

# 淘数据月度跟踪, 双十一食品饮料销涨势难挡

2018年12月10日

看好/维持

食品饮料 | 月度报告

## 行情月回顾:

- ◆ 本月食品饮料子行业板块中, 酒类销量 937.53 万件, 同比上月增加 72.28%; 均价 209.66 元, 较上月增加 45.57%; 销售额 20.21 亿元, 较上月增加 150.78%。乳制品类销量 1127.26 万件, 同比上月增加 53.53%; 均价 74.30 元, 较上月增加 30.77%, 销售额 8.37 亿元, 较上月增加 100.78%。休闲食品当月销量 2.68 亿件, 同比上月增加 46.2%; 均价 31.91 元, 较上月增加 5.81%; 销售额 85.82 亿元, 较上月增加 54.69%。日常调味品销量 913.67 万件, 同比上月增加 34.23%; 均价 26.54 元, 较上月增加 23.93%, 销售额 2.42 亿元, 较上月增加 66.35%。

## 东兴新观点:

- ◆ 本月食品饮料类销量大涨与“双十一购物狂欢节”的到来有密切联系, 部分热销单品双十一当日销量占全月比重 70% 以上。物流供应渠道扩宽、市民消费意愿提升、电商宣传力度加大等因素使今年双十一较去年销量提升明显, 特别是酒类、调味品、乳制品等子行业销量较去年同月增幅达 70%-90%。考虑到电商供货渠道不断下沉等因素影响, 预计未来双十一有望继续保持销量快增趋势。
- ◆ 本月食品价格指数较上月出现不同幅度提升, 一方面是消费者在双十一购物多选择大容量、整箱单品, 单价自然高于小容量产品; 另一方面是部分品牌提前提价所导致。我们认为, 在销量大幅度增加基础上, 价格稳中有进, 更有利于产品利润的提升。
- ◆ 休闲食品和乳制品市场集中度有进一步提升趋势, 在各中, 三只松鼠、百草味、良品铺子的 Top3, 蒙牛、伊利的 Top2 地位短期难以撼动。酒类板块行业集中度相对较低, 中高低档位都有相应产品进行布局, 各品牌都有一定提升空间。

**风险提示:** 宏观经济疲软、原材料成本上升, 食品安全问题, 业绩不达预期

须知: 东兴食品饮料月报资料全部来源于淘数据。

## 首席分析师: 刘畅

010-66554017

liuchang@dxzq.net.cn

执业证书编号:

S1480517120001

## 研究助理: 娄倩

010-66554008

louqian@dxzq.net.cn

细分行业	评级	动态
酒类	推荐	看好
乳制品	推荐	看好
调味品	推荐	看好
休闲食品	推荐	看好

行业基本资料	占比%	
股票家数	93	6.52%
重点公司家数	12	12.90%
行业市值	22892.15 亿元	6.93%
流通市值	8884.87 亿元	8.56%
行业平均市盈率	19.28	/
市场平均市盈率	35.16	/

## 行业基本资料

## 行业指数走势图



资料来源: wind, 东兴证券研究所

## 目录

<b>1. 行业综述：双十一淘宝交满意答卷，食品饮料当月消费旺盛</b>	<b>5</b>
1.1 食品饮料概述：消费意愿提升，子行业指数皆上扬	5
1.2 相关行业：“享受型”消费受推崇，餐饮、宠物食品持续热销	5
<b>2. 子行业数据：增销兼顾提价，食品饮料表现亮眼</b>	<b>6</b>
2.1 酒类：白酒类需求扩张，厂商借力提价增收	6
2.2.1 子板块数据	6
2.2.2 品牌数据	6
2.2.3 店铺数据	9
2.2.4 宝贝数据	9
2.2 乳制品：蒙牛、伊利地位难撼动，高质奶品受青睐	10
2.2.1 子板块数据	11
2.3.2 品牌数据	11
2.3.3 店铺数据	12
2.3.4 宝贝数据	12
2.3 调味品：酱油类销售额大涨，食盐类指标基本稳定	13
2.3.1 子板块数据	13
2.3.2 品牌数据	13
2.3.3 店铺数据	14
2.3.4 宝贝数据	15
2.4 休闲食品：面包糕点销量快增，top3 已占行业半壁江山	15
2.4.1 子板块数据	15
2.4.2 品牌数据	16
2.4.3 店铺数据	17
2.4.4 宝贝数据	17
<b>3. 风险提示</b>	<b>18</b>

## 插图目录

图 1 : 酒类销量、价格同比上涨 72.28%、45.57% .....	5
图 2 : 乳制品销量、价格同比上涨 53.53%、30.77% .....	5
图 3 : 休闲食品销量、价格同比上涨 46.20%、5.81% .....	5
图 4 : 调味品销量、价格同比上涨 34.23%、23.93% .....	5
图 5 : 餐饮美食卡券销量、价格增加 14.81%、89.91% .....	6
图 6 : 宠物\宠物食品销量、价格增加 25.69%、36.32% .....	6
图 7 : 酒类子板块销量不同幅度上涨 .....	6
图 8 : 酒类子板块价格不同幅度上涨 .....	6
图 9 : 哈尔滨啤酒销量高居榜首, 茅台、五粮液高价高销 .....	7
图 10 : 舍得酒业销量价格同比涨幅明显 .....	7
图 11 : 品味舍得位于 100-150、500-600 价格区间 .....	7
图 12 : 茅台销量继续保持第三季度增长势头 .....	8
图 13 : 茅台各价位市场销量分布均匀 .....	8
图 14 : 酒鬼酒 11 月份销量、价格大幅上涨 .....	8
图 15 : 酒鬼酒销量集中于 200 元-300 元价格区间 .....	8
图 16 : 五粮液 11 月份价格、销量上涨趋势明显 .....	8
图 17 : 五粮液销量多个价格区间都有分布 .....	8
图 18 : 侠客传奇高居店铺榜榜首 .....	9
图 19 : 侠客传奇 52° 竹筒酒占据酒类全品类榜首 .....	10
图 20 : 侠客传奇 52° 占据白酒榜榜首 .....	10
图 21 : 古越龙山销量远高于其余黄酒 .....	10
图 22 : 哈尔滨啤酒占据热销榜前两名 .....	10
图 23 : 欧绅庄园甜红葡萄酒热销 .....	10
图 24 : 纯牛奶类销量、价格涨幅明显 .....	11
图 25 : 酸奶类销量、价格稳步提升 .....	11
图 26 : 伊利、蒙牛稳居乳制品品牌销量 top2 .....	11
图 27 : 伊利价格、销量同比增长 19.99%、25.94% .....	12
图 28 : 伊利销量集中于 50 元-100 元价格区间 .....	12
图 29 : 蒙牛、伊利销量远高于其他店铺 .....	12
图 30 : 伊利纯牛奶、常温酸奶热销 .....	13
图 31 : 调味品类子板块销量走高 .....	13
图 32 : 调味品类子板块价格稳中有进 .....	13
图 33 : 调味品热销品牌海天高居榜首 .....	13
图 34 : 海天销量较上月增长明显 .....	14
图 35 : 海天产品价格多分布 20-50 元区间 .....	14
图 36 : 店铺销量和平均价格走势 .....	14
图 37 : 子行业店铺销量 top3 .....	14
图 38 : 千禾味业酱油占据榜首 .....	15
图 39 : 休闲食品类子板块销量部分走高 .....	15

图 40 : 休闲食品类子板块价格部分平稳上涨 .....	15
图 41 : 三只松鼠、百草味、良品铺子地位难以撼动 .....	16
图 42 : 好想你销量涨幅明显 .....	16
图 43 : 好想你销量集中于 20-50 元区间 .....	16
图 44 : 三只松鼠、良品铺子、百草味店铺销量居于前三位 .....	17
图 45 : 三只松鼠整箱面包热销 .....	18

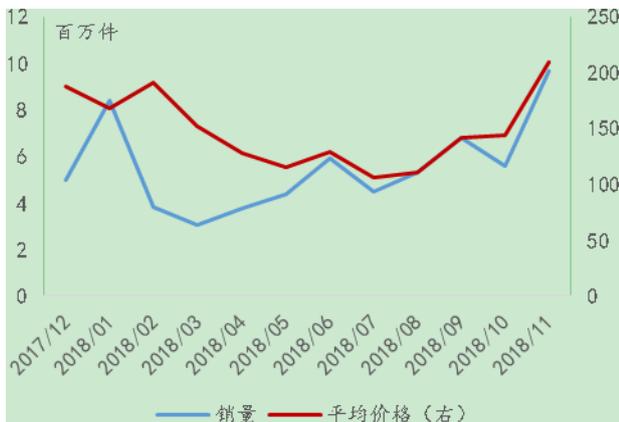
## 1.行业综述：双十一淘宝交满意答卷，食品饮料当月消费旺盛

受“双十一”电商大促、入冬后消费意愿增强等因素影响，本月食品饮料行业整体表现强势，多数子行业销售额大幅提升。

### 1.1 食品饮料概述：消费意愿提升，子行业指数皆上扬

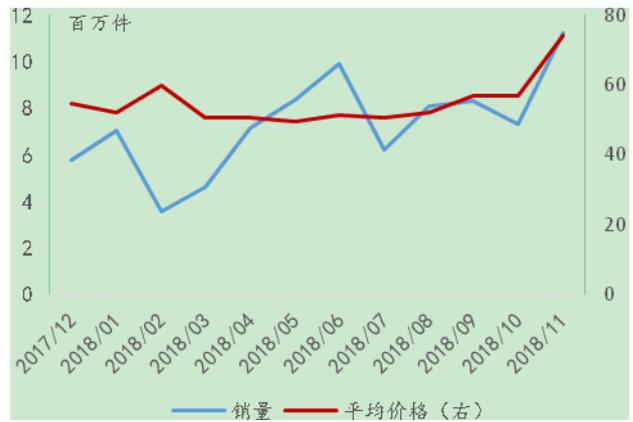
本月食品饮料各子行业销量、平均价格、销售额涨幅明显。酒类、乳制品、休闲食品、调味品四大主要子板块销售额分别较上月上涨 150.78%、100.78%、54.69%、66.35%。

图 1：酒类销量、价格同比上涨 72.28%、45.57%



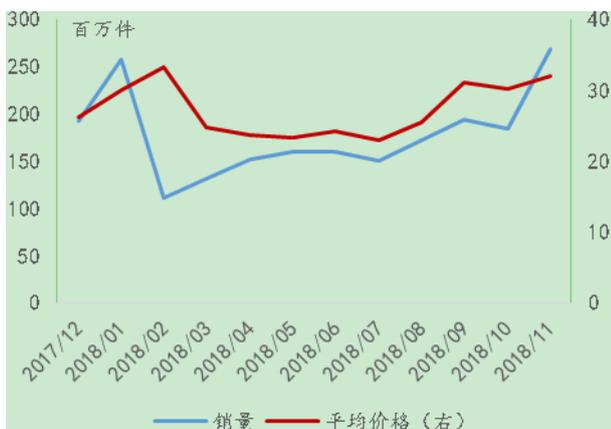
资料来源：淘数据，东兴证券研究所

图 2：乳制品销量、价格同比上涨 53.53%、30.77%



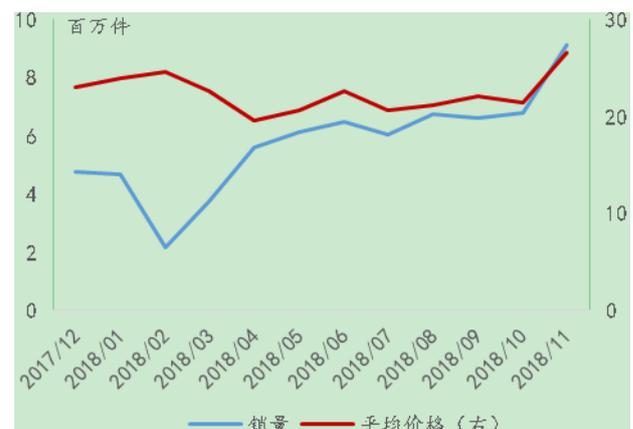
资料来源：淘数据，东兴证券研究所

图 3：休闲食品销量、价格同比上涨 46.20%、5.81%



资料来源：淘数据，东兴证券研究所

图 4：调味品销量、价格同比上涨 34.23%、23.93%

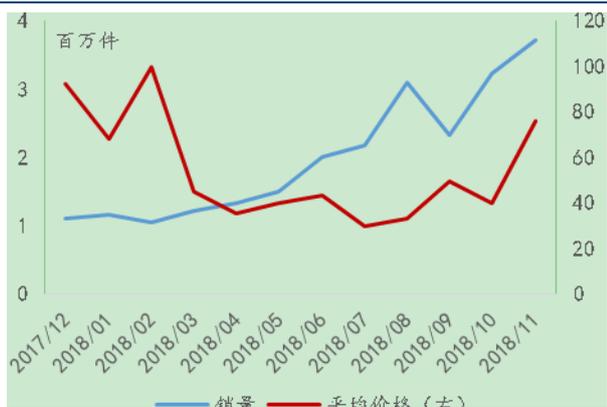


资料来源：淘数据，东兴证券研究所

### 1.2 相关行业：“享受型”消费受推崇，餐饮、宠物食品持续热销

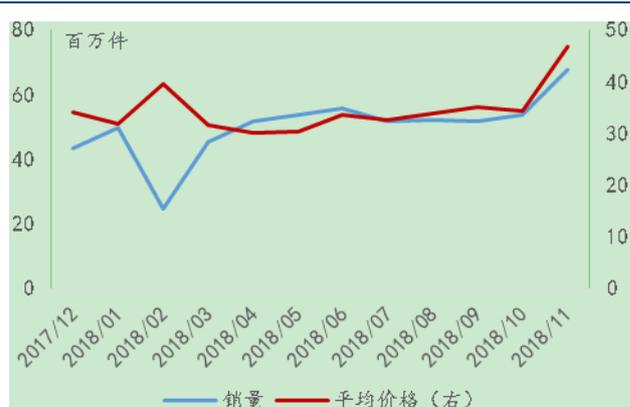
11 月份, 餐饮美食卡券类和宠物\宠物食品类销售额分别同比上月增加 117.93%、71.35%; 销量方面, 延续 2018 二季度以来的上升趋势。

图 5: 餐饮美食卡券销量、价格增加 14.81%、89.91%



资料来源: 淘数据, 东兴证券研究所

图 6: 宠物\宠物食品销量、价格增加 25.69%、36.32%



资料来源: 淘数据, 东兴证券研究所

## 2. 子行业数据: 增销兼顾提价, 食品饮料表现亮眼

### 2.1 酒类: 白酒类需求扩张, 厂商借力提价增收

#### 2.2.1 子板块数据

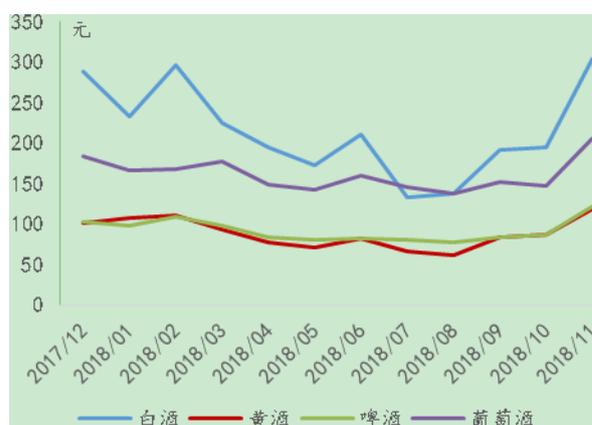
11 月份白酒、黄酒、啤酒和葡萄酒销量和价格皆有不同程度上涨。白酒涨势最明显, 销量、单价较上月分别上涨 68.36%、57.06%。

图 7: 酒类子板块销量不同幅度上涨



资料来源: 淘数据, 东兴证券研究所

图 8: 酒类子板块价格不同幅度上涨



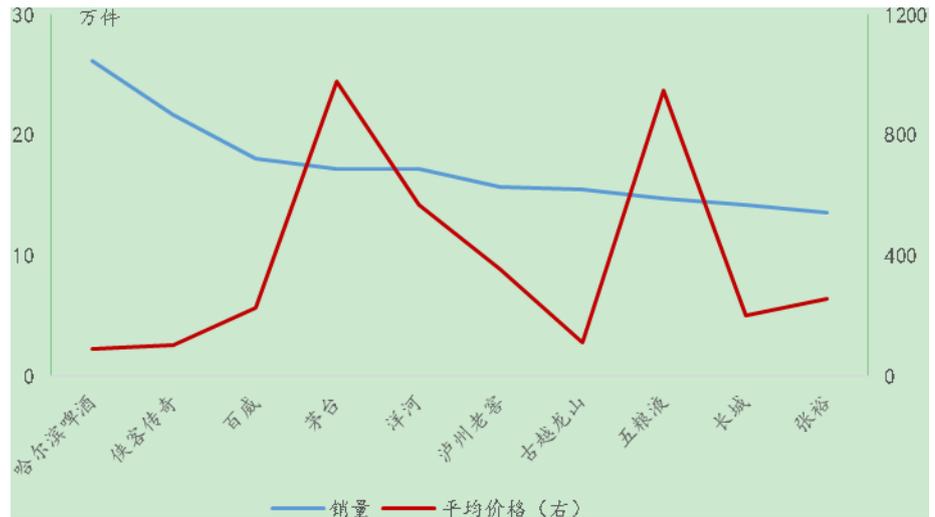
资料来源: 淘数据, 东兴证券研究所

#### 2.2.2 品牌数据

11 月份, 哈尔滨啤酒销量高居榜首, 白酒类占据酒类热销榜前十中六席。白酒类茅

台、五粮液在高定价下销量不降反增，销售额涨幅明显。黄酒类古玉龙山销量龙头地位依旧难以撼动。啤酒等价位中，哈尔滨啤酒销量远高出雪花、青岛等品牌。

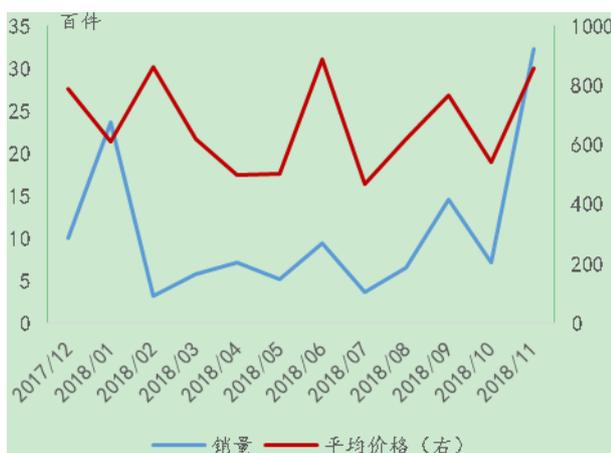
**图 9：哈尔滨啤酒销量高居榜首，茅台、五粮液高价高销**



资料来源：淘数据, 东兴证券研究所

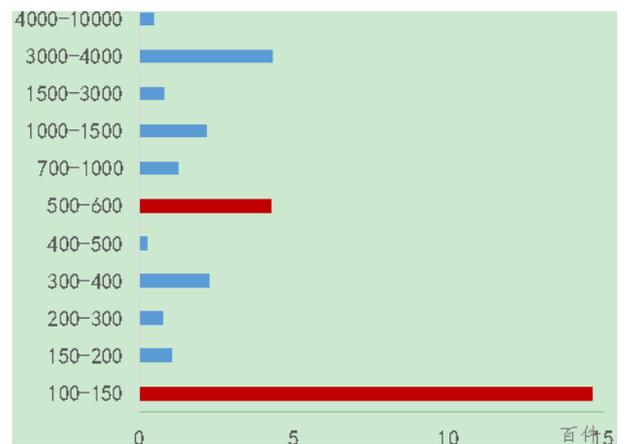
舍得酒业 11 月份销量和价格较上月上涨 351.33%和 58.03%。舍得销量集中于 100 元-150 元、500 元-600 元价格区间，同时也是品牌主打单品“品味舍得 100ML”与“品味舍得 500ML”分布的价格区间。

**图 10：舍得酒业销量价格同比涨幅明显**



资料来源：淘数据, 东兴证券研究所

**图 11：品味舍得位于 100-150、500-600 价格区间**

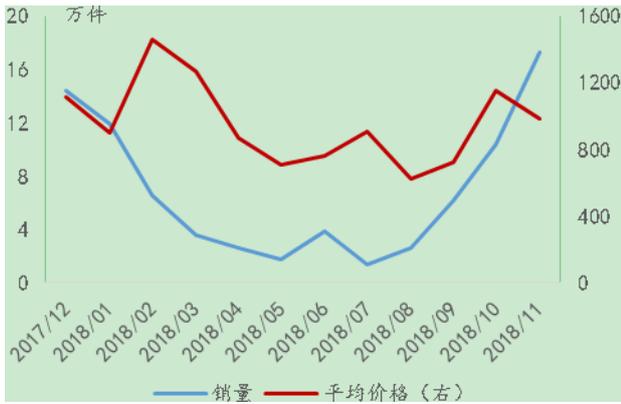


资料来源：淘数据, 东兴证券研究所

茅台酒业 11 月份销量较上月同比增加 65.88%，继续保持今年 8 月以来快速上涨势

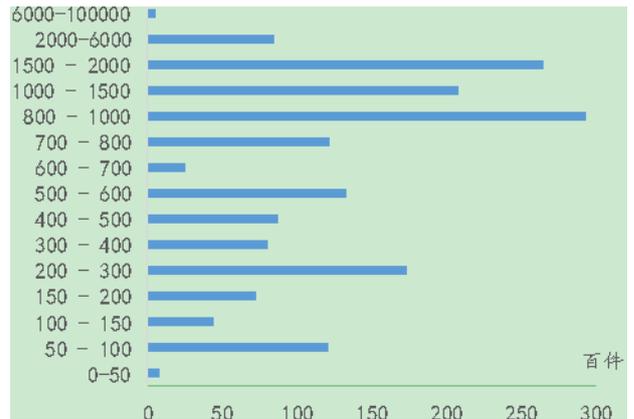
头；价格较上月回落 14.69%，这主要由于茅台价格定位高端，而 11 月份采取降价冲销策略所导致的。目前茅台布局覆盖高中低端市场，销量在不同价格区间分布比较均匀。

图 12：茅台销量继续保持第三季度增长势头



资料来源：淘数据，东兴证券研究所

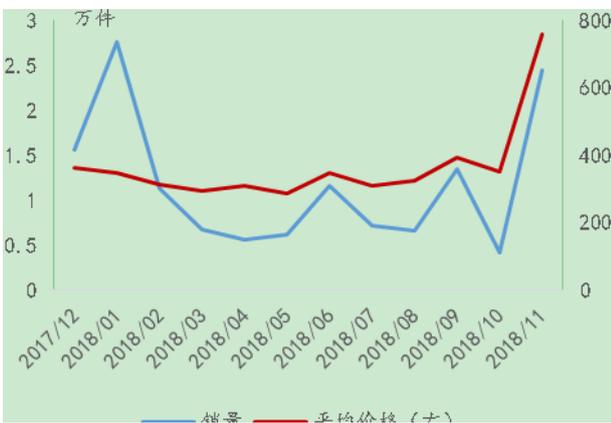
图 13：茅台各价位市场销量分布均匀



资料来源：淘数据，东兴证券研究所

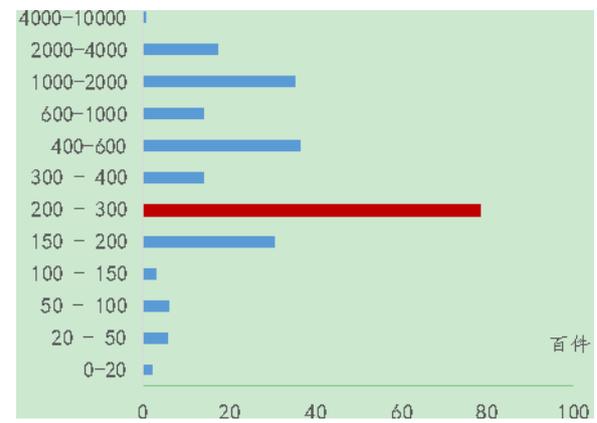
酒鬼酒 11 月份销量和价格较上月同比上涨 487.56% 和 115.81%，涨幅较为明显。而消费价格多集中于 200 元至 300 元价格区间。

图 14：酒鬼酒 11 月份销量、价格大幅上涨



资料来源：淘数据，东兴证券研究所

图 15：酒鬼酒销量集中于 200 元-300 元价格区间

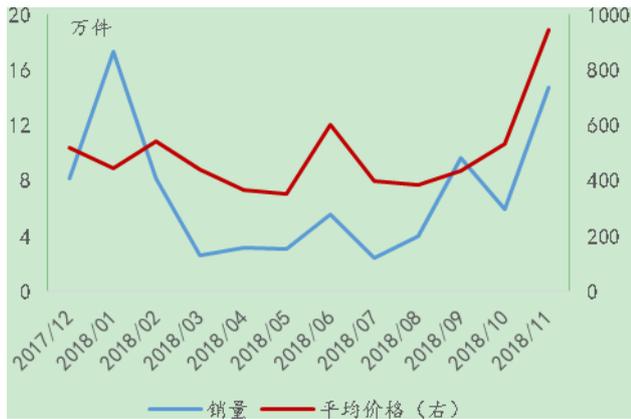


资料来源：淘数据，东兴证券研究所

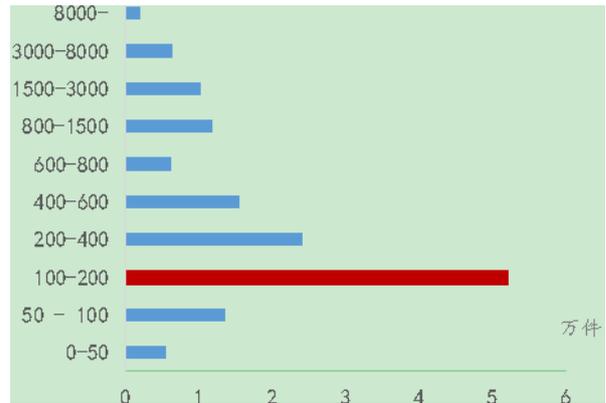
五粮液 11 月份销量和单价同比上月上涨 149.80% 和 78.00%。销售量集中于 100 元 -200 元区间；而高端酒销售额也有明显增加。五粮液对高端酒类的产销仍处于优势地位，同时也在尝试进入低价位市场。

图 16：五粮液 11 月份价格、销量上涨趋势明显

图 17：五粮液销量多个价格区间都有分布



资料来源：淘数据，东兴证券研究所

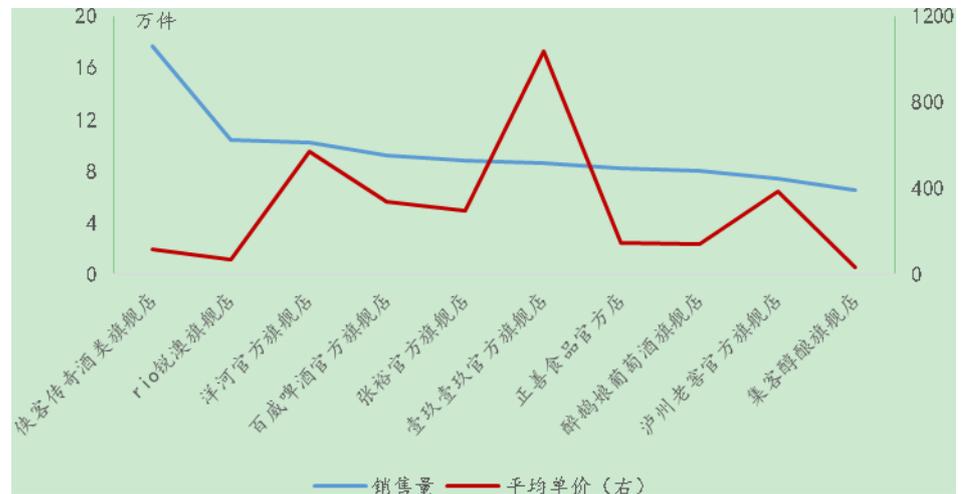


资料来源：淘数据，东兴证券研究所

### 2.2.3 店铺数据

侠客传奇凭借亲民的价格，和主打中低端市场的策略，本月销量达到 17.68 万件，高居榜首。其余排名靠前的店铺销量相差不大，集中于 8 万至 10 万件之间。

图 18：侠客传奇高居店铺榜首

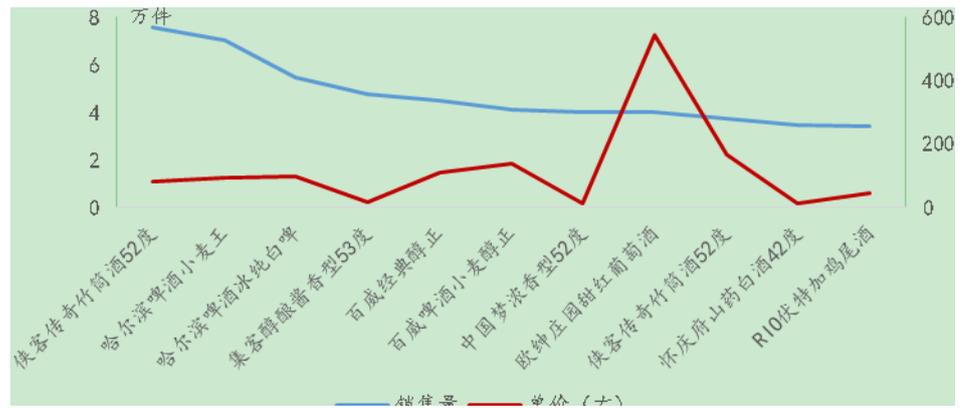


资料来源：淘数据，东兴证券研究所

### 2.2.4 宝贝数据

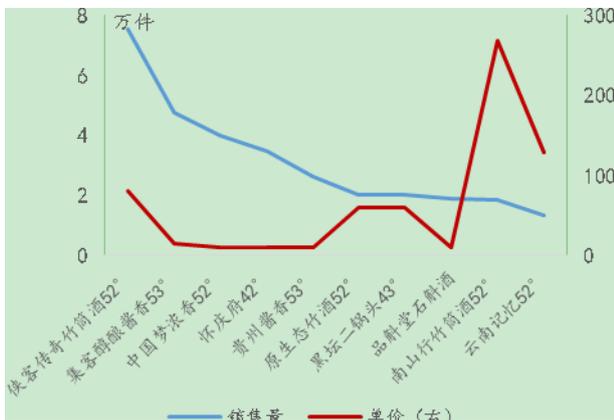
11 月份，侠客传奇 52 度竹筒酒销量居于榜首，达到 3.98 万件；哈尔滨啤酒旗下两款宝贝分居 2、3 名，分别达到 3.27、2.67 万件。价格方面，葡萄酒热销宝贝单价普遍偏高，而其余子品类价格维持在 50 元至 150 元左右。

图 19: 侠客传奇 52° 竹筒酒占据酒类全品类榜首



资料来源: 淘数据, 东兴证券研究所

图 20: 侠客传奇 52° 占据白酒榜单榜首



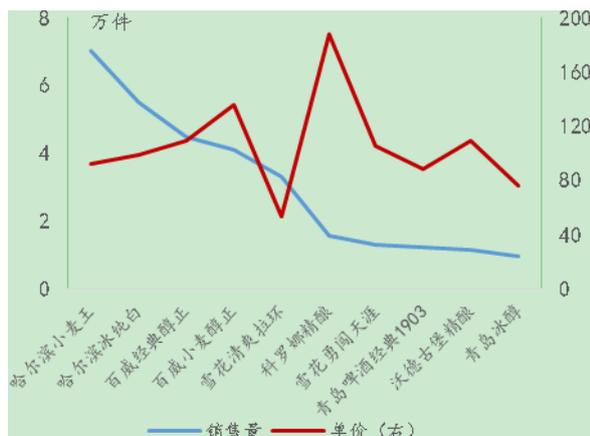
资料来源: 淘数据, 东兴证券研究所

图 21: 古越龙山销量远高于其余黄酒



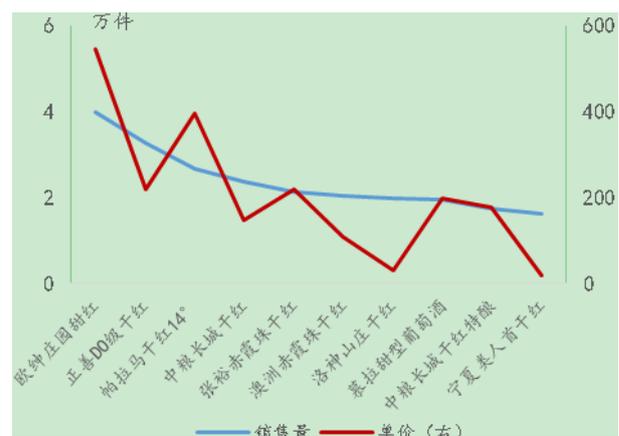
资料来源: 淘数据, 东兴证券研究所

图 22: 哈尔滨啤酒占据热销榜前两名



资料来源: 淘数据, 东兴证券研究所

图 23: 欧神庄园甜红葡萄酒热销



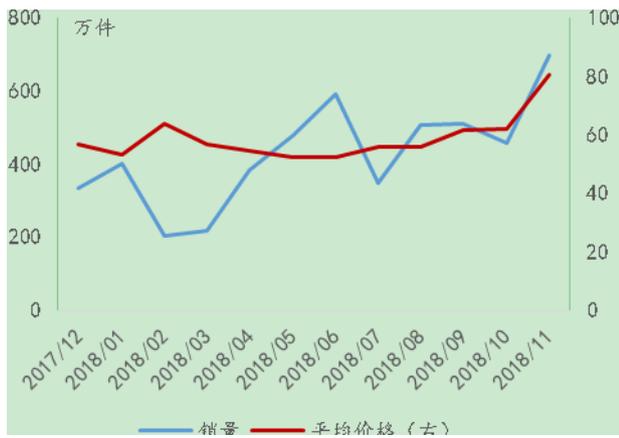
资料来源: 淘数据, 东兴证券研究所

## 2.2 乳制品: 蒙牛、伊利地位难撼动, 高质奶品受青睐

### 2.2.1 子板块数据

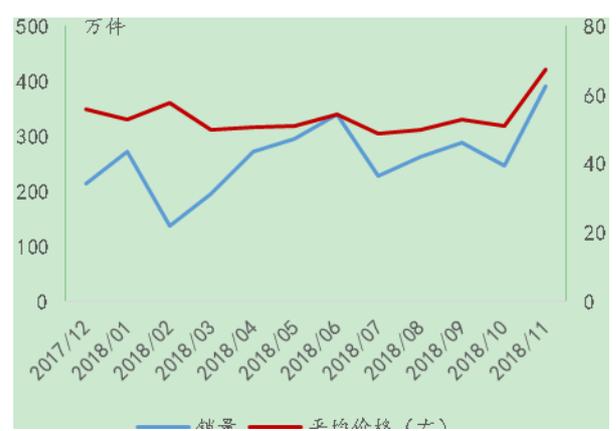
11 月份纯牛奶销量、平均价格涨幅 52.86%、29.69%; 酸奶销量、平均价格涨幅 59.45%、31.85%。纯牛奶和酸奶涨幅基本一致, 销售额较上月均有很大程度提高。

图 24: 纯牛奶类销量、价格涨幅明显



资料来源: 淘数据, 东兴证券研究所

图 25: 酸奶类销量、价格涨幅明显

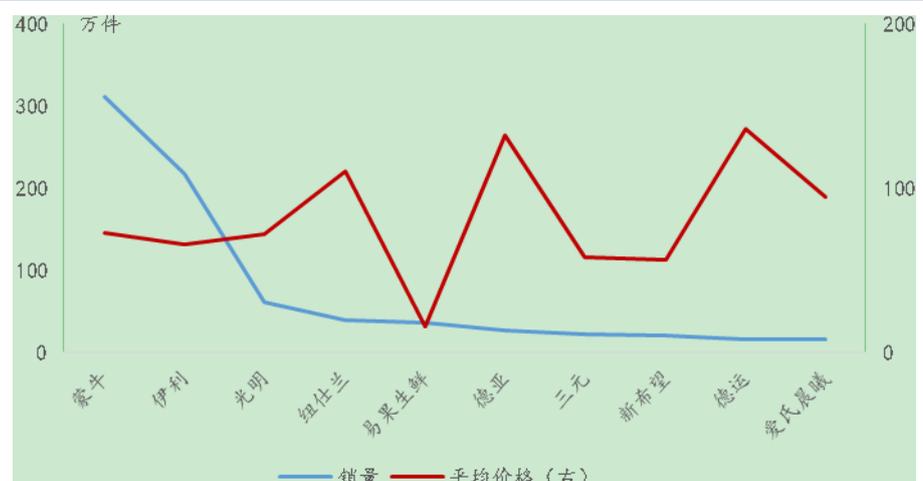


资料来源: 淘数据, 东兴证券研究所

### 2.3.2 品牌数据

乳制品市场集中度高, 蒙牛、伊利销量稳居 top2, 两者销量合计占乳制品总销量的 46.90%, 而蒙牛销量更是第三名光明的 5 倍。

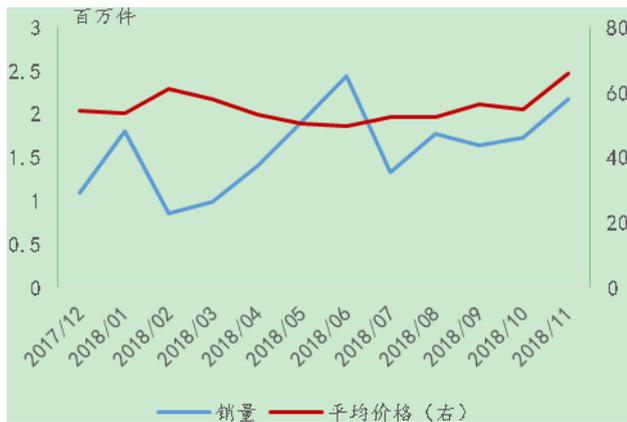
图 26: 伊利、蒙牛稳居乳制品品牌销量 top2



资料来源: 淘数据, 东兴证券研究所

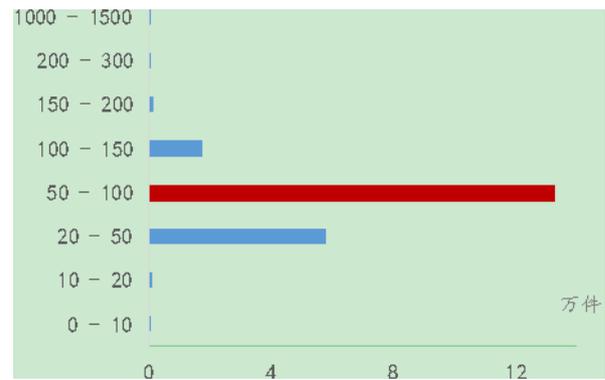
伊利本月平均价格、销量提升 19.99%和 25.94%, 呈现稳步上升态势。消费者大多选择购买整箱纯牛奶, 因而销量集中于 50 元-100 元价格区间。

图 27: 伊利价格、销量同比增长 19.99%、25.94%



资料来源: 淘数据, 东兴证券研究所

图 28: 伊利销量集中于 50 元-100 元价格区间

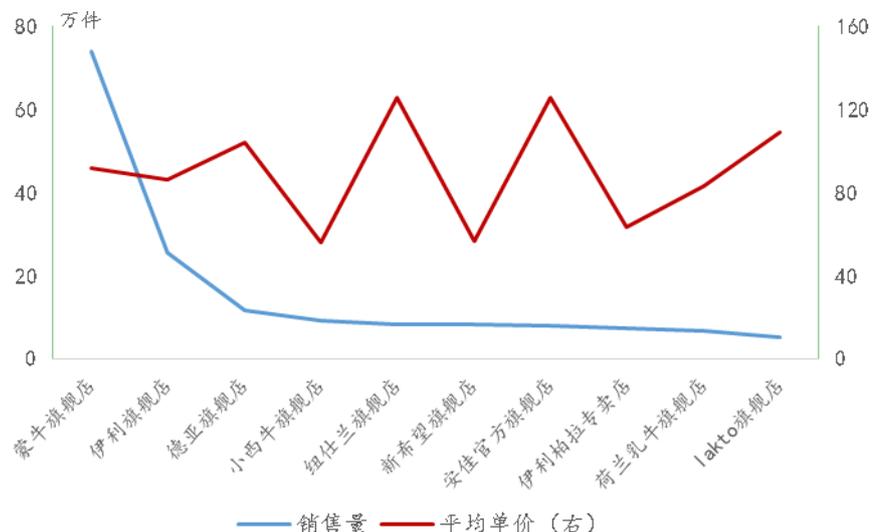


资料来源: 淘数据, 东兴证券研究所

### 2.3.3 店铺数据

11 月份蒙牛旗舰店、伊利旗舰店销量位列第一第二, 蒙牛当月销量达到 73.79 万, 而其余热销店铺销量介于 5 万-11 万之间。

图 29: 蒙牛、伊利销量远高于其他店铺

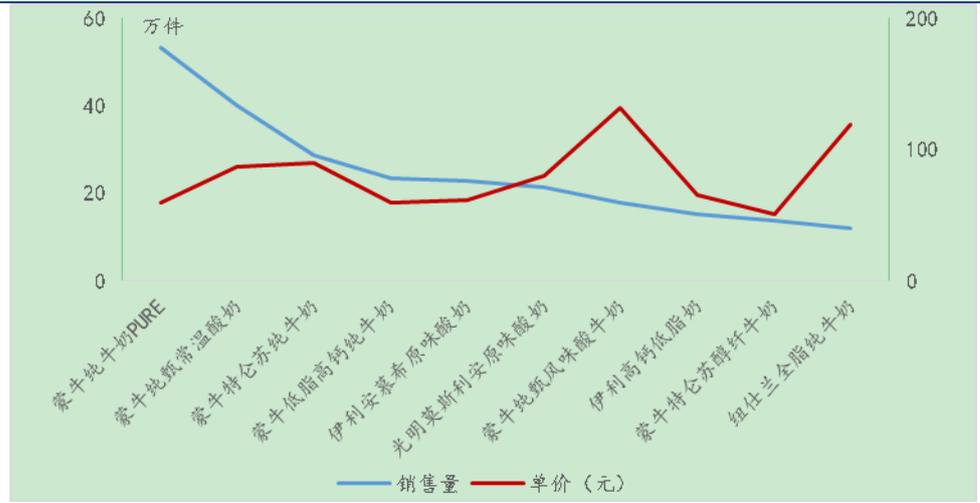


资料来源: 淘数据, 东兴证券研究所

### 2.3.4 宝贝数据

乳制品类宝贝热销榜前 10 中伊利、蒙牛共占 8 席, 价格多集中在 50 元-70 元之间, 其中蒙牛、伊利主推的高端牛奶安慕希、特仑苏等产品都取得不错成绩。

图 30：伊利纯牛奶、常温酸奶热销



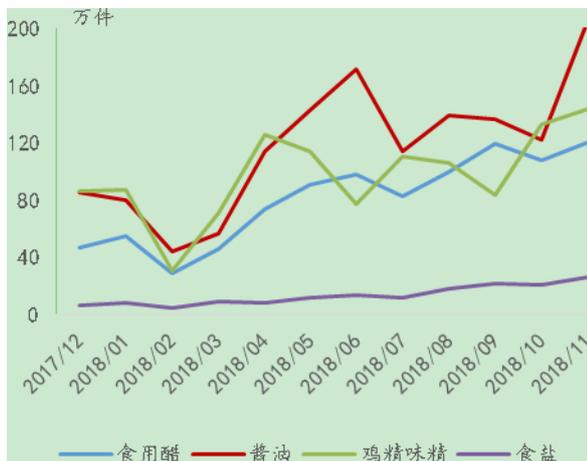
资料来源：淘数据, 东兴证券研究所

## 2.3 调味品：酱油类销售额大涨，食盐类指标基本稳定

### 2.3.1 子板块数据

调味品子板块销量、价格皆出现一定程度上涨，其中酱油类涨幅最大，销量和价格较上月分别上涨 68.45%、36.27%。

图 31：调味品子类板块销量走高



资料来源：淘数据, 东兴证券研究所

图 32：调味品子类板块价格稳中有进

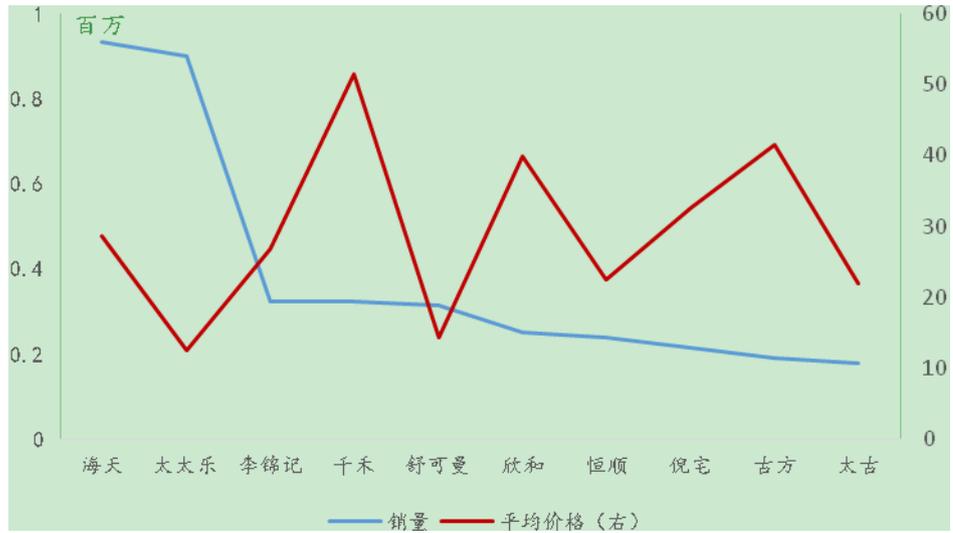


资料来源：淘数据, 东兴证券研究所

### 2.3.2 品牌数据

海天和太太乐牢牢占据调味品板块销量 top2，其中海天一家销量占到了前十总销量的 24.10%。

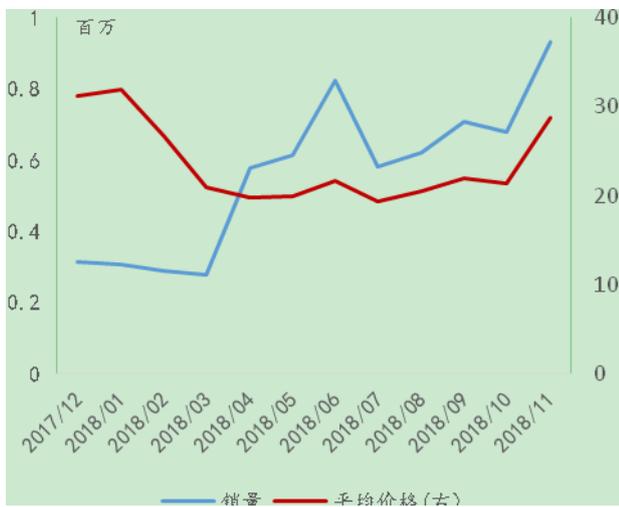
图 33：调味品热销品牌海天高居榜首



资料来源: 淘数据, 东兴证券研究所

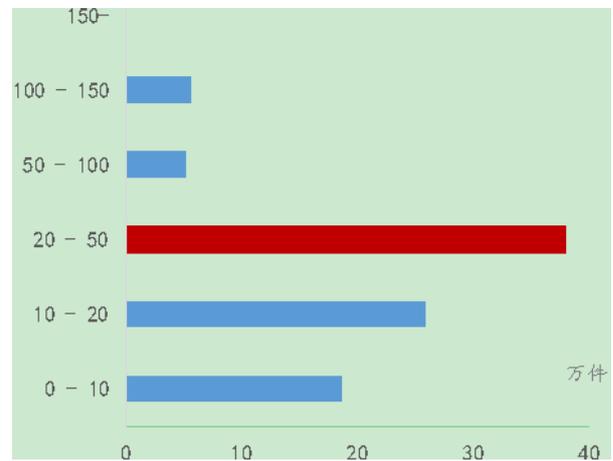
海天味业 11 月份, 海天销售额实现增长 84.02%, 价格继续维持在 20 元-30 元区间, 销售量逆转 10 月份下滑趋势, 同比增长 37.41%。

图 34: 海天销量较上月增长明显



资料来源: 淘数据, 东兴证券研究所

图 35: 海天产品价格多分布 20-50 元区间



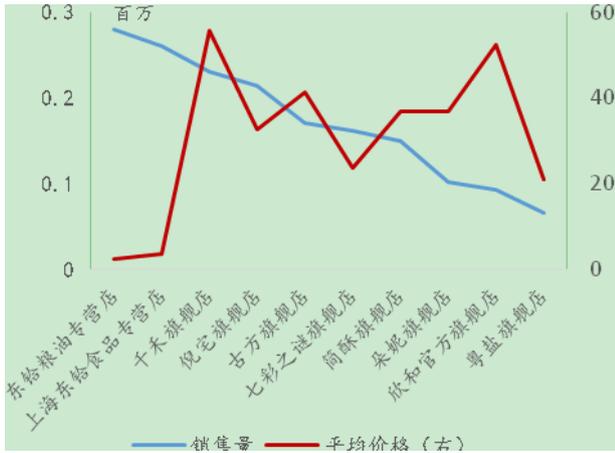
资料来源: 淘数据, 东兴证券研究所

### 2.3.3 店铺数据

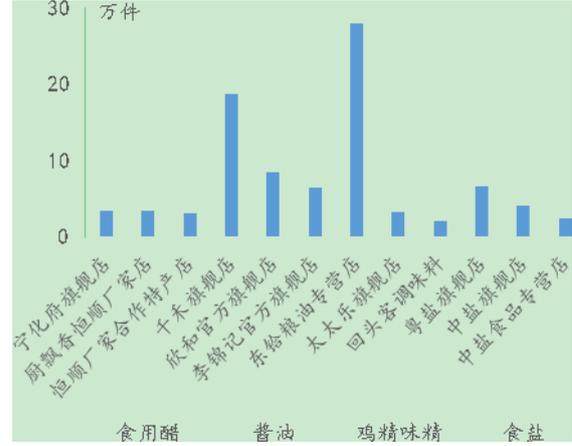
东铨食品和东铨粮油在调味品大类中销量分居一二位, 千禾旗舰店销量在酱油子品类销量中占据较大份额, 醋类市场 top3 销量相差较小。

图 36: 东铨占据销量榜前两位

图 37: 子行业店铺销量 top3



资料来源: 淘数据, 东兴证券研究所

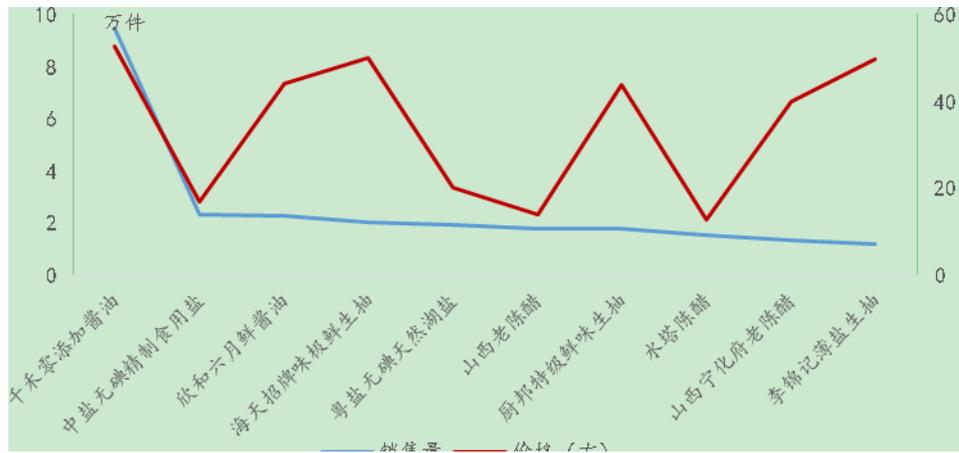


资料来源: 淘数据, 东兴证券研究所

### 2.3.4 宝贝数据

11 月份调味品类宝贝中千禾零添加酱油销量较好, 千禾、欣和、厨邦、李锦记等酱油品牌定价普遍集中于 40 元左右, 高于食盐、食醋类热销宝贝定价。

图 38: 千禾味业酱油占据榜首



资料来源: 淘数据, 东兴证券研究所

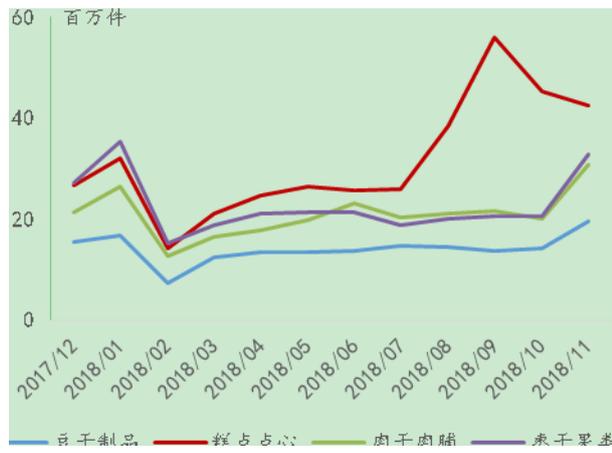
## 2.4 休闲食品: 面包糕点销量快增, top3 已占行业半壁江山

### 2.4.1 子板块数据

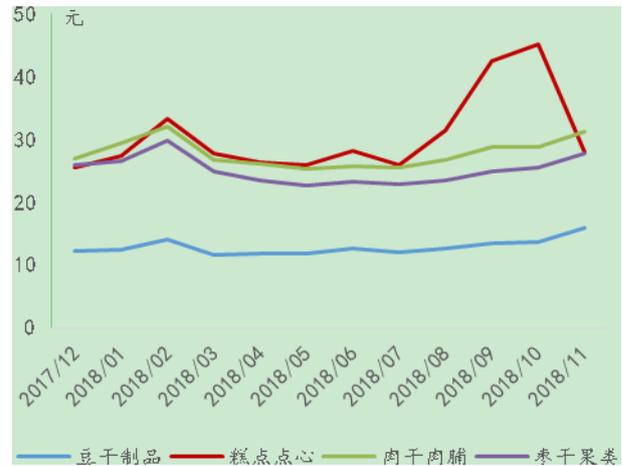
豆干制品、肉干肉脯、枣干果类销量同比上月增加 38.48%、54.73%、60.46%, 糕点点心销量同比上月下降 6.54%; 价格方面, 除糕点点心下降 37.79%外, 其余子品类均有 9%左右上浮。

图 39: 休闲食品类子板块销量部分走高

图 40: 休闲食品类子板块价格部分平稳上涨



资料来源: 淘数据、东兴证券研究所

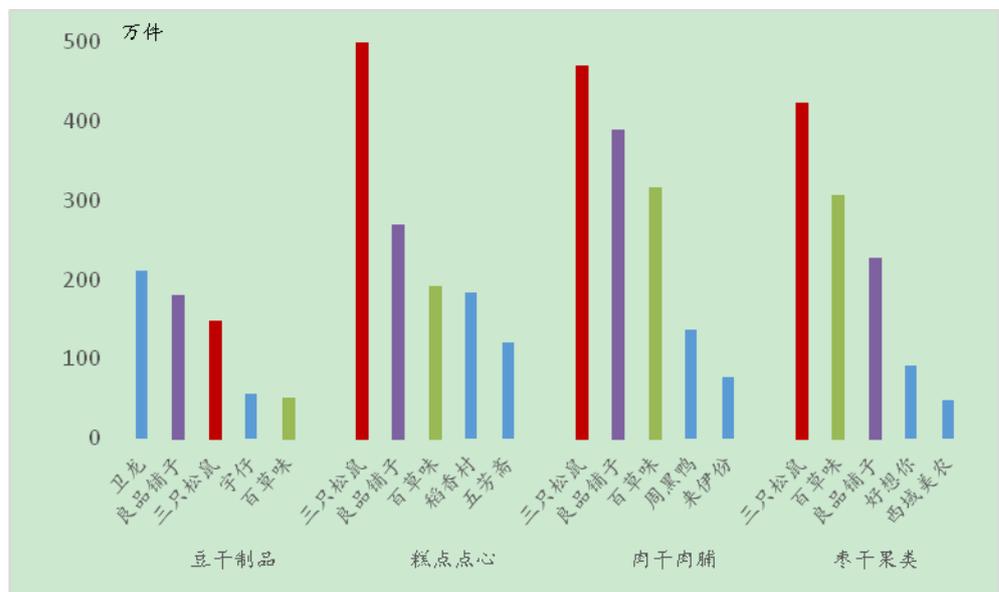


资料来源: 淘数据、东兴证券研究所

### 2.4.2 品牌数据

除豆干制品外各子行业中, 三只松鼠、百草味、良品铺子销量锁定 top3。糕点品类中, 三只松鼠销量明显领先其他品牌。

图 41: 三只松鼠、百草味、良品铺子地位难以撼动

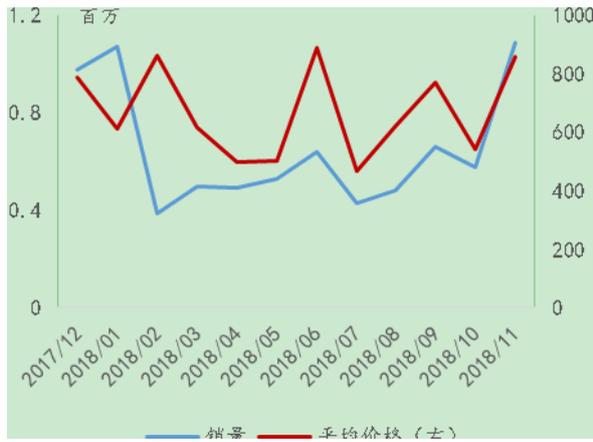


资料来源: 淘数据, 东兴证券研究所

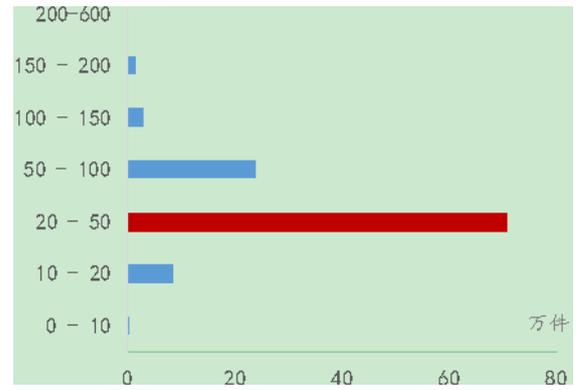
好想你销量较上月同比增加 351.32%, 涨幅明显, 销量区间集中于 20 元-50 元。

图 42: 好想你销量涨幅明显

图 43: 好想你销量集中于 20-50 元区间



资料来源: 淘数据, 东兴证券研究所

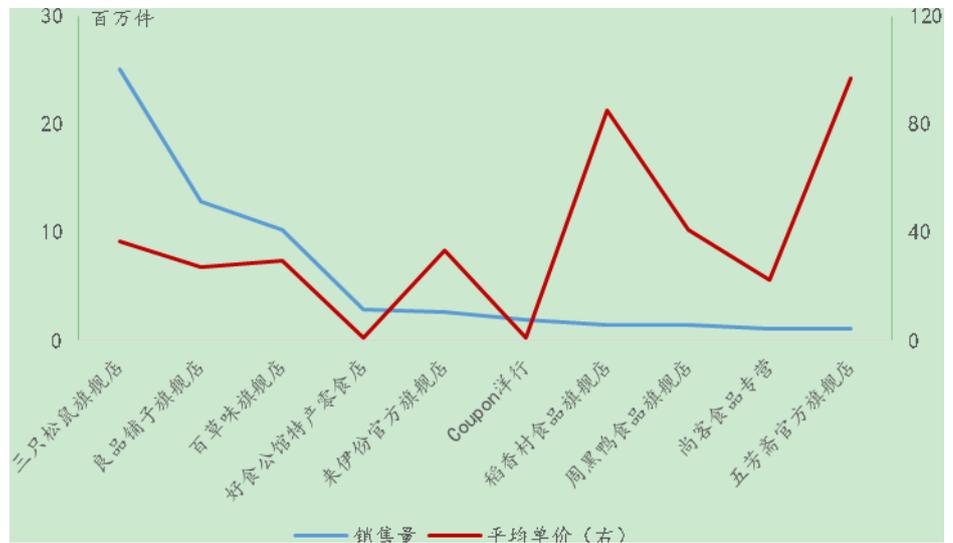


资料来源: 淘数据, 东兴证券研究所

### 2.4.3 店铺数据

三只松鼠、良品铺子和百草味三家旗舰店销量占比较高, 三只松鼠销量是第二名良品铺子的 1.95 倍。价格方面, top3 定价面向中低端, 品牌价格基本维持在 25 元左右。

图 44: 三只松鼠、良品铺子、百草味店铺销量居于前三位

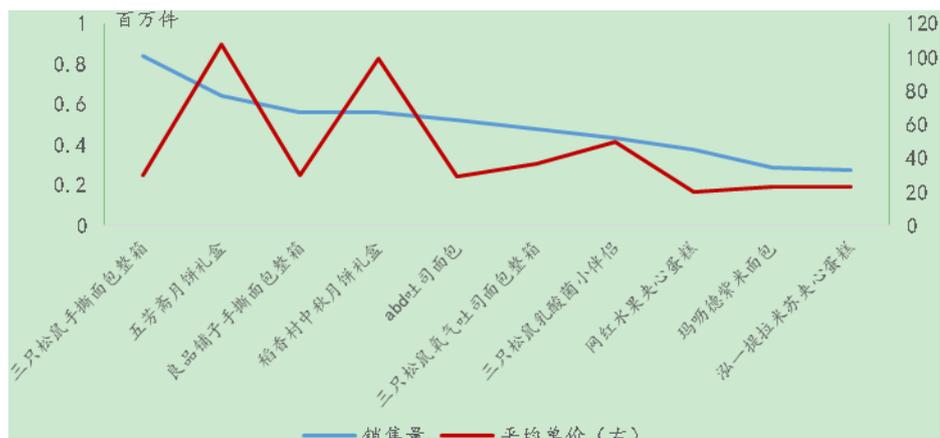


资料来源: 淘数据, 东兴证券研究所

### 2.4.4 宝贝数据

休闲食品中面包产品占据热销榜, 第一名的三只松鼠面包销量达 84.21 万箱, 而部分月饼产品销量也较好, 其中五芳斋月饼销量达到 63.98 万件。

图 45：三只松鼠整箱面包热销



资料来源：淘数据, 东兴证券研究所

### 3.风险提示

宏观经济疲软、原材料成本上升，食品安全问题，业绩不达预期。

特别鸣谢：

程识远 南开大学产业经济学硕士在读

为本报告作出的贡献

---

## 分析师简介

### 刘畅

东兴证券食品饮料首席分析师、新财富团队成员，拥有买方、卖方双重工作经验，曾就职于天风证券研究所，东方基金，泰达宏利基金。硕士取得英国杜伦大学金融一等学位，本科取得北京航空航天大学双学位。2017年11月加入东兴证券研究所，负责白酒、乳制品、调味品、健康食品研究工作。

---

## 研究助理简介

### 娄倩

曾就职于方正证券研究所、方正证券投资，于2018年6月加入东兴证券研究所,从事食品饮料行业研究。

---

## 分析师承诺

负责本研究报告全部或部分内容的每一位证券分析师，在此申明，本报告的观点、逻辑和论据均为分析师本人研究成果，引用的相关信息和文字均已注明出处。本报告依据公开的信息来源，力求清晰、准确地反映分析师本人的研究观点。本人薪酬的任何部分过去不曾与、现在不与、未来也将不会与本报告中的具体推荐或观点直接或间接相关。

---

## 风险提示

本证券研究报告所载的信息、观点、结论等内容仅供投资者决策参考。在任何情况下，本公司证券研究报告均不构成对任何机构和个人的投资建议，市场有风险，投资者在决定投资前，务必要审慎。投资者应自主作出投资决策，自行承担投资风险。

## 免责声明

本研究报告由东兴证券股份有限公司研究所撰写, 东兴证券股份有限公司是具有合法证券投资咨询业务资格的机构。本研究报告中所引用信息均来源于公开资料, 我公司对这些信息的准确性和完整性不作任何保证, 也不保证所包含的信息和建议不会发生任何变更。我们已力求报告内容的客观、公正, 但文中的观点、结论和建议仅供参考, 报告中的信息或意见并不构成所述证券的买卖出价或征价, 投资者据此做出的任何投资决策与本公司和作者无关。

我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头寸并进行交易, 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。本报告版权仅为我公司所有, 未经书面许可, 任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制和发布。如引用、刊发, 需注明出处为东兴证券研究所, 且不得对本报告进行有悖原意的引用、删节和修改。

本研究报告仅供东兴证券股份有限公司客户和经本公司授权刊载机构的客户使用, 未经授权私自刊载研究报告的机构以及其阅读和使用者应慎重使用报告、防止被误导, 本公司不承担由于非授权机构私自刊发和非授权客户使用该报告所产生的相关风险和责任。

## 行业评级体系

公司投资评级 (以沪深 300 指数为基准指数):

以报告日后的 6 个月内, 公司股价相对于同期市场基准指数的表现为标准定义:

强烈推荐: 相对强于市场基准指数收益率 15% 以上;

推荐: 相对强于市场基准指数收益率 5%~15% 之间;

中性: 相对于市场基准指数收益率介于-5%~+5% 之间;

回避: 相对弱于市场基准指数收益率 5% 以上。

行业投资评级 (以沪深 300 指数为基准指数):

以报告日后的 6 个月内, 行业指数相对于同期市场基准指数的表现为标准定义:

看好: 相对强于市场基准指数收益率 5% 以上;

中性: 相对于市场基准指数收益率介于-5%~+5% 之间;

看淡: 相对弱于市场基准指数收益率 5% 以上。