

食品饮料行业 11 月线上数据分析专题

双十一效应明显，各行业动销良好

推荐（维持）

- **事件：**11月阿里线上电商数据披露，我们重点对白酒、乳制品、调味品、保健品及休闲食品等子行业线上销售情况进行分析。
- **白酒：线上保持同比高增，热销品牌格局稳定。**11月阿里系白酒销售 10.04 亿元，同增 62.4%，销量 329.4 万件，同增 56.8%。分品牌来看，11月茅台销售额 1.69 亿元，同增 55.1%，销量 17.24 万件，同降 17.9%，均价 980 元，同增 88.8%；五粮液 11 月销售额 1.40 亿元，同增 43.7%，销量 14.8 万件，同增 25.0%，均价 949 元，同增 15.0%，本月茅台及五粮液均价提升，预计与双 11 活动期间茅台酒及普五系列放量有关。泸州老窖销售额 5515 万元，同增 136.5%；洋河销售额 9742.91 万元，同增 42.4%。
- **乳制品：线上销售增长较快，伊利蒙牛增长态势良好。**11月阿里渠道液奶行业销售额 8.4 亿元，同增 46.2%，销量 1127.3 万件，同增 22.8%，均价 74.3 元，同增 19.1%，环增 30.8%。伊利销售额 1.4 亿元，同增 27.2%，销量 218.0 万件，同增 16.4%，均价 65.8 元，同增 9.3%；蒙牛销售额 2.3 亿元，同增 20.1%，销量 310.6 万件，同降 1.8%，均价 73.3 元，同增 22.3%。伊利和蒙牛 11 月线上份额分别为 17.1%、27.2%，同比均有所下降，预计与双 11 期间进口品牌加大活动力度有关。
- **调味品：销售额保持高增，量价齐升延续。**11月阿里渠道日常调味品子行业销售额 2.4 亿元，同增 88.9%，销售量为 913.7 万件，同增 73.9%，均价 26.6 元，同增 8.6%。分品牌来看，海天、千禾、太太乐等品牌销售额位居前 3 名，分别占比 11%、7%、5%。就主要酱油品牌来看，海天、厨邦持续高增，其中海天销售额同增 113.5%，厨邦销售额同增 199.0%，千禾销售额同增 67.7%。
- **保健品：线上维持高增长，Swisse 与汤臣倍健稳居前二。**11月阿里渠道保健品销售额 35.0 亿元，同增 49.4%。其中海外保健品 11 月销售额 19.6 亿元，同增 59.6%。分渠道来看，天猫渠道实现销售额 15.4 亿元，同增 61.8%，淘宝渠道实现销售额 4.2 亿元，同增 51.9%；天猫销售占比 78.5%，同比提升 1.1pcts。分品牌看，Swisse、汤臣倍健和 GNC 分别位列保健品线上销售额前三名，其中 Swisse 11 月线上销售额达 2.56 亿元，同降 6.4%；汤臣倍健销售额 2.26 亿，位居第二，同增 56.9%，GNC 健安喜销售同增 36.2%，Muscletech 销售额 7335.1 万元，同增 13.1%，排名第 4。由于跨境进口政策落地叠加双十一促销因素，11 月海外保健品品牌表现不俗。
- **休闲食品：双十一拉动线上销售，三只松鼠、良品铺子表现良好。**11月阿里系休闲食品线上销售额 85.8 亿元，同增 52.1%。其中销量同增 28.1%，均价同增 18.7%。分子行业看，糕点类销售额 23.0 亿元，位居子行业第一，同增 233.9%，环增 12.3%，饼干销售额 13.0 亿元，同增 54.2%，延续 10 月（+61.1%）以来的高增速，位居子行业第二。坚果销售额 16.5 亿元，同增 10.3%。11 月阿里系休闲食品销售额 Top3 仍为三只松鼠、良品铺子和百草味，其中三只松鼠 11 月销售额 11.9 亿元，同增 41.5%；良品铺子销售额 4.7 亿元，同增 35.3%；百草味销售额 4.7 亿元，同降 7.1%。休闲食品行业线上 CR3 为 24.7%，同降 5.2pcts。
- **风险提示：**阿里数据代表性欠佳，食品安全风险，宏观经济下滑。

华创证券研究所

证券分析师：方振

邮箱：fangzhen@hcyjs.com
执业编号：S0360518090003

证券分析师：董广阳

电话：021-20572598
邮箱：dongguangyang@hcyjs.com
执业编号：S0360518040001

联系人：杨传忻

电话：021-20572505
邮箱：yangchuanxin@hcyjs.com

行业基本数据

		占比%
股票家数(只)	89	2.5
总市值(亿元)	22,406.55	4.38
流通市值(亿元)	19,134.57	5.22

相对指数表现

%	1M	6M	12M
绝对表现	3.04	-21.8	-4.68
相对表现	4.01	-5.98	15.85



相关研究报告

- 《食品饮料行业 2019 年度投资策略：无关晴雨，守望价值》
2018-11-22
- 《食品饮料行业周报（20181119-20181125）：跨境电商进口政策落地，五粮液部署来年营销重点》
2018-11-25
- 《食品饮料行业周报（20181126-20181202）：茅台加大非标投放，白酒板块预期修复》
2018-12-02

目录

一、白酒：线上保持同比高增，热销品牌格局稳定.....	5
二、乳制品：线上销售增长较快，伊利蒙牛增长态势良好.....	6
三、调味品：线上销售高增，量价齐升延续.....	8
四、保健品：线上维持高增长，Swisse 与汤臣倍健稳居前二.....	10
五、休闲食品：双十一拉动线上销售，三只松鼠、良品铺子表现良好.....	12
六、风险提示.....	15

图表目录

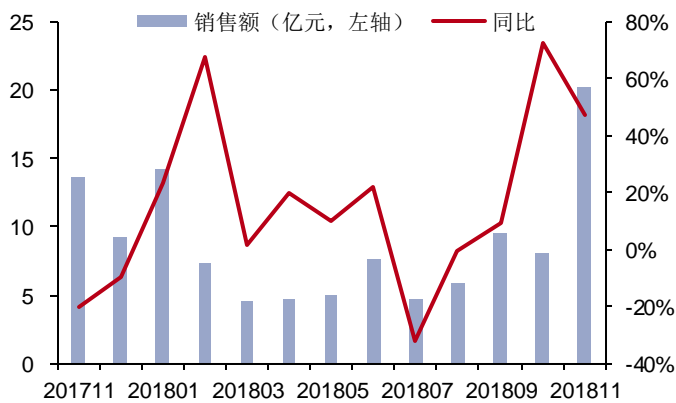
图表 1	阿里渠道酒类销售额及增速 (亿元, %)	5
图表 2	阿里渠道国产白酒销售额及增速 (亿元, %)	5
图表 3	11 月热销品牌排行榜	5
图表 4	贵州茅台销售额及增速 (万元, %)	6
图表 5	五粮液销售额及增速 (万元, %)	6
图表 6	洋河股份销售额及增速 (万元, %)	6
图表 7	泸州老窖销售额及增速 (万元, %)	6
图表 8	阿里渠道乳制品销售额及增速 (亿元, %)	7
图表 9	阿里渠道白奶及酸奶占比变化 (%)	7
图表 10	白奶销售额及增速 (亿元, %)	7
图表 11	酸奶销售额及增速 (亿元, %)	7
图表 12	伊利、蒙牛、光明线上销售额 (万元)	7
图表 13	伊利、蒙牛、光明线上销售额增速 (%)	7
图表 14	伊利、蒙牛、光明线上均价 (元)	8
图表 15	11 月各品牌份额占比 (%)	8
图表 16	伊利、蒙牛、光明主要热销产品	8
图表 17	调味品销售额及增速 (亿元, %)	9
图表 18	调味品子行业销售额占比	9
图表 19	海天味业销售额及增速 (万元, %)	9
图表 20	厨邦销售额及增速 (万元, %)	9
图表 21	千禾销售额及增速 (万元, %)	9
图表 22	欣和销售额及增速 (万元, %)	9
图表 23	酱油品类热销产品前 10 名	10
图表 24	保健品行业销售额及增速 (亿元, %)	10
图表 25	保健品行业当月销售量及增速 (万件, %)	10
图表 26	海外保健品销售额及增速 (亿元, %)	11
图表 27	海外保健品渠道占比 (亿元, %)	11
图表 28	汤臣倍健、Swisse、Muscletech 销售额增速 (%)	11
图表 29	11 月保健品线上格局	11
图表 30	Swisse 天猫与淘宝销售占比 (%)	12
图表 31	Muscletech 天猫与淘宝销售占比 (%)	12
图表 32	汤臣倍健 11 月热销 Top3	12

图表 33	Swisse 11 月热销 Top3.....	12
图表 34	休闲零食行业销售情况（亿元，%）.....	13
图表 35	子品类销售情况.....	13
图表 36	三只松鼠阿里平台销售额（亿元，%）.....	13
图表 37	良品铺子阿里平台销售额（亿元，%）.....	13
图表 38	百草味阿里平台销售额（亿元，%）.....	13
图表 39	11 月阿里平台行业竞争格局.....	13
图表 40	阿里线上平台热销榜单.....	14
图表 41	11 月三只松鼠热销 Top3.....	14
图表 42	11 月百草味热销 Top3.....	14
图表 43	11 月良品铺子热销 Top3.....	14

一、白酒：线上保持同比高增，热销品牌格局稳定

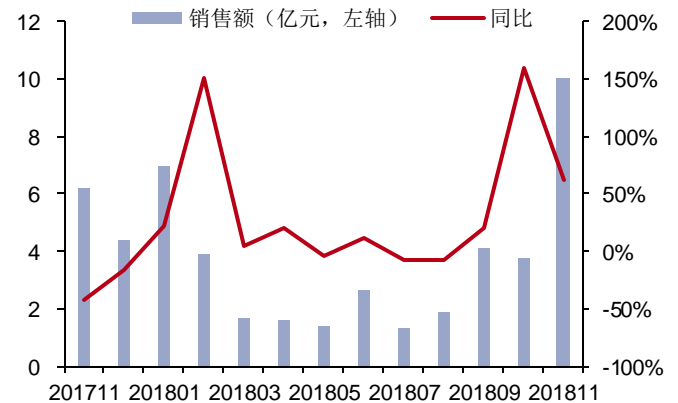
双十一带动环比高增，白酒线上销量高增。11 月阿里渠道酒类总计销售额 20.22 亿元，同比增长 47.6%，销量 964.49 万件，同比增长 48.8%，平均价格 209.67 元，同比下降 0.8%。国产白酒线上销售额 10.04 亿元，同比增长 62.4%，销售量 329.36 万件，同比增长 56.8%，平均价格 304.8 元，同比增长 3.5%。从销售额排名来看，茅台五粮液洋河占据前三，茅台销售额同比增长 55.1%，五粮液销售额同比增长 43.7%，洋河销售额同比增长 42.4%。此外，习酒、水井坊、古井贡酒等名酒重回销售额排行前 9 名。11 月行业销售额环比增长 150.9%，销售量环比增长 72.3%，双十一带动效应明显。

图表 1 阿里渠道酒类销售额及增速（亿元，%）



资料来源：淘数据、华创证券

图表 2 阿里渠道国产白酒销售额及增速（亿元，%）



资料来源：淘数据、华创证券

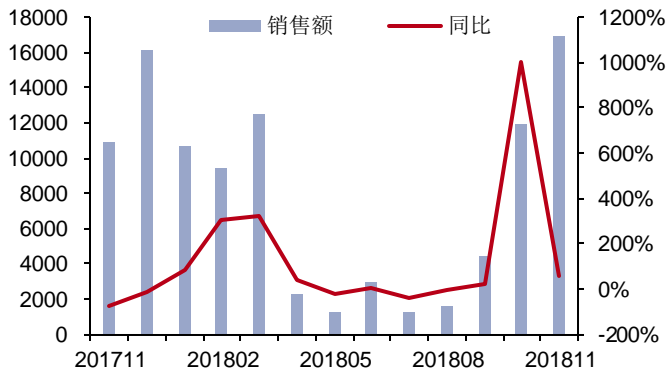
图表 3 11 月热销品牌排行榜

排名	2018 年 11 月			2018 年 10 月		
	品牌	销售额 (万元)	占比	品牌	销售额 (万元)	占比
1	茅台	16894	17%	茅台	11938	31%
2	五粮液	14010	14%	五粮液	3149	8%
3	洋河	9743	10%	洋河	1712	5%
4	泸州老窖	5515	5%	西凤	1288	3%
5	汾酒	4165	4%	泸州老窖	1139	3%
6	习酒	2961	3%	汾酒	814	2%
7	水井坊	2688	3%	牛栏山	744	2%
8	西凤	2665	2%	酒三爷	568	1%
9	古井贡	2361	2%	侠客传奇	178	0%

资料来源：淘数据、华创证券

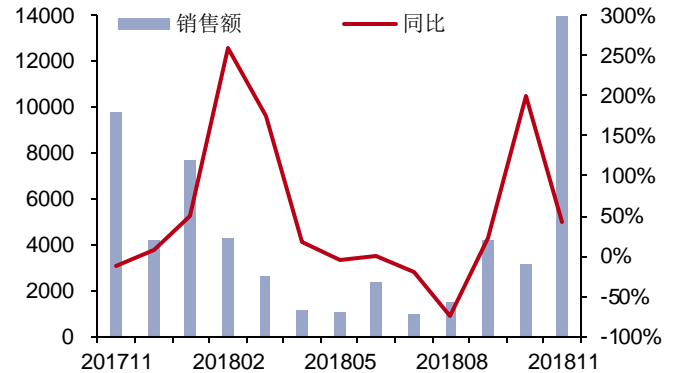
高端白酒均有不错增长，茅台五粮液均价提升明显。分品牌来看，11 月茅台销售额 1.69 亿元，同比增长 55.1%，排名首位，销量同比下降 17.9%，均价 980 元，同比增长 88.8%；五粮液 11 月销售额 1.40 亿元，同比增长 43.7%，销量同比增长 25.0%，均价 949 元，同比增长 15.0%，环比增长 77.1%。本月茅台及五粮液均价提升，预计与双 11 活动期间茅台酒及普五系列放量有关，普五系列销售占比约 26.1%，环比上月提升 16.1pcts；泸州老窖销售额 5515 万元，同比增长 136.5%，销量同比增长 165.2%，均价 363 元，同比下降 10.8%；洋河销售额 9742.91 万元，同比增长 42.4%，销量同比下降 1.5%，均价 570 元，同比增长 44.6%。

图表 4 贵州茅台销售额及增速（万元，%）



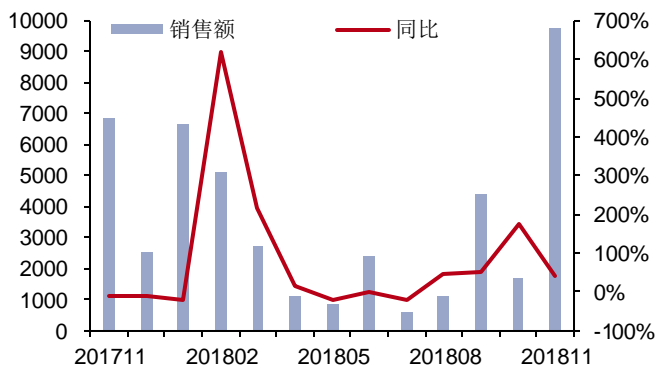
资料来源：淘数据、华创证券

图表 5 五粮液销售额及增速（万元，%）



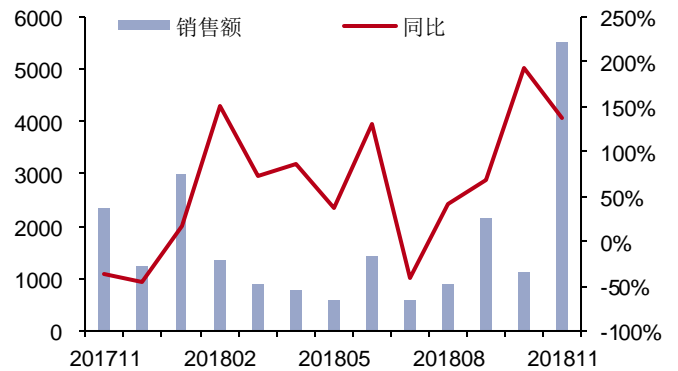
资料来源：淘数据、华创证券

图表 6 洋河股份销售额及增速（万元，%）



资料来源：淘数据、华创证券

图表 7 泸州老窖销售额及增速（万元，%）

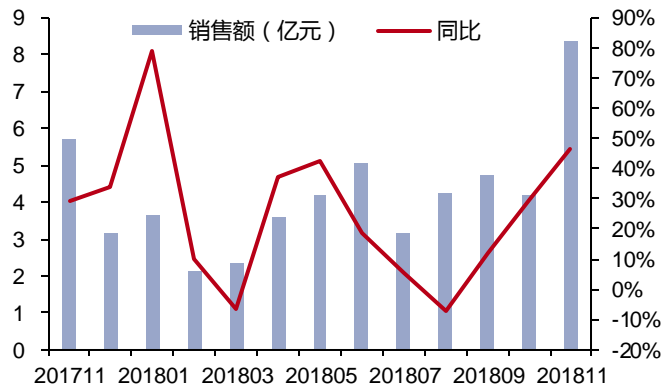


资料来源：淘数据、华创证券

二、乳制品：线上销售增长较快，伊利蒙牛增长态势良好

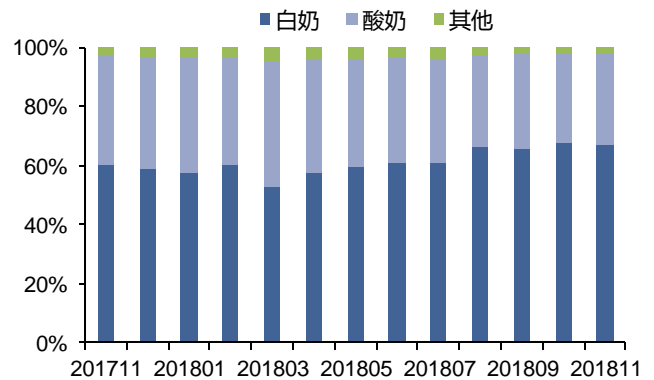
线上销售增长较快，单月均价有所提升。11月阿里渠道液奶行业销售额 8.4 亿元，同比增长 46.2%，销售量 1127.3 万件，同比增长 22.8%，双十一带动明显。平均产品价格 74.3 元，同比增长 19.1%，环比增长 30.8%，我们预计或与高端产品双 11 热销及促销力度有所放缓有关。分子品类来看，白奶占比 66.8%，同比提升 6.2pcts，酸奶占比 31.7%，同比下降 5.4pcts。其中 11 月白奶销售额为 5.6 亿元，同比增长 61.3%，均价 80.4 元，同比增长 29.3%，环比增长 29.7%；11 月酸奶销售额 2.7 亿元，同比增长 24.9%，均价 67.6 元，同比增长 1.4%，环比增长 31.9%。

图表 8 阿里渠道乳制品销售额及增速 (亿元, %)



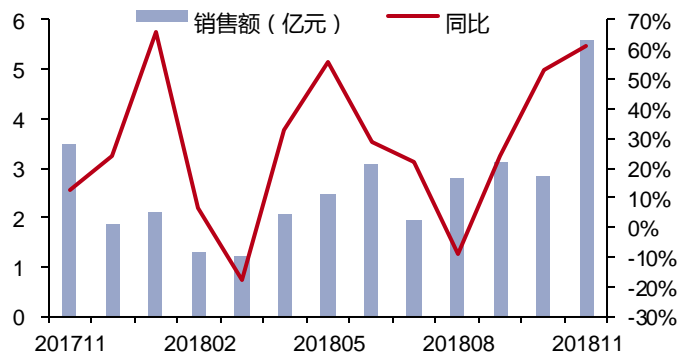
资料来源: 淘数据, 华创证券

图表 9 阿里渠道白奶及酸奶占比变化 (%)



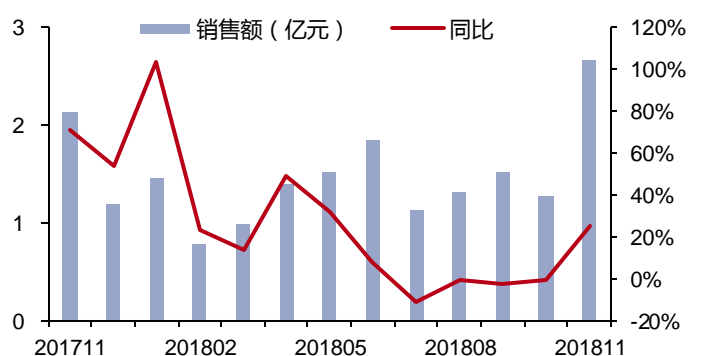
资料来源: 淘数据, 华创证券

图表 10 白奶销售额及增速 (亿元, %)



资料来源: 淘数据, 华创证券

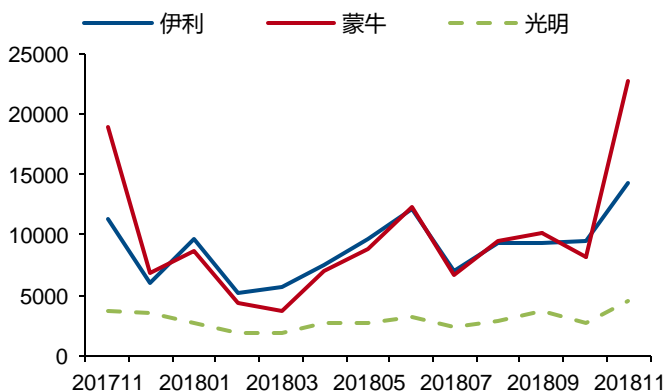
图表 11 酸奶销售额及增速 (亿元, %)



资料来源: 淘数据, 华创证券

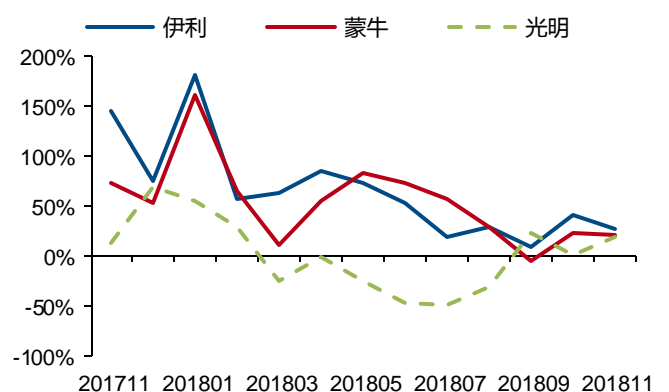
伊利蒙牛销售额高增, 线上份额有所下降。11 月阿里渠道伊利销售额 1.4 亿元, 同比增长 27.2%, 销量 218.0 万件, 同比增长 16.4%, 均价 65.8 元, 同比增长 9.3%, 环比增长 20.0%; 蒙牛销售额 2.3 亿元, 同比增长 20.1%, 销量 310.6 万件, 同比下降 1.8%, 均价 73.3 元, 同比增长 22.3%, 环比增长 34.7%; 光明销售额 4472.6 万元, 同比增长 19.1%, 销量 62.2 万件, 同比增长 20.1%, 均价 71.9 元, 同比下降 0.8%, 环比增长 6.8%。伊利和蒙牛 11 月线上份额分别为 17.1%、27.2%, 同比均有所下降, 预计与双 11 期间进口品牌加大活动力度有关。

图表 12 伊利、蒙牛、光明线上销售额 (万元)



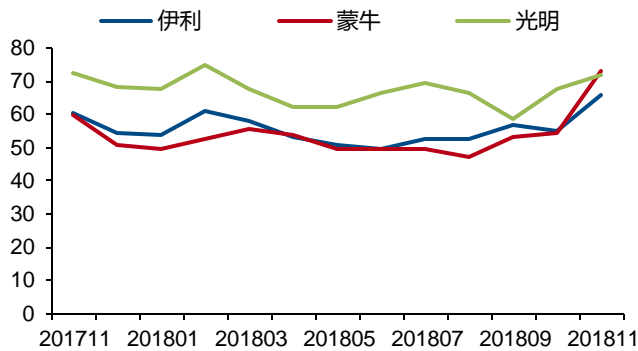
资料来源: 淘数据, 华创证券

图表 13 伊利、蒙牛、光明线上销售额增速 (%)



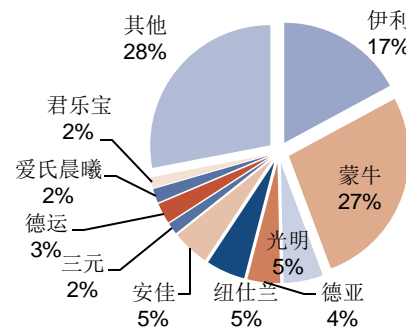
资料来源: 淘数据, 华创证券

图表 14 伊利、蒙牛、光明线上均价 (元)



资料来源: 淘数据, 华创证券

图表 15 11 月各品牌份额占比 (%)



资料来源: 淘数据, 华创证券

蒙牛伊利主要产品价格环比有所上涨。11 月阿里渠道蒙牛产品引领白奶酸奶品类, 其中纯甄(24 盒装)销售额 3485.9 万元, 均价 86.9 元, 较上月略有下降; 特仑苏纯牛奶(16 盒装)销售额 2587.3 万元, 均价 90 元, 较上月明显上涨。光明莫斯利安酸奶(24 盒装)销售额 1700.2 万元, 均价 79.9 元, 与上周持平。伊利安慕希(12+4 盒装)销售额 1403.3 万元, 均价 61.6 元, 较上月有所上涨; 伊利金典有机奶(16 盒装)销售额 1030.9 万元, 均价为 102.0 元, 较上月上涨明显。本周伊利、蒙牛、光明主要产品价格大多高于上月。

图表 16 伊利、蒙牛、光明主要热销产品

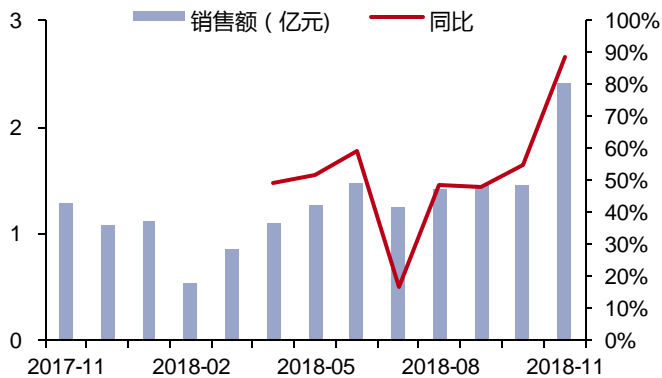
产品	201810		201811	
	价格 (元)	销售额 (万元)	价格 (元)	销售额 (万元)
蒙牛纯甄常温酸奶 200g*24 盒	89.9	1359.85	86.9	3485.85
蒙牛纯牛奶 PURE MILK250ml*16 盒	36.9	1094.31	60.0	3199.51
蒙牛特仑苏纯牛奶 250ml*16 盒	68.9	1376.93	90.0	2587.30
光明莫斯利安酸奶 200g*24 盒	79.9	1069.92	79.9	1700.18
伊利安慕希原味酸奶 205g*12+4 盒	53.9	813.31	61.6	1403.26
蒙牛低脂高钙纯牛奶 250ml*16 盒	45.9	430.84	60.0	1400.17
伊利金典有机纯牛奶 250ml*16 盒	75.8	171.21	102.0	1030.89
伊利高钙低脂奶 250ml*24 盒	63.9	1245.18	65.9	996.72
伊利无菌砖纯牛奶 250ml*24 盒	59.9	1118.15	72.0	845.81

资料来源: 淘数据, 华创证券

三、调味品: 线上销售高增, 量价齐升延续

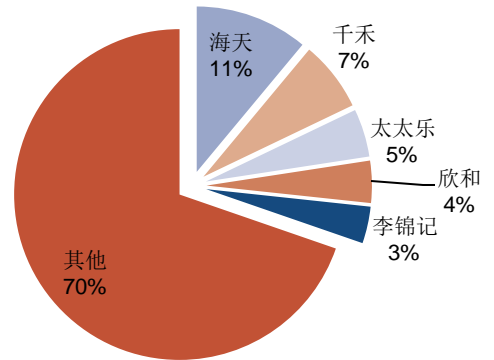
行业线上销售增速加快, 海天、厨邦维持高增。11 月阿里渠道日常调味品子行业销售额 2.4 亿元, 同比增长 88.9%, 销售量为 913.7 万件, 同比增长 73.9%, 平均价格 26.6 元, 同比增长 8.6%。分品牌来看, 海天、千禾、太太乐等品牌销售额位居前 3 名, 分别占比 11%、7%、5%。主要调味品牌来看, 海天销售额为 2678.8 万元, 同比增长 113.5%, 厨邦销售额为 413.5 万元, 同比增长 199.0%, 千禾销售额为 1660.6 万元, 同比增长 67.7%, 欣和销售额为 997.8 万元, 同比增长 77.6%。

图表 17 调味品销售额及增速 (亿元, %)



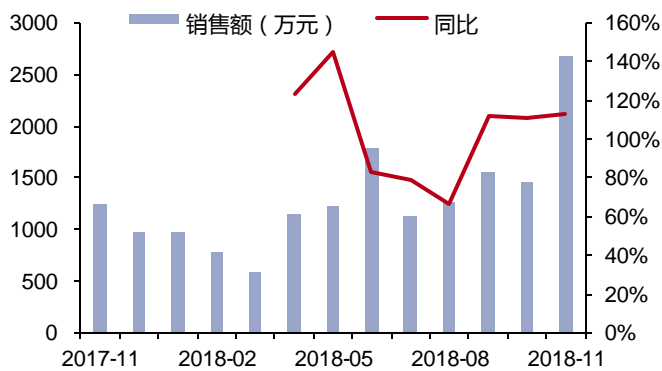
资料来源: 淘数据, 华创证券

图表 18 调味品子行业销售额占比



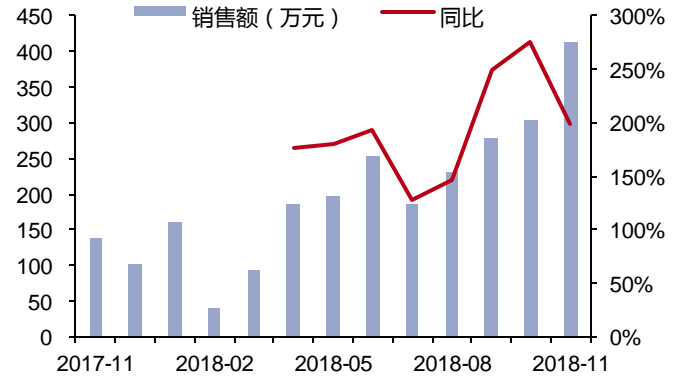
资料来源: 淘数据, 华创证券

图表 19 海天味业销售额及增速 (万元, %)



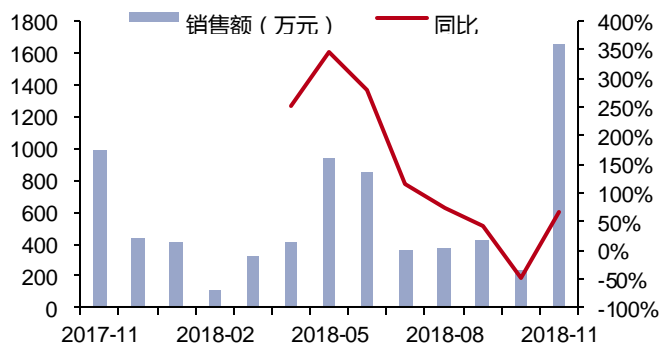
资料来源: 淘数据, 华创证券

图表 20 厨邦销售额及增速 (万元, %)



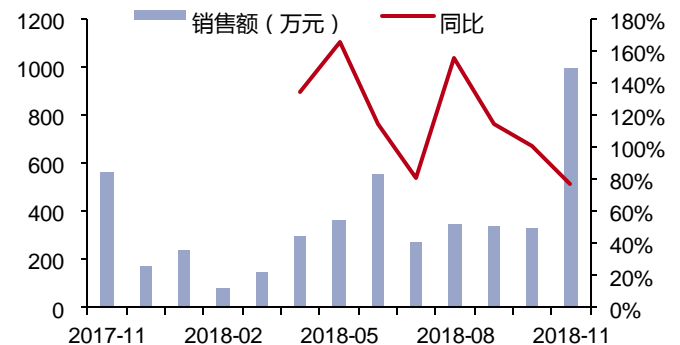
资料来源: 淘数据, 华创证券

图表 21 千禾销售额及增速 (万元, %)



资料来源: 淘数据, 华创证券

图表 22 欣和销售额及增速 (万元, %)



资料来源: 淘数据, 华创证券

海天强势占据热销榜单, 千禾表现良好。从 11 月热销产品来看, 在酱油热销产品前 10 名中, 海天占 6 位, 仍处于优势地位。千禾成为最大黑马, 旗下两款零添加酱油的当月销售额从分列第二和第四位, 李锦记和欣和跻身 11 月阿里渠道酱油行业热销产品前十名。

图表 23 酱油品类热销产品前 10 名

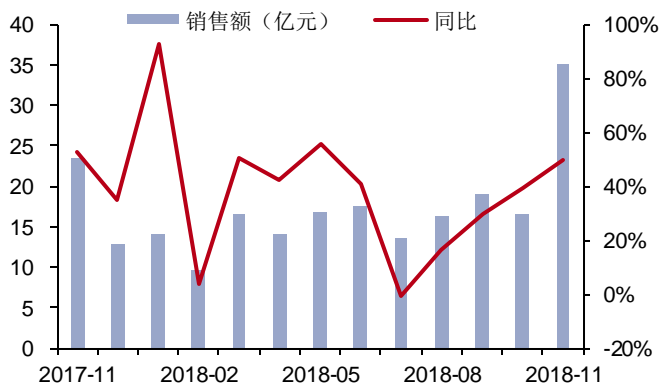
宝贝名称	销售量 (件)	销售金额 (万元)	平均价格
海天招牌味极鲜 2.25kg*2+蚝油 700g*2 酱油箱装	51287	518.00	101
【千禾_零添加酱油】御藏本酿 180 天酱油 1L*2 纯粮酿造特级酱油生抽	94648	499.74	53
海天金标生抽 1280ml*2+上等蚝油 520g 酱油厨房调料组合	86063	331.34	39
【千禾_零添加酱油】御藏特级生抽 180 天 1L*2 纯粮食酿造	24701	165.00	67
海天招牌味极鲜 2.25KG*2 生抽促销装送超值赠品 赠品随机	22708	117.63	52
欣和官方旗舰店 六月鲜酱油生抽特级酱油 1000ml*2+赠料酒 190ml	22819	100.40	44
海天旗舰店 招牌味极鲜特级生抽 1.52kg*2 瓶	20037	99.98	50
海天特级金标生抽 500ml 酱油 炒菜凉拌火锅 健康厨房调料	60133	96.21	16
李锦记薄盐生抽 1750ml 天然薄盐健康酱油精选原料	30400	85.73	28
海天招牌味极鲜酱油 2.25Kg 生抽 炒菜凉拌调料赠品随机送	19599	78.40	40

资料来源: 淘数据, 华创证券

四、保健品: 线上维持高增长, Swisse 与汤臣倍健稳居前二

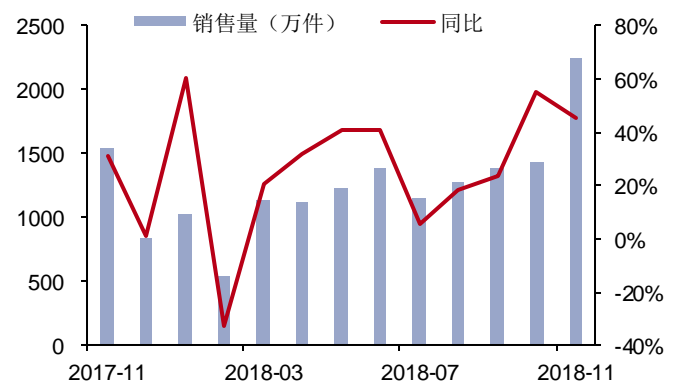
11 月行业保持高增, 品牌店影响力持续提升。11 月阿里渠道保健品销售额 35.0 亿元, 同比增长 49.4%, 环比增长 111.2%。11 月阿里线上渠道保健品行业整体均价同比增长 2.7%, 环比增长 35.5%。海外保健品方面, 11 月销售额 19.64 亿元, 同比增长 59.6%, 环比增长 164.0%。分渠道看, 天猫渠道销售额达 15.41 亿元, 同比增长 61.84%, 环比增长 250.0%, 淘宝渠道实现销售额 4.23 亿元, 同比增长 51.92%; 天猫渠道销售占比 78.5%, 同比提升 1.1pcts, 品牌店占比持续提升。

图表 24 保健品行业销售额及增速 (亿元, %)



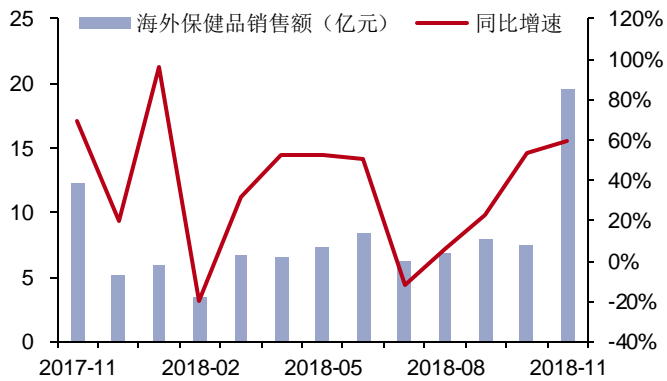
资料来源: 淘数据, 华创证券

图表 25 保健品行业当月销售量及增速 (万件, %)



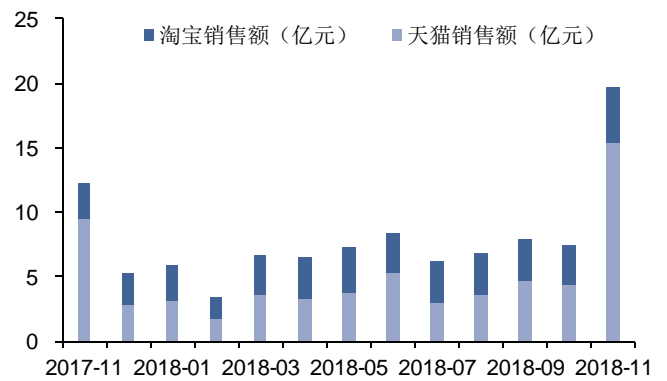
资料来源: 淘数据, 华创证券

图表 26 海外保健品销售额及增速 (亿元, %)



资料来源: 淘数据, 华创证券

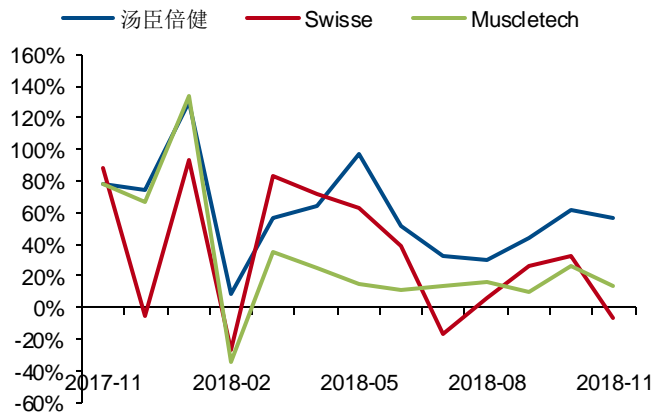
图表 27 海外保健品渠道占比 (亿元, %)



资料来源: 淘数据, 华创证券

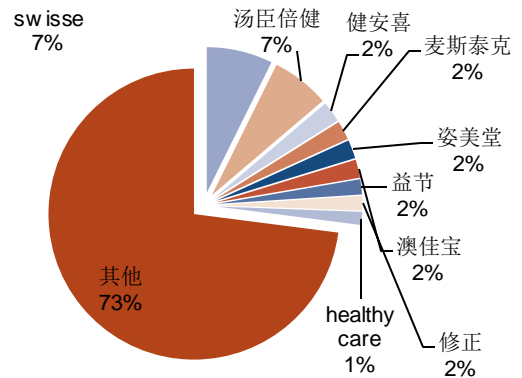
Swisse 与汤臣倍健继续稳居前二。11 月 Swisse、汤臣倍健、健安喜分别位列保健品阿里系线上销售额前三名, 其中 Swisse 11 月线上销售额达 2.56 亿元, 同比下降 6.4%; 汤臣倍健销售额 2.26 亿, 位居第二, 同比增长 56.9%; GNC 健安喜销售额 8075 万, 同比增长 36.2%; Muscletech 销售额 7335.1 万元, 同比增长 13.1%, 排名第四。线上 CR5 占比为 20.26%, 同比下降 5.3pcts。Swisse 与 Muscletech 天猫品牌店销售占比持续提升, 但受去年双十一高基数影响, 同比略有下降。其中 Swisse 天猫销售占 87.9%, 环比提升 17.0pcts, 同比下降 3.9pcts, Muscletech 天猫销售占比 90.7%, 环比提升 11.7pcts, 同比下降 1.1pcts。

图表 28 汤臣倍健、Swisse、Muscletech 销售额增速 (%)

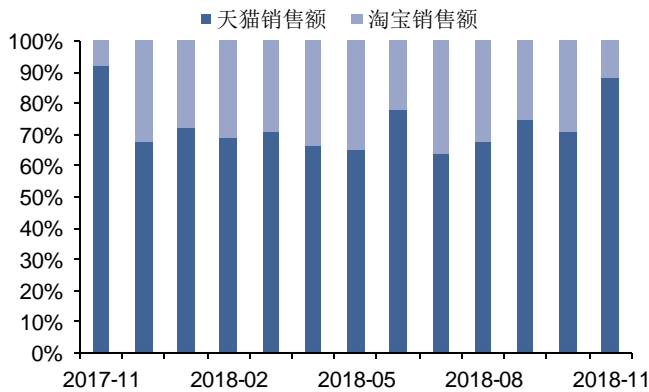


资料来源: 淘数据, 华创证券

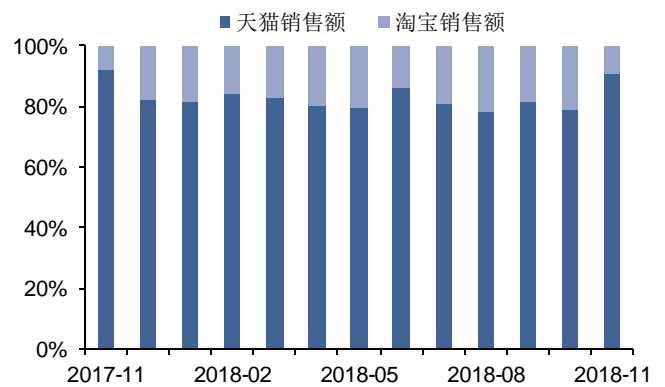
图表 29 11 月保健品线上格局



资料来源: 淘数据, 华创证券

图表 30 Swisse 天猫与淘宝销售占比 (%)


资料来源：淘数据，华创证券

图表 31 Muscletech 天猫与淘宝销售占比 (%)


资料来源：淘数据，华创证券

营养类产品较受欢迎, Swisse 销量第一为护肝片。海外保健品热销产品总榜中膳食补充剂类和营养类产品较受欢迎。分品牌看, Swisse 护肝片销量遥遥领先, 钙片+维生素 D 产品热销; 汤臣倍健左旋肉碱茶多酚片为榜首, 蛋白营养粉动销良好。

图表 32 汤臣倍健 11 月热销 Top3

排名	产品	销量 (万件)	销售额 (万元)	均价 (元)
1	汤臣倍健左旋肉碱茶多酚片*4 瓶	6.7	875.1	129.9
2	6 件礼盒装汤臣倍健蛋白质营养粉	1.7	618.0	358.0
3	汤臣倍健营养蛋白粉	1.6	589.6	376.0

资料来源：淘数据，华创证券

图表 33 Swisse 11 月热销 Top3

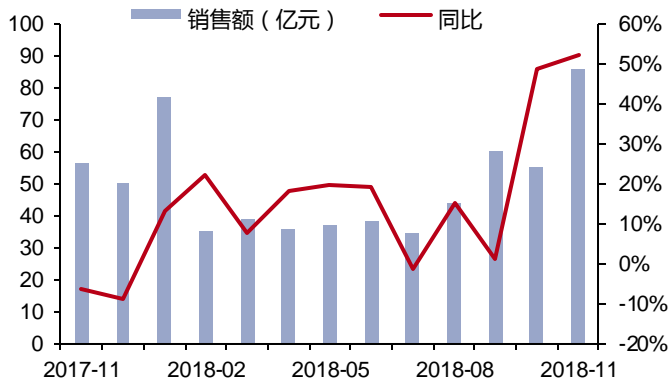
排名	产品	销量 (万件)	销售额 (万元)	均价 (元)
1	swisse 奶蓟草片 120 粒	11.1	2533.4	229.0
2	swisse 钙片+维生素 D 柠檬酸 150 片	6.7	1402.3	209.0
3	swisse 钙片+维生素 D150 片*2 瓶	5.3	851.2	162.0

资料来源：淘数据，华创证券

五、休闲食品：双十一拉动线上销售，三只松鼠、良品铺子表现良好

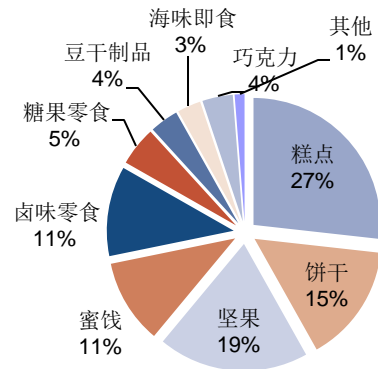
线上销售量价齐升，糕点类维持高速增长。11 月阿里系休闲食品线上销售额 85.82 亿元，同比增长 52.1%，线上增速有所提升；销量为 2.69 亿件，同比增长 28.1%，均价 31.9 元，同比增长 18.7%。分子行业看，糕点类销售额 23.0 亿元，位居子行业第一，同比增长 233.9%，环比 10 月增长 12.3%；饼干类销售额 13.0 亿元，同比增长 54.2%，环比增长 61.1%，位居子行业第二；坚果类销售额 16.5 亿元，位居子行业第三，同比增长 10.3%，环比增长 128.4%。

图表 34 休闲零食行业销售情况 (亿元, %)



资料来源: 淘数据、华创证券

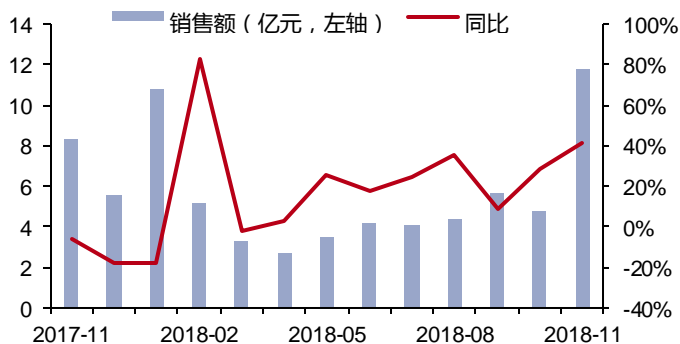
图表 35 子品类销售情况



资料来源: 淘数据、华创证券

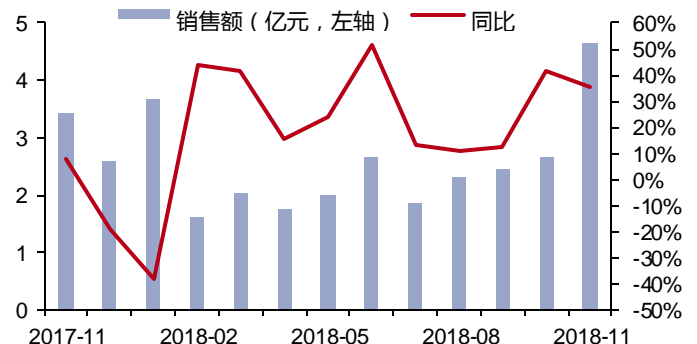
三只松鼠良品铺子收入高增, 线上行业集中度有所下降。11 月阿里系休闲食品销售额 Top3 仍为三只松鼠、良品铺子和百草味, 其中三只松鼠 11 月销售额 11.9 亿元, 同比增长 41.5%, 销量 3213 万件, 同比增长 15.7%, 均价 36.9 元, 同比上升 22.3%; 良品铺子销售额 4.7 亿元, 同比增长 35.3%, 销量 1690 万件, 同比增长 17.4%, 均价 27.5 元, 同比增长 15.2%; 百草味 11 月销售额 4.7 亿元, 同比下降 7.1%, 销量 1563 万件, 同比下降 15.2%, 均价 29.9 元, 同比增长 9.6%。休闲食品行业线上 CR3 为 24.7%, 同比下降 5.18pcts。

图表 36 三只松鼠阿里平台销售额 (亿元, %)



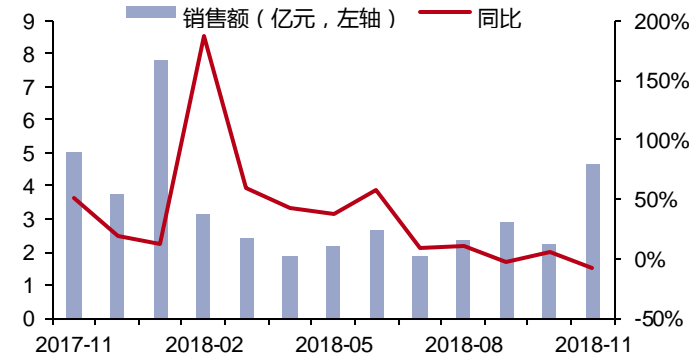
资料来源: 淘数据、华创证券

图表 37 良品铺子阿里平台销售额 (亿元, %)



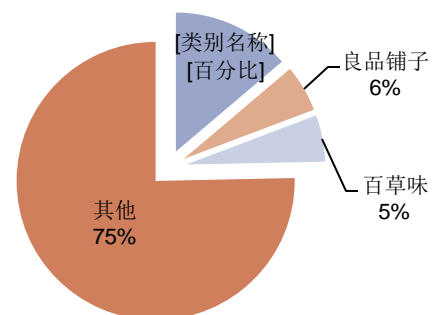
资料来源: 淘数据、华创证券

图表 38 百草味阿里平台销售额 (亿元, %)



资料来源: 淘数据、华创证券

图表 39 11 月阿里平台行业竞争格局



资料来源: 淘数据、华创证券

消费者青睐大礼包、坚果类零食，月饼占榜单三席。11 月阿里系休闲食品热销榜榜首为三只松鼠零食大礼包，Top10 产品里坚果类占据 4 位，零食大礼包占据 3 位，月饼占据 3 位。虽中秋已过，五芳斋月饼、稻香村月饼、美心月饼仍进入热销榜前十。三只松鼠零食大礼包、五芳斋月饼、三只松鼠每日坚果位居榜单前 3，销售额分别达 7975.2、6910.0、6065.1 万元。百草味 11 月热销 Top3 为零食大礼包、每日坚果和夏威夷果，销售额分别为 3022.9、2157.6、1209.9 万元。良品铺子 11 月热销 Top3 为零食大礼包、手撕面包、综合果仁，销售额分别为 3201.9、1670.3、1176.3 万元。

图表 40 阿里线上平台热销榜单

	产品	销售额 (万元)
1	三只松鼠零食大礼包	7975.2
2	五芳斋月饼	6910.0
3	三只松鼠每日坚果	6065.1
4	稻香村月饼	5522.0
5	三只松鼠坚果大礼包	5463.2
6	美心月饼	3825.8
7	良品铺子零食大礼包	3201.9
8	三只松鼠夏威夷果	3120.4
9	百草味零食大礼包	3022.9
10	三只松鼠碧根果	2754.2

资料来源：淘数据，华创证券

图表 41 11 月三只松鼠热销 Top3

	产品	均价 (元)	销售额 (万元)
1	三只松鼠零食大礼包	59.9	7975.2
2	三只松鼠每日坚果	149.9	6065.1
3	三只松鼠坚果大礼包	88.0	5463.2

资料来源：淘数据，华创证券

图表 42 11 月百草味热销 Top3

	产品	均价 (元)	销售额 (万元)
1	百草味零食大礼包	59.9	3022.9
2	百草味每日坚果	149	2157.6
3	百草味夏威夷果	48.9	1209.9

资料来源：淘数据，华创证券

图表 43 11 月良品铺子热销 Top3

	产品	均价 (元)	销售额 (万元)
1	良品铺子零食大礼包	59.9	3201.9
2	良品铺子手撕面包	29.9	1670.3
3	良品铺子综合果仁	139.0	1176.3

资料来源：淘数据，华创证券

六、风险提示

阿里数据代表性欠佳，食品安全风险，宏观经济下滑。

食品饮料组团队介绍

组长、高级分析师：方振

复旦大学经济学硕士。2018 年加入华创证券研究所。

分析师：张燕

上海社会科学院硕士。2018 年加入华创证券研究所。

助理研究员：杨传忻

帝国理工学院硕士。2018 年加入华创证券研究所。

研究所所长、首席分析师：董广阳

上海财经大学硕士。曾任职于招商证券。2018 年加入华创证券研究所。2015-2017 连续三年新财富、水晶球、金牛奖食品饮料行业最佳分析师第一名。2018 年金牛奖食品饮料行业最佳分析师第二名。

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	北京机构销售总监	010-66500809	zhangyujie@hcyjs.com
	杜博雅	销售经理	010-66500827	duboya@hcyjs.com
	侯春钰	销售经理	010-63214670	houchunyu@hcyjs.com
	侯斌	销售助理	010-63214683	houbin@hcyjs.com
	过云龙	销售助理	010-63214683	guoyunlong@hcyjs.com
	刘懿	销售助理	010-66500867	liuyi@hcyjs.com
广深机构销售部	张娟	所长助理、广深机构销售总监	0755-82828570	zhangjuan@hcyjs.com
	王栋	高级销售经理	0755-88283039	wangdong@hcyjs.com
	汪丽燕	高级销售经理	0755-83715428	wangliyan@hcyjs.com
	罗颖茵	销售经理	0755-83479862	luoyingyin@hcyjs.com
	段佳音	销售经理	0755-82756805	duanjiayin@hcyjs.com
	朱研	销售助理	0755-83024576	zhuyan@hcyjs.com
	杨英伟	销售助理	0755-82756804	yangyingwei@hcyjs.com
上海机构销售部	石露	华东区域销售总监	021-20572588	shilu@hcyjs.com
	沈晓瑜	资深销售经理	021-20572589	shenxiaoyu@hcyjs.com
	朱登科	高级销售经理	021-20572548	zhudengke@hcyjs.com
	杨晶	高级销售经理	021-20572582	yangjing@hcyjs.com
	张佳妮	销售经理	021-20572585	zhangjiani@hcyjs.com
	沈颖	销售经理	021-20572581	shenyings@hcyjs.com
	乌天宇	销售经理	021-20572506	wutianyu@hcyjs.com
	汪子阳	销售经理	021-20572559	wangziyang@hcyjs.com
	柯任	销售经理	021-20572590	keren@hcyjs.com
	何逸云	销售经理	021-20572591	heyiyun@hcyjs.com
	张敏敏	销售经理	021-20572592	zhangminmin@hcyjs.com
	蒋瑜	销售助理	021-20572509	jiangyu@hcyjs.com

华创行业公司投资评级体系(基准指数沪深 300)

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:

分析师在本报告中对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。

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 邮编: 100033 传真: 010-66500801 会议室: 010-66500900	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 邮编: 518034 传真: 0755-82027731 会议室: 0755-82828562	地址: 上海浦东银城中路 200 号 中银大厦 3402 室 邮编: 200120 传真: 021-50581170 会议室: 021-20572500