

食品饮料行业跟踪报告

淡季表现分化，龙头积极求变

——2026 年中期策略会交流反馈报告

- 近期华创证券于上海举行 2026 年中期策略会，结合产业与公司的交流反馈看，当前消费需求、成本波动等外部因素不确定性仍存，优质企业正积极寻找转型新路，产品推新及多元化布局稳步推荐，看好积极求变、产品力突出的企业提升市场份额。详细交流反馈如下：
- 酒类反馈：淡季需求持续偏弱，酒企普遍深化内功，提升费效。4 月以来步入淡季，酒类需求整体偏弱，价盘承压下行，酒企普遍收缩渠道费用，提升经营效率。具体分品类来看，白酒 4 月以来行业动销预计下滑双位数，龙头茅台量价表现相对坚挺，多数品牌批价小幅回调；黄酒行业动销有增长，头部企业积极作为，产品高端化+年轻化并举，目前已有初步成效，渠道库存相对可控。
1) 古越龙山：26 年务实深化内部改革，高端化与年轻化稳步推进。2) 白酒专家：淡季需求持续偏弱，茅台量价表现均较坚挺，普五 4 月以来渠道政策力度收缩、批价小幅下降，郎酒差异化竞争表现较好。
- 大众品反馈：26Q2 淡季需求平稳，业绩有望延续改善。一是渠道变革持续深化，传统商超客流逐步企稳，会员店、零食量贩成为核心增量引擎，企业普遍从盲目网点扩张转向存量精耕与新渠道协同开拓。二是产品结构持续优化，企业积极开辟新增长曲线。三是头部企业盈利能力稳步改善，26 年盐津、新乳业净利率预计稳中有升。1) 零食折扣专家：零售进入效率时代，巨头时代将至；2) 盐津铺子：战略路径清晰，盈利稳步提升；3) 新乳业：成长动能仍充足，盈利高增具备保障；4) 好想你：业务优化见效，经营稳步复苏；5) 均瑶健康：业务转型加速，双赛道驱动增长；6) 桃李面包：经营企稳，调整深化。
- 投资建议：底部信号渐明，白酒筑底分化，大众品业绩为王。当前板块基本面底部更加明确，市场预期和持仓逐步筑底，更需重视基本面率先回升至右侧的标的。具体来看：
 - 酒类：基本面加速筑底，关注动销拐点，全年维度优选茅台。节后白酒需求整体偏淡，酒企普遍优化费投力度，提升经营效率。26 年全年看，酒企从被动应对进入主动调整，机会在于茅台批价回落并企稳之后，预期筑底企稳。周期节奏上，25H2 板块矫枉过正、压力增大，26H1 酒企主动调整、曙光微现，26H2 有望拐点渐明、渐次改善。优先推荐穿越周期的绝对龙头茅台，其次关注见底节奏相对较快的古井、今世缘，持续推荐经营稳中向好的五粮液及汾酒，关注低基数下弹性品种老窖。
 - 大众品：业绩为王，优选餐供乳业龙头。一是需求结构性复苏，餐饮供应链及乳业 β 已在边际改善，优秀企业获取份额 α，且部分企业进入补库阶段；二是成本压力影响或在 H2 体现，调味品成本压力最为顺畅，乳业周期好转利好下游乳业龙头。标的上，餐饮供应链首推海天，优选安井、颐海、巴比，关注中炬、天味改善持续性，乳业推荐蒙牛、伊利、新乳业。此外，量贩业态、饮料景气度仍高，推荐旺季将至望迎催化的农夫、东鹏，关注鸣鸣很忙、万辰；持续推荐海外高增的安琪，战略性推荐华润啤酒等。
- 风险提示：宏观需求持续疲软、行业竞争加剧、成本上涨压制短期盈利等。

推荐（维持）

华创证券研究所

证券分析师：欧阳予

邮箱：ouyangyu@hcyjs.com

执业编号：S0360520070001

证券分析师：范子盼

邮箱：fanzipan@hcyjs.com

执业编号：S0360520090001

证券分析师：田晨曦

邮箱：tianchenxi@hcyjs.com

执业编号：S0360522090005

证券分析师：严文扬

邮箱：yanwenyang@hcyjs.com

执业编号：S0360525070006

证券分析师：董广阳

邮箱：dongguangyang@hcyjs.com

执业编号：S0360518040001

联系人：王培培

邮箱：wangpeipei@hcyjs.com

行业基本数据

		占比%
股票家数(只)	126	0.02
总市值(亿元)	39,362.77	2.96
流通市值(亿元)	38,282.43	3.61

相对指数表现

	%	1M	6M	12M
绝对表现	-6.4%	-13.9%	-16.4%	-16.4%
相对表现	-7.3%	-22.7%	-40.2%	-40.2%



相关研究报告

《乳制品行业深度研究报告：乳品深加工，乳业新蓝海》

2026-05-10

《食品饮料行业 2025 年报&2026 年一季报总结：底部信号渐明》

2026-05-07

目 录

一、 策略会反馈：酒类需求偏弱，大众品有望延续改善	3
（一） 酒类：淡季需求偏弱，企业普遍降费增效	3
（二） 大众品：淡季需求平稳，业绩改善向好	3
二、 投资建议：底部信号渐明，白酒筑底分化，大众品业绩为王	5
三、 风险提示	5

一、策略会反馈：酒类需求偏弱，大众品有望延续改善

近期华创证券于上海举行 2026 年中期策略会，结合产业与公司的交流反馈看，当前消费需求、成本波动等外部因素不确定性仍存，优质企业正积极寻找转型新路，产品推新及多元化布局稳步推荐，看好积极求变、产品力突出的企业提升市场份额。详细交流反馈如下：

（一）酒类：淡季需求偏弱，企业普遍降费增效

酒类整体观感：淡季需求持续偏弱，酒企普遍深化内功，提升费效。4 月以来步入淡季，酒类需求整体偏弱，价盘承压下行，酒企普遍收缩渠道费用，提升经营效率。具体分品类来看，白酒 4 月以来行业动销预计下滑双位数，龙头茅台量价表现相对坚挺，多数品牌批价小幅回调；黄酒行业动销有增长，头部企业积极作为，产品高端化+年轻化并举，目前已有初步成效，渠道库存相对可控。

- **古越龙山：26 年务实深化内部改革，高端化与年轻化稳步推进。**公司积极推进产品结构梳理与市场化经营改革，不追求短期激进增长，更侧重全链路管理提效与长期基础夯实，改革红利有望在未来 2-3 年逐步释放。产品端公司构建清晰矩阵，三年、五年系列作为基础口粮酒筑牢基本盘，青花醉系列打造价格带全覆盖的小通塔矩阵并启动瓶型升级，国酿系列实行限量与放量分层，坚持保真年份黄酒，凭借国内最大手工酿造产能及中央酒库老酒储备构筑中高端核心壁垒。年轻化产品积极拓圈，公司通过与华润联名“越小啤”、黄酒冰淇淋及低度预调酒等创新动作，成功卡位年轻消费场景，越小啤复购表现不错。渠道端公司持续优化经销商质量，2025 年主动出清部分低质渠道，2026 年侧重产品新老替换与线下调整，电商渠道目标两位数增长。
- **上海白酒专家：淡季需求持续偏弱，茅台价盘稳健。**五一节后淡季动销表现偏弱，商务场景未见起色，宴席场景降幅相对略小，4 月至 5 月上旬整体预计行业动销下滑双位数。品牌表现延续分化，茅台相对稳健，渠道库存较低，飞天批价坚挺，次新酒批价逐步回升，代售制改革渠道配合意愿较好，茅台 1935 动销延续增长态势表现突出。五粮液淡季周转较好，但批价较春节期间略有回落，4 月以来渠道政策已在缩减。郎酒主打“庄园酱酒”差异化竞争，消费者接受度较好。

（二）大众品：淡季需求平稳，业绩改善向好

大众品：26Q2 淡季需求平稳，业绩有望延续改善。一是渠道变革持续深化，传统商超客流逐步企稳，会员店、零食量贩成为核心增量引擎，企业普遍从盲目网点扩张转向存量精耕与新渠道协同开拓。二是产品结构持续优化，企业开辟新增长曲线。三是头部企业盈利能力稳步改善，26 年盐津、新乳业净利率预计稳中有升。具体公司反馈如下：

- **零食折扣专家：零售进入效率时代，巨头时代将至。**2020-2021 年是中国线下零售分水岭，行业从粗放红利期全面转向效率竞争阶段，未来 5-10 年将迎来消费巨头时代，头部企业规模有望实现数倍增长。核心逻辑在于全链路效率提升压缩中间环节与虚高毛利，行业并非走向去品牌化，而是淘汰伪品牌，留存优质产品品牌与强势零售自有品牌。零售下半场彻底告别卖货架的低效模式，转向以消费者为中心，聚焦冷、热、鲜、散、冻等电商难以替代的品类。当前行业核心创新方向为新鲜零食店与社区折扣店，前者通过品类折叠、低毛打高毛实现碾压式竞争，下沉空间广阔；后者

需坚持鲜食优先逻辑，大小店形成互补。行业集中度将快速提升，单一业态将被折叠整合，头部零售商自有品牌将打开数千亿市场空间。

- **盐津铺子：加速转型品牌驱动，盈利能力稳步提升。**公司加速由渠道驱动转向品牌驱动，26 年魔芋品类保持良好增长势头，全年收入增速有望达 30% 以上，当前麻薯口味占比超八成，月销破亿为行业稀缺爆款。海味与蛋类零食增长亮眼，全年增速有望在双位数以上；烘焙与薯类经营回暖。渠道端，传统流通渠道组织调整完成，零食量贩、高端会员商超渠道表现亮眼，山姆渠道单品位居肉制品品类前列。公司已完成 SKU 精简，产品结构持续优化，叠加魔芋原材料价格回落、供应链提质增效及规模效应，26 年净利率有望同比提升。
- **新乳业：成长动能充足，盈利提升具备保障。**公司多维度夯实成长基础，核心品牌唯品和活润成长动能较强，唯品依托山姆渠道快速扩张，同时拓展咖啡、高端茶饮 B 端客户，净利率表现优异；活润凭借轻食瓶、轻食杯大单品实现高增长，持续推进全国化渗透与新品迭代。渠道端布局多点开花，零食量贩、即时零售、会员店等均实现较好开拓进展，多款产品表现亮眼。Q2 以来经营延续较好势头、产品结构持续优化，26 年公司有望提前完成此前制定的五年净利率目标。
- **锅圈：经营延续景气，持续回馈股东。**2026 年 4 月、五一假期门店均实现中单位数同店增长，经营延续较高景气，同时目前开店符合预期，26Q1 门店净增 192 家，26Q2 净增数量有望环比 Q1 进一步提升，26H2 为传统开店旺季，预计全年净新增 3000 家门店左右。盈利层面，公司 26 年目标利润增速快于收入，自产比例提升、规模效应释放、费用精细化管理均提供改善空间。资本回报方面，公司年度分红不低于净利润的 60%，目前持续推进回购动作，积极回馈股东。
- **好想你：业务优化见效，经营稳步复苏。**公司持续推进业务结构优化升级，25 年通过产品清单管理，聚焦核心产品；优化渠道策略，重点突破省外商超渠道，提升电商渠道运营能力；红枣原料精准采购、生产精细化管理等举措，虽短期影响收入规模，但毛利率较大改善。26Q1 公司业绩迎来拐点，一方面产品端聚焦核心单品打造，黑金枣、去核枣、去皮去核枣、三蒸三制枣、红枣芝麻丸等核心产品销售亮眼；另一方面渠道端实施差异化布局，河南门店战区重点是高端产品体验营销，服务升级，同时积极探索新型门店建设，目前落地郑州黄河路城市旗舰店、开封清明上河园文旅首店，创新打造沉浸式消费体验；省外商超战区聚焦山姆、胖东来等高势能会员商超，实现规模突破；电商战区重点发展三蒸三制枣、去核枣等，持续引领新产品突破。股权激励绑定核心管理层和员工，行成向心力、凝聚力、战斗力。未来，公司将坚持四个不动摇和十大经营战略，不断提高盈利能力。
- **均瑶健康：业务转型加速，双赛道驱动增长。**公司味动力老品业务承压，坚持保毛利不跟进价格战，判断老品生命周期进入尾声，未来将全面转向低温饮品与益生菌双赛道。低温饮品重心转向存量产品开发和头部渠道 ODM 合作，与盒马的联合开发进展超预期，提供菌株技术与配方支持而非纯代工，毛利率表现相对较好，并同步持续扩张产能承接需求。益生菌业务形成 BC 双轮驱动，B 端均瑶润盈海外需求旺盛，凭借性价比优势获得客户替换订单，产能满产并规划扩产；C 端每日博士运营效率提升，已实现盈利，成为重要增长极。26 年收入弹性较大，利润端受益于历史减值包袱基本出清。
- **桃李面包：经营企稳，调整深化。**26 年公司多维度推进经营调整夯实基本面，一是渠道端放弃盲目网点扩张转向存量精耕，通过优化终端配置挖掘存量增量，传统商

超客流逐步修复，未来重点开拓早餐、酒店等稳定需求场景，同时与头部量贩零食品牌开展区域性合作；二是业务模式上在产能富余区域试点代工、小单快返、冻转鲜等创新业务，主要对接山姆、盒马等会员渠道，提供定制代工；三是产品端常态化执行 SKU 末位淘汰，精简终端产品数量，通过品类迭代和新鲜属性产品导流。公司 26 年设定稳健增长目标，二季度经营已恢复平稳，全年业绩预计呈现前弱后强的特征。

二、投资建议：底部信号渐明，白酒筑底分化，大众品业绩为王

当前板块基本面底部更加明确，市场预期和持仓逐步筑底，更需重视基本面率先回升至右侧的标的。具体来看：

酒类：基本面加速筑底，关注动销拐点，全年维度优选茅台。节后白酒需求整体偏淡，酒企普遍优化费投力度，提升经营效率。26 年全年看，酒企从被动应对进入主动调整，机会在于茅台批价回落并企稳之后，预期筑底企稳。周期节奏上，25H2 板块矫枉过正、压力增大，26H1 酒企主动调整、曙光微现，26H2 有望拐点渐明、渐次改善。当前优先推荐穿越周期的绝对龙头**茅台**，其次关注见底节奏相对较快的**古井**、**今世缘**，持续推荐经营稳中向好的**五粮液及汾酒**，关注低基数下弹性品种**老窖**。

大众品：业绩为王，优选餐供乳业龙头。一是需求结构性复苏，餐饮供应链及乳业 β 已在边际改善，优秀企业获取份额 α ，且部分企业进入补库阶段；二是成本压力影响或在 H2 体现，调味品成本压力最为顺畅，乳业周期好转利好下游乳业龙头。标的上，餐饮供应链首推**海天**，优选**安井**、**颐海**、**巴比**，关注**中炬**、**天味**改善持续性，乳业推荐**蒙牛**、**伊利**、**新乳业**。此外，量贩业态、饮料景气度仍高，推荐旺季将至望迎催化的**农夫**、**东鹏**，关注**鸣鸣很忙**、**万辰**；持续推荐海外高增的**安琪**，战略性推荐**华润啤酒**等。

三、风险提示

宏观需求持续疲软、行业竞争加剧、成本上涨压制短期盈利等。



食品饮料组团队介绍

研究所所长助理、消费研究中心大组长、食品饮料首席分析师：欧阳予

浙江大学本科，荷兰伊拉斯姆斯大学研究型硕士，9 年食品饮料研究经验。曾任职于招商证券，2020 年加入华创证券。2021-2024 年连续四届获新财富最佳分析师评选第一名，并多次获新浪金麒麟、水晶球、上证报和 21 世纪金牌分析师等最佳分析师评选第一名，2025 年获新财富最佳分析师评选第二名。

——白酒研究组（白酒、红酒、黄酒、酒类流通行业）

酒类研究小组组长、高级分析师：田晨曦

英国伯明翰大学硕士，2020 年加入华创证券研究所，5 年消费行业研究经验。

助理研究员：王培培

南开大学金融学硕士，2024 年加入华创证券研究所。

——大众品研究组（低度酒、软饮料、乳肉制品、调味品、烘焙休闲食品、预制食品、餐饮连锁、食品配料）

大众品研究组组长、资深分析师：范子盼

中国人民大学硕士，7 年消费行业研究经验，曾任职于长江证券，2020 年加入华创证券研究所。

研究员：严文炆

南京大学经济学硕士，2023 年加入华创证券研究所。

执委会委员、副总裁、华创证券研究所所长、新财富白金分析师：董广阳

上海财经大学经济学硕士，17 年食品饮料研究经验。曾任职于招商证券，瑞银证券。自 2013 至 2025 年，获得新财富最佳分析师八届第一，三届第二，一届第三，获金牛奖最佳分析师连续三届第一，连续三届全市场最具价值分析师，获水晶球最佳分析师四届第一，获新浪金麒麟最佳分析师连续六届第一，获上证报最佳分析师评选五届第一。

华创证券机构销售通讯录

地区	姓名	职务	办公电话	企业邮箱
北京机构销售部	张昱洁	副总经理、北京机构销售总监	010-63214682	zhangyujie@hcyjs.com
	张菲菲	北京机构副总监	010-63214682	zhangfeifei@hcyjs.com
	张婷	北京机构销售副总监		zhangting3@hcyjs.com
	刘懿	副总监	010-63214682	liuyi@hcyjs.com
	顾翎蓝	资深销售经理	010-63214682	gulinglan@hcyjs.com
	刘颖	资深销售经理	010-66500821	liuying5@hcyjs.com
	阎星宇	销售经理		yanxingyu@hcyjs.com
	车一哲	销售经理		cheyizhe@hcyjs.com
	张羽驰	销售经理		zhangyuchi@hcyjs.com
	骆振琳	高级销售经理		luozhenlin@hcyjs.com
	刘亚东	销售经理		liuyadong@hcyjs.com
	白嘉琪	销售助理		baijiaqi@hcyjs.com
	吴昱颖	销售经理		wuyuying@hcyjs.com
	龚佳宁	机构销售		gongjianing@hcyjs.com
	周怡圆	资深销售经理		zhouyiyuan@hcyjs.com
	刘泽群	销售经理		liuzequn@hcyjs.com
深圳机构销售部	张娟	副总经理、深圳机构销售总监	0755-82828570	zhangjuan@hcyjs.com
	张嘉慧	资深销售经理	0755-82756804	zhangjiahui1@hcyjs.com
	王春丽	资深销售经理	0755-82871425	wangchunli@hcyjs.com
	王越	高级销售经理		wangyue5@hcyjs.com
	汪丽燕	销售经理	0755-83715428	wangliyan@hcyjs.com
	温雅迪	销售经理		wenyadi@hcyjs.com
	胡丁琳	销售经理		hudinglin@hcyjs.com
	付雅琦	销售经理		fuyaqi@hcyjs.com
	王艺嘉	销售助理		wangyijia1@hcyjs.com
上海机构销售部	许彩霞	总经理助理、上海机构销售总监	021-20572536	xucaixia@hcyjs.com
	祁继春	上海机构销售副总监		qijichun@hcyjs.com
	黄畅	上海机构销售副总监	021-20572257-2552	huangchang@hcyjs.com
	吴俊	资深销售经理	021-20572506	wujun1@hcyjs.com
	张佳妮	资深销售经理	021-20572585	zhangjian1@hcyjs.com
	郭静怡	高级销售经理		guojingyi@hcyjs.com
	蒋瑜	高级销售经理	021-20572509	jiangyu@hcyjs.com
	吴菲阳	资深销售经理		wufeiyang@hcyjs.com
	朱涨雨	高级销售经理	021-20572573	zhuzhangyu@hcyjs.com
	许馨匀	销售助理		xuxinyun@hcyjs.com
	李凯月	高级销售经理		likaiyue@hcyjs.com
	张豫蜀	销售经理	15301633144	zhangyushu@hcyjs.com
	刘雯	销售经理		liuwen@hcyjs.com
	金可依	销售经理		jinkeyi@hcyjs.com
	武晶晶	销售经理		wujingjing@hcyjs.com
	武君书	销售经理		wujunshu@hcyjs.com
	姜茜	销售助理		jiangxi@hcyjs.com
	罗兰丹波	资深销售经理		luolandanbo@hcyjs.com
	章依若	销售经理		zhangyiruo@hcyjs.com

广州机构销售部	谢玮颖	资深销售经理		xieweiyi@hcyjs.com
	段佳音	广州机构销售总监	0755-82756805	duanjiayin@hcyjs.com
	王世韬	高级销售经理		wangshitao1@hcyjs.com
	古舞	销售助理		guwu@hcyjs.com
	曹雅博	高级销售经理		caoyabo@hcyjs.com
私募销售组	潘亚琪	机构服务部总经理助理	021-20572559	panyaqi@hcyjs.com
	汪子阳	副总监	021-20572559	wangziyang@hcyjs.com
	江赛专	副总监	0755-82756805	jiangsaizhuan@hcyjs.com
	汪戈	副总监	021-20572559	wangge@hcyjs.com
	宋丹琦	高级销售经理	021-25072549	songdanyu@hcyjs.com
	赵毅	销售经理		zhaoyi@hcyjs.com
	陈孟昕	销售经理		chenmengxin@hcyjs.com
	文焱艺	销售经理		wenyanyi@hcyjs.com
	王秋晓	销售经理		wangqiuxiao@hcyjs.com
	谭雯欣	销售经理		tanwenxin@hcyjs.com
	陈蕾	销售助理		chenlei1@hcyjs.com
	赵方圆	销售经理		zhaofangyuan@hcyjs.com

华创行业公司投资评级体系

基准指数说明：

A 股市场基准为沪深 300 指数，香港市场基准为恒生指数，美国市场基准为标普 500/纳斯达克指数。

公司投资评级说明：

强推：预期未来 6 个月内超越基准指数 20%以上；
推荐：预期未来 6 个月内超越基准指数 10% - 20%；
中性：预期未来 6 个月内相对基准指数变动幅度在-10% - 10%之间；
回避：预期未来 6 个月内相对基准指数跌幅在 10% - 20%之间。

行业投资评级说明：

推荐：预期未来 3-6 个月内该行业指数涨幅超过基准指数 5%以上；
中性：预期未来 3-6 个月内该行业指数变动幅度相对基准指数-5% - 5%；
回避：预期未来 3-6 个月内该行业指数跌幅超过基准指数 5%以上。

分析师声明

每位负责撰写本研究报告全部或部分内容的分析师在此作以下声明：

分析师在本报告中所提及的证券或发行人发表的任何建议和观点均准确地反映了其个人对该证券或发行人的看法和判断；分析师对任何其他券商发布的所有可能存在雷同的研究报告不负有任何直接或者间接的可能责任。

本报告涉及股票贵州茅台（600519），根据上市公司公告，贵州茅台的控股股东茅台集团持有本公司的控股股东华创云信 4.06%的股份。本报告涉及股票新乳业（002946），根据深圳证券交易所股票上市规则，本公司与上市公司存在关联关系。

免责声明

本报告仅供华创证券有限责任公司（以下简称“本公司”）的客户使用。本公司不会因接收人收到本报告而视其为客户。

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。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。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。本公司在知晓范围内履行披露义务。

报告中的内容和意见仅供参考，并不构成本公司对具体证券买卖的出价或询价。本报告所载信息不构成对所涉及证券的个人投资建议，也未考虑到个别客户特殊的投资目标、财务状况或需求。客户应考虑本报告中的任何意见或建议是否符合其特定状况，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。本报告中提及的投资价格和价值以及这些投资带来的预期收入可能会波动。

本报告版权仅为本公司所有，本公司对本报告保留一切权利。未经本公司事先书面许可，任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制、发表、转发或引用本报告的任何部分。如征得本公司许可进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“华创证券研究”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节和修改。

证券市场是一个风险无时不在的市场，请您务必对盈亏风险有清醒的认识，认真考虑是否进行证券交易。市场有风险，投资需谨慎。

华创证券研究所

北京总部	广深分部	上海分部
地址：北京市西城区锦什坊街 26 号 恒奥中心 C 座 3A	地址：深圳市福田区香梅路 1061 号 中投国际 商务中心 A 座 19 楼	地址：上海市浦东新区花园石桥路 33 号 花旗大厦 12 层
邮编：100033	邮编：518034	邮编：200120
传真：010-66500801	传真：0755-82027731	传真：021-20572500
会议室：010-66500900	会议室：0755-82828562	会议室：021-20572522