



# 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）  
chenyujun@gjzq.com.cn

## 量贩零食两强强调有序发展，持续关注子板块旺季催化

### 投资逻辑

**白酒：**本周板块明显调整，从基本面来看近期市场预期未有显性变化，当前白酒消费淡季叠加步入低基数区间、动销同比因基数较低有明显改善、但较 2024 年同期仍有一定缺口；后续临近端午，预计动销反馈延续前述趋势。从资金面看，周内此前持续流出的宽基环比份额减少幅度大幅趋缓，预计周内回调仍系市场风格等外部因素扰动。

周内贵州茅台对 100ml\*6 规格小飞天礼盒小幅提价，公司自年初推进市场化运营改革至今已对多数茅台酒产品进行价格调整，预计后续公司仍会结合对需求等研判推进随行就市、相对平稳的市场价格调整体系落地。目前飞天茅台原箱/散瓶批价约 1690/1640 元，较 1539 元自营零售价有一定溢价、意味着后续公司对其量价策略具备不错灵活性基础。实际上从年初至今，伴随贵州茅台市场化运营体系改革以及超高端白酒动销在财富效应推动下持续复苏，茅台酒动销持续向好、价盘平稳向上。

当前我们仍看好白酒板块估值修复的潜力，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）。

**啤酒：**行业层面逐步步入旺季，本身具备季节性催化。成本端全年压力可控，26Q1 啤酒酒企吨成本普遍有超预期表现。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。

**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。本周量贩零食两强联合声明反对不当竞争和无序内卷，坚持理性发展和稳健经营，为行业健康有序发展贡献力量，打消此前市场对于补贴战担忧，两强股价均有修复。展望后续，我们仍看好零食量贩赛道扩张门店、提升单店收入的空间。从单店表现来看，现有的新业态如新鲜零食、硬折扣超市等提供较好的借鉴窗口，随着前端供应链短板补齐、中间环节门店模型优化、终端选品服务持续迭代，我们预计同店仍有提升和优化空间，持续看好业绩具备高成长且有望超预期的万辰集团、一鸣很忙，关注盐津铺子、劲仔食品渠道调整成效。

**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。5 月以来，厄尔尼诺导致的高温天气叠加世界杯赛事预热，对终端动销形成拉动，但当前现制茶饮仍在快速开店，且旺季补贴力度仍较大，对包装饮料有所分流。当前多数传统赛道龙头大单品市占率已达较高水平，第二曲线产品亦受促销加剧等扰动，收入增速处于放缓阶段，后续仍需观察企业内部平台化能力。当前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：**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。4 月社零餐饮增速略有放缓，但展望后续板块仍具备低基数红利。在出行需求提升、以价换量的背景下，餐饮链需求具备实质性改善，短期月度数据波动更多是基数影响、备货节奏差异，后续仍有望兑现补库存修复逻辑。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：量贩零食两强强调有序发展，持续关注子板块旺季催化.....	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：量贩零食两强强调有序发展，持续关注子板块旺季催化

### ● 酒类板块

本周板块明显调整，从基本面来看近期市场预期未有显性变化，当前白酒消费淡季叠加步入低基数区间、动销同比因基数较低有明显改善、但较 2024 年同期仍有一定缺口；后续临近端午，预计动销反馈延续前述趋势。从资金面看，周内此前持续流出的宽基环比份额减少幅度大幅趋缓，预计周内回调仍系市场风格等外部因素扰动。

周内贵州茅台对 100ml\*6 规格小飞天礼盒小幅提价，公司自年初推进市场化运营改革至今已对多数茅台酒产品进行价格调整，预计后续公司仍会结合对需求等研判推进随行就市、相对平稳的市场价格调整体系落地。目前飞天茅台原箱/散瓶批价约 1690/1640 元，较 1539 元自营零售价有一定溢价、意味着后续公司对其量价策略具备不错灵活性基础。

实际上从年初至今，伴随贵州茅台市场化运营体系改革以及超高端白酒动销在财富效应推动下持续复苏，茅台酒动销持续向好、价盘平稳向上。从景气度的角度出发，我们认为当前白酒行业处于“下行趋缓”阶段，淡季至今正逐步向“底部企稳”阶段过渡，茅台酒价盘预期向好带动行业产业链情绪企稳；目前基本面符合下行周期逐步筑底的特征，但仍需旺季窗口时检验。

当前我们仍看好白酒板块估值修复的潜力，主要考虑：1) 指数类基金持续流出的效应预计渐近尾声；2) 地产链带动顺周期情绪回暖的置信度相对不错，本身市场预期已在低位，且 PPI、M1 等前瞻指标持续改善；3) 基本面层面步入低基数区间，无论动销量、价格预期、报表预期等环比改善的置信度亦较强。整体而言，我们仍看好当前白酒板块配置价值、低预期下胜率可观。

个股层面，我们建议从中长期视角来进行酒企 EPS×PE 定价。白酒行业景气度呈现周期性波动，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、规模再上新台阶。实际上，部分酒企低基数下季度 EPS 已逐步转正，这意味着部分酒企盈利压力最强的窗口陆续过渡、表现出清已步入后期。

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，26Q1 啤酒酒企吨成本维度看普遍有超预期表现。

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：**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。本周量贩零食两强联合声明反对不当竞争和无序内卷，坚持理性发展和稳健经营，为行业健康有序发展贡献力量，打消此前市场对于补贴战担忧，两强股价均有修复。

展望后续，我们仍看好零食量贩赛道扩张门店、提升单店收入的空间。当前门店数增量仍聚焦在江苏、广东等存量区域，代表目前优势区域仍有较大的开店潜力，且华北区域仍在加速扩张，西北、西南等地亦有较大的加密空间。从单店表现来看，现有的新业态如新鲜零食、硬折扣超市等提供较好的借鉴窗口，随着前端供应链短板补齐、中间环节门店模型优化、终端选品服务持续迭代，我们预计同店仍有提升和优化空间，持续看好业绩具备高成长且有望超预期的万辰集团、鸣鸣很忙，关注盐津铺子、劲仔食品渠道调整成效。

**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。5 月以来，厄尔尼诺导致的高温天气叠加世界杯赛事预热，对终端动



销形成拉动，但当前现制茶饮仍在快速开店，且旺季补贴力度仍较大，对包装饮料有所分流。当前多数传统赛道龙头大单品市占率已达较高水平，第二曲线产品亦受促销加剧等扰动，收入增速处于放缓阶段，后续仍需观察企业内部平台化能力。当前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。4月社零餐饮增速略有放缓，但展望后续板块仍具备低基数红利。在出行需求提升、以价换量的背景下，餐饮链需求具备实质性改善，短期月度数据波动更多是基数影响、备货节奏差异，后续仍有望兑现补库存修复逻辑。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(6.1~6.5)食品饮料(申万)指数收于14086点(-4.59%)，沪深300指数收于4817点(-1.54%)，上证综指收于4028点(-1.00%)，深证综指收于2764点(-1.49%)，创业板指收于3958点(-1.98%)。

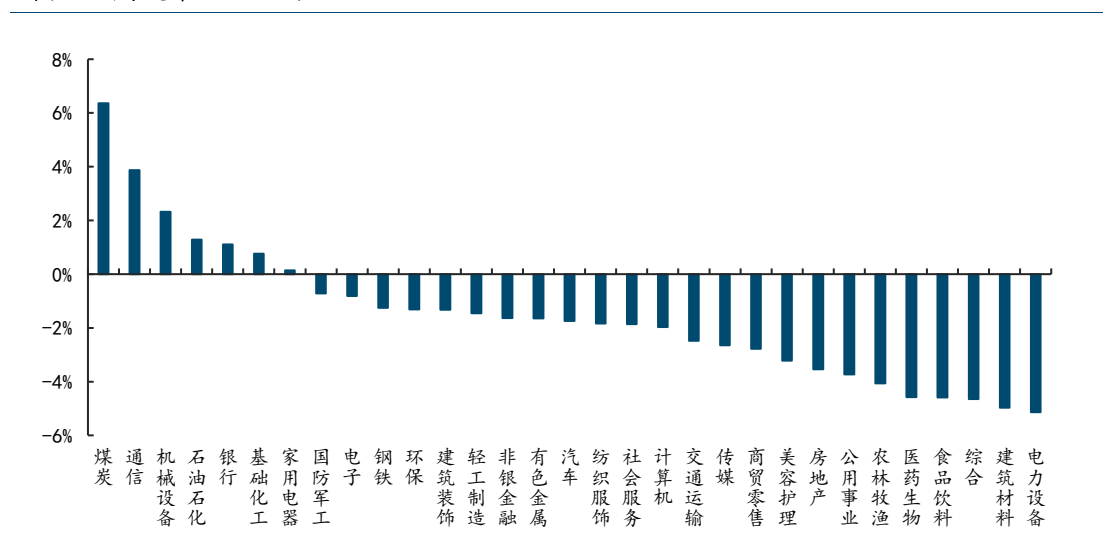
图表1: 周度行情

指数	周度收盘价	本周涨跌幅	年初至今涨跌幅
食品饮料	14086	-4.59%	-13.15%
沪深300	4817	-1.54%	4.04%
上证指数	4028	-1.00%	1.48%
深证综指	2764	-1.49%	9.20%
创业板指	3958	-1.98%	23.56%

来源: Ifind, 国金证券研究所

从一级行业涨跌幅来看，周度涨跌幅前三为煤炭(+6.36%)、通信(+3.87%)、机械设备(+2.33%)。

图表2: 周度申万一级行业涨跌幅

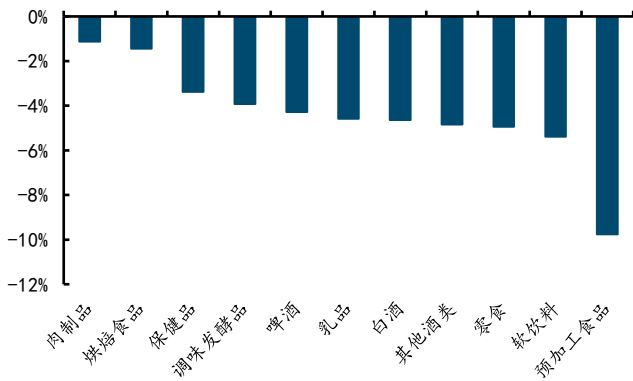


来源: Ifind, 国金证券研究所

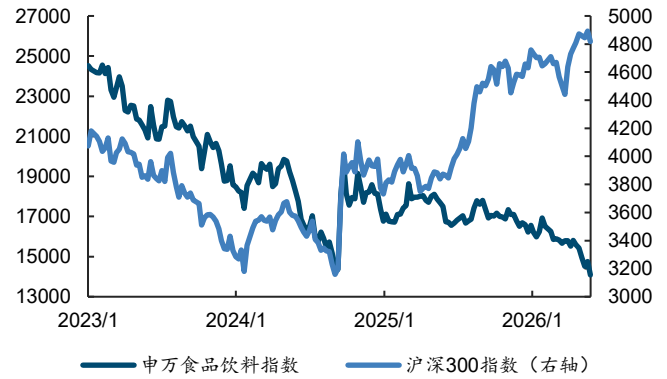
从食品饮料子板块来看，涨跌幅前三的板块为肉制品(-1.33%)、烘焙食品(-1.45%)、保健品(-3.37%)。



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

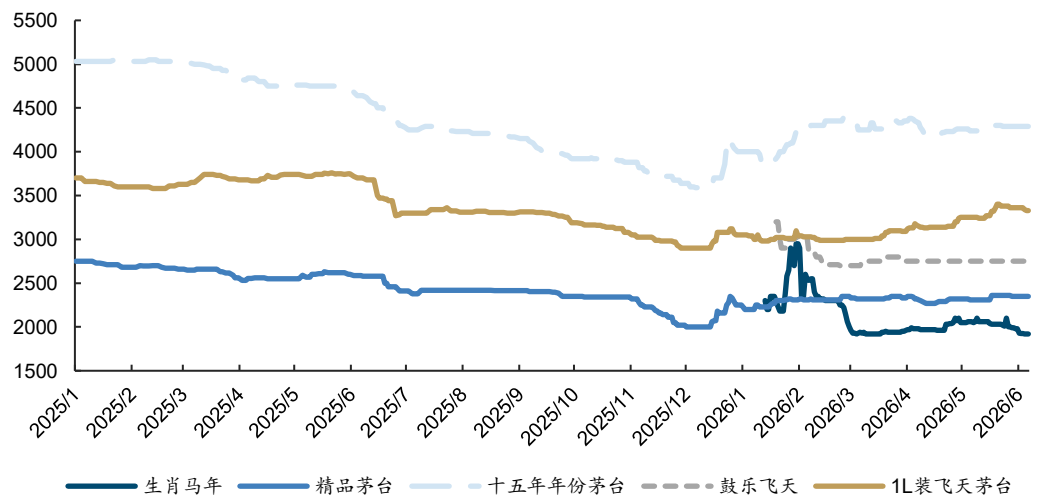
从个股表现来看, 周度涨跌幅居前的为: 元祖股份 (+16.10%)、贝因美 (+12.22%)、金字火腿 (+8.62%) 等。涨跌幅靠后的为: 退市岩石 (-48.09%)、皇氏集团 (-17.78%)、金种子酒 (-14.04%) 等。

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 (%)
元祖股份	16.10	退市岩石	-48.09
贝因美	12.22	皇氏集团	-17.78
金字火腿	8.62	金种子酒	-14.04
煌上煌	5.41	伊力特	-13.99
技源集团	4.96	安井食品	-13.02
*ST 椰岛	3.64	华统股份	-12.64
广州酒家	3.49	交大昂立	-12.48
ST 加加	3.33	水井坊	-12.12
万辰集团	1.82	威龙股份	-11.72
青岛食品	1.05	今世缘	-10.89

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6月6日)



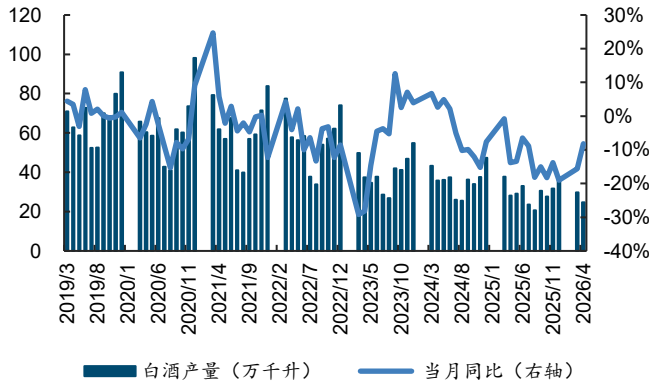
### 三、食品饮料行业数据更新

#### ■ 白酒板块

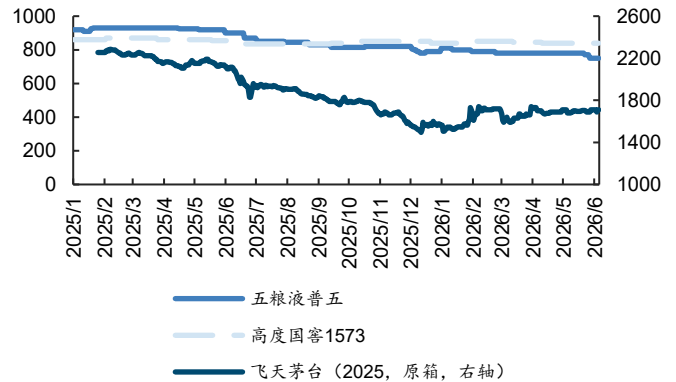
2026年4月，规模以上白酒产量为25万千升，同比-8.2%。

2026年6月6日，飞天茅台（2025，原箱）批价1710元（环周持平），普五批价750元（环周持平），高度国窖1573批价840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4月）

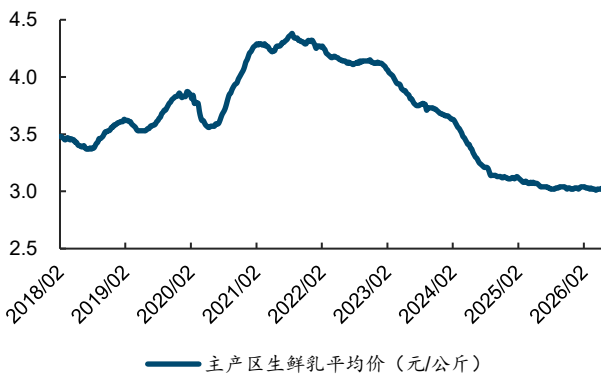
来源：Ifind，国金证券研究所（注：数据更新至26年6月6日）

#### ■ 乳制品板块

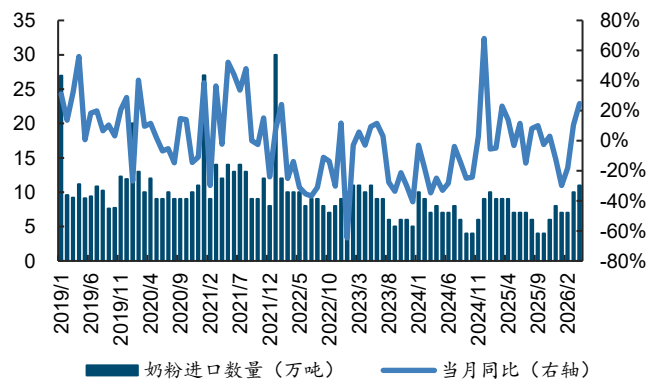
2026年5月29日，我国生鲜乳主产区平均价为3.03元/公斤，同比-1.00%，环比持平。

2026年1~4月，我国累计进口奶粉34.0万吨，累计同比-4.0%；累计进口金额为24.4亿美元，累计同比-1.4%。其中，单4月进口奶粉11.0万吨，同比+24.8%；进口金额6.76亿元，同比+2.2%。

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5月29日）

来源：Ifind，国金证券研究所（注：数据更新至26年4月）

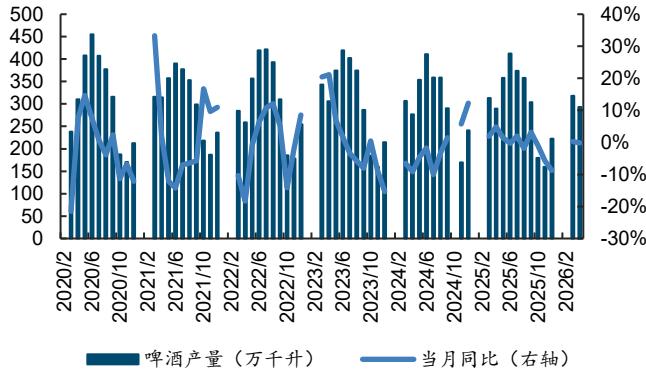
#### ■ 啤酒板块

2026年1~4月，我国累计啤酒产量为293.3万千升，同比+2.9%。其中，单4月啤酒产量为29.3万千升，同比+0.1%。

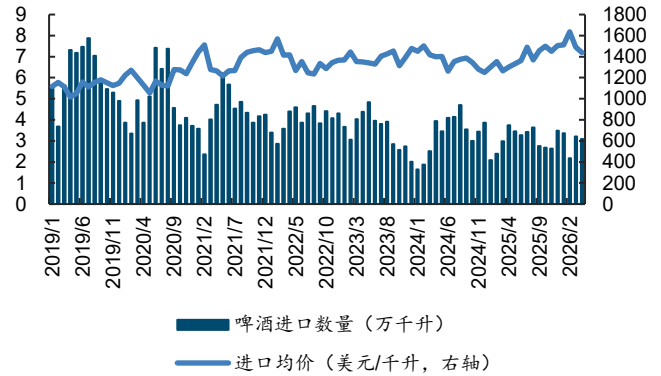
2026年1~4月，我国累计进口啤酒数量为11.8万千升，同比+5.9%；进口金额1.8亿美元，同比+22.4%。其中，单4月进口数量3.1万千升，同比-17.1%；进口金额0.4亿美元，同比-8.9%。



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4月)

来源: Ifind, 国金证券研究所(注: 数据更新至26年4月)

#### 四、公司及行业要闻及近期重要事项汇总

i 茅台 App 显示, 100 毫升×6 的小茅台礼盒零售价调整为 1819 元/盒, 较此前的 1799 元/盒上涨 20 元。据悉, 100ml 小茅台于 2022 年正式上线 i 茅台平台, 是该平台独家定制产品。产品定位为“老友小酒”, 适合老友相聚时的品饮需要。此次涨价 20 元的礼盒装, 新增了四个小酒杯, 同时礼盒里每一个 100 毫升单瓶, 增加了纸盒包装。(微酒)

中国物流与采购联合会数据显示: 民生消费物流稳步升级。1—4 月单位与居民物品物流总额同比增长 4.8%。网上商品零售额增长 5.7%, 占全部商品零售额的比重达 28.2%, 较一季度提升 0.2 个百分点。特别是, 线上零售、即时配送等新模式快速发展, 即时零售交易额增长 29.2%。(微酒)

中国食品土畜进出口商会酒类进出口商分会发布 2026 年 1-4 月酒类进出口贸易情况。数据显示, 2026 年 1-4 月, 我国酒类累计进口额 11.5 亿美元, 同比增长 12.04%, 累计进口量为 2.22 亿升, 同比下降 1.61%。出口方面, 累计出口额 4.83 亿美元, 同比下降 26.39%, 累计出口量为 2.73 亿升, 同比下降 8.77%。其中, 白酒出口总额 1.28 亿美元, 同比下降 61.2%; 总量 494.13 万升, 同比下降 10.3%。(微酒)

6 月 1 日至 30 日, 鲜啤福鹿家推出 2026 年加盟优惠政策, 旨在降低经营成本、助力市场布局。政策期内, 新签加盟商合同期内免收加盟费(三年减免 3 万元), 每年免一个季度管理费(三年共减 4500 元); 老加盟商新开店同样免收加盟费, 且首年管理费全免, 二、三年冬季季度各减免 1500 元, 三年管理费总计减免 1.1 万元, 并免除首年培训费 2000 元。此外, 公司还将实施“老荐新”奖励机制。(糖酒快讯)

6 月 1 日起, 《国家税务总局关于调整消费税纳税申报表有关事项的公告》施行, 白酒生产企业须新增填写《白酒消费税计算明细表》和《白酒生产企业关联销售单位信息报告表》。专家表示, 新规推动信息申报更加规范透明, 有效规制关联销售定价, 提升白酒消费税征管效能。(糖酒快讯)

图表13: 近期上市公司重要事项

日期	公司	事项
6月9日	广州酒家	2026年第一次临时股东大会
6月9日	黑芝麻	2025年年度股东会
6月10日	三元股份	2025年年度股东会
6月11日	贵州茅台	2025年年度股东会
6月12日	*ST西发	2026年第二次临时股东大会
6月15日	皇氏集团	2025年年度股东会
6月16日	山西汾酒	2025年年度股东会
6月16日	*ST尼雅	2026年第三次临时股东大会
6月17日	天佑德酒	2025年年度股东会
6月17日	张裕A	2026年第一次临时股东大会



日期	公司	事项
6月22日	*ST 春天	2025 年年度股东会
6月22日	光明乳业	2026 年第二次临时股东大会
6月22日	劲仔食品	2026 年第二次临时股东大会
6月23日	李子园	2026 年第一次临时股东大会
6月24日	ST 西发	2025 年年度股东会
6月26日	青岛啤酒	2025 年年度股东会
6月26日	古井贡酒	2025 年年度股东会
6月26日	酒鬼酒	2025 年年度股东会
6月26日	五粮液	2025 年年度股东会
6月29日	百合股份	2025 年年度股东会
6月29日	千禾味业	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。

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	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