

食品饮料行业6月线上数据分析专题

线上销售增势不减，品牌份额加速集中

推荐（维持）

- **事件：**6月阿里线上电商数据披露，我们重点对白酒、乳制品、调味品、保健食品、休闲食品及奶粉等子行业线上销售情况进行分析。从6月线上销售情况来看，多数子行业销售增长势头明显，龙头品牌持续高增，品牌份额集中趋势更为确定。
- **白酒：销售增速保持稳定，茅台老窖表现亮眼。**H1白酒行业销售额45.45亿元，同增94.87%。6月国产白酒线上销售额10.11亿元，同增130.52%，均价391.62元，同增58.26%，价格升级趋势明显。从销售额排名来看，茅台、五粮液、泸州老窖占据前三。从品牌看，茅台销售额同增259.23%，五粮液销售额同增141.31%，泸州老窖销售额同增120.90%，洋河销售额同增14.12%，汾酒销售额同增137.69%，名酒销售加速增长。
- **乳制品：线上销售稳定增长，伊利份额有所提升。**H1液奶行业销售额为68.29亿元，同增120.03%。6月阿里渠道液奶行业销售额18.01亿元，同增130.83%，销售量3202.30万件，同增104.47%，平均产品价格56.23元，同增12.89%。分品牌看，伊利销售额4.20亿元，同增139.44%，销量638.67万件，同增105.77%，均价65.82元，同增16.36%，线上份额有所提升；蒙牛销售额2.07亿元，同降5.40%，销量380.3万件，同降6.02%，均价54.42元，同增0.65%。
- **调味品：龙头品牌增速明显，千禾海天依旧亮眼。**H1日常调味品子行业销售额为7.20亿元，同降10.18%。6月阿里渠道日常调味品子行业销售额2.08亿元，同增31.83%。分品牌来看，海天、千禾、太太乐销售额位居前三名，分别占比23%、11%、7%。从主要调味品牌来看，海天销售额为4768.02万元，同增160.90%；厨邦销售额为714.14万元，同增80.08%；千禾销售额为2298.93万元，同增69.21%；欣和销售额为596.02万元，同增5.94%；龙头品牌份额加速提升。从6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。
- **保健食品：行业销售增长明显，汤臣Swisse稳居前二。**H1保健品销售额124.60亿元，同增135.18%。6月阿里渠道保健品销售额32.97亿元，同增60.82%，销售均价160.15元，同增8.18%。海外保健品6月销售额15.15亿元，同增44.13%，环比增长62.73%，行业销售增长明显。分渠道看，天猫渠道销售额达11.39亿元，同增43.95%，淘宝渠道实现销售额3.76亿元，同增44.68%；天猫渠道销售占比75.18%，同比下降0.13pct，品牌店占比相对稳定。分品牌看，汤臣倍健、Swisse、bio-e分别位列保健品阿里系线上销售额前三名，其中汤臣倍健6月线上销售额2.34亿元，位居第一，同增63.12%；Swisse销售额1.90亿元，同增52.37%；bio-e销售额1.59亿元。
- **休闲食品：行业销售稳步增长，糕点卤味高增。**H1休闲食品行业销售额为43.65亿元，同增16.22%。6月阿里系休闲食品线上销售额58.03亿元，同增25.11%；均价26.38元，同比下降0.47%。分子行业看，糕点卤味增长明显，6月糕点类销售额11.73亿元，位居行业第一；饼干类销售额11.10亿元，位居行业第二；卤味零食类销售额10.47亿元，位居行业第三。6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6月销售额5.84亿元，同比下降18.37%，均价37.68元，同增3.46%；百草味销售额3.31亿元，同比下降5.70%，均价35.39元，同增18.98%；良品铺子销售额2.74亿元，同比下降18.03%，均价29.91元，同增5.27%；龙头品牌价格升级明显。6月休闲食品行业线上集中度有所降低，CR3为21.62%，同比下降1.37pcts。
- **奶粉：行业销售保持高增，龙头企业地位稳固。**H1奶粉销售额为63.52亿元，均价296.7元/件。6月阿里渠道婴幼儿牛奶粉子行业销售额15.9亿元，同增50.6%，销售量455.3万件，同比上升31.7%，均价348.9元/件，同增14.5%，行业销售保持高增长。分品牌来看，龙头企业增长明显。爱他美销售额为2.84亿元，同增59.1%，均价为378.3元/件，同增25.9%，销量为75.2万件，同比上升26.38%；a2销售额为1.06亿元，同增27.86%，均价为484.7元/件，同增7.61%，销量为22.0万件，同增18.8%。
- **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：董广阳

电话：021-20572598

邮箱：dongguangyang@hcyjs.com

执业编号：S0360518040001

联系人：沈昊

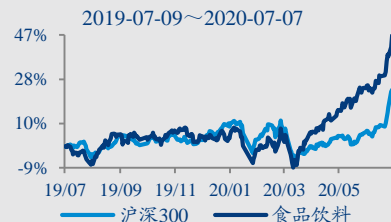
邮箱：shenhao@hcyjs.com

行业基本数据

		占比%
股票家数(只)	98	2.53
总市值(亿元)	55,745.86	7.09
流通市值(亿元)	50,917.2	8.85

相对指数表现

	%	1M	6M	12M
绝对表现		17.67	41.35	43.9
相对表现		0.25	28.42	23.22



相关研究报告

《食品饮料行业周报（20200615-20200621）：品牌力的一价三知：稳价、提价与提价》

2020-06-21

《食品饮料行业2020年中期策略：紧握龙头溢价，加配低估改善》

2020-06-30

《食品饮料行业周报（20200629-20200705）：中报检验临近，聚焦业绩支撑》

2020-07-06

目录

一、白酒：销售增速保持稳定，茅台老窖增幅明显.....	5
二、乳制品：线上销售增长较快，伊利份额有所提升.....	6
三、调味品：龙头品牌增速明显，千禾海天依旧亮眼.....	8
四、保健食品：行业销售增长明显，汤臣 Swisse 稳居前二.....	10
五、休闲食品：行业增速放缓，卤味增速领先.....	13
六、奶粉：行业销售保持高增，龙头企业地位稳固.....	15
七、风险提示.....	17

图表目录

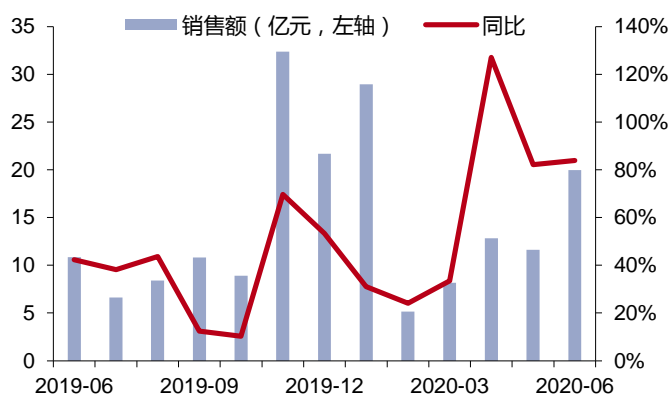
图表 1	阿里渠道酒类销售额及增速（亿元，%）	5
图表 2	阿里渠道国产白酒销售额及增速（亿元，%）	5
图表 3	6 月热销品牌排行榜	5
图表 4	贵州茅台销售额及增速（万元，%）	6
图表 5	五粮液销售额及增速（万元，%）	6
图表 6	洋河销售额及增速（万元，%）	6
图表 7	泸州老窖销售额及增速（万元，%）	6
图表 8	阿里渠道乳制品销售额及增速（亿元，%）	7
图表 9	阿里渠道白奶及酸奶占比变化（%）	7
图表 10	白奶销售额及增速（亿元，%）	7
图表 11	酸奶销售额及增速（亿元，%）	7
图表 12	伊利、蒙牛、光明线上销售额（万元）	7
图表 13	伊利、蒙牛、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	6 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	日常调味品子行业销售额及增速（亿元，%）	9
图表 19	6 月调味品子行业销售额占比（%）	9
图表 20	海天销售额及增速（万元，%）	9
图表 21	千禾销售额及增速（万元，%）	9
图表 22	李锦记销售额及增速（万元，%）	9
图表 23	厨邦销售额及增速（万元，%）	10
图表 24	欣和销售额及增速（万元，%）	10
图表 25	6 月酱油品类热销产品前 10 名	10
图表 26	保健食品行业销售额及增速（亿元，%）	11
图表 27	保健食品行业销售量及增速（万件，%）	11
图表 28	海外保健食品销售额及增速（亿元，%）	11
图表 29	海外保健食品渠道占比（亿元，%）	11
图表 30	汤臣倍健、Swisse、Muscletech 销售额（%）	11
图表 31	6 月保健食品线上格局	11
图表 32	Swisse 天猫与淘宝销售占比（%）	12
图表 33	Muscletech 天猫与淘宝销售占比（%）	12

图表 34	6 月汤臣倍健、Swisse 热销 Top3 产品	12
图表 35	Lifespace 海外销售额及增速	13
图表 36	Lifespace 国内销售额及增速	13
图表 37	休闲零食行业销售情况 (亿元, %)	13
图表 38	6 月子品类销售情况	13
图表 39	坚果炒货行业销售额及增速 (亿元)	14
图表 40	坚果炒货行业销售均价 (元)	14
图表 41	三只松鼠阿里平台销售额 (亿元, %)	14
图表 42	百草味阿里平台销售额 (亿元, %)	14
图表 43	良品铺子阿里平台销售额 (亿元, %)	14
图表 44	6 月阿里平台行业竞争格局	14
图表 45	6 月阿里线上平台热销榜单	15
图表 46	6 月三只松鼠、百草味、良品铺子热销 Top3	15
图表 47	奶粉销售额及均价 (亿元, 元/件)	16
图表 48	6 月婴幼儿奶粉子行业销售额占比	16
图表 49	爱他美销售额及均价 (亿元, 元/件)	16
图表 50	飞鹤销售额及均价 (万元, 元/件)	16
图表 51	君乐宝销售额及均价 (万元, 元/件)	16
图表 52	美赞臣销售额及均价 (万元, 元/件)	16
图表 53	6 月婴幼儿奶粉热销产品前 10 名	17

一、白酒：销售增速保持稳定，茅台老窖增幅明显

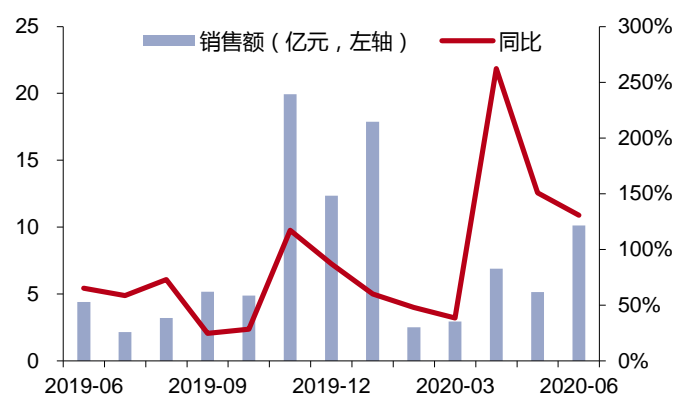
销售增速保持稳定，高端品牌增速亮眼。2020年1-6月总体销售情况H1白酒行业销售额45.45亿，同增94.87%。6月阿里渠道酒类总计销售额19.97亿元，同增83.93%，均价181.01元，同增24.05%。6月阿里渠道酒类总计销售额19.97亿元，同增83.93%，销量1103.33万件，同增48.27%，均价181.01元，同增24.05%。国产白酒线上销售额10.11亿元，同增130.52.05%，销售量258.23万件，同增45.66%，均价391.62元，同增58.26%。泸州老窖增幅明显。

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，%）



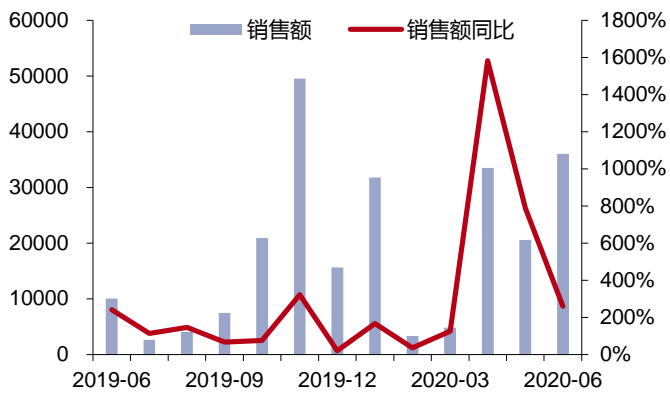
资料来源：阿里平台数据、华创证券

图表 3 6 月热销品牌排行榜

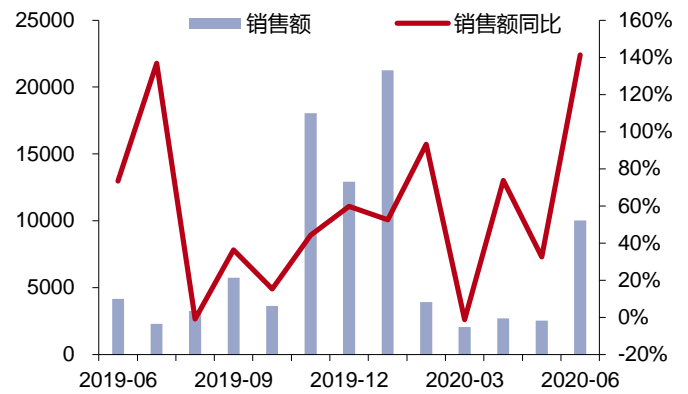
排名	2020 年 6 月			2019 年 6 月		
	品牌	销售额 (万元)	占比	品牌	销售额 (万元)	占比
1	茅台	36008.41	36%	茅台	10023.73	23%
2	五粮液	10026.74	10%	五粮液	4155.09	9%
3	泸州老窖	6292.79	6%	洋河	3067.59	7%
4	汾酒	4174.37	4%	泸州老窖	2848.65	6%
5	郎	4150.68	4%	汾酒	1756.25	4%
6	剑南春	3721.50	4%	郎	1684.81	4%
7	洋酒	3500.70	3%	剑南春	1490.93	3%
8	习酒	2530.68	3%	习酒	1350.56	3%
9	古贡井	1668.96	2%	舍得	1173.42	3%
10	牛栏山	1437.49	1%	牛栏山	1082.06	2%

资料来源：阿里平台数据、华创证券

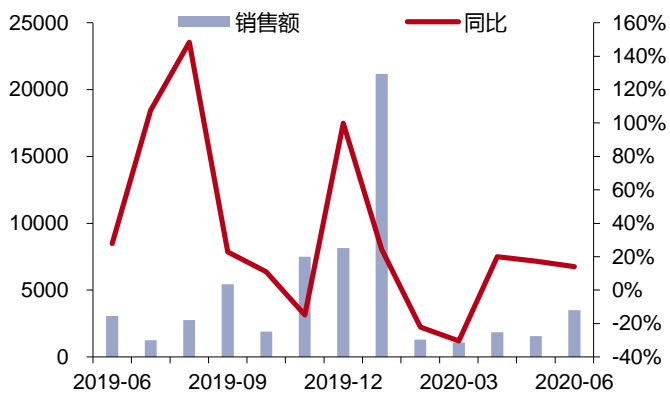
名酒均价增速亮眼，茅台泸州老窖增速领先。2020年1-6月总体销售情况：分品牌来看，茅台销售额为13.00亿元，销售额同比上升321.69%；五粮液销售额为4.25亿元，销售额同增65.54%；泸州老窖销售额为3.33亿元，同增94.57%；洋河销售额为3.05亿元，同增16.38%。受6.18活动影响，6月销量环比大幅上升，6月茅台销售额36008.41万元，位居行业首位，同增259.23%，均价1880.93元，同增84.69%；五粮液销售额1.0亿元，同增141.31%，均价1132.31元，同增77.15%；泸州老窖销售额6292.79万元，同增120.90%，均价601.28元，同增67.10%；洋河销售额3500.70万元，同增14.12%，均价566.86元，同增16.63%，汾酒销售额同增137.69%。

图表 4 贵州茅台销售额及增速 (万元, %)


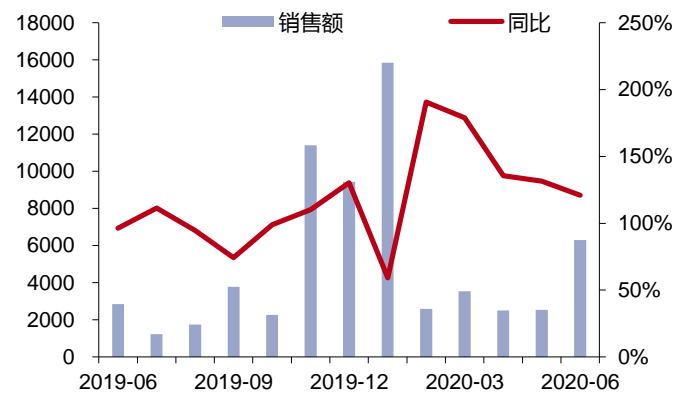
资料来源: 阿里平台数据、华创证券

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

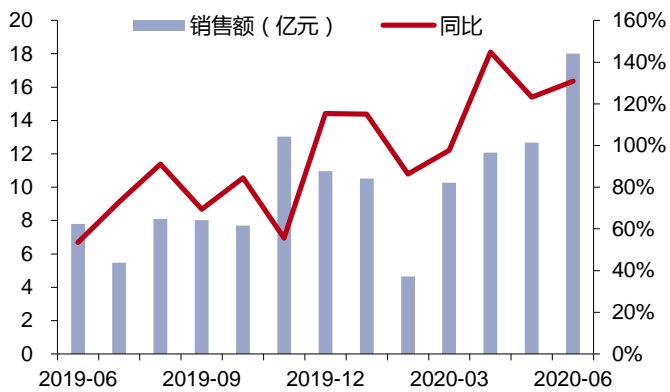
图表 7 泸州老窖销售额及增速 (万元, %)


资料来源: 阿里平台数据、华创证券

二、乳制品: 线上销售增长较快, 伊利份额有所提升

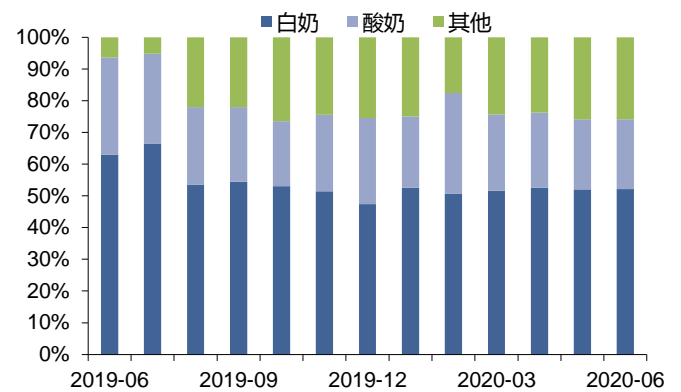
线上销售增长较快, 酸奶均价持续下降。H1 液奶行业销售额为 68.19 亿元, 同增 120.03%, 其中白奶销售额为 35.54 亿元, 同增 81.54%; 酸奶销售额为 15.93 亿元, 同增 66.05%; 酸奶销售额为 15.93 亿元, 同增 66.05%。与去年 1-6 月相比, 白奶、酸奶销售额占比均有下降。6 月阿里渠道液奶行业销售额 18.01 亿元, 同增 130.83%, 销售量 3202.30 万件, 同增 104.47%, 平均产品价格 56.23 元, 同增 12.89%。分子品类来看, 白奶占比 52.17%, 同比下降 10.73pcts, 酸奶占比 22.02%, 同比下降 8.69pcts。其中 6 月白奶销售额为 9.39 亿元, 同比增 91.46%, 均价 72.08 元, 同增 21.51%; 6 月酸奶销售额 3.96 亿元, 同增 65.52%, 均价 52.28 元, 同比下降 4.27%。

图表 8 阿里渠道乳制品销售额及增速 (亿元, %)



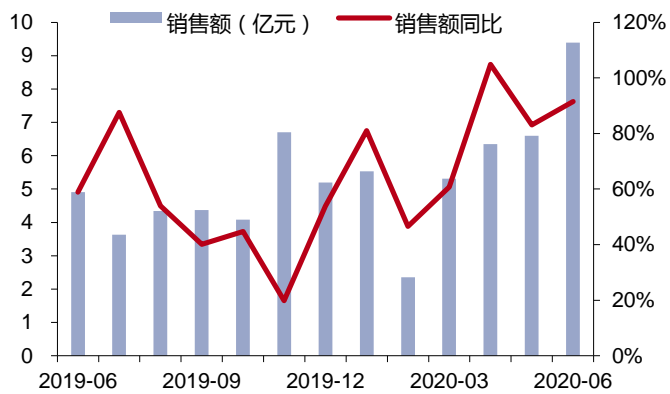
资料来源: 阿里平台数据, 华创证券

图表 9 阿里渠道白奶及酸奶占比变化 (%)



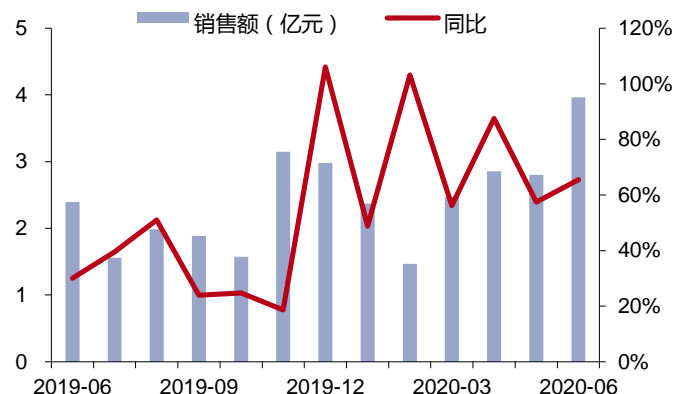
资料来源: 阿里平台数据, 华创证券

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

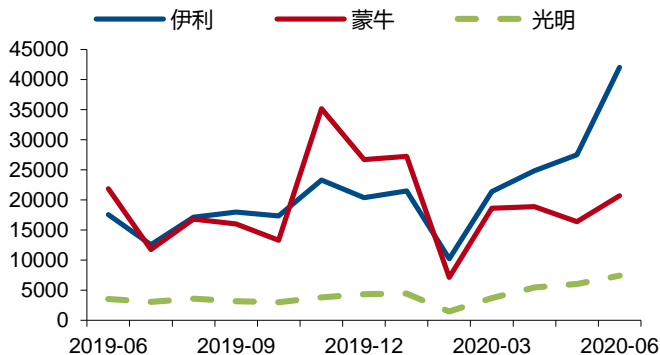
图表 11 酸奶销售额及增速 (亿元, %)



资料来源: 阿里平台数据, 华创证券

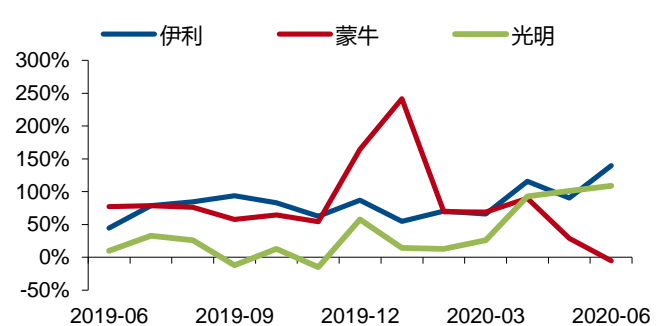
液奶线上增长较快, 伊利销售增长明显。上半年阿里渠道伊利销售额为 14.75 亿元, 同增 93.44%, 6 月份其销售额为 4.20 亿元, 同增 139.43%, 销量 638.67 万件, 同增 105.77%, 均价 65.82 元, 同增 16.36%。上半年阿里渠道蒙牛销售额为 10.90 亿元, 同增 60.82%, 6 月其销售额为 2.07 亿元, 同比下降 5.40%, 销量 380.33 万件, 同比下降 6.02%, 均价 54.42 元, 同增 0.65%。6 月光明销售额 7443.37 万元, 同增 109.16%, 销量 114.39 万件, 同增 89.66%, 均价 65.07 元, 同增 10.28%。伊利 6 月线上份额为 23.35%, 同比提升 0.84pct, 蒙牛线上份额为 11.49%, 同比下降 16.55pcts。

图表 12 伊利、蒙牛、光明线上销售额 (万元)



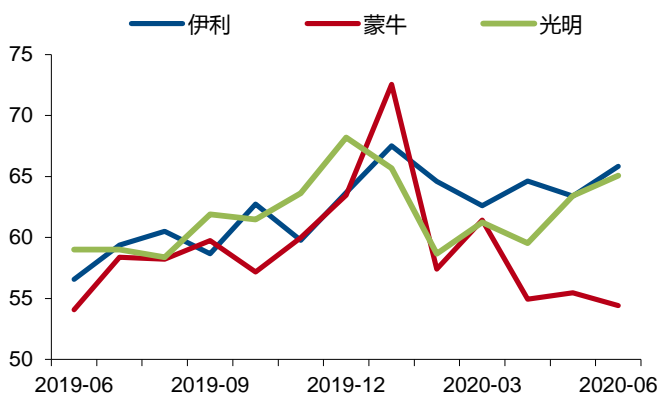
资料来源: 阿里平台数据, 华创证券

图表 13 伊利、蒙牛、光明线上销售额增速 (%)



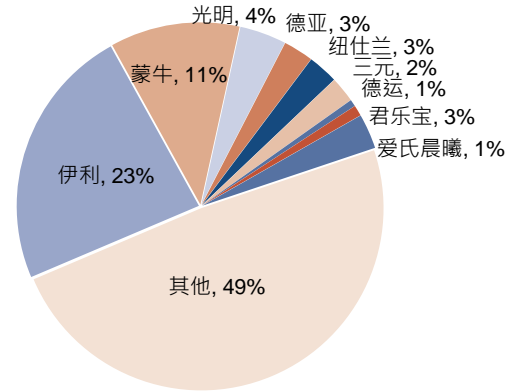
资料来源: 阿里平台数据, 华创证券

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 6 月各品牌份额占比 (%)



资料来源：阿里平台数据，华创证券

伊利安慕希、伊利金典纯牛奶分别位列酸奶、白奶榜首。酸奶方面，伊利安慕希风味酸牛奶销售额 5650.93 万元，位居酸奶品类榜首，认养一头牛常温原味酸奶销售额 3145.57 万元，位居酸奶榜单第二位。白奶方面，伊利金典纯牛奶销售额 6669.51 万元，位居白奶榜首，伊利无菌砖纯牛奶销售额 4029.95 万元，位居白奶榜单第二位。蒙牛销售最好的酸奶和白奶销售额分别为 939.35 万、2418.22 万，伊利销售最好的酸奶和白奶销售额分别为 5650.93 万、6669.51 万。蒙牛只有一款特仑苏白奶产品上榜，光明无产品上榜。

图表 16 乳制品类主要热销产品

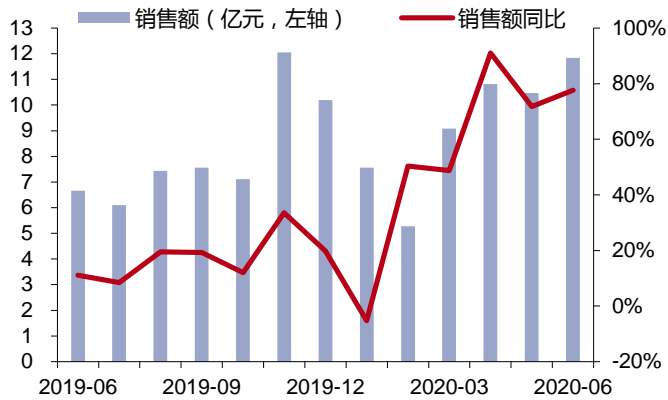
产品	2020 年 5 月		2020 年 6 月	
	成交均价 (元)	销售额 (万元)	成交均价 (元)	销售额 (万元)
伊利金典纯牛奶 250ml*24 盒/整箱	130.0	3264.98	130.0	6669.51
伊利安慕希风味酸牛奶原味 205g*12+4 盒	69.8	3625.67	69.8	5650.93
盼盼特浓花生牛奶 250ml*12 盒	39.9	4883.94	45.8	4937.52
豆本豆唯甄豆奶 250ml*24 盒	69.9	2055.77	69.9	4433.33
伊利无菌砖纯牛奶 250ml*20 盒/箱 整箱	69.9	2027.84	62.9	4029.95
认养一头牛常温原味酸奶 200g*12 盒 2 整箱	98.8	1922.75	98.7	3145.57
蒙牛特仑苏纯牛奶 250ml*16 包/整箱	85.0	1827.88	90.0	2418.22
旺旺 旺仔牛奶 0 泡组合装 245ml*8 罐	68.0	541.85	68.0	2242.60

资料来源：阿里平台数据，华创证券

三、调味品：龙头品牌增速明显，千禾海天依旧亮眼

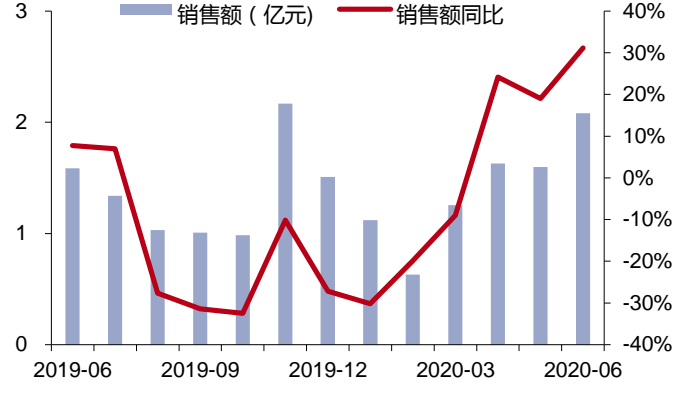
龙头品牌增速明显，行业集中度加速提升。2020 年 1-6 月阿里渠道日常调味品子行业销售额为 7.20 亿元，同比下降 10.18%。1-6 月份，海天销售额为 1.73 亿元，同增 115.30%；厨邦销售额为 3279.87 万元，同增 108.93%；千禾销售额为 8937.12 万元，同增 120.84%；欣和销售额为 2483.76 万元，同增 21.24%。6 月份阿里渠道日常调味品子行业销售额 2.08 亿元，同增 31.83%。分品牌来看，海天、千禾、太太乐销售额位居前 3 名，分别占比 23%、11%、7%。从主要调味品牌来看，海天销售额为 4768.02 万元，同增 160.90%；厨邦销售额为 714.14 万元，同增 80.08%；千禾销售额为 2298.93 万元，同增 69.21%；欣和销售额为 596.02 万元，同增 5.94%。

图表 17 调味品销售额及增速 (亿元, %)



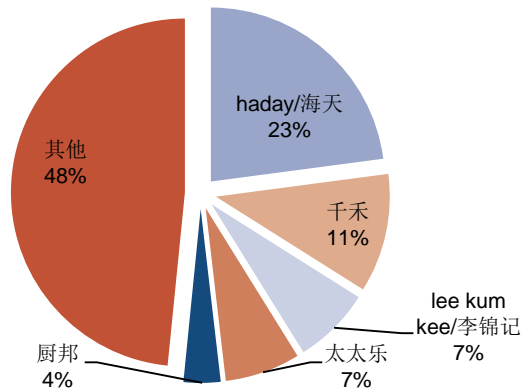
资料来源: 阿里平台数据, 华创证券

图表 18 日常调味品子行业销售额及增速 (亿元, %)



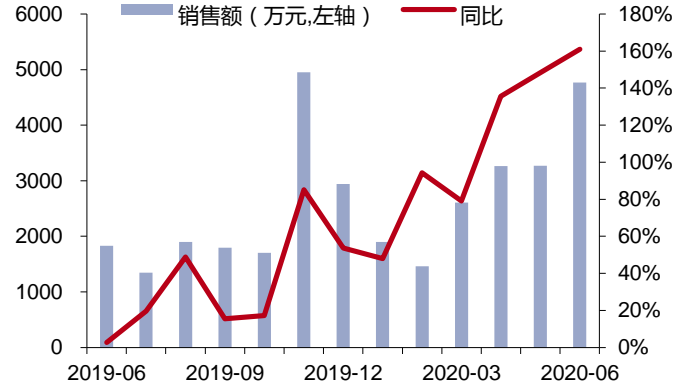
资料来源: 阿里平台数据, 华创证券

图表 19 6月调味品子行业销售额占比 (%)



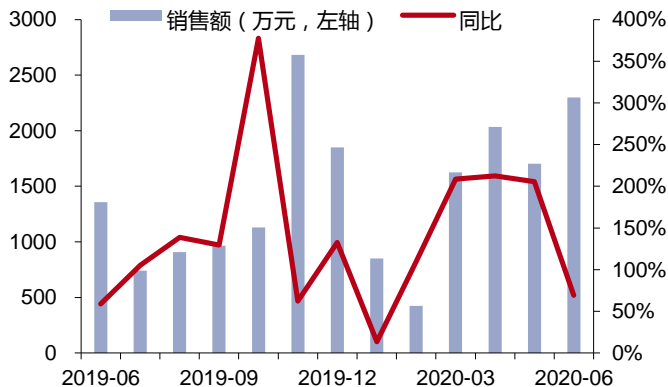
资料来源: 阿里平台数据, 华创证券

图表 20 海天销售额及增速 (万元, %)



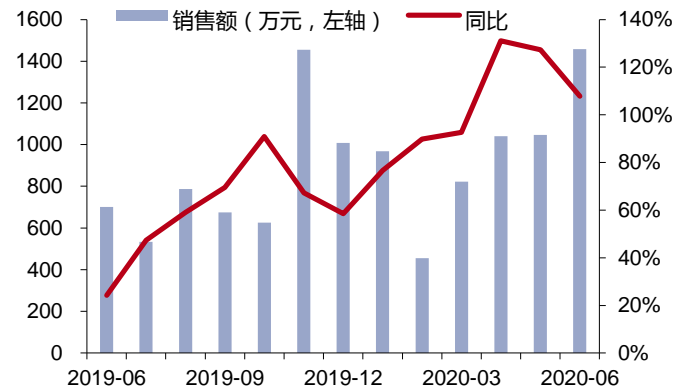
资料来源: 阿里平台数据, 华创证券

图表 21 千禾销售额及增速 (万元, %)

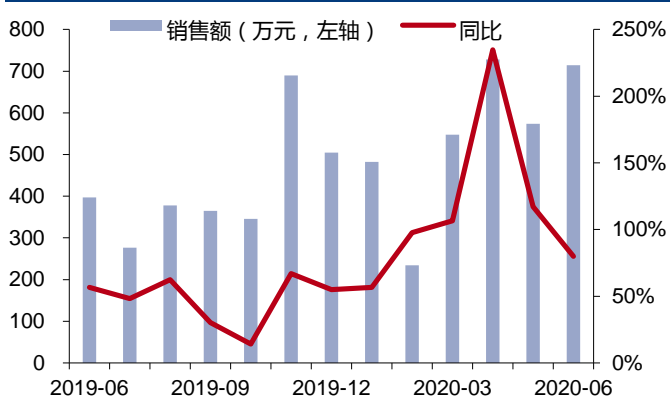


资料来源: 阿里平台数据, 华创证券

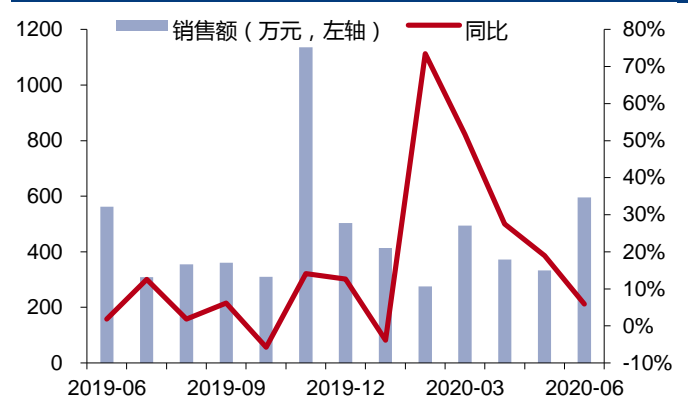
图表 22 李锦记销售额及增速 (万元, %)



资料来源: 阿里平台数据, 华创证券

图表 23 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 24 欣和销售额及增速 (万元, %)


资料来源: 阿里平台数据, 华创证券

千禾稳居第一, 海天依旧强势。从 6 月热销产品来看, 在酱油热销产品前十名中, 千禾产品继续占据榜首; 海天占据七名, 分列二、四、五、六、八、九、十位; 李锦记、原味鲜分为位列第三、七名。酱油产品品牌集中度高, 前十榜单中海天占据“大半江山”。

图表 25 6 月酱油品类热销产品前 10 名

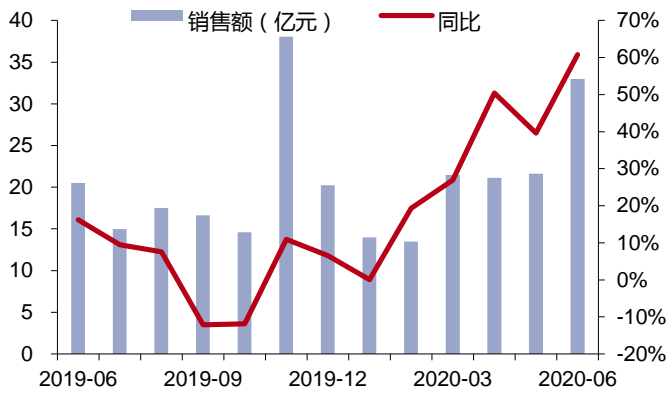
产品名称	销售量 (万件)	销售金额 (万元)	平均价格
【千禾_零添加酱油】厨房调味御藏本酿 180 天 1.8L 特级生抽佐餐食用	15.80	834.50	52.80
海天金标生抽酱油 1.28L*2+白米醋 450ml+蚝油 260g 调料调味料调味品	7.65	569.72	74.50
李锦记锦珍生抽 1650ml 酿造酱油凉拌炒菜精选原料凉拌炒菜家用调味	21.93	326.72	14.90
超定制-海天味极鲜 1.9L*2+蚝油 700g*2 酱油箱装升级款盐焗粉随机送	4.93	289.61	58.80
海天酱油金标生抽蚝油 古道料酒 家庭装省心礼盒锦鲤派调味料品	4.45	221.96	49.90
海天味极鲜特级酱油 1.9L*2+上等蚝油 520g 生抽 家庭调味调料组合	2.58	200.00	77.50
原味鲜红烧酱油 450ml+头道生抽 450ml+鲜酱油 100ml 酿造酱油 0 添加	4.16	188.76	45.39
新品上市 海天简盐酱油 1.28L 薄盐生抽减盐酱油凉拌炒菜火锅调味品	3.61	180.12	49.90
【惠民价】海天金标生抽 1.28L*2+上等蚝油 520g 酱油调料赠品组合	4.56	175.51	38.50
海天精选生抽 1750ml 酿造酱油 凉拌炒菜火锅调料凉拌炒菜家用调味	6.53	163.20	25.00

资料来源: 阿里平台数据, 华创证券

四、保健食品: 行业销售增长明显, 汤臣 Swisse 稳居前二

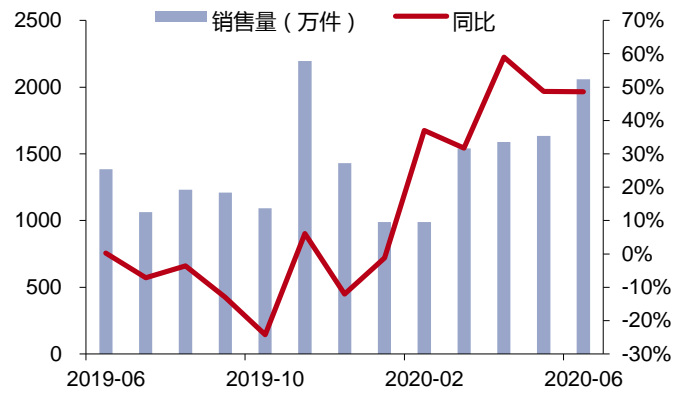
行业销售增长明显, 品牌店占比相对稳定。20 年 H1 阿里渠道保健品销售额 124.60 亿元, 同增 135.18%。6 月阿里渠道保健品销售额 32.97 亿元, 同增 60.82%, 增速环比明显提升, 销售均价 160.15 元, 同增 8.18%。海外保健品 6 月销售额 15.15 亿元, 同增 44.13%, 环比增长 62.73%。分渠道看, 天猫渠道销售额达 11.39 亿元, 同增 43.95%, 淘宝渠道实现销售额 3.76 亿元, 同增 44.68%; 天猫渠道销售占比 75.18%, 同比下降 0.13pct, 品牌店占比相对稳定。

图表 26 保健食品行业销售额及增速 (亿元, %)



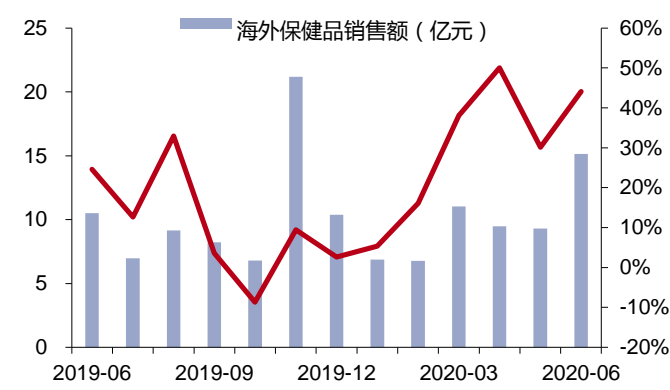
资料来源: 阿里平台数据, 华创证券

图表 27 保健食品行业销售量及增速 (万件, %)



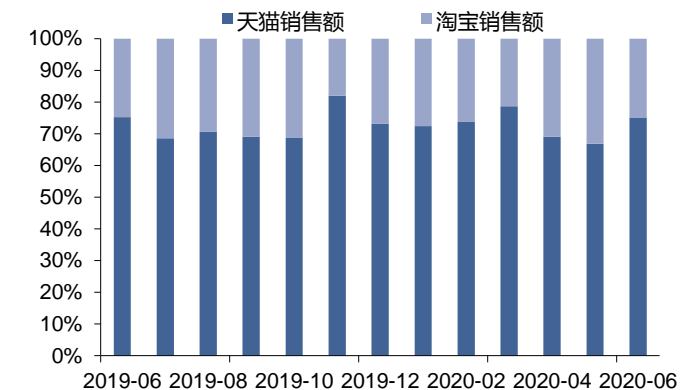
资料来源: 阿里平台数据, 华创证券

图表 28 海外保健食品销售额及增速 (亿元, %)



资料来源: 阿里平台数据, 华创证券

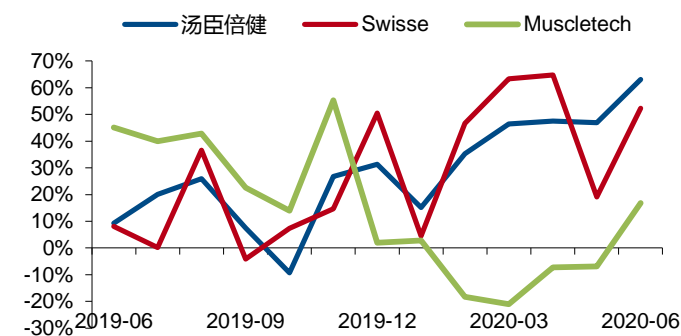
图表 29 海外保健食品渠道占比 (亿元, %)



资料来源: 阿里平台数据, 华创证券

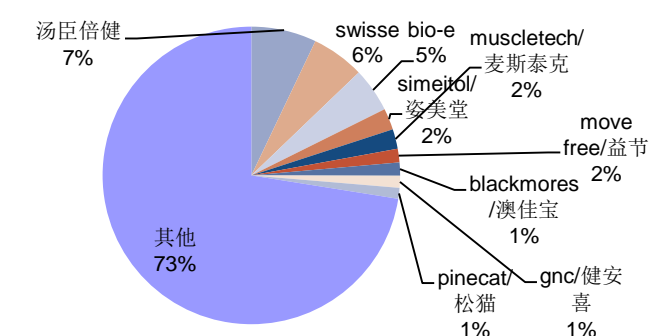
汤臣倍健 Swisse 稳居前二, 线上集中度有所提升。2020 年上半年 CR5 市场份额稳定在 18% 以上, 汤臣倍健稳居市场第一, Swisse 位于第二。6 月汤臣倍健、Swisse、bio-e 分别位列保健品阿里系线上销售额前三名, 其中汤臣倍健 6 月线上销售额 2.34 亿元, 位居第一, 同增 63.12%; Swisse 销售额 1.90 亿元, 同增 52.37%; bio-e 销售额 1.59 亿元; 姿美堂销售额 7656.68 万元, 排名第四。集中度来看, 线上 CR5 占比为 22.12%, 同比上升 2.22pcts。Swisse 天猫销售占 89.48%, 同比提升 1.57pcts, Muscletech 天猫销售占比 91.58%, 同比提升 1.60pcts。

图表 30 汤臣倍健、Swisse、Muscletech 销售额 (%)

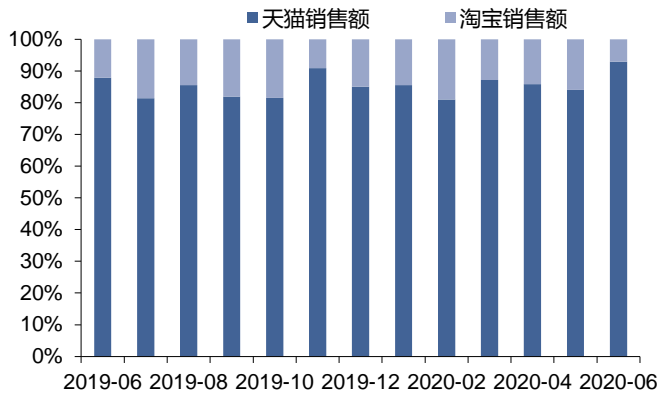


资料来源: 阿里平台数据, 华创证券

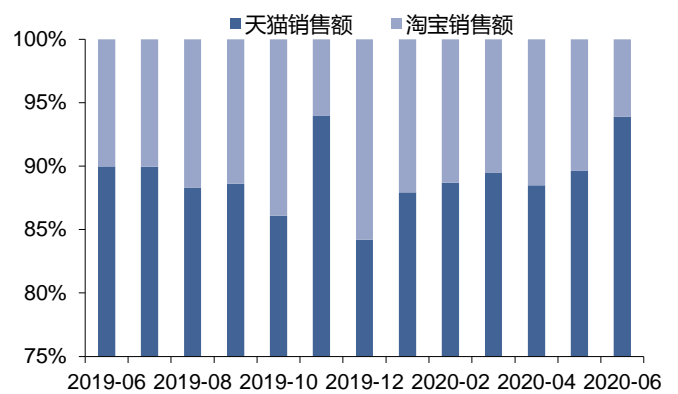
图表 31 6月保健食品线上格局



资料来源: 阿里平台数据, 华创证券

图表 32 Swisse 天猫与淘宝销售占比 (%)


资料来源：阿里平台数据，华创证券

图表 33 Muscletech 天猫与淘宝销售占比 (%)


资料来源：阿里平台数据，华创证券

维生素类产品较受欢迎，奶蓟草片钙片销售良好。保健食品热销产品总榜中钙片和维生素类较受欢迎。分品牌看，汤臣倍健钙片、液体钙 Dk2 钙片和维生素 C 较为热销；Swisse 钙片、奶蓟草片较为热销。

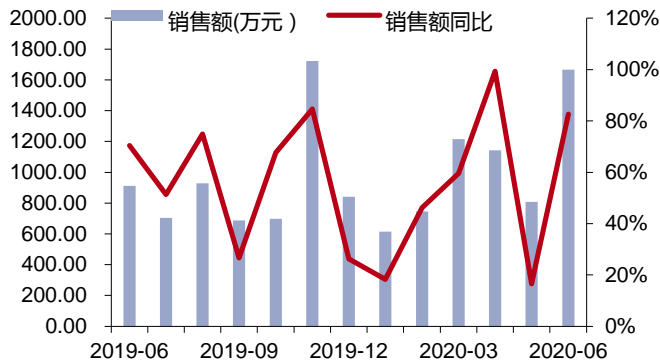
图表 34 6 月汤臣倍健、Swisse 热销 Top3 产品

排名	产品	销量 (万件)	销售额 (万元)	6 月均价 (元)	5 月均价 (元)
汤臣倍健					
1	汤臣倍健钙片 200 片	4.58	566.85	123.8	131.57
2	汤臣倍健液体钙 Dk2 钙片 100 粒	4.54	189.46	41.74	-
3	汤臣倍健维生素 C 120 片*2	4.00	519.82	129.9	-
Swisse					
1	Swisse 钙片维生素 D 片 150 片	5.26	531.83	101.06	105.00
2	Swisse 钙片维生素 D 片 150 片	4.91	829.82	169.00	169.00
3	Swisse 奶蓟草片 120 粒	3.52	738.42	210.00	210.00

资料来源：阿里平台数据，华创证券

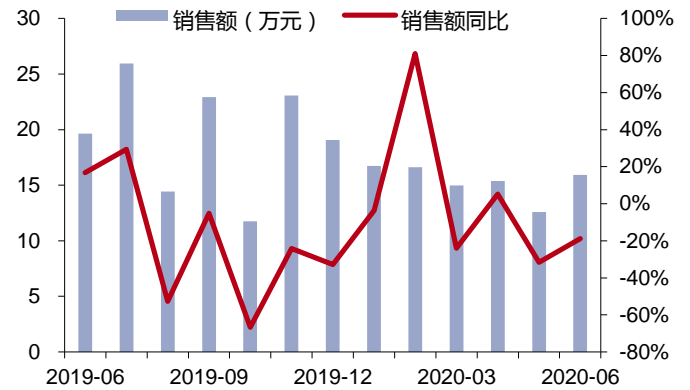
Lifspace 销售大幅回升，销售均价略有提升。6 月 Lifspace 海外益生菌销售额 1666.04 万元，同增 82.61%，销量 9.38 万件，同比上升 59.84%，均价为 177.64 元，同增 14.24%；国内益生菌销售额 15.93 万元，同比下降 18.91%，销量 1479 件，同比下降 21.60%，均价为 108.34 元，同增 3.41%。

图表 35 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 36 Lifespace 国内销售额及增速

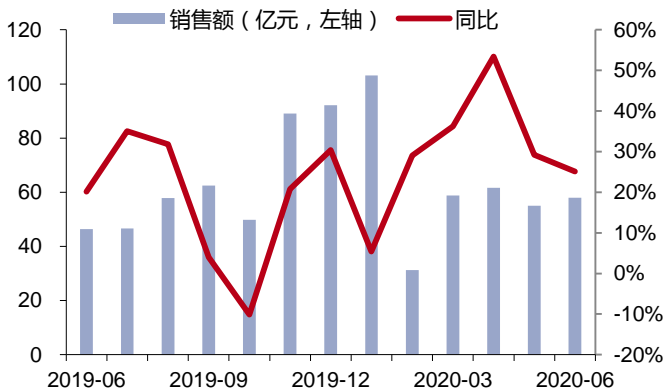


资料来源：阿里平台数据，华创证券

五、休闲食品：行业增速放缓，卤味增速领先

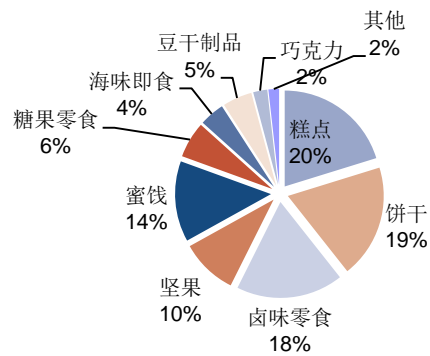
行业销售稳步增长，糕点卤味高增。6月阿里系休闲食品线上销售额 58.03 亿元，同增 25.11%；销量为 2.20 亿件，同增 25.7%；均价 26.38 元，同比下降 0.47%。分子行业看，6月糕点类销售额 11.73 亿元，同增 41.04%，位居行业第一；饼干类销售额 11.10 亿元，同增 4.73%，位居行业第二；卤味零食类销售额 10.47 亿元，同增 57.88%，位居行业第三。

图表 37 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

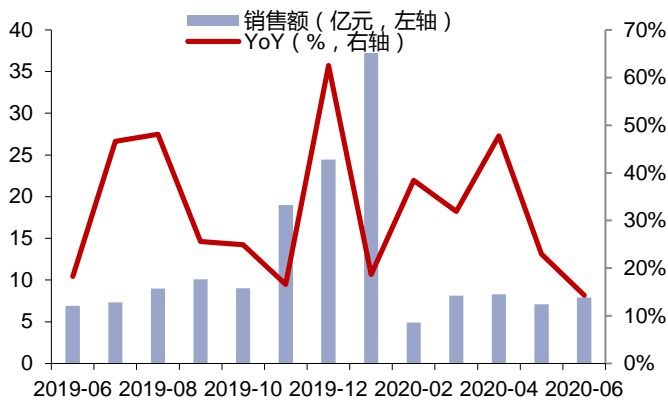
图表 38 6 月子品类销售情况



资料来源：阿里平台数据，华创证券

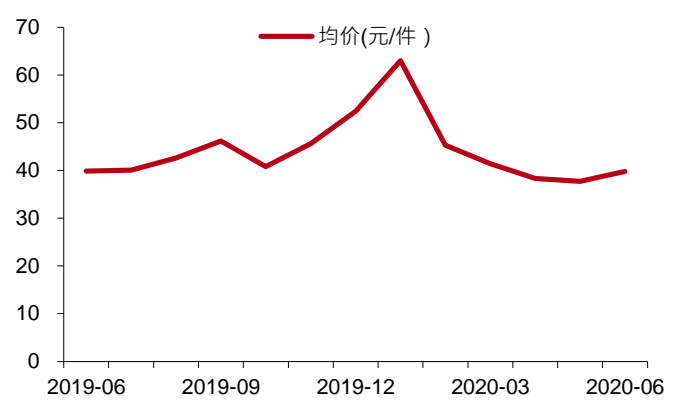
坚果销售持续下降，均价同比大幅下降。6月坚果线上销售额 5.54 亿元，同比下降 19.81%，销售量 2225.93 万件，同增 28.47%，均价为 24.89 元/件，同比降低 37.58%。

图表 39 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

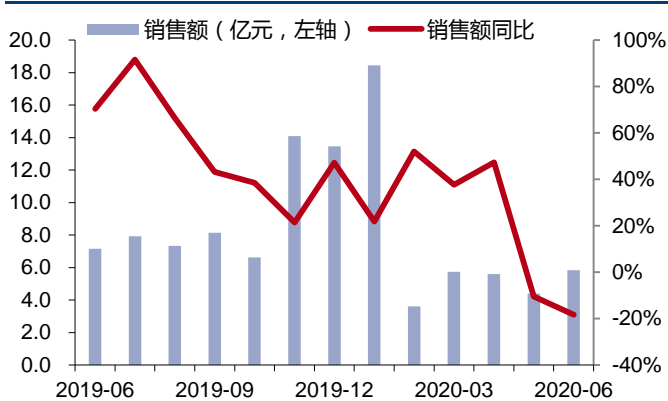
图表 40 坚果炒货行业销售均价 (元)



资料来源: 阿里平台数据, 华创证券

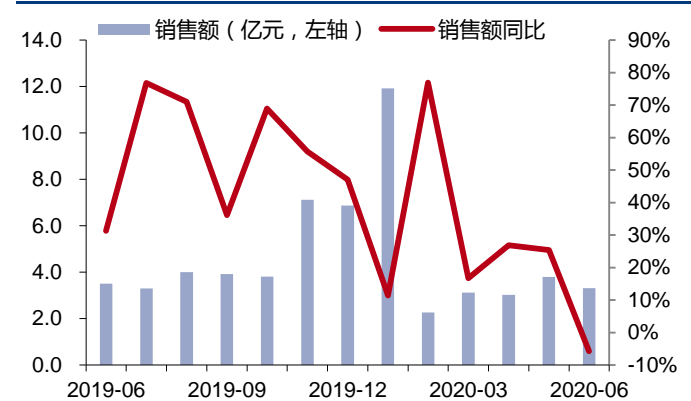
销售额同比下滑, 线上集中度有所降低。6月阿里系休闲食品销售额 Top3 仍为三只松鼠、百草味和良品铺子, 其中三只松鼠 6月销售额 5.84 亿元, 同比下降 18.37%, 销量 1549.93 万件, 同比下降 21.10%, 均价 37.68 元, 同增 3.46%; 百草味销售额 3.31 亿元, 同比下降 5.70%, 销量 935.41 万件, 同比下降 20.74%, 均价 35.39 元, 同增 18.98%; 良品铺子销售额 2.74 亿元, 同比下降 18.03%, 销量 916.06 万件, 同比下降 22.14%, 均价 29.91 元, 同增 5.27%; 6月休闲食品行业线上集中度有所降低, CR3 为 21.62%, 同比下降 1.37pcts。

图表 41 三只松鼠阿里平台销售额 (亿元, %)



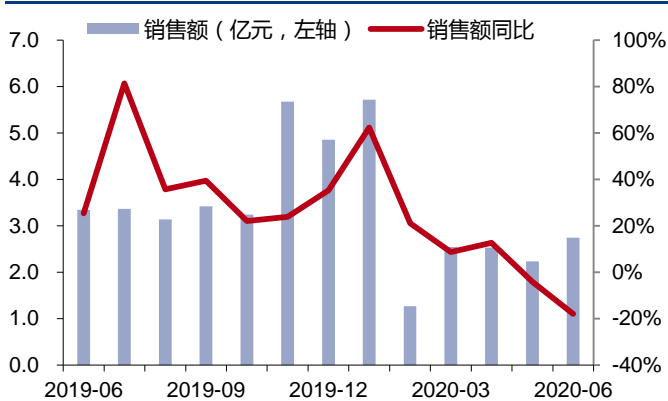
资料来源: 阿里平台数据, 华创证券

图表 42 百草味阿里平台销售额 (亿元, %)



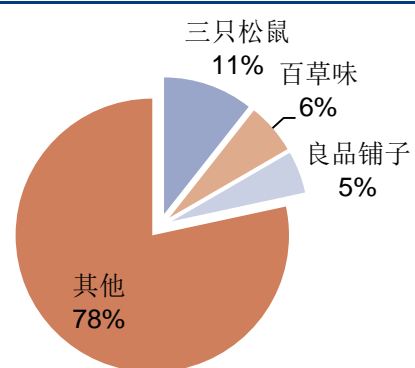
资料来源: 阿里平台数据, 华创证券

图表 43 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 44 6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

零食礼包销售火爆，坚果礼包大受欢迎。6 月阿里系休闲食品热销榜榜首为三只松鼠产品，Top10 热销产品里三只松鼠占据 6 位，热销 Top3 为零食大礼包饼干薯片、每日坚果大礼包和零食大礼包休闲食品，销售额分别为 6289.23 万元、4128.51 万元、3863.20 万元。百草味 6 月热销 Top3 为每日坚果大礼包、每日坚果端午大礼包和零食大礼包，销售额分别为 3053.55 万元、1993.41 万元、1303.35 万元。良品铺子 6 月热销 Top3 为麻辣零食大礼包、每日坚果大礼包和零食大礼包，销售额分别为 1135.49 万元、1011.44 万元、722.17 万元。

图表 45 6 月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】网红小吃休闲食品饼干薯片充饥夜宵整箱	6289.23
2	【三只松鼠_每日坚果 750g/30 包】休闲零食混合果干果仁礼盒小包装	4128.51
3	【三只松鼠_零食大礼包】休闲食品零食小吃组合网红整箱夜宵热销	3863.20
4	【百草味-每日坚果 750g/30 袋】孕妇零食混合小包装礼盒干果大礼包	3053.55
5	三只松鼠 每日坚果 750g/30 天装礼盒送礼网红零食大礼包小包装	2207.39
6	盼盼岩烧乳酪吐司面包 500g 早餐面包糕点休闲零食下午茶糕点整箱	2160.18
7	【百草味-每日坚果 750g/30 袋】孕妇零食大礼包混合干果端午节送礼	1993.41
8	【三只松鼠_坚果大礼包 1463g/8 件】网红零食坚果混合美食送礼礼盒	1621.22
9	每日坚果综合混合坚果什锦干果仁小包散装儿童孕妇零食雪花酥 30 包	1446.67
10	推荐_【三只松鼠_手撕面包 1kg】全麦蛋糕吐司早餐糕点整箱代餐	1381.36

资料来源：阿里平台数据，华创证券

图表 46 6 月三只松鼠、百草味、良品铺子热销 Top3

	产品	均价 (元)	销售额 (万元)
三只松鼠			
1	【三只松鼠_零食大礼包】网红小吃休闲食品饼干薯片充饥夜宵整箱	35.13	6289.23
2	【三只松鼠_每日坚果 750g/30 包】休闲	106.27	4128.51
3	【三只松鼠_零食大礼包】休闲食品零食	44.90	3863.20
百草味			
1	【百草味-每日坚果 750g/30 袋】孕妇零食混合小包装礼盒干果大礼包	127.89	3053.55
2	【百草味-每日坚果 750g/30 袋】孕妇零食大礼包混合干果端午节送礼	298.00	1993.41
3	百草味-零食大礼包网红爆款休闲充饥夜宵小吃饼干组合一整箱送礼	49.87	1303.35
良品铺子			
1	【良品铺子麻辣零食大礼包】网红小吃整箱充饥夜宵休闲小食品一箱	33.74	1135.49
2	良品铺子每日坚果 750g/30 包混合坚果小包装综合果仁果干零食大礼包	93.68	1011.44
3	良品铺子零食大礼包女猪事顺利巨型猪饲料网红休闲小吃女生一整箱	299.00	722.17

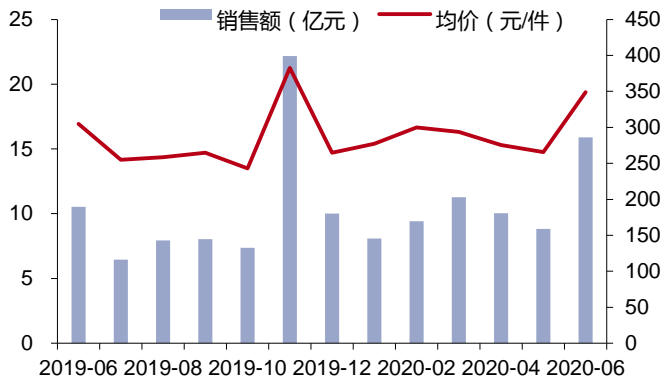
资料来源：阿里平台数据，华创证券

六、奶粉：行业销售保持高增，龙头企业地位稳固

行业同比保持高增，爱他美龙头地位稳固。H1 奶粉销售额为 63.52 亿元，均价 296.7 元/件。6 月阿里渠道婴幼儿牛奶粉子行业销售额 15.9 亿元，同增 50.6%，销售量 455.3 万件，同比上升 31.7%，均价 348.9 元/件，同增 14.5%。分品牌来看 6 月，爱他美、飞鹤、美素佳儿销售额位居前 3 名，分别占比 18%、10%、8%。从主要奶粉品牌来看，爱他美销售额为 2.84 亿元，同增 59.1%，均价为 378.25 元/件，同增 25.9%，销量为 75.17 万件，同比上升 26.4%；飞

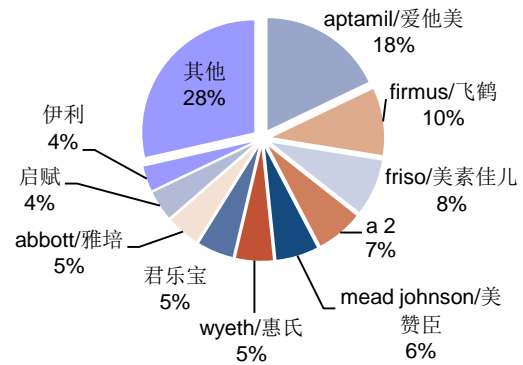
鹤销售额为 1.53 亿元，同增 119.9%，均价为 346.8 元/件，同比降低 13.6%，销量为 44.2 万件，同增 154.6%；美素佳儿销售额为 1.28 亿元，同增 71.3%，均价为 443.4 元/件，同增 28.8%，销量为 28.9 万件，同增 33.0%；a2 销售额为 1.06 亿元，同增 27.9%，均价为 484.7 元/件，同增 7.6%，销量为 22.0 万件，同增 18.8%；惠氏销售额为 8442.1 万元，同增 15.1%，均价为 399.2 元/件，同增 29.5%，销量 21.2 万件，同比降低 11.2%。

图表 47 奶粉销售额及均价（亿元，元/件）



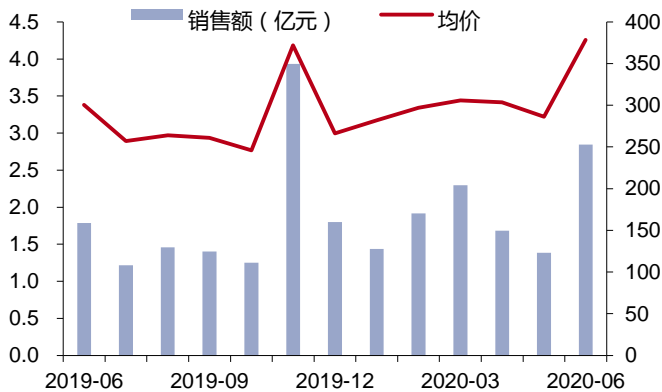
资料来源：阿里平台数据，华创证券

图表 48 6月婴幼儿奶粉子行业销售额占比



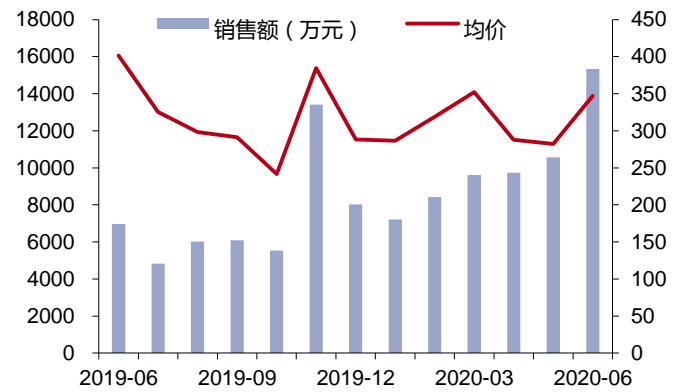
资料来源：阿里平台数据，华创证券

图表 49 爱他美销售额及均价（亿元，元/件）



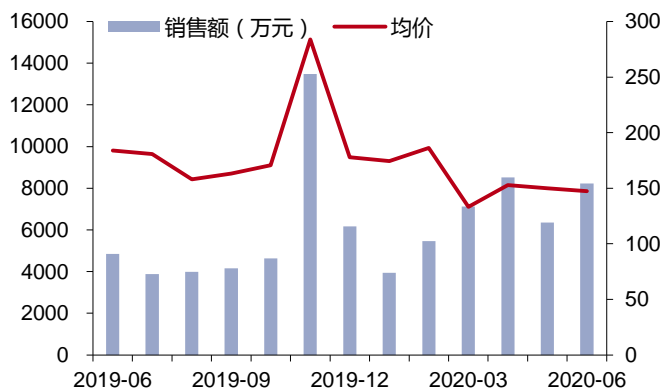
资料来源：阿里平台数据，华创证券

图表 50 飞鹤销售额及均价（万元，元/件）



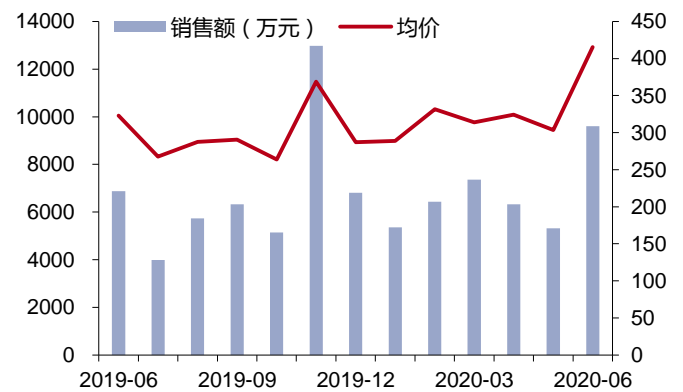
资料来源：阿里平台数据，华创证券

图表 51 君乐宝销售额及均价（万元，元/件）



资料来源：阿里平台数据，华创证券

图表 52 美赞臣销售额及均价（万元，元/件）



资料来源：阿里平台数据，华创证券

惠氏启赋表现亮眼，占据热销榜前两名。从 6 月热销产品来看，在婴幼儿奶粉热销产品前 10 名中，惠氏位列一、二名，表现亮眼。雀巢产品位列第三，美素佳儿、爱他、飞鹤、a2、伊利、美赞臣和雅培亦上榜。

图表 53 6 月婴幼儿奶粉热销产品前 10 名

产品名称	销售量 (件)	销售金额 (万元)	平均价格 (元/件)
蓝钻惠氏启赋亲和人体 3 段幼儿配方奶粉 900g*6	11471	2814.98	2454.00
惠氏启赋蓝钻亲和人体 3 段幼儿婴儿配方奶粉 900g 牛奶粉	58044	2374.00	409.00
雀巢旗舰店超启能恩超级能恩 3 段奶粉 800g*6 罐	7208	1220.00	1692.52
Friso 美素佳儿荷兰进口幼儿奶粉 3 段 900g*6 罐	8750	1197.00	1368.00
爱他美白金版卓萃幼儿婴儿配方奶粉 3 段 单罐	27532	1156.34	420.00
Aptamil 爱他美卓萃白金版婴儿幼儿配方奶粉 3 段 900g*4 罐装牛奶粉	7404	1125.41	1520.00
飞鹤星飞帆 3 段较大婴儿配方牛奶粉 700g 婴幼儿适用于 1-3 岁	39748	1069.22	269.00
皇家美素佳儿荷兰原装进口奶粉 3 段 800g*3 罐 (适用 12-36 个月)	9356	1055.36	1128.00
Aptamil 爱他美卓萃白金版婴儿幼儿配方奶粉 3 段六罐装	4798	1021.97	2130.00
Aptamil 爱他美经典版幼儿配方奶粉 3 段 1-3 岁六罐装牛奶粉德国进口	6930	977.13	1410.06

资料来源：阿里平台数据、华创证券

七、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

研究所所长、大消费组组长：董广阳

上海财经大学经济学硕士。11 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一，2019 年获新财富、金麒麟、上证报等最佳分析师第一，金牛奖最具价值分析师等奖项。

分析师：于芝欢

厦门大学管理学硕士，2 年消费行业研究经验，曾就职于中金公司，2019 年加入华创证券研究所。

分析师：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。

助理研究员：沈昊

澳大利亚国立大学硕士，2019 年加入华创证券研究所。

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	销售经理	010-66500867	liuyi@hcyjs.com
	达娜	销售助理	010-63214683	dana@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
	汪丽燕	高级销售经理	0755-83715428	wangliyan@hcyjs.com
	段佳音	高级销售经理	0755-82756805	duanjiayin@hcyjs.com
	朱研	销售经理	0755-83024576	zhuyan@hcyjs.com
	包青青	销售助理	0755-82756805	baoqingqing@hcyjs.com
上海机构销售部	潘亚琪	高级销售经理	021-20572559	panyaqi@hcyjs.com
	张佳妮	高级销售经理	021-20572585	zhangjiani@hcyjs.com
	何逸云	销售经理	021-20572591	heyiyun@hcyjs.com
	柯任	销售经理	021-20572590	keren@hcyjs.com
	蒋瑜	销售经理	021-20572509	jiangyu@hcyjs.com
	沈颖	销售经理	021-20572581	shenyin@hcyjs.com
	吴俊	销售经理	021-20572506	wujun1@hcyjs.com
	董昕竹	销售经理	021-20572582	dongxinzhu@hcyjs.com
	汪子阳	销售经理	021-20572559	wangziyang@hcyjs.com
	施嘉玮	销售经理	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