



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）
 liuchenchuan@gjzq.com.cn

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

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

贵州茅台代售落地，关注餐饮链动销改善

投资逻辑

白酒：周内贵州茅台针对非标茅台的代售模式落地，消费者可至指定专卖店门店自提、亦可选择快递配送。淡季叠加代售渠道供给释放，周内精品茅台等非标茅台产品批价有所回落。我们认为飞天茅台在内茅台酒市场价格均会向自营零售价收敛，主要考虑公司推荐市场化运营改革的目的之一或是推进自营零售价发挥价格指引作用，公司可通过直营渠道以及代售模式下补货节奏对供给进行调节。从行业层面看，渠道参与方信心回暖叠加头部酒企持续笃定推进渠道稳价去库存动作，我们认为市场对于行业层面价盘筑底的预期亦有望环比提升。

我们看好当前白酒板块配置价值、低预期下胜率可观，尤其是在市场风偏受外部风险事件影响有所波动的窗口期。预期先行、节后即使淡季亦具备自上而下催化，从复盘来看 PPI、M1 等对白酒需求侧具备前瞻信号意义。伴随“反内卷”政策持续落地、企业 ROE 有望改善，并传导至企业端招待等支出提升、居民收入预期改善，行业拐点将逐步临近。

配置方向建议：1) 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）。

啤酒：啤酒的需求场景偏大众化、目前餐饮等现饮需求仍在稳步修复中，啤酒酒企也在加码非即饮渠道布局、发展软饮等多元化业务。考虑到啤酒酒企不错的业绩置信度与股息水平，行业层面逐步步入旺季，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。

休闲零食：春季新品推新速度加快，零食量贩门店数保持高速扩张态势，板块延续高景气。近期核心关注地缘冲突缓和后的 PE 估值修复，尤其是具备一季报业绩超预期的公司值得重点关注。对于上游生产品牌商而言，渠道终端覆盖率提升、定制款 sku 数量增长，预计 4 月延续较好的增长态势。对于下游渠道商而言，受益于春节错期和返乡潮，预计 Q1 单店收入改善明显，同时 26 年仍具备新店型开拓、门店高速扩张的驱动力。当前持续推荐具备收入、业绩高增双重逻辑的万辰集团，关注盐津 Q2 电商低基数改善及卫龙基本面稳健估值修复。

软饮料：渐入旺季需求略有改善，但核心包材成本预期上涨叠加现制茶饮开店竞争加剧，板块整体略有承压。1+2 月社零限额以上饮料类累计增速环比改善，我们认为主要系年货节错位，渠道备货多集中在节前，同时春节期间礼盒装产品销售表现亮眼。当前地缘冲突导致的包材价格上涨备受关注，但中长期综合考虑企业平台化能力和大单品规模化优势，及短期锁价时点和囤货周期，我们持续看好龙头供应链管理、渠道精耕、产品创新能力，回调重点推荐农夫山泉、东鹏饮料。

调味品：尽管 3 月下游需求转淡，但龙头年报形成底部企稳信号，叠加社零相关数据催化，板块景气度依旧维持。近期餐饮链相关龙头公布 25 年业绩，具体表现为 Q4 收入普遍提速且竞争格局改善带来的利润率提升。结合当前原材料价格上涨担忧，调味品板块作为刚需、高频消费板块最易顺价传导，尤其龙头海天、酵母等企业历史上多次验证平稳度过成本周期。当前我们持续推荐竞争格局清晰、具备提价能力的海天味业、安琪酵母，及兼具高分红和基本面改善属性的千禾味业、颐海国际。

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：贵州茅台代售落地，关注餐饮链动销改善.....	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：贵州茅台代售落地，关注餐饮链动销改善

● 酒类板块

周内贵州茅台针对非标茅台的代售模式落地，消费者可至指定专卖店门店自提、亦可选择快递配送。淡季叠加代售渠道供给释放，周内精品茅台等非标茅台产品批价有所回落，目前精品茅台批价约 2270 元、已略低于自营零售价。

我们认为飞天茅台在内茅台酒市场价格均会向自营零售价收敛，主要考虑公司推荐市场化运营改革的目的之一或是推进自营零售价发挥价格指引作用，公司可通过直营渠道以及代售模式下补货节奏对供给进行调节。从行业层面看，渠道参与方信心回暖叠加头部酒企持续笃定推进渠道稳价去库存动作，我们认为市场对于行业层面价盘筑底的预期亦有望环比提升。

此外，建议关注年报&一季报落地情况，对于多数酒企而言，若表现录得超预期斜率出清，将能明显提升市场对其后续量价表现的预期、构成短期催化；我们预计 25Q4+26Q1 上市酒企表现整体延续 25Q3 相似的出清斜率，26H2 低基数下或步入表现企稳阶段。

从景气度的角度出发，我们认为当前白酒行业仍处于“下行趋缓”阶段。节后白酒行业逐步步入低基数窗口，主要系去年二季度起白酒行业受消费场景受限影响，且春节 C 端消费已经呈现不错承接态势、类似于 14 年；综上，我们预计行业有望逐步过渡至“底部企稳”阶段。

我们看好当前白酒板块配置价值、低预期下胜率可观，尤其是在市场风偏受外部风险事件影响有所波动的窗口期。预期先行、节后即使淡季亦具备自上而下催化，从复盘来看 PPI、M1 等对白酒需求侧具备前瞻信号意义。中期维度伴随“反内卷”政策持续落地、企业 ROE 有望改善，并传导至企业端招待等支出提升、居民收入预期改善，行业拐点将逐步临近。

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：

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；行业层面逐步步入旺季，本身具备季节性催化。成本端，前期铝罐涨价已经落地、其余成本端会对铝材涨价有所对冲，叠加酒企年初锁价动作，预计酒企全年成本端压力可控。

中期维度，餐饮修复赋予行业量价潜在弹性，节后伴随基数走低、行业景气伴随餐饮恢复而改善置信度相对较高。考虑到啤酒行业偏稳健的市场竞争格局、相对不错的业绩置信度及股息水平，建议持续关注，潜在餐饮链催化亦赋予不错的赔率潜力。

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：春季新品推新速度加快，零食量贩门店数保持高速扩张态势，板块延续高景气。近期核心关注地缘冲突缓和后的 PE 估值修复，尤其是具备一季报业绩超预期的公司值得重点关注。对于上游生产品牌商而言，渠道终端覆盖率提升、定制款 sku 数量增长，预计 4 月延续较好的增长态势。对于下游渠道商而言，受益于春节错期和返乡潮，预计 Q1 单店收入改善明显，同时 26 年仍具备新店型开拓、门店高速扩张的驱动力。当前持续推荐具备收入、业绩高增双重逻辑的万辰集团，关注盐津 Q2 电商低基数改善及卫龙基本面稳健估值修复。

本周盐津铺子发布 25 年年报，其中 25Q4 实现营收 13.35 亿元，同比-7.49%；实现归母净利润 1.44 亿元，同比-2.12%；实现扣非归母净利润 1.61 亿元，同比+12.08%。全年来看，魔芋翻倍符合预期，高蛋白零食蓄力增长。25 年魔芋零食/海味零食/健康蛋制品/休闲豆制品/果干果冻/烘焙薯类收入分别为 17.37/7.60/6.28/3.60/7.49/8.98 亿元，分别同比+107.23%/+12.53%/+8.35%/-0.39%/+4.32%/-22.43%。渠道端，25 年线下渠道/线上渠道销售额分别为 48.41/9.21 亿元，同比+16.79%/-20.50%。线上渠道大幅下滑主要系公司优化调整所致，表现为精简 sku、聚焦资源投放大单品，实现产品结构&规模效应共振。25 年



高增长的魔芋零食、健康蛋制品增速快且毛利率改善明显，费率持续优化，最终 25 年/25Q4 净利率 12.9%/10.6%，同比+0.8pct/+0.6pct。仍看好公司产品多元化布局，渠道高质量发展，利润率持续改善。

软饮料：渐入旺季需求略有改善，但核心包材成本预期上涨叠加现制茶饮开店竞争加剧，板块整体略有承压。1+2 月社零限额以上饮料类累计增速环比改善，我们认为主要系年货节错位，渠道备货多集中在节前，同时春节期间礼盒装产品销售表现亮眼。当前地缘冲突导致的包材价格上涨备受关注，但中长期综合考虑企业平台化能力和大单品规模化优势，及短期锁价时点和囤货周期，我们持续看好龙头供应链管理、渠道精耕、产品创新能力，回调重点推荐农夫山泉、东鹏饮料。

调味品：尽管 3 月下游需求转淡，但龙头年报形成底部企稳信号，叠加社零相关数据催化，板块景气度依旧维持。近期餐饮链相关龙头公布 25 年业绩，具体表现为 Q4 收入普遍提速且竞争格局改善带来的利润率提升。结合当前原材料价格上涨担忧，调味品板块作为刚需、高频消费板块最易顺价传导，尤其龙头海天、酵母等企业历史上多次验证平稳度过成本周期。当前我们持续推荐竞争格局清晰、具备提价能力的海天味业、安琪酵母，及兼具高分红和基本面改善属性的千禾味业、颐海国际。

二、行情回顾

本周（4.6~4.10）食品饮料（申万）指数收于 15793 点（-0.03%），沪深 300 指数收于 4637 点（+4.41%），上证综指收于 3986 点（+2.74%），深证综指收于 2652 点（+6.16%），创业板指收于 3449 点（+9.50%）。

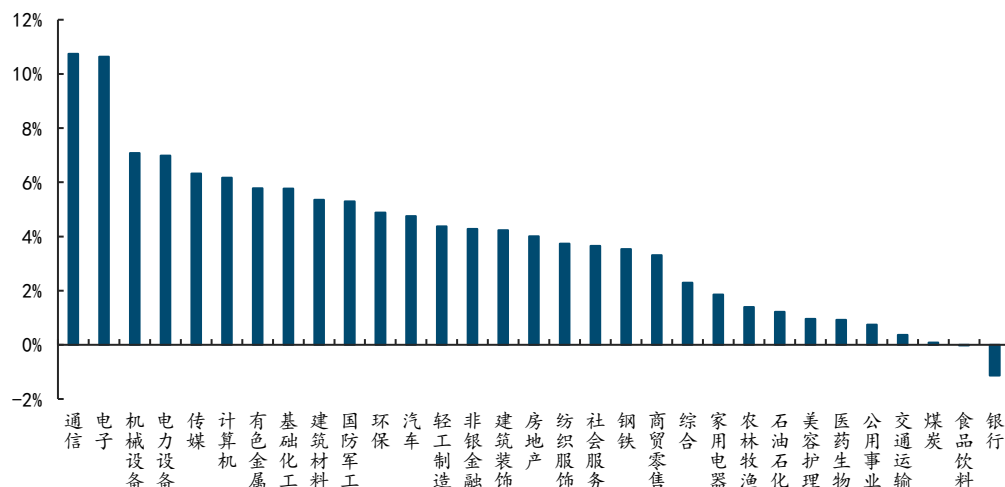
图表1：周度行情

指数	周度收盘价	本周涨跌幅	年初至今涨跌幅
食品饮料	15793	-0.03%	-2.62%
沪深 300	4637	4.41%	0.14%
上证指数	3986	2.74%	0.44%
深证综指	2652	6.16%	4.79%
创业板指	3449	9.50%	7.67%

来源：Ifind，国金证券研究所

从一级行业涨跌幅来看，周度涨跌幅前三为通信（+10.74%）、电子（+10.64%）、机械设备（+7.08%）。

图表2：周度申万一级行业涨跌幅

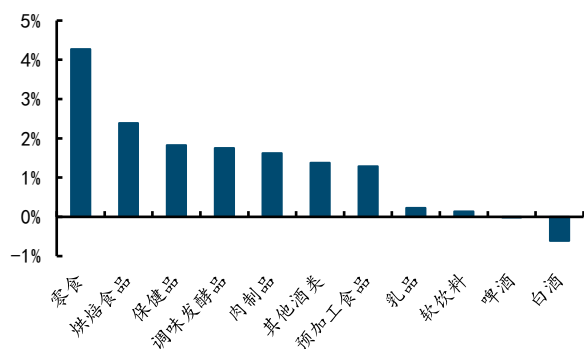


来源：Ifind，国金证券研究所

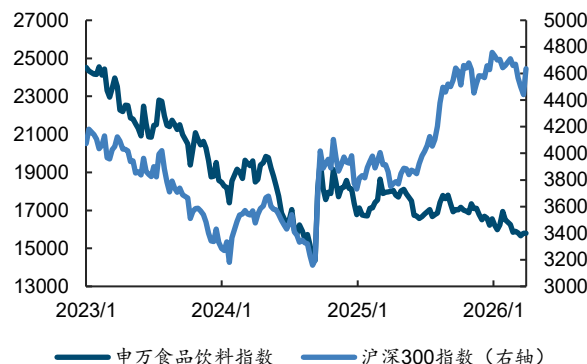
从食品饮料子板块来看，涨跌幅前三的板块为零食（+4.27%）、烘焙食品（+2.39%）、保健品（+1.83%）。



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

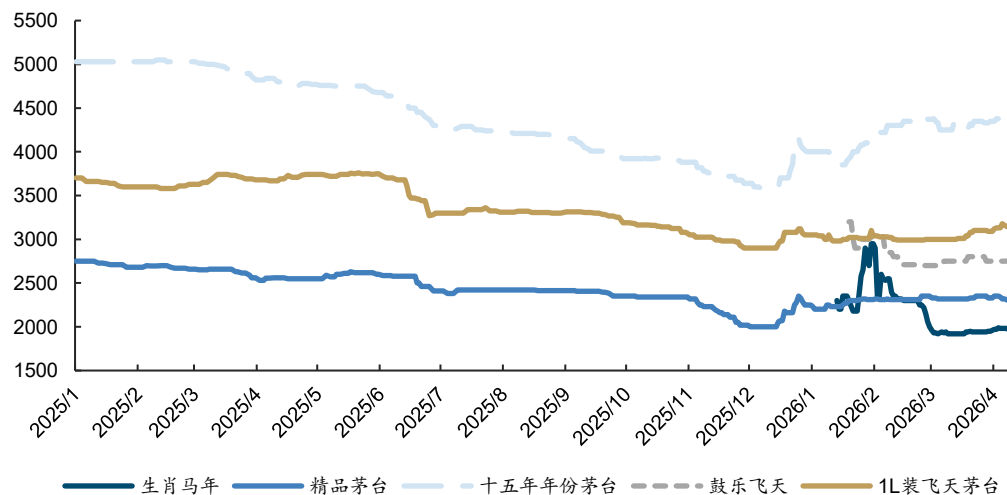
从个股表现来看，周度涨跌幅居前的为：来伊份(+32.79%)、ST 加加(+17.42%)、妙可蓝多(+8.95%)等。涨跌幅靠后的为：*ST 岩石(-15.44%)、*ST 春天(-10.10%)、*ST 椰岛(-10.09%)等。

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 (%)
来伊份	32.79	*ST 岩石	-15.44
ST 加加	17.42	*ST 春天	-10.10
妙可蓝多	8.95	*ST 椰岛	-10.09
皇氏集团	8.56	重庆啤酒	-3.82
天味食品	7.30	ST 西发	-3.81
威龙股份	7.08	紫燕食品	-3.66
华统股份	6.97	古井贡酒	-2.80
千禾味业	6.67	盐津铺子	-2.57
技源集团	6.62	山西汾酒	-1.99
惠发食品	6.62	泸州老窖	-1.69

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4月10日）



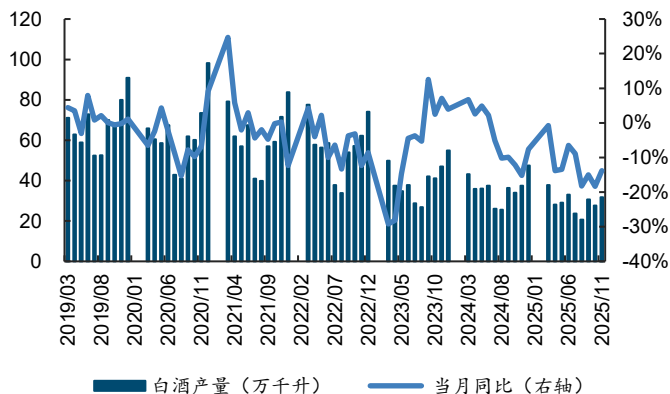
三、食品饮料行业数据更新

■ 白酒板块

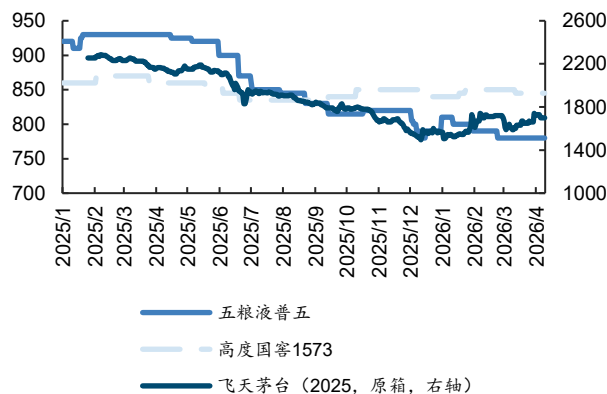
2026 年 1~2 月，规模以上白酒累计产量为 65.3 万千升，同比+6.2%。

2026 年 4 月 10 日，飞天茅台（2025，原箱）批价 1690 元（环周-40 元），普五批价 780 元（环周持平），高度国窖 1573 批价 840 元（环周-5 元）。

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 25 年 12 月）

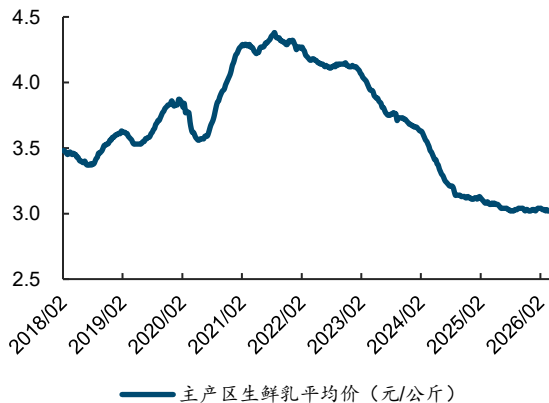
来源：Ifind，国金证券研究所（注：数据更新至 26 年 4 月 11 日）

■ 乳制品板块

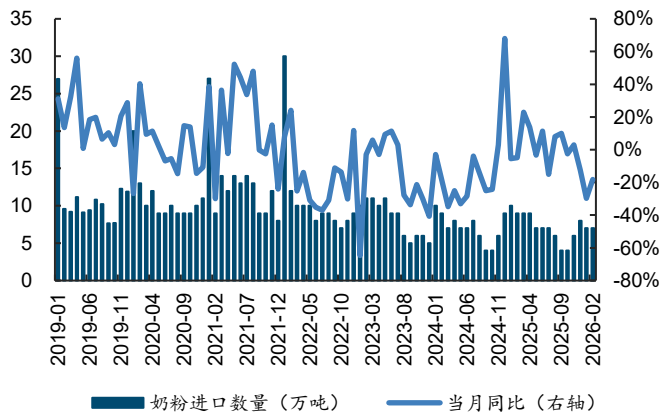
2026 年 4 月 3 日，我国生鲜乳主产区平均价为 3.02 元/公斤，同比-1.60%，环比持平。

2026 年 1~2 月，我国累计进口奶粉 14.0 万吨，累计同比-24.3%；累计进口金额为 10.6 亿美元，累计同比-8.0%。其中，单 2 月进口奶粉 7.0 万吨，同比-18.2%；进口金额 5.22 亿元，同比-6.2%。

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 4 月 3 日）

来源：Ifind，国金证券研究所（注：数据更新至 26 年 2 月）

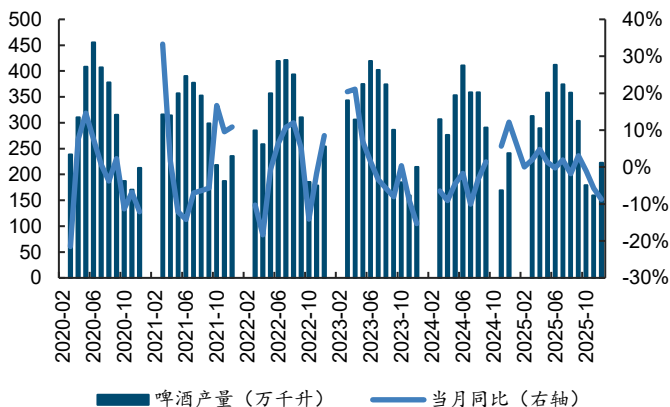
■ 啤酒板块

2026 年 1~2 月，我国啤酒产量为 579.7 万千升，同比+6.5%。

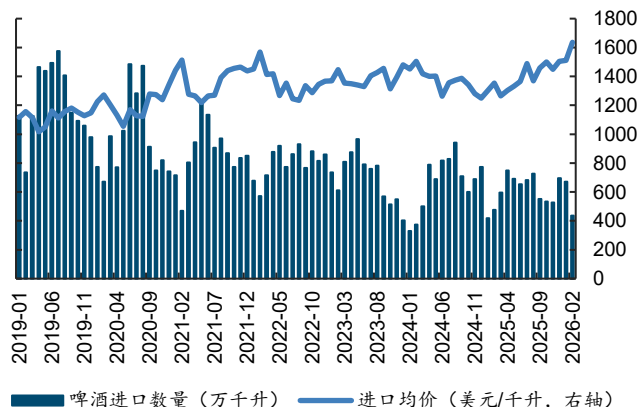
2026 年 1~2 月，我国累计进口啤酒数量为 5.5 万千升，同比+23.9%；进口金额 0.9 亿美元，同比+45.4%。其中，单 2 月进口数量 2.2 万千升，同比-8.5%；进口金额 0.4 亿美元，同比+10.6%。



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25年12月）

来源：Ifind，国金证券研究所（注：数据更新至26年2月）

四、公司&行业要闻及近期重要事项汇总

4月8日，“北纬28度的浓香”发布《对话张宿义×张良：拆解“38度国窖1573”的百亿之路》。在2015-2025年期间，38度国窖1573销售额年复合增长率超过30.28%，远高于行业高端酒平均增速，已成为高端低度白酒开瓶率第一的大单品。在主销区（河北地区）低度高端市场份额已经超过了70%，部分地级市高端白酒宴席覆盖率也超过了80%。华东华南等新兴市场，“十四五”期间低度酒销售规模翻了两番，逐步成为新的增长极。（微酒）

4月10日，国家统计局发布2026年3月份全国居民消费价格数据。数据显示，当月全国居民消费价格同比上涨1.0%。其中，酒类3月份居民消费价格环比上涨0.5%，同比下降2.8%，1-3月同比下降2.4%。此外，3月份，食品烟酒及在外餐饮类价格环比下降1.8%，同比上涨0.4%，1-3月同比上涨0.5%。（微酒）

以“新经典 新酒巷 新场景”为主题的中国酒业协会第十五届中国白酒T9圆桌会议在贵阳举行。2025年中国酿酒产业进入深度结构性调整期，产业整体呈现量价利同步收缩、结构分化显著、新旧动能转换阵痛凸显的特征，存量博弈成为市场主基调，同时消费迭代、数字化变革推动产业从规模扩张向价值深耕转型。白酒方面，头部酒企占据产业95%以上利润，龙头企业实现营收利润微增，腰部酒企靠区域深耕艰难突围，中小酒企因产能闲置、资金链紧张加速出清，资本热度降温出局，产业集中度进一步提升。（微酒）

截至2026年3月，歪马送酒全国在营门店已突破2400家，业务覆盖23个省份、200多个市/县级市场，累计服务消费者超3000万。（微酒）

南宁青岛啤酒有限公司启动搬迁新建整体规划40万千升（一期25万千升）啤酒生产项目施工招标。该项目用地170亩。总投资12亿元，其中固定资产投资10亿元，建设年产40万千升青岛啤酒生产线，分两期实施。（微酒）

截至2025年末，我国注册烟酒相关企业共计264万余家，现存相关企业130万余家，其他状态（清算、结算、吊销、注销等）共计134万余家。2021-2025年期间，共新增注册烟酒相关企业61.4万余家，累计注销、吊销烟酒相关企业34万余家。（微酒）

4月4日，鲜啤福鹿家消息，3月鲜啤福鹿家新增407家店铺。截止3月31日，全国门店数量达2400+，覆盖22+省份、3+自治区、4+直辖市，300+地市区。（微酒）

图表13：近期上市公司重要事项

日期	公司	事项
4月16日	双汇发展	2025年年度股东会
4月16日	欢乐家	2025年年度股东会
4月17日	有友食品	2025年年度股东会
4月20日	金徽酒	2025年年度股东会
4月20日	仲景食品	2025年年度股东会
4月21日	广州酒家	2025年年度股东会



日期	公司	事项
4月21日	涪陵榨菜	2025年年度股东会
4月22日	珠江啤酒	2025年年度股东会
4月23日	广弘控股	2026年第一次临时股东大会
4月23日	泉阳泉	2025年年度股东会
4月24日	会稽山	2025年年度股东会
4月24日	元祖股份	2025年年度股东会
4月27日	安琪酵母	2025年年度股东会
4月27日	天味食品	2026年第三次临时股东大会
4月27日	*ST 岩石	2026年第一次临时股东大会
4月28日	舍得酒业	2025年年度股东会
4月28日	盐津铺子	2025年年度股东会
4月29日	燕塘乳业	2025年年度股东会
4月29日	东鹏饮料	2025年年度股东会
4月30日	南侨食品	2025年年度股东会
4月30日	巴比食品	2025年年度股东会
5月6日	维维股份	2025年年度股东会
5月15日	桂发祥	2025年年度股东会

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。

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	北京	深圳
电话：021-80234211	电话：010-85950438	电话：0755-86695353
邮箱：researchsh@gjzq.com.cn	邮箱：researchbj@gjzq.com.cn	邮箱：researchsz@gjzq.com.cn
邮编：201204	邮编：100005	邮编：518000
地址：上海浦东新区芳甸路 1088 号 紫竹国际大厦 5 楼	地址：北京市东城区建国内大街 26 号 新闻大厦 8 层南侧	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