



食品饮料行业研究

买入（维持评级）

行业周报

证券研究报告

食品饮料组

 分析师：刘宸倩（执业 S1130519110005）
 liuchencian@gjzq.com.cn

 分析师：叶韬（执业 S1130524040003）
 yetao@gjzq.com.cn

 分析师：陈宇君（执业 S1130524070005）
 chen yujun@gjzq.com.cn

高端酒批价回升，关注稳健龙头配置价值

投资逻辑

白酒：周内茅台酒及五粮液普五批价回升，我们认为主要与酒企供给节奏把控、价格指引措施有关，例如周内贵州茅台针对直营店通路进一步提价，其中飞天茅台直营店零售价提至 1753 元、五星茅台提至 1743 元、经典版马茅提至 1951 元、精品茅台提至 2410 元；一方面提价引导渠道价格预期，另一方面直营店由此前 ToB 模式转为面向 ToC 开放，进一步体现了直面市场化的营销体系变革思路。

整体淡季至今白酒行业内大标品价盘表现好于相对谨慎的市场预期，行业价盘企稳、社会库存逐步去化，酒企持续推进积极的渠道预期指引，行业“量价利”已处于筑底窗口。7 月市场交易再平衡，白酒板块估值明显回升，当前估值锚贵州茅台 PE 约 20X、其余头部酒企约 15~20X，整体处于与行业景气度相对适配。但我们仍看好板块的配置意义，一方面报表压力至深点逐步过渡当前偏谨慎预期下酒企 EPS 再下修风险有限，而中期维度 EPS、行业盈利能力修复赋予收益来源；另一方面市场对内需景气预期仍较谨慎，板块额外赋予中期景气改善的 EPS、PE 赔率。

配置方向建议：1) 着重推荐品牌力突出、护城河深厚的高端酒（贵州茅台、五粮液），渠道势能仍处于上行期的山西汾酒，受益于大众需求强韧性&乡镇消费提质升级趋势的稳健区域龙头。2) 顺周期潜在催化的弹性标的（如泛全国化名酒古井贡酒、泸州老窖），有新产品、新渠道、新范式催化的弹性酒企（如珍酒李渡、舍得酒业、酒鬼酒等）。

此外，亦建议关注啤酒&黄酒赛道的配置契机：

啤酒：当前已处于行业旺季，但由于餐饮弱复苏的现状&多地多雨天气影响，旺季景气度兑现度相对较低、7 月行业销量表现仍有承压。我们认为中期维度餐饮修复仍可期待，短期基本面预期回落已使得板块估值有明显下修，考虑到啤酒行业偏稳健的市场竞争格局、相对不错的股息水平，仍建议持续关注。

黄酒：行业大单品化趋势逐步成型、高端化培育也已经成为头部品牌的品牌力塑造共识，头部酒企普遍加大对营销能力的关注、对黄酒品类进行市场化推广；中期产业趋势变化、新品年轻化培育等值得关注。

休闲零食：零食量贩门店数保持高速扩张态势、健康品类渗透率持续提升，板块延续高景气。收入端，年内开店数有望超预期，同店 H1 呈现改善态势。利润端，随着规模效应持续释放、门店调改逐步具备成效，利润率仍有望实现同比改善。且未来 2-3 年随着开店全国化布局、门店模型调整单店效益改善，仍能清晰可见业绩成长性，零食量贩仍为当下景气度最高的细分板块，推荐万辰集团、鸣鸣很忙。此外我们建议关注跟随量贩零食渠道放量，同时内部产品、渠道结构调整带动净利率提升的盐津铺子、劲仔食品。

软饮料：雨水天气仍形成负面扰动，PET 随行就市采购成本抬升，行业整体略有承压。本周百润股份公布 26H1 业绩，Q2 收入较 Q1 仍有提速，一方面系预调酒低基数改善，另一方面系威士忌铺货贡献增量。同时利润端更加趋向于精细化管理，利润率改善超预期。结合渠道反馈，7 月受台风天气影响，华南、华东等主销市场动销依旧承压。叠加 PET 库存 H1 基本消化完毕，当前随行就市采购成本上涨，我们预计饮料企业下半年利润率边际承压。当前持续看好龙头供应链管理、渠道精耕、产品创新能力，核心推荐农夫山泉，关注百润股份乐调系列新品表现。

调味品：餐饮需求仍在修复途中，居民需求相对稳健，行业仍处于底部企稳阶段。从社零数据可见，当前餐饮需求仍较为疲软，但居民端需求相对稳健，且持续具备健康化、复合化、功能化升级趋势。参考海外发展趋势，调味品作为刚需属性产品，定价低且使用频次高，即便在某些通缩背景下，仍具备产品升级迭代或成本传导驱动的提价能力。当前我们持续推荐竞争格局清晰、具备价格传导能力的海天味业；及出海扩张先锋&酵母蛋白引领收入扩张的安琪酵母。

风险提示

宏观经济恢复不及预期、区域市场竞争风险、食品安全问题风险。



内容目录

一、周专题：高端酒批价回升，关注稳健龙头配置价值.....	3
二、行情回顾.....	4
三、食品饮料行业数据更新.....	6
四、公司&行业要闻及近期重要事项汇总.....	7
风险提示.....	8

图表目录

图表 1：周度行情	4
图表 2：周度申万一级行业涨跌幅	4
图表 3：周度食品饮料子板块涨跌幅	5
图表 4：申万食品饮料指数行情	5
图表 5：周度食品饮料板块个股涨跌幅 TOP10.....	5
图表 6：非标茅台批价走势（元/瓶）	5
图表 7：白酒月度产量（万千升）及同比（%）	6
图表 8：高端酒批价走势（元/瓶）	6
图表 9：国内主产区生鲜乳平均价（元/公斤）	6
图表 10：中国奶粉月度进口量及同比（万吨，%）	6
图表 11：啤酒月度产量（万千升）及同比（%）	7
图表 12：啤酒进口数量（万千升）与均价（美元/千升）	7
图表 13：近期上市公司重要事项	7



一、周专题：高端酒批价回升，关注稳健龙头配置价值

● 酒类板块

周内茅台酒及五粮液普五批价回升，我们认为主要与酒企供给节奏把控、价格指引措施有关，例如周内贵州茅台针对直营店通路进一步提价，其中飞天茅台直营店零售价提至 1753 元、五星茅台提至 1743 元、经典版马茅提至 1951 元、精品茅台提至 2410 元；一方面提价引导渠道价格预期，另一方面直营店由此前 ToB 模式转为面向 ToC 开放、进一步体现了直面市场化的营销体系变革思路。

整体淡季至今白酒行业内大标品价盘表现好于相对谨慎的市场预期，行业价盘企稳、社会库存逐步去化，酒企持续推进积极的渠道预期指引，行业“量价利”已处于筑底窗口。综合来看，我们认为白酒行业景气度维持“下行趋缓”阶段，主要系居民端与企业端对泛社交性用酒需求频次降低、影响白酒消费情绪。

7 月市场交易再平衡，白酒板块估值明显回升，当前估值锚贵州茅台 PE 约 20X、其余头部酒企约 15~20X，整体处于与行业景气度相对适配。但我们仍看好板块的配置意义，一方面报表压力至深点逐步过渡，下半年绝大多数酒企均将实现报表企稳、当前偏谨慎预期下酒企 EPS 再下修风险有限，而中期维度 EPS、行业盈利能力修复赋予收益来源；另一方面市场对内需景气预期仍较谨慎，板块额外赋予中期景气改善的 EPS、PE 赔率。

个股层面，我们建议从中长期视角来进行酒企 EPS×PE 定价，我们相信具备差异化竞争优势的禀赋型酒企在历轮周期演绎中能突破桎梏、规模再上台阶。具体配置方向建议：1) 着重推荐品牌力突出、护城河深厚的高端酒（贵州茅台、五粮液），渠道势能仍处于上行期的山西汾酒，受益于大众需求强韧性&乡镇消费提质升级趋势的稳健区域龙头（如金徽酒、今世缘、迎驾贡酒）。2) 顺周期潜在催化的弹性标的（如泛全国化名酒古井贡酒、泸州老窖），有新产品、新渠道、新范式催化的弹性酒企（如珍酒李渡、舍得酒业、酒鬼酒等）。

此外，亦建议关注啤酒&黄酒赛道的配置契机：

1) 我们维持啤酒行业景气度“底部企稳”的判断，内部细分赛道伴随消费端多元化趋势呈现结构景气态势。当前已处于行业旺季，但由于餐饮弱复苏的现状&多地多雨天气影响，旺季景气度兑现度相对较低、7 月行业销量表现仍有承压。我们认为中期维度餐饮修复仍可期待，前期基本面预期回落已使得板块估值有明显下修，考虑到啤酒行业偏稳健的市场竞争格局、相对不错的股息水平，仍建议持续关注。

2) 黄酒行业前期有提价催化，头部品牌的趋同性提价也意味着酒企拉力有望形成合力、竞争格局趋缓。目前行业大单品化趋势逐步成型、高端化培育也已经成为头部品牌的品牌力塑造共识，黄酒头部酒企普遍加大对于营销能力的关注，对黄酒品类进行市场化推广，中期产业趋势变化，以及新品年轻化培育等值得关注。

● 大众品

休闲零食：零食量贩门店数保持高速扩张态势、健康品类渗透率持续提升，板块延续高景气。收入端，年内开店数有望超预期，同店 H1 呈现改善态势。利润端，随着规模效应持续释放、门店调改逐步具备成效，利润率仍有望实现同比改善。且未来 2-3 年随着开店全国化布局、门店模型调整单店效益改善，仍能清晰可见业绩成长性，零食量贩仍为当下景气度最高的细分板块，推荐万辰集团、鸣鸣很忙。此外我们建议关注跟随量贩零食渠道放量，同时内部产品、渠道结构调整带动净利率提升的盐津铺子、劲仔食品。

软饮料：雨水天气仍形成负面扰动，PET 随行就市采购成本抬升，行业整体略有承压。本周百润股份公布 26H1 业绩，Q2 收入较 Q1 仍有提速，一方面系预调酒低基数改善，另一方面系威士忌铺货贡献增量。同时利润端更加趋向于精细化管理，利润率改善超预期。结合渠道反馈，7 月受台风天气影响，华南、华东等主销市场动销依旧承压。叠加 PET 库存 H1 基本消化完毕，当前随行就市采购成本上涨，我们预计饮料企业下半年利润率边际承压。当前持续看好龙头供应链管理、渠道精耕、产品创新能力，核心推荐农夫山泉，关注百润股份乐调系列新品表现。

本周百润股份披露 26H1 业绩，26H1 实现营收 16.58 亿元，同比 11.34%；归母净利润 4.79 亿元，同比 23.08%；扣非归母净利润 4.53 亿元，同比 27.29%。其中 26Q2 实现营收 8.58 亿元，同比 14.08%；归母净利润 2.62 亿元，同比 26.35%；扣非归母净利润 2.45 亿元，同比+37.13%。

单拆 Q2 来看，收入端进一步提速，其中预调酒库存管理得当，持续开发新渠道，动销持续提速。烈酒整体保持稳健，渠道改革持续推进，H2“百利得”小酒、“乐调”系列伏特



加及金酒有望放量。产品结构优化叠加税率调整，净利率大幅提升。26Q2 公司毛利率/净利率为 71.0%/30.6%，同比持平/+3.0pct。其中 26Q2 税率为 16.9%，同比-11.4pct，主要系子公司税率调整导致。

看好公司 H2 业绩低基数下持续改善。产品端，预调酒与威士忌持续推进产品迭代与包装升级，H2 收入仍有望提速。利润端，公司持续强化渠道管控、库存管控，叠加产品结构优化，净利率仍有提升空间。

调味品：餐饮需求仍在修复途中，居民需求相对稳健，行业仍处于底部企稳阶段。从社零数据可见，当前餐饮需求仍较为疲软，但居民端需求相对稳健，且持续具备健康化、复合化、功能化升级趋势。参考海外发展趋势，调味品作为刚需属性产品，定价低且使用频次高，即便在某些通缩背景下，仍具备产品升级迭代或成本传导驱动的提价能力。当前我们持续推荐竞争格局清晰、具备价格传导能力的海天味业；及出海扩张先锋&酵母蛋白引领收入扩张的安琪酵母。

二、行情回顾

本周（8.3~8.7）食品饮料（申万）指数收于 14132 点（-2.76%），沪深 300 指数收于 4694 点（+2.32%），上证综指收于 3940 点（+2.81%），深证综指收于 2575 点（+6.04%），创业板指收于 3563 点（+6.55%）。

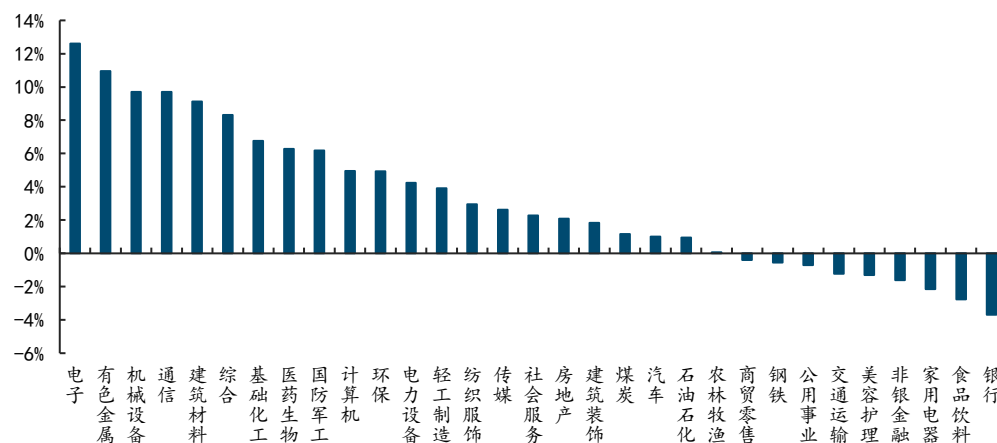
图表1：周度行情

指数	周度收盘价	本周涨跌幅	年初至今涨跌幅
食品饮料	14132	-2.76%	-12.86%
沪深 300	4694	2.32%	1.39%
上证指数	3940	2.81%	-0.73%
深证综指	2575	6.04%	1.73%
创业板指	3563	6.55%	11.24%

来源：Ifind，国金证券研究所

从一级行业涨跌幅来看，周度涨跌幅前三为电子（+12.62%）、有色金属（+10.95%）、机械设备（+9.70%）。

图表2：周度申万一级行业涨跌幅

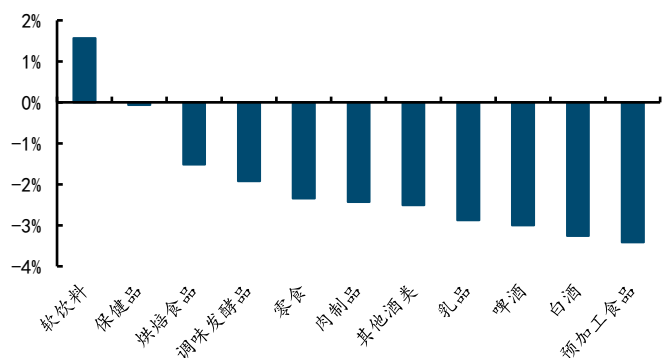


来源：Ifind，国金证券研究所

从食品饮料子板块来看，涨跌幅前三的板块为软饮料（+1.57%）、保健品（-0.06%）、烘焙食品（-1.52%）。



图表3：周度食品饮料子板块涨跌幅



图表4：申万食品饮料指数行情



来源：Ifind，国金证券研究所

来源：Ifind，国金证券研究所

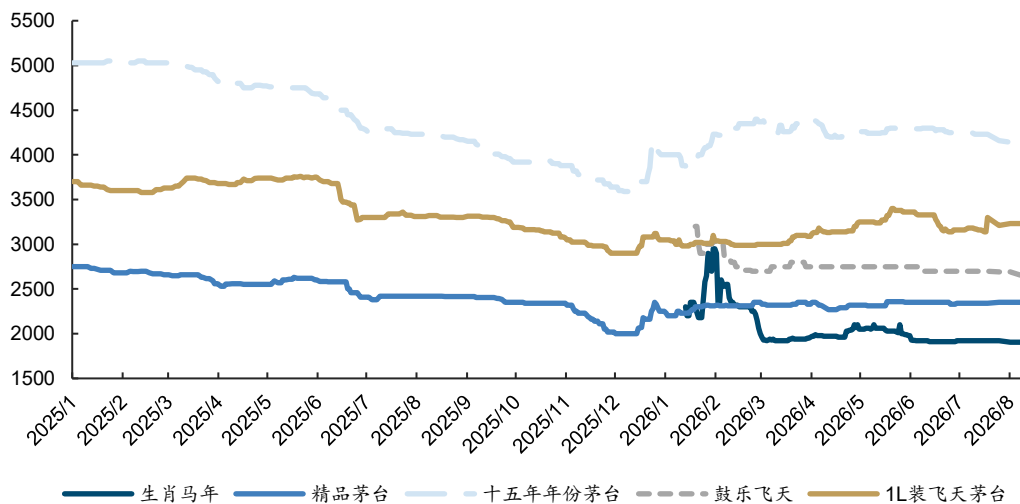
从个股表现来看，周度涨跌幅居前的为：养元饮品（+24.84%）、莲花控股（+21.65%）、*ST春天（+20.62%）等。涨跌幅靠后的为：ST交昂（-22.44%）、东鹏饮料（-9.64%）、新乳业（-8.83%）等。

图表5：周度食品饮料板块个股涨跌幅TOP10

涨幅前十名	涨幅（%）	跌幅前十名	跌幅（%）
养元饮品	24.84	ST交昂	-22.44
莲花控股	21.65	东鹏饮料	-9.64
*ST春天	20.62	新乳业	-8.83
一鸣食品	17.91	双汇发展	-6.62
百合股份	12.04	天味食品	-6.40
金字火腿	11.93	ST龙大	-5.99
煌上煌	10.78	涪陵榨菜	-5.99
*ST西发	10.27	千禾味业	-5.56
来伊份	9.98	山西汾酒	-5.52
庄园牧场	8.35	百润股份	-5.44

来源：Ifind，国金证券研究所（注：周涨跌幅不考虑新股上市首日涨跌幅）

图表6：非标茅台批价走势（元/瓶）



来源：茅粉鲁智深，国金证券研究所（注：数据截至26年8月8日）



三、食品饮料行业数据更新

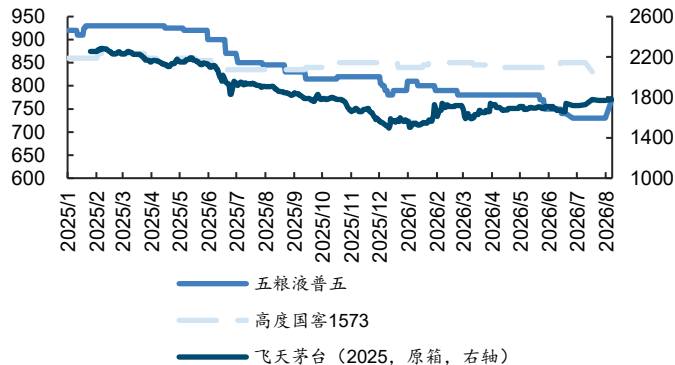
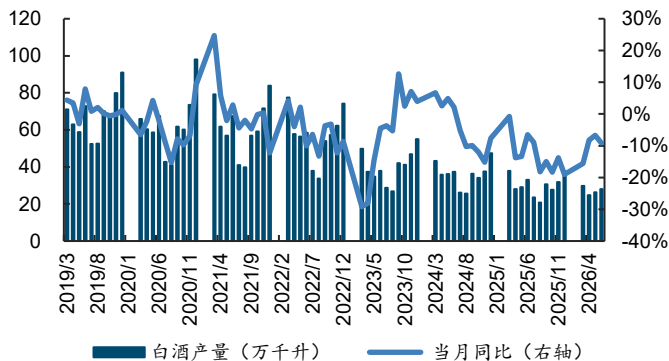
■ 白酒板块

2026 年 6 月，规模以上白酒产量为 28 万千升，同比-9.1%。

2026 年 8 月 8 日，飞天茅台（2025，原箱）批价 1780 元（环周+10 元），普五批价 770 元（环周+40 元），高度国窖 1573 批价 825 元（环周持平）。

图表7：白酒月度产量（万千升）及同比（%）

图表8：高端酒批价走势（元/瓶）



来源：Ifind，国金证券研究所（注：数据更新至 26 年 6 月）

来源：Ifind，国金证券研究所（注：数据更新至 26 年 8 月 8 日）

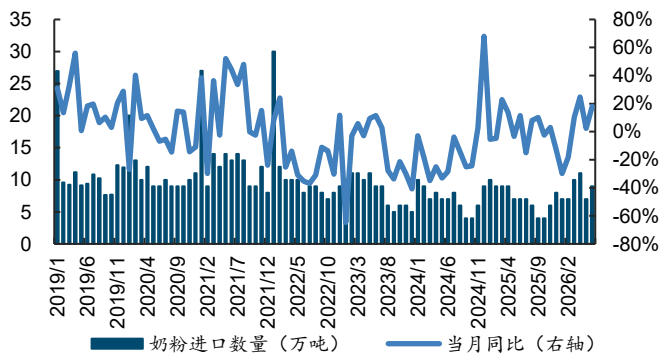
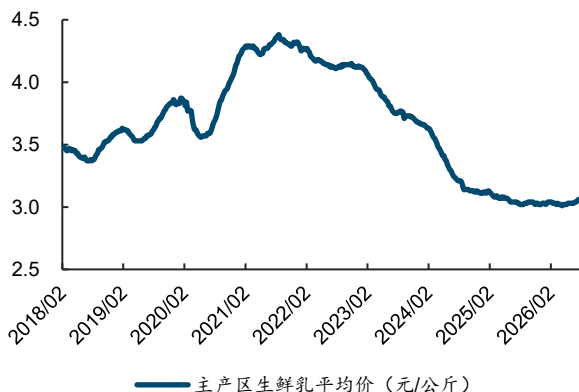
■ 乳制品板块

2026 年 7 月 31 日，我国生鲜乳主产区平均价为 3.06 元/公斤，同比+1.0%，环比持平。

2026 年 1~6 月，我国累计进口奶粉 50 万吨，累计同比+0.1%；累计进口金额为 37.1 亿美元，累计同比+1.2%。其中，单 6 月进口奶粉 9 万吨，同比+18.2%；进口金额 7.4 亿元，同比+24.5%。

图表9：国内主产区生鲜乳平均价（元/公斤）

图表10：中国奶粉月度进口量及同比（万吨，%）



来源：Ifind，国金证券研究所（注：数据更新至 26 年 7 月 31 日）

来源：Ifind，国金证券研究所（注：数据更新至 26 年 6 月）

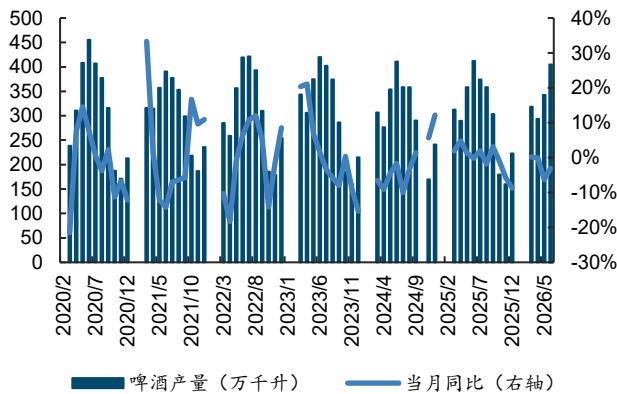
■ 啤酒板块

2026 年 1~6 月，我国累计啤酒产量为 1936.2 万千升，同比+0.2%。其中，单 6 月啤酒产量为 404.9 万千升，同比-3.1%。

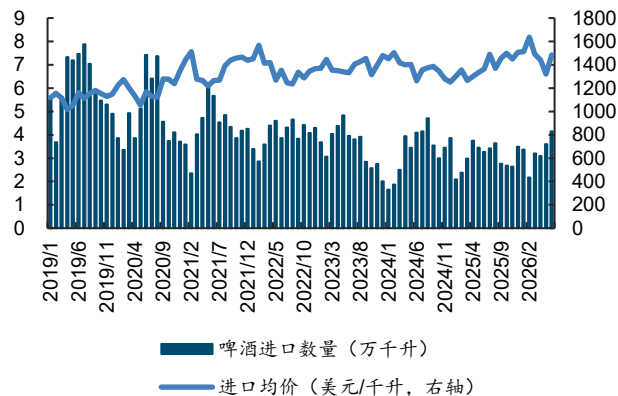
2026 年 1~6 月，我国累计进口啤酒数量为 19.6 万千升，同比+9.5%；进口金额 2.9 亿美元，同比+21.7%。其中，单 6 月进口数量 4.2 万千升，同比+27%；进口金额 0.6 亿美元，同比+38.3%。



图表11：啤酒月度产量（万千升）及同比（%）



图表12：啤酒进口数量（万千升）与均价（美元/千升）



来源：Ifind，国金证券研究所（注：数据更新至26年6月）

来源：Ifind，国金证券研究所（注：数据更新至26年6月）

四、公司&行业要闻及近期重要事项汇总

北京时间8月6日晚，帝亚吉欧举行资本市场日活动。CEO Dave Lewis 向投资者宣布，帝亚吉欧将推动一项总规模 12 亿美元的重组计划，预计在未来三年内可节约高达 10 亿美元的成本。据悉，从 7 月开始，帝亚吉欧已在全球范围内组建了 23 个国家或国家集群业务机构，主要有三方面目标：推动烈酒和预调酒的销量、份额增长，推动健力士等高端啤酒的销量和份额增长，扩大现饮渠道覆盖面和提升业务能力。同时，任命了全球五大市场的区域总裁，分管北美、拉美加勒比、欧洲中东北非、印度、亚太；并表示全球所有区域的相关调整计划于 9 月 1 日完成。（微酒）

8月5日，喜力集团发布 2026 年上半年业绩报告。在财报中，喜力表示已连续第八年在中国市场实现超行业平均水平的增长。依靠合作方华润啤酒的运营，喜力品牌的喜力经典、喜力星银以及红爵品牌继续跑赢中国啤酒大盘和高端啤酒细分市场，上半年喜力在华授权产品销量同比增长接近 30%。（微酒）

8月6日，中国酒业协会首发 2026 年 6 月“中国酒业指数（ZJZS/CADI）”。2026 年 6 月，中国酒业指数（ZJZS/CADI）静态指数 JS：88.51 点，环比下降 4.93 点；动态指数 DD：84.90 点，环比下降。2026 年 6 月，白酒指数 ZJZS-B/CADI-BJ 静态指数 JS：73.69 点，环比下降；动态指数 DD：80.96 点，环比下降 0.06 点。（微酒）

华润啤酒于深圳雪花酒馆举办“甘醇酣畅，满聚共饮”新品发布会，现场发布与酒水即时零售头部平台酒小二联合打造的“雪花甘醇”“雪花满聚”“雪花酣畅”三款独家定制新品，分别锚定品质醇酿、社交欢聚与日常畅饮三大消费场景，实现全价格带覆盖。会上，酒小二平台董事长黎永新透露，2026 年上半年酒小二营收同比增幅接近 50%，他强调，即时零售不会取代传统酒水渠道，而是适配现代都市生活的渠道补充形态。依托平台长期沉淀的年轻用户消费数据，酒小二携手华润啤酒，正式启动了产品定制化的探索之路。（微酒）

2026 年上半年，河北省酒、饮料和精制茶制造业规模以上企业实现营业收入 173.11 亿元，同比增长 3.23%；利润总额 30.4 亿元，同比下降 1.44%。其中本土白酒市场承压，啤酒行业向无糖无醇、低嘌呤、果味及精酿等方向升级，怀来、昌黎葡萄酒产区持续推进酒庄酒、特色单品酒和酒旅融合。（微酒）

图表13：近期上市公司重要事项

日期	公司	事项
8月12日	张裕 A	2026 年第二次临时股东大会
8月12日	皇氏集团	2026 年第一次临时股东大会
8月13日	金字火腿	2026 年第一次临时股东大会
8月13日	熊猫乳品	2026 年第三次临时股东大会
8月17日	海融科技	2026 年第一次临时股东大会
8月18日	盐津铺子	2026 年第三次临时股东大会
8月24日	汤臣倍健	2026 年第一次临时股东大会



日期	公司	事项
8 月 28 日	莲花控股	2026 年第一次临时股东会

来源：Ifind，国金证券研究所

风险提示

- 宏观经济恢复不及预期——经济增长降速将显著影响整体消费情绪释放节奏；
- 区域市场竞争风险——区域市场竞争态势的改变将影响厂商政策；
- 食品安全问题风险——食品安全问题会对所处行业声誉等造成影响。



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。本报告反映撰写研究人员的不同设想、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，国金证券不对使用本报告所包含的材料产生的任何直接或间接损失或与此有关的其他任何损失承担任何责任。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，亦可因使用不同假设和标准、采用不同观点和分析方法而与国金证券其它业务部门、单位或附属机构在制作类似的其他材料时所给出的意见不同或者相反。

本报告仅为参考之用，在任何地区均不应被视为买卖任何证券、金融工具的要约或要约邀请。本报告提及的任何证券或金融工具均可能含有重大的风险，可能不易变卖以及不适合所有投资者。本报告所提及的证券或金融工具的价格、价值及收益可能会受汇率影响而波动。过往的业绩并不能代表未来的表现。

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。

本报告并非意图发送、发布给在当地法律或监管规则下不允许向其发送、发布该研究报告的人员。国金证券并不因收件人收到本报告而视其为国金证券的客户。本报告对于收件人而言属高度机密，只有符合条件的收件人才能使用。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；本报告所包含的观点及建议并未考虑个别客户的特殊状况、目标或需要，不应被视为对特定客户关于特定证券或金融工具的建议或策略。对于本报告中提及的任何证券或金融工具，本报告的收件人须保持自身的独立判断。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。

若国金证券以外的任何机构或个人发送本报告，则由该机构或个人为此发送行为承担全部责任。本报告不构成国金证券向发送本报告机构或个人的收件人提供投资建议，国金证券不为此承担任何责任。

此报告仅限于中国境内使用。国金证券版权所有，保留一切权利。

上海

电话：021-80234211

邮箱：researchsh@gjzq.com.cn

邮编：201204

地址：上海浦东新区芳甸路 1088 号

紫竹国际大厦 5 楼

北京

电话：010-85950438

邮箱：researchbj@gjzq.com.cn

邮编：100005

地址：北京市东城区建国门内大街 26 号

新闻大厦 8 层南侧

深圳

电话：0755-86695353

邮箱：researchsz@gjzq.com.cn

邮编：518000

地址：深圳市福田区金田路 2028 号皇岗商务中心

18 楼 1806



【小程序】
国金证券研究服务



【公众号】
国金证券研究