

食品饮料4月线上数据分析专题

乳制品维持高增，海外保健品增速有所下滑

推荐（维持）

□ **事件：**4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：线上销售稳步增长，老窖价格有所提升。**4月白酒线上销售额1.9亿元，同比增长18.6%，销售量117.9万件，同比增长43.7%，均价161.3元，同比下降17.5%。分品牌来看，茅台销售额同比下降13.4%，销售下滑或与茅台电商渠道放量不足相关，五粮液销售额同比增长32.9%，洋河销售额同比增长40.5%，而老窖销售额同比增长36.6%。

□ **乳制品：线上销售维持高增，龙头线上份额提升。**4月阿里渠道液奶行业销售额4.93亿元，同比增长36.2%，销售量884.4万件，同比增长23.7%，均价55.74元，同比增长10.1%。伊利销售额1.15亿元，同比增长53.0%，销量189.15万件，同比增长34.1%，均价60.91元，同比增长14.0%；蒙牛销售额9945.75万元，同比增长42.4%，销量178.08万件，同比增长36.4%，均价55.85元，同比增长4.4%。伊利4月线上份额为23.4%，同比提升2.6pcts，蒙牛线上份额为20.2%，同比提升0.9pct。

□ **调味品：行业增长平稳，海天、千禾表现较好。**4月阿里渠道日常调味品子行业销售额1.31亿元，同比增长19.2%。分品牌来看，海天、七彩之谜、千禾销售额位居前3名，分别占比10.5%、5.1%、5.0%。从主要调味品牌来看，海天销售额为1384.71万元，同比增长21.3%，厨邦销售额为217.43万元，同比增长16.6%，千禾销售额为651.59万元，同比增长59.8%，欣和销售额为291.95万元，同比下降2.9%。从4月热销产品来看，在酱油热销产品前10名中，海天占7位，表现依旧处于强势地位，千禾、李锦记、味事达分别位列第一位、第八位和第十位。

□ **保健品：海外保健品有所下滑，品牌店占比持续提升。**4月阿里渠道保健品销售额14.03亿元，同比下降0.5%，增速短期持续下降，销售均价140.52元，同比增长12.0%。海外保健品4月销售额6.31亿元，同比下降4.3%，或与新电商法实施对跨境代购带来短期影响有关。海外保健品分渠道看，天猫渠道销售额达4.13亿元，同比增长25.7%，淘宝渠道实现销售额2.18亿元，同比下降34.0%，天猫渠道销售占比65.4%，同比提升15.6pcts，品牌店占比持续提升。分品牌看，4月汤臣倍健、Swisse、修正分别位列保健品阿里系线上销售额前三名，其中汤臣倍健4月线上销售额1.05亿元，位居第一，同比增长10.1%；Swisse销售额7010.45万元，同比下降19.5%，修正销售额4423.18万元，同比增长28.1%；Muscletech销售额4053.36万元，同比增长22.6%，排名第四。

□ **休闲食品：行业销售稳步增长，线上集中度有所提升。**4月阿里系休闲食品线上销售额40.21亿元，同比增长12.3%；销量为1.51亿件，同比下降0.8%，均价26.69元，同比增长13.1%。分子行业看，糕点类销售额8.90亿元，同比增长37.7%，饼干类销售额7.39亿元，同比增长13.9%，坚果类销售额5.61亿元，同比下降1.1%，销售下滑或与其均价提升有关。4月阿里系休闲食品销售额Top3仍为三只松鼠、百草味和良品铺子，其中三只松鼠4月销售额3.8亿元，同比增长41.0%，百草味销售额2.4亿元，同比增长25.5%，良品铺子销售额2.25亿元，同比增长26.8%。休闲食品行业线上集中度有所提升，CR3为21.0%，同比增长3.2pcts。

□ **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：程航

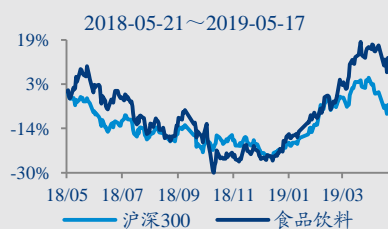
电话：021-20572565
邮箱：chenghang@hcyjs.com

行业基本数据

		占比%
股票家数(只)	91	2.52
总市值(亿元)	33,322.84	5.74
流通市值(亿元)	30,715.75	7.2

相对指数表现

%	1M	6M	12M
绝对表现	-0.91	50.04	21.97
相对表现	9.49	38.03	28.49



相关研究报告

《食品饮料行业2019年中期投资策略：守望价值高回报，咬定龙头不放松》

2019-05-05

《食品饮料行业2018年报及2019年一季报总结：白酒如期迎来开门红，大众品龙头增长稳健》

2019-05-06

《食品饮料行业周报（20190506-20190512）：茅五营销转型持续受关注，中期策略会交流反馈良好》

2019-05-13

目录

一、白酒：线上销售稳步增长，老窖价格有所提升.....	5
二、乳制品：线上销售维持高增，龙头线上份额提升.....	6
三、调味品：行业增长平稳，海天千禾表现较好.....	9
四、保健品：海外保健品有所下滑，品牌店占比持续提升.....	10
五、休闲食品：行业销售稳步增长，线上集中度有所提升.....	13
六、风险提示.....	16

图表目录

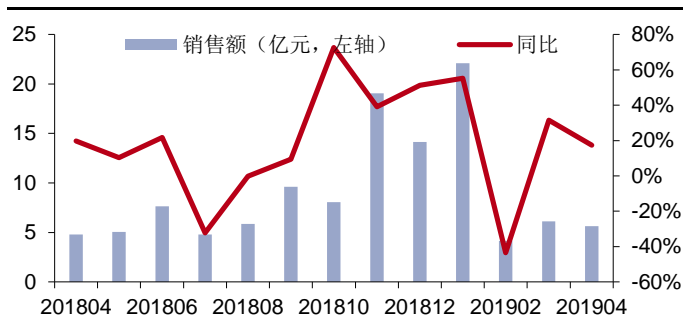
图表 1	阿里渠道酒类销售额及增速（亿元，%）	5
图表 2	阿里渠道国产白酒销售额及增速（亿元，%）	5
图表 3	4 月热销品牌排行榜	5
图表 4	贵州茅台销售额及增速（万元，%）	6
图表 5	五粮液销售额及增速（万元，%）	6
图表 6	洋河股份销售额及增速（万元，%）	6
图表 7	泸州老窖销售额及增速（万元，%）	6
图表 8	阿里渠道乳制品销售额及增速（亿元，%）	7
图表 9	阿里渠道白奶及酸奶占比变化（%）	7
图表 10	白奶销售额及增速（亿元，%）	7
图表 11	酸奶销售额及增速（亿元，%）	7
图表 12	伊利、蒙牛、光明线上销售额（万元）	8
图表 13	伊利、蒙牛、光明线上销售额增速（%）	8
图表 14	伊利、蒙牛、光明线上均价（元）	8
图表 15	4 月各品牌份额占比（%）	8
图表 16	乳制品类主要热销产品	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，%）	10
图表 22	欣和销售额及增速（万元，%）	10
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，%）	11
图表 25	保健品行业当月销售量及增速（万件，%）	11
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（%）	12
图表 29	4 月保健品线上格局	12
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	4 月汤臣倍健、Swisse 热销 Top3 产品	12

图表 33	Lifespace 海外销售额及增速	13
图表 34	Lifespace 国内销售额及增速	13
图表 35	休闲零食行业销售情况 (亿元, %)	13
图表 36	子品类销售情况.....	13
图表 37	坚果炒货行业销售额及增速 (亿元)	14
图表 38	坚果炒货行业销售均价 (元)	14
图表 39	三只松鼠阿里平台销售额 (亿元, %)	14
图表 40	百草味阿里平台销售额 (亿元, %)	14
图表 41	良品铺子阿里平台销售额 (亿元, %)	15
图表 42	4 月阿里平台行业竞争格局.....	15
图表 43	阿里线上平台热销榜单.....	15
图表 44	4 月三只松鼠、百草味、良品铺子热销 Top3.....	15

一、白酒：线上销售稳步增长，老窖价格有所提升

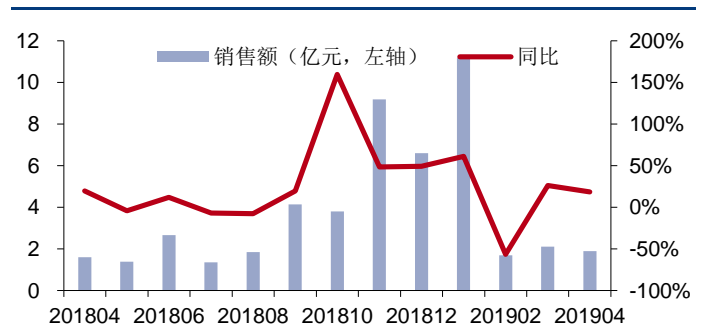
线上销售稳步增长，五粮液、老窖、洋河表现较好。4 月阿里渠道酒类总计销售额 5.65 亿元，同比增长 17.4%，销量 446.63 万件，同比增长 18.4%，均价 126.45 元，同比下降 0.9%。国产白酒线上销售额 1.90 亿元，同比增长 18.6%，销售量 117.87 万件，同比增长 43.7%，均价 161.34 元，同比下降 17.5%。从销售额排名来看，茅台五粮液洋河占据前三。从品牌看，茅台销售额同比下降 13.4%，五粮液销售额同比增长 32.9%，洋河销售额同比增长 40.5%，老窖销售额同比增长 36.6%，汾酒销售额同比增长 56.7%，牛栏山销售额同比增长 2.7%。

图表 1 阿里渠道酒类销售额及增速（亿元，%）



资料来源：阿里平台数据、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：阿里平台数据、华创证券

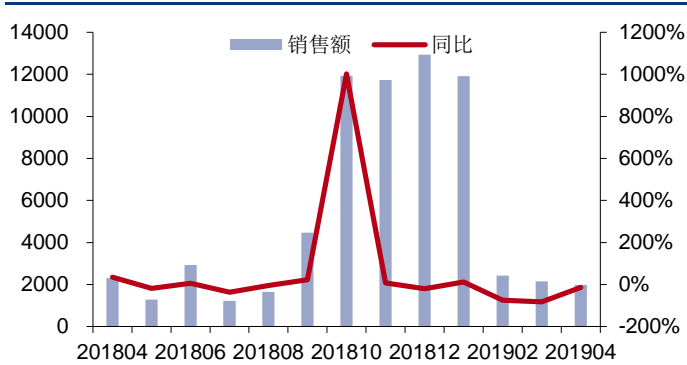
图表 3 4 月热销品牌排行榜

排名	2019 年 4 月			2019 年 3 月		
	品牌	销售额 (万元)	占比	品牌	销售额 (万元)	占比
1	茅台	1992.12	10%	茅台	2145.79	10%
2	五粮液	1553.24	8%	五粮液	2081.42	10%
3	洋河	1535.43	8%	洋河	1558.03	7%
4	泸州老窖	1061.54	6%	泸州老窖	1269.66	6%
5	汾酒	991.66	5%	汾酒	1149.57	5%
6	牛栏山	690.34	4%	牛栏山	770.99	4%
7	西凤	558.74	3%	郎酒	735.00	3%
8	古井贡	476.60	2%	西凤	634.70	3%
9	水井坊	451.54	2%	古井贡	550.50	3%
10	郎酒	443.46	2%	习酒	541.39	3%

资料来源：阿里平台数据、华创证券

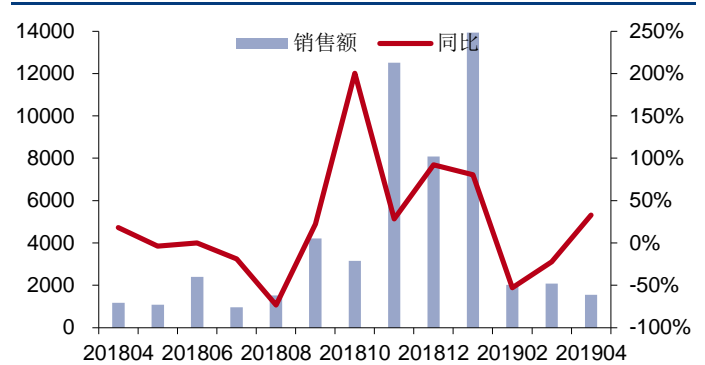
茅台销售额位居榜首，老窖价格有所提升。分品牌来看，4 月茅台销售额 1992.12 万元，位居行业首位，同比下降 13.4%，均价 813.74 元，同比下降 6.2%，销售下滑或与茅台电商渠道放量不足相关；五粮液 4 月销售额 1553.24 万元，同比增长 32.9%，均价 385.35 元，同比增长 4.0%；洋河销售额 1535.43 万元，同比增长 40.5%，均价 503.42 元，同比增长 29.3%；泸州老窖销售额 1061.54 万元，同比增长 36.6%，均价 390.49 元，同比增长 47.6%。

图表 4 贵州茅台销售额及增速 (万元, %)



资料来源: 阿里平台数据、华创证券

图表 5 五粮液销售额及增速 (万元, %)



资料来源: 阿里平台数据、华创证券

图表 6 洋河股份销售额及增速 (万元, %)



资料来源: 阿里平台数据、华创证券

图表 7 泸州老窖销售额及增速 (万元, %)

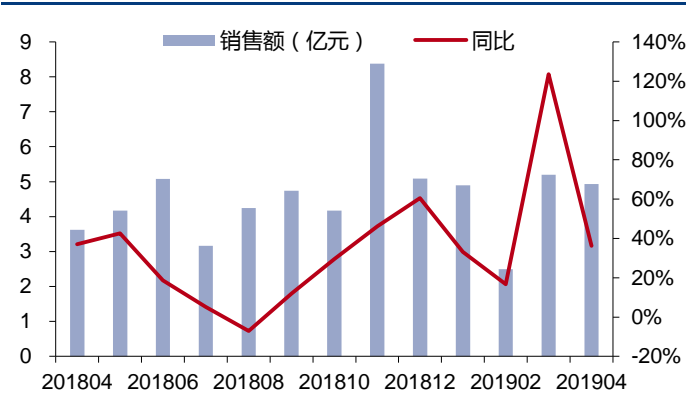


资料来源: 阿里平台数据、华创证券

二、乳制品: 线上销售维持高增, 龙头线上份额提升

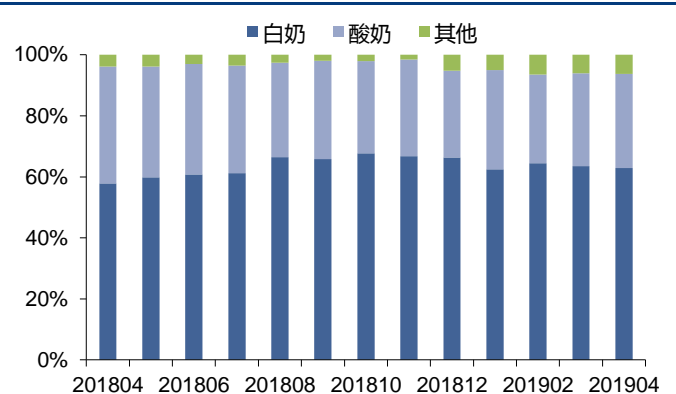
线上销售额维持高增, 销售均价有所增长。4月阿里渠道液奶行业销售额 4.93 亿元, 同比增长 36.2%, 销售量 884.35 万件, 同比增长 23.7%, 平均产品价格 55.74 元, 同比增长 10.1%。分子品类来看, 白奶占比 62.9%, 同比提升 5.1pcts, 酸奶占比 30.9%, 同比下降 7.4pcts。其中 4 月白奶销售额为 3.10 亿元, 同比增长 48.1%, 均价 64.50 元, 同比增长 18.0%; 4 月酸奶销售额 1.52 亿元, 同比增长 9.7%, 均价 64.16 元, 同比增长 26.6%, 显示 4 月酸奶产品升级趋势或好于白奶。

图表 8 阿里渠道乳制品销售额及增速 (亿元, %)



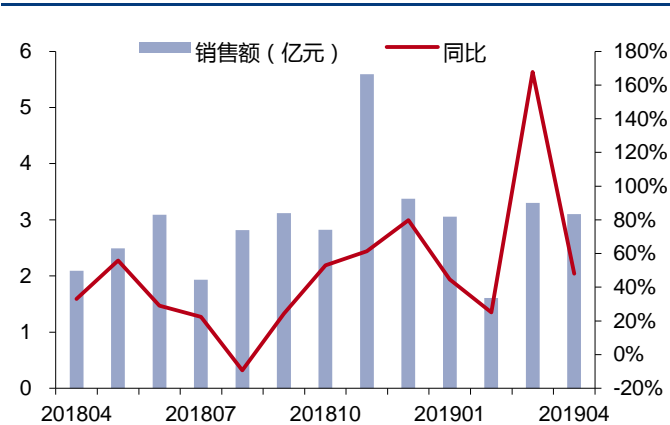
资料来源: 阿里平台数据, 华创证券

图表 9 阿里渠道白奶及酸奶占比变化 (%)



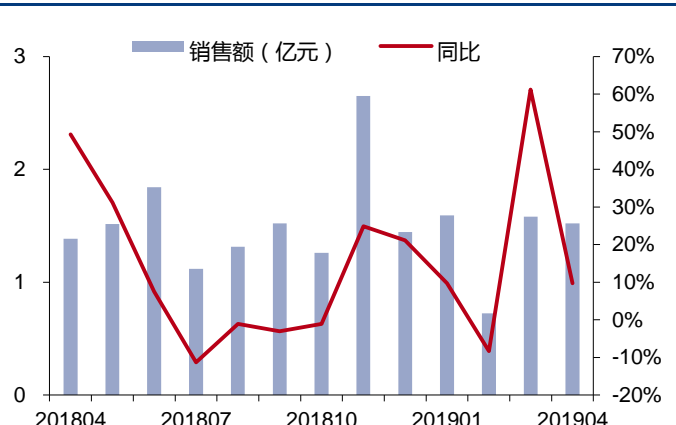
资料来源: 阿里平台数据, 华创证券

图表 10 白奶销售额及增速 (亿元, %)



资料来源: 阿里平台数据, 华创证券

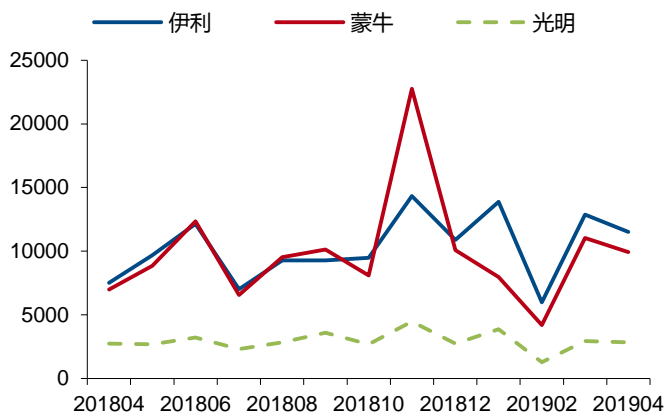
图表 11 酸奶销售额及增速 (亿元, %)



资料来源: 阿里平台数据, 华创证券

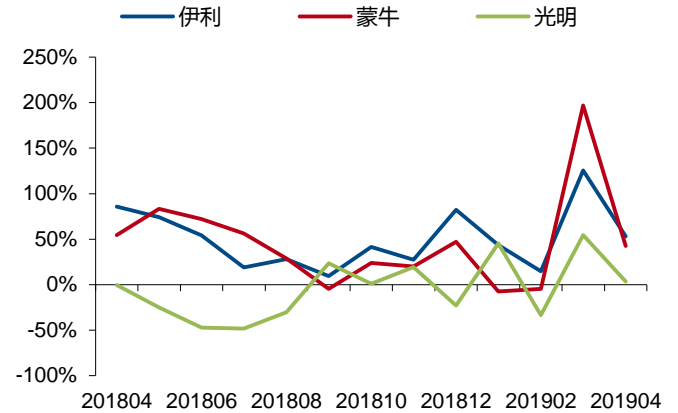
伊利、蒙牛增速较快, 线上份额持续提升。4月阿里渠道伊利销售额 1.15 亿元, 同比增长 53.0%, 销量 189.15 万件, 同比增长 34.1%, 均价 60.91 元, 同比提升 14.0%; 蒙牛销售额 9945.75 万元, 同比增长 42.4%, 销量 178.08 万件, 同比增长 36.4%, 均价 55.85 元, 同比提升 4.4%; 光明销售额 2842.10 万元, 同比增长 3.3%, 销量 48.87 万件, 同比增长 10.1%, 均价 58.16 元, 同比下降 6.2%。伊利 4 月线上份额为 23.4%, 同比增长 2.6pcts, 蒙牛线上份额为 20.2%, 同比增长 0.9pct。

图表 12 伊利、蒙牛、光明线上销售额 (万元)



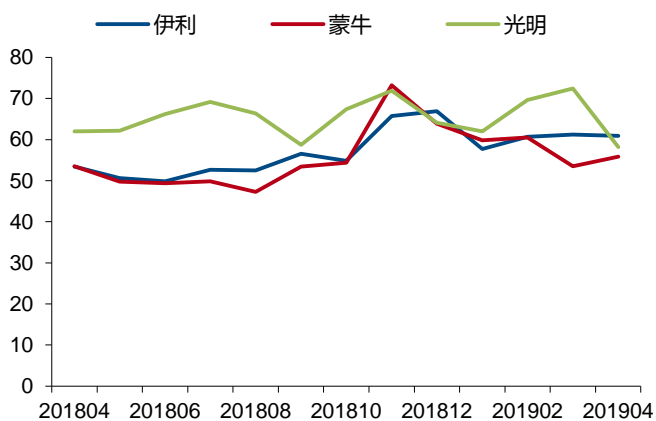
资料来源: 阿里平台数据, 华创证券

图表 13 伊利、蒙牛、光明线上销售额增速 (%)



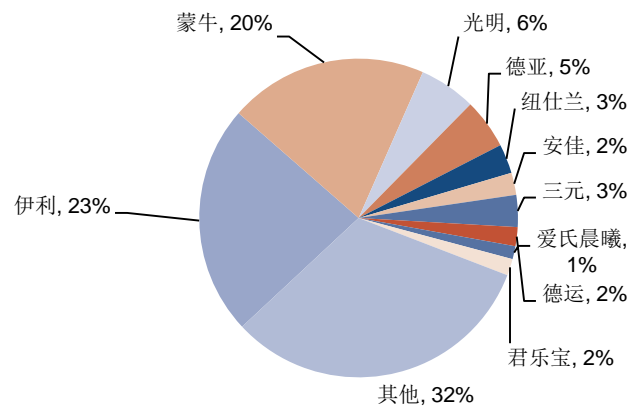
资料来源: 阿里平台数据, 华创证券

图表 14 伊利、蒙牛、光明线上均价 (元)



资料来源: 阿里平台数据, 华创证券

图表 15 4月各品牌份额占比 (%)



资料来源: 阿里平台数据, 华创证券

蒙牛特仑苏较为热销, 伊利亚慕希位列酸奶榜首。酸奶方面, 伊利亚慕希 (12+4 盒装) 销售额 1526.97 万元, 位居酸奶品类榜首, 蒙牛纯甄 (24 盒装) 销售额 1425.36 万元, 位居榜单第三位。白奶方面, 蒙牛特仑苏纯牛奶 (16 盒装) 销售额 1752.03 万元, 位居白奶榜首, 伊利纯牛奶 (24 盒装) 销售额 1133.35 万元, 位居榜单第四位, 蒙牛纯牛奶 (16 盒装) 销售额 876.10 万元, 位居榜单第五位。

图表 16 乳制品类主要热销产品

产品	201904		201903	
	价格 (元)	销售额 (万元)	价格 (元)	销售额 (万元)
蒙牛特仑苏纯牛奶 250ml*16 盒	70	1752	71	1953
伊利 安慕希原味酸奶 205g*12+4 盒	66	1527	67	1318
蒙牛纯甄常温酸奶 200g*24	90	1425	87	1453
伊利 无菌砖纯牛奶 250ml*24 盒	58	1133	64	1694
蒙牛纯牛奶 PURE MILK 250ml*16 盒	37	876	37	1762
蒙牛低脂高钙纯牛奶 250ml*16 盒	42	803	44	1063

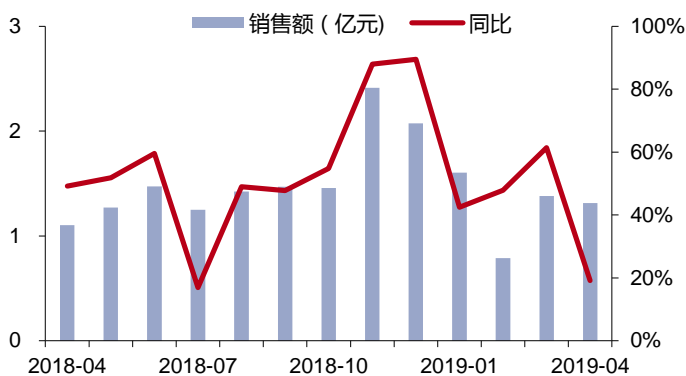
产品	2019Q4		2019Q3	
	销量	销售额	销量	销售额
蒙牛纯牛奶 PURE MILK 250ml*16 盒*2	74	749	69	538
光明纯奶 250mL*24 盒	51	712	58	593
伊利 高钙低脂奶 250ml*24 盒/箱	67	697	67	1231

资料来源：阿里平台数据，华创证券

三、调味品：行业增长平稳，海天千禾表现较好

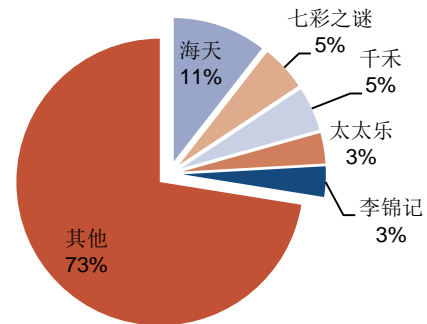
行业增长平稳，海天、千禾表现较好。4 月阿里渠道日常调味品子行业销售额 1.31 亿元，同比增长 19.2%。分品牌来看，海天、七彩之谜、千禾销售额位居前 3 名，分别占比 11%、5%、5%。从主要调味品牌来看，海天销售额为 1384.71 万元，同比增长 21.3%，厨邦销售额为 217.43 万元，同比增长 16.6%，千禾销售额为 651.59 万元，同比增长 59.8%，欣和销售额为 291.95 万元，同比下降 2.9%。

图表 17 调味品销售额及增速（亿元，%）



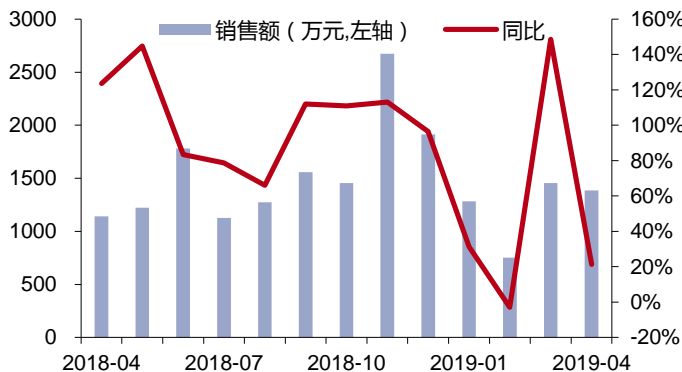
资料来源：阿里平台数据，华创证券

图表 18 调味品子行业销售额占比



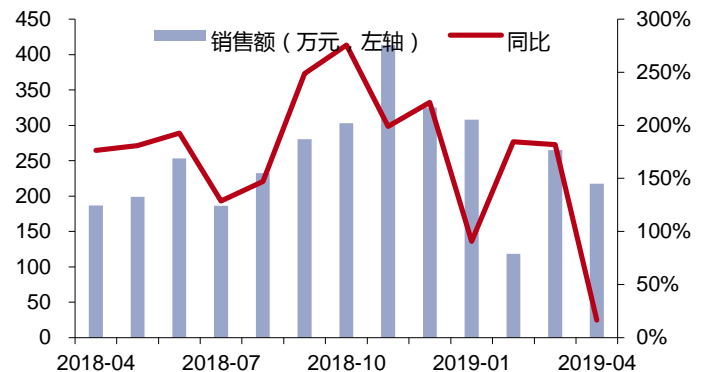
资料来源：阿里平台数据，华创证券

图表 19 海天味业销售额及增速（万元，%）

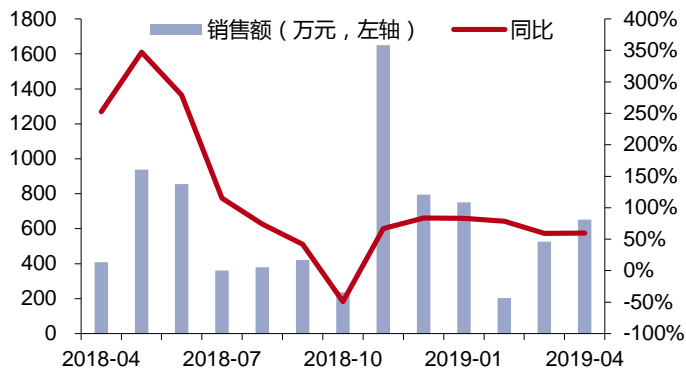


资料来源：阿里平台数据，华创证券

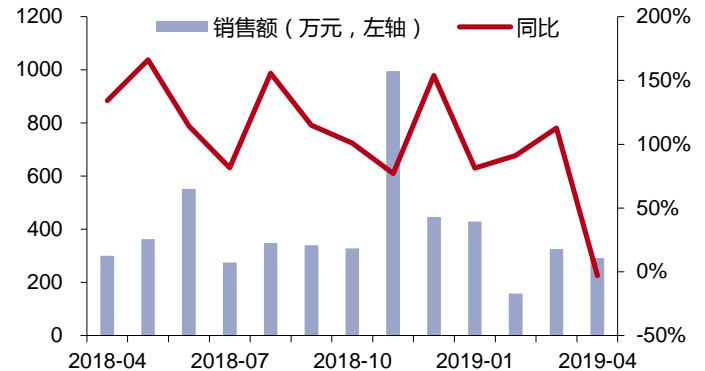
图表 20 厨邦销售额及增速（万元，%）



资料来源：阿里平台数据，华创证券

图表 21 千禾销售额及增速 (万元, %)


资料来源: 阿里平台数据, 华创证券

图表 22 欣和销售额及增速 (万元, %)


资料来源: 阿里平台数据, 华创证券

海天产品依旧强势, 千禾位居榜单第一。从 4 月热销产品来看, 在酱油热销产品前 10 名中, 海天占 7 位, 表现依旧处于强势地位。千禾、李锦记和味事达产品分别位列第一位、第八位和第十位。

图表 23 酱油品类热销产品前 10 名

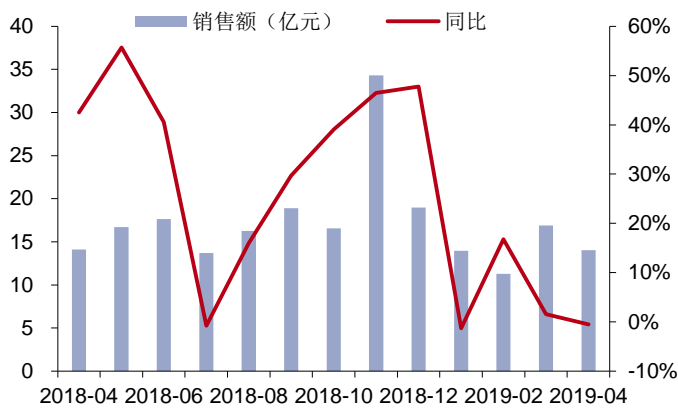
宝贝名称	销售量 (件)	销售金额 (万元)	平均价格
【千禾_零添加】御藏本酿 180 天酱油 1L*2	54891	267.87	48.80
海天招牌味极鲜 2.25kg*2+蚝油 700g*2 酱油箱装	25919	149.47	57.67
海天金标生抽 1280ml*2+上等蚝油 520g 酱油	26207	89.72	34.23
海天招牌味极鲜 2.25KG*2 生抽促销装送超值赠品	20677	86.02	41.60
海天金标生抽 1280ml*2+上等蚝油 520g*2 酱油	20251	81.67	40.33
海天味极鲜 2.25KG*2+上等蚝油 520g 特级酱油	15642	69.20	44.24
海天特级金标生抽 500ml 酱油 炒菜凉拌火锅	55342	67.44	12.19
李锦记薄盐生抽 1750ml 天然薄盐健康酱油精选	23724	53.72	22.65
海天 生抽酱油 1900ml 非转基因黄豆酿造	27081	51.74	19.11
味事达味极鲜特级酱油 1900ml 蒸鱼豉油	14007	49.96	35.67

资料来源: 阿里平台数据, 华创证券

四、保健品: 海外保健品有所下滑, 品牌店占比持续提升

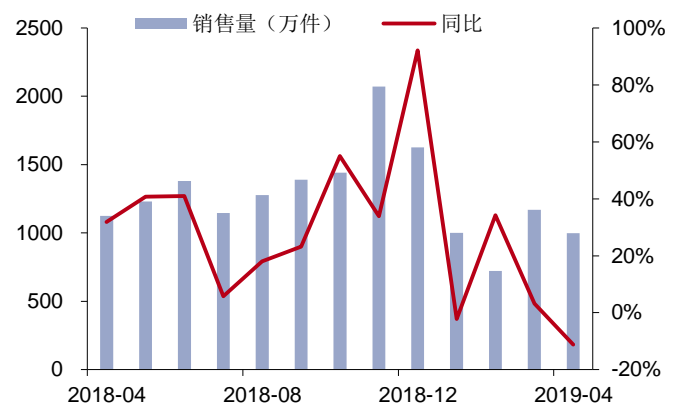
海外保健品有所下滑, 品牌店占比持续提升。4 月阿里渠道保健品销售额 14.03 亿元, 同比下降 0.5%, 增速环比持续下降, 销售均价 140.52 元, 同比增长 12.0%。海外保健品 4 月销售额 6.31 亿元, 同比下降 4.3%, 环比下降 20.9%, 海外保健品销售下滑或与新电商法打击跨境代购业务有关。分渠道看, 天猫渠道销售额达 4.13 亿元, 同比增长 25.7%, 淘宝渠道实现销售额 2.18 亿元, 同比下降 34.0%; 天猫渠道销售占比 65.4%, 同比提升 15.6pcts, 品牌店占比持续提升。

图表 24 保健品行业销售额及增速（亿元，%）



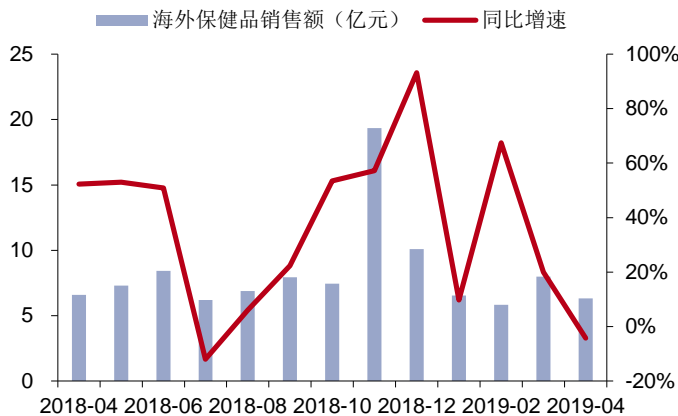
资料来源：阿里平台数据，华创证券

图表 25 保健品行业当月销售量及增速（万件，%）



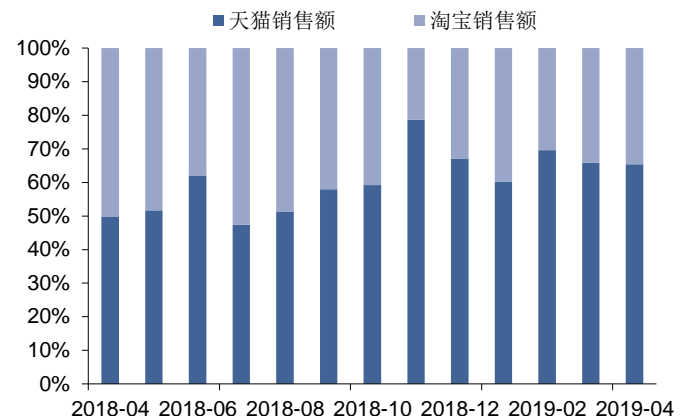
资料来源：阿里平台数据，华创证券

图表 26 海外保健品销售额及增速（亿元，%）



资料来源：阿里平台数据，华创证券

图表 27 海外保健品渠道占比（亿元，%）

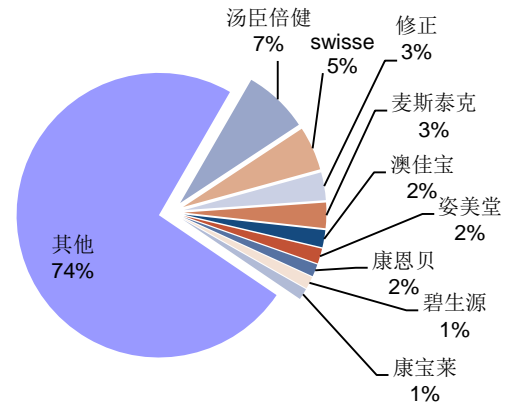
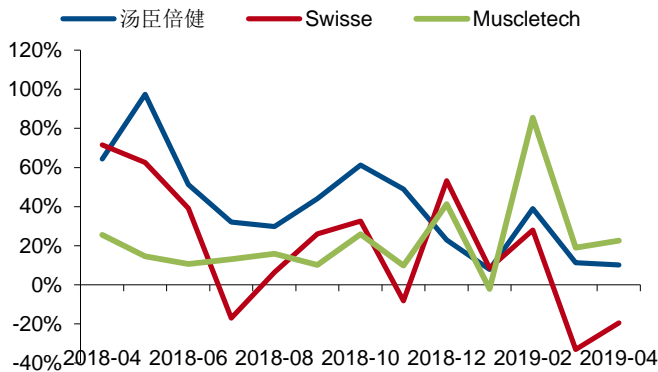


资料来源：阿里平台数据，华创证券

Muscletech 表现较好, Swisse 销售有所下滑。4月汤臣倍健、Swisse、修正分别位列保健品阿里系线上销售额前三名，其中汤臣倍健4月线上销售额1.05亿元，位居第一，同比增长10.1%；Swisse销售额7010.45万，同比下降19.5%；修正销售额4423.18万元，同比增长28.1%；Muscletech销售额4053.36万元，同比增长22.6%，排名第四。集中度来看，线上CR5占比为20.4%，同比提升0.6pcts。Swisse天猫销售占80.8%，同比提升14.7pcts，Muscletech天猫销售占比87.6%，同比提升7.3pcts。

图表 28 汤臣倍健、Swisse、Muscletech 销售额增速(%)

图表 29 4 月保健品线上格局

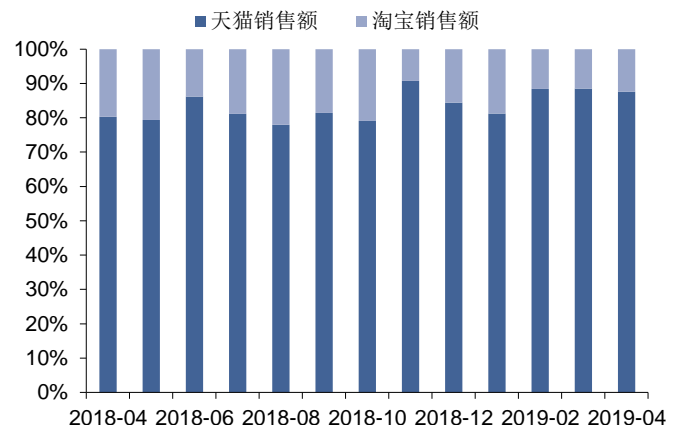
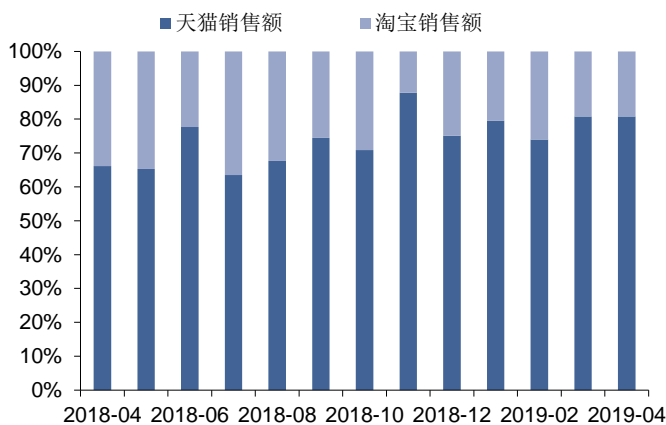


资料来源：阿里平台数据，华创证券

资料来源：阿里平台数据，华创证券

图表 30 Swisse 天猫与淘宝销售占比 (%)

图表 31 Muscletech 天猫与淘宝销售占比 (%)



资料来源：阿里平台数据，华创证券

资料来源：阿里平台数据，华创证券

维生素类产品较受欢迎。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 钙片，葡萄籽产品较为热销；汤臣倍健维 C 咀嚼片，鱼胶原蛋白较为热销。

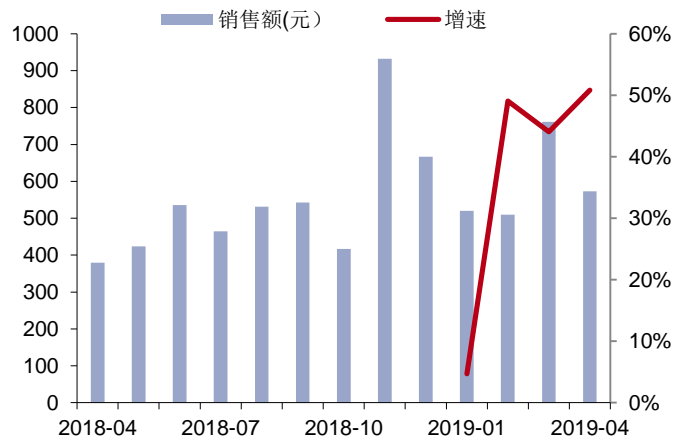
图表 32 4 月汤臣倍健、Swisse 热销 Top3 产品

排名	产品	销量 (万件)	销售额 (万元)	均价 (元)
汤臣倍健				
1	汤臣倍健维生素 c 咀嚼片 240 片	5.62	732.57	130.43
2	汤臣倍健鱼胶原蛋白口服液液态饮	0.70	325.12	464.93
3	汤臣倍健蛋白粉营养蛋白粉	1.00	322.37	323.02
Swisse				
1	swisse 钙片+维生素 D150 片	3.04	284.22	93.44
2	Swisse 葡萄籽 180 粒	1.56	221.58	142.00
3	swisse 奶蓟草片 120 粒	0.96	183.34	191.00

资料来源：阿里平台数据，华创证券

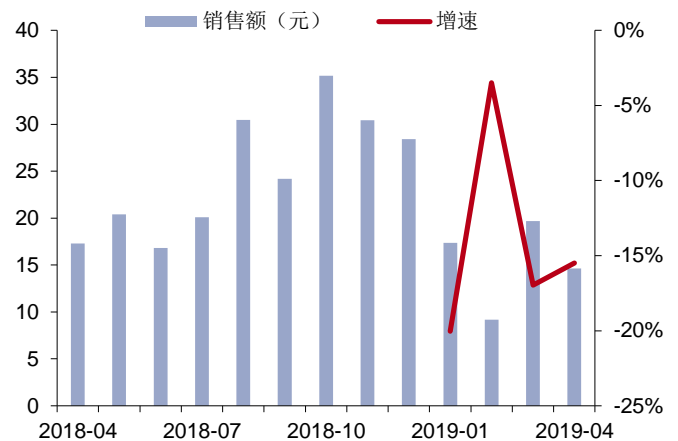
Lifespace 海外销售高速增长，未来发展潜力大。4 月 Lifespace 海外益生菌销售额 572.71 万元，同比增长 50.8%，销量 3.67 万件，同比增长 54.5%，均价为 156.26 元，同比下降 2.3%。

图表 33 Lifespace 海外销售额及增速



资料来源：阿里平台数据，华创证券

图表 34 Lifespace 国内销售额及增速

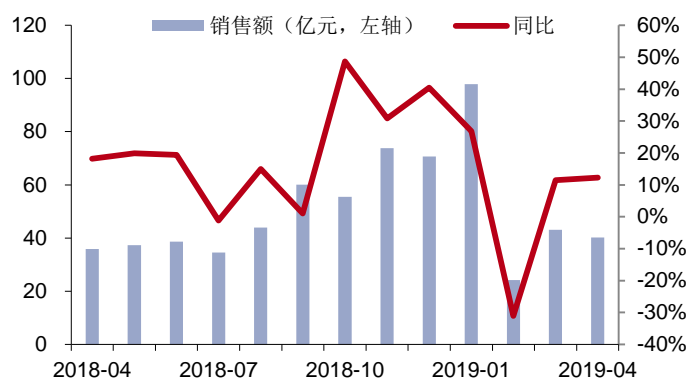


资料来源：阿里平台数据，华创证券

五、休闲食品：行业销售稳步增长，线上集中度有所提升

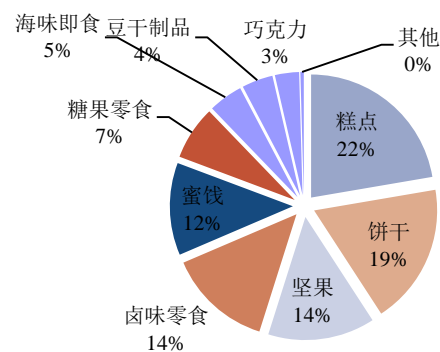
行业销售稳步增长，销售均价有所提升。4 月阿里系休闲食品线上销售额 40.21 亿元，同比增长 12.3%；销量为 1.51 亿件，同比下降 0.8%，均价 26.69 元，同比增长 13.1%。分子行业看，糕点类销售额 8.90 亿元，同比增长 37.7%，位居行业第一；饼干类销售额 7.39 亿元，同比增长 13.9%，位居行业第二；坚果类销售额 5.61 亿元，同比下降 1.1%，位居行业第三，坚果销售下滑或与其均价提升有关。

图表 35 休闲零食行业销售情况 (亿元, %)



资料来源：阿里平台数据，华创证券

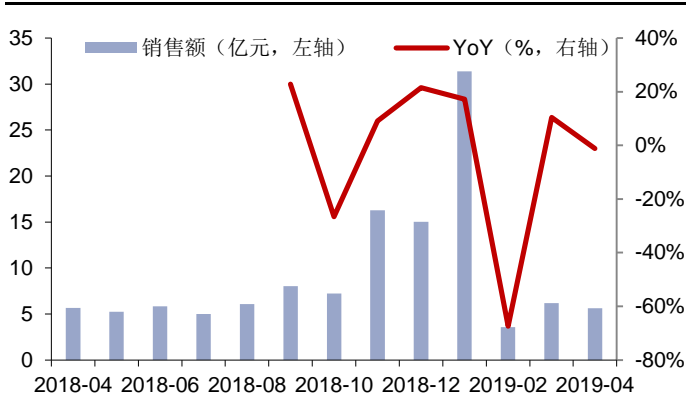
图表 36 子品类销售情况



资料来源：阿里平台数据，华创证券

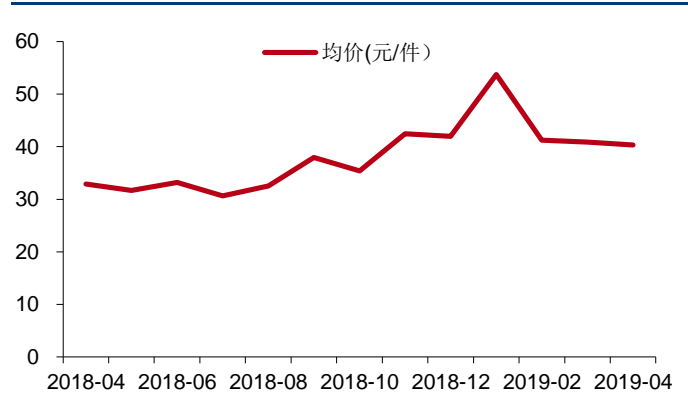
坚果销售有所下滑，购买均价有所提升。2019 年 4 月坚果线上销售额 5.61 亿元，同比下降 1.1%，销售量 1391.04 万件，同比下降 19.4%，均价为 40.33 元/件，同比增长 22.7%，销售下滑或与均价提升有关。

图表 37 坚果炒货行业销售额及增速（亿元）



资料来源：阿里平台数据，华创证券

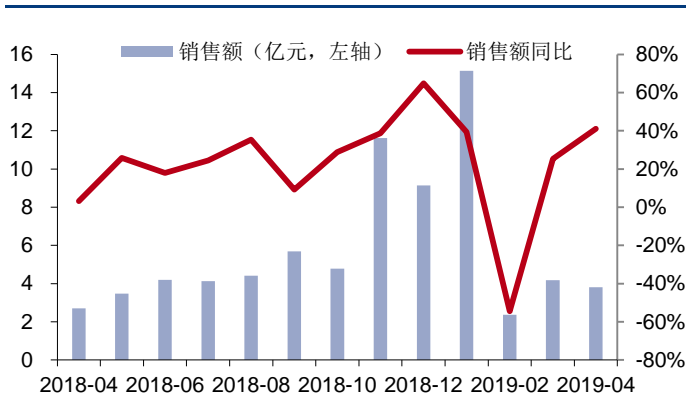
图表 38 坚果炒货行业销售均价（元）



资料来源：阿里平台数据，华创证券

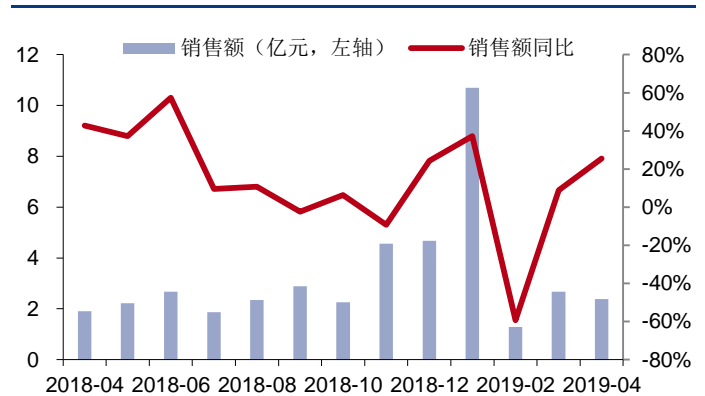
线上集中度有所提升，三只松鼠表现较好。4月阿里系休闲食品销售额 Top3 仍为三只松鼠、百草味和良品铺子，其中三只松鼠4月销售额 3.81 亿元，同比增长 41.0%，销量 1120.66 万件，同比增长 4.2%，均价 33.96 元，同比增长 35.4%；百草味4月销售额 2.39 亿元，同比增长 25.5%，销量 907.53 万件，同比增长 13.0%，均价 26.31 元，同比增长 11.1%；良品铺子4月销售额 2.25 亿元，同比增长 26.8%，销量 782.64 万件，同比增长 1.9%，均价 28.70 元，同比增长 24.4%；休闲食品行业线上集中度有所提升，CR3 为 21.0%，同比增长 3.2pcts。

图表 39 三只松鼠阿里平台销售额（亿元，%）

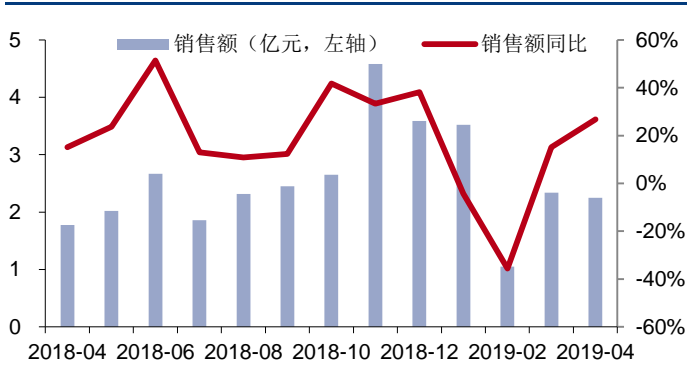


资料来源：阿里平台数据，华创证券

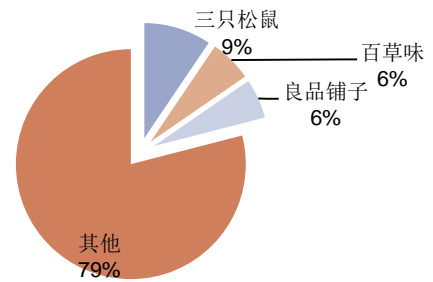
图表 40 百草味阿里平台销售额（亿元，%）



资料来源：阿里平台数据，华创证券

图表 41 良品铺子阿里平台销售额（亿元，%）


资料来源：阿里平台数据，华创证券

图表 42 4 月阿里平台行业竞争格局


资料来源：阿里平台数据，华创证券

坚果大礼包销售火爆，零食礼包产品热销。4 月阿里系休闲食品热销榜 Top3 为三只松鼠每日坚果、零食大礼包和良品铺子零食大礼包。三只松鼠热销榜单 Top3 为三只松鼠每日坚果混合果仁、零食大礼包和每日坚果混合坚果，销售额分别为 4023.28 万元、3022.93 万元、1628.86 万元。百草味热销 Top3 为每日坚果、零食大礼包和手撕面包，销售额分别为 1341.30 万元、1183.0 万元、602.17 万元。良品铺子热销 Top3 为零食大礼包整箱、每日坚果和零食大礼包散装，销售额分别为 1719.22 万元、1138.16 万元、1036.23 万元。

图表 43 阿里线上平台热销榜单

排名	产品	销售额 (万元)
1	【三只松鼠_每日坚果 750g/30 天装】混合果仁零食大礼包组合送礼	4023.3
2	【三只松鼠_零食大礼包】网红坚果组合休闲小吃食品超大一箱批发	3022.9
3	良品铺子零食大礼包网红坚果女生一箱吃休闲食品整箱	1719.2
4	三只松鼠_每日坚果 750g/30 天装混合坚果礼盒网红干果坚果大礼包	1628.9
5	【三只松鼠_手撕面包 1kg/整箱】网红早餐营养食品小零食蛋糕点心	1469.9
6	【百草味-每日坚果 750g】孕妇零食混合装 30 包干果组合礼盒大礼包	1341.3
7	abd 吐司面包营养早餐手撕面包夹心糕点蛋糕零食食品整箱面包点心	1326.9
8	百草味-零食大礼包 休闲食品网红小吃坚果一整箱宿舍散装办公室女	1183.0
9	【良品铺子每日坚果 750g 装】混合干果零食大礼包综合果仁 30 包	1138.2
10	良品铺子零食大礼包女网红小吃坚果一箱好吃的休闲小食品散装	1036.2

资料来源：阿里平台数据，华创证券

图表 44 4 月三只松鼠、百草味、良品铺子热销 Top3

排名	产品	均价 (元)	销售额 (万元)
三只松鼠			
1	三只松鼠_每日坚果混合果仁	142.6	4023.2
2	三只松鼠_零食大礼包	59.90	3022.9
3	三只松鼠_每日坚果混合坚果	150.8	1628.9
百草味			
1	百草味-每日坚果 750g	142.0	1341.3
2	百草味-零食大礼包	59.9	1183.0

	产品	均价（元）	销售额（万元）
3	百草味-手撕面包 1kg	30.1	602.2
良品铺子			
1	良品铺子零食大礼包整箱	88.0	1719.2
2	良品铺子每日坚果 750g 装	150.3	1138.2
3	良品铺子零食大礼包自选	59.9	1036.2

资料来源：阿里平台数据、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。

华创证券团队介绍

组长、高级分析师：方振

CFA，复旦大学经济学硕士，3 年食品饮料研究经验，曾就职于中信证券、安信证券，2018 年加入华创证券研究所。

研究员：于芝欢

厦门大学管理学硕士，1.5 年消费行业研究经验，曾就职于中金公司。

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。

助理研究员：程航

美国约翰霍普金斯大学硕士，曾任职于招商证券，2018 年加入华创证券研究所。

研究所所长、首席分析师：董广阳

上海财经大学经济学硕士。10 年食品饮料研究经验。曾任职于瑞银证券、招商证券。2015-2017 连续三年新财富、水晶球、金牛奖等最佳分析师排名第一，为多家大型食品饮料企业和创投企业提供行业顾问咨询。

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	高级销售经理	010-66500827	duboya@hcyjs.com
	张菲菲	高级销售经理	010-66500817	zhangfeifei@hcyjs.com
	侯春钰	销售经理	010-63214670	houchunyu@hcyjs.com
	侯斌	销售经理	010-63214683	houbin@hcyjs.com
	过云龙	销售经理	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	高级销售经理	0755-83479862	luoyingyin@hcyjs.com
	段佳音	销售经理	0755-82756805	duanjiayin@hcyjs.com
	朱研	销售经理	0755-83024576	zhuyan@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
	杨晶	高级销售经理	021-20572582	yangjing@hcyjs.com
	张佳妮	高级销售经理	021-20572585	zhangjiani@hcyjs.com
	乌天宇	高级销售经理	021-20572506	wutianyu@hcyjs.com
	潘亚琪	高级销售经理	021-20572559	panyaqi@hcyjs.com
	沈颖	销售经理	021-20572581	shenyin@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
	蒋瑜	销售助理	021-20572509	jiangyu@hcyjs.com
	施嘉玮	销售助理	021-20572548	shijiawei@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