

拥抱新变化，开启新征程

投资评级：推荐（维持）

---食品饮料行业2025年中期策略报告

华龙证券研究所 食品饮料行业

分析师：王芳

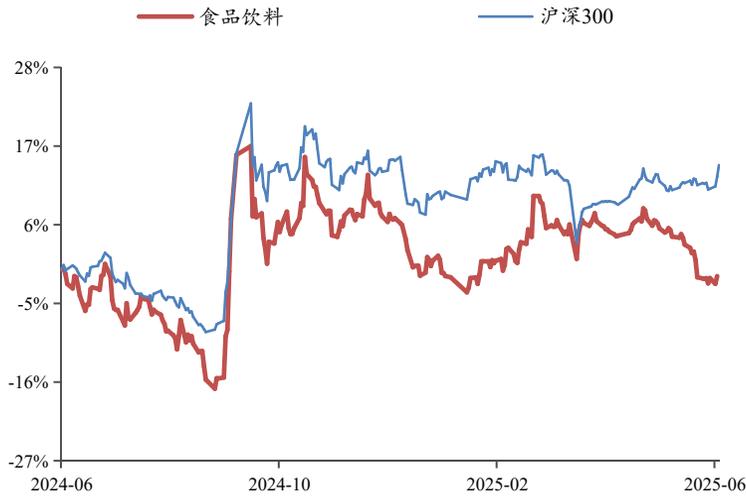
SAC执业证书编号：S0230520050001

邮箱：wangf@hlzq.com

2025年07月06日

证券研究报告

近一年市场走势 (单位: %)



相关报告

《白酒处于调整期，零食景气度较高—食品饮料行业2024年报和2025一季报综述》 2025.05.16

《育儿补贴政策催化，关注乳品估值修复—食品饮料行业周报》 2025.03.18

《政策积极，静待复苏—食品饮料行业周报》 2025.03.05

相对沪深300表现 (2025.06.30) (单位: %)

表现	1M	3M	12M
食品饮料行业	-5.9	-6.22	0.4
沪深300	2.5	1.25	13.71

- **回顾与展望：**2025Q1食品饮料行业营收和归母净利润增速较2024年趋缓，各子行业业绩分化加剧，2025Q1零食营收增速最快，啤酒和调味品利润改善最明显。2025上半年食饮板块回调较多，估值从年初的22.4X进一步下探至20.8X，处于历史低位。当前促消费政策积极，后续国内促消费政策的力度和范围有望进一步加大，食饮板块作为偏内需的板块，有望持续受益。
- **白酒：**受宏观经济和供需关系等因素影响，白酒行业进入调整期。白酒企业销售承压，行业供需矛盾相对较突出，体现到报表端，2025Q1白酒板块营收增速明显放缓。2025Q1白酒板块营业收入和归母净利润分别增长1.76%、2.26%（2024年营业收入和归母净利润增速分别为7.25%、7.41%）。酒企控货挺价，缓解供需矛盾，减少经销商压力。酒企2025全年经营目标任务理性降速，部分酒企未制定明确的数字目标，根据市场情况灵活调整，以更好地适应市场变化。短期内白酒行业仍处于筑底阶段，中长期伴随库存出清，动销边际好转和低基数下，报表端有望迎来好转，估值有望修复。酒企更加注重股东回报，分红比例提升，部分公司股息率3%以上，具备一定吸引力。
- **大众品：**中国休闲零食行业2024年市场规模超1.5万亿元。短期来看，开拓新品类（打造爆品）和新渠道（会员超市/量贩零食店）带来公司业绩的爆发增长，同时构筑品牌优势；长期来看，高效的供应链能力和组织管理能力是公司能够持续保持竞争优势和业绩兑现的关键。2025软饮料行业推新速度加快，竞争加剧，行业朝着健康化、功能化、个性化方向发展。包装水、能量饮料和茶类饮料需求稳步增长，持续扩容。2025年啤酒行业产量逐月同比回升，呈现复苏态势，报表端2025年啤酒公司营收和净利润有望持续边际修复。2025全年我们预计啤酒量价同比维持持平略增态势。短期乳品需求仍承压，2025Q1上市乳企营收微增，2025年原奶供需格局好于2024年，下半年预计原奶供需能够实现阶段性平衡。调味品板块持续复苏，业绩改善明显，龙头企业表现更加稳健。调味品市场规模稳步增长，复合调味品市场空间广阔。

- **宠物食品：**我国宠物食品行业呈现稳健增长态势，2024年中国宠物食品消费市场规模为1585.06亿元，宠物食品细分为宠物主粮、零食、营养品等，其中宠物主粮占比最高，其次为宠物零食，宠物主粮和零食共同驱动行业增长。宠物主粮作为日常营养核心，形成干粮、湿粮两大品类，其市场地位稳定且需求刚性；宠物零食则在消费升级趋势下快速崛起，通过功能化创新（如美毛、洁齿、情绪舒缓等）和场景细分（如训练奖励、节日馈赠），逐步突破传统副食定位，形成独立增长曲线。宠物主具备一定的消费力，情绪付费意愿较强，预计宠物支出将不断增加。宠物主对国产品牌偏好提升，发展势头较好，国产替代有望加速。
- **投资建议：**提振消费是宏观经济政策发力的重心，在扩大内需的积极政策导向下，食品饮料板块有望迎来复苏，我们维持行业“推荐”评级。关注新零售渠道和新品类红利带来零食行业的快速成长，功能饮料、无糖茶和养生水等品类的火爆驱动软饮料行业维持较高景气度。具备“新消费”属性，满足消费者情绪价值和陪伴需求的成长赛道宠物食品，行业未来有望实现量价齐升，国产头部品牌增速表现亮眼，市场份额持续提升，优先享受行业增长红利。乳品、啤酒和调味品行业边际好转，后续有望持续回升。白酒板块短期动销和报表端承压，伴随宏观消费需求好转，中长期有望持续复苏。建议关注个股：贵州茅台、山西汾酒、今世缘、古井贡酒、盐津铺子、劲仔食品、中宠股份、乖宝宠物、东鹏饮料、伊利股份、新乳业、妙可蓝多、燕京啤酒、青岛啤酒、海天味业。
- **风险提示：**食品安全风险、消费复苏不及预期风险、成本上行风险、业绩增速不及预期风险、市场竞争加剧风险、第三方数据统计偏差风险。

目录

1

行情回顾：估值回落，静待复苏

2

白酒：短期承压，中长期有望迎来边际改善

3

大众品：创新驱动增长，积极拥抱新消费

4

宠物食品：情绪消费兴起，国产品牌量价齐升

5

投资建议：关注高景气度行业，把握结构性机会

6

风险提示

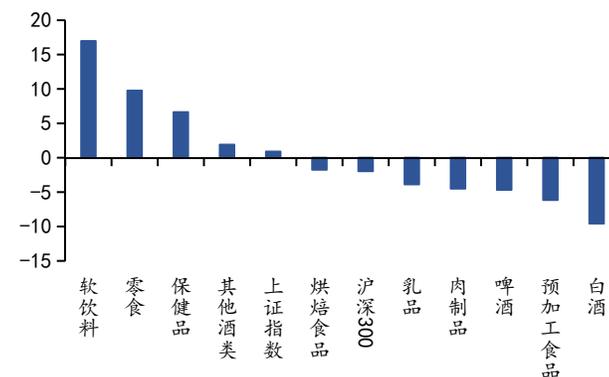
01 回顾与展望：估值回落，静待复苏

1.1 行情回顾：食品饮料板块回调较多，估值处于历史低位

行情回顾：2025年上半年（01月01日-6月23日），申万食品饮料板块涨跌幅为-4.68%，同期上证指数上涨0.89%，沪深300下跌1.96%，食品饮料跑输上证指数5.57pct。子行业来看，软饮料（+16.96%）、零食（+9.76%）、保健品（+6.63%）和其他酒类（+1.89%）跑赢上证指数，烘焙食品（-1.75%）、乳品（-3.87%）、肉制品（-4.49%）、啤酒（-4.67%）、预加工食品（-6.15%）、白酒（-9.56%）、调味品（-10.33%）跑输上证指数。我们认为2025上半年食品饮料板块回调较多主因白酒板块拖累，情绪面，市场担忧政策对白酒动销的影响，叠加618大促电商平台补贴下，白酒批价有一定波动；基本面，二季度进入白酒淡季，动销平淡。

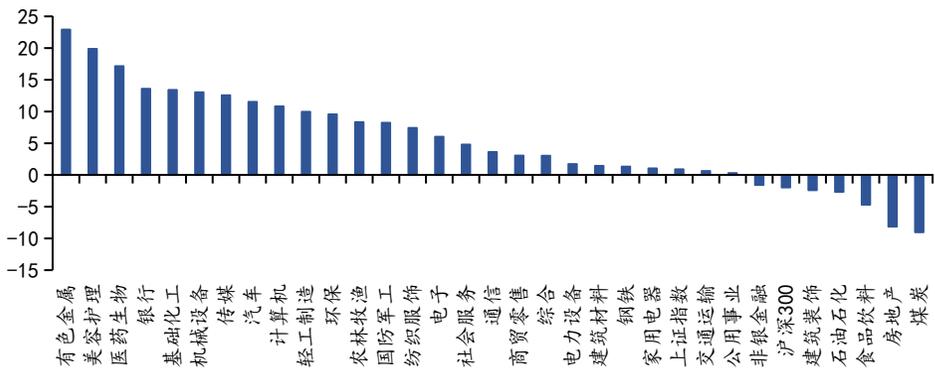
行业估值：2025年上半年（01月01日-6月23日），申万食品饮料行业指数PE（TTM）从22.4倍下跌至20.8倍，行业估值进一步下探，我们认为当前居民消费仍处于弱复苏阶段，子板块来看，保健品、软饮料和零食估值修复居前。

图3:食品饮料各子行业涨跌幅 (%)



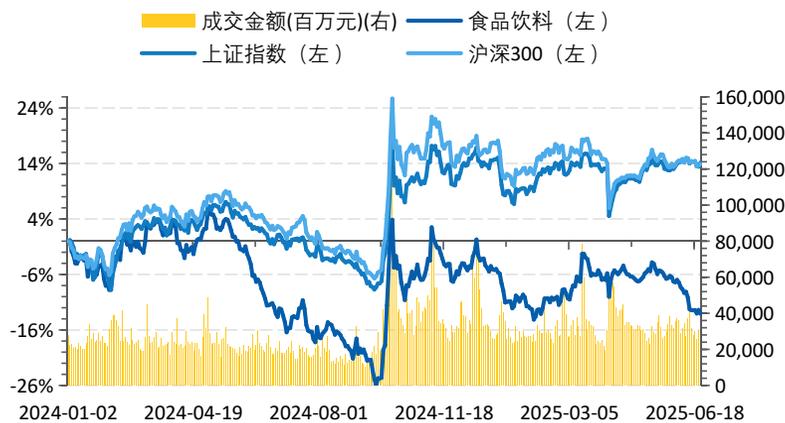
数据来源：iFinD，华龙证券研究所

图1:申万一级行业涨跌幅 (%)



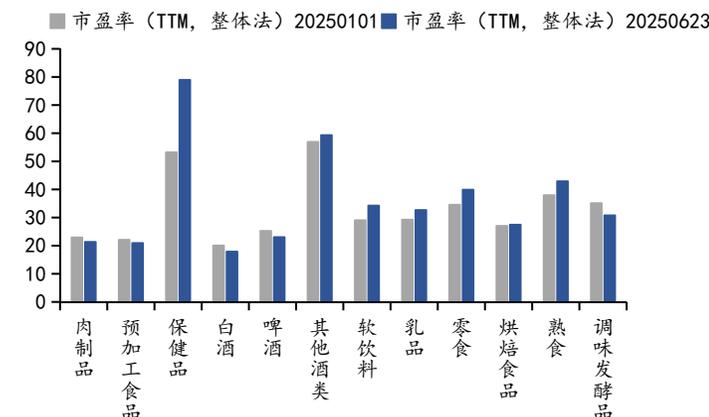
数据来源：iFinD，华龙证券研究所

图2:食品饮料行业涨跌幅



数据来源：Wind，华龙证券研究所

图4:食品饮料子行业市盈率 (倍)



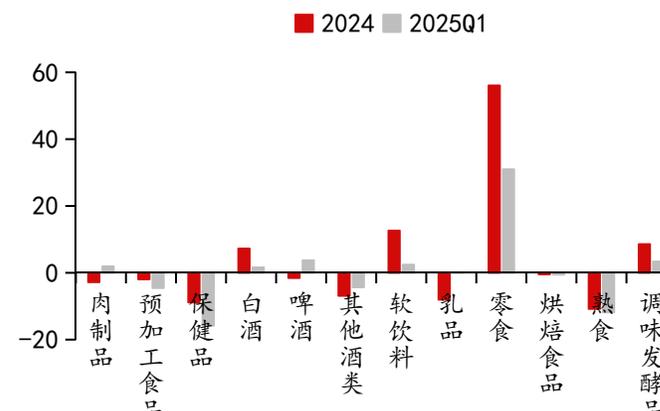
数据来源：iFinD，华龙证券研究所

01 回顾与展望：估值回落，静待复苏

1.2 基本面回顾：增速放缓，分化加剧

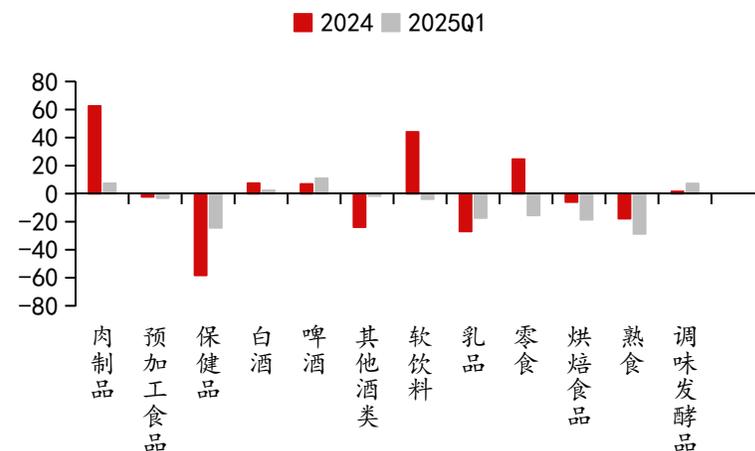
- 2025Q1食品饮料板块营收和归母净利润增速较2024年趋缓。2024年度，申万一级食品饮料行业上市公司实现营业收入10,877.93亿元，同比增长4.04%；归母净利润2,171.12亿元，同比增长5.51%；扣非后归母净利润2,104.48亿元，同比增长6.06%。2025年一季度，食品饮料行业营业收入3,264.12亿元，同比增长2.59%，归母净利润815.45亿元，同比增长0.27%；扣非后归母净利润803.65亿元，同比增长2.98%。
- 食品饮料各子行业业绩分化加剧。2025Q1零食/啤酒/调味品/软饮料/肉制品/乳品上市公司实现营收正增长，增速分别为30.96%/3.73%/3.36%/2.41%/1.93%/0.15%，啤酒/肉制品/调味品归母净利润实现正增长，增速分别为10.89%/7.30%/7.17%，2025Q1零食营收增速最快，啤酒和调味品利润改善最明显。

图7:食饮子行业营业收入同比增速 (%)



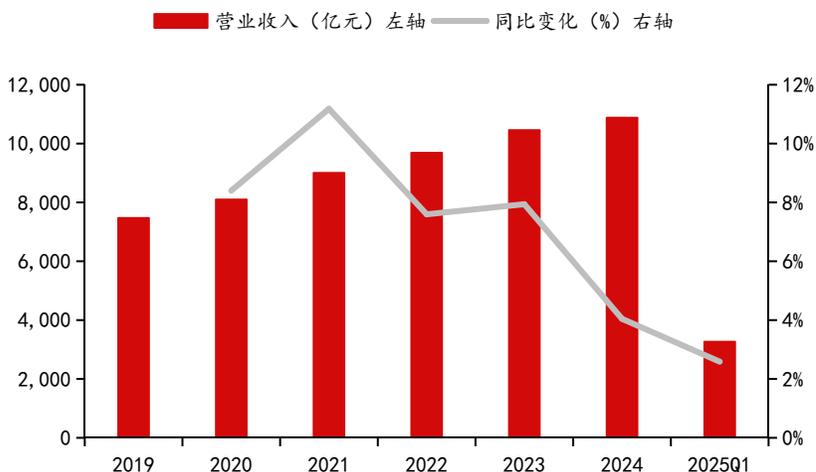
数据来源: iFinD, 华龙证券研究所

图8:食饮子行业归母净利润同比增速 (%)



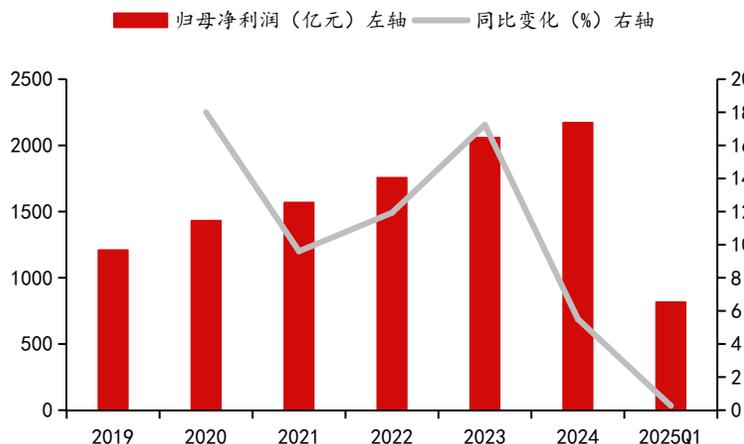
数据来源: iFinD, 华龙证券研究所

图5:食品饮料板块营业收入及同比



数据来源: iFinD, 华龙证券研究所

图6:食品饮料板块归母净利润及同比



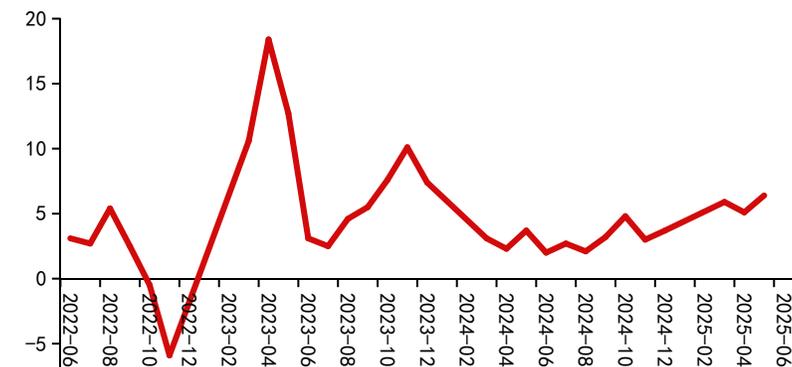
数据来源: iFinD, 华龙证券研究所

01 回顾与展望：估值回落，静待复苏

1.3 2025下半年展望：政策积极催化下，板块有望持续修复

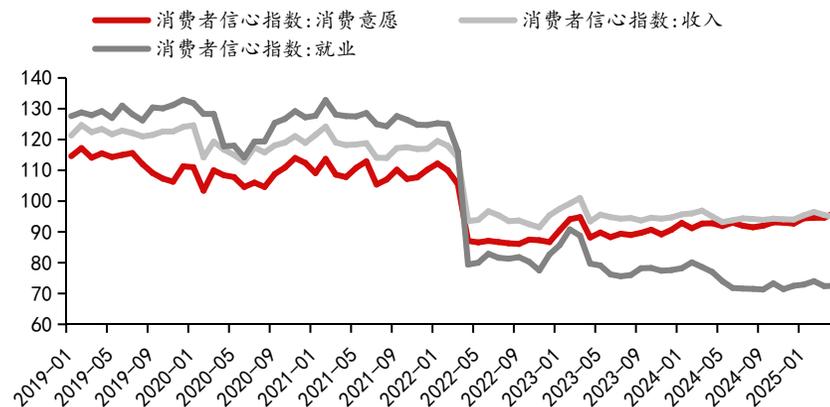
- 当前促消费政策积极。**2025年2月国务院常务会议和3月政府工作报告中，均提出要大力提振消费。2025年3月16日，中共中央办公厅、国务院办公厅印发《提振消费专项行动方案》（以下简称：《方案》），2025年3月17日下午，国务院新闻办公室就提振消费有关情况举行发布会；2025年3月22日，中国政府官网发布政策解读《把握重点落实提振消费政策》。
- 在需求侧加大政策刺激力度，促进居民增收，提升居民消费能力。**此前的消费政策大多从供给侧入手，强调以供给引领创造需求。本次《方案》在需求侧加大政策力度，着力促进居民增收减负。比如，提出促进工资性收入合理增长，包括延续实施失业保险稳岗返还政策，支持企业稳定就业岗位。
- 优化服务消费供给，提升供给质量。**《方案》的新亮点在于将促消费和惠民生相结合，结合老百姓日常所需，优化“一老一小”服务供给。通过服务消费提质惠民，大宗消费更新升级和消费品提质，改善外部消费环境，进一步破解制约消费的突出矛盾，全方位扩大商品和服务消费。
- 后续国内促消费政策的力度和范围有望进一步加大，** 餐饮板块作为偏内需的板块，有望持续受益。根据国家统计局发布的数据显示，2025年5月，社会消费品零售总额41326亿元，同比增长6.4%，比上月加快1.3个百分点；环比增长0.93%。1—5月份，社会消费品零售总额203171亿元，同比增长5.0%，总体保持平稳发展，但是当前外部不稳定不确定因素较多，国内需求扩大内生动能仍需增强，要把扩大内需、做强国内大循环摆到更加突出的位置。

图9:社会消费品零售总额增速 (%)



来源：iFinD，华龙证券研究所

图10:消费者信心指数 (%)



来源：iFinD，华龙证券研究所

目录

1

行情回顾：估值回落，静待复苏

2

白酒：短期承压，中长期有望迎来边际改善

3

大众品：创新驱动增长，积极拥抱新消费

4

宠物食品：情绪消费兴起，国产品牌量价齐升

5

投资建议：关注高景气度行业，把握结构性机会

6

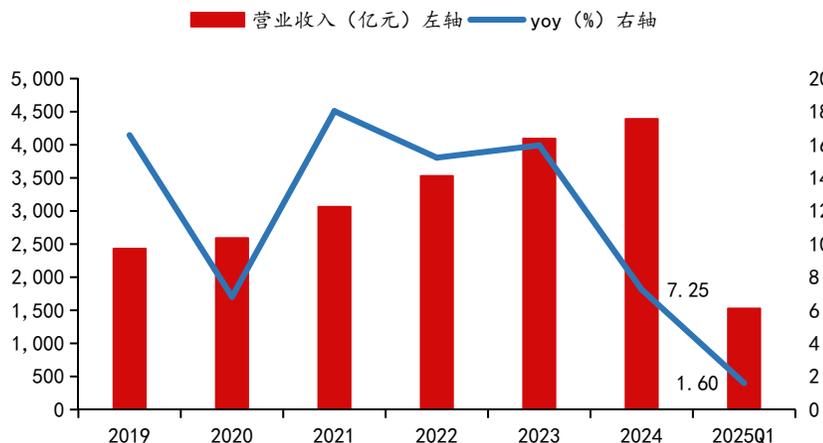
风险提示

02 白酒：短期承压，中长期有望迎来边际改善

行业现状：筑底阶段，分化加剧

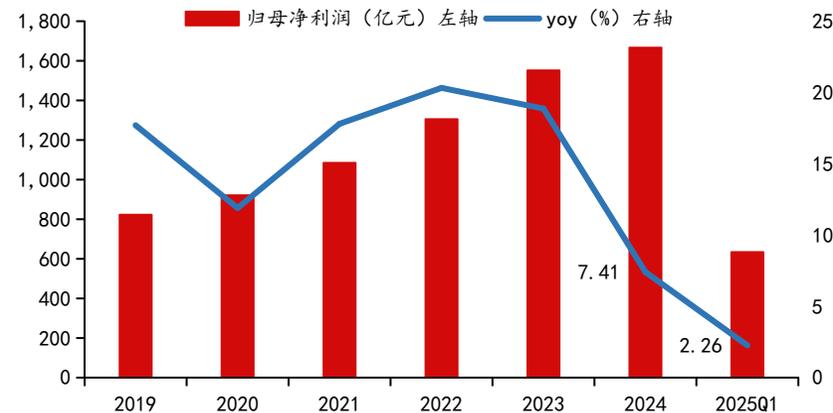
- 受宏观经济和供需关系等因素影响，白酒行业进入调整期。中国白酒正在经历自上世纪80年代以来的第五轮行业周期，复盘过去1988年、1998年、2008年、2012年的四次行业周期，每一轮的行业低谷期都是一次“大浪淘沙”，优秀的企业不断提升自身的经营能力和核心竞争力，穿越周期，并不断拉大与其他品牌的差距，行业集中化趋势加剧，龙头企业凭借自身突出的品牌力、渠道力、运营管理优势，市场份额持续提升，强化企业“护城河”。
- 分场景带看，商务和礼赠场景需求较疲软，宴席消费档次呈下滑态势。白酒企业销售承压，行业供需矛盾相对较突出，体现到报表端，2025Q1白酒板块营收增速明显放缓。2025Q1白酒板块营业收入和归母净利润分别增长1.60%、2.26%（2024年营业收入和归母净利润增速分别为7.25%、7.41%）。
- 分价格带来看，行业呈现降速和分化的特征，龙头业绩增长具备韧性。高端酒凭借品牌力，进一步挤占同一价位带竞品市场份额；次高端和区域酒延续份额向头部集中趋势；三四线酒企整体业绩增速较弱，分化进一步加剧。

图11: 白酒板块2025Q1营业收入及同比



数据来源：iFind，华龙证券研究所

图12: 白酒板块2025Q1归母净利润及同比



数据来源：iFind，华龙证券研究所

02 白酒：短期承压，中长期有望迎来边际改善

行业展望：短期磨底，伴随消费复苏，中长期有望迎来估值修复

- 酒企控货挺价，缓解供需矛盾，减少经销商压力。停货是白酒行业调控供需的重要手段之一，酒企通过控制市场投放量，有效缓解供需矛盾，避免白酒批价的大幅波动，这种自我调节有利于行业的可持续发展。2025年以来，很多酒企纷纷加入“停货潮”，通过主动调节蓄力白酒旺季。
- 酒企2025全年经营目标更加务实和理性。2025年白酒行业弱复苏，面临一定的市场压力，目标任务理性降速，部分酒企未制定明确的数字目标，根据市场情况灵活调整，以更好地适应市场变化。

表1:2025年控量停货的名酒核心单品

品牌	相关产品	控货策略发布时间	其他控量相关策略
五粮液	第八代五粮液（普五）	1月9日	对专卖店、渠道运营商2025年第八代五粮液合同计划量进行优化调减，其中签约量超过1000件的商家，超额部分调减比例将超过30%。
洋河	梦之蓝M6+、第六代海之蓝（江苏省内）	2月5日	对梦之蓝M6+实施严格的配额管控政策，对于不符合相关要求的市场暂停接收销售订单；停止海之蓝、天之蓝线上供货；未来三年保持销量持平、去库存、保价格。
今世缘	42度500ML国缘四开、对开	2月1日	注重数量与质量，追求长期、可持续的业绩增长。
泸州老窖	国窖1573（部分区域）	年初	2025年国窖1573将严格按照“开瓶决定配额，配额决定规模”的举措展开工作。
珍酒	第三代珍十五	1月10日	

数据来源：酒业家，华龙证券研究所

表2:部分白酒上市公司2024-2025年经营目标

上市公司	2025年经营目标	2024年经营目标
贵州茅台	2025年实现营业总收入较上年度增长9%左右	实现营业总收入较上年度增长15%左右
五粮液	将推动营业总收入与宏观经济指标保持一致	巩固增强稳健发展态势，营业总收入持续保持两位数稳健增长
泸州老窖	全年营业收入稳中求进	实现营业收入同比增长不低于15%
山西汾酒	全年营业收入继续保持稳健增长态势	力争营业收入较上年增长20%左右
洋河股份	全面聚焦主导产品和重点市场，推动企业健康可持续发展	力争营业收入同比增长5%-10%
今世缘	总营业收入同比增长5%-12%，净利润增幅略低于收入增幅	2024年经营目标为总营收122亿元左右，净利润37亿元左右
古井贡酒	营业总收入较上年度实现稳健增长	计划实现营业收入244.50亿元，较上年增长20.72%
金徽酒	力争2025年实现营收32.8亿、净利润4.08亿，营收、净利润目标增幅分别为8.57%及5.15%	营业收入30亿元、净利润4亿元
老白干酒	2025年公司计划实现营收54.7亿，2025年营收目标增速为2.09%	实现营收53.58亿元

数据来源：佳酿网，每日经济新闻，上市公司公告，华龙证券研究所

行业展望：短期磨底，伴随消费复苏，中长期有望迎来估值修复

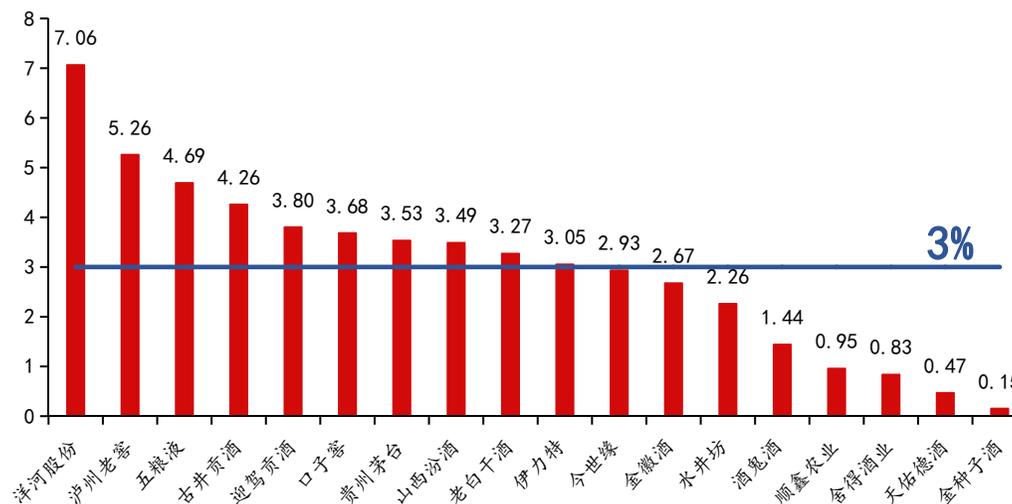
- 短期内白酒行业仍处于筑底阶段，中长期伴随库存出清，动销边际好转和低基数下，报表端有望迎来好转，估值有望修复。
- 短期情绪面有一定扰动，中长期伴随消费复苏，行业有望迎来拐点。政策端，5月18日，中共中央、国务院印发《党政机关厉行节约反对浪费条例》，重申公务禁酒，工作餐不得提供高档菜肴，不得提供香烟，不上酒。短期对行业估值造成一定扰动，股价已充分反映市场较悲观预期，中长期来看，我们认为人口因素决定量增很难成为行业增长的主要驱动因素，经济复苏下消费力恢复，价增将带来白酒产业升级。
- 酒企更加注重股东回报，分红比例提升，部分公司股息率3%以上，具备一定吸引力。白酒行业商业模式具备优势，现金储备充足，具备较高的分红潜力。增速放缓背景下，分红意愿提升，白酒企业在市值管理方面持续发力，多家酒企推出中期分红方案。未来，白酒企业有望通过更多元和灵活的方式，进一步增强对股东的回报力度。

表3:酒企上市以来分红率 (%)

证券代码	证券名称	2019	2020	2021	2022	2023	2024
600519.SH	贵州茅台	46.19	47.23	48.03	56.10	60.78	56.57
603198.SH	迎驾贡酒	71.33	68.68	64.76	61.83	58.08	55.65
002304.SZ	洋河股份	49.02	50.31	51.35	52.36	54.32	54.20
600199.SH	金种子酒	31.41	29.88	33.82	39.70	40.53	53.64
000568.SZ	泸州老窖	63.76	61.67	61.39	61.14	60.93	53.59
600779.SH	水井坊	79.40	79.51	69.54	62.79	58.58	50.50
600197.SH	伊力特	49.35	49.89	50.74	53.11	53.19	50.28
600559.SH	老白干酒	42.38	42.49	41.28	40.70	44.50	47.90
002646.SZ	天佑德酒	41.55	44.57	44.29	43.99	45.27	45.10
603589.SH	口子窖	47.43	49.01	49.57	50.85	51.05	44.87
000858.SZ	五粮液	39.14	40.96	42.45	44.41	46.75	44.65
603919.SH	金徽酒	33.57	34.36	34.36	37.24	40.53	43.96
000799.SZ	酒鬼酒	34.99	37.64	40.53	40.46	42.72	42.60
600809.SH	山西汾酒	45.99	37.33	38.41	41.80	44.34	39.52
603369.SH	今世缘	33.64	34.16	34.63	35.00	36.00	37.47
000596.SZ	古井贡酒	35.34	36.18	38.51	40.67	43.01	36.29
600702.SH	舍得酒业	20.11	21.14	21.19	23.53	27.28	27.85
000860.SZ	顺鑫农业	22.08	21.76	21.69	24.54	26.04	27.04

数据来源：iFinD，华龙证券研究所

图13:白酒公司最新股息率 (TTM, 包含特别分红) %



数据来源：iFinD，华龙证券研究所

目录

1

行情回顾：估值回落，静待复苏

2

白酒：短期承压，中长期有望迎来边际改善

3

大众品：创新驱动增长，积极拥抱新消费

4

宠物食品：情绪消费兴起，国产品牌量价齐升

5

投资建议：关注高景气度行业，把握结构性机会

6

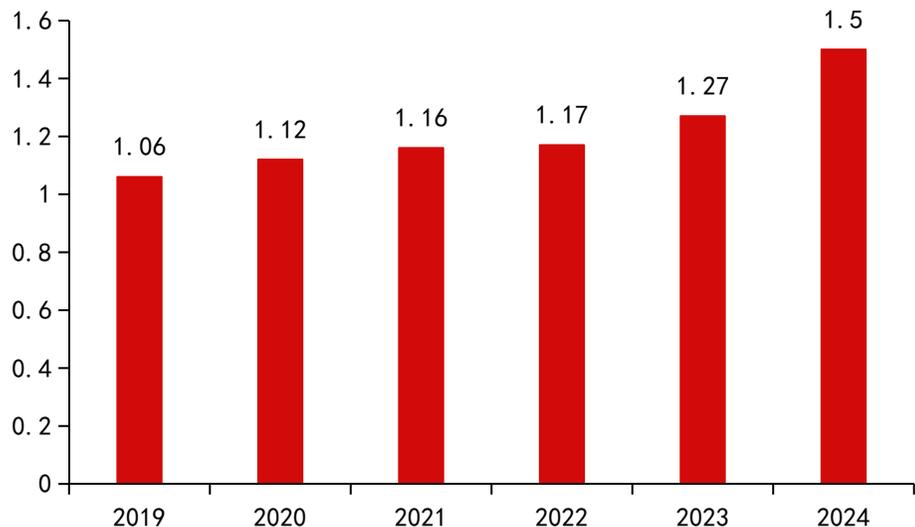
风险提示

03 大众品：创新驱动增长，积极拥抱新消费

3.1 零食：品类和渠道红利叠加，具备较高景气度

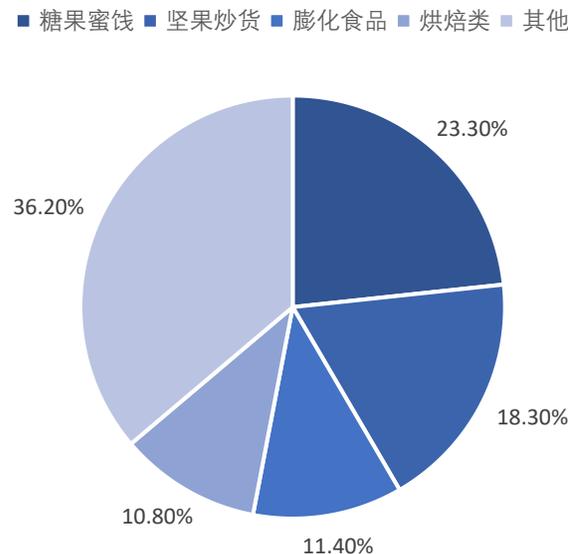
- 近年来零食板块呈现高景气度，2025Q1板块受高基数和春节备货错期影响，预计2025Q2开始高基数影响缓解，行业延续成长趋势。2025Q1零食行业上市公司实现营业收入227.70亿元，同比增长30.96%；归母净利润8.98亿元，同比下降15.44%，扣非后归母净利润7.24亿元，同比下降21.42%。2025Q1零食业绩出现降速，我们认为主因2025年春节旺季备货较早，主要集中在2024Q4，同时，2025Q1受到高基数的短期影响。2025Q2伴随高基数扰动因素的缓解，板块有望恢复增长提速，延续成长趋势。
- 中国休闲零食行业2024年市场规模超1.5万亿元。零食市场产品丰富多样，包含糖果蜜饯、坚果炒货、膨化食品、烘焙类、休闲卤味等多种产品，根据观研天下数据，2024年糖果蜜饯销售占比最高，为23.3%，坚果炒货和膨化食品占比分别为18.3%和11.4%，三大品类合计占比超过50%。

图14:我国零食行业市场规模（万亿元）



数据来源：观研天下，华龙证券研究所

图15:2024年我国休闲零食品类市场份额占比



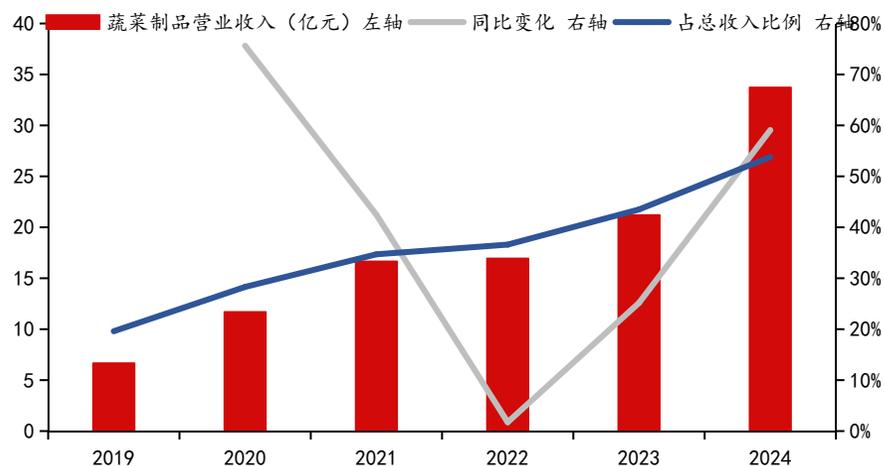
数据来源：观研天下，华龙证券研究所

03 大众品：创新驱动增长，积极拥抱新消费

3.1 零食：品类和渠道红利叠加，具备较高景气度

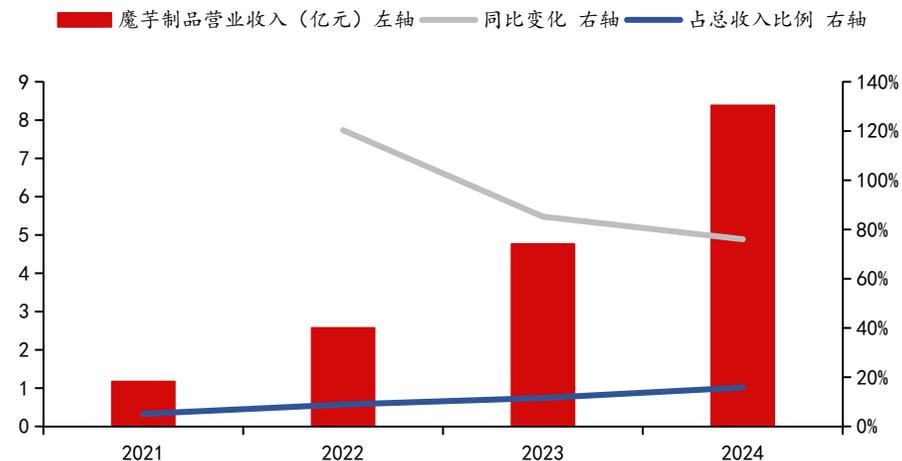
- **零食行业实现快速增长主因品类和渠道两大红利驱动。**短期来看，**开拓新品类**（打造爆品）和**新渠道**（会员超市/量贩零食店）带来公司业绩的爆发增长，同时构筑品牌优势；长期来看，高效的供应链能力和组织管理能力是公司能够持续保持竞争优势和业绩兑现的关键。
- **品类扩张：近几年魔芋制品、鹌鹑蛋、蒟蒻等品类放量增长。**我们认为魔芋品类爆火主因一是魔芋中的主要成分葡甘聚糖被美国食品药品监督管理局（FDA）认定为膳食纤维，与减脂、代餐等健康理念紧密相连，契合当代消费者对健康零食的需求（消费者不仅要吃的饱，还要吃得好，并且要吃健康）；二是高毛利率带来较强的渠道推力，魔芋制品的毛利率通常在30%以上，渠道利润超过40%。卫龙“小魔女”、盐津铺子“大魔王”等素毛肚产品添加爽辣口味，借助辣味的成瘾性特征，提高消费者的复购率，迎来快速增长。鹌鹑蛋品类增长主因零食企业将其定位为具备“高蛋白”、“无抗生素”、“富硒”的健康零食，盐津铺子的“蛋皇”和劲仔食品推出的“小蛋圆圆”展现较强的产品竞争力。

图16:卫龙蔬菜制品（魔芋制品）增速较快



数据来源：iFinD，华龙证券研究所

图17:盐津铺子魔芋制品收入持续增长



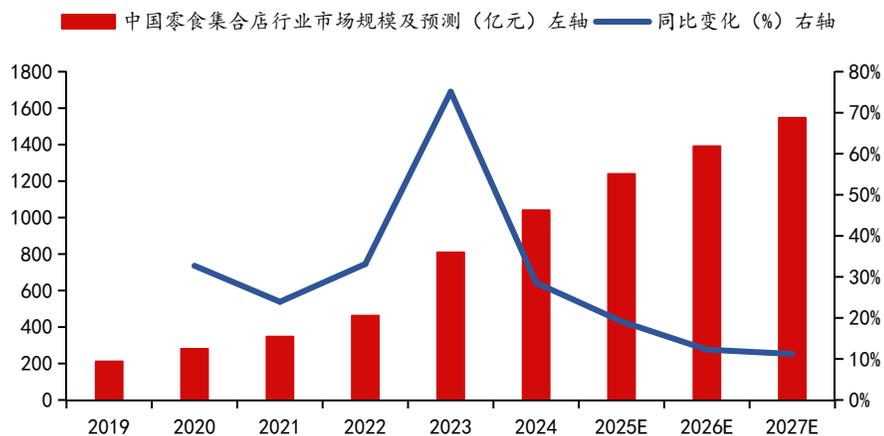
数据来源：iFinD，华龙证券研究所

03 大众品：创新驱动增长，积极拥抱新消费

3.1 零食：品类和渠道红利叠加，具备较高景气度

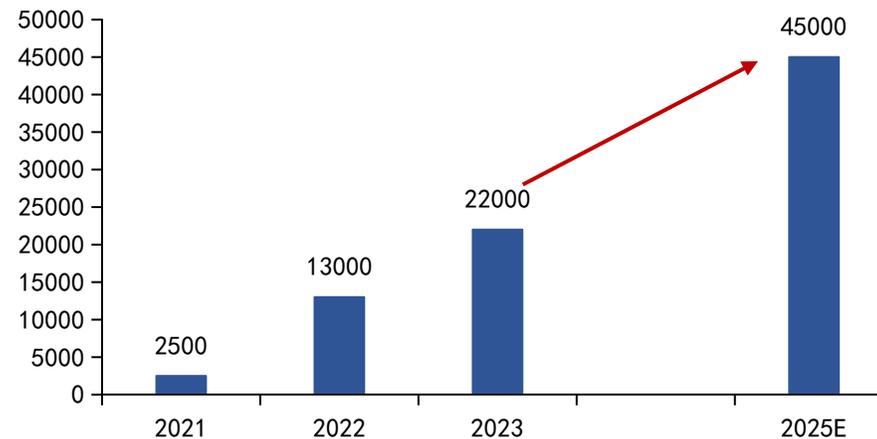
- 新渠道开拓：线下量贩零食门店和会员超市+线上抖音电商共同驱动行业快速增长。**我国休闲零食行业当前处于第四个发展阶段，第一阶段：在改革开放以后，该阶段的特点是以外资品牌为主，品类相对较少，销售渠道单一，行业模式为“大单品+大生产+大渠道”，大流通渠道引领销售；第二阶段：随着国内食品企业的发展，中式零食逐渐丰富，品牌连锁渠道崛起；第三阶段：伴随互联网普及率提升，电商渠道爆发，扩大市场份额的线上休闲食品企业实现快速发展；当前进入第四阶段：全渠道精耕时代，线上线下融合加速，社交电商、会员制商超、零食量贩等新零售业态成为核心增量来源。
- 量贩零食行业市场规模和门店数量均呈现快速增长。**市场规模来看，2019年，国内零食集合店行业市场规模为211亿元，2022年增长至462亿元，2023年增长至809亿元，预计2027年达到1547亿元。门店数量来看，2022年门店数量达到1.3万家，预计2025年门店数量将达到4.5万家，具备广阔的发展空间。量贩零食模式通过“全品类覆盖+极致效率”重构品类价值链，更好地匹配消费者对产品丰富度、价格敏感度、品质升级和体验升级的复合需求。量贩零食门店以“压缩加价率-高周转运营-场景化体验”为驱动，丰富商品矩阵和社区化网点布局，实现规模化复制和扩张。

图18:零食集合店行业市场规模



数据来源：艾媒咨询，华龙证券研究所

图19:零食量贩门店数量 (家)



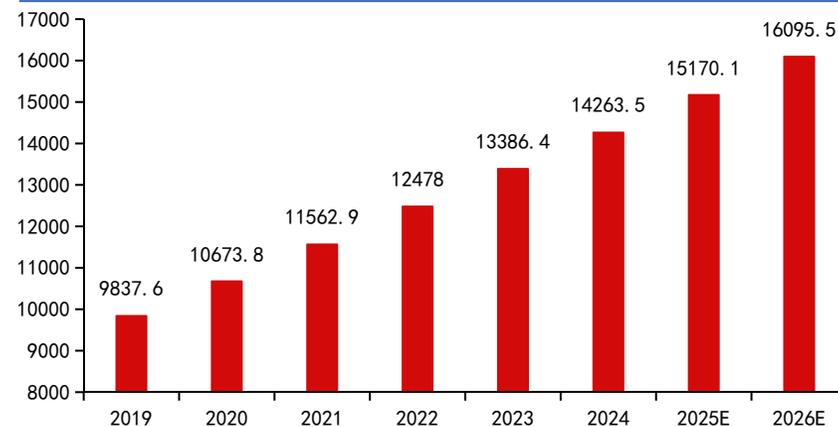
数据来源：新华网，艾媒咨询，华龙证券研究所

03 大众品：创新驱动增长，积极拥抱新消费

3.2 软饮料：推新速度加快，竞争加剧

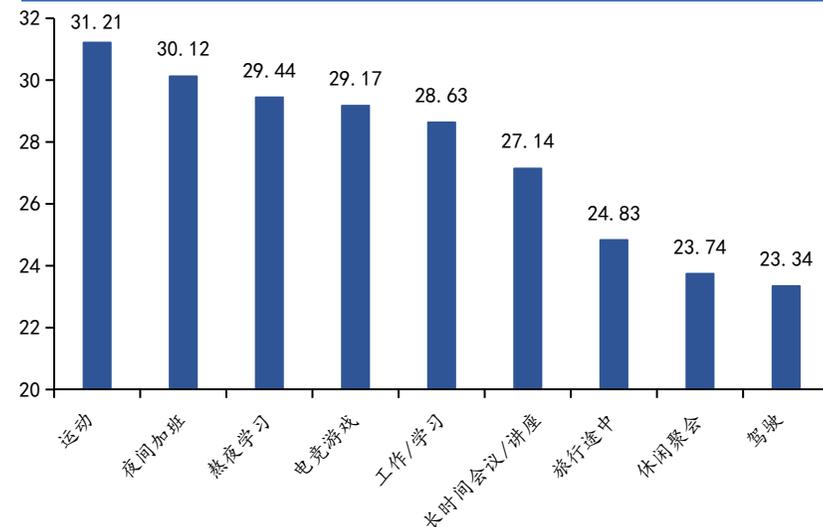
- 2025软饮料行业推新速度加快，竞争加剧。**2024年全国饮料总产量1.88亿吨，同比增长7%，实现稳健增长。软饮料行业竞争激烈，参与者众多，各大品牌纷纷加大新品研发和推广力度，以获取更多市场份额。根据中国物品编码中心统计数据，2024年全国新增消费品2163.9万种，同比增长14.1%，涉及企业32.3万家，其中，饮料类别新增49.6万种，同比增长17.8%，饮料品类的推新速度快于全国平均水平。
- 行业发展趋势一：健康化、功能化和个性化。**当前，消费者对于健康、天然、低糖以及低卡路里饮品的需求不断攀升，这种趋势推动软饮料产品朝着健康化和功能化方向发展。当前，植物基饮料、无糖茶饮、功能性饮料等细分品类市场表现较好，成为驱动行业增长的核心品类。同时，消费者个性化体验的诉求不断提升，促使品牌创新营销策略，定制化产品、限量版设计以及跨界联名合作等模式，逐渐成为品牌吸引年轻消费群体的重要方式。
- 行业发展趋势二：高质价比。**消费者对品质的追求不断提高，同时，更加关注品质和价格的平衡，2024年，食品价格同比下降0.6%，反映出消费者对“物美价廉”产品的期望。促使软饮料企业在保障产品品质的同时，不断提升成本控制、供应链优化的能力，并相应调整定价策略。
- 行业发展趋势三：需求多样化。**软饮料企业通过产品创新满足消费者需求，例如电解质饮料帮助身体机能恢复，契合功能性需求；无糖茶满足消费者口味需求，又兼具健康。同时，企业推出不同规格包装，大包装满足家庭储备、聚会等场景，小包装便于个人携带和尝鲜，多种规格的包装提升消费者的用户体验。

图20:2019-2026年中国饮料行业市场规模及预测（亿元）



数据来源：艾媒咨询，华龙证券研究所

图21：2025年中国能量饮料消费者饮用场景占比（%）



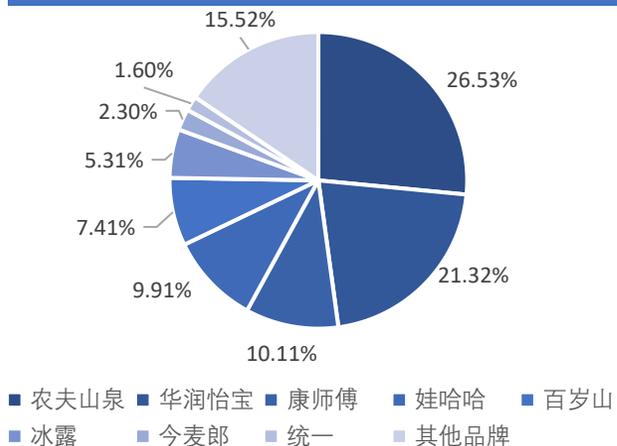
数据来源：艾媒咨询，华龙证券研究所

03 大众品：创新驱动增长，积极拥抱新消费

3.2 软饮料：包装水、能量饮料和茶类饮料景气度较高

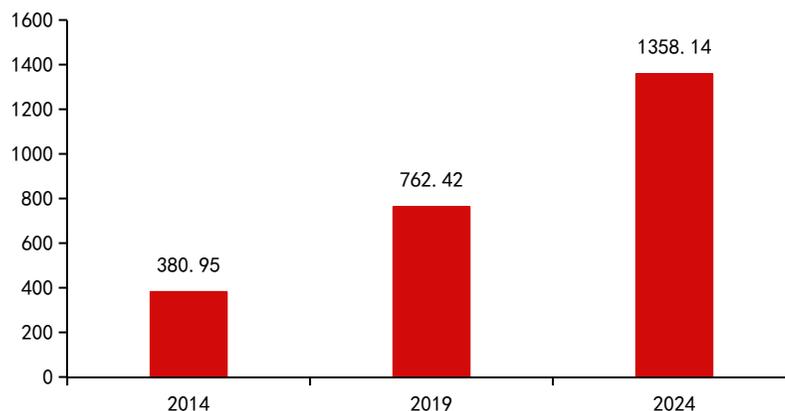
- **包装水：**中国包装饮用水市场近年来呈现出稳步增长的态势。预计到2025年，市场规模将突破3100亿元，CR5市场份额超过50%，其中农夫山泉、华润怡宝、景田百岁山、娃哈哈和康师傅位列前五。
- **能量饮料：**行业增速居前，市场潜力较大。根据艾媒数据，2024年我国功能性饮料市场规模1358.14亿元，相较于2014年380.95亿元，十年增长了257%，能量饮料需求不断扩大。尼尔森IQ数据显示，2024年东鹏特饮在我国能量饮料市场销售量占比由2023年的43.0%提升至47.9%，连续四年成为我国销售量最高的能量饮料；全国市场销售额份额占比从30.9%上升至34.9%。500ml瓶装东鹏特饮在尼尔森中国饮料单品排行中稳居前三。
- **茶类饮料：**伴随消费者健康意识的提升，养生茶和无糖茶需求增加，需求持续扩容。根据艾媒数据，预计2028年养生茶市场规模突破千亿级。“茶文化”在中国源远流长，茶类饮料品类众多，市场竞争激烈。头部软饮料龙头旗下往往有多个茶饮料品类，例如统一集团旗下有统一冰红茶、阿萨姆奶茶、小茗同学等；农夫山泉旗下有东方树叶、茶π等，头部龙头通过多品牌战略，在不同消费层次争夺市场份额。

图22：瓶装水中国市场份额占比



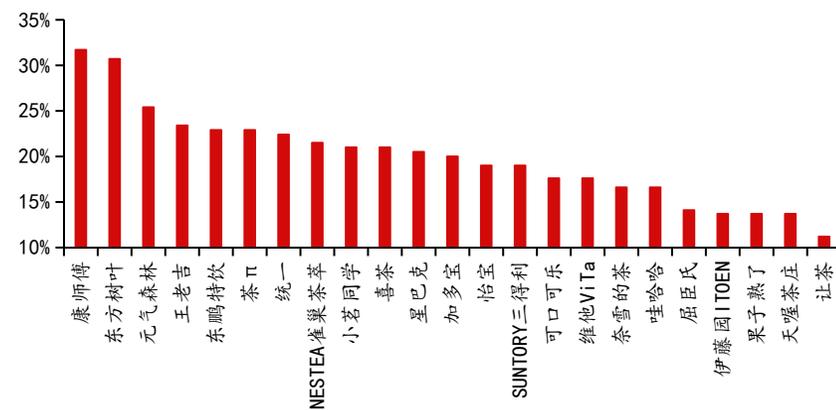
数据来源：艾媒咨询，华龙证券研究所

图23：2014-2024年中国能量饮料市场规模（亿元）



数据来源：艾媒咨询，华龙证券研究所

图24：中国茶饮料消费者购买过的包装茶饮品牌



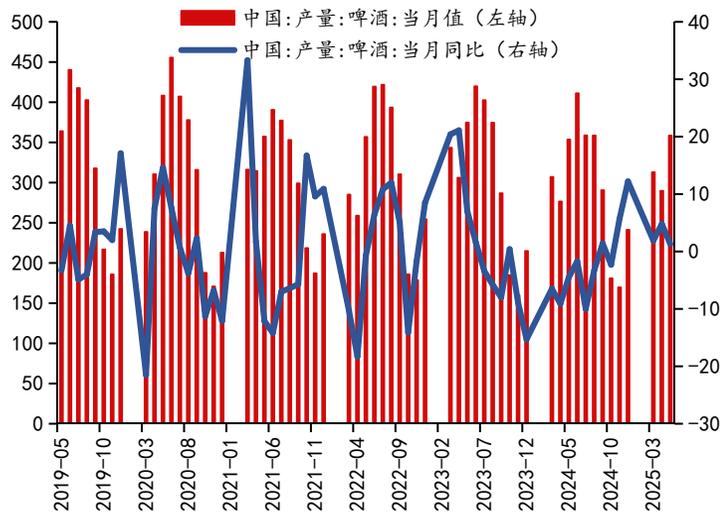
数据来源：艾媒咨询，华龙证券研究所

03 大众品：创新驱动增长，积极拥抱新消费

3.3 啤酒：行业持续复苏，业绩有望边际修复

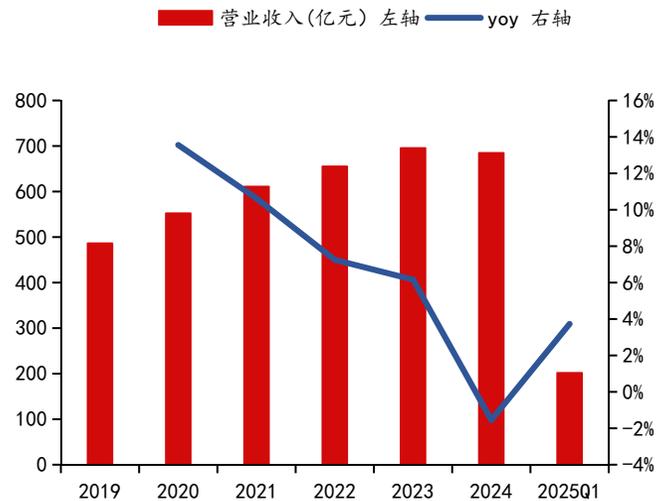
- **2025年产量逐月同比回升，啤酒行业呈现复苏态势。**2013年我国啤酒产量见顶后，整体呈下降趋势，之后的十年里，啤酒行业借助夜场和餐饮等场景，叠加消费升级的红利，开启高端化，打开行业增长空间，2024年高端化趋势放缓。2024年中国规模以上啤酒产量为3521.30万千升，同比下降3.29%，2025年1-4月产量为1144.0万千升，同比微降0.6%。单月数据来看，3月单月产量312.8万千升，同比增长1.9%；4月单月产量289.6万千升，同比增长4.8%，备货旺季带来显著的复苏动能。
- **报表端2025年啤酒公司营收和净利润有望持续边际修复。**2024年/2025Q1申万啤酒行业实现营业收入684.60亿元/201.47亿元，同比变化-1.55%/+3.73%，归母净利润73.17亿元/25.26亿元，同比变化6.83%/10.89%，2024年啤酒行业整体受到餐饮消费疲软、雨水天气较多、餐饮场景低迷等因素影响，营收端承压，2025Q1营收和利润增速均呈边际改善态势。夏季迎来啤酒动销旺季，在低基数的背景下，啤酒行业有望迎来边际好转。

图25：规模以上啤酒产量及同比变化



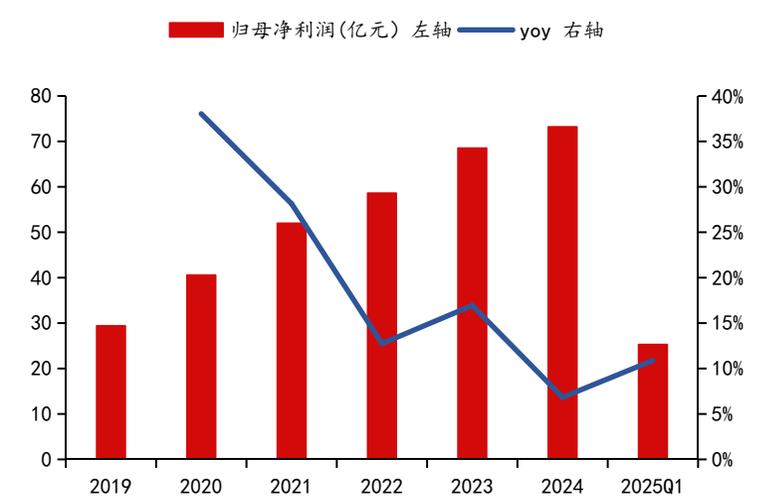
数据来源：wind，华龙证券研究所

图26：申万啤酒板块营收及增速



数据来源：iFinD，华龙证券研究所

图27：申万啤酒板块归母净利润及增速



数据来源：iFinD，华龙证券研究所

03 大众品：创新驱动增长，积极拥抱新消费

3.3 啤酒：次高端产品发力，酒企积极拓展第二增长曲线

- 2025全年我们预计啤酒量价同比维持持平略增态势。啤酒主要价格带将集中在次高端产品上（8-10元），该价格带的产品在满足消费者品质诉求的同时，更贴近大众当前的现实支付能力，满足理性消费下的“质价比”需求。非现饮渠道将扮演重要角色，现饮渠道与大众居民日常生活场景（吃喝玩聚）息息相关，上海、北京、杭州等地均发放餐饮消费券，各地推出“夜经济”扶持计划，“烟火气”逐渐开始活跃，在政策刺激下，现饮渠道消费活跃度有望逐渐改善。
- 行业竞争环境健康，酒企费用投放克制，同时积极布局非啤酒业务，拓展第二增长曲线。例如燕京啤酒拓展九龙斋酸梅汤，近期推出汽水“贝斯特嘉槟”；青岛啤酒2025年收购青岛饮料集团，导入白花蛇草水、崂山矿泉水、崂山可乐等知名产品。

表4：啤酒企业跨界饮料品类汇总

	重庆啤酒 (含乌苏啤酒)	青岛啤酒	燕京啤酒	华润雪花
功能饮料	电持			
碳酸饮料	大理苍洱汽水、天 山鲜果庄园汽水	崂山可乐、轻零苏 打水	倍斯特汽水	小牌汽
传统中式饮品		白花蛇草水	“九龙斋”酸梅汤	
包装饮用水		崂山矿泉水、王子 海藻苏打水、大山 、云南山泉、优活	猫山元气、燕京 矿泉水	

数据来源：品饮汇，华龙证券研究所

表5：中高端啤酒销售情况

上市公司	中高端啤酒销售情况
青岛啤酒	2025Q1，中高端以上产品销量同比增长5.3%，2024年中高端以上产品销量同比下滑2.65%。
重庆啤酒	2025Q1高端产品（8元及以上）销售收入同比增长1.21%，2024年高档产品销量同比增长1.37%，销售收入同比下降2.97%。
燕京啤酒	2024年中高档产品收入+2.15%，U8 销售收入超过30%。
珠江啤酒	高端产品销售收入同比增长13.97%。

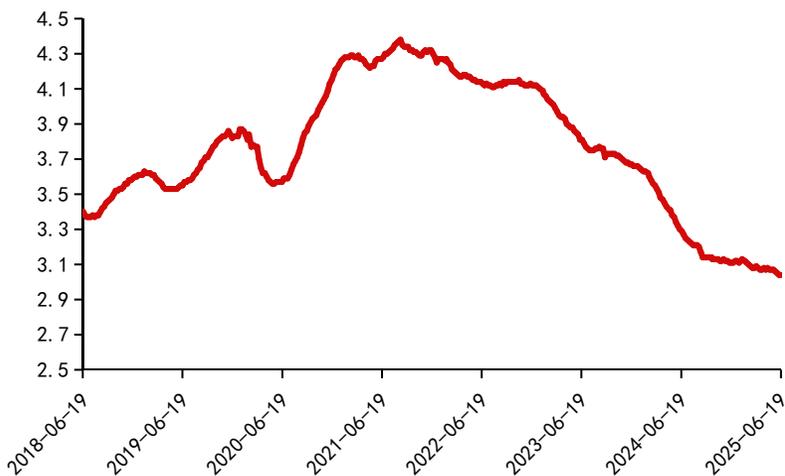
数据来源：上市公司公告，华龙证券研究所

03 大众品：创新驱动增长，积极拥抱新消费

3.4 乳品：边际好转，短期需求仍承压

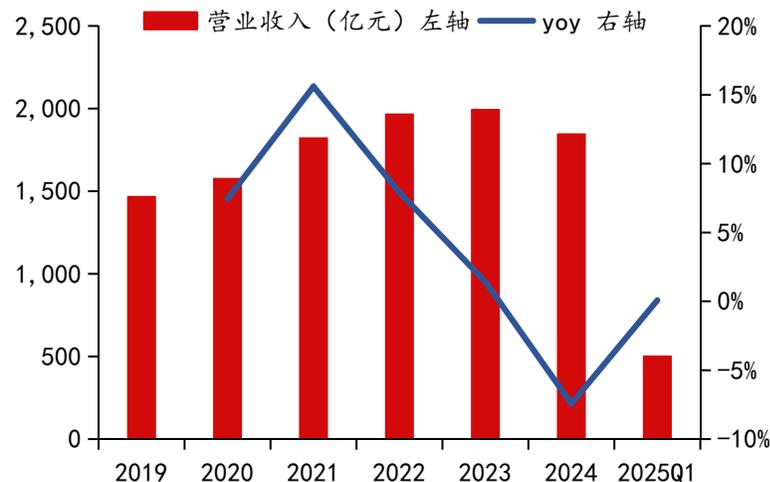
- 短期乳品需求仍承压，2025Q1上市乳企营收微增。2024年/2025Q1乳品板块实现营业收入1844.41亿元/500.29亿元，同比变动-8.03%/+0.15%；归母净利润95.76亿元/53.54亿元，同比下降26.87%/17.30%；扣非后归母净利润66.39亿元/51.84亿元，同比变化-42.46%/+20.92%，2025Q1收入端较2024年改善显著，利润端降幅明显收窄，扣非后利润转正。
- 2025年原奶供需格局好于2024年，下半年预计原奶供需能够实现阶段性平衡。2025年上游加速出清，我们认为主因一是今年以来牛肉价格开始上行，牧场退出意愿增加；二是4月份由于关税的原因，饲料价格上涨，上游牧场面临成本上升的挑战，上游产能持续出清优化。中长期来看，经过本轮周期调节后，产业链上中下游参与者会更加理性，联结更密切，对需求的判断更加科学，预计未来原奶价格波动会相对温和。

图28：中国生鲜乳均价（元/公斤）



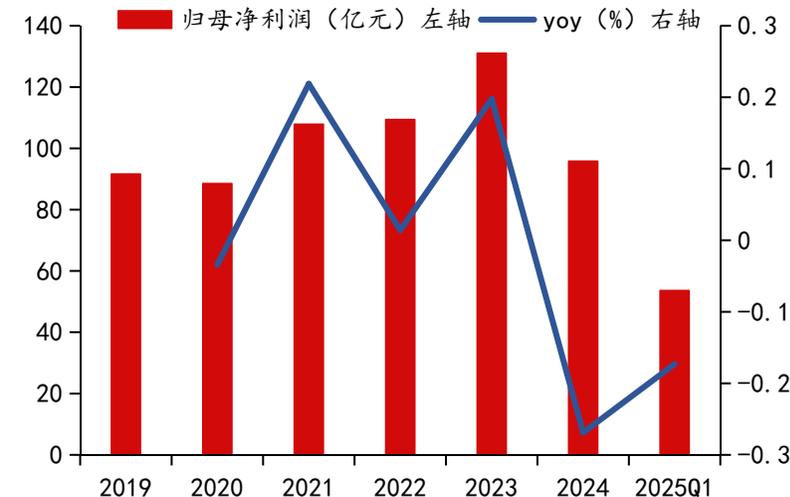
数据来源：Wind，华龙证券研究所

图29：乳品板块营收及同比



数据来源：iFinD，华龙证券研究所

图30：乳品板块归母净利润及同比



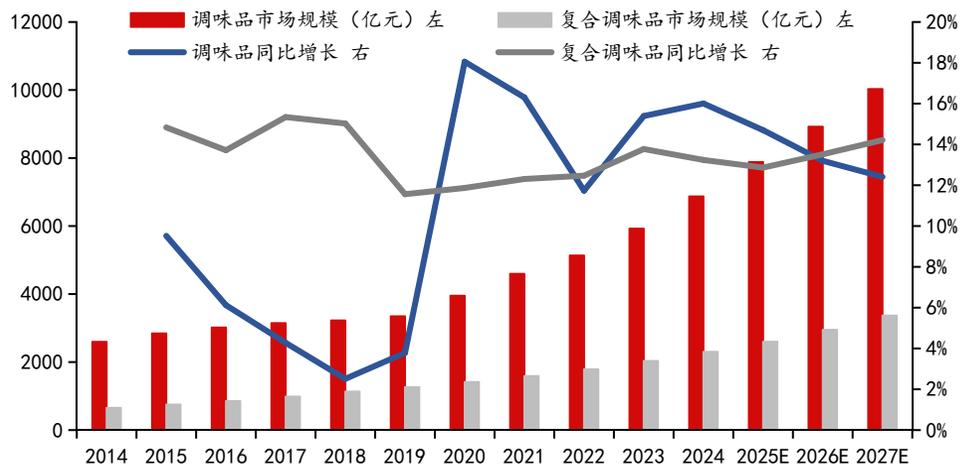
数据来源：iFinD，华龙证券研究所

03 大众品：创新驱动增长，积极拥抱新消费

3.5 调味品：行业持续复苏，复核调味品空间广阔

- 调味品板块持续复苏，业绩改善明显，龙头企业表现更加稳健。2024年/2025Q1调味品板块实现营收679.62亿元/185.45亿元，同比增长8.56%/3.36%；归母净利润111.41亿元/35.75亿元，同比增长1.53%/7.17%；扣非后归母净利润102.72亿元/34.28亿元，同比增长11.83%/7.67%。2024年和2025Q1白砂糖、大豆等原材料价格下行，行业普遍享受成本红利，业绩有所改善。
- 调味品市场规模稳步增长，复合调味品市场空间广阔。根据艾媒数据，2024年中国调味品市场规模6871亿元，预计2027年达到10028亿元。随着国内居民消费层次的不断提升，消费者更加重视饮食的多样化和便捷性，饮食场景日益丰富，中国调味品市场逐渐显现出“品牌众多、品类丰富”的特点。复合调味品从单一的“调味功能”进阶为“健康+便捷+风味”三重维度满足消费者对饮食多元化的追求，迎合了当前“懒宅经济”的兴起，具备广阔的增长空间。

图31：2014-2027年中国调味品市场规模及增长率



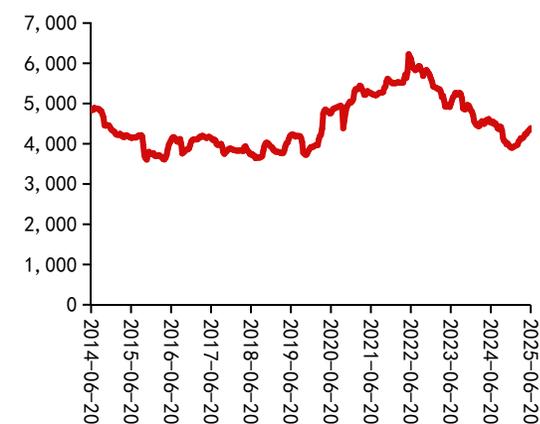
数据来源：艾媒咨询，华龙证券研究所

图32：2025Q1中国主要调味品类目的市场份额



数据来源：艾媒咨询，华龙证券研究所

图33：大豆价格回落（元/吨）



数据来源：wind，华龙证券研究所

目录

1

行情回顾：估值回落，静待复苏

2

白酒：短期承压，中长期有望迎来边际改善

3

大众品：创新驱动增长，积极拥抱新消费

4

宠物食品：情绪消费兴起，国产品牌量价齐升

5

投资建议：关注高景气度行业，把握结构性机会

6

风险提示

04 宠物食品：情绪消费兴起，国产品牌量价齐升

4.1 宠物消费市场呈现蓬勃发展态势

- 我国宠物消费市场规模保持增长态势，宠物饲养率稳步上升。20世纪90年代，我国养宠政策逐渐放宽，国际宠物品牌纷纷进入中国市场，本土宠物品牌开始萌芽。21世纪，随着我国人均可支配收入的稳步增长和城市化进程的加速推进，宠物的角色逐渐从传统的看家护院转变为情感陪伴，这一转变推动了宠物消费市场规模的扩张。社会结构的变迁成为推动宠物消费市场发展的核心动力。一方面，银发经济的兴起和家庭结构的小型化趋势，进一步强化了宠物在情感陪伴方面的重要作用；另一方面，年轻消费群体通过宠物消费构建起新型的社交符号，宠物消费市场由此展现出更为广阔的前景。
- 我国宠物食品行业呈现稳健增长态势。作为宠物行业的重要组成部分，我国宠物食品行业起步于约30年前，发展迅速且已形成一定规模。目前，宠物食品在我国宠物消费中占据主导地位，2024年中国宠物食品消费市场规模为1585.06亿元，份额占比达52.8%，宠物食品细分为宠物主粮、零食、营养品等，其中宠物主粮占比最高，其次为宠物零食。

图34：宠物（犬猫）消费市场规模（亿元）

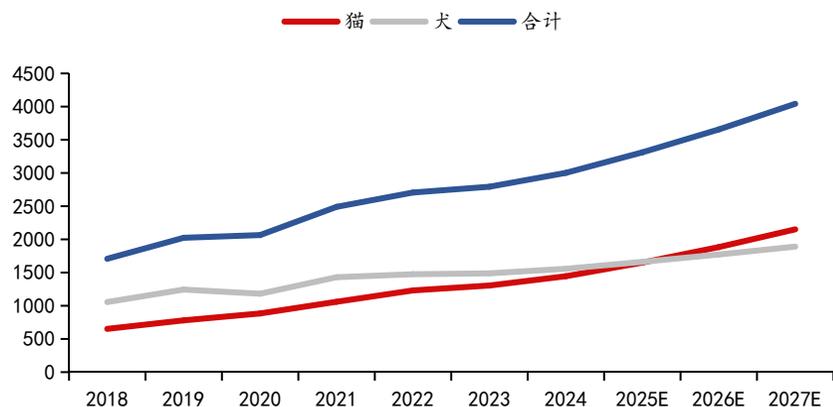
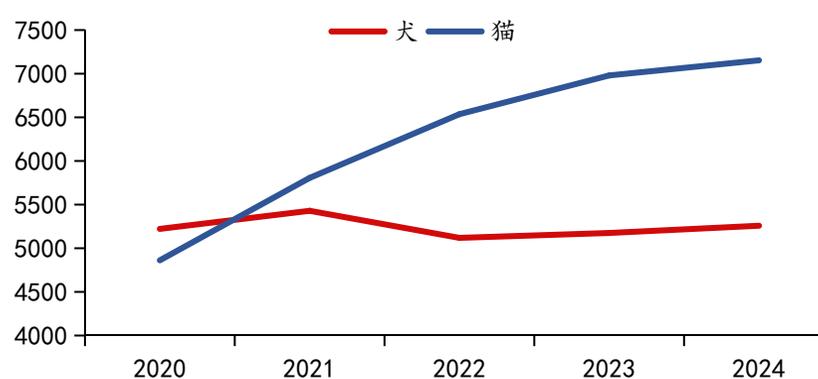


图35：中国犬猫数量变化趋势（万只）



数据来源：《中国宠物行业白皮书》，中宠股份年报，华龙证券研究所

04 宠物食品：情绪消费兴起，国产品牌量价齐升

4.1 宠物消费市场呈现蓬勃发展态势

- **宠物主粮和零食共同驱动行业增长。**宠物主粮作为日常营养核心，形成干粮、湿粮两大品类，其市场地位稳定且需求刚性；宠物零食则在消费升级趋势下快速崛起，通过功能化创新（如美毛、洁齿、情绪舒缓等）和场景细分（如训练奖励、节日馈赠），逐步突破传统副食定位，形成独立增长曲线。主粮品类依托技术壁垒与消费惯性保持主导地位，零食市场则凭借高附加值和差异化竞争实现规模扩张，两者共同构成现代宠物食品产业的双轮驱动结构。产业链上游通过原料创新与工艺优化提升产品品质，下游借助渠道多元化与精准营销拓展消费场景，推动宠物食品行业持续向专业化、精细化方向发展。
- **宠物主具备一定的消费力，情绪付费意愿较强，预计宠物支出将不断增加。**根据《中国宠物行业白皮书》数据，宠物主多为高学历、高收入，近六成是企业白领，节奏快、压力大的工作状态催生其解压需求，而宠物自带的“陪伴”属性能够帮助宠物主治愈自己、舒缓身心，宠物成为其情感生活中难以割舍的一部分。另一方面，宠物主年轻化的趋势也日益明显，90后、95后、00后群体已成为消费主力，成为了宠物经济崛起的关键，高学历、高收入的宠物主带动了宠物经济的快速发展。

图36：2024中国宠物主年龄分布

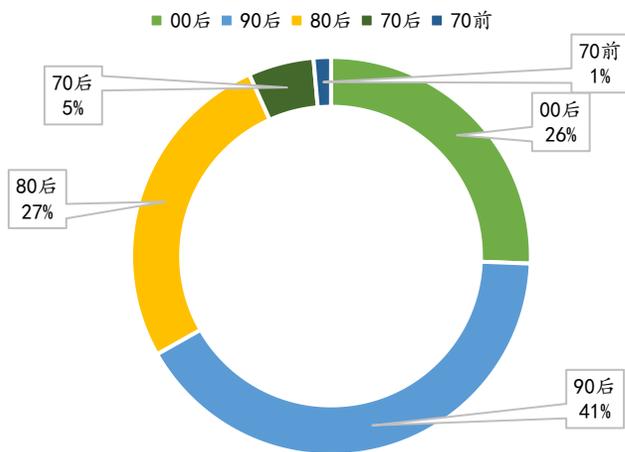
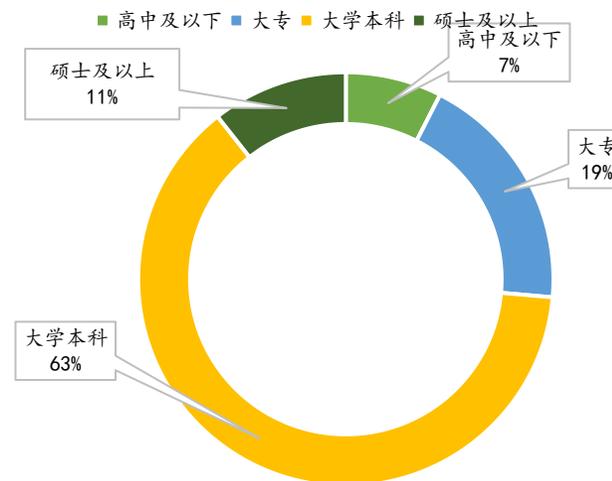


图37：2024年中国宠物主学历分布



数据来源：《中国宠物行业白皮书》，中宠股份年报，华龙证券研究所

04 宠物食品：情绪消费兴起，国产品牌量价齐升

4.2 高端主粮国产替代进程提速，国产品牌迎来发展机遇

- **宠物主对国产品牌偏好提升，发展势头较好。**根据京东超市公布的宠物板块2025年“618大促”线上销售数据，乖宝旗下品牌麦富迪在宠物零食赛道线上销售表现强势，登顶猫零食/湿粮与狗零食/湿粮双榜冠军；乖宝旗下高端品牌弗列加特获猫干粮品牌榜TOP8、猫零食/湿粮TOP4；中宠股份旗下品牌顽皮获猫零食/湿粮TOP3、狗零食/湿粮TOP5；中宠股份旗下高端零食品牌Zeal获狗零食/湿粮TOP4；佩蒂股份旗下爵宴品牌获狗零食/湿粮TOP2。
- **高端主粮受到关税影响，国产替代有望加速。**目前，国内高端宠物主粮市场多为外资品牌所占据。关税提高后，进口成本上升，外资品牌面临提价或收缩市场的选择。提价会使高端主粮价格进一步上升，为国产品牌高端化减轻价格压力；收缩市场则为国产品牌让出高端及超高端价格带的市场空间。
- **目前中国市场集中度正在逐步提升，呈现出向头部品牌集中的趋势。**随着市场的发展和消费者认知的深化，头部品牌凭借在品牌影响力、研发实力、产品质量以及渠道建设等多方面的综合优势，吸引了越来越多消费者的关注和认可，市场份额不断扩大，宠物食品行业国产龙头品牌崛起。

表6：2025Q1宠物食品上市公司财务指标

证券代码	证券名称	营业收入 (亿元)	营收同比 (%)	归母净利润 (亿元)	归母净利 润同比 (%)	毛利率 (%)	同比变化 pct	净利率 (%)	同比变化 pct
301498.SZ	乖宝宠物	14.80	34.82	2.04	37.68	41.56	0.42	13.82	0.26
002891.SZ	中宠股份	11.01	25.41	0.91	62.13	31.87	4.03	9.30	1.89
300673.SZ	佩蒂股份	3.29	-14.40	0.22	-46.71	28.62	4.26	7.07	-3.82
832419.BJ	路斯股份	1.84	17.58	0.17	17.34	21.65	0.94	8.18	-0.87

数据来源：iFinD，华龙证券研究所

目录

1

行情回顾：估值回落，静待复苏

2

白酒：短期承压，中长期有望迎来边际改善

3

大众品：创新驱动增长，积极拥抱新消费

4

宠物食品：情绪消费兴起，国产品牌量价齐升

5

投资建议：关注高景气度行业，把握结构性机会

6

风险提示

05 投资建议：关注高景气度行业，把握结构性机会

- 提振消费是宏观经济政策发力的重心，在扩大内需的积极政策导向下，食品饮料板块有望迎来复苏，我们维持行业“推荐”评级。
- 投资主线一：**短期动销和报表端承压，伴随宏观消费需求好转，中长期有望持续复苏的白酒板块。建议关注个股贵州茅台、山西汾酒、今世缘、古井贡酒。
- 投资主线二：**景气度较高的零食和软饮料板块。新零售渠道和新品类红利带来零食行业的快速成长，建议关注盐津铺子、劲仔食品；功能饮料、无糖茶和养生水等品类的火爆驱动行业维持较高景气度，建议关注东鹏饮料。
- 投资建议三：**建议关注具备“新消费”属性，满足消费者情绪价值和陪伴需求的成长赛道宠物食品。行业未来有望实现量价齐升，国产头部品牌增速表现亮眼，市场份额持续提升，优先享受行业增长红利，建议关注个股中宠股份、乖宝宠物等。
- 投资建议四：**行业边际好转，后续有望持续回升的乳品、啤酒和调味品赛道。建议关注伊利股份、新乳业、妙可蓝多、海天味业、燕京啤酒、青岛啤酒。

表7：重点公司盈利预测

股票代码	股票简称	2025/6/25	EPS (元)					PE				投资评级
		股价 (元)	2024A	2025E	2026E	2027E	2024A	2025E	2026E	2027E		
000596.SZ	古井贡酒	138.77	10.44	11.67	13.04	14.57	20.0	11.9	10.6	9.5	未评级	
002847.SZ	盐津铺子	81.08	2.36	2.93	3.72	4.60	33.8	27.7	21.8	17.6	买入	
002891.SZ	中宠股份	60.24	1.34	1.49	1.85	2.34	45.0	40.4	32.6	25.7	增持	
002946.SZ	新乳业	18.17	0.62	0.77	0.93	1.10	29.0	23.6	19.5	16.5	买入	
003000.SZ	劲仔食品	13.18	0.65	0.73	0.85	1.00	18.6	18.1	15.5	13.2	买入	
301498.SZ	乖宝宠物	107.97	1.56	2	2.52	3.18	73.1	54.0	42.9	34.0	增持	
600519.SH	贵州茅台	1,435.86	68.64	74.38	80.86	88.39	22.9	19.3	17.8	16.2	增持	
600809.SH	山西汾酒	178.8	10.04	10.92	12.08	13.53	21.5	16.4	14.8	13.2	未评级	
600882.SH	妙可蓝多	29.99	0.22	0.42	0.55	0.66	107.0	71.4	54.5	45.4	增持	
600887.SH	伊利股份	27.77	1.33	1.83	1.99	2.06	18.4	15.2	14.0	13.4	增持	
603288.SH	海天味业	39.46	1.14	1.26	1.4	1.57	36.2	31.3	28.2	25.1	增持	
603369.SH	今世缘	39.27	2.74	2.96	3.24	3.57	18.1	13.3	12.1	11.0	未评级	
605499.SH	东鹏饮料	324.8	6.4	8.51	10.88	13.27	35.8	38.2	29.9	24.5	买入	
000729.SZ	燕京啤酒	12.86	0.38	0.44	0.52	0.71	32.1	29.2	24.7	18.2	增持	
600600.SH	青岛啤酒	71.29	3.19	3.54	3.83	4.11	25.4	20.2	18.6	17.3	未评级	

数据来源：iFinD，华龙证券研究所（盐津铺子、新乳业、伊利股份、燕京啤酒2027年预测值来源于iFinD一致预期，古井贡酒、山西汾酒、今世缘、青岛啤酒盈利预测来源于iFinD一致预期，其他公司盈利预测来源于华龙证券研究所。）

目录

1

行情回顾：估值回落，静待复苏

2

白酒：短期承压，中长期有望迎来边际改善

3

大众品：创新驱动增长，积极拥抱新消费

4

宠物食品：情绪消费兴起，国产品牌量价齐升

5

投资建议：关注高景气度行业，把握结构性机会

6

风险提示

- **食品安全风险：**食品安全事件对公司和行业发展影响深远，若出现较大的食品安全问题，将对消费者需求产生不利影响。
- **消费复苏不及预期风险：**消费复苏受宏观经济环境、居民人均可支配收入、就业率等因素影响，未来若消费复苏不及预期，影响食品饮料企业下游需求。
- **成本上行风险：**食品饮料行业上游是农产品、包材等原材料，受到大宗商品价格波动影响，若未来原材料成本上行，对公司成本和利润产生不利影响。
- **业绩增速不及预期风险：**公司营业收入增速和成本变化，费用率的变化均存在不确定性，若需求减弱、成本上升、费用率上行，可能对公司业绩增速产生不利影响。
- **市场竞争加剧风险：**当前市场竞争激烈，未来若竞争进一步加剧，造成企业之间价格战等情况，对公司发展经营产生不利影响。
- **第三方数据统计偏差风险：**本报告部分数据引自第三方平台，若第三方平台提供的统计数据存在错误，可能会导致本报告中引用和分析的数据错误。

分析师声明:

本人具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格并注册为证券分析师，以勤勉尽责的职业态度，独立、客观、公正地出具本报告。不受本公司相关业务部门、证券发行人、上市公司、基金管理公司、资产管理公司等利益相关者的干涉和影响。本报告清晰准确地反映了本人的研究观点。本人在预测证券品种的走势或对投资证券的可行性提出建议时，已按要求进行相应的信息披露，在自己所知情的范围内本公司、本人以及财产上的利害关系人与所评价或推荐的证券不存在利害关系。本人不会因本报告中的具体推荐意见或观点而直接或间接收到任何形式的补偿。据此入市，风险自担。

投资评级说明:

投资建议的评级标准	类别	评级	说明
报告中投资建议所涉及的评级分为股票评级和行业评级（另有说明的除外）。评级标准为报告发布日后的6-12个月内公司股价（或行业指数）相对同期相关证券市场代表性指数的涨跌幅。其中：A股市场以沪深300指数为基准。	股票评级	买入	股票价格变动相对沪深 300 指数涨幅在 10%以上
		增持	股票价格变动相对沪深 300 指数涨幅在 5%至 10%之间
		中性	股票价格变动相对沪深 300 指数涨跌幅在-5%至 5%之间
		减持	股票价格变动相对沪深 300 指数跌幅在-10%至-5%之间
		卖出	股票价格变动相对沪深 300 指数跌幅在-10%以上
	行业评级	推荐	基本面向好，行业指数领先沪深 300 指数
中性		基本面稳定，行业指数跟随沪深 300 指数	
回避		基本面向淡，行业指数落后沪深 300 指数	

免责声明:

本报告的风险等级评定为R4，仅供符合华龙证券股份有限公司（以下简称“本公司”）投资者适当性管理要求的客户（C4及以上风险等级）参考使用。本公司不会因为任何机构或个人接收到报告而视其为当然客户。

本报告信息均来源于公开资料，本公司对这些信息的准确性和完整性不作任何保证。本报告所载的意见、评估及预测仅反映报告发布当日的观点和判断。在不同时期，本公司可能会发出与本报告所载意见、评估及预测不一致的研究报告，但本公司没有义务和责任及时更新本报告所涉及的内容并通知客户。同时，本报告所指的证券或投资标的的价格、价值及投资收入可能会波动。以往表现并不能指引未来，未来回报并不能得到保证，并存在损失本金的可能。

本报告仅为参考之用，并不构成对具体证券或金融工具在具体价位、具体时点、具体市场表现的投资建议，也不构成对所述金融产品、产品发行或管理人作出任何形式的保证。在任何情况下，本公司仅承诺以勤勉的职业态度，独立、客观地出具本报告以供投资者参考，但不就本报告中的任何内容对任何投资做出任何形式的承诺或担保。据此投资所造成的任何一切后果或损失，本公司及相关研究人员均不承担任何形式的法律责任。

在法律许可的情况下，本公司及所属关联机构可能会持有报告中提及的公司所发行证券的头寸并进行证券交易，也可能为这些公司提供或正在争取提供投资银行、财务顾问或金融产品等相关服务。本公司的资产管理部、自营部门以及其他投资业务部门可能独立做出与本报告中的意见或建议不一致的投资决策。本公司的员工可能担任本报告所提及的公司的董事。客户应充分考虑可能存在的利益冲突，勿将本报告作为投资决策的唯一参考依据。

版权声明:

本报告版权归华龙证券股份有限公司所有，本公司对本报告保留一切权利。未经本公司事先书面授权，本报告的任何部分均不得以任何方式制作任何形式的拷贝、复印件或复制品，或再次分发给任何其他人，或以任何侵犯本公司版权的其他方式使用。

华龙证券研究所

北京

地址：北京市东城区安定门外大街189号天鸿宝景大厦西配楼F4层
邮编：100033

兰州

地址：兰州市城关区东岗西路638号文化大厦21楼
邮编：730030
电话：0931-4635761

上海

地址：上海市浦东新区浦东大道720号11楼
邮编：200000

深圳

地址：深圳市福田区民田路178号华融大厦辅楼2层
邮编：518046