

食品饮料行业7月线上数据分析专题

行业增速略有下降，品牌份额加速集中

推荐（维持）

- **事件：**7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7月线上销售情况来看，多数子行业销售增速略有放缓，但龙头品牌依旧强势，品牌份额集中趋势更为显著。
- **白酒：销售增速有所下降，名酒均价持续提升。**7月阿里渠道酒类总计销售额10.14亿元，同增53.31%，均价148.68元，同增25.06%。国产白酒线上销售额4.59亿元，同增113.23%，销售量143.18万件，同增19.63%，均价320.58元，同增78.24%。茅台增幅明显。从销售额排名来看，7月茅台、白水杜康、五粮液占据前三。从品牌看，7月茅台销售额同增325.35%，五粮液销售额同增23.45%，洋河销售额同增26.94%，泸州老窖销售额同增52.91%。
- **乳制品：线上销售稳定增长，蒙牛均价有所下降。**7月液奶行业销售额为12亿元，同增119.4%，销售量2096.56万件，同增131.12%，平均产品价格57.25元，同比下降5.07%。伊利销售额为2.38亿元，同增89.39%，销量398.07万件，同增88.23%，均价59.75元，同增0.61%。蒙牛销售额为1.03亿元，同比下降12.84%，销量209.21万件，同增3.9%，均价48.98元，同比下降16.11%，线上份额有所下降。
- **调味品：龙头品牌增速明显，海天千禾依旧亮眼。**7月阿里渠道日常调味品子行业销售额为1.39亿元，同比增加3.81%。分品牌来看，海天、千禾、李锦记销售额位居前三，分别占比18%、6%、6%。从主要调味品牌来看，海天销售额为2568.44万元，同增90.65%；千禾销售额为878.08万元，同增18.51%；李锦记销售额为819.07万元，同增53.44%；厨邦销售额为443.02万元，同增60.33%；欣和销售额为272.56万元，同比下降11.82%。
- **保健食品：行业销售增长明显，汤臣Swisse稳居前二。**7月阿里渠道保健品销售额22.02亿元，同增46.91%，仍保持较快增速，销售均价142.49元，同增1.19%。海外保健品7月销售额9.52亿元，同增36.63%，环比下降37.14%，主要系天猫618基数较高。分渠道看，天猫渠道销售额达6.58亿元，同增37.63%，淘宝渠道实现销售额2.94亿元，同增34.46%；天猫渠道销售占比69.13%，同比提升0.53pcts，品牌店占比相对稳定。
- **休闲食品：行业销售稳步增长，卤味保持较高增速。**7月阿里系休闲食品线上销售额50.25亿元，同增7.84%；销量为2.00亿件，同增14.50%；均价25.10元，同比下降5.82%。分子行业看，7月糕点类销售额10.98亿元，同增6.53%，位居行业第一；饼干类销售额9.00亿元，同比下降2.99%，位居行业第二；卤味零食类销售额8.58亿元，同增29.79%，位居行业第三。
- **奶粉：行业同比保持高增，龙头企业地位稳固。**7月阿里渠道婴幼儿牛奶粉子行业销售额8.15亿元，同增26.46%，销售量303.90万件，同增20.16%，均价268.18元/件，同增5.274%。分品牌来看，7月爱他美、飞鹤、君乐宝销售额位居前三，分别占比18.53%、13.76%、7.34%。从主要奶粉品牌来看，爱他美销售额为1.51亿元，同增24.082%，均价为281.090.93元/件，同增9.293%，销量为53.75万件，同增13.54%；飞鹤销售额为1.12亿元，同增132.22%，均价为308.02元/件，同比下降5.39%，销量为36.41万件，同增145.46%；美素佳儿销售额为4315.53万元，同比下降3.85%，均价为331.0820元/件，同增2.759%，销量为13.03万件，同比下降6.436%；a2销售额为5932.64万元，同增13.14%，均价为377.4239元/件，同增0.510%，销量为15.72万件，同增12.57%；惠氏销售额为2063.59万元，同比下降35.67%，均价为299.51元/件，同增16.09%，销量6.89万件，同比下降44.58%。
- **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：欧阳予

邮箱：ouyangyu@hcyjs.com
执业编号：S0360520070001

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

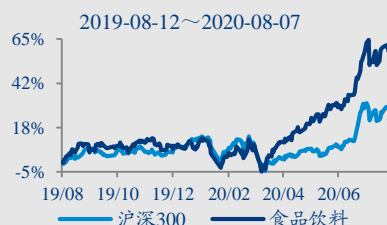
邮箱：shenhao@hcyjs.com

行业基本数据

		占比%
股票家数(只)	100	2.54
总市值(亿元)	57,376.57	7.06
流通市值(亿元)	52,369.55	8.77

相对指数表现

%	1M	6M	12M
绝对表现	2.28	52.89	60.66
相对表现	3.66	32.17	32.35



相关研究报告

《食品饮料行业2020年中报业绩前瞻：白酒边际改善，大众景气回升》

2020-07-14

《食品饮料行业周报（20200713-20200719）：行稳致远仍在路上，重视逢低配置良机》

2020-07-20

《食品饮料行业周报（20200720-20200726）：两大盈利超预期潜力点：成本下降，融资费率下行》

2020-07-27

目录

一、白酒：销售增速有所下降，名酒均价持续提升.....	5
二、乳制品：线上销售稳定增长，蒙牛均价有所下降.....	6
三、调味品：龙头品牌增速明显，海天千禾依旧亮眼.....	8
四、保健食品：行业销售保持较快增速，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.....	12
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

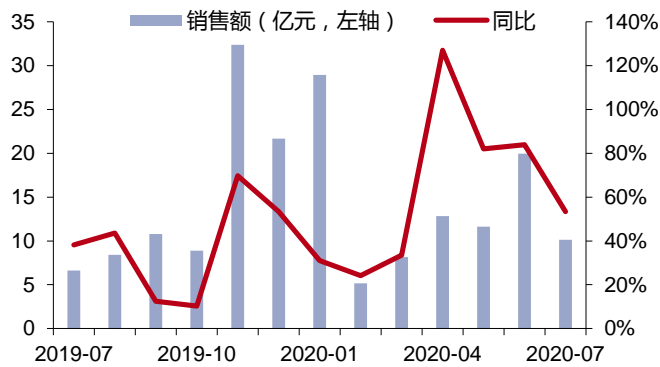
图表 1	阿里渠道酒类销售额及增速（亿元，%）	5
图表 2	阿里渠道国产白酒销售额及增速（亿元，%）	5
图表 3	7 月热销品牌排行榜	5
图表 4	贵州茅台销售额及增速（万元，%）	6
图表 5	五粮液销售额及增速（万元，%）	6
图表 6	洋河销售额及增速（万元，%）	6
图表 7	泸州老窖销售额及增速（万元，%）	6
图表 8	阿里渠道乳制品销售额及增速（亿元，%）	6
图表 9	阿里渠道白奶及酸奶占比变化（%）	6
图表 10	白奶销售额及增速（亿元，%）	7
图表 11	酸奶销售额及增速（亿元，%）	7
图表 12	伊利、蒙牛、光明线上销售额（万元）	7
图表 13	伊利、蒙牛、光明线上销售额增速（%）	7
图表 14	伊利、蒙牛、光明线上均价（元）	7
图表 15	7 月各品牌份额占比（%）	7
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，%）	8
图表 18	日常调味品子行业销售额及增速（亿元，%）	8
图表 19	7 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，%）	9
图表 24	欣和销售额及增速（万元，%）	9
图表 25	7 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，%）	10
图表 27	保健食品行业销售量及增速（万件，%）	10
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	7 月保健食品线上格局	11
图表 32	Swisse 天猫与淘宝销售占比（%）	11
图表 33	Muscletech 天猫与淘宝销售占比（%）	11

图表 34	7 月汤臣倍健、Swisse 热销 Top3 产品	12
图表 35	Lifespace 海外销售额及增速	12
图表 36	Lifespace 国内销售额及增速	12
图表 37	休闲零食行业销售情况 (亿元, %)	13
图表 38	7 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)	13
图表 40	坚果炒货行业销售均价 (元)	13
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	7 月阿里平台行业竞争格局	14
图表 45	7 月阿里线上平台热销榜单	14
图表 46	7 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)	15
图表 48	7 月婴幼儿奶粉子行业销售额占比	15
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	a2 销售额及均价 (万元, 元/件)	16
图表 53	7 月婴幼儿奶粉热销产品前 10 名	16

一、白酒：销售增速有所下降，名酒均价持续提升

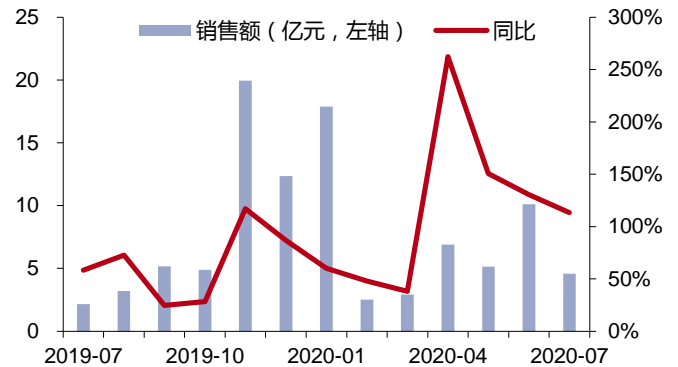
销售增速有所下降，高端白酒依旧强势。7月阿里渠道酒类总计销售额 10.14 亿元，同增 53.31%，均价 148.68 元，同增 25.06%。国产白酒线上销售额 4.59 亿元，同增 113.23%，销售量 143.18 万件，同增 19.63%，均价 320.58 元，同增 78.24%。茅台增幅明显。从销售额排名来看，7 月茅台、白水杜康、五粮液占据前三。从品牌看，7 月茅台销售额同增 325.35%，五粮液销售额同增 23.45%，洋河销售额同增 26.94%，泸州老窖销售额同增 52.91%。

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

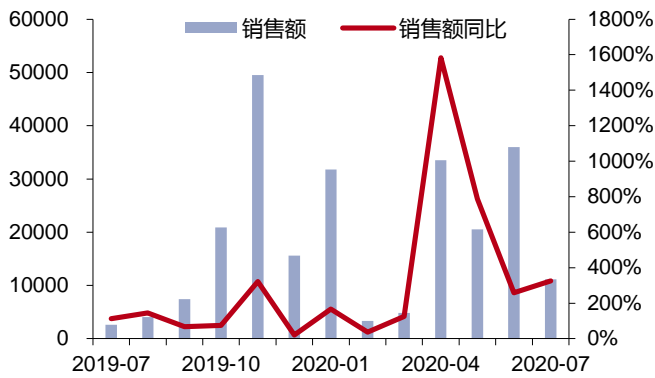
图表 3 7 月热销品牌排行榜

排名	2020 年 7 月			2019 年 7 月		
	品牌	销售额 (万元)	占比	品牌	销售额 (万元)	占比
1	茅台	11128.83	24.25%	茅台	2616.41	12%
2	白水杜康	5666.48	12.35%	五粮液	2283.88	11%
3	五粮液	2819.43	6.14%	洋河	1251.02	6%
4	郎	2026.71	4.42%	泸州老窖	1237.07	6%
5	泸州老窖	1891.62	4.12%	舍得	1031.19	5%
6	洋河	1587.99	3.46%	郎	924.18	4%
7	汾酒	1558.97	3.40%	汾酒	856.86	4%
8	习酒	1051.50	2.29%	牛栏山	666.10	3%
9	牛栏山	897.80	1.96%	习酒	624.35	3%
10	剑南春	690.28	1.50%	西凤	429.12	2%

资料来源：阿里平台数据、华创证券

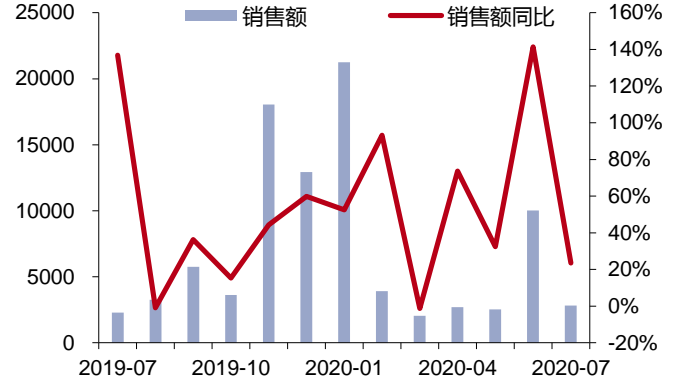
名酒均价持续提升，茅台老窖增速领先。分品牌来看，7 月茅台销售额 11128.83 万元，同比增长 325.35%，位居行业首位，均价 1908.89 元，同比增长 149.55%；五粮液销售额 2819.43 万元，同比增长 23.45%，均价 798.71 元，同比增长 83.76%；洋河销售额 1587.99 万元，同比增长 26.94%，均价 567.14 元，同比增长 22.25%；泸州老窖销售额 1891.62 万元，同比增长 52.91%，均价 516.84 元，同比增长 41.85%。

图表 4 贵州茅台销售额及增速 (万元, %)



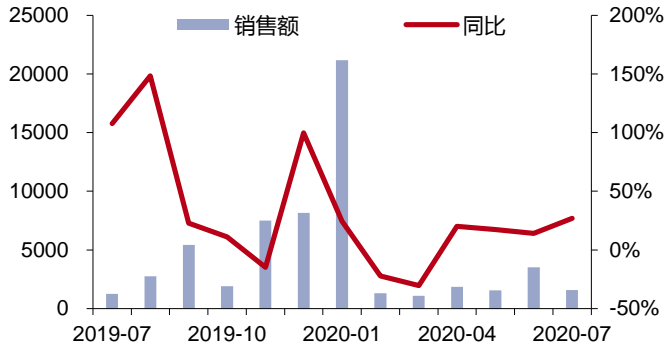
资料来源: 阿里平台数据, 华创证券

图表 5 五粮液销售额及增速 (万元, %)



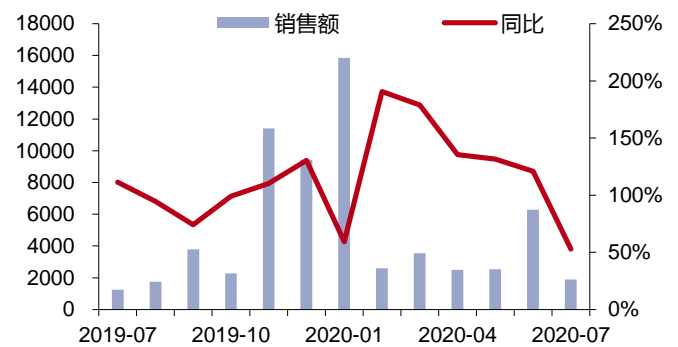
资料来源: 阿里平台数据, 华创证券

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, %)

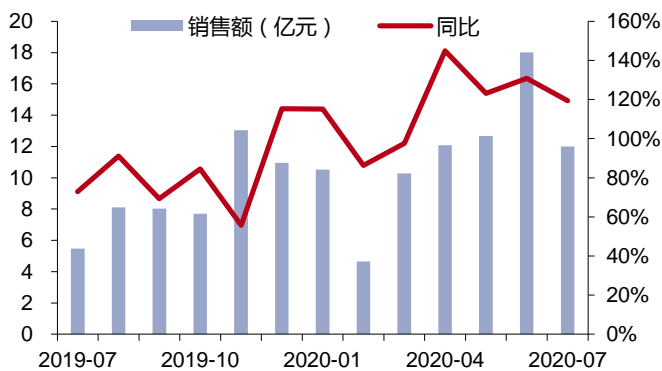


资料来源: 阿里平台数据, 华创证券

二、乳制品: 线上销售稳定增长, 蒙牛均价有所下降

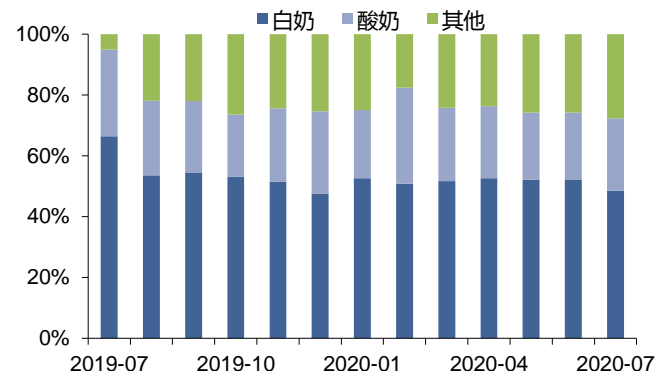
线上销售稳定增长, 酸奶均价持续下降。7月液奶行业销售额为12亿元, 同增119.4%, 销售量2096.56万件, 同增131.12%, 平均产品价格57.25元, 同比下降5.07%。分子品类来看, 白奶销售额为5.82亿元, 同增60.15%, 均价68.37元, 同增4.56%; 酸奶销售额为2.86亿元, 同增83.17%, 均价58.68元, 同比下降0.58%; 与去年7月相比, 白奶、酸奶销售额占比均有下降。

图表 8 阿里渠道乳制品销售额及增速 (亿元, %)



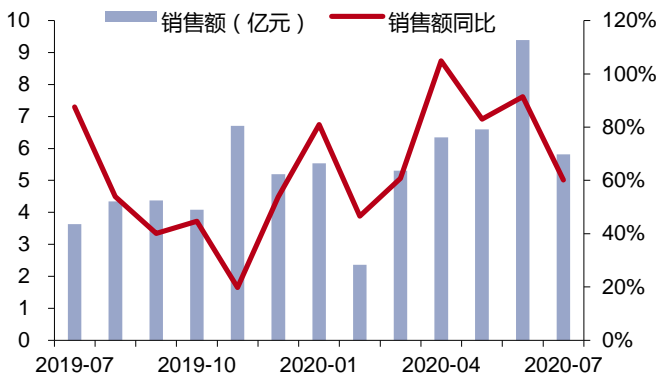
资料来源: 阿里平台数据, 华创证券

图表 9 阿里渠道白奶及酸奶占比变化 (%)



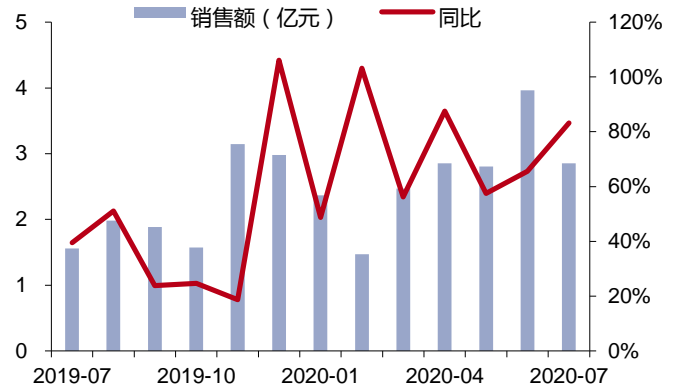
资料来源: 阿里平台数据, 华创证券

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

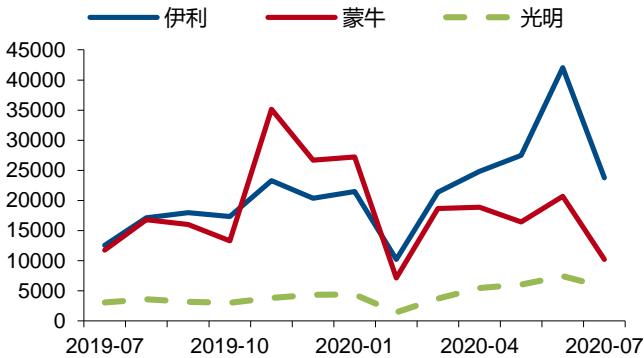
图表 11 酸奶销售额及增速 (亿元, %)



资料来源: 阿里平台数据, 华创证券

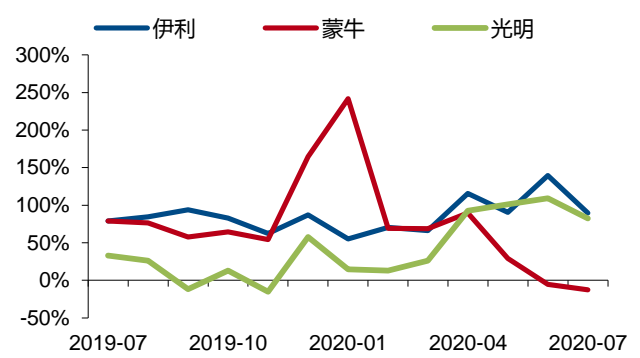
液奶线上景气持续, 蒙牛均价有所下降。7 月阿里渠道伊利销售额为 2.38 亿元, 同增 89.39%, 销量 398.07 万件, 同增 88.23%, 均价 59.75 元, 同增 0.61%。7 月阿里渠道蒙牛销售额为 1.02 亿元, 同比下降 12.84%, 销量 209.21 万件, 同增 3.90%, 均价 48.98 元, 同比下降 16.11%。7 月光明销售额为 0.56 亿元, 同增 82.45%, 销量 85.74 万件, 同增 64.22%, 均价 65.57 元, 同增 11.10%。伊利 7 月线上份额为 19.82%, 同比下降 3.14pcts, 蒙牛线上份额为 8.54%, 同比下降 12.95pcts。

图表 12 伊利、蒙牛、光明线上销售额 (万元)



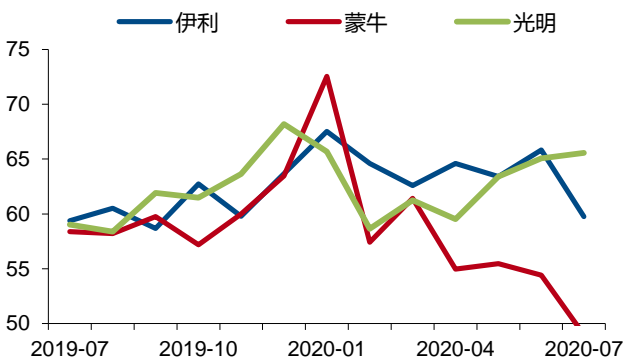
资料来源: 阿里平台数据, 华创证券

图表 13 伊利、蒙牛、光明线上销售额增速 (%)



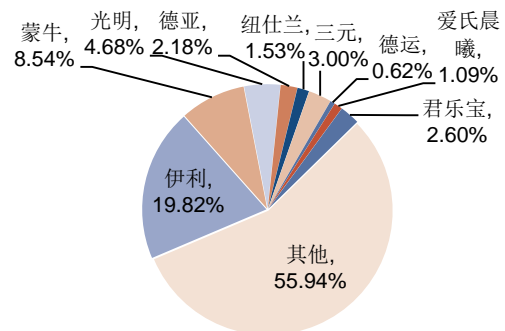
资料来源: 阿里平台数据, 华创证券

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 7 月各品牌份额占比 (%)



资料来源: 阿里平台数据, 华创证券

盼盼花生牛奶热销，认养一头牛常温原味酸奶位居酸奶榜首。酸奶方面，认养一头牛常温原味酸奶销售额 2990.66 万元，位居酸奶品类榜首，完达山俄式酸奶销售额 1805.75 万元，位居酸奶榜单第二位。白奶方面，盼盼特浓牛奶销售额 5950.35 万元，位居白奶榜首，伊利金典纯牛奶销售额 1907.27 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 401.52 万元、1223.21 万元，伊利销售最好的酸奶和白奶销售额分别为 1407.72 万元、1907.27 万元。光明仅有一款纯奶产品上榜，蒙牛无产品上榜。

图表 16 乳制品类主要热销产品

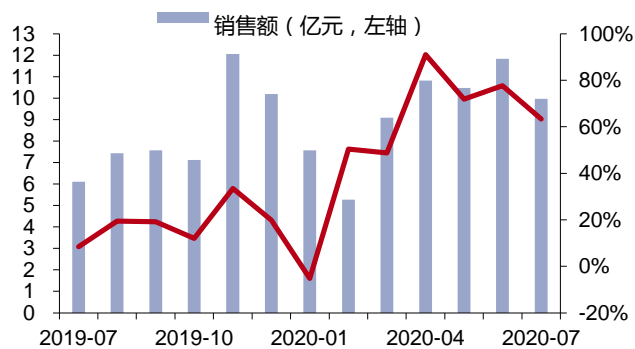
产品	销售量 (万件)	销售金额 (万元)	平均价格
盼盼特浓牛奶 250ml*12 盒	119.48	5950.35	49.80
认养一头牛常温原味酸奶 200g*12 盒 2 整箱	27.98	2990.66	106.87
伊利金典纯牛奶 250ml*24 盒/箱	17.50	1907.27	109.00
完达山俄式酸奶 220ml*10 瓶	25.83	1805.75	69.90
豆本豆唯甄豆奶款无添加健康饮料礼盒 250ml*24 盒	18.80	1690.16	89.90
豆本豆唯甄豆奶[直播专享]250ml*24 盒	22.45	1569.42	69.90
伊莉安慕希风味酸奶原味 205g*12+4 盒	17.62	1407.72	79.90
光明纯奶 250mL*24 盒	21.03	1259.45	59.90

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，海天千禾依旧亮眼

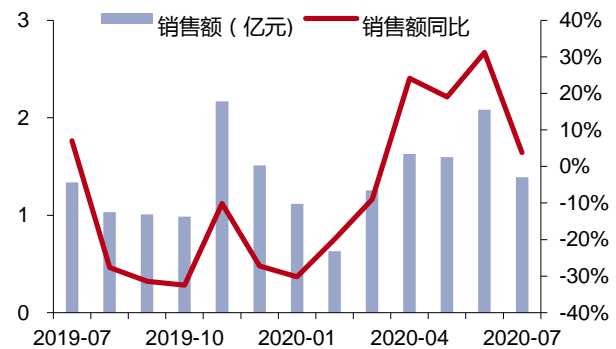
龙头品牌增速明显，行业集中度加速提升。7 月阿里渠道日常调味品子行业销售额为 1.39 亿元，同比增加 3.81%。分品牌来看，海天、千禾、李锦记销售额位居前 3 名，分别占比 18%、6%、6%。从主要调味品牌来看，海天销售额为 2568.44 万元，同增 90.65%；千禾销售额为 878.08 万元，同增 18.51%；李锦记销售额为 819.07 万元，同增 53.44%；厨邦销售额为 443.02 万元，同增 60.33%；欣和销售额为 272.56 万元，同比下降 11.82%。

图表 17 调味品销售额及增速 (亿元, %)



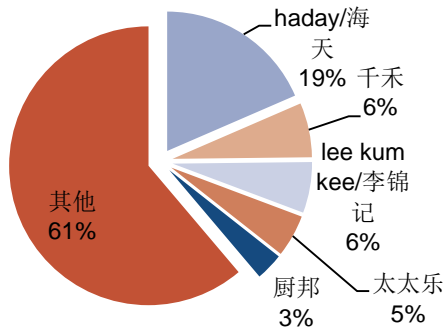
资料来源：阿里平台数据，华创证券

图表 18 日常调味品子行业销售额及增速 (亿元, %)



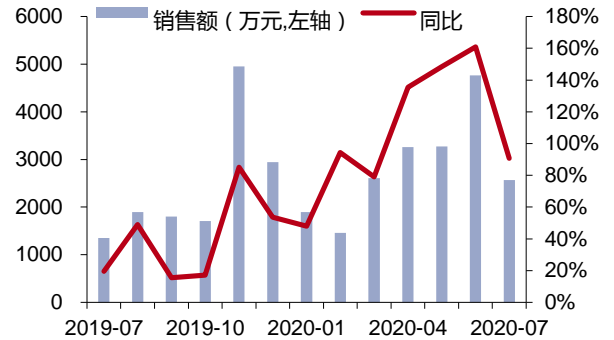
资料来源：阿里平台数据，华创证券

图表 19 7月调味品子行业销售额占比 (%)



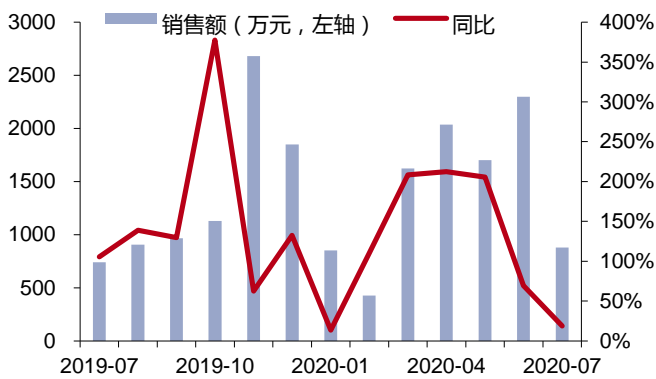
资料来源: 阿里平台数据, 华创证券

图表 20 海天销售额及增速 (万元, %)



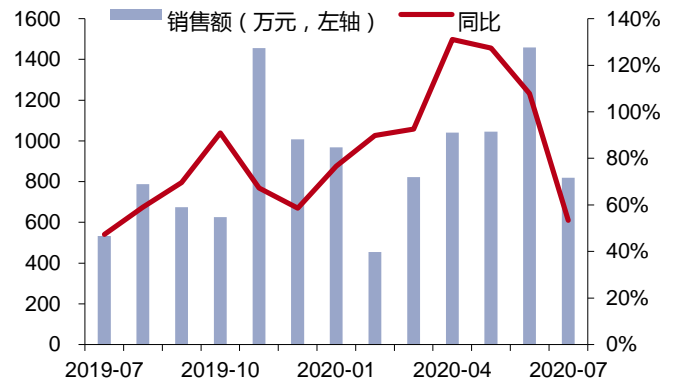
资料来源: 阿里平台数据, 华创证券

图表 21 千禾销售额及增速 (万元, %)



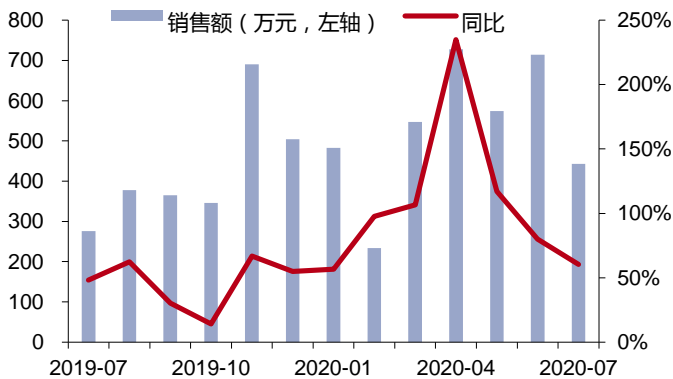
资料来源: 阿里平台数据, 华创证券

图表 22 李锦记销售额及增速 (万元, %)



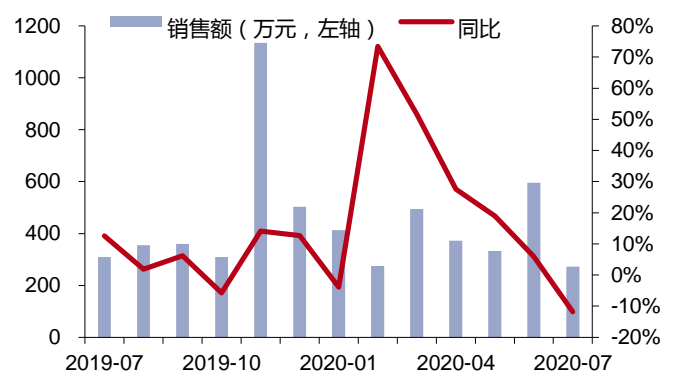
资料来源: 阿里平台数据, 华创证券

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 7 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、三、五、六、七、八、十位；李锦记、味事达分别位列第四、九名。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 7 月酱油品类热销产品前 10 名

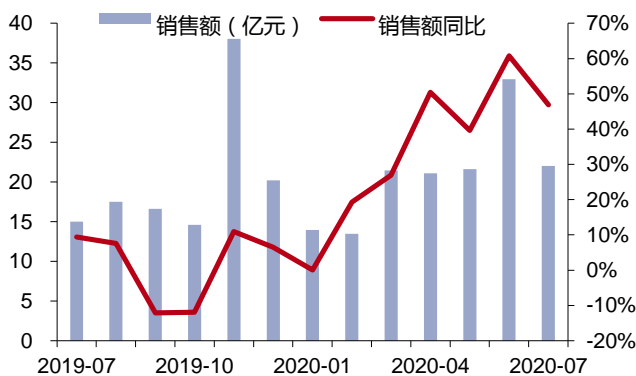
产品名称	销售量 (万件)	销售金额 (万元)	平均价格
【千禾_零添加酱油】厨房调味御藏本酿 180 天 1.8L 特级生抽佐餐食用	4.99	263.23	52.80
海天酱油金标生抽蚝油 古道料酒 家庭装省心礼盒锦鲤派调味品	5.01	250.22	49.90
海天金标生抽酱油 1.28L*2+白米醋 450ml+蚝油 260g 调料调味料调味品	2.83	210.70	74.50
李锦记锦珍生抽 1650ml 酿造酱油凉拌炒菜精选原料凉拌炒菜家用调味	14.03	152.94	10.90
新品上市 海天简盐酱油 1.28L 薄盐生抽减盐酱油凉拌炒菜火锅调味品	6.01	149.56	24.90
海天招牌红蚝油 685g 调味品 火锅蘸料 烧烤海鲜调味料上色 酱油	5.57	89.11	16.00
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	5.04	80.10	15.90
【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	1.96	75.57	38.50
【K 姐推荐】味事达味极鲜特级酱油 1.9L*2 瓶味极鲜非转基因生抽	1.27	67.12	53.00
海天金标生抽 500ml+草菇老抽 500ml 酱油 2 瓶组合组合装 家用调味	3.79	60.26	15.90

资料来源：阿里平台数据，华创证券

四、保健食品：行业销售保持较快增速，汤臣 Swisse 稳居前二

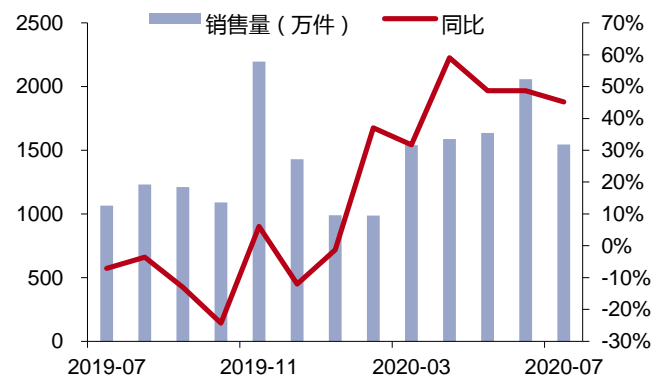
行业销售保持较快增速，品牌店占比相对稳定。7 月阿里渠道保健品销售额 22.02 亿元，同增 46.91%，仍保持较快增速，销售均价 142.49 元，同增 1.19%。海外保健品 7 月销售额 9.52 亿元，同增 36.63%，环比下降 37.14%，主要系天猫 618 基数较高。分渠道看，天猫渠道销售额达 6.58 亿元，同增 37.63%，淘宝渠道实现销售额 2.94 亿元，同增 34.46%；天猫渠道销售占比 69.13%，同比提升 0.53pcts，品牌店占比相对稳定。

图表 26 保健食品行业销售额及增速 (亿元, %)



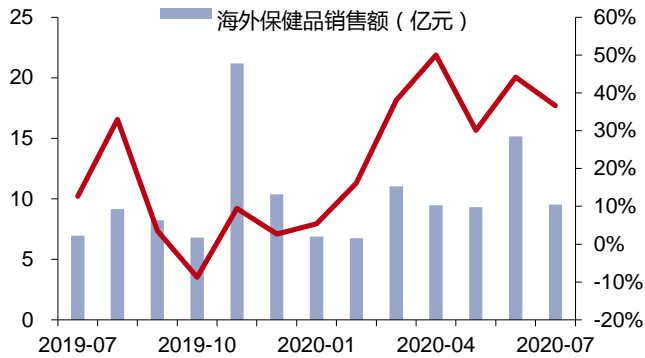
资料来源：阿里平台数据，华创证券

图表 27 保健食品行业销售量及增速 (万件, %)



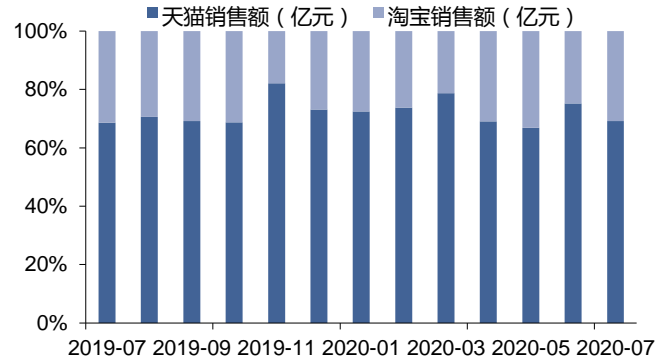
资料来源：阿里平台数据，华创证券

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

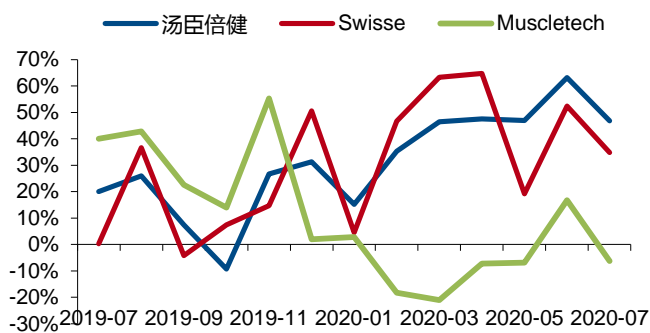
图表 29 海外保健食品渠道占比 (亿元, %)



资料来源: 阿里平台数据, 华创证券

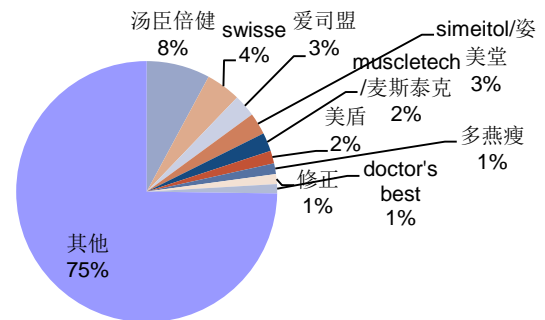
汤臣倍健 Swisse 稳居前二, 线上集中度略有下降。2020 年至今 CR5 市场份额稳定在 18% 以上, 汤臣倍健稳居市场第一, Swisse 位于第二。7 月汤臣倍健、Swisse、爱司盟分别位列保健品阿里系线上销售额前三名, 其中汤臣倍健 7 月线上销售额约 1.73 亿元, 位居第一, 同增 46.83%; Swisse 销售额约 0.95 亿元, 同增 34.85%; 爱司盟销售额约 0.61 亿元; 姿美堂销售额约 0.59 亿元, 排名第四。集中度来看, 线上 CR5 占比为 19.94%, 同比下降 1.00pcts。Swisse 天猫销售占 84.79%, 同比提升 3.39pcts, Muscletech 天猫销售占比 90.81%, 同比提升 0.85pcts。

图表 30 汤臣倍健、Swisse、Muscletech 销售额 (%)



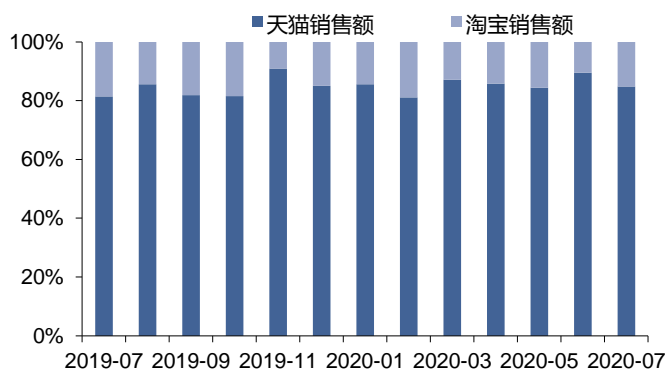
资料来源: 阿里平台数据, 华创证券

图表 31 7月保健食品线上格局



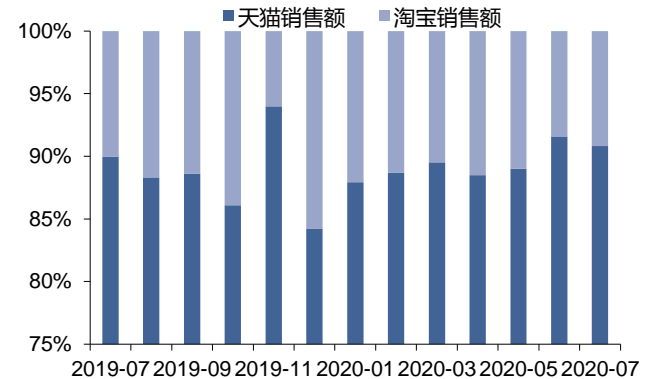
资料来源: 阿里平台数据, 华创证券

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

无糖蛋白粉产品销售火爆。保健食品热销产品总榜中无糖蛋白粉较受欢迎。分品牌看，汤臣倍健无糖蛋白粉较为热销，20 年 7 月销量前三名均被无糖蛋白粉所占据；Swisse 产品中钙片则受到热捧，在 20 年各月的销量排行中均位居前列。

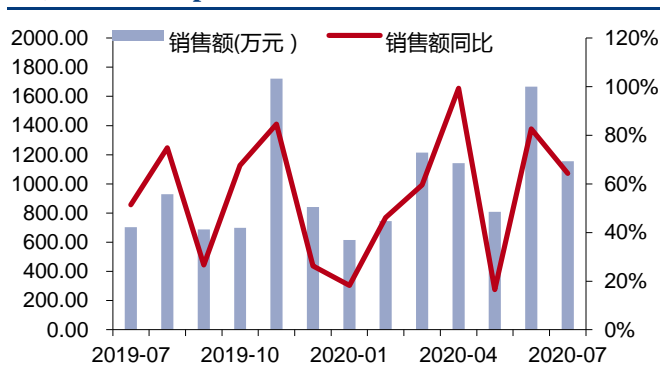
图表 34 7 月汤臣倍健、Swisse 热销 Top3 产品

排名	产品	销量 (万件)	销售额 (万元)	7 月均价 (元)	6 月均价 (元)
汤臣倍健					
1	汤臣倍健植物型无糖蛋白粉 600g+150g+摇摇杯	3.55	1141.62	321.29	-
2	汤臣倍健植物型无糖蛋白粉 600g+150g+摇摇杯	3.20	684.24	214.09	-
3	汤臣倍健植物型无糖蛋白粉 600g+150g+摇摇杯	2.22	674.88	303.64	-
Swisse					
1	Swisse 钙片维生素 D 片 150 片	3.49	366.24	105	101.06
2	Swisse 蓟草片 120 粒	1.26	257.68	204.6	210
3	Swisse 钙片维生素 D 片 150 片	1.52	254.22	167.64	169

资料来源：阿里平台数据，华创证券

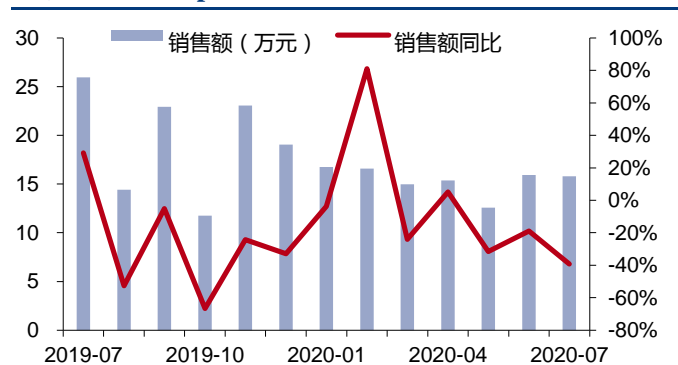
Lifespac 销售保持高增，销售均价略有提升。7 月 Lifespac 海外益生菌销售额 1156.30 万元，同增 64.33%，销量 6.71 万件，同比上升 53.92%，均价为 172.33 元，同增 6.76%；国内益生菌销售额 15.80 万元，同比下降 39.16%，销量 1646 件，同比下降 39.64%，均价为 95.96 元，同增 0.80%。

图表 35 Lifespac 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 Lifespac 国内销售额及增速

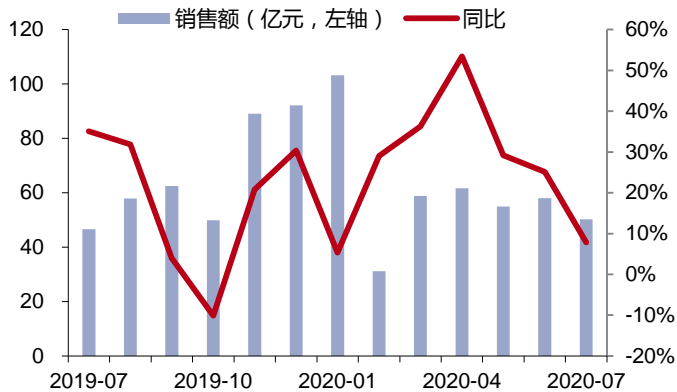


资料来源：阿里平台数据，华创证券

五、休闲食品：行业增速放缓，卤味增速领先

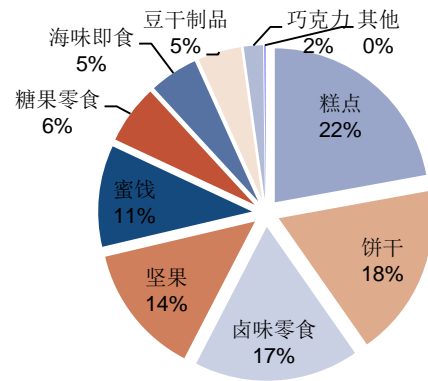
行业销售稳步增长，卤味保持较快增速。7 月阿里系休闲食品线上销售额 50.25 亿元，同增 7.84%；销量为 2.00 亿件，同增 14.50%；均价 25.10 元，同比下降 5.82%。分品类看，7 月糕点类销售额 10.98 亿元，同增 6.53%，位居行业第一；饼干类销售额 9.00 亿元，同比下降 2.99%，位居行业第二；卤味零食类销售额 8.58 亿元，同增 29.79%，位居行业第三。

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

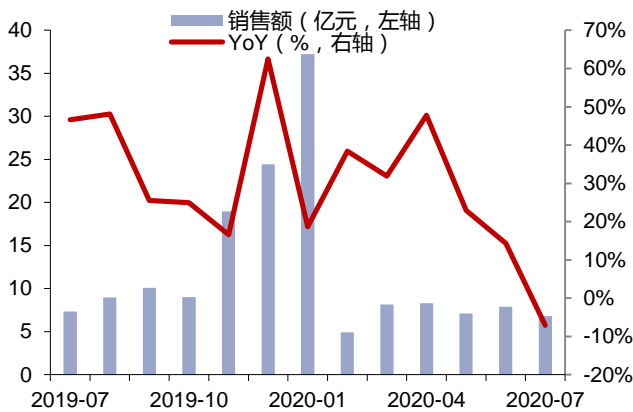
图表 38 7 月子品类销售情况



资料来源: 阿里平台数据, 华创证券

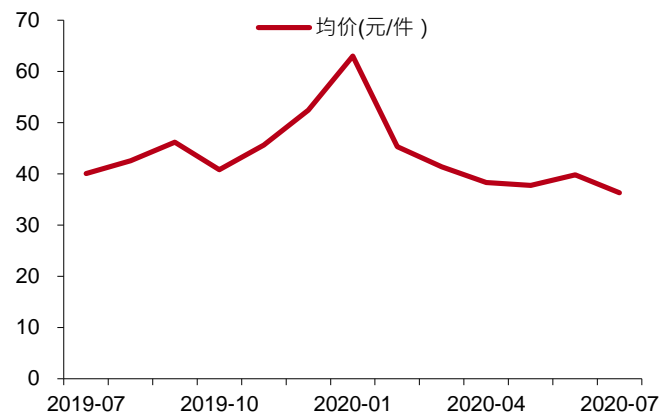
坚果销售额持续下降, 均价同比大幅下降。7 月坚果线上销售额 6.81 亿元, 同比下降 7.09%, 销售量 1875.09 万件, 同增 2.47%, 均价为 36.32 元/件, 同比降低 9.32%。

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

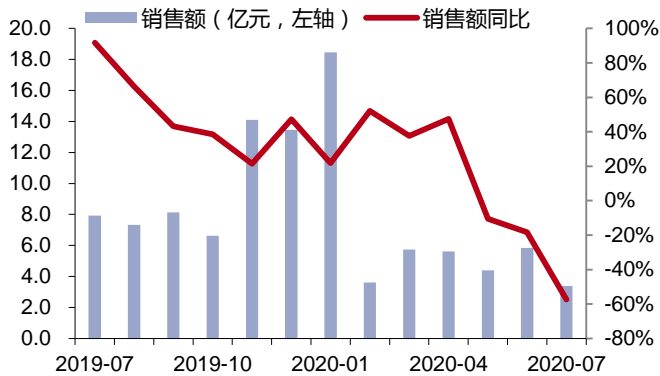
图表 40 坚果炒货行业销售均价 (元)



资料来源: 阿里平台数据, 华创证券

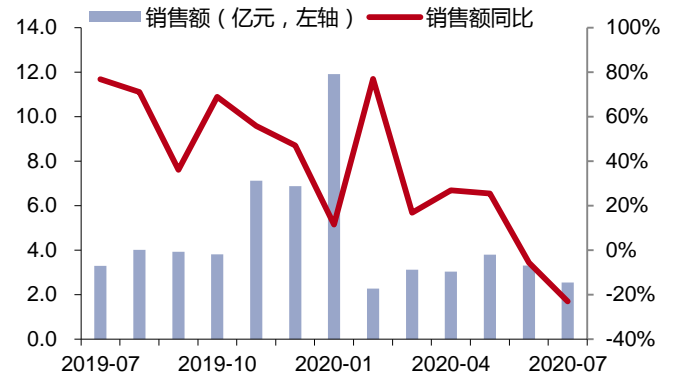
销售额同比下滑, 线上集中度下降明显。7 月阿里系休闲食品销售额 Top3 仍为三只松鼠、百草味和良品铺子, 其中三只松鼠 7 月销售额 3.37 亿元, 同比下降 57.41%, 销量 945.28 万件, 同比下降 60.72%, 均价 35.69 元, 同增 8.42%; 百草味销售额 2.54 亿元, 同比下降 23.07%, 销量 817.76 万件, 同比下降 26.97%, 均价 31.03 元, 同增 5.34%; 良品铺子销售额 1.96 亿元, 同比下降 41.89%, 销量 658.70 万件, 同比下降 39.98%, 均价 29.68 元, 同比下降 3.18%; 7 月休闲食品行业线上集中度下降明显, CR3 为 15.65%, 同比下降 15.79pcts。

图表 41 三只松鼠阿里平台销售额 (亿元, %)



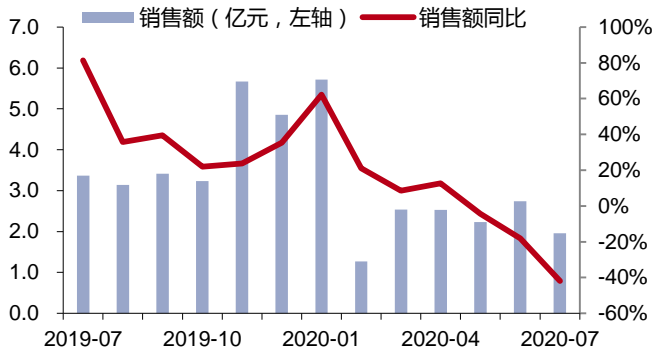
资料来源: 阿里平台数据、华创证券

图表 42 百草味阿里平台销售额 (亿元, %)



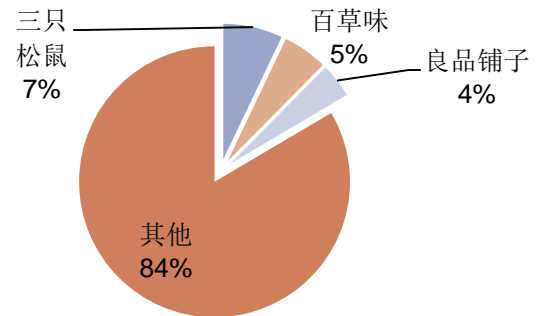
资料来源: 阿里平台数据、华创证券

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 7 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

芝士培根卷销售火爆, 礼包仍受欢迎。7 月阿里系休闲食品热销榜榜首为 Keto 铺子产品。三只松鼠 7 月热销 Top3 为零食大礼包饼干薯片、孕妇干果大礼包和网红零食礼包, 销售额分别为 2538.08 万元、2130.27 万元、1239.53 万元。百草味 7 月热销 Top3 为孕妇零食干果大礼包、小吃饼干组合和麻辣零食大礼包, 销售额分别为 2153.91 万元、1539.80 万元、678.94 万元。良品铺子 7 月热销 Top3 为干果大礼包、麻辣零食大礼包和肉松海苔吐司, 销售额分别为 773.32 万元、512.95 万元、439.23 万元。

图表 45 7 月阿里线上平台热销榜单

排名	产品	销售额 (万元)
1	KETO 铺子 芝士培根卷 生酮蛋糕低碳无糖生酮零食无面粉无麸	2945.38
2	【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	2538.08
3	【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	2513.91
4	每日坚果大礼包孕妇儿童款 30 包混合坚果干果仁零食组合装礼盒送礼	2370.29
5	推荐_【三只松鼠每日坚果 750g/30 包】孕妇零食混合果仁干果大礼包	2130.27
6	蔓越莓芒果干草莓干果组合水果干果脯蜜饯零食一整箱混合装大礼包	1737.42
7	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	1539.80
8	[团购专属]轩妈家蛋黄酥 6 枚 具体数量以拍下为准不支持 7 天无理由	1336.77
9	【专属】轩妈家蛋黄酥红豆味 6 枚 雪媚娘网红零食糕点送礼	1253.68

	产品	销售额 (万元)
10	三只松鼠 每日坚果 750g/30 天装礼盒装送礼网红零食大礼包小包装	1239.53

资料来源: 阿里平台数据, 华创证券

图表 46 7 月三只松鼠、百草味、良品铺子热销 Top3

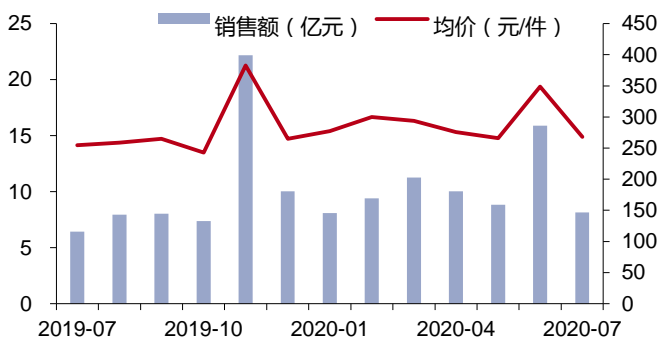
	产品	均价 (元)	销售额 (万元)
三只松鼠			
1	【三只松鼠_零食大礼包】网红小吃休闲食品饼干薯片充饥夜宵整箱	45.43	2538.08
2	推荐_【三只松鼠每日坚果 750g/30 包】孕妇零食混合果仁干果大礼包	106.01	2130.27
3	三只松鼠 每日坚果 750g/30 天装礼盒装送礼网红零食大礼包小包装	180.00	1239.53
百草味			
1	【百草味-每日坚果 750g/30 袋】孕妇零食混合小包装礼盒干果大礼包	134.98	2513.91
2	百草味-零食大礼包网红爆款休闲充饥夜宵小吃饼干组合一整箱送礼	45.21	1539.80
3	【百草味-麻辣零食大礼包】鸭脖小吃网红休闲食品充饥夜宵整箱	41.68	678.94
良品铺子			
1	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	108.22	773.32
2	【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	35.09	512.95
3	【良品铺子肉松海苔吐司 520g】面包整箱早餐营养零食	31.88	439.23

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

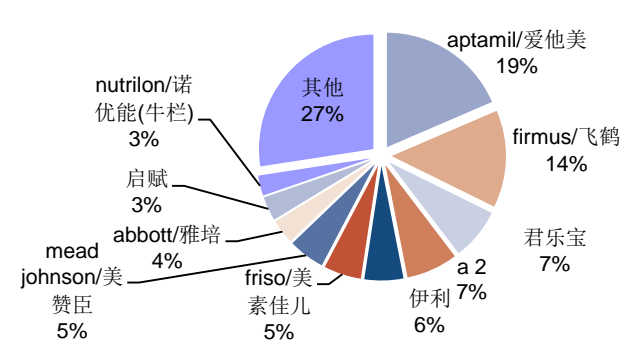
行业同比保持高增, 爱他美龙头地位稳固。7 月阿里渠道婴幼儿奶粉行业销售额 8.15 亿元, 同增 26.46%, 销售量 303.90 万件, 同增 20.16%, 均价 268.18 元/件, 同增 5.27%。分品牌来看 7 月, 爱他美、飞鹤、君乐宝销售额位居前 3 名, 分别占比 18.53%、13.76%、7.34%。从主要奶粉品牌来看, 爱他美销售额为 1.51 亿元, 同增 24.08%, 均价为 281.09 元/件, 同增 9.29%, 销量为 53.75 万件, 同增 13.54%; 飞鹤销售额为 1.12 亿元, 同增 132.22%, 均价为 308.02 元/件, 同比下降 5.39%, 销量为 36.41 万件, 同增 145.46%; 美素佳儿销售额为 4315.53 万元, 同比下降 3.85%, 均价为 331.08 元/件, 同增 2.75%, 销量为 13.03 万件, 同比下降 6.43%; a2 销售额为 5932.64 万元, 同增 13.14%, 均价为 377.42 元/件, 同增 0.51%, 销量为 15.72 万件, 同增 12.57%; 惠氏销售额为 2063.59 万元, 同比下降 35.67%, 均价为 299.51 元/件, 同增 16.09%, 销量 6.89 万件, 同比下降 44.58%。

图表 47 奶粉销售额及均价 (亿元, 元/件)

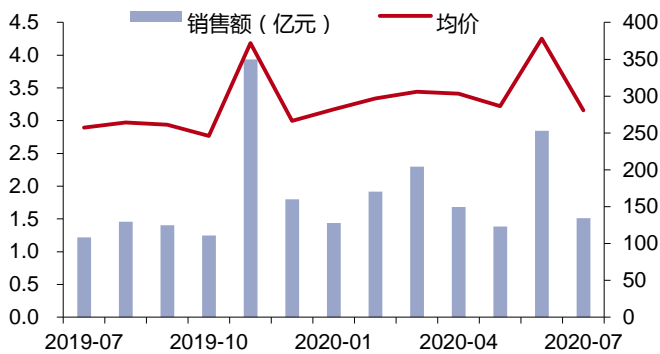


资料来源: 阿里平台数据, 华创证券

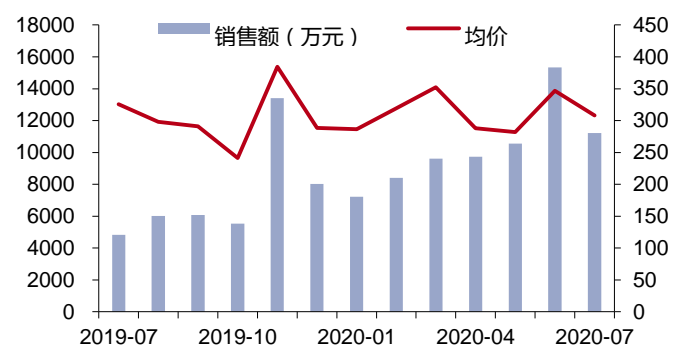
图表 48 7 月婴幼儿奶粉行业销售额占比



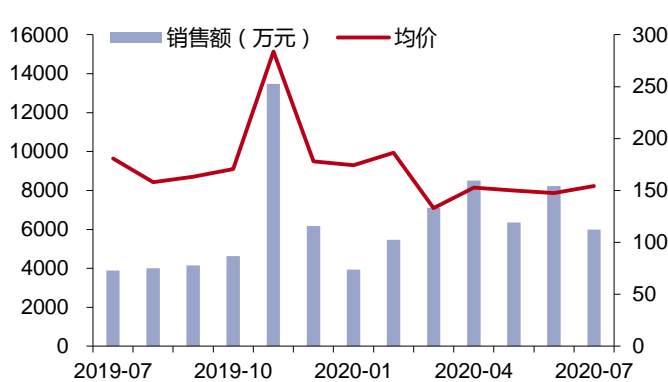
资料来源: 阿里平台数据, 华创证券

图表 49 爱他美销售额及均价 (亿元, 元/件)


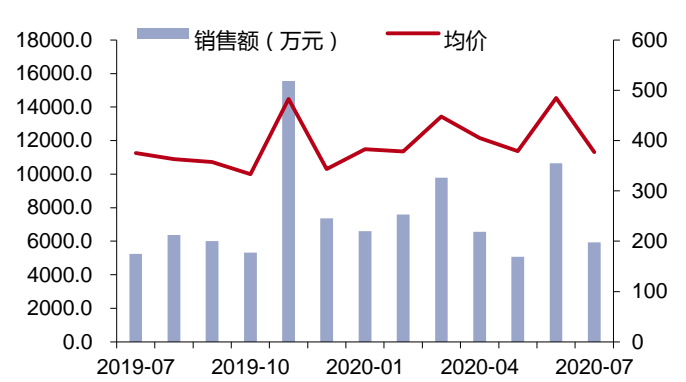
资料来源: 阿里平台数据, 华创证券

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 a2 销售额及均价 (万元, 元/件)


资料来源: 阿里平台数据, 华创证券

飞鹤表现亮眼, 占据热销榜五名。从 7 月热销产品来看, 在婴幼儿奶粉热销产品前 10 名中, 飞鹤位列一、三、四、五、六名, 表现亮眼。爱他美产品位列第二, 惠氏启赋与 a2 亦上前十榜单。

图表 53 7 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)
飞鹤星飞帆 3 段较大婴儿配方牛奶粉 700g 适用于 1-3 岁	33990	1206.65	355.00
爱他美白金版幼儿配方奶粉 3 段 900g 一周	45197	1044.05	231.00
飞鹤星阶优护配方奶粉 3 段 150g 适合 1-3 岁	6962	695.50	999.00
飞鹤星飞帆 3 段婴幼儿配方牛奶粉三段 700g*6 罐	3554	609.16	1714.00
飞鹤星阶优护 2 段 150g 适合 6-12 个月	5790	578.42	999.00
飞鹤星飞帆 4 段儿童配方奶粉 700g 适用于 3-6 岁	18807	537.88	286.00
惠氏启赋蓝钻奶粉亲和人体 4 段儿童配方调制乳粉 900g	16836	510.13	303.00
新西兰 a2 至初婴幼儿奶粉 3 段 12-36 个月 900g	11225	480.43	428.00
新西兰 a2 婴幼儿奶粉 3 段牛奶粉白金系列三段 6 罐	3492	470.72	1347.99
澳洲 a2 奶粉 3 段新西兰 A2 婴幼儿蛋白质白金版 1-3 岁三段	23782	411.43	173.00

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

组长、首席分析师：欧阳予

荷兰伊拉斯姆斯大学研究型硕士，金融学专业，4年食品饮料研究经验。曾任职于招商证券研发中心，2017年新财富第一、2018年水晶球第一、2019年新财富第三团队核心成员，2020年加入华创证券研究所。

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。

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。

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。

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	副总经理、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	副总经理、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	资深销售经理	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	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	shenyings@hcyjs.com
	吴俊	高级销售经理	021-20572506	wujun1@hcyjs.com
	董昕竹	销售经理	021-20572582	dongxinzhu@hcyjs.com
	施嘉玮	销售经理	021-20572548	shijiawei@hcyjs.com
私募销售组	潘亚琪	高级销售经理	021-20572559	panyaqi@hcyjs.com
	汪子阳	销售经理	021-20572559	wangziyang@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