浙江	215,711.26	6.72
北京	127,471.32	17.20
安徽	47,474.70	31.94
海南	9,257.20	20.49

4.主要供应商、客户情况			
单位:万元 币种:人民币			
前五名供应商采购金额合计	312,838.10	占采购总额比重	30.11%
前五名客户的销售金额合计	184,040.05	占销售总额的比重	16.27%

6. 报告期内公司主要财务数据及变化情况

报表项目	期末金额	期初金额	变动金额	变动比例	变动说明
货币资金	3,925,675,641.81	1,819,412,107.34	2,106,263,534.47	115.77	主要为公司定增募集资金到账及公司使用以及公司本期经营活动现金流量净额比上年大幅增加所致。
应收账款	366,160,138.62	250,095,626.86	116,064,511.76	46.41	主要为公司无风险应收账款增加所致。
存货	2,763,038,974.07	1,918,851,235.77	844,187,738.30	43.99	主要为公司无风险应收账款增加所致。
预付账款	689,112,538.69	400,000,382.93	289,112,155.76	69.80	主要为公司无风险应收账款增加所致。
长期股权投资	130,994,156.69	249,094,384	-73,444,937.69	-33.95	主要为公司无风险应收账款增加所致。
在建工程	20,733,654.75	4,883,829.62	16,649,735.13	407.70	主要为公司无风险应收账款增加所致。
固定资产	46,738,058.77	27,929,389.23	18,808,669.54	66.99	主要为公司无风险应收账款增加所致。
无形资产	1,891,970,343.00	1,514,377,177.60	376,593,165.40	64.31	主要为公司无风险应收账款增加所致。
递延所得税资产	689,112,538.69	400,000,382.93	289,112,155.76	69.80	主要为公司无风险应收账款增加所致。
应付账款	11,220,954.24	29,744,223.61	-18,278,269.37	-61.45	主要为公司无风险应收账款增加所致。
应付股利	13,220,954.24	3,925,487.27	9,295,467.00	236.80	主要为公司无风险应收账款增加所致。
其他应付款	184,064,893.75	105,640,991.87	78,403,901.88	74.22	主要为公司无风险应收账款增加所致。
其他流动资产	408,000,000.00	0	408,000,000.00	100.00	主要为公司无风险应收账款增加所致。
长期借款	7,020,873.81	261,354,952.31	-254,334,078.50	-97.31	主要为公司无风险应收账款增加所致。
资本公积	566,294,000.00	444,200,000.00	122,094,000.00	27.51	主要为公司无风险应收账款增加所致。
盈余公积	2,500,416,022.61	1,688,934,642	811,487,088.00	101.34	主要为公司无风险应收账款增加所致。

6.报告期公司主要财务数据及变化情况			单位:万元 币种:人民币	
报表项目	期末金额	期初金额	变动比例	变动说明
总资产	9,438,663,823.02	6,451,026,758.48	46.31	主要为公司定增增发募集的资金尚未完全投入使用以及本期存货增长所致。
总负债	5,133,042,909.99	3,934,504,868.71	30.46	主要为公司应付票据和应付短期融资券增加所致。
所有者权益	4,052,754,008.55	2,425,172,008.56	67.11	主要为公司非公开发行股票股本和资本公积增加所致。
	本报告期	上年同期	变动比例	变动说明
营业收入	11,310,542,161.40	10,752,482,021.50	5.19	主要为公司IT连锁销售收入增长所致。
营业成本	10,285,548,051.00	9,767,503,346.59	5.30	主要为公司IT连锁业销售成本增长所致。
销售费用	481,744,825.46	418,274,662.04	15.17	主要为公司IT连锁店增加,导致的广告费用和人工成本增加所致。
管理费用	171,512,321.40	150,837,357.15	13.71	主要为公司本期变更合并范围新增子公司所致。
财务费用	123,803,343.48	112,546,014.15	10.00	主要为本期公司短期融资债券利息增加所致。
资产减值损失	4,569,237.18	358,216.98	1,175.55	主要为公司提取的资产减值准备增加所致。
投资收益	137,511,067.95	6,093,636.98	2,156.63	主要为公司本期转让子公司股权和按权益法核算的长期股权投资收益增加所致。
营业外收入	7,863,270.44	11,202,249.86	-29.81	主要为公司本期收到的财政补贴收入较上年减少所致。
营业外支出	5,484,700.75	5,424,057.23	1.12	主要为公司本期支付的各项基金支出增加所致。
归属于母公司所有者的净利润	246,840,111.99	198,326,076.04	24.46	主要为公司IT连锁业销售收入增长和投资收益增长所致。

单位:万元 币种:人民币				
项目	本报告期	上年同期	变动比例	变动说明
经营活动产生的现金流量净额	565,126,607.35	-163,283,035.39	-446.10	主要为本期公司的子公司库存商品增加采用银行承兑汇票结算方式形成所致。
投资活动产生的现金流量净额	206,170,326.16	-158,668,394.20	-229.94	主要为公司本期转让子公司股权取得的收益以及提前清偿华泰2008年次级债收到的现金所致。
筹资活动产生的现金流量净额	1,334,476,755.47	876,995,614.15	52.16	主要系公司本期收到非公开发行股票募集资金所致。

		单位:万元		币种:人民币	
公司名称	主要产品或服务	注册资本	持股比例 (%)	总资产	净利润
宏图三胞高科技术有限公司	计算机打印机及网络设备销售	116413.59	100	527744.22	9387.68
浙江宏图三胞科技发展有限公司	计算机及配件销售	375982.62	91.82	105504.36	347.96
北京宏图三胞科技发展有限公司	计算机及配件销售	247434.34	91.92	404540.06	1721.29

9. 公司未来发展的展望

9.1 2011年度主要工作回顾

9.1.1 继续加大品牌建设的拓展力度。

9.1.2 继续加大品牌建设的拓展力度。

9.1.3 继续加大品牌建设的拓展力度。

9.1.4 继续加大品牌建设的拓展力度。

9.1.5 继续加大品牌建设的拓展力度。

9.1.6 继续加大品牌建设的拓展力度。

9.1.7 继续加大品牌建设的拓展力度。

9.1.8 继续加大品牌建设的拓展力度。

9.1.9 继续加大品牌建设的拓展力度。

9.1.10 继续加大品牌建设的拓展力度。

9.1.11 继续加大品牌建设的拓展力度。

9.1.12 继续加大品牌建设的拓展力度。

9.1.13 继续加大品牌建设的拓展力度。

9.1.14 继续加大品牌建设的拓展力度。

9.1.15 继续加大品牌建设的拓展力度。

9.1.16 继续加大品牌建设的拓展力度。

9.1.17 继续加大品牌建设的拓展力度。

9.1.18 继续加大品牌建设的拓展力度。

9.1.19 继续加大品牌建设的拓展力度。

9.1.20 继续加大品牌建设的拓展力度。

9.1.21 继续加大品牌建设的拓展力度。

9.1.22 继续加大品牌建设的拓展力度。

9.1.23 继续加大品牌建设的拓展力度。

9.1.24 继续加大品牌建设的拓展力度。

9.1.25 继续加大品牌建设的拓展力度。

9.1.26 继续加大品牌建设的拓展力度。

9.1.27 继续加大品牌建设的拓展力度。

9.1.28 继续加大品牌建设的拓展力度。

9.1.29 继续加大品牌建设的拓展力度。

9.1.30 继续加大品牌建设的拓展力度。

9.1.31 继续加大品牌建设的拓展力度。

9.1.32 继续加大品牌建设的拓展力度。

9.1.33 继续加大品牌建设的拓展力度。

9.1.34 继续加大品牌建设的拓展力度。

9.1.35 继续加大品牌建设的拓展力度。

9.1.36 继续加大品牌建设的拓展力度。

9.1.37 继续加大品牌建设的拓展力度。

9.1.38 继续加大品牌建设的拓展力度。

9.1.39 继续加大品牌建设的拓展力度。

9.1.40 继续加大品牌建设的拓展力度。

9.1.