仅供内部参考，请勿外传！

双节消费延续增长

食品饮料

■ 26 年中秋、国庆节消费趋势解读专题

姓名	电话	邮箱	登记编号
訾猛(分析师)	021-38676442	zimeng@gtht.com	S0880513120002
胡慧铭(分析师)	021-38085637	huhuiming@gtht.com	S0880526010003
李美仪(分析师)	021-38038667	limeiyi@gtht.com	S0880524080002
陈力宇(分析师)	021-38677618	chenliyu@gtht.com	S0880522090005

评级： 增持

相关报告

食品饮料《旺季平淡，供给侧理性》2026.09.27

食品饮料《双节预期理性，关注实际动销》2026.09.25

食品饮料《白酒出清寻底，大众品价值凸显》2026.09.19

食品饮料《消费红利价值凸显》2026.09.14

食品饮料《白酒报表出清，大众品 Q3 边际改善可期》2026.09.13

本报告导读：

中秋国庆双节假期零售和餐饮企业日均销售额延续修复，总量维持增长；居民端消费偏理性，服务消费整体强于实物消费。

投资要点：

- **投资建议：**大众品改善趋势确定，白酒加速出清，推荐成长及超跌标的。1）白酒加速探底，推荐率先出清标的：迎驾贡酒、古井贡酒、今世缘、金徽酒、珍酒李渡、舍得酒业及价格弹性标的：贵州茅台、五粮液、泸州老窖、山西汾酒；2）调味品、餐供具备量价回升弹性，推荐海天味业、颐海国际（港股）、安琪酵母、宝立食品、安井食品、千禾味业、巴比食品；3）推荐产业上行周期的健康食品及部分零食：百龙创园、西麦食品、鲜龙科技（港股）、盐津铺子、洽洽食品、鸣鸣很忙（港股）、万辰集团、卫龙美味（港股）、劲仔食品；4）啤酒旺季动销提速，推荐百润股份、华润啤酒（港股）、青岛啤酒、珠江啤酒；5）饮料成长推荐农夫山泉（港股）、东鹏饮料，高股息推荐中国食品（港股）、康师傅控股（港股）、统一企业中国（港股）；6）乳制品推荐蒙牛乳业、伊利股份、新乳业、三元股份、优然牧业（港股）、现代牧业（港股）、妙可蓝多。
- **商圈营业额维持增长，出行人次高位流动支撑场景需求。**商务部数据显示，中秋全国重点零售和餐饮企业日均销售额同比增长 6.1%；国庆前三天，商务部监测商圈客流增长 3.4%、营业额增长 5.3%。中秋三天全社会跨区域人员流动量为 64316.1 万人次，日均 21438.7 万人次，较 24 年中秋增长 2.2%；国庆前四天全社会跨区域人员流动量 12.44 亿人次，同比基本持平，双节拼假带动下中长线跨省出行和返程需求活跃。我们认为当前假期消费总量延续修复，居民端消费偏理性。高性价比与补贴消费受欢迎，服务消费强于实物消费，县域与地方特色场景成为重要增量来源。
- **白酒：旺季平淡，国庆延续中秋表现。**白酒行业 2026 年双节动销较为平淡，本次中秋和国庆间隔休假，其中国庆作为重要的礼赠和宴席窗口、未观察到明显加速迹象，我们预计国庆白酒动销趋势与中秋大体接近，双节白酒销量预计同比下滑。相比之下白酒价格表现好于销量，9 月发货使得高端白酒批价小幅回调，但市场对价格的信心整体维持。结构方面，双节市场分化依然明显，价格带以高端酒以及 100-300 元大众酒表现较好，品牌端以各价位龙头表现最佳。总的来看，白酒已从此前渠道发货压货驱动转向真实动销驱动，品牌方不再强压任务量，旺季供给侧保持理性，渠道实际动销表现有望好于酒厂发货情况，行业延续去库态势。
- **大众品：假期餐饮需求集中，家庭聚会、出行带来场景增量。**中秋餐饮主要承接家庭团圆、亲友聚会，国庆餐饮聚焦游客到店、本地休闲和跨城探店等场景。零食景气分化，量贩渠道保持相对优势。品类端看，高蛋白、低 GI 等健康零食热度提升明显，部分细分新品快速成长，未来潜力较大。
- **风险提示：**宏观经济波动加大、行业竞争加剧、食品安全风险。

仅供内部参考，请勿外传！

目录

1. 双节消费修复，总量延续增长 3
2. 白酒：旺季平淡，国庆延续中秋表现 3
3. 大众品：假期餐饮需求集中，零食景气分化 4
4. 盈利预测与估值 5
5. 风险提示 7

仅供内部参考，请勿外传！

1. 双节消费修复，总量延续增长

2026 年中秋国庆假期商圈营业额维持增长。商务部数据显示，中秋全国重点零售和餐饮企业日均销售额比去年农历同期增长 6.1%；78 个步行街、商圈客流与营业额分别增长 6.4%、5.1%。国庆前三天，商务部监测商圈客流增长 3.4%、营业额增长 5.3%。按营业额指数及客流指数测算，中秋单位客流对应营业额同比约-1.2%，国庆前三天同比约+1.8%，中秋假期阶段客流增长更多、国庆阶段收入转化更强。我们认为当前假期消费总量延续修复，居民端消费偏理性。高性价比与补贴消费受欢迎，服务消费强于实物消费，县域与地方特色场景成为重要增量来源。

出行人次小幅增长，高位流动支撑场景需求。中秋三天全社会跨区域人员流动量为 64316.1 万人次，日均 21438.7 万人次，较 2024 年中秋增长 2.2%国庆前四天全社会跨区域人员流动量 12.44 亿人次，与去年同期基本持平；10 月 4 日为 30539 万人次，增长 1.3%。10 月 5 日为 30333.7 万人次，增长 1.7%，其中铁路边际增速较快，达 2104.7 万人次、增长 28.5%，民航 245 万人次、增长 1.7%，公路 27831 万人次、增长 0.1%。双节拼假带动下，中长线跨省出行和返程需求活跃。

以旧换新带动汽车、家电消费，智能、健康商品具备结构性亮点。国庆前三天，消费品以旧换新带动销售额 196.3 亿元，惠及 348.3 万人次。其中汽车 4.6 万辆、带动 74.5 亿元；家电 151.1 万台、带动 65.0 亿元；数码及智能产品 170.9 万件、带动 49.0 亿元。中秋前两天带动销售额 115.3 亿元，惠及 190.7 万人次。中秋商务部重点平台有机食品销售额增长 36.3%，智能穿戴设备增长 1.2 倍，具身智能机器人增长 93.1%，户外运动装备增长 30.2%，新品类、新使用场景受平台渗透与小基数影响增长亮眼。

免税消费人数修复，客单价有所下降。海口海关数据显示，国庆前三天海南离岛免税购物金额 3.6 亿元，人数 5.5 万人次，件数 27.7 万件，同比增长 8.9%、12.9%、8.0%。测算人均购物约 6497 元，客单金额同比约降 3.6%。中秋三天免税金额 2.3 亿元、人数 3.9 万人次、件数 17.9 万件，测算客单约 5984 元、每人 4.6 件，国庆前三天客单较中秋高。

2. 白酒：旺季平淡，国庆延续中秋表现

国庆白酒动销延续中秋态势。2026 年中秋假期已过，国庆假期接近尾声。从中秋节后、国庆节前的反馈来看（来源微酒、华夏酒报、红星资本局等媒体公开渠道），本次双节需求侧较为理性，团购大单表现一般，消费者购买侧重于实际需求，囤货行为较少发生，渠道普遍持谨慎态度。当前处在国庆假期后期，国庆作为重要的礼赠和宴席窗口，延续前期市场表现，未观察到明显加速迹象，我们认为一方面系大众出游分流所致，另一方面宴席中较为重要的婚宴需求正承压、表现为单场规模收缩和用酒量下滑。**因此，我们预计国庆白酒动销趋势与中秋大体接近，预计渠道对此已有预期。**

双节销量预计同比下滑，价表现好于量。从量、价指标来看，本次中秋国庆白酒：**1）销量层面：**依赖饮酒场景修复，由于一些场景仍有压力（如部分宴请、礼赠等），预计此次旺季白酒动销同比有所下滑；边际上，动销跌幅预计相较 26Q2 有所收窄。**2）价格层面：**表现相对积极，7 月以来普飞、普五、茅台 1935 价盘整体上移，9 月发货使得高端白酒批价小幅回调，市场对价格的信心整体维持；我们认为，考虑到旺季未出现明显压货行为，渠道库存总体可控，若无额外放量和购物节大幅冲击，节后白酒价格体系有望保持相对平稳状态。

仅供内部参考，请勿外传！

价位带分化，龙头继续攫取份额。在总量相对承压背景下，行业呈现较为明显的品牌和价位带分化，1）品牌端以全国化名酒和区域强势品牌为引领。**2）价位带**上 100-300 元表现最佳，高端品牌凭借相应礼赠和宴请需求支撑而相对较优；相比之下次高端价位较为疲软、部分需求分流至低价位带，总体来看，大众消费韧性相对更强，我们认为这也是酒企转向 C 端并加大消费者运营的重要原因。实际需求决定品牌未来发展，当前酒企多以终端份额提升为重要目标，由此营销动作多围绕市场占领展开，同时数字化手段进步也提升了酒企市场监控能力，加速理性化发展进程。

总体来看，白酒已从此前渠道发货压货驱动转向真实动销驱动，品牌方不再强压任务量，渠道资金状况未明显恶化，酒厂和渠道的关系逐步缓和，双方以做市场、促动销、提升瓶为共同目标；基于此，渠道实际动销表现有望好于酒厂发货情况。

行业行至底部，供给侧理性，推动库存去化。2025 年白酒行业报表出现深度调整，2026H1 这一趋势延续，半年报出清加速，调整幅度与 2025 年相近。从调整时长和调整幅度来看，我们认为白酒目前已经处在底部区间；尽管动销端尚未回到同比正增，渠道对未来需求仍保持谨慎态度，但考虑到去库和批价逐步企稳，我们认为产业的健康度依然在提升。在此背景下，供给侧保持理性，行业有望延续去库态势，伴随业绩出清卸下报表负担，优秀品牌有望逐步企稳改善。

3. 大众品：假期餐饮需求集中，零食景气分化

餐饮需求具备韧性，家庭聚会、出行带来场景增量。中秋餐饮主要承接家庭团圆、亲友聚会，国庆餐饮聚焦游客到店、本地休闲和跨城探店等场景。抖音生活服务数据显示，双节期间抖音餐饮团购订单量同比增长近 80%，中秋“团圆饭”相关订单量同比增长超 105%。双节餐饮需求更依赖旅行途中和本地特色场景，同时向下沉市场和县域扩散，团购、套餐、即时零售和预订制消费占比提升。

零食景气分化，量贩渠道保持相对优势。我们预计量贩零食龙头 Q3 以来至今仍保持较快开店速度，品类结构不断优化及精细化运营管理助力下，同店或实现稳中有增，结构性景气持续，中秋国庆假期出行带动下预计仍是零食销售表现较好的渠道，量贩零食双强优势进一步凸显。在中秋国庆双节分开的背景下，我们预计零食礼盒礼赠场景表现相对平淡，同时消费趋势上或延续对性价比的关注。品类端看，高蛋白、低 GI 等健康零食热度提升明显，部分细分新品快速成长，未来潜力较大；魔芋短期增速因龙头渠道优化调整等因素有所放缓但仍具相对优势，龙头公司魔芋产品口味、形态创新加速落地，例如盐津铺子 9 月中旬推出大魔王双脆贡菜魔芋、卫龙美味 9 月底推出酸辣无油雪魔芋，品类创新叠加渠道优化有望驱动后续增长。

仅供内部参考，请勿外传！

4. 盈利预测与估值

表1：食饮板块重点标的盈利预测及估值

股票代码	公司	总市值	归母净利润（亿元）			CAGR	PE			PEG	PS			评级
		（亿元）	25A	26E	27E	25-27	25A	26E	27E		25A	26E	27E	
600519.SH	贵州茅台	15,734	823.20	836.36	879.57	3%	19	19	18	5.6	9.1	8.6	8.3	增持
000858.SZ	五粮液	2,719	89.54	161.43	176.97	41%	30	17	15	0.4	6.7	5.9	5.5	增持
000568.SZ	泸州老窖	1,064	108.31	79.04	82.33	-13%	10	13	13	-	4.1	5.5	5.3	增持
600809.SH	山西汾酒	1,410	122.46	97.48	110.23	-5%	12	14	13	-	3.6	4.1	3.9	增持
600702.SH	舍得酒业	109	2.23	2.01	3.26	21%	49	54	33	2.6	2.5	2.6	2.4	中性
600779.SH	水井坊	128	4.06	2.84	4.06	0%	31	45	31	3257.2	4.2	4.7	4.2	增持
000799.SZ	酒鬼酒	119	-0.34	0.33	0.63	-	-	361	189	-	10.8	10.4	9.5	增持
002304.SZ	洋河股份	561	22.06	38.52	45.92	44%	25	15	12	0.3	2.9	2.7	2.6	增持
603369.SH	今世缘	350	26.04	25.66	26.82	1%	13	14	13	9.1	3.4	3.4	3.3	增持
000596.SZ	古井贡酒	495	35.49	26.02	34.30	-2%	14	19	14	-	2.6	3.3	3.0	增持
603198.SH	迎驾贡酒	310	19.86	20.79	21.87	5%	16	15	14	3.0	5.1	4.8	4.6	增持
603589.SH	口子窖	106	6.73	12.05	12.58	37%	16	9	8	0.2	2.7	2.3	2.2	增持
600559.SH	老白干酒	100	4.30	4.88	5.54	14%	23	21	18	1.5	2.4	2.4	2.3	增持
603919.SH	金徽酒	88	3.54	2.71	3.67	2%	25	33	24	18.5	3.0	2.8	2.6	增持
600197.SH	伊力特	44	2.16	2.85	3.30	23%	20	15	13	0.7	2.6	2.2	1.9	增持
6979.HK	珍酒李渡	240	5.23	8.11	9.64	36%	46	30	25	0.8	6.6	5.7	4.9	增持
600600.SH	青岛啤酒	682	45.88	47.45	50.59	5%	15	14	13	2.9	2.1	2.1	2.1	增持
0291.HK	华润啤酒	519	33.71	53.83	57.36	30%	15	10	9	0.3	1.4	1.4	1.3	增持
600132.SH	重庆啤酒	184	12.31	12.76	13.49	5%	15	14	14	3.1	1.3	1.2	1.2	增持
002461.SZ	珠江啤酒	186	9.04	9.90	11.02	10%	21	19	17	1.8	3.2	3.0	2.9	增持
002568.SZ	百润股份	203	6.37	7.28	8.16	13%	32	28	25	2.1	6.9	6.3	5.7	增持
605499.SH	东鹏饮料	824	44.15	52.15	61.40	18%	19	16	13	0.9	3.9	3.4	2.9	增持
000848.SZ	承德露露	83	6.27	7.29	7.87	12%	13	11	11	0.9	2.6	2.3	2.3	增持
605337.SH	李子园	36	1.96	1.53	1.67	-8%	18	24	22	-	2.8	2.7	2.6	谨慎增持
603711.SH	香飘飘	48	0.95	2.58	2.66	67%	50	19	18	0.3	1.6	1.5	1.3	增持
605198.SH	安德利	212	3.30	3.51	4.14	12%	64	60	51	5.1	12.7	12.0	10.4	增持
9633.HK	农夫山泉	3,800	158.68	177.54	200.30	12%	24	21	19	1.7	7.2	6.3	5.6	增持
0322.HK	康师傅控股	557	45.01	45.74	49.42	5%	12	12	11	2.5	0.7	0.7	0.7	增持
0220.HK	统一企业中国	260	20.50	21.09	22.64	5%	13	12	11	2.4	0.8	0.8	0.8	增持
2460.HK	华润饮料	149	9.85	10.99	12.83	14%	15	14	12	1.0	1.4	1.2	1.1	增持
1768.HK	鸣鸣很忙	623	23.29	37.38	53.56	52%	24	17	12	0.3	0.9	0.7	0.6	增持
300972.SZ	万辰集团	301	13.45	25.45	33.61	58%	22	12	9	0.2	0.6	0.4	0.3	增持
300783.SZ	三只松鼠	67	1.55	3.39	4.04	61%	43	20	17	0.3	0.7	0.6	0.6	增持
002847.SZ	盐津铺子	117	7.48	8.60	10.60	19%	16	14	11	0.7	2.0	1.8	1.6	增持
003000.SZ	劲仔食品	42	2.43	2.65	3.28	16%	17	16	13	1.0	1.7	1.4	1.3	增持
9985.HK	卫龙美味	135	14.25	15.41	17.42	11%	9	9	8	0.8	1.9	1.7	1.6	增持
603697.SH	有友食品	41	1.86	2.41	2.91	25%	22	17	14	0.7	2.6	2.0	1.8	增持
002557.SZ	洽洽食品	93	3.18	6.05	6.91	47%	29	15	13	0.3	1.4	1.2	1.2	增持
002956.SZ	西麦食品	55	1.72	2.69	3.26	38%	32	20	17	0.5	2.5	2.0	1.7	增持
600887.SH	伊利股份	1,727	115.65	101.11	127.91	5%	15	17	14	3.3	1.5	1.4	1.4	增持
2319.HK	蒙牛乳业	572	15.45	49.77	56.31	91%	37	11	10	0.1	0.7	0.7	0.6	增持
002946.SZ	新乳业	128	7.31	8.80	10.63	21%	17	14	12	0.7	1.1	1.1	1.0	增持
600882.SH	妙可蓝多	98	1.18	3.20	4.35	92%	83	31	23	0.3	1.7	1.4	1.2	增持
600429.SH	三元股份	73	-2.26	2.43	2.90	-	-	30	25	-	1.1	1.0	0.9	增持
600419.SH	天润乳业	28	0.41	1.24	1.68	101%	68	23	17	0.2	1.0	0.9	0.9	增持
9858.HK	优然牧业	147	-4.32	17.70	30.75	-	-	8	5	-	0.7	0.7	0.6	增持
1117.HK	现代牧业	96	-11.29	5.61	15.56	-	-	17	6	-	0.8	0.7	0.7	增持
603288.SH	海天味业	1,938	70.38	77.53	86.26	11%	28	25	22	2.3	6.7	6.2	5.7	增持
603027.SH	千禾味业	97	3.48	4.47	5.09	21%	28	22	19	1.0	3.8	3.4	3.0	增持
603317.SH	天味食品	133	5.70	7.30	8.37	21%	23	18	16	0.9	3.9	3.3	2.9	增持
600872.SH	中炬高新	133	5.37	7.18	7.93	22%	25	19	17	0.9	3.2	2.7	2.5	增持
600298.SH	安琪酵母	325	15.44	18.04	20.47	15%	21	18	16	1.2	1.9	1.7	1.5	增持
603170.SH	宝立食品	55	2.63	3.01	3.51	16%	21	18	16	1.2	1.9	1.6	1.4	增持
603345.SH	安井食品	265	13.59	17.19	19.61	20%	19	15	13	0.8	1.6	1.5	1.3	增持
1579.HK	颐海国际	143	8.54	9.90	10.80	12%	14	12	11	1.0	1.9	1.7	1.5	增持
6715.HK	鲜龙科技	66	3.63	4.19	4.82	15%	13	14	12	0.9	7.4	6.3	5.5	增持

仅供内部参考，请勿外传！

001215.SZ	千味央厨	32	0.64	0.69	0.81	13%	50	45	39	3.5	1.7	1.4	1.3	增持
605089.SH	味知香	30	0.69	1.01	1.22	33%	44	30	25	0.9	4.3	4.0	3.6	增持
605338.SH	巴比食品	43	2.73	2.97	3.31	10%	16	14	13	1.4	2.3	2.2	2.0	增持
002216.SZ	三全食品	101	5.45	5.72	6.10	6%	19	18	17	3.0	1.5	1.4	1.3	增持
300973.SZ	立高食品	44	3.05	2.71	3.18	2%	14	16	14	7.5	1.0	0.9	0.8	增持
9676.HK	十月稻田	39	4.28	3.45	4.69	5%	9	11	8	2.4	0.6	0.5	0.4	增持
000895.SZ	双汇发展	820	51.05	54.57	57.77	6%	16	15	14	2.4	1.4	1.3	1.3	增持
603057.SH	紫燕食品	74	2.36	2.57	3.01	13%	31	29	25	2.2	2.3	2.2	2.0	增持
605016.SH	百龙创园	89	3.69	4.96	6.57	34%	24	18	13	0.5	6.4	5.1	4.0	增持
300755.SZ	华致酒行	47	-3.69	0.15	0.71	-	-	316	67	-	0.8	0.9	0.8	增持
0151.HK	中国旺旺	275	38.37	41.60	43.84	7%	7	7	6	1.0	1.1	1.1	1.1	增持
0506.HK	中国食品	89	8.62	9.27	9.50	5%	10	10	9	1.9	0.4	0.4	0.4	增持

数据来源：wind、国泰海通证券研究

备注：数据更新至 20261007，单位均为人民币元，港股换算汇率：1 HKD=0.85CNY



仅供内部参考，请勿外传！

5. 风险提示

1、宏观经济波动加大：若宏观经济波动加大，或影响顺周期行业销量及价格，市场或下修板块盈利预期。

2、行业竞争加剧：若行业竞争显著加剧，或对个股业绩产生负面影响，板块估值体系将有压力。

3、食品安全风险：食品安全事件的出现或对食品饮料企业品牌及业绩表现产生负面影响。

仅供内部参考，请勿外传！

本公司具有中国证监会核准的证券投资咨询业务资格

分析师声明

作者具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格或相当的专业胜任能力，保证报告所采用的数据均来自合规渠道，分析逻辑基于作者的职业理解，本报告清晰准确地反映了作者的研究观点，力求独立、客观和公正，结论不受任何第三方的授意或影响，特此声明。

免责声明

本报告仅供国泰海通证券股份有限公司（以下简称“本公司”）授权客户使用。本公司不会因接收人收到本报告而视其为本公司的当然客户。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告。

本报告的信息来源于已公开的资料，本公司对该等信息的准确性、完整性或可靠性不作任何保证。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。

本报告中所指的投资及服务可能不适合个别客户，不构成客户私人咨询建议。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见均不构成对任何人的投资建议。在任何情况下，本公司、本公司员工或者关联机构不承诺投资者一定获利，不与投资者分享投资收益，也不对任何人因使用本报告中的任何内容所引致的任何损失负任何责任。投资者务必注意，其据此做出的任何投资决策与本公司、本公司员工或者关联机构无关。

本公司利用信息隔离墙控制内部一个或多个领域、部门或关联机构之间的信息流动。因此，投资者应注意，在法律许可的情况下，本公司及其所属关联机构可能会持有报告中提到的公司所发行的证券或期权并进行证券或期权交易，也可能为这些公司提供或者争取提供投资银行、财务顾问或者金融产品等相关服务。在法律许可的情况下，本公司的员工可能担任本报告所提到的公司的董事。

市场有风险，投资需谨慎。投资者不应将本报告作为作出投资决策的唯一参考因素，亦不应认为本报告可以取代自己的判断。在决定投资前，如有需要，投资者务必向专业人士咨询并谨慎决策。

本报告版权仅为本公司所有，未经书面许可，任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制、发表或引用。如征得本公司同意进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“国泰海通证券研究”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节和修改。

若本公司以外的其他机构（以下简称“该机构”）发送本报告，则由该机构独自为此发送行为负责。通过此途径获得本报告的投资者应自行联系该机构以要求获悉更详细信息或进而交易本报告中提及的证券。本报告不构成本公司向该机构之客户提供的投资建议，本公司、本公司员工或者关联机构亦不为该机构之客户因使用本报告或报告所载内容引起的任何损失承担任何责任。

评级说明

投资建议的比较标准

投资评级分为股票评级和行业评级。

以报告发布后的 12 个月内的市场表现为比较标准，报告发布日后的 12 个月内的公司股价（或行业指数）的涨跌幅相对同期的沪深 300 指数涨跌幅为基准。

	评级	说明
股票投资评级	增持	相对沪深 300 指数涨幅 10%以上
	谨慎增持	相对沪深 300 指数涨幅介于 5%～10%之间
	中性	相对沪深 300 指数涨幅介于-5%～5%
	减持	相对沪深 300 指数下跌 5%以上
	无评级	对于个股未来市场表现与基准指数相比无明确观点
行业投资评级	增持	明显强于沪深 300 指数
	中性	基本与沪深 300 指数持平
	减持	明显弱于沪深 300 指数

国泰海通证券研究所

地址 上海市黄浦区中山南路 888 号 邮编 200011 电话 （021）38676666