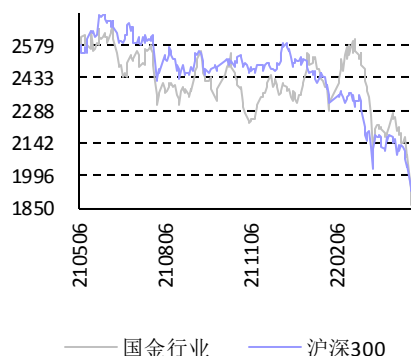


市场数据(人民币)

市场优化平均市盈率	18.90
国金黄金珠宝指数	1953
沪深300指数	4016
上证指数	3047
深证成指	11021
中小板综指	10960



相关报告

- 1.《Q1 培育钻需求旺盛，板块估值调整性价比凸显-培育钻石3月月报》，2022.4.18
- 2.《2月印度天然钻、培育钻进出口继续高增-培育钻石半月报》，2022.3.17
- 3.《对俄制裁升级，天然钻上游供应不确定性加大-珠宝周报0313》，2022.3.14
- 4.《2月天然钻涨价，国内培育钻需求快速释放-钻石月报》，2022.3.9
- 5.《1-2月淘系销售同增13%，抖音持续分流-珠宝行业月报》，2022.3.5

罗晓婷 分析师 SAC 执业编号: S1130520120001
luoxiaoting@gjzq.com.cn

蔡昕好 联系人
caixy@gjzq.com.cn

局部地区五一假期需求旺盛，期待进一步恢复

投资建议

- 局部疫情反复影响黄金珠宝终端零售，5月旺季来临、部分区域销售靓丽，建议关注三条投资主线：1）五一假期销售靓丽、疫情影响逐步消减，如**潮宏基**；2）疫情影响相对较小，同时望获益金价上涨（克重黄金占比高）盈利改善的**周大生**、**中国黄金**；3）短期受疫情拖累、估值调整较多，但长期质地优秀、产品/渠道能力强、有望持续获益行业集中度提升的龙头**周大福**。
- 近期我们组织系列调研，跟踪五一旺季珠宝销售情况，反馈如下：
- 西南地区：
 - ✓ 五一出行恢复、婚庆等刚需集中释放。分产品，镶嵌类销售靓丽、增速高于素金，占门店销售比例较春节有较大提升；22年来金价上行+一口价转克重+古法金驱动金饰销售增长，古法金手镯等精加工大克重产品销售好于小件传统金饰，利好本土头部黄金品牌。省会/地县级城市均有门店销售增长，主要和地区消费习惯、商圈客流有关。部分新老门店转化率、复购率、客单价均升。5月为珠宝销售旺季，主要受五一+母亲节+520三节驱动，销售绝对值上与春节+情人节持平，随疫情恢复看好母亲节+520持续旺盛。
 - ✓ 3.8部分疫情缓解地区销售靓丽、主要由本地客流贡献。三月上旬通常占3月销售比例较高。3月下旬至4月部分地区受疫情影响整体单店有所下滑。
- 华中区经销商：3月靓丽、4月部分地区疫情，部分品牌优势地区布局不一、受疫情影响程度不同致增速波动、表现分化，五一同比增低个位数。春季深圳订货会受到疫情影响，部分品牌商采取线上订货会发优惠券、支持加盟商开展电商销售等方式给予支持。线上渠道的开展对线下有一定弥补。头部品牌拓店计划持续推进，头部集中趋势延续，加盟商开店意愿较强。

行情回顾

- 本周上证综指涨0.04%、深证成指跌0.86%、沪深300涨1.11%，钻石珠宝板块跌2.35%，跑输沪深300 3.46PCT。板块对比来看，钻石珠宝处行业下游。个股方面，豫园股份、老凤祥涨幅居前，中兵红箭、曼卡龙跌幅居前。

行业动态

- 行业新闻：1）国内：1Q22金银珠宝零售总额同增7.6%；Tapestry中国旅游零售总部落地海南自贸港；周大福捐赠1.2亿元人民币设立“郑家纯冠军培养基金”。2）国外：卡地亚计划调价幅度将在3%至5%之间；截至22.3.1的财年，印度珠宝出口额同增54%至391.5亿美元；GIA推出钻石原产国验证服务；Trans Atlantic毛坯钻石招标会成交额下滑；红杉中国领投法国时装和配饰品牌DESTREE。
- 重点公告：1）莱百股份21年营收104亿元，+47%；归母净利3.6亿元，-0.6%；扣非3.5亿元，+4%；1Q22营收35亿元，+18%；归母净利1.8亿元，+71%；扣非1.7亿元，+44%。2）力量钻石1Q22营收1.9亿元，+127%；归母净利1亿元，+148%；扣非1亿元，+147%。3）豫园股份1Q22营收122.4亿元，+12%；归母净利3.3亿元，-42%；扣非2.7亿元，-47%。4）沃尔德1Q22营收0.7亿元，-1%；归母净利0.07亿元，-56%。5）金一文化非公开发行限售股上市流通，占公司总股份的13.04%。

风险提示

- 终端零售不及预期；加盟渠道拓展不及预期；疫情反复。

1、行情回顾

本周上证综指、深证成指、沪深 300 分别跌 1.29%、跌 0.27%、涨 0.07%，钻石珠宝板块¹跌 4.45%，跑输沪深 300 4.52PCT。

板块对比来看，钻石珠宝处行业下游。

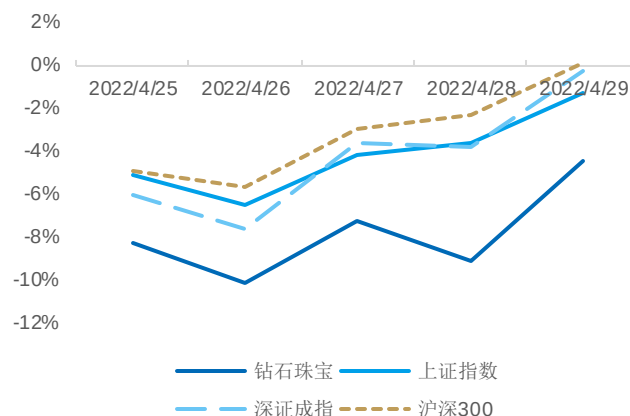
个股方面，中兵红箭、力量钻石涨幅居前，爱迪尔、莱绅通灵、曼卡龙跌幅居前。

图表 1：本周钻石珠宝板块涨跌幅

板块名称	累计涨跌幅 (%)
上证综合指数成份	-1.29
深证成份指数成份	-0.27
沪深 300	0.07
钻石珠宝板块	-4.45

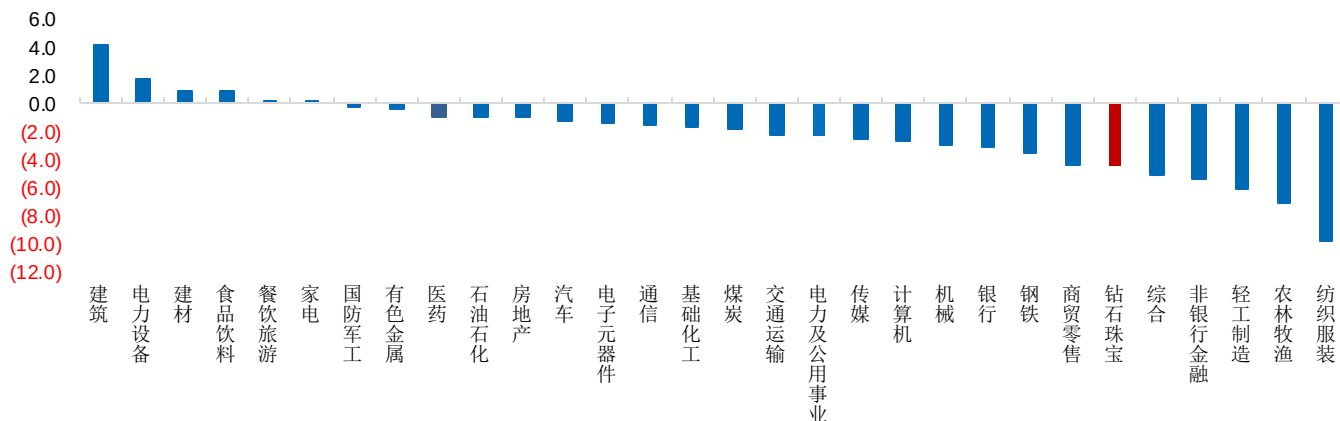
来源：wind，国金证券研究所

图表 2：本周钻石珠宝板块涨跌幅走势



来源：wind，国金证券研究所

图表 3：本周各板块涨跌幅 (%)



来源：wind，国金证券研究所

¹ 此处的钻石珠宝板块为国金证券选取的主业珠宝首饰相关的 A 股上市公司，包含有爱迪尔、周大生、潮宏基、飞亚达、老凤祥、中国黄金、力量钻石、中兵红箭等个股。

图表 4：本周钻石珠宝个股涨跌幅

证券代码	证券简称	收盘价 (元)	累计涨跌幅 (%)	相对板块涨跌幅 (%)	累计成交量 (万股)	市值 (亿元)
证券代码	证券简称	收盘价 (元)	累计涨跌幅 (%)	相对板块涨跌幅 (%)	累计成交量 (万股)	市值 (亿元)
000519.SZ	中兵红箭	20.85	8.99	8.00	18103	290
301071.SZ	力量钻石	262.00	8.49	7.50	520	158
600172.SH	黄河旋风	9.40	1.08	0.09	19845	136
300179.SZ	四方达	10.78	0.09	-0.90	4311	53
002046.SZ	国机精工	9.33	-1.17	-2.16	2833	49
605599.SH	莱百股份	10.34	-1.71	-2.70	1214	80
002731.SZ	萃华珠宝	13.20	-2.08	-3.07	3019	34
002867.SZ	周大生	12.58	-2.71	-3.70	4591	138
600916.SH	中国黄金	10.75	-3.50	-4.49	6960	181
000587.SZ	*ST金洲	1.17	-4.88	-5.87	5140	25
688028.SH	沃尔德	26.37	-5.89	-6.88	317	21
002345.SZ	潮宏基	4.28	-6.14	-7.13	7312	38
600655.SH	豫园股份	8.99	-7.32	-8.31	8474	350
600612.SH	老凤祥	39.03	-7.67	-8.66	625	204
000026.SZ	飞亚达	8.91	-9.63	-10.62	2153	38
002721.SZ	金一文化	2.79	-9.71	-10.70	8295	27
002574.SZ	明牌珠宝	4.39	-11.31	-12.30	3910	23
300945.SZ	曼卡龙	14.56	-11.70	-12.69	3145	30
603900.SH	莱绅通灵	6.25	-13.67	-14.66	1536	21
002740.SZ	爱迪尔	3.27	-23.95	-24.94	3482	15

来源：wind，国金证券研究所

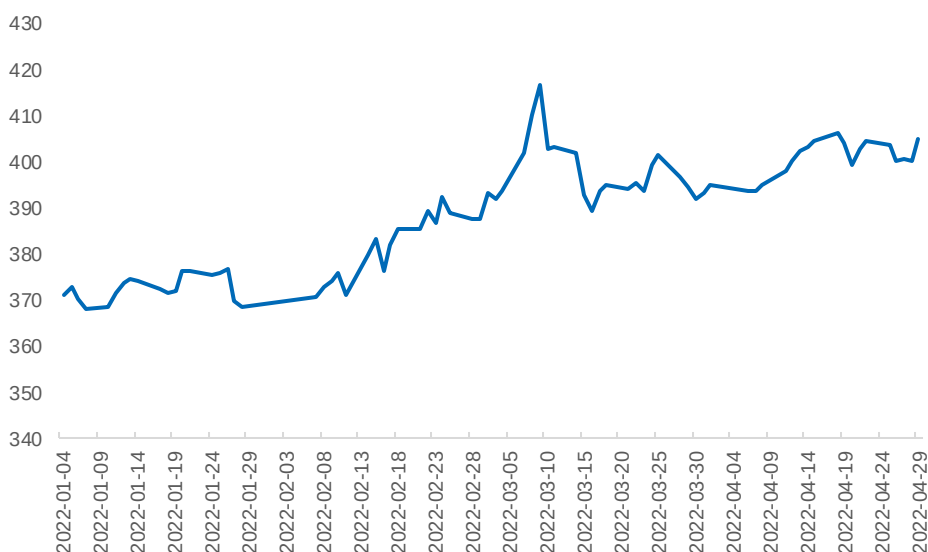
2、本周专题：五一珠宝销售跟踪

近期我们组织系列调研，反馈如下：

西南地区经销商：

- 1) 部分地区疫情缓解、五一假期出行恢复、迎婚庆等刚需需求集中释放。分产品，镶嵌类销售靓丽、增速高于素金饰品。镶嵌类主要系结婚珠宝，如 30 分、50 分单颗钻戒、占店铺销售额比例较春节有较多提升。22 年来金价上行+一口价转克重+古法金等流行驱动金饰销售增长，其中以古法金手镯等精加工、大克重产品销售增速好于传统小件素金饰品。省会、地县级城市销售均向好，由于跨城跨省出行仍受各地防疫政策限制，各地主要销售由本地客群贡献。部分新老门店客流高质，转化率、复购率、客单价均升。预计 5 月后续的母亲节、520 销售持续旺盛。

图表 5：上海金交所黄金现货价格:Au9995（元/克）



来源：上海黄金交易所，国金证券研究所

2) 5月为珠宝销售旺季，主要受五一+母亲节+520三节驱动，销售绝对值上与春节+情人节持平，随疫情恢复看好后续的母亲节、520销售持续旺盛。

3) 3.8多地销售靓丽、未受太多疫情限制，三月上旬通常占3月销售比例较高。3月下旬至4月部分地区受疫情影响关店，经销商所负责品牌门店整体单店下滑。

华中地区经销商：

1) 3月靓丽、4月部分地区疫情，品牌优势地区布局不一、受疫情影响程度不同致增速波动、表现分化，五一同比增低个位数。

2) 分品牌看，受益于行业一口价转克重+古法金手镯等精加工大克重产品增长，本土头部黄金品牌表现好于港资、以镶嵌等时尚珠宝为主的品牌。

3) 部分头部品牌支持加盟商开展电商销售等方式给予支持，不同加盟商对电商运营投入力度不一（部分自主投放流量费用、通过提前布局积累较多电商运营经营、通过实物场景布置改善直播效果等），在抖音等直播电商平台表现分化，总体来看，线上渠道的开展对线下有一定弥补。

4) 春季深圳订货会受到疫情影响，部分品牌商/经销商采取线上订货会模式、向加盟商发放优惠券给予支持。

5) 开店计划上，部分地区预计仍按全年计划推进，加盟商有较强开店意愿，开店数量上有所拖累主要因疫情拖累商圈门店建设的交付，预计疫情缓解后开店数量会有加快。头部品牌积极扩张，头部集中趋势延续，加盟商开店意愿较强。

3、行业动态：

3.1 国内重点公司动态

■ 2022年一季度经济数据出炉，GDP同比增长4.8%

根据国家统计局及中宝协基金：一季度，我国GDP为270,178亿元，按不变价格计算，比上年同期增长4.8%，增速较上年四季度加快0.8个百分点。随着消费持续恢复，内需拉动作用提升。本季度各地积极出台促消费稳增长举

措，有效落实扩大内需战略，消费总体保持恢复发展态势。一季度，最终消费支出对经济增长贡献率为 69.4%，拉动 GDP 增长 3.3 个百分点。

■ 2022 年一季度金银珠宝类零售总额同比增长 7.6%

根据国家统计局及中宝协基金：3 月份，社会消费品零售总额 34,233 亿元，同比下降 3.5%；一季度社会消费品零售总额 108,659 亿元，同比增长 3.3%。一季度，全国网上零售额 30,120 亿元，同比增长 6.6%。其中，实物商品网上零售额 25,257 亿元，增长 8.8%，占社会消费品零售总额的比重为 23.2%。由于上年同期高基数效应及 3 月以来疫情影响，3 月限额以上单位金银珠宝类商品零售总额为 205 亿元，同比下降 17.9%；一季度限额以上单位金银珠宝类商品零售总额为 828 亿元，同比增长 7.6%。

■ 迪阿股份 2021 年净利润实现翻倍，线上营收占比进一步提高

4.22 公司发布 2021 年年报：报告期内营业收入同比增长 87.57%至 46.23 亿元，毛利同比增长 89.59%至 32.42 亿元，综合毛利率同比增加 0.77 个百分点至 70.14%，归属于上市公司股东的净利润同比增长 131.09%至 13.02 亿元。总资产同比增长 328.09%至 82.69 亿元，净资产同比增长 513.99%至 68.67 亿元。

分产品来看，求婚钻戒、结婚对戒分别贡献了公司 79.19%及 18.74%的收入，其他饰品收入占比仅为 1.46%。

线上渠道收入同比增长 168.40%至 5.99 亿元，占总收入比重较上年增加 3.9 个百分点至 12.95%。

报告期末，公司拥有终端直营门店 461 家，较期初净增 108 家。

■ 曼卡龙年报出炉，素金加电商驱动营收大幅增长

4.22 公司发布 2021 年年报：报告期内营业收入同比增长 54.90%至 12.53 亿元，毛利同比增长 9.82%至 2.51 亿元，综合毛利率同比减少 8.21 个百分点至 20.00%，归属于上市公司股东的净利润同比增长 10.43%至 7028.79 万元。总资产同比增长 40.15%至 8.50 亿元，净资产同比增长 41.48%至 7.62 亿元。

分产品看，素金饰品收入同比增长 87.82%至 9.50 亿元；镶嵌饰品收入同比下降 0.15%至 2.98 亿元。

电商业务收入同比增长 157.62%至 2.57 亿元，占总收入的 20.51%，较上年增加 8.17 个百分点；电商毛利率较上年减少 29.8 个百分点至 16.65%。

报告期末，公司拥有门店 206 家，较期初净增 36 家；其中自营店及专柜净增 9 家至 102 家，加盟店净增 27 家至 104 家。

■ 航民股份 2021 年报出炉，黄金珠宝业务大幅增长

4.21 公司发布 2021 年年度报告：报告期内营业收入同比增长 81.38%至 94.91 亿元，归属于上市公司股东的净利润同比增长 10.87%至 6.67 亿元。

黄金珠宝业务方面，报告期内公司实现黄金饰品销售量 65.57 吨，同比增长 74.07%；营业收入 51.67 亿元，同比增长 171.63%；完成利润总额 1.23 亿元，同比增长 65.11%。

■ 懿姿股份实现扭亏为盈，拟由设计服务商转为自主生产销售

4.20 公司发布 2021 年年度报告：报告期内营业收入同比增长 106.43%至 3658.58 万元，毛利率同比增加 1.18 个百分点至 53.14%，归属于挂牌公司股东的净利润由亏损 121.69 万元转为盈利 123.90 万元。期末总资产较期初增长 29.59%至 2007.19 万元，净资产较期初增长 21.61%至 1208.82 万元。公司指出，报告期内收入主要来源于时尚饰品设计及其衍生的供应链服务。

4 月 20 日，公司召开了第三届董事会第七次会议，审议通过了《关于主营业务变更》议案，公司拟将主营业务由“时尚饰品设计服务”变更为“时尚饰品研发、生产与销售”。公司表示自身的研发设计服务能力已得到国际市场的认可，本次主营业务变更有利于优化公司战略布局，提高公司的持续经营能力和综合发展能力，将有助于公司未来发展。

■ Tapestry 中国旅游零售总部落地海南自贸港

根据江西网络广播电视台报道：Coach 母公司 Tapestry 集团与海南国际经济发展局、海口综合保税区管理委员会正式签署战略合作协议，旗下 Coach、Kate Spade、Stuart Weitzman 三大品牌将于海南自贸港正式设立集团中国旅游零售总部，进一步扩大旅游零售业务布局，持续加码海南自贸港。

■ 周大福捐赠 1.2 亿元人民币设立“郑家纯冠军培养基金”

根据第一黄金网报道：2022 年 4 月 16 日，北京体育大学教育基金会“郑家纯冠军培养基金”捐赠仪式在北京体育大学举行。周大福珠宝集团主席郑家纯博士、周大福珠宝集团董事总经理陈世昌先生、周大福珠宝集团执行董事廖振为先生等线上出席了捐赠仪式，北京体育大学校方领导、冠军班学生代表参加了仪式。

周大福珠宝集团董事总经理陈世昌先生表示，周大福珠宝集团在主席郑家纯博士的带领下，秉承“用真诚让幸福永恒”的理念，以回馈社会为己任，始终对教育、环保等公益慈善事业满怀热忱，积极响应体育强国战略目标，为社会和祖国的发展贡献力量。通过郑家纯冠军培养基金，支持北京体育大学培养冠军人才，鼓励更多年轻人拼搏进取、勇敢追梦，向社会传递冠军正能量，共创幸福生活，迈向美好未来。

■ 卡地亚于成都开设体验空间

据中宝协基金：卡地亚于成都远洋太古里开设了“寻踪豹影”主题限时体验空间，以猎豹为主题，展出珠宝、腕表、香水等相关系列的经典作品，并通过创意投影的方式展示创作的故事。同时，活动现场还开设了“猎豹茶坊”，观众可以在其中感受猎豹元素和东方美学的碰撞。

3.2 海外行业及公司动态

■ LV 将在电子游戏中推出全新关卡和 NFT 奖励

根据财经网生活讯报道：LV 宣布将在其电子游戏《Louis: The Game》中增加两个新关卡和 NFT 奖励。该电子游戏是为了纪念创始人诞辰 200 年制作，发行后获得了较高热度。

■ 应对通胀，卡地亚计划涨价

根据彭博社报道：卡地亚计划在未来几周内进行价格调整，幅度将在 3% 至 5% 之间，以此来应对由货币波动、原材料、运输和劳动力等方面带来的一系列成本上涨。卡地亚 CEO Cyrille Vigneron 表示，合理的价格上涨能保证品牌继续使用高品质钻石、铂金和黄金等材料来制作产品。

■ Marine Serre 发布全新珠宝系列

据中宝协基金：来自法国的设计师品牌 Marine Serre 发布了全新“Fichu pour Fichu”珠宝系列，该系列延续品牌惯例，遵循“基础再生”的概念，将世界各地收集的贝壳、珍珠、木片和磨砂玻璃珠升级再造，打造出叉子装饰耳环、吊坠、可调节戒指及项链等单品。

■ 印度宝石及珠宝年度出口额同比增长 54%

根据印度宝石及珠宝出口促进会(GJPEC)数据：在截至 2022 年 3 月 31 日的财年内，印度宝石及珠宝出口额同比增长 54% 至 391.5 亿美元。其中切磨钻石出口额同比增长 48.8% 至 242.4 亿美元，黄金珠宝出口额同比增长 84.6% 至 91.3 亿美元，镶嵌金饰出口额同比增长 93.3% 至 53.5 亿美元。

■ GIA 推出钻石原产国验证服务

据中宝协基金：GIA 表示将推出一项名为 GIA Source Verify 的服务，通过金伯利进程证书和发票等经第三方验证的文件来确定钻石的原产地信息，消费者将能够通过 GIA 的在线报告检查服务访问这些信息。这项业务是 GIA 钻石原产地报告和有色宝石原产地报告服务的延展。

■ Trans Atlantic 毛坯钻石招标会成交额显著下滑

据中宝协基金：在4月的拍卖会上，Trans Atlantic Gem Sales 公司提供了价值 3500 万美元的南非毛坯钻石，但仅售出约 2000 万美元，许多拍品在未能达到要求的价格后被撤回，其中克拉数较小、品质相对较差的产品价格下降幅度相对较大。TAGS 指出，从 3 月初开始，由于动荡的地缘政治局势，毛坯钻石市场需求显著下降。此前，该公司在 3 月 2 日结束的上一次拍卖中创下了 7500 万美元的纪录。TAGS 认为，未来毛坯钻石的价格将逐渐企稳并恢复到 2021 年年底的水平。

■ 红杉中国领投法国时装和配饰品牌 DESTREE

据中宝协基金：4 月 21 日，红杉中国宣布完成对时装和配饰品牌 DESTREE 的 A 轮投资，拟计划通过注入资源在零售创新和数字营销上赋能该品牌的未来发展，加速其进入中国市场。

3.3 数据跟踪

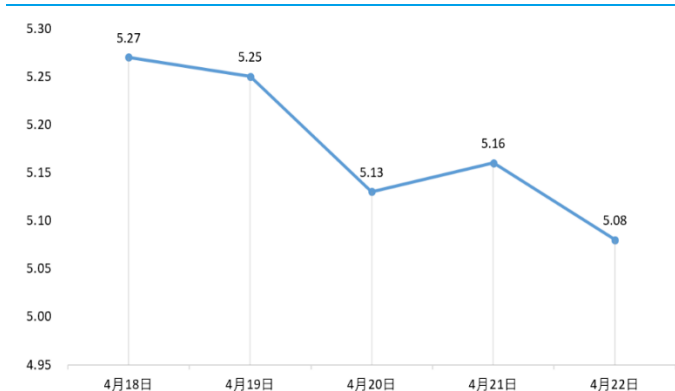
3.3.1 原材料价格跟踪

图表 6：黄金本周收盘价格趋势（元/克）



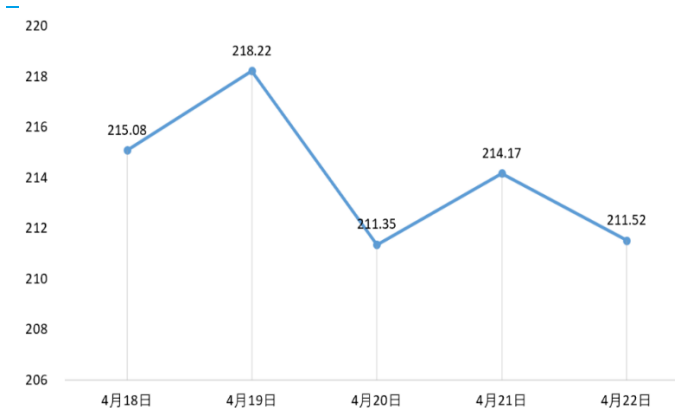
来源：上海黄金交易所，国金证券研究所

图表 7：白银本周收盘价格趋势（元/克）



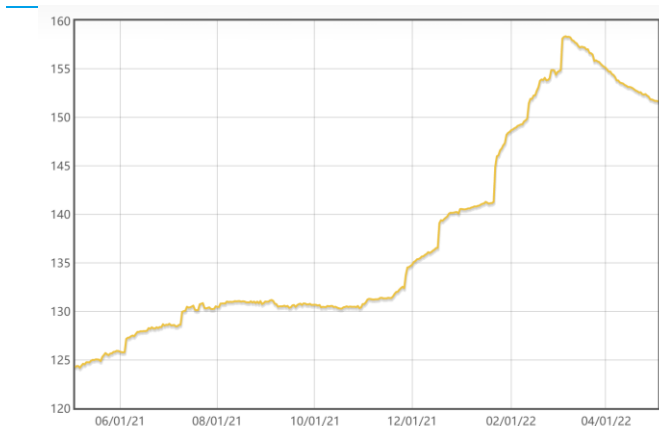
来源：上海黄金交易所，国金证券研究所

图表 8：铂金本周收盘价格趋势（元/克）



来源：上海黄金交易所，国金证券研究所

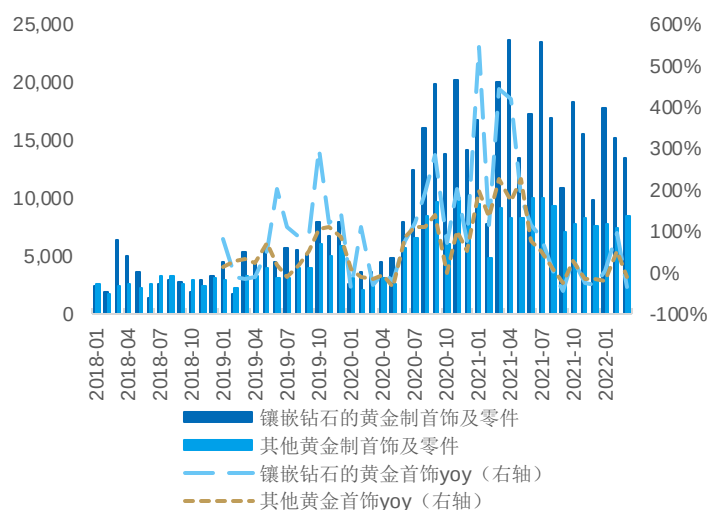
图表 9：IDEX 成品钻价格指数



来源：IDEX，国金证券研究所

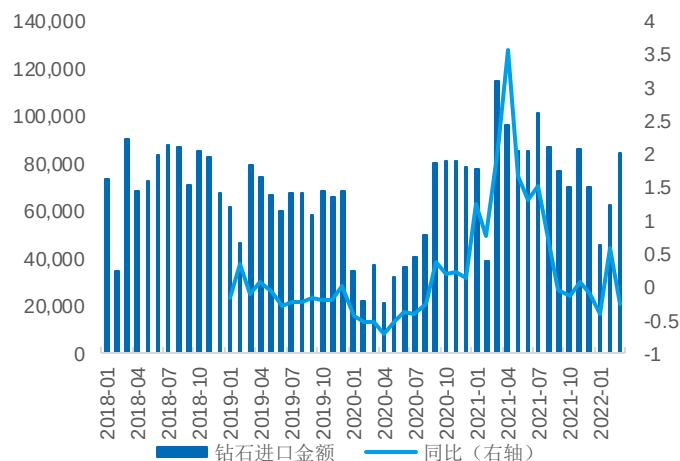
3.3.2 进出口金额跟踪

图表 10：镶嵌及黄金首饰进口额及同比（万美元，%）



来源：海关总署，国金证券研究所

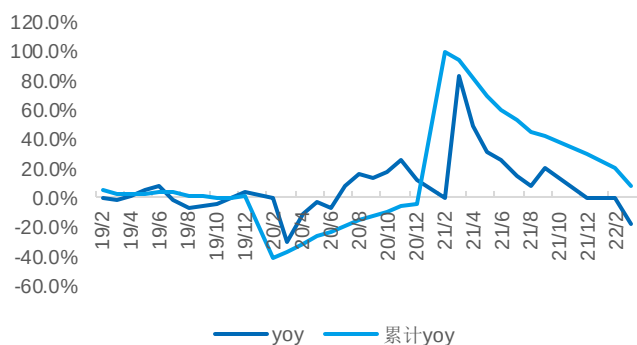
图表 11：月度钻石进口金额及同比（万美元，%）



来源：海关总署，国金证券研究所

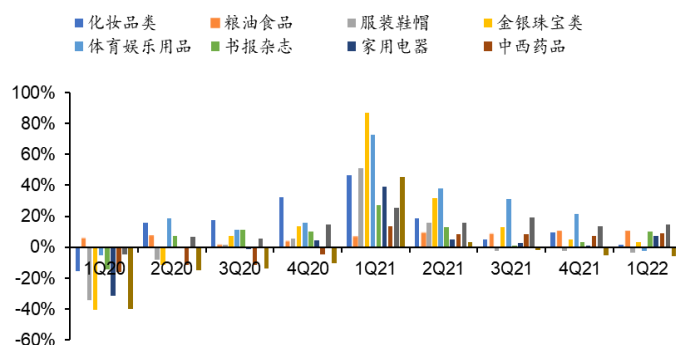
3.3.3 零售额跟踪

图表 12：金银珠宝零售额月度同比与累计同比



来源：国家统计局，国金证券研究所

图表 13：我国主要消费品季度零售额同比增速



来源：国家统计局，国金证券研究所

4、风险分析

终端零售不及预期：黄金珠宝行业销售渠道线下为主，21 年来疫情反复、社零增速整体放缓，线下渠道发展可能受限。

疫情持续时间超预期：22 年来多地疫情反复影响线下客流，黄金珠宝行业线下为主，疫情持续时间超预期对销售造成影响。

加盟渠道拓展不及预期：当前黄金珠宝品牌商主要以加盟模式拓店、下沉市场。行业竞争激烈、头部集中趋势延续，加盟渠道拓展不及预期影响品牌利润增长。

公司投资评级的说明：

买入：预期未来 6-12 个月内上涨幅度在 15%以上；
增持：预期未来 6-12 个月内上涨幅度在 5%-15%；
中性：预期未来 6-12 个月内变动幅度在 -5%-5%；
减持：预期未来 6-12 个月内下跌幅度在 5%以上。

行业投资评级的说明：

买入：预期未来 3-6 个月内该行业上涨幅度超过大盘在 15%以上；
增持：预期未来 3-6 个月内该行业上涨幅度超过大盘在 5%-15%；
中性：预期未来 3-6 个月内该行业变动幅度相对大盘在 -5%-5%；
减持：预期未来 3-6 个月内该行业下跌幅度超过大盘在 5%以上。

特别声明:

国金证券股份有限公司经中国证券监督管理委员会批准，已具备证券投资咨询业务资格。

本报告版权归“国金证券股份有限公司”（以下简称“国金证券”）所有，未经事先书面授权，任何机构和个人均不得以任何方式对本报告的任何部分制作任何形式的复制、转发、转载、引用、修改、仿制、刊发，或以任何侵犯本公司版权的其他方式使用。经过书面授权的引用、刊发，需注明出处为“国金证券股份有限公司”，且不得对本报告进行任何有悖原意的删节和修改。

本报告的产生基于国金证券及其研究人员认为可信的公开资料或实地调研资料，但国金证券及其研究人员对这些信息的准确性和完整性不作任何保证，对由于该等问题产生的一切责任，国金证券不作出任何担保。且本报告中的资料、意见、预测均反映报告初次公开发布时的判断，在不作事先通知的情况下，可能会随时调整。

本报告中的信息、意见等均仅供参考，不作为或被视为出售及购买证券或其他投资标的邀请或要约。客户应当考虑到国金证券存在可能影响本报告客观性的利益冲突，而不应视本报告为作出投资决策的唯一因素。证券研究报告是用于服务具备专业知识的投资者和投资顾问的专业产品，使用时必须经专业人士进行解读。国金证券建议获取报告人员应考虑本报告的任何意见或建议是否符合其特定状况，以及（若有必要）咨询独立投资顾问。报告本身、报告中的信息或所表达意见也不构成投资、法律、会计或税务的最终操作建议，国金证券不就报告中的内容对最终操作建议做出任何担保，在任何时候均不构成对任何人的个人推荐。

在法律允许的情况下，国金证券的关联机构可能会持有报告中涉及的公司所发行的证券并进行交易，并可能为这些公司正在提供或争取提供多种金融服务。

本报告反映编写分析员的不同设想、见解及分析方法，故本报告所载观点可能与其他类似研究报告的观点及市场实际情况不一致，且收件人亦不会因为收到本报告而成为国金证券的客户。

根据《证券期货投资者适当性管理办法》，本报告仅供国金证券股份有限公司客户中风险评级高于 C3 级(含 C3 级)的投资者使用；非国金证券 C3 级以上(含 C3 级)的投资者擅自使用国金证券研究报告进行投资，遭受任何损失，国金证券不承担相关法律责任。

此报告仅限于中国大陆使用。

	北京	深圳
上海		
电话: 021-60753903	电话: 010-66216979	电话: 0755-83831378
传真: 021-61038200	传真: 010-66216793	传真: 0755-83830558
邮箱: researchsh@gjzq.com.cn	邮箱: researchbj@gjzq.com.cn	邮箱: researchsz@gjzq.com.cn
邮编: 201204	邮编: 100053	邮编: 518000
地址: 上海浦东新区芳甸路 1088 号 紫竹国际大厦 7 楼	地址: 中国北京西城区长椿街 3 号 4 层	地址: 中国深圳市福田区中心四路 1-1 号 嘉里建设广场 T3-2402