

赛科思交互机器人公司简介

2023

Sigh **X**
Interactive Robot





NO.01

赛道选择

技术路线 市场偏好 集成创新
核心科技



NO.02

产品线

交互机器人 全能机器人
元宇宙IP



NO.03

团队简介

研发 管理 营销



NO.04

发展规划

研发团队 管理团队

NO.01

赛道选择

技术路线 市场偏好 集成创新 核心科技

技术路线

本田
ASIMO



DIGIT



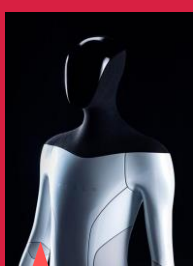
CyberOne



波士顿动力



特斯拉



仿真（人型）机器人

服务机器人



科沃斯



三星

HAL



达芬奇

功能（工业）机器人



波士顿动力
Stretch



ABB
协同机器人



技术势能

工业机器人及仿真机器人领域成熟的通用技术，
将向服务机器人领域持续转移



产业链优势

中国机器人产业链完备成熟，开放的API接口、
标准化的核心模块可订制，大幅缩短产品开发周期



成本优势

自动化生产、低成本高分子材料、通用自控软硬件、
标准化外协配件
四大成本优势叠加



交互中枢

嵌入式CPU处理器支持多种类传感及执行器、各项功能可迅速迭代



传感&执行

生物电传感器、压力传感器、频率传感器+MEMS 扬声器、仿生腺体、6自由度驱动关节

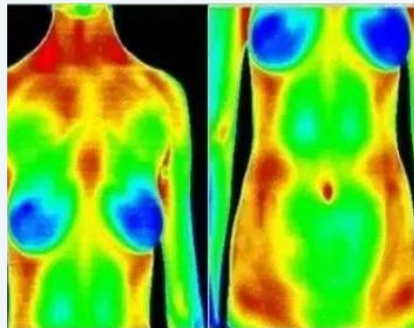
工艺流程改进

硅橡胶多重热脱模技术
全自动毛发种植
立体皮下血管
3D打印PVC颅骨、锁骨



新材料

室温硫化硅橡胶材料
轻量化骨骼材料
碳纳米管加热材料



NO.02

产品线

交互式情趣机器人 全功能陪护机器人 元宇宙IP 实体化

市场偏好

2021 年全球机器人市场分析

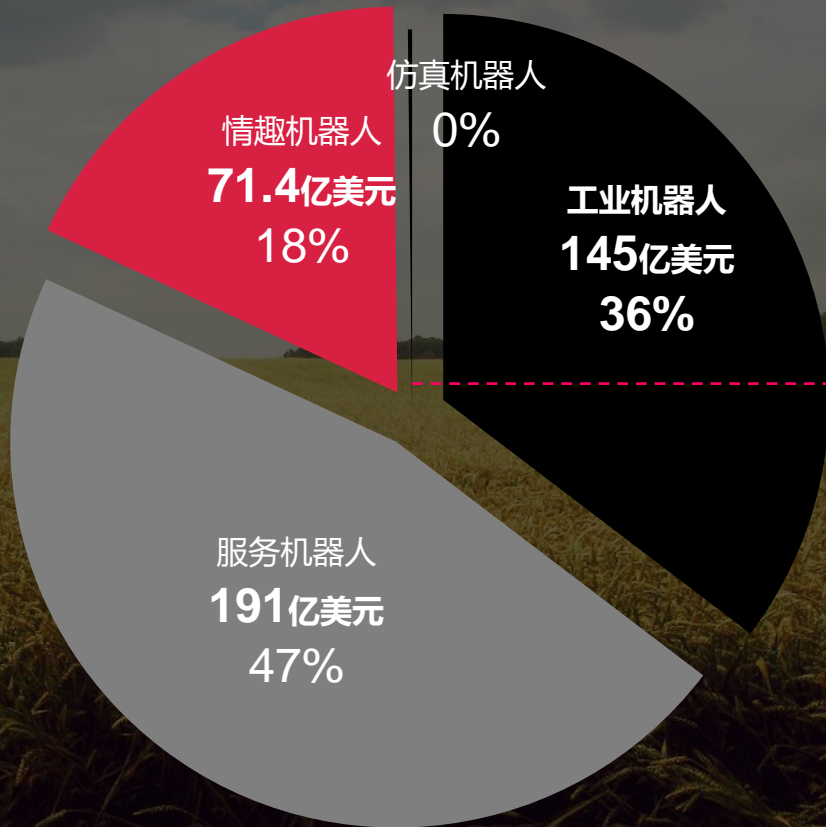
SighX

市场结构

2021年全球工业机器人市场总销量145亿美元（中国市场66亿美元）；全球服务机器人总销量191亿美元（中国市场58亿美元）；全球情趣机器人销售量277.6万个，销售额71.4亿美元（中国境内市场2.7亿美元）

研发/产出比

2021年全球人型仿真机器人获得企业和风险投资26.25亿美元，获得市场份额约0.002%；情趣机器人获得企业和风险投资几可忽略不计，获得市场份额18%。



隐秘而伟大

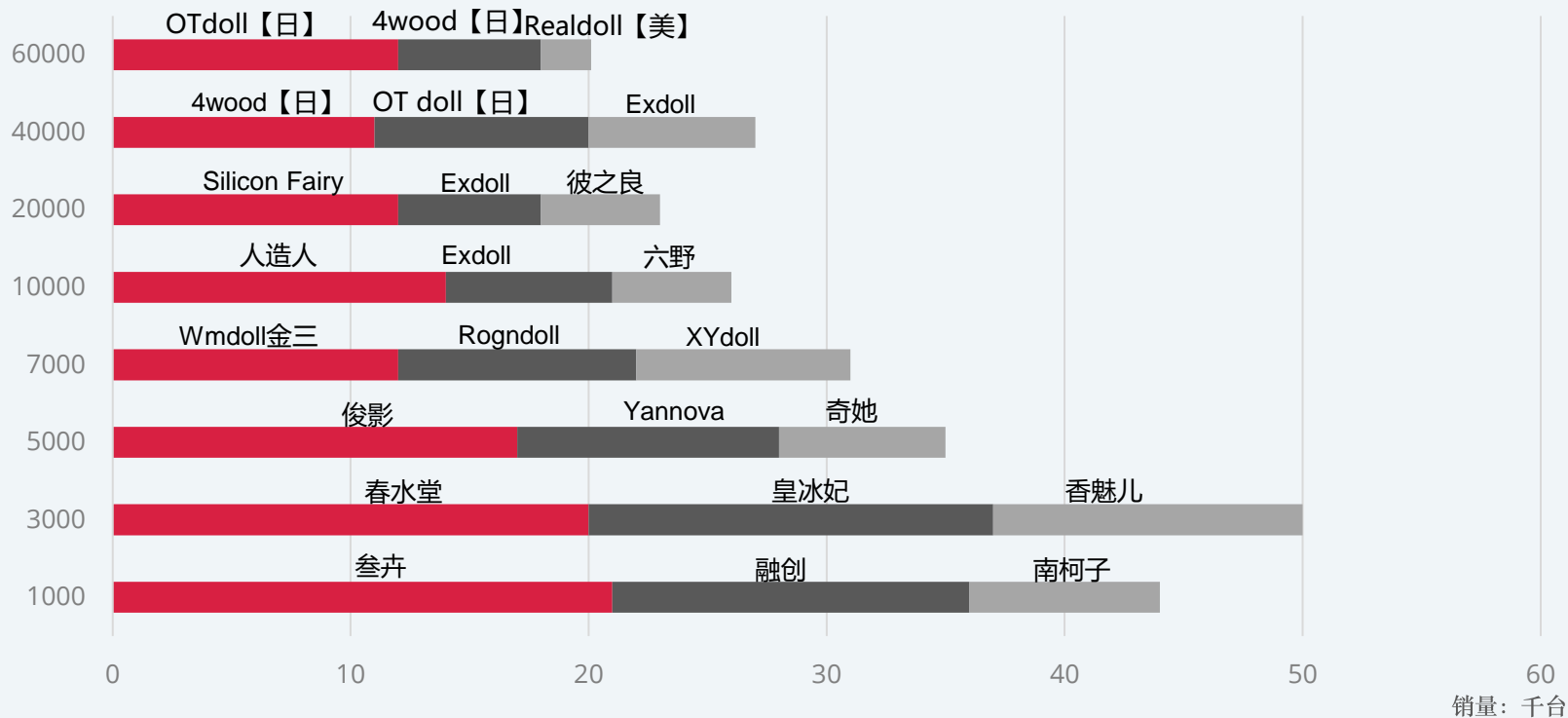
①情趣机器人

情趣机器人全球主要供应商

9

SighX

产品单价：元



1

第一梯队

4WOOD【日】

品牌: Love Doll

定价区间: 25K~65K

东方工业【日】

品牌: OT Doll

定价区间: 40K~75K

Abyss Creations【美】

品牌: Real Doll

定价区间: 45K~105K

2

第二梯队

大连蒂艾斯科技

品牌: Exdoll

定价区间: 12K~49k

Arte tokio【日】

品牌: Fair Doll

定价区间: 35K~45K

Samantha【奥】

品牌: S doll

定价区间: 45K~40k

Wmdoll金三

定价区间: 5.5K~22K

3

第三梯队

俊影

定价区间: 5K~25K

春水堂

定价区间: 2K~7.5K

Yannova

定价区间: 3.5K~12K

奇他

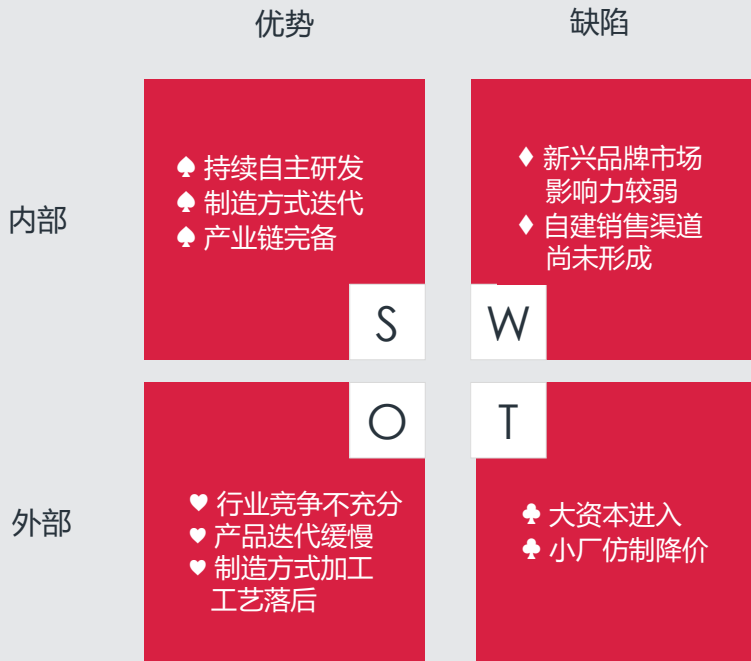
定价区间: 2.5K~9K

皇冰妃

定价区间: 2.5K~5K

竞争分析

核心竞争力SWOT分析



产业态势

相对于机器人产业其他细分领域，情趣机器人行业整体幼稚，现有厂商仍采用手工业制造方式，缺乏产品自主研发和工艺改进能力；行业竞争强度低，尚未形成行业龙头企业

市场潜力

现有产能满足不了中高端市场的实际需求，工艺水平较高的日系产品供不应求，日本产情趣机器人市场平均售价高达45000元；互联网时代叠加新冠疫情和老龄化，去中心化的人际交往模式日渐成为主流，将刺激情趣、陪护类机器人市场爆发。

竞争程度

产品迭代迟缓、产品性能参数信息不透明、消费者售后反馈渠道不畅，市场集中度较低，未形成充分竞争。

竞争策略

发挥自主持续研发能力、产业链完备和人力成本三大优势，通过不断集成人机互动功能和持续提升加工工艺水平两条路径，形成企业核心竞争力。

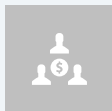
行业痛点与解决方案

用户体验、性价比、产能扩张

SighX

① 用户体验

竞争不充分，产品迭代缓慢
机电一体化、人机交互功能缺失



集成多项人机交互功能

集成语音、气息、湿度、温度仿真功能，提升用户体验
数字化3D建模、热脱模工艺保证产品仿真度和一致性

② 性价比

产品信息不透明、市场反馈不畅，导致
各区域市场产品价格相去悬殊



规模制造与品牌营销同步

产业链优势和规模制造，降低生产成本
自建全球电商销售平台，降低渠道成本

③ 产能制约

手工业制造方式制约产能扩张，
出口市场中高端产品供不应求



数字化赋能传统产业，提升制造效率

自动化流水线集成硅胶速凝工艺、全自动植发机等自研装备，
将单台情趣机器人加工工时从120小时降至8小时



产品线规划

投产一代、论证一代、预研一代

SignX



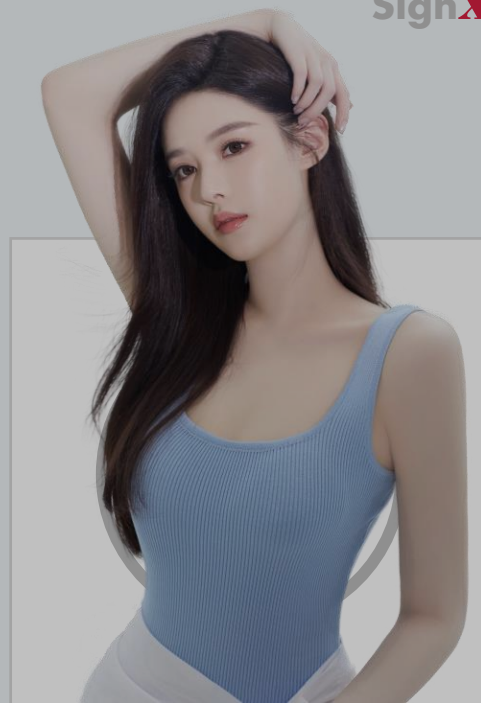
SignX I

集成音效、润滑液及气息分泌、局部皮肤加热、柔性阻尼限位关节



SignX II

集成关节电机、表情互动、ChatGPT语音互动、全身皮肤加热



SignX III

集成姿态控制和直立行走、机器学习、语音指令、全身智能温控



仿生骨骼支架

3D打印建模轻量化仿生骨骼、多姿态柔性阻尼限位关节



语音交互系统

压力、频率、生物电信号，触发语音交互功能



气息湿度交互系统

预置传感器感知压力、频率、生物电信号，触发气息、液体释出



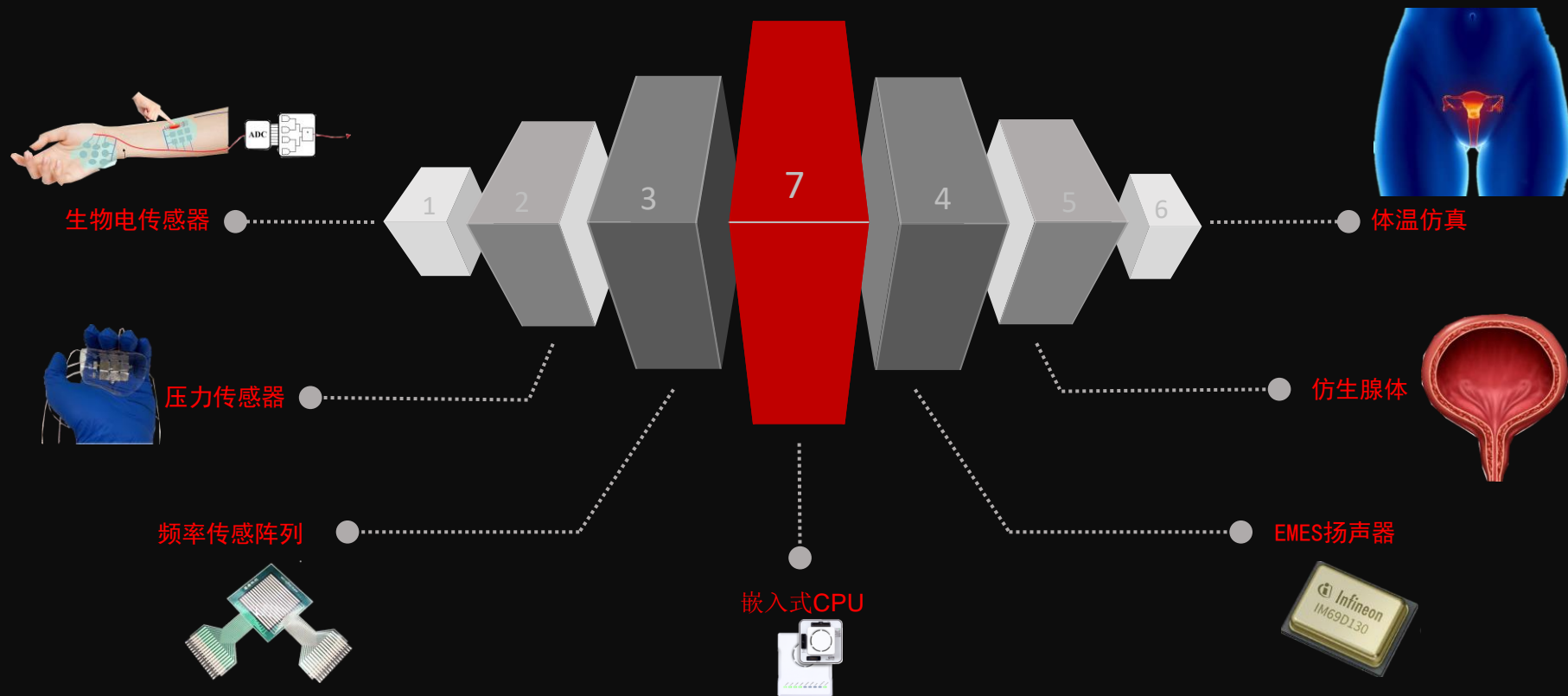
局部温度精准控制

低电压加热碳纳米管材料，实现局部温度0.1℃级精准控制

传感交互系统

Embedded sensor interaction system

SighX



材料全面迭代

Applied material of skin and bone iteration

碳纳米管加热

1

2

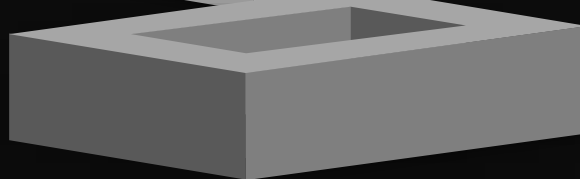
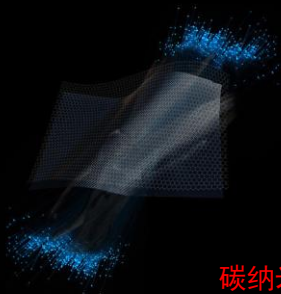
医疗级大分子材料

3

轻量化3D打印骨骼

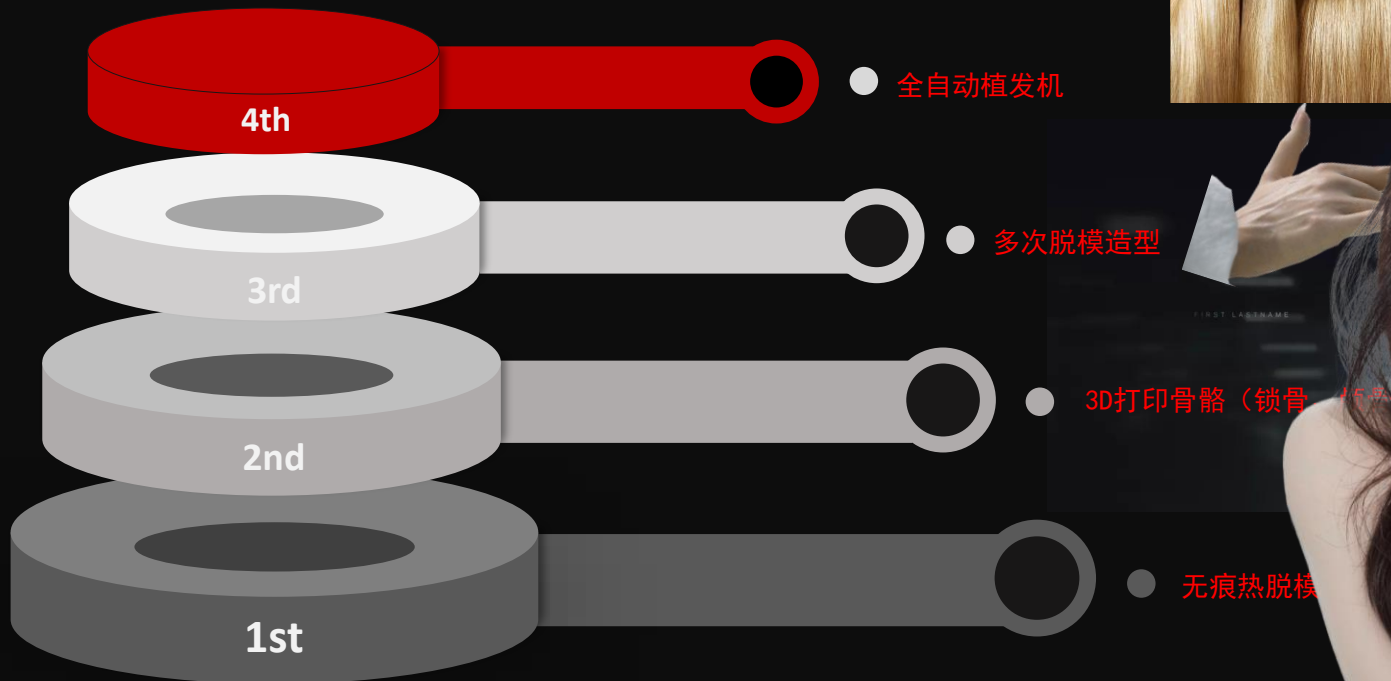
4

仿生关节



制造工艺改进

Manufacturing technique process improvement



竞品比较

我司第一代 Sign X 与 日本OT 公司 Ange、美国 Abyss Creations 公司 Harmony 关键性能对比

SignX

定价



Sign X 1

7~15k



OT Ange

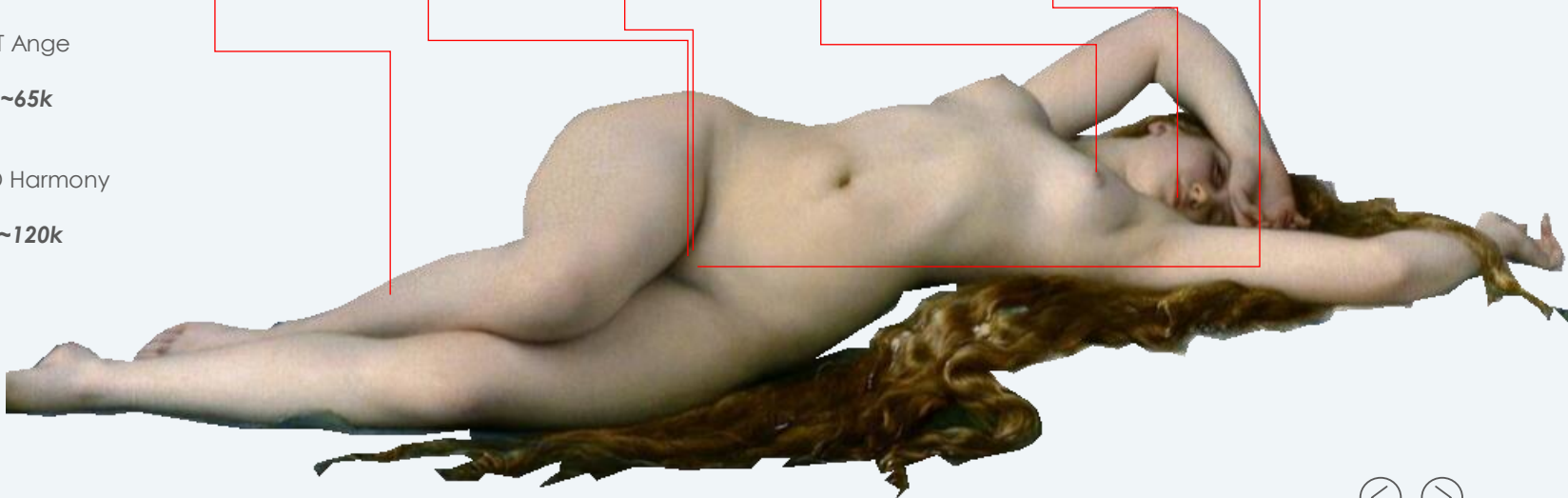
40~65k



RD Harmony

45~120k

高仿真皮肤	压力传感	体温仿真	生物电传感	语音互动	湿度/气息
Sign X ✓	Sign X ✓	Sign X ✓	Sign X ✓	Sign X ✓	Sign X ✓
Ange ✓	Ange ✗	Ange ✓	Ange ✗	Ange ✗	Ange ✗
Harmony ✗	Harmony ✗	Harmony ✗	Harmony ✗	Harmony ✓	Harmony ✗





全身6自由度微电机驱动关节

预置四对6自由度微电机驱动关节，实现原地运动



微表情系统

预置眼睑、颌骨微电机，形成口腔和面部表情动作组合



ChatGPT语音交互

预制WiFi通讯模块，在ChatGPT和语言识读软件支持下实现初级人机语音交互



全身体温精准控制

提升内置电池容量，实现全身多处皮肤体温精准控制

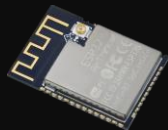
二代交互系统

Advanced interaction system

SighX



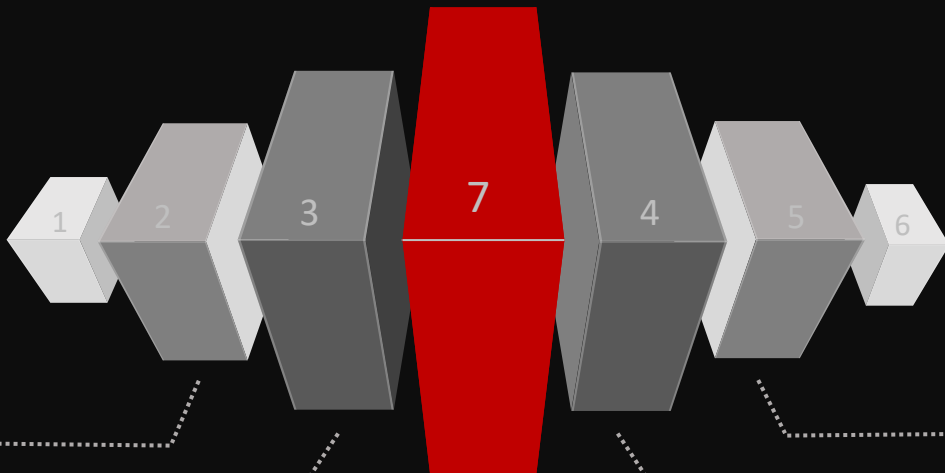
全身体温仿真



WiFi蓝牙模块



语言识读模块



主板ChatGPT支持模块



表情微电机



关节微电机



撕裂传感器



姿态控制与直立行走

集成姿态控制系统，实现平面避障运动及搬运、清洁、简餐料理等家政功能



视觉跟踪

集成视觉处理GPU，实现视线控制和自主运动



高级语言交互

集成记忆存储器和机器学习芯片，实现智能人机对话



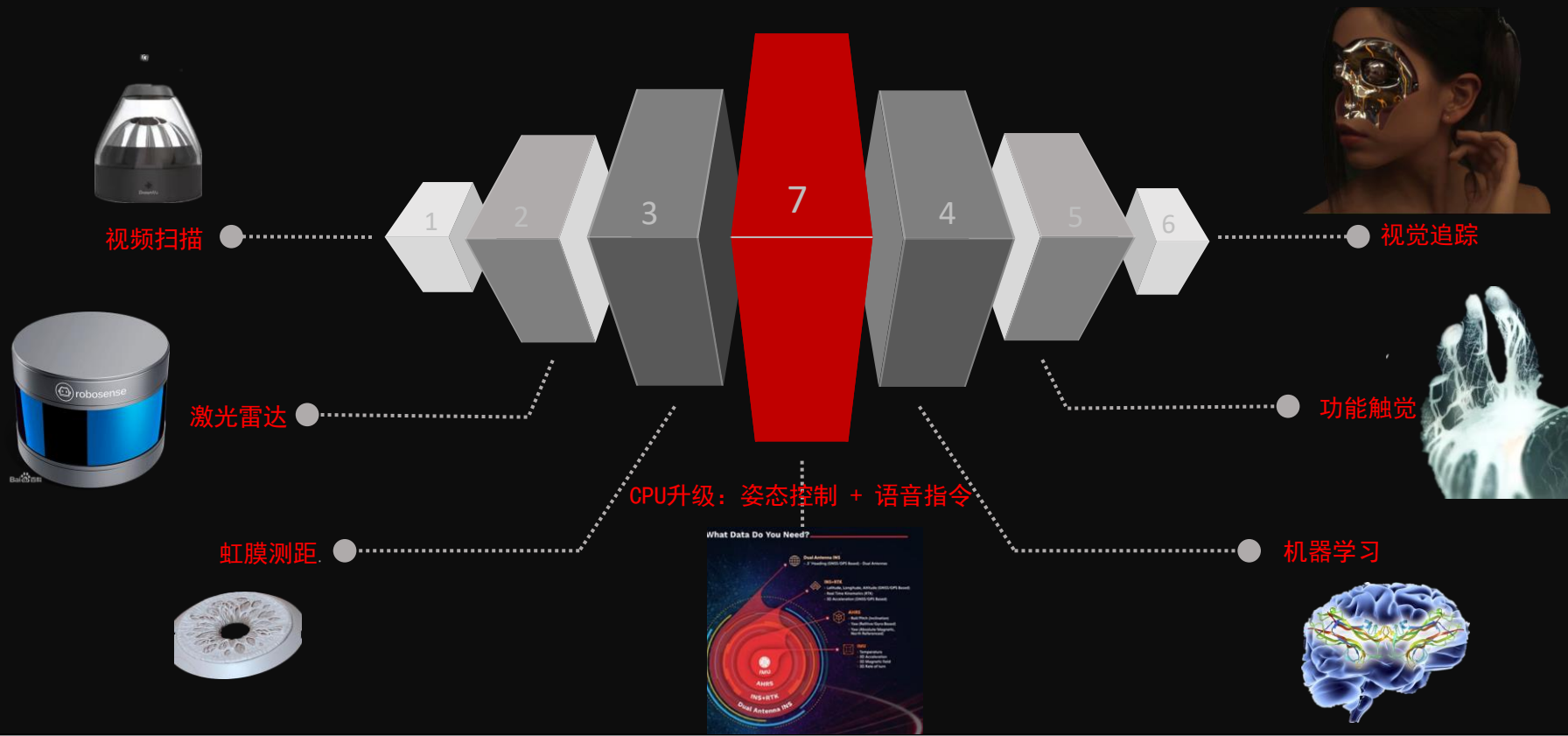
数据处理能力迭代

CPU算力提升，根据信号输入综合分析，控制语音、动作、温度、微表情

三代交互系统

3rd advanced interaction system

SighX



营销策略

品牌树立、自营电商网络、增值服务



Step 1 品牌建设

- 1、人格设定、真实感营造
- 2、持续开发、迅速迭代产品
- 3、双向反馈、定制化柔性制造



Step 2 自建电商网络

- 1、根据区域市场特征，自建电商销售平台
- 2、全球物流与售后服务体系



Step 3 售后与增值服务

- 1、情趣产业周边产品
- 2、情趣设备租赁业务
- 3、元宇宙NFT、动漫游戏形象设计大赛等圈层线下活动

市场特征及容量

Market feature & capacity

本土市场

中国本土市场受品宣渠道管制影响，市场信息高度不对称，品牌众多、尚未形成行业自然垄断。等身仿真娃娃年销售量超过50万个，单价15K以上高端市场约1.2万个、7K至15K中端市场2.7万个、3.5K以下低端产品27.5万个。



39K



375K

欧美市场

欧美（含大洋洲和南美）市场产品价格功能信息透明，1千~3千美元产品为市场主流，5千美元以上高端产品约占市场总份额25%，1千美元以上高端产品销量约6.5万只，机构购买者占高端市场六成。欧美市场高端产品主要由日本品牌占领，1千美元以下低端市场产品主要由中国企业代工，本土品牌代销。



65k



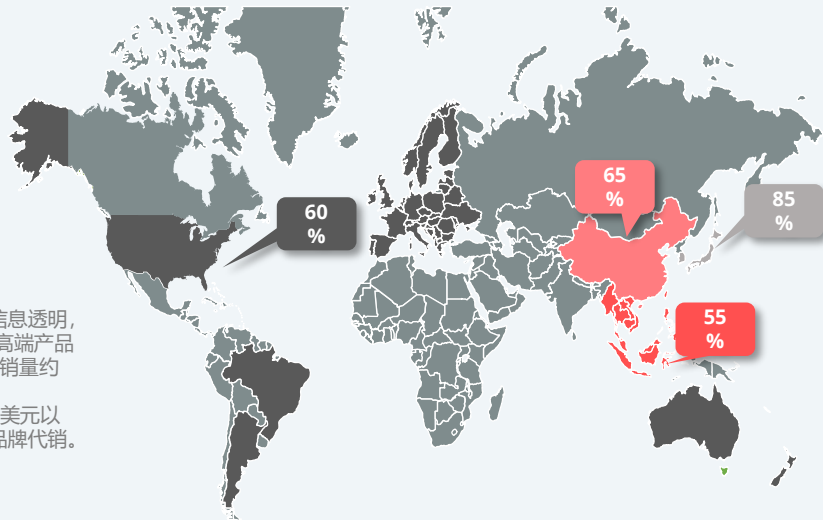
297K



> \$1000/Pc



< \$1000/Pc



日韩市场

日韩市场性产业成熟多元、品宣无限制，单价1千美元以上产品占据绝对优势，单价3千美元以上高端市场销量26.8万只，容量为全球最大。除东方工业（OT）、4wood等本土厂商之外，日本市场的主要供应商集中在我国珠三角、长三角和辽东半岛地区



268K



227K

港台东南亚市场

东南亚市场（含大中华区港澳台及南亚印巴孟加拉）性产业开放，品宣基本无限制，3千美元以上中高端产品与1千美元以下低端市场平分秋色，年销量超过14万台。



79K



142K

细分市场营销策略

Marketing strategies to segmentation

本土市场

实体仿真情趣机器人市场消费升级迹象显著，主流产品单价每3年提升1千元，目前5000元/Pc已成为市场主流

东南亚市场

7K以下低端产品主要来自中国珠三角；15K以上中高端产品主要来自日本渠道供应商。

01

营销策略

主打7K~15K市场，加工精度达致日本中端产品水准，集成基础传感交互功能，成本控制在4K以下。

03

营销策略

以功能、价格双重优势进入15K-35K高端市场

日韩市场

日韩市场单价30K以上高端产品由日本品牌占领，市场主流为单价20K~30K中端产品，基本为日本渠道商代销的中国出口产品。

02

营销策略

推出加工精度达致日本高端产品水准，集成全项传感交互功能的一代交互式情趣机器人，主打20K~30K市场。初期由渠道商代销，逐步建立自营电商渠道。

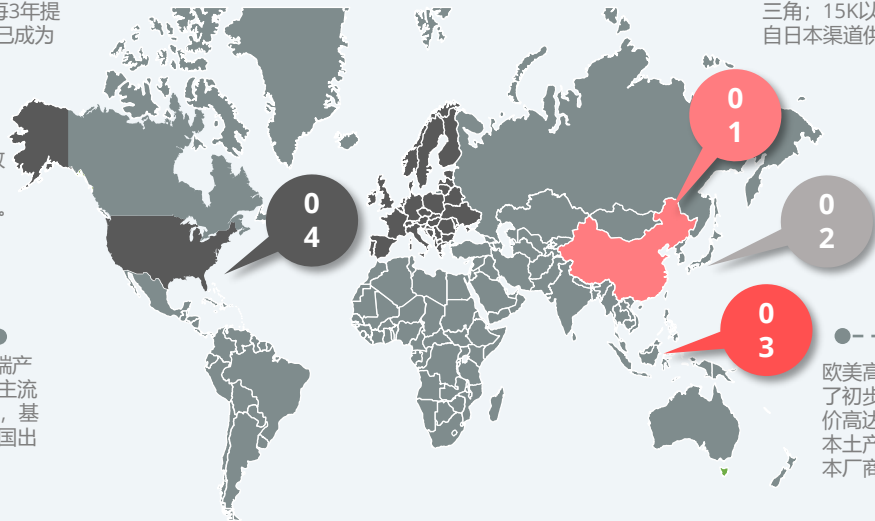
欧美市场

欧美高产品工艺水平差、集成了初步人机交互功能的产品售价高达十几万至数十万人民币，本土产品性价比极低，近年日本厂商逐渐占领日本市场

04

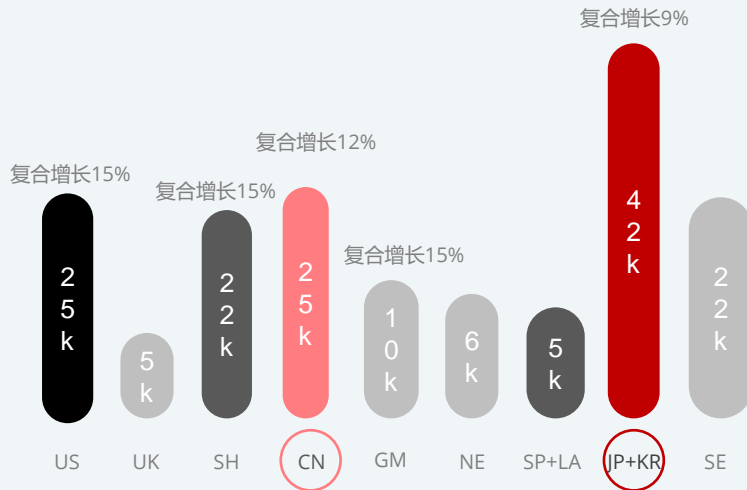
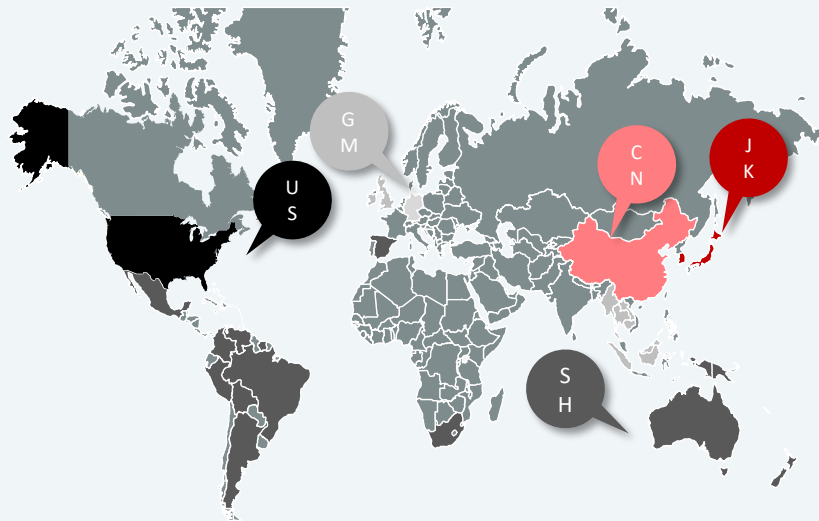
营销策略

推出25K~40K高端、7.5K-15K中端两个产品线



细分市场销售目标预测

Anticipated shipment to market segment



市场容量预期

预期集成基本交互功能、加工工艺改进后，定价15K~25K（2~3.5千美金）高端产品面世，将推动欧美、日韩市场高速增长；定价7K~15K中端产品在本土及东南亚市场推出，将成为市场主流，预估全球中高端市场新增和替代容量20~40万台。

线上平台 销售网络

社区平台建成后预期全球
会员总量：

6,7741,565人



淘宝 (Aliexpress)
物流售后服务中心



亚马逊物流售后服务中心



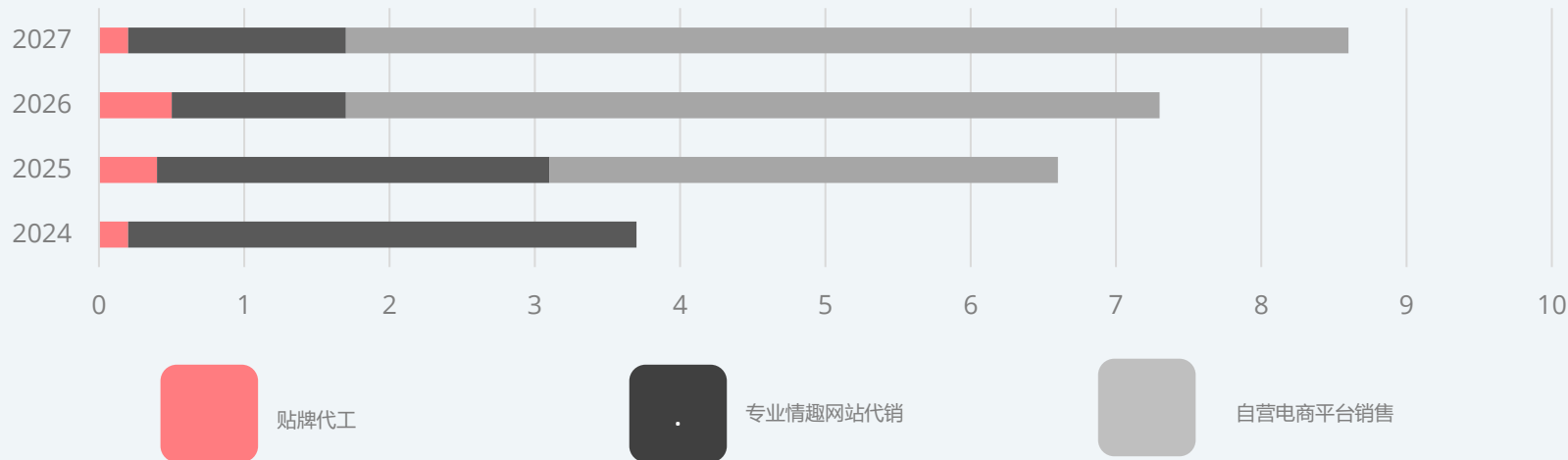
社交媒体小视频创作推广
中心



区域网商平台物流售后服务
中心——京东、拼多多、eBay、
RakuTen、Target、Etsy、Wish、
PayPay Mall、Mercado Libre、
Flipkart、Lazada、Shopee

销售渠道比例变化

Sales channel proportion



预计2024年6月，Sigh X一代产线达产1年后，代工产品0.2万台，专业渠道代销1.5万台；24年7月自建网商平台全面启动，至2025年6月代工产品0.4万台，专业渠道代销2.7万台，自营网商平台销售3.5万台；26年6月日韩、东南亚自营网商平台开通，代工产品0.5万台，专业渠道代销1.2万台，自建网商平台销售5.6万台；27年6月北美、欧洲及南半球销售网络开通，代工产品0.2万台，专业渠道代销1.5万台，自建网商平台销售6.9万台，合计8.6万台。

成本控制

Cost Analysis

成本分析

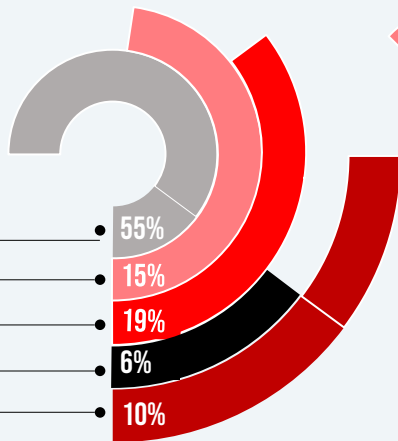
当前情趣机器人行业主要为手工生产, 高端产品单只工时在80~100小时左右, 中低端产品也需40小时左右, 中国企业人力成本约占总成本40%, 日、美企业人力成本高达75%。

制造装备主要为注塑脱模机; 和精密模具加工切削设备, 设备折旧约占总成本15%。

材料主要包括改性硅胶、TPE, 轻钢骨架, 高端产品一般采用改性硅胶, 材料成本约占总成本的19%。

交互系统仅有美国real doll品牌推出过预录语音和微表情交互功能, 内置声卡和微电机约占中成本6%。

眼珠、毛发、牙齿、指甲、关节等微小部件多为外协采购, 此类小配件主要由中国厂商制造, 小配件成本占比10%。



成本控制

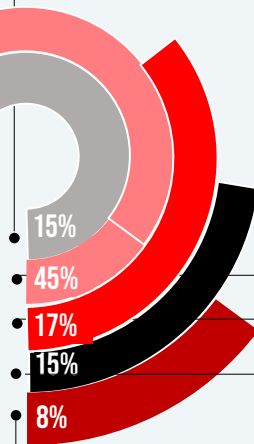
自主开发自动化毛发种植机可大幅减少单品工时, 配合流水线分工序装配, 预期可将单台工时将至6小时, 人力成本占比减少至15%。

数字化产线将应用自动植发机、精准温控熔铸机、器官和体表静脉成型机等自主专利设备。设备折旧成本占比约35%

应用多次熔铸技术, 胴体和皮肤材料使用不同材料, 降低材料成本。材料约占总成本的17%

依靠应用成熟技术和通用组件降低成本, 将交互系统成本控制在总成本的15%

主要外协件接近供应市场, 可大幅降低运输和关税成本, 外协件成本约占总成本的8%



营收测算

5年期营收与毛利预测

30

销售额

毛利润

单位：亿元

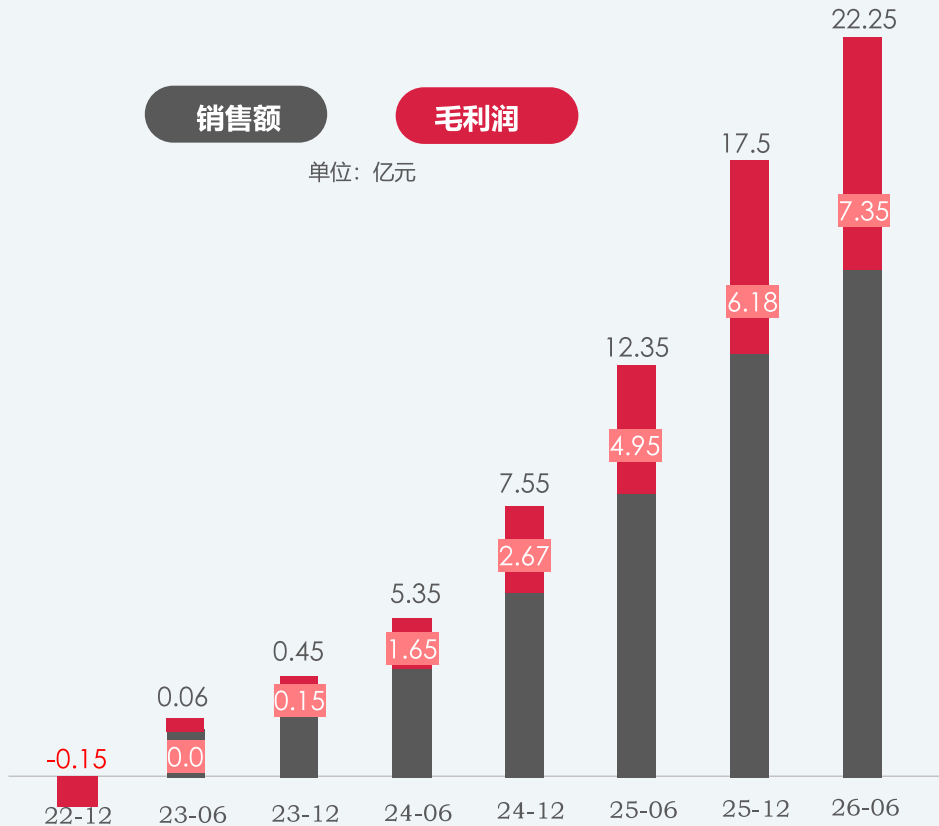
营收与利润预测

预计2024年6月,第一代机型Sigh X1产线达产后,代工和自主品牌销售额达到5亿元人民币;全球电商网络完善后,2025年2月销售额达致10亿元,预计到2026年9月境内外销售额突破25亿元。通过成本控制和规模扩张,毛利率可维持在30%左右。

¥ 5.0亿元
2024.06

¥ 10.0亿元
2025.02

¥ 25.0亿元
2026.09



② 功能机器人

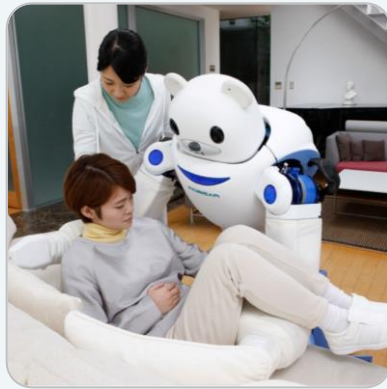
市场与竞品分析

功能机器人

当前康复机器人细分领域全球主要供应商为美国Ekso Bionics、Indego、Sarcos、SuitX，日本Cyberdyne，Rewalk Robotics，瑞士Hocom&蝶和科技，英国Rex Bionics，新西兰Rex；中国主要厂商包括中国医疗程天、璟和机器人、大艾机器人、傅利叶智能、迈步机器人等厂商；陪护机器人细分市场主要供应商集中在医疗护理、老人陪护、儿童教育、宠物饲养领域，受机器人功能单一、形象非人性化抑制，市场容量较低。

全能机器人

当前市场尚未产品。



产品序列

康复陪护机器人、全能机器人、软体测试机器人

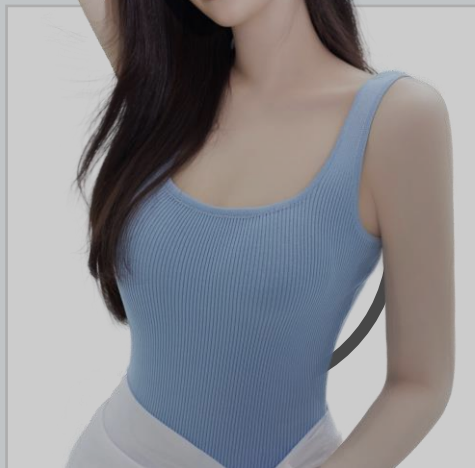
32

SighX



RecoveryX

有源自主控制双下肢康复机器人
肌电、姿态双反馈控制



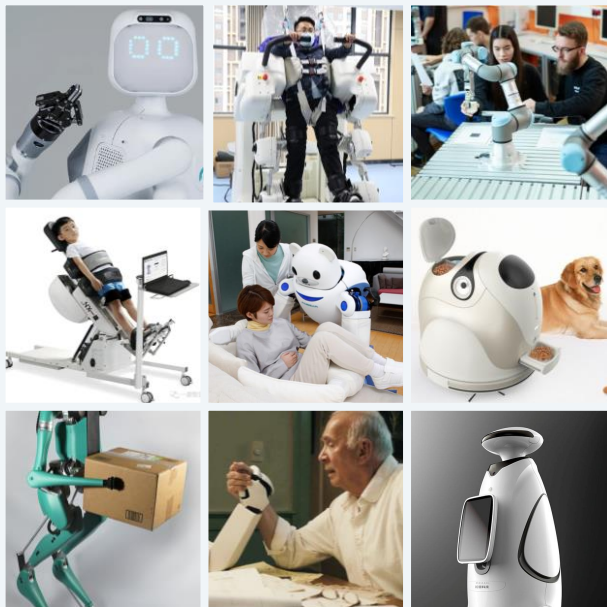
Miss X

全能机器人
集成医护康复、学习辅导、家政料理功能



Soft X

多感应功能软体结构机器人
用于医学仿真和交通工具安全碰撞测试



存在问题

- ① 功能单一，未能集成当前仿真机器人和工业机器人领域的成熟技术；
- ② 造型过于简易，外形冰冷，缺乏亲和力，拒人千里之外；
- ③ 定价过高，直立行走功能机器人的市场价格远超家庭负担能力。

解决路径

- ① 推出集成多项服务功能的全能机器人，单机即可向客户提供陪护、康复、基础医护、远程医学检验、家政、搬运、烹调、多媒体、情趣等综合服务内容；
- ② 外形采取仿真设计，实现基于触感、语音或WIFI指令的人机交互方式；
- ③ 通过规模化生产销售，大幅降低全功能直立机器人销售价格，推动机器人进入家庭。



服务类机器人五年市场增长率

260.8%

市场规模预测

康复市场 陪护市场 专项市场

SighX

康复市场

¥ 1220亿

- 残疾人康复350万台
- 事故工伤康复150万台
- 中风失能康复220万台
- 老龄助力行走500万台

医疗陪护市场

¥ 2200亿

- 老龄陪护1500万台
- 家政综合650万台
- 儿童陪伴350万台
- 家庭医疗监护550万台
- 专业机构医疗监护150万台
-
-
-
-

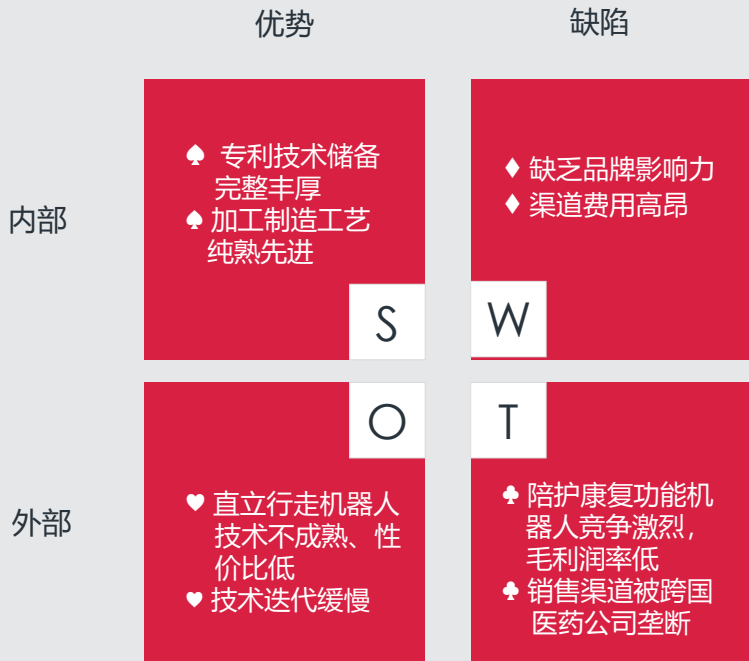
专项市场

¥ 1450亿

- 综合服务 1100万台
- 远程医疗检测550万台
- 室内物流600万台
- 安全测试25万台
- 军事勤务150万台

竞争分析

核心竞争力SWOT分析



产业态势

功能机器人市场发育受制于两大因素，一是价格过高，家庭用户无法承受；二是跨国医疗集团深耕大健康产业，在健康类功能机器人市场准入上形成森严壁垒，新兴制造商较难进入。

竞争程度

目前市场上功能机器人主要是轮驱动，双足直立机器人受制于制造成本和销售价格，未能成为市场主流。

市场潜力

预期功能机器人单台售价降至10万元以下，医疗养老等专业机构市场可望大幅增长；单价降至3万元附近，家庭市场可望打开

竞争策略

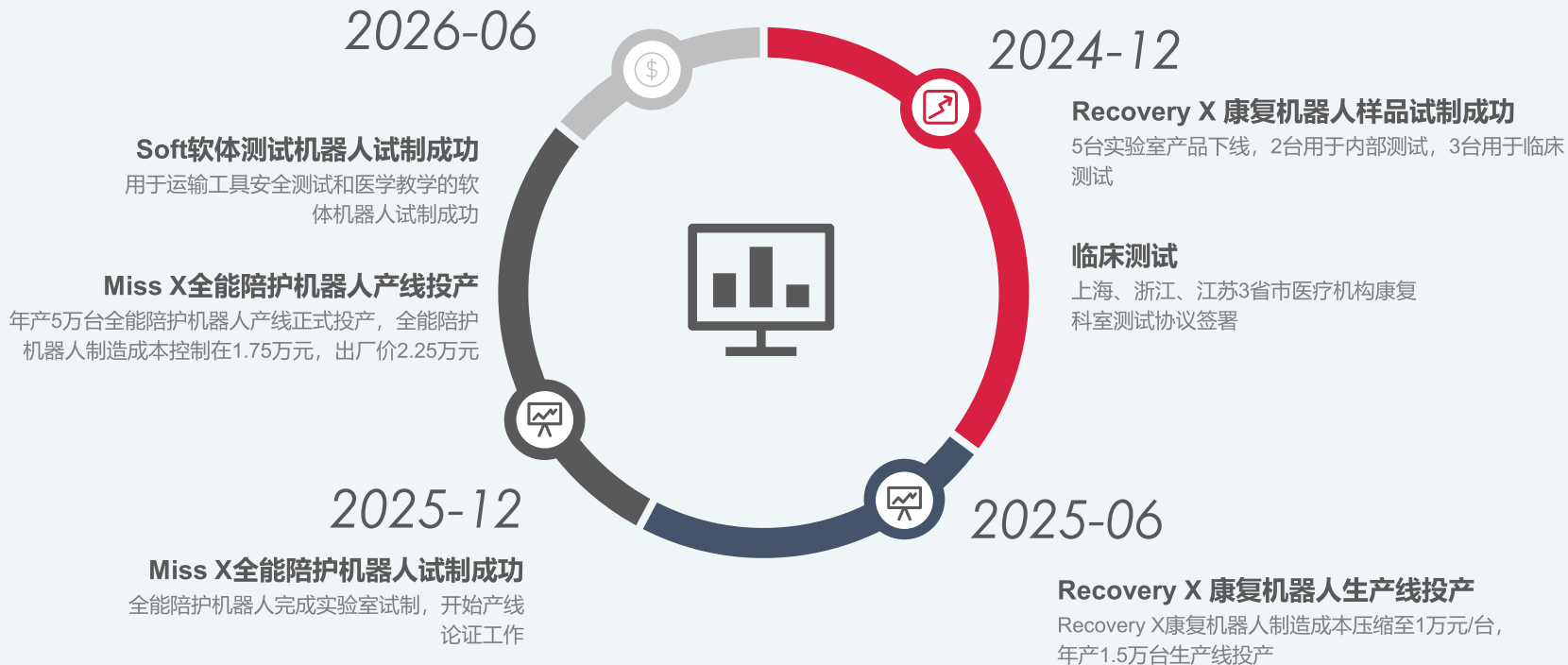
集成工业机器人细分领域通用成熟技术，通过大规模制造降低成本，将单台成本控制在3万元左右，推动机器人进入家庭

投产节点

康复机器人、全能陪护机器人、软体测试机器人

36

SighX



③元宇宙IP形象三维实体造型

市场与竞品分析

SighX

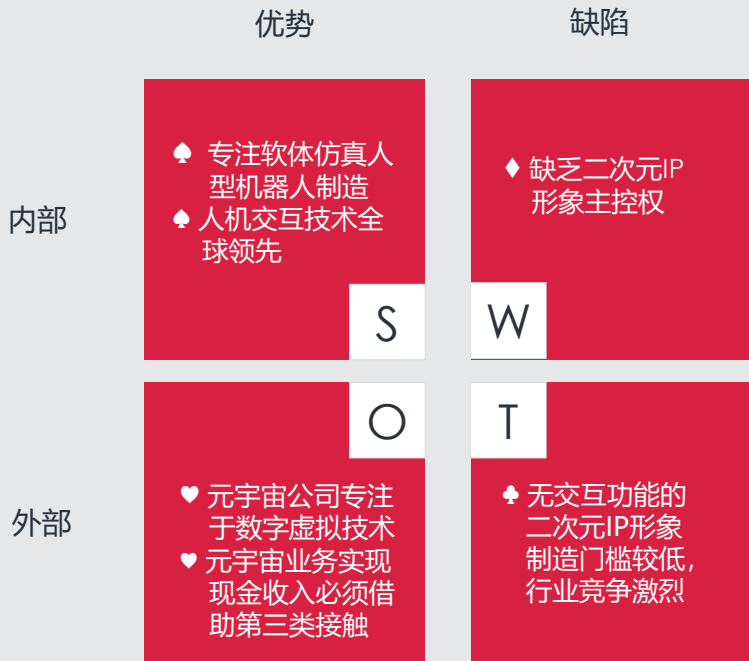
二次元IP形象实体制造

元宇宙投资潮走到2.0时代后，元宇宙系公司未来欲实现现金收入，人与非人类IP的线下“第三类接触”是绕不开的一环。元宇宙NFT、数字藏品、动漫人物、游戏人物的实体化制造，将是联系二元世界与三维实体世界的关键纽带。我司预判产业趋势，提前开发二次元形象三维实体订制化制造技术，可为全球元宇宙公司提供高效快捷的产品订制服务。



竞争分析

核心竞争力SWOT分析



产业态势

目前元宇宙投资集中于数字虚拟化技术, 收益变现模式尚未成熟, 二次元IP的实体制造有可能成为联系二次元世界与真实世界的纽带, 有可能在未来成为元宇宙行业最可靠的现金来源。

竞争程度

尚未有跨国公司或产业资本投入仿真软件机器人制造领域, 竞争较弱。

市场潜力

预期二次元IP形象与消费者实现线下接触将是元宇宙2.0阶段投资热点, 从而引爆2B市场。

竞争策略

保持人机交互功能、制造工艺和产能三大领先优势, 提前开发二次元IP实体化相关制约技术和工艺。

NO.03

团队简介

研发团队 管理团队

研发团队>>交互系统



丁汉
技术顾问

中科院院士
数字制造装备与技术国家
重点实验室主任



1ST INTERACTIVE SYSTEM R&D TEAM

一代交互系统研发团队



李波

联席CTO & 创始人
一代交互系统负责人

华中科技大学机电学博士、教授
软体机器人传感控制系统专家



高隆隆

仿生腺体课题组长

华中科技大学博士后、副教授
流体传动与控制专家



张硕

传感交互系统集成课题组长

华中科技大学机电学博士
智能感知软体机器人交互系统专家



牟运

MEMS执行器课题组长

华中科技大学驻站博士后
微纳制造与电子封装技术专家

2ND INTERACTIVE SYSTEM R&D TEAM

二代交互系统研发团队



白坤
联席CTO & 创始人
关节驱动电机课题组长

佐治亚理工学院博士
华中科技大学博导、教授
电磁系统感知、控制、驱动专家



郭家杰
联席CTO & 创始人
分布式感知课题组长

佐治亚理工学院博士
华中科技大学博导、教授
全融机器人系统专家



龙胡
微纳传感器和MEMS课题组长

劳伦斯伯克利国家实验室博士后
华中科技大学博导、教授
微纳制造及微纳传感器专家



张琴
人机交互课题组长

法国蒙彼利埃大学博士、
华中科技大学副教授
机器学习及人工智能专家

研发团队>>材料



郭鸣明
技术顾问

国千专家、外籍院士
海外火炬计划召集人
长江学者评审专家



M A T E R I A L R & D T E A M

材料研发团队



茆 胜
联席CTO & 创始人

国千专家、加州大学伯克利分校博士
加州伯克利大学教授
材料及新能源技术专家



贾 志 勇
大分子材料改性课题组长

南洋理工大学博士后
湖北文理学院汽车学院副教授
材料及新能源电池专家



庹 凯 泓
碳纳米管加热课题组长

西南大学硕士，碳纤维活化技术专家



刘 卓
材料供应链总监

大分子材料国际贸易专家

研发团队>>行动与姿态控制



安吉丽娜·托马斯

技术顾问

德国开姆尼茨大学
机器人实验室主任



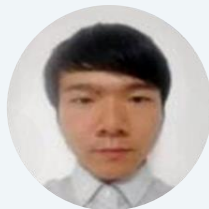
ACTION SYSTEM R & D TEAM

行动控制研发团队



梁林超
联席CTO&创始人

开姆尼茨工业大学硕士
仿真机器人专家



谢孙耘翰
双足康复机器人项目组长

开姆尼茨工业大学硕士
人工智能及姿态控制算法专家



赵忠乾
机器人结构课题组长

开姆尼茨工业大学博士
运动控制与仿真专家



吴博臻
机电一体化课题组长

杭州电子科技大学硕士
机电一体化系统专家

研发团队>>工艺流程优化



张国军
技术顾问

制造装备数字化国家工程
研究中心副主任



PROCESS FLOW OPTIMIZATION TEAM

工艺流程优化研发团队



肖俊峰

高分子材料热脱模技术课题组长

哥伦比亚大学机械工程博士
华中科技大学副教授
多物理场辅助超精密加工专家



任清荣

数字模具3D打印及激光雕刻课题组长

国防大学博士后
华中科技大学先进制造技术实验中心高工
3D打印及激光雕刻操控专家



闫蓉

毛发种植全自动产线课题组长

国家自然科学基金、国家973计划项目主持人
华中科技大学副教授
机器加工动力学与主动控制专家



邓桦

模具快速成型课题组长

华中科技大学机电工程博士
增减材复合制造技术专家

M A N A G E M E N T T E A M

管理团队



卢波
CEO & 创始人

武汉大学硕士、人民大学博士
正泰集团战略管理总监
正泰太阳能科技公司VP
15年制造业现场管理经验



陈言
VP & 创始人
海外业务、渠道商战略合作

庆应大学经济学博士
日本企业(中国)研究院执行院长
《东洋经济周刊》专栏撰稿人



薛扬荣
VP & 创始人
政府关系、公共关系

西南财经大学会计硕士
央企投资事业部 财务经理
清华大学某研究院 项目总监



郁靖子
VP
财务、行政、法务
浙江大学法学硕士
阿里巴巴集团阿里云事业部GR (P8)

M A R K E T I N G T E A M

营销团队



贾 葭

日韩市场总监

南京大学学士
外邦科技移民咨询公司创始人
日本亚马逊品牌营销专务



孙轶炜

北美市场总监

华东师范大学学士
温哥华华人商会常务理事
北美海淘网创始人



陈 佳

国内市场总监

四川大学学士
家庭云药箱创始人



藤原春友

网商平台总架构师

神奈川工业大学硕士
中兴通讯海外售后服务部经理
华为驻日本代表处企业网服务部技术主任

NO.04

发展规划

技术路线 产品规划 融资规划





⑥ VR、可穿戴设备开发

实现真实场景与虚拟场景自由穿插，
丰富服务机器人应用场景

⑧元宇宙虚拟形象代工

作为全球最大软体仿真人型机器人制造商，
向元宇宙玩家提供虚拟IP形象三维代工服务

2026



2027



2028



2029



⑤全能交互机器人

推出全功能仿真人型机器人，集成烹饪、陪
护、远程医疗、教学等多项高级交互功能。

⑦ 定制化柔性制造

自建销售网络，迅速响应客户反馈，实现个性化、
客制化设计和柔性制造，满足2B、2C客户需求

融资规划 >>

天使轮

2022.10

估值5000万，融资500万元

A轮

2023.03

估值1亿，融资2500万元

借壳上市


2026.06

净利润2.87亿，港股借壳上市估值45亿。创始团队30亿，A轮资本11.25亿，天使轮3.375亿

A股主板IPO

2028.06

净利润19.5亿，A股主板上市，估值487.5亿。创始团队329亿，A轮资本121.875亿，天使轮36.56亿

A woman with long dark hair, wearing a white button-down shirt, is shown from the chest up, pointing her right index finger towards the sky. She is looking upwards with a slight smile. The background is a blue sky with scattered white clouds. On the right side of the image, there is a large red circle containing white text. A thin white line is positioned below the text.

Do you want
a slave or a
lover?



感谢观看

