



公司评级 增持（维持）

报告日期 2026年04月13日

基础数据

04月08日收盘价（元）	33.13
总市值（亿元）	103.05
总股本（亿股）	3.11

来源：聚源，兴业证券经济与金融研究院整理

相关研究

【兴证社服&美护&零售】若羽臣：自有品牌成核心引擎，带动营收、利润高增-2025.11.10

分析师：代凯燕

S0190519050001
daiky@xyzq.com.cn

分析师：陆焱

S0190525070011
luyan23@xyzq.com.cn

若羽臣(003010.SZ)

自有品牌引领高增，全域布局筑牢增长根基

投资要点：

- **公司公告**：2025年全年营收34.32亿元，同比+94.35%；归母净利润1.94亿元，同比+84.03%；扣非归母净利润1.89亿元，同比+78.43%；毛利率59.80%，同比+15.23pct；归母净利率5.66%，同比-0.32pct；销售费用率/管理费用率/研发费用率/财务费用率分别为+48.01%/+3.36%/+0.95%/+0.88%，分别同比+18.23pct/-2.20pct/-0.51pct/+1.52pct。其中2025Q4公司实现营收12.93亿元，同比+111.42%；归母净利润0.90亿元，同比+86.99%，毛利率61.96%，同比+21.04pct。
- **自有品牌成核心增长引擎，多业务协同发展**。按业务分类：1) 自有品牌强势领跑，自有品牌实现营业收入18.13亿元，同比+261.94%，占比提升至52.83%。其中，绽家聚焦高端香氛家居清洁，实现营收10.69亿元，同比+120.80%，核心单品稳居天猫细分品类TOP1，线下渠道持续渗透；斐萃深耕科学抗衰赛道，营收6.96亿元，同比激增5645.39%，核心产品“抗衰小紫瓶”斩获多平台销量榜首，产学研协同构建技术壁垒；新品牌纽益倍精准卡位大众健康赛道，上线半年即实现营收4700万元，快速跻身新锐品牌前列。2) 品牌管理业务：实现营收8.95亿元，同比+78.63%，占比26.08%。代理艾惟诺、拜耳康王等品牌表现亮眼，其中康王抖音渠道GMV同比增长超400%，艾惟诺天猫双11支付金额同比涨超330%；3) 代运营业务：实现营收7.23亿元，同比-5.27%，占比21.08%。聚焦效率提升，近50家合作品牌店铺GMV显著增长，近20家店铺登顶细分品类榜单。
- **线上渠道绝对主导，线下布局持续扩容**。按渠道划分：1) 线上渠道：实现营收33.35亿元，同比+94.50%，占比97.19%。其中抖音以15.39亿元销售额、44.9%的占比成为第一大平台，全域流量协同效应凸显；2) 线下渠道：实现营收0.96亿元，同比+89.21%，占比2.81%。通过与山姆、永辉Bravo、KKV等优质渠道合作，同步布局美团买菜等近场零售，产品覆盖KA、新零售、会员店等核心场景，线下渗透率持续提升。
- **境内境外双轮驱动，海外市场高速增长**。按地区划分：1) 境内市场：实现营收21.16亿元，同比+68.49%，占比61.67%，作为核心基本盘持续稳健增长；2) 境外市场：实现营收13.15亿元，同比+158.09%，占比38.33%，增长势头强劲，成为重要增长极。
- **品牌投放增加，净利率同比下降0.32pct**，细分来看：销售费用率同比+18.23pct，系战略性加大品牌投入所致；管理费用率同比-2.20pct，系营收规模增长带来规模效应叠加数智化提效，研发费用率同比-0.51pct，系营收增速高于研发投入增速；财务费用率同比+1.52pct，主要受利息支出及汇兑变动影响。
- **投资建议**：自有品牌引领增长，带动品牌管理业务高速发展，看好若羽臣由代运营向自有品牌集团转型的成长确定性。2026年公司将继续聚焦绽家高端家清、斐萃科学抗衰两大优势赛道，新品储备丰富，IP联名加持+成分加持，推动自有品牌矩阵持续放量。我们预计若羽臣2026-2028年归母净利润分别为3.90/5.39/6.63亿元，同比增长100.8%/38.0%/23.1%，EPS分别为1.25/1.73/2.13元，对应4月8日收盘价PE分别为26.4/19.1/15.5x，维持“增持”评级。
- **风险提示**：跨境保健品与直播电商监管趋严，公司相关业务面临合规收紧、宣传受限、流量成本上升的经营风险等。

主要财务指标

会计年度	2025A	2026E	2027E	2028E
营业总收入（百万元）	3432	5723	7824	9815
同比增长	94.3%	66.8%	36.7%	25.4%
归母净利润（百万元）	194	390	539	663
同比增长	84.0%	100.8%	38.0%	23.1%
毛利率	59.8%	62.2%	62.9%	63.2%
ROE	27.0%	38.8%	37.5%	33.7%
每股收益（元）	0.62	1.25	1.73	2.13
市盈率	53.0	26.4	19.1	15.5

数据来源：携宁，兴业证券经济与金融研究院整理

注：每股收益均按照最新股本摊薄计算

事件

公司公告：2025 年全年营收 34.32 亿元，同比+94.35%；归母净利润 1.94 亿元，同比+84.03%；扣非归母净利润 1.89 亿元，同比+78.43%；毛利率 59.80%，同比+15.23pct；归母净利率 5.66%，同比-0.32pct；销售费用率/管理费用率/研发费用率/财务费用率分别为+48.01%/+3.36%/+0.95%/+0.88%，分别同比+18.23pct/-2.20pct/-0.51pct/+1.52pct。其中 2025Q4 公司实现营收 12.93 亿元，同比+11.42%；归母净利润 0.90 亿元，同比+86.99%，毛利率 61.96%，同比+21.04pct。

点评

营收利润双高增，盈利结构持续优化：2025 年公司交出亮眼成绩单，全年实现营业收入 34.32 亿元，同比大幅增长 94.35%。按业务划分：

1) 自有品牌成核心引擎，多业务协同发展。全年实现营业收入 18.13 亿元，同比暴涨 261.94%，营收占比大幅提升至 52.83%，正式成为公司第一大业务板块。

→LYCOCELLE 绽家：实现营收 10.69 亿元，同比+120.80%，占比 31.16%。

聚焦高端香氛家居清洁护理赛道，以“香氛清洁”“专衣专护”为核心心智，凭借动态顶空复刻香氛技术及微胶囊技术打造差异化产品。核心单品香氛洗衣液、洗衣凝珠、内衣洗衣液等长期稳居天猫细分品类 TOP1。渠道端线上线下同步发力，双 11 期间全渠道 GMV 同比增长超 80%，线下深化与山姆合作，稳步拓展永辉 Bravo、KKV 等优质渠道，近场零售布局成效初显。

→FineNutri 斐萃：实现营收 6.96 亿元，同比+5645.39%，占比 20.30%。深耕科学抗衰赛道，秉持“超级成分 + 精准营养”原则，依托合成生物技术打造高功效产品。上市仅一年便跻身口服抗衰赛道领先地位，核心产品“抗衰小紫瓶”斩获天猫麦角硫因销量榜、回购榜、好评榜三榜 TOP1，抖音端直播矩阵成效显著，双 11 全渠道 GMV 同比增长 35 倍。研发端构建“产学研”协同体系，与暨南大学共建“抗衰老研究中心”，为产品创新提供坚实技术支撑。

→其他产品实现营收 0.48 亿元，同比增长 928.66%，占比 1.38%。其中纽益倍上线半年即实现营收 4700 万元，凭借麦角硫因胶囊、共晶姜黄素胶囊等产品，以抖音达播为核心快速破圈，半年内实现规模放量，斩获抖音全球购 2025 年度超新星奖等多项荣誉，成为新锐品牌中的黑马。

2) 品牌管理业务持续高速发展，全年实现营收 8.95 亿元，同比增长 78.63%，占总营收比重 26.08%。公司依托数字化管理经验与供应链整合能力，全权负责合作品牌在国内市场的销售运营与营销推广，合作模式涵盖总代、经营权买断及合资品牌三类。代理品牌中，拜耳康王表现尤为突出，“去屑”系列销售额同比

激增 347%，“腺苷” 品类营收破亿，双 11 期间抖音渠道 GMV 同比增长超 400%，荣登抖音个护品牌榜 TOP8；艾惟诺以差异化打法突围，抖音端推出花果香洗发水打造香味爆款，天猫双 11 支付金额同比增长超 330%；此外，贝乐欣、DHC、和丽康等品牌均实现稳步增长，多品牌矩阵效应凸显。

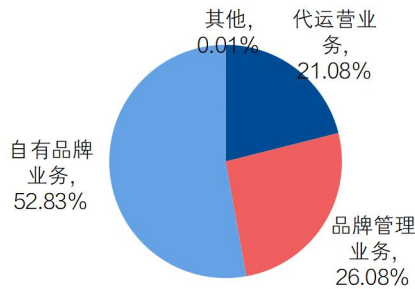
3) 代运营业务全年实现营收 7.23 亿元，同比微降 5.27%，占总营收 21.08%。公司战略聚焦效率提升，收缩非核心业务，聚焦优质品牌合作。2025 年，近 50 家合作品牌店铺 GMV 实现显著增长，近 20 家店铺登顶细分类目榜单，运营效能持续优化。具体来看，赛逸双 11 期间蝉联进口洗发水热卖榜 & 好评榜双冠；elevit 爱乐维 1 段活性叶酸稳居孕产妇叶酸类目三榜 TOP1；倍舒痕成人膏与儿童膏分别斩获天猫双 11 进口祛疤膏及儿童祛疤膏热卖榜 TOP1；佳贝艾特持续稳居羊奶粉类目店铺 TOP1；bioisland 新店首战双 11 即完成 100% 目标，核心合作品牌市场竞争力持续提升。

图 1、2025 年营收 34.32 亿元，同比大幅增长 94.35%



数据来源：公司公告，兴业证券经济与金融研究院整理

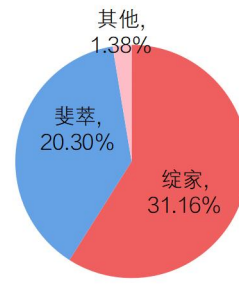
图 2、分行业营收占比如图，其中自有品牌强势领跑，占比 52.83%



■ 代运营业务 ■ 品牌管理业务 ■ 自有品牌业务 ■ 其他

数据来源：公司公告，兴业证券经济与金融研究院整理

图 3、自有品牌营收占比如图（绽家+斐萃占比超 50%）



■ 绽家 ■ 斐萃 ■ 其他

数据来源：公司公告，兴业证券经济与金融研究院整理

2025 年归母净利润达 1.94 亿，同比增长 84.03%，净利率微降 0.32 pct。细分来看：

→毛利率同比+ 15.23pct 至 59.80%，核心因高毛利的自有品牌业务营收占比提升至 52.83%，叠加美妆个护、保健等高毛利品类销售占比居前，规模效应进一步优化成本结构。Q4 毛利率未下滑，反而同比提升 21.04pct 至 61.96%，主要系 Q4 消费旺季下，自有品牌核心大单品集中放量，高毛利产品销售占比进一步提升，驱动单季毛利率显著高于全年水平。

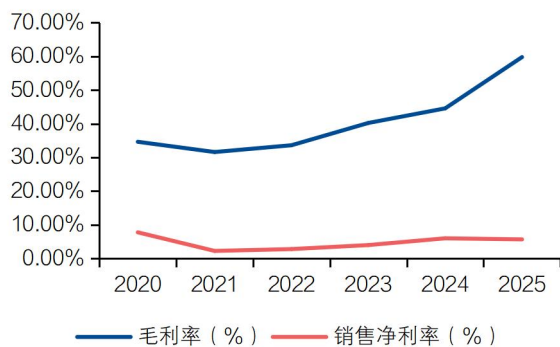
→销售费用率同比 + 18.23pct 至 48.01%，系公司战略性加大自有品牌推广投入，抖音等核心平台流量投放、达人矩阵合作、IP 跨界营销及线下渠道拓展等相关费用增加，同时销售团队扩张带动人力成本上升，助力品牌心智渗透与市场份额提升。

→管理费用率同比 - 2.20pct 至 3.36%，核心得益于公司营收规模大幅增长产生的规模效应，叠加数智化转型优化运营效率，有效对冲了业务扩张带来的职工薪酬、办公场地使用费及港股上市相关中介机构费增长的影响。

→研发费用率同比 - 0.51pct 至 0.95%，尽管公司加大 AI 应用、数字化运营系统等领域研发投入，并与外部机构合作开展 AI 相关项目，但营收增速显著高于研发投入增速，导致研发费用占比相对下降。

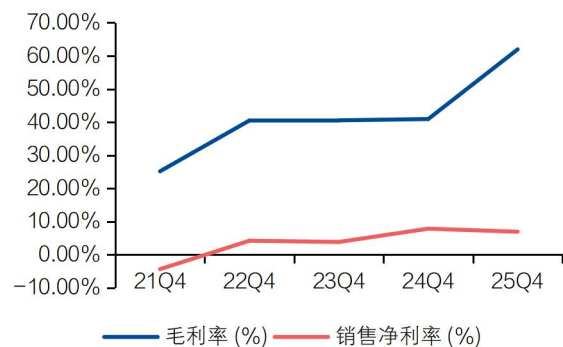
单看 Q4，业绩表现尤为突出，实现营收 12.93 亿元，同比激增 111.42%，占全年营收 37.67%；归母净利润 0.90 亿元，同比增长 86.99%，季度业绩增速超全年水平，印证公司业务增长的持续性与爆发力。公司在四季度主动追加品牌投资，重点投向绽家香氛洗衣凝珠、斐萃抗衰小紫瓶等核心大单品，在抖音、天猫、小红书加大种草投放与直播矩阵布局，同时为纽益倍新品及品牌出海业务提前布局，导致销售费用高于往年。

图 4、25 年净利率 -0.32pct, 毛利率同比 + 15.23pct 至 59.80%



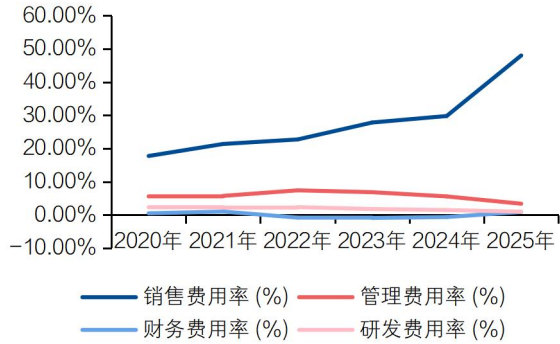
数据来源：公司公告，兴业证券经济与金融研究院整理

图 5、25Q4 毛利率大幅提升至 61.96%



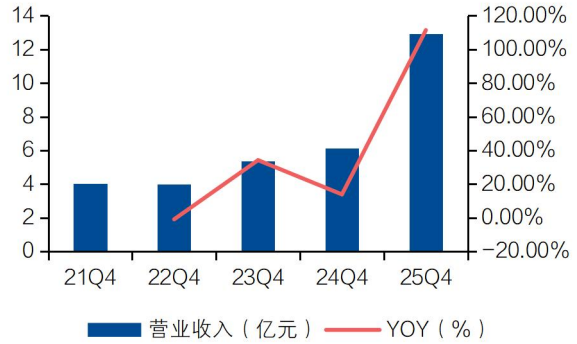
数据来源：公司公告，兴业证券经济与金融研究院整理

图 6、销售费用率/管理费用率/研发费用率/财务费用率分别为+48.01%/+3.36%/+0.95%/+0.88%



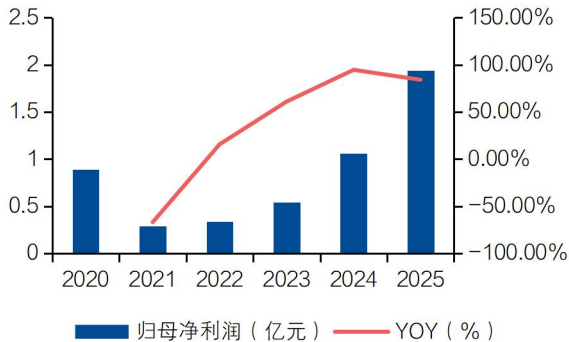
数据来源：公司公告，兴业证券经济与金融研究院整理

图 7、25Q4 营收 12.93 亿元，同比激增 111.42%



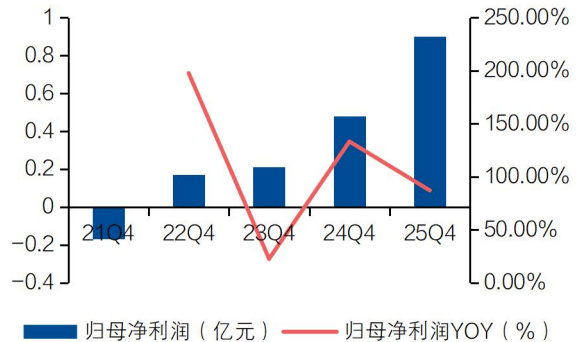
数据来源：公司公告，兴业证券经济与金融研究院整理

图 8、25 年归母净利润达 1.94 亿，同比增长 84.03%



数据来源：公司公告，兴业证券经济与金融研究院整理

图 9、25Q4 归母净利润达 0.90 亿元，同比增长 86.99%



数据来源：公司公告，兴业证券经济与金融研究院整理

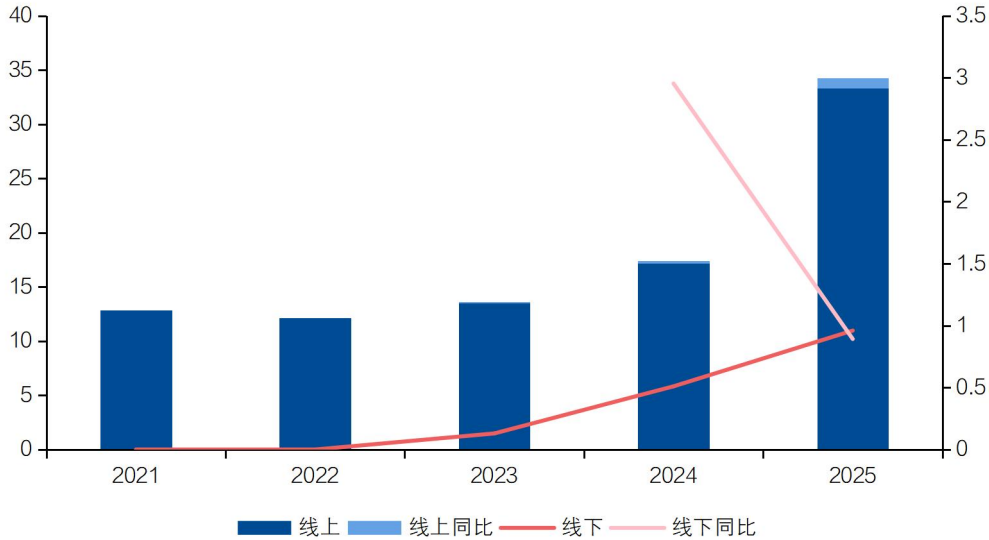
线上线下协同，境内境外双轮驱动。按渠道划分：

1) 线上渠道作为公司核心销售阵地，2025 年实现营收 33.35 亿元，同比增长 94.50%，占总营收比重高达 97.19%，渠道集中度持续提升。平台结构呈现多元化布局，抖音以 15.39 亿元的销售额、44.9% 的占比成为第一大销售平台，凭借“货找人”的算法优势与内容营销矩阵，实现品牌快速放量；天猫商城、天猫国际分别贡献 6.32 亿元、3.93 亿元营收，占比 18.4%、11.5%，旗舰店在品牌心智塑造与用户沉淀方面发挥重要作用；京东、唯品会、小红书等平台协同发展，形成全域流量共振格局。

2) 线下渠道稳步拓展，2025 年实现营收 0.96 亿元，同比增长 89.21%，占总营收 2.81%，渠道渗透率持续提升。公司通过差异化产品布局，与山姆、永辉

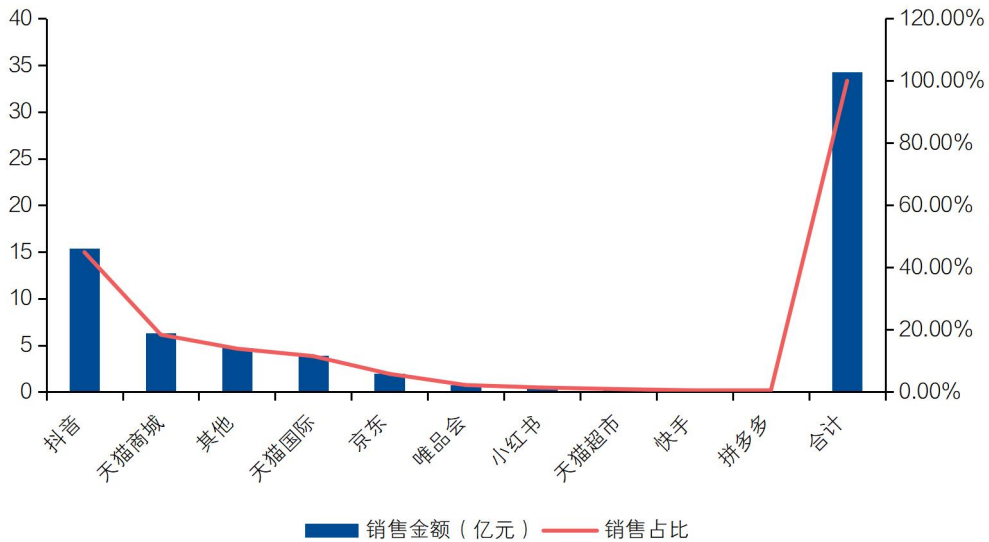
Bravo、KKV、话梅等优质渠道深化合作，同步发力近场零售，试点布局美团买菜等平台，围绕内衣洗、香氛喷雾等适配度高的产品满足消费者即时性购买需求，形成“线上引流 + 线下体验”的全域零售网络。

图 10、线上营收 33.35 亿元同比+94.50%，线下营收提升至 0.96 亿元同比+89.21%



数据来源：公司公告，兴业证券经济与金融研究院整理

图 11、抖音以 15.39 亿元的销售额、44.9% 的占比成为第一大销售平台



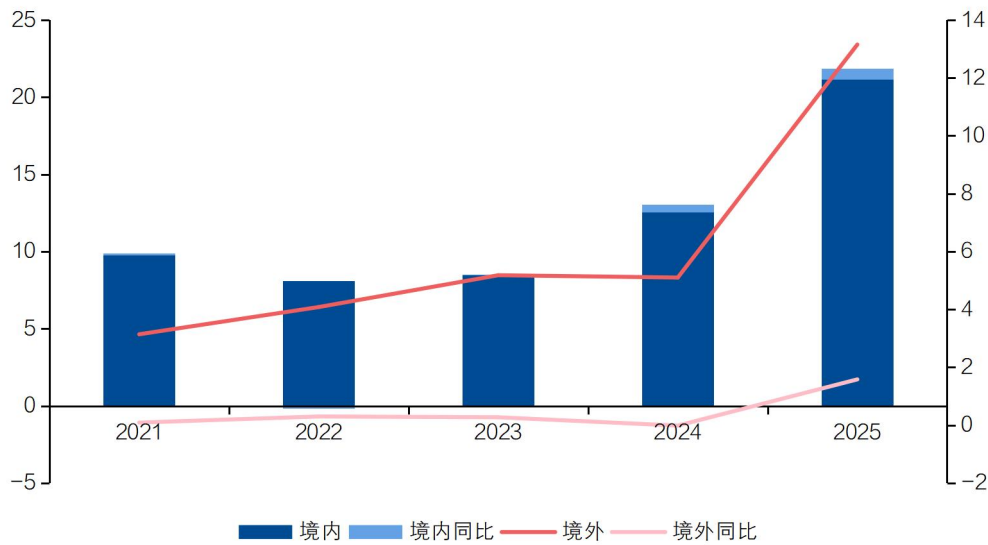
数据来源：公司公告，兴业证券经济与金融研究院整理

境内外市场协同发展，形成双轮驱动格局：

- 1) 国内市场作为核心基本盘，2025 年实现营收 21.16 亿元，同比增长 68.49%，占总营收 61.67%，依托成熟的渠道网络与品牌运营经验，持续稳健增长
- 2) 境外市场表现亮眼，实现营收 13.15 亿元，同比暴涨 158.09%，占总营收

38.33%，成为公司重要增长极，海外业务的快速扩张进一步打开公司成长空间。

图 12、境外市场营收提升至 13.15 亿元，同比暴涨 158.09%



数据来源：公司公告，兴业证券经济与金融研究院整理

投资建议

自有品牌引领增长，带动品牌管理业务高速发展，看好若羽臣由代运营向自有品牌集团转型的成长确定性。2026 年公司将继续聚焦绽家高端家清、斐萃科学抗衰两大优势赛道，新品储备丰富，IP 联名加持+成分加持，推动自有品牌矩阵持续放量。我们预计若羽臣 2026-2028 年归母净利润分别为 3.90/5.39/6.63 亿元，同比增长 100.8%/38.0%/23.1%，EPS 分别为 1.25/1.73/2.13 元，对应 4 月 8 日收盘价 PE 分别为 26.4/19.1/15.5x，维持“增持”评级。

风险提示

跨境保健品与直播电商监管趋严，公司相关业务面临合规收紧、宣传受限、流量成本上升的经营风险等。

附表
资产负债表

单位：百万元

会计年度	2025A	2026E	2027E	2028E
流动资产	1824	2048	2503	3138
货币资金	859	779	846	1086
交易性金融资产	0	0	0	0
应收票据及应收账款	157	286	391	491
预付款项	234	303	406	506
存货	462	511	645	803
其他	112	169	215	253
非流动资产	360	339	317	302
长期股权投资	68	68	68	68
固定资产	168	160	152	144
在建工程	0	0	0	0
无形资产	4	4	4	3
商誉	0	0	0	0
其他	120	107	93	88
资产总计	2184	2387	2820	3441
流动负债	1109	1130	1287	1430
短期借款	664	684	704	714
应付票据及应付账款	176	240	323	401
其他	269	206	261	314
非流动负债	356	251	96	44
长期借款	315	215	65	15
其他	41	36	31	29
负债合计	1464	1380	1383	1473
股本	311	311	311	311
未分配利润	444	672	1022	1453
少数股东权益	0	0	0	0
股东权益合计	719	1006	1437	1968
负债及权益合计	2184	2387	2820	3441

现金流量表

单位：百万元

会计年度	2025A	2026E	2027E	2028E
归母净利润	194	390	539	663
折旧和摊销	28	29	30	22
营运资金的变动	-76	-303	-251	-263
经营活动产生现金流量	152	145	341	443
资本支出	-11	-7	-7	-6
长期投资	24	0	0	0
投资活动产生现金流量	17	-3	-3	-4
债权融资	740	-85	-135	-42
股权融资	22	0	0	0
融资活动产生现金流量	112	-197	-271	-199
现金净变动	256	-80	67	240

利润表

单位：百万元

会计年度	2025A	2026E	2027E	2028E
营业总收入	3432	5723	7824	9815
营业成本	1380	2163	2903	3613
税金及附加	11	17	23	29
销售费用	1647	2815	3912	4986
管理费用	115	189	250	304
研发费用	33	57	78	98
财务费用	30	34	39	20
投资收益	4	5	5	3
公允价值变动收益	-1	0	0	0
信用减值损失	4	0	0	0
资产减值损失	-1	0	0	0
营业利润	227	454	625	770
营业外收支	-1	0	0	0
利润总额	226	454	625	770
所得税	31	64	87	107
净利润	194	390	539	663
少数股东损益	0	0	0	0
归属母公司净利润	194	390	539	663
EPS(元)	0.62	1.25	1.73	2.13

主要财务比率

会计年度	2025A	2026E	2027E	2028E
成长性				
营业总收入增长率	94.3%	66.8%	36.7%	25.4%
营业利润增长率	73.3%	100.3%	37.8%	23.1%
归母净利润增长率	84.0%	100.8%	38.0%	23.1%
盈利能力				
毛利率	59.8%	62.2%	62.9%	63.2%
归母净利率	5.7%	6.8%	6.9%	6.8%
ROE	27.0%	38.8%	37.5%	33.7%
偿债能力				
资产负债率	67.1%	57.8%	49.0%	42.8%
流动比率	1.64	1.81	1.94	2.20
速动比率	0.97	1.03	1.06	1.22
营运能力				
资产周转率	183.8%	250.4%	300.5%	313.5%
每股资料(元)				
每股收益	0.62	1.25	1.73	2.13
每股经营现金	0.49	0.47	1.10	1.42
估值比率(倍)				
PE	53.0	26.4	19.1	15.5
PB	14.3	10.2	7.2	5.2

数据来源：携宁、兴业证券经济与金融研究院

注：每股收益均按照最新股本摊薄计算

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登记为证券分析师，以勤勉的职业态度，独立、客观地出具本报告。本报告清晰准确地反映了本人的研究观点。本人不曾因，不因，也将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。

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：沪深两市以沪深300指数为基准；北交所市场以北证50指数为基准；新三板市场以三板成指为基准；香港市场以恒生指数为基准；美国市场以标普500或纳斯达克综合指数为基准。	股票评级	买入	相对同期相关证券市场代表性指数涨幅大于15%
		增持	相对同期相关证券市场代表性指数涨幅在5%~15%之间
		中性	相对同期相关证券市场代表性指数涨幅在-5%~5%之间
		减持	相对同期相关证券市场代表性指数涨幅小于-5%
	无评级	由于我们无法获取必要的资料，或者公司面临无法预见结果的重大不确定性事件，或者其他原因，致使我们无法给出明确的投资评级	
行业评级	推荐	相对表现优于同期相关证券市场代表性指数	
	中性	相对表现与同期相关证券市场代表性指数持平	
	回避	相对表现弱于同期相关证券市场代表性指数	

信息披露

本公司在知晓的范围内履行信息披露义务。客户可登录 www.xyq.com.cn 内幕交易防控栏内查询静默期安排和关联公司持股情况。

使用本研究报告的风险提示以及法律声明

兴业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。

，本公司不会因接收人收到本报告而视其为客户。本报告中的信息、意

见等均仅供客户参考，不构成所述证券买卖的出价或征价邀请或要约，投资者自主作出投资决策并自行承担投资风险，任何形式的分享证券投资收益或者分担证券投资损失的书面或口头承诺均为无效，任何有关本报告的摘要或节选都不代表本报告正式完整的观点，一切须以本公司向客户发布的本报告完整版本为准。该等信息、意见并未考虑到获取本报告人员的具体投资目的、财务状况以及特定需求，在任何时候均不构成对任何人的个人推荐。客户应当对本报告中的信息和意见进行独立评估，并同时考量各自的投资目的、财务状况和特定需求，必要时就法律、商业、财务、税收等方面咨询专家的意见。对依据或者使用本报告所造成的一切后果，本公司及/或其关联人员均不承担任何法律责任。

本报告所载资料的来源被认为是可靠的，但本公司不保证其准确性或完整性，也不保证所包含的信息和建议不会发生任何变更。本公司并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相关的其他任何损失承担任何责任。

本报告所载的资料、意见及推测仅反映本公司于发布本报告当日的判断，本报告所指的证券或投资标的的价格、价值及投资收入可升可跌，过往表现不应作为日后的表现依据；在不同时期，本公司可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告；本公司不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，本公司对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，投资者应当自行关注相应的更新或修改。

除非另行说明，本报告中所引用的关于业绩的数据代表过往表现。过往的业绩表现亦不应作为日后回报的预示。我们不承诺也不保证，任何所预示的回报会得以实现。分析中所做的回报预测可能是基于相应的假设。任何假设的变化可能会显著地影响所预测的回报。

本公司的销售人员、交易人员以及其他专业人士可能会依据不同假设和标准、采用不同的分析方法而口头或书面发表与本报告意见及建议不一致的市场评论和/或交易观点。本公司没有将此意见及建议向报告所有接收者进行更新的义务。本公司的资产管理部门、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。

本报告并非针对或意图发送予或为任何就发送、发布、可得到或使用此报告而使兴业证券股份有限公司及其关联子公司等违当地的法律或法规或可致使兴业证券股份有限公司受制于相关法律或法规的任何地区、国家或其他管辖区域的公民或居民，包括但不限于美国及美国公民（1934年美国《证券交易所》第15a-6条例定义为本「主要美国机构投资者」除外）。

本报告的版权归本公司所有。本公司对本报告保留一切权利。除非另有书面显示，否则本报告中的所有材料的版权均属本公司。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。未经授权的转载，本公司不承担任何转载责任。

特别声明

在法律许可的情况下，兴业证券股份有限公司可能会持有本报告中提及公司所发行的证券头寸并进行交易，也可能为这些公司提供或争取提供投资银行业务服务。因此，投资者应当考虑到兴业证券股份有限公司及/或其相关人员可能存在影响本报告观点客观性的潜在利益冲突。投资者请勿将本报告视为投资或其他决定的唯一信赖依据。

兴业证券研究

上海	北京	深圳
地址：上海浦东新区长柳路36号兴业证券大厦15层	地址：北京市朝阳区建国门外大街甲6号世界财富大厦32层01-08单元	地址：深圳市福田区皇岗路5001号深业上城T2座52楼
邮编：200135	邮编：100020	邮编：518035
邮箱： research@xyq.com.cn	邮箱： research@xyq.com.cn	邮箱： research@xyq.com.cn