

食品饮料行业1月线上数据分析专题

休闲食品年货热销，保健品受事件小幅影响

推荐（维持）

- **事件：**1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。需要指出的是，2019年春节在2月初，较2018年有所靠前，春节旺季销售或存错位现象，后续结合1月及2月数据合并分析将更加合理。
- **白酒：**线上销售创近两年新高，洋河销售额居榜首。1月阿里渠道白酒销售11.17亿元，同增61.12%，销量450.92万件，同增51.61%。分品牌来看，1月洋河销售额1.70亿元，同增154.33%，均价525.50元，同增21.71%；五粮液1月销售额1.39亿元，同增80.41%，销量35.67万件，同增107.5%，均价390.57元，同降13.05%；茅台销售额1.19亿元，同增11.45%，销量19.68万件，同增64.97%，均价605.46元，同降32.44%；泸州老窖销售额9954.28万元，同增229.98%，均价384.40元，同增31.9%。
- **乳制品：**线上销售维持高增，伊利份额提升明显。1月阿里渠道液奶行业销售额4.9亿元，同增33.2%，销售量883.9万件，同增25.1%，均价55.4元，同增6.4%。伊利销售额1.4亿元，同增43.4%，销量240.3万件，同增33.2%，均价57.7元，同增7.7%；蒙牛销售额7962.8万元，同降7.5%，销量133.1万件，同降23.2%，均价59.8元，同增20.4%。伊利1月线上份额为28.4%，同比提升2.2pcts，蒙牛线上份额为16.3%，同比下降7.2pcts。
- **调味品：**增速环比回落仍保持快增，线上格局变化不大。1月阿里渠道日常调味品子行业销售额1.6亿元，同增42.5%，增速环比有所回落但仍保持较快增长，销售量为621.1万件，同增32.4%，均价25.8元，同增7.6%。分品牌来看，海天、太太乐、千禾品牌销售额位居前3名，分别占比8%、5%、5%。主要酱油品牌来看，厨邦、千禾、欣和增长亮眼，其中海天销售额同增31.2%，厨邦销售额同增90.7%，欣和销售额同增81.4%，千禾销售额同增83.3%。1月十大热销产品榜单中，海天占据6席，千禾占据4席。
- **保健品：**行业事件短期小幅影响，龙头品牌继续受益。1月阿里渠道保健品销售额14.0亿元，同比小幅下降1.3%，短期或受行业事件以及Q4双11/12集中消费分流影响，其中海外保健品1月销售额6.5亿元，同比增长9.7%。分渠道来看，天猫渠道实现销售额3.9亿元，同增25%，淘宝渠道实现销售额2.6亿元，同比下降7.4%；天猫销售占比60.2%，同比提升7.3pcts。分品牌看，1月汤臣倍健、Swisse、修正分别位列保健品线上销售额前三名，其中汤臣倍健1月线上销售额9858万，同增7.8%；Swisse销售额8734.6万，同增8.5%；修正销售额3472.3万，同比略降0.6%；Muscletech销售额2344.3万元，排名第五。
- **休闲食品：**春节拉动年货销售，坚果礼包备受青睐。1月阿里系休闲食品线上销售额97.9亿元，同增26.8%，其中销量同增10.4%，均价同增14.8%。分行业看，坚果炒货类销售额31.4亿元，同增17.2%，春节期间坚果礼盒继续热销；饼干销售额13.85亿元，同增57.9%，规模位居第二；糕点销售额12.4亿元，同增40.6%。1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1月销售额15.1亿元，同增39.4%；百草味销售额10.7亿元，同增37.2%；良品铺子销售额3.5亿元，同降5.1%。休闲食品行业线上CR3为30%，同增1.1pcts。
- **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	2.48
总市值(亿元)	25,948.58	4.89
流通市值(亿元)	22,658.65	5.9

相对指数表现

	%	1M	6M	12M
绝对表现	9.78	12.84	1.82	1.82
相对表现	3.07	10.95	17.66	17.66



相关研究报告

- 《食品饮料行业周报（20190121-20190127）：白酒渠道反馈好转，旺季行情继续催化》
2019-01-28
- 《食品饮料行业周报（20190202-20190210）：猪年春节食品饮料消费观察：白酒低线正升级，食品品牌优势足》
2019-02-10
- 《食品饮料2018年报业绩前瞻：白酒业绩有所分化，大众品龙头表现平稳》
2019-02-11

目录

一、白酒：线上销售创近两年新高，洋河销售额位居榜首	5
二、乳制品：线上销售维持高增，伊利份额提升明显.....	6
三、调味品：行业增速有所回落，千禾表现亮眼.....	9
四、保健品：行业事件短期影响销售，国内外头部品牌或受益	10
五、休闲食品：春节消费旺季更旺，坚果礼包较受欢迎.....	12
六、风险提示	15

图表目录

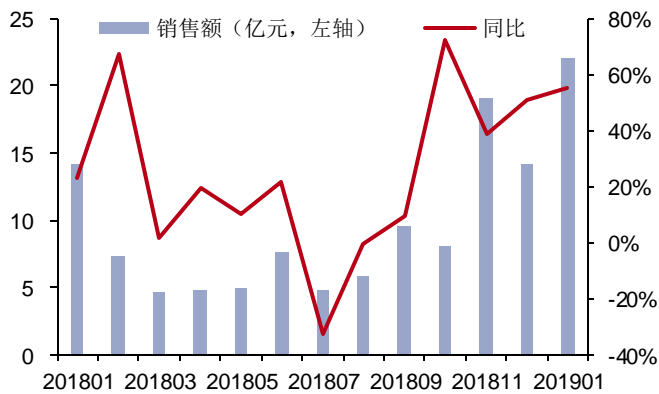
图表 1	阿里渠道酒类销售额及增速 (亿元, %)	5
图表 2	阿里渠道国产白酒销售额及增速 (亿元, %)	5
图表 3	1 月热销品牌排行榜	5
图表 4	贵州茅台销售额及增速 (万元, %)	6
图表 5	五粮液销售额及增速 (万元, %)	6
图表 6	洋河股份销售额及增速 (万元, %)	6
图表 7	泸州老窖销售额及增速 (万元, %)	6
图表 8	阿里渠道乳制品销售额及增速 (亿元, %)	7
图表 9	阿里渠道白奶及酸奶占比变化 (%)	7
图表 10	白奶销售额及增速 (亿元, %)	7
图表 11	酸奶销售额及增速 (亿元, %)	7
图表 12	伊利、蒙牛、光明线上销售额 (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	1 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, %)	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	1 月保健品线上格局	11
图表 30	Swisse 天猫与淘宝销售占比 (%)	11
图表 31	Muscletech 天猫与淘宝销售占比 (%)	11
图表 32	1 月汤臣倍健、Swisse 热销 Top3 产品	12

图表 33	休闲零食行业销售情况（亿元，%）	13
图表 34	子品类销售情况	13
图表 35	坚果炒货行业销售额及增速（亿元）	13
图表 36	坚果炒货行业销售均价（元）	13
图表 37	三只松鼠阿里平台销售额（亿元，%）	14
图表 38	百草味阿里平台销售额（亿元，%）	14
图表 39	良品铺子阿里平台销售额（亿元，%）	14
图表 40	1 月阿里平台行业竞争格局	14
图表 41	阿里线上平台热销榜单	14
图表 42	1 月三只松鼠、百草味、良品铺子热销 Top3	15

一、白酒：线上销售创近两年新高，洋河销售额位居榜首

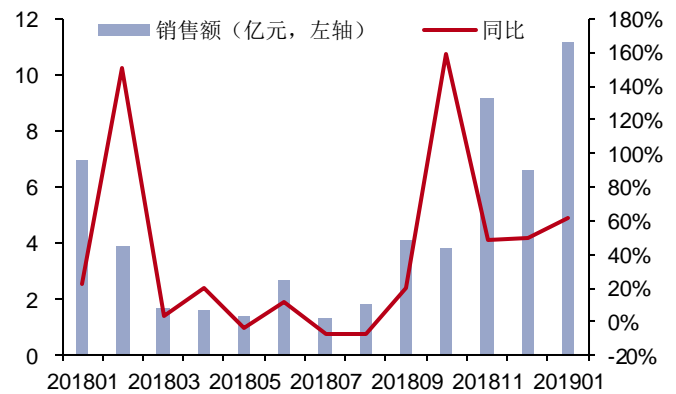
行业销售额创近两年来新高，洋河、五粮液、茅台排名前三。1 月阿里渠道酒类总计销售额 22.08 亿元，同比增长 55.3%，为近两年最高值，销量 1232.15 万件，同比增长 46.22%，平均价格 179.2 元，同比提升 6.21%。国产白酒线上销售额 11.17 亿元，同比增长 61.12%，创近两年新高，销售量 450.92 万件，同比增长 51.61%，平均价格 247.72 元，同比提升 6.27%。从销售额排名来看，洋河五粮液茅台占据前三，茅台销售额同比增长 11.45%，五粮液销售额同比增长 80.41%，洋河销售额同比增长 154.33%。

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

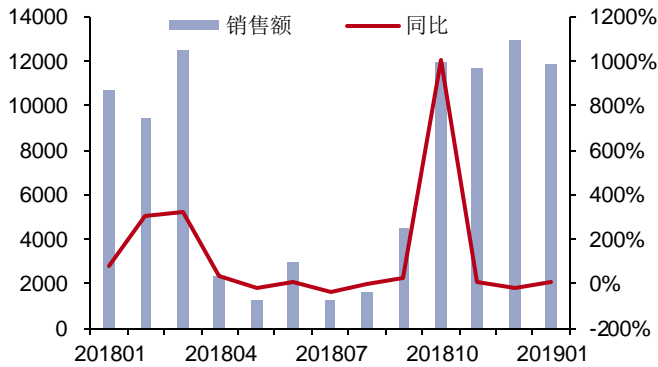
图表 3 1 月热销品牌排行榜

排名	2019 年 1 月			2018 年 12 月		
	品牌	销售额 (万元)	占比	品牌	销售额 (万元)	占比
1	洋河	17024	15%	茅台	12928	20%
2	五粮液	13932	12%	五粮液	8086	12%
3	茅台	11918	11%	泸州老窖	4096	6%
4	泸州老窖	9954	9%	洋河	4078	6%
5	汾酒	5164	5%	汾酒	2526	4%
6	西凤	4847	4%	西凤	2179	3%
7	古井贡	3322	3%	集客醇酿	1822	3%
8	剑南春	2913	3%	牛栏山	1591	2%
9	牛栏山	2834	3%	习酒	1276	2%

资料来源：阿里平台数据、华创证券

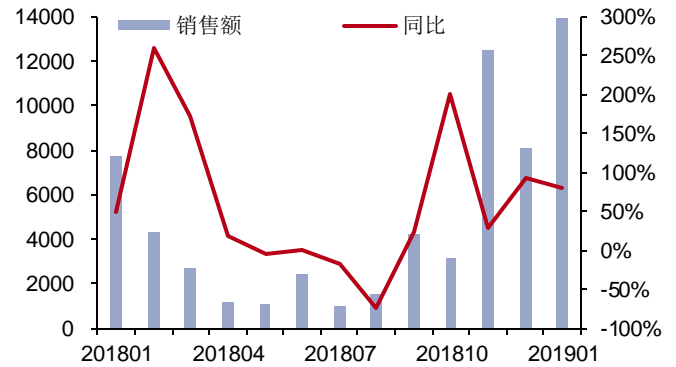
洋河销售额位居榜首，五粮液老窖增速亮眼。分品牌来看，1 月洋河销售额 1.70 亿元，同比增长 154.33%，位居行业首位，均价 525.50 元，同比提升 21.71%；五粮液 1 月销售额 1.39 亿元，同比增长 80.41%，预计线上销售也受茅台缺货及产品促销力度加大等有所拉动，均价 390.57 元，同比下降 13.05%。茅台销售额 1.19 亿元，同比增长 11.45%，增速放缓预计与节前投放量有关，均价 605.46 元，同比下降 32.44%；泸州老窖销售额 9954.28 万元，同比增长 229.98%，均价 384.40 元，同比增长 31.9%。

图表4 贵州茅台销售额及增速(万元, %)



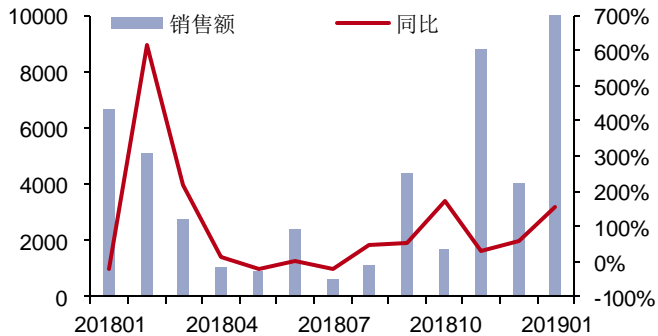
资料来源: 阿里平台数据、华创证券

图表5 五粮液销售额及增速(万元, %)



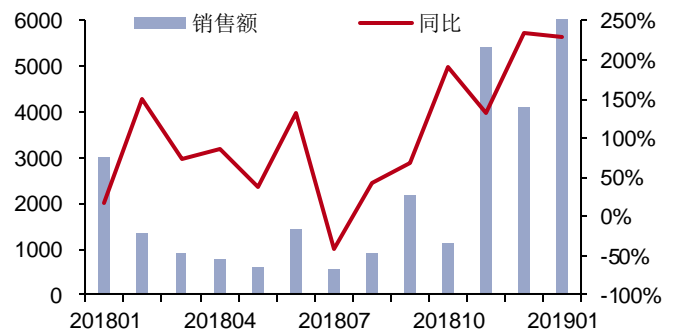
资料来源: 阿里平台数据、华创证券

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, %)

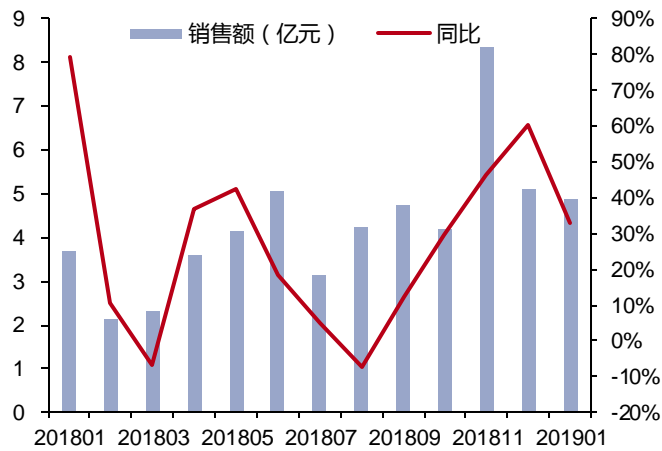


资料来源: 阿里平台数据、华创证券

二、乳制品: 线上销售维持高增, 伊利份额提升明显

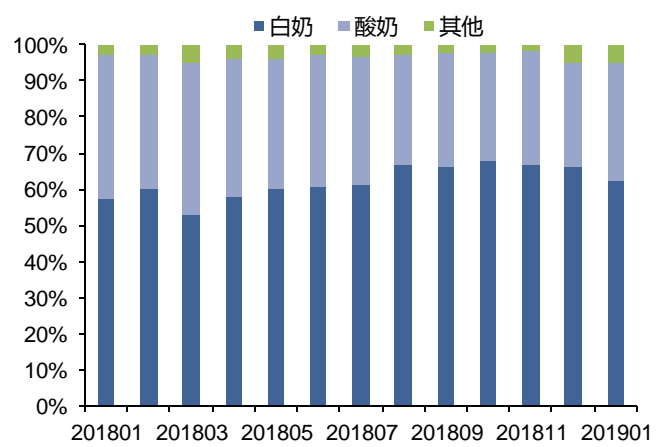
线上销售维持高增, 白奶增速快于酸奶。1月阿里渠道液奶行业销售额4.9亿元, 同比增长33.2%, 销售量883.9万件, 同比增长25.1%。平均产品价格55.4元, 同比增长6.4%。分子品类来看, 白奶占比62.5%, 同比提升4.9pcts, 酸奶占比32.5%, 同比下降6.9pcts。其中1月白奶销售额为3.1亿元, 同比增长44.6%, 均价64.6元, 同比提升21.8%; 1月酸奶销售额1.6亿元, 同比增长9.8%, 均价57.6元, 同比增长8.5%。显示1月旺季白奶产品升级趋势或好于酸奶。

图表 8 阿里渠道乳制品销售额及增速 (亿元, %)



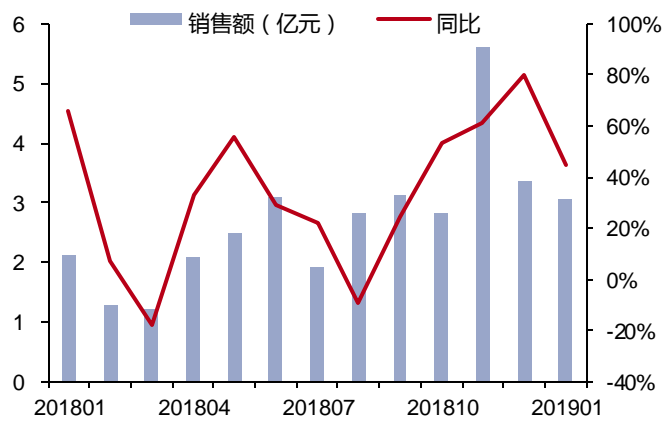
资料来源: 阿里平台数据, 华创证券

图表 9 阿里渠道白奶及酸奶占比变化 (%)



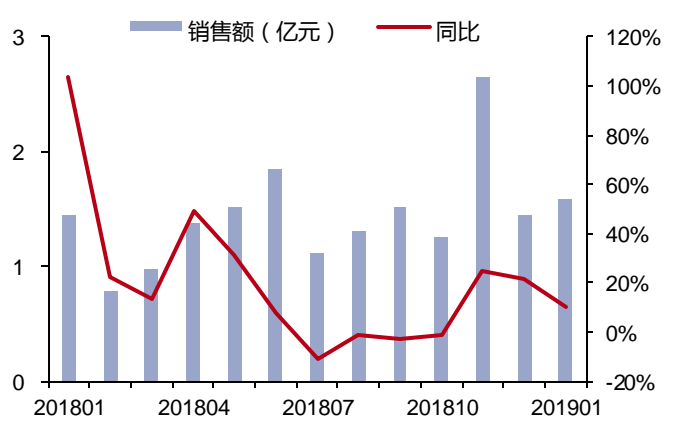
资料来源: 阿里平台数据, 华创证券

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

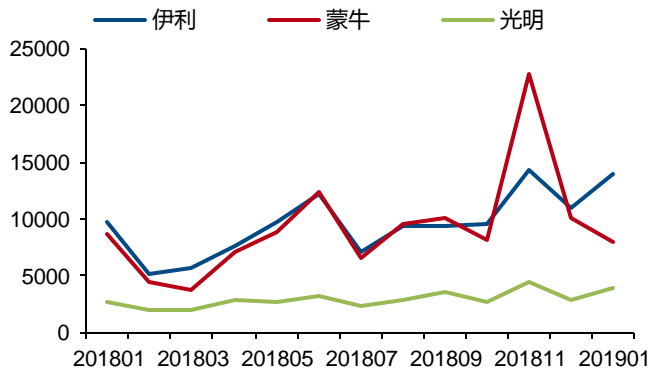
图表 11 酸奶销售额及增速 (亿元, %)



资料来源: 阿里平台数据, 华创证券

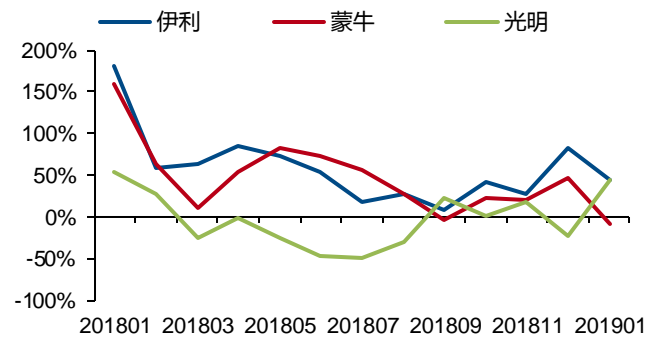
伊利线上份额提升明显。1月阿里渠道伊利销售额1.4亿元,同比增长43.4%,销量240.3万件,同比增长33.2%,均价57.7元,同比提升7.7%;蒙牛销售额7962.8万元,同比下降7.5%,销量133.1万件,同比下降23.2%,均价59.8元,同比提升20.4%;光明销售额3864.5万元,同比增长45.1%,销量62.3万件,同比增长58.0%,均价62.0元,同比下降8.2%。伊利1月线上份额为28.4%,同比提升2.2pcts,蒙牛线上份额为16.3%,同比下降7.2pcts。

图表 12 伊利、蒙牛、光明线上销售额 (万元)



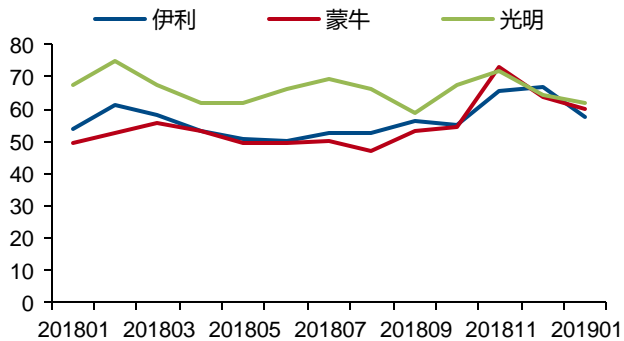
资料来源: 阿里平台数据, 华创证券

图表 13 伊利、蒙牛、光明线上销售额增速 (%)



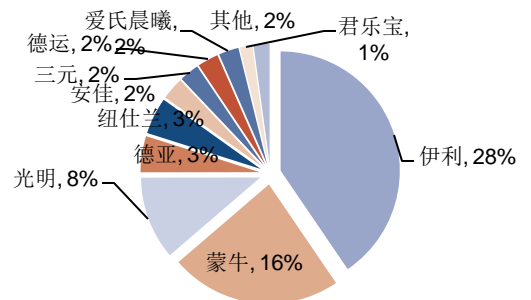
资料来源: 阿里平台数据, 华创证券

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 1 月各品牌份额占比 (%)



资料来源: 阿里平台数据, 华创证券

伊利、蒙牛产品热销, 蒙牛白奶、酸奶分列榜首。酸奶方面, 蒙牛纯甄 (24 盒装) 销售额 1476.2 万元, 位居酸奶品类榜首。伊利安慕希 (12+4 盒装) 销售额 846.7 万元, 位居榜单第五位。光明莫斯利安 (24 盒装) 销售额 694.0 万元, 位居榜单第七位; 白奶方面, 蒙牛特仑苏纯牛奶 (16 盒装) 销售额 1324.2 万元, 位居白奶榜首, 伊利高钙低脂奶 (24 盒装) 销售额 1159.9 万元, 排名第三, 伊利纯牛奶 (24 盒装) 销售额 1057.6 万元, 排名第四。

图表 16 乳制品类主要热销产品

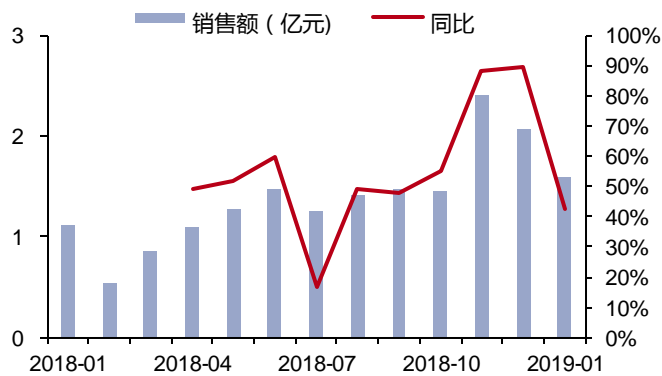
产品	201901		201812	
	价格 (元)	销售额 (万元)	价格 (元)	销售额 (万元)
蒙牛纯甄常温酸奶 200g*24	91	1476	132	1201
蒙牛特仑苏纯牛奶 250ml*16 盒	70	1324	69	1350
伊利 高钙低脂奶 250ml*24 盒	70	1160	75	610
伊利 无菌砖纯牛奶 250ml*24 盒	66	1058	70	674
伊利 安慕希原味酸奶 205g*12+4 盒	66	847	106	2310
伊利 金典有机纯牛奶 250ml*12 盒	68	844	67	526
光明莫斯利安原味酸奶 200g*24	95	694	80	600
蒙牛纯牛奶 PURE MILK 250ml*16 盒	45	602	60	1528
伊利 安慕希 原味酸奶 205g*12 盒	60	584	59	354

资料来源: 阿里平台数据, 华创证券

三、调味品：行业增速有所回落，千禾表现亮眼

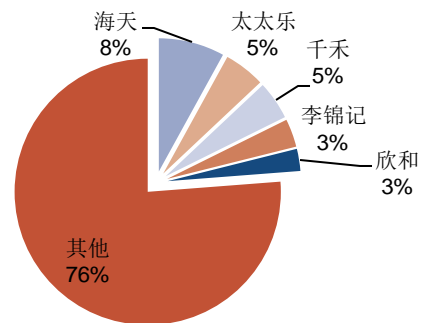
行业增速回归 40%~60% 区间，厨邦、千禾增长较快。1 月阿里渠道日常调味品子行业销售额 1.6 亿元，同比增长 42.5%，增速回落至 40%~60 区间，去年 4-10 月行业增速多在 40%~60% 之间，11、12 月因电商节日效应推动行业增速高于 80.0%，销售量为 621.1 万件，同比增长 32.4%，平均价格 25.8 元，同比增长 7.6%。分品牌来看，海天、太太乐、千禾等品牌销售额位居前 3 名，分别占比 8%、5%、5%。主要调味品牌来看，海天销售额为 1282.5 万元，同比增长 31.2%，厨邦销售额为 308.0 万元，同比增长 90.7%，千禾销售额为 750.3 万元，同比增长 83.3%，欣和销售额为 429.7 万元，同比增长 81.4%。

图表 17 调味品销售额及增速（亿元，%）



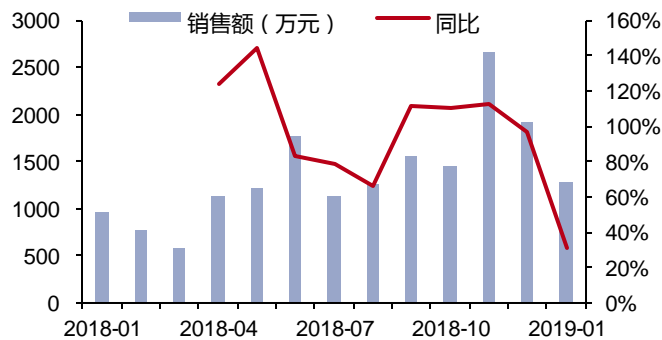
资料来源：阿里平台数据，华创证券

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，%）



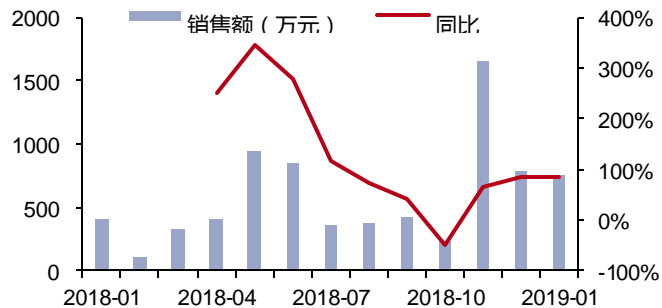
资料来源：阿里平台数据，华创证券

图表 20 厨邦销售额及增速（万元，%）



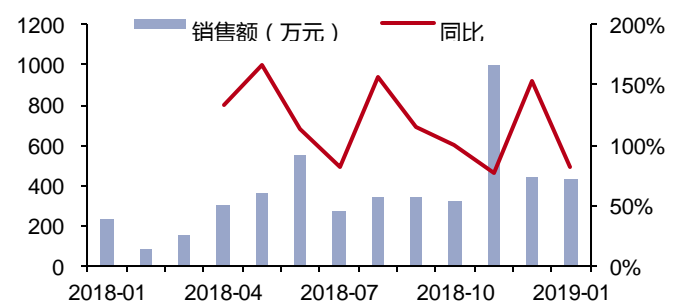
资料来源：阿里平台数据，华创证券

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，千禾产品表现亮眼。从 1 月热销产品来看，在酱油热销产品前 10 名中，海天占 6 位，表现依旧处于强势地位。千禾表现亮眼，旗下四款零添加酱油的 1 月销售额分列第一、二和第六、七位，较上月表现更为出色。

图表 23 酱油品类热销产品前 10 名

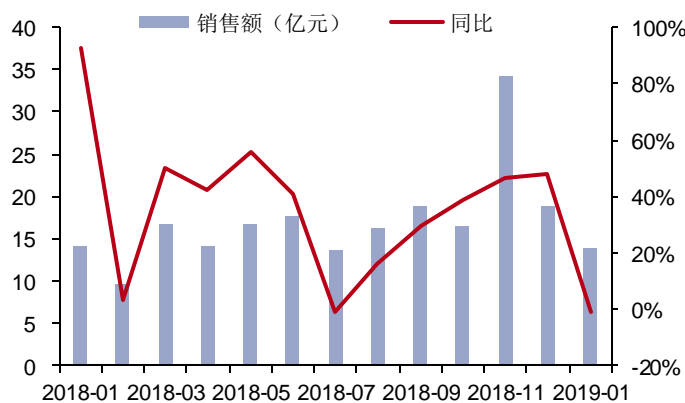
宝贝名称	销售量 (件)	销售金额 (万元)	平均价格
【千禾_零添加】御藏本酿 180 天酱油 1L*2 纯粮酿造特级生抽	29750	145	52.80
【千禾_零添加】头道原香 280 天 1L*2 特级生抽不加糖不加碘	24242	143	65.80
海天招牌味极鲜 2.25KG*2 生抽促销装送超值赠品 赠品随机	27871	121	79.00
海天金标生抽 1280ml*2+上等蚝油 520g 酱油厨房调料组合	27905	96	34.00
海天招牌味极鲜酱油 2.25Kg 生抽 炒菜凉拌调料赠品随机送	28026	74	25.00
【千禾_便携装】【150ml*2】零添加酱醋组合不加味精不加碘 纯粮酿造	50527	51	10.00
【千禾_零添加】酱油 180 天 1.8L*2 生抽+窖醋 3 年 500ml	7638	43	56.80
海天金标生抽 500ml+草菇老抽 500ml 酱油清炒红烧上色	24466	42	22.00
海天特级金标生抽 500ml 酱油 炒菜凉拌火锅 健康厨房调料	37050	42	16.00
海天招牌味极鲜 2.25kg*2+蚝油 700g*2 酱油箱装	6825	41	58.90

资料来源：阿里平台数据、华创证券

四、保健品：行业事件短期影响销售，国内外头部品牌或受益

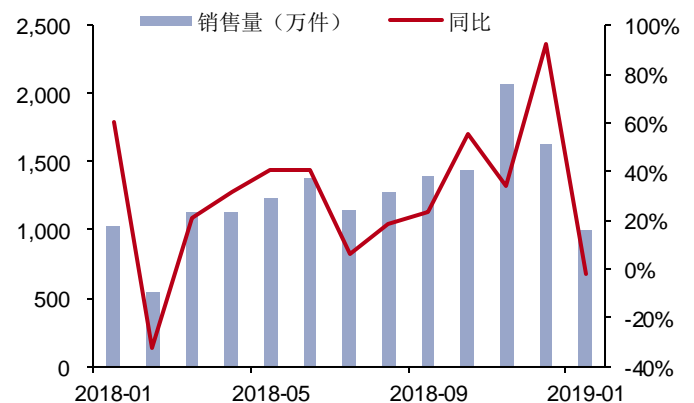
行业事件短期影响行业增速表现，品牌店及海外保健品依然向好。1 月阿里渠道保健品销售额 14.0 亿元，同比下降 1.3%，环比下降 26.5%，销售均价 139.4 元，同比增长 1%。行业销售小幅下滑或受行业事件短期影响，去年 12 月保健品行业相继爆出权健、无限极等公司虚假宣传和食品安全事件，短期内或对保健品行业销售有所影响。此外，Q4 双 11 和双 12 电商节日促销效应导致消费者提前购买亦对 1 月销售带来分流影响。海外保健品 1 月销售额 6.53 亿元，同比增长 9.7%，环比下降 35.4%。分渠道看，天猫渠道销售额达 3.9 亿元，同比增长 25.0%，环比下降 42.1%，淘宝渠道实现销售额 2.6 亿元，同比下降 7.4%；天猫渠道销售占比 60.2%，同比提升 7.3pcts，品牌店占比持续提升。行业安全事件或利好海外品牌及国内品牌店发展。

图表 24 保健品行业销售额及增速 (亿元, %)



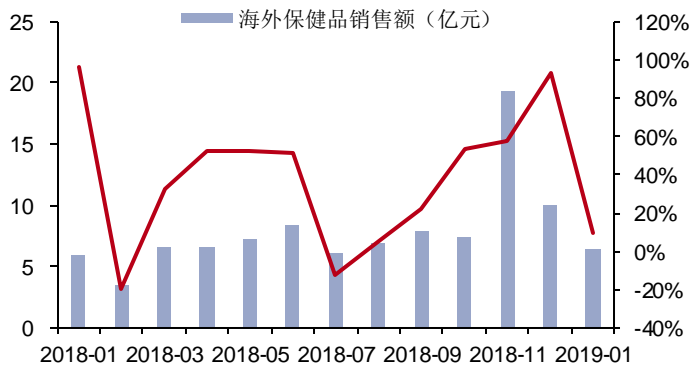
资料来源：阿里平台数据，华创证券

图表 25 保健品行业当月销售量及增速 (万件, %)



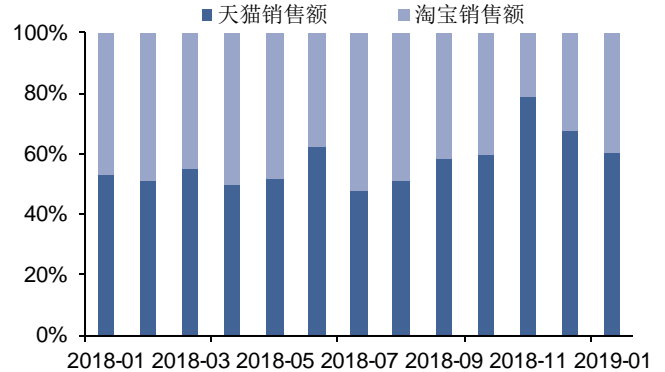
资料来源：阿里平台数据，华创证券

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

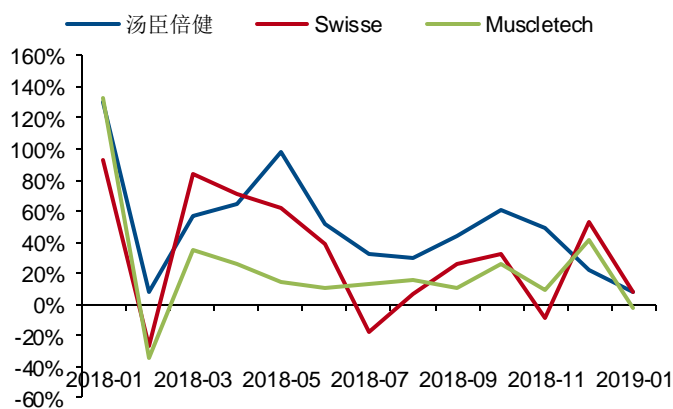
图表 27 海外保健品渠道占比 (亿元, %)



资料来源: 阿里平台数据, 华创证券

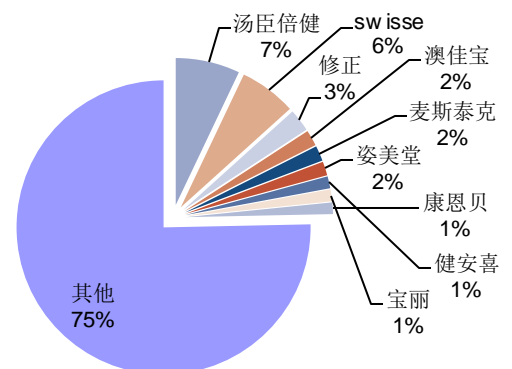
龙头品牌增速有所放缓, 线上集中度继续提升。1 月汤臣倍健、Swisse、修正分别位列保健品阿里系线上销售额前三名, 其中汤臣倍健 1 月线上销售额 9858 万, 位居第一, 同比增长 7.8%; Swisse 销售额 8734.6 万, 同比增长 8.5%; 修正销售额 3472.3 万, 同比下降 0.6%; 澳佳宝销售额 2437.9 万, 同比增长 3.3%, 排名第四, Muscletech 销售额 2344.3 万元, 同比下降 2.2%, 排名第五。集中度来看, 线上 CR5 占比为 19.2%, 同比提升 1.2pcts。Swisse 天猫销售占 79.6%, 同比提升 7.4pcts, Muscletech 天猫销售占比 81.2%, 同比下降 0.2pct。

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



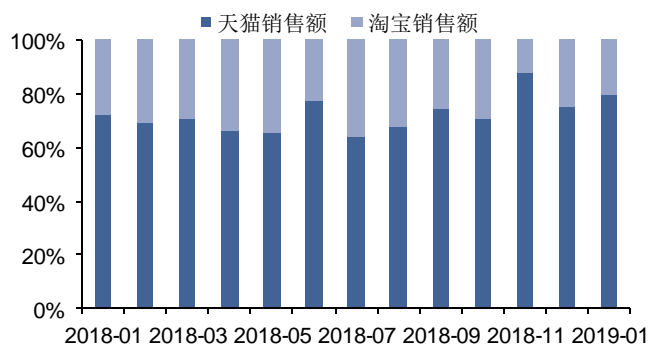
资料来源: 阿里平台数据, 华创证券

图表 29 1 月保健品线上格局



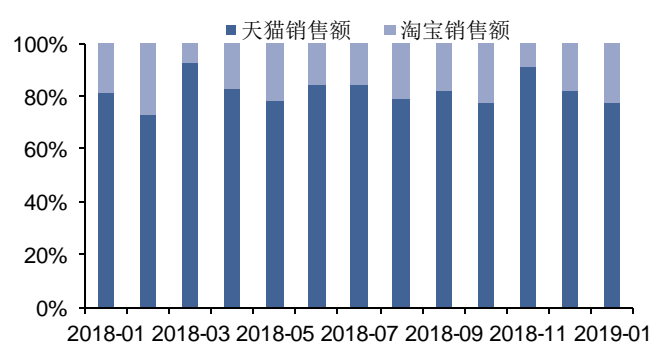
资料来源: 阿里平台数据, 华创证券

图表 30 Swisse 天猫与淘宝销售占比 (%)



资料来源: 阿里平台数据, 华创证券

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

营养类产品较受欢迎，Swisse 进口胶原蛋白液较为热销。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 进口胶原蛋白液，奶蓟草片产品较为热销；汤臣倍健维生素 C 含片、蛋白质营养粉较为热销。

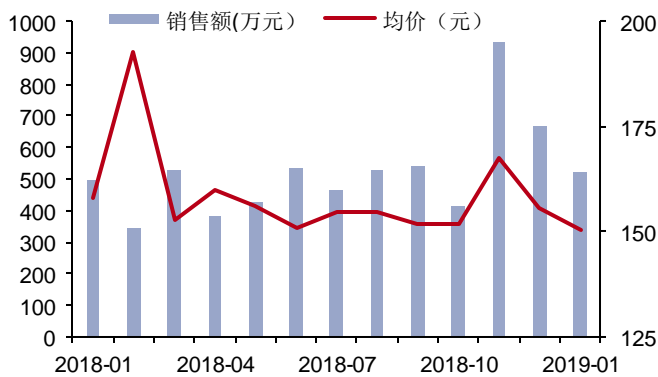
图表 32 1 月汤臣倍健、Swisse 热销 Top3 产品

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咀嚼片维生素C含片	3.9	510.6	130.1
2	汤臣倍健蛋白粉营养蛋白质粉	1.3	408.7	326.2
3	汤臣倍健蛋白粉蛋白质粉	1.2	394.4	321.0
Swisse				
1	swisse 进口胶原蛋白液 500ml	2.8	479.1	171.4
2	swisse 奶蓟草片 120 粒	1.4	225.2	165.0
3	swisse 钙片+维生素 D 柠檬酸 150 片*2	1.6	218.1	139.1

资料来源：阿里平台数据，华创证券

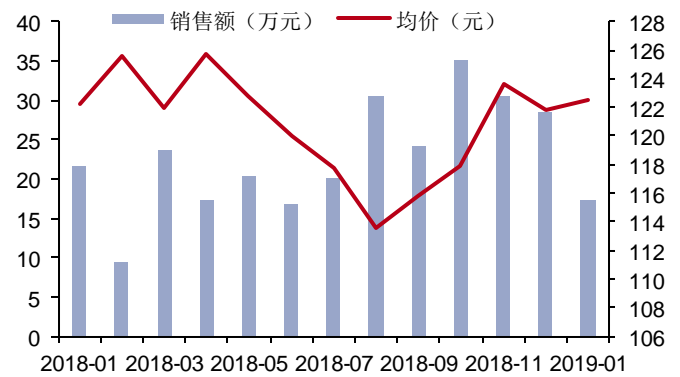
益生菌品类 Lifespace 品牌优势明显，国内市场发展潜力大。1 月 Lifespace 海外益生菌销售额 519.7 万元，销量 3.5 万件，均价为 150.4 元。国内益生菌销售额 17.4 万元，销售 1419 件，均价为 122.5 元。国内市场还处于萌芽培育阶段，未来消费升级带来的市场发展空间巨大。

图表 33 Lifespace 海外销售额及均价



资料来源：阿里平台数据，华创证券

图表 34 Lifespace 国内销售额及均价

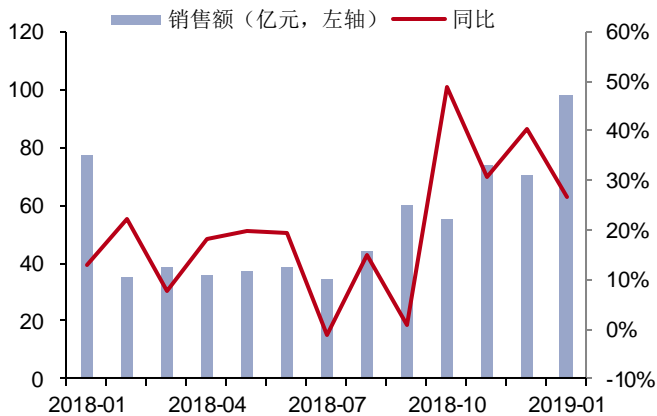


资料来源：阿里平台数据，华创证券

五、休闲食品：春节消费旺季更旺，坚果礼包较受欢迎

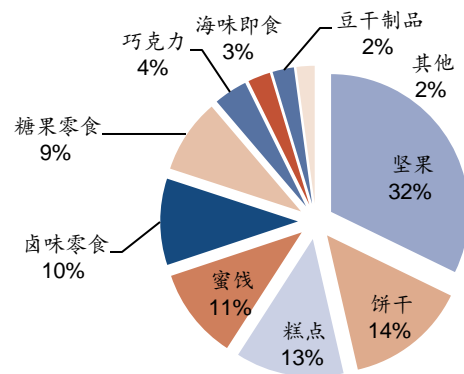
春节消费旺季更旺，饼干糕点表现抢眼。1 月阿里系休闲食品线上销售额 97.89 亿元，同比增长 26.8%；销量为 2.84 亿件，同比增长 10.4%，均价 34.5 元，同比增长 14.8%。分子行业看，坚果炒货类销售额 31.39 亿元，同比增长 17.2%，位居子行业第一；饼干类销售额 13.85 亿元，同比增长 57.9%，位居子行业第二；糕点点心类销售额 12.4 亿元，同比增长 40.6%，位居子行业第三。

图表 33 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

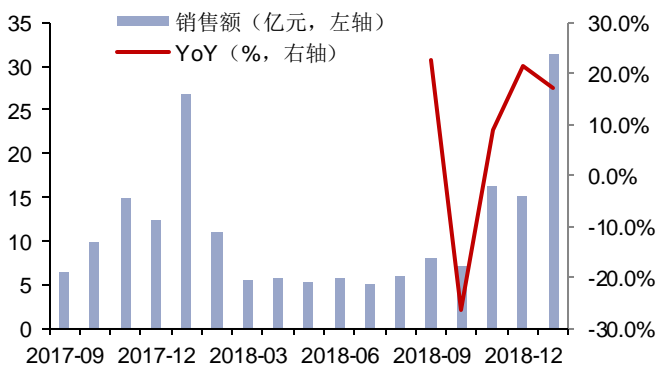
图表 34 子品类销售情况



资料来源: 阿里平台数据, 华创证券

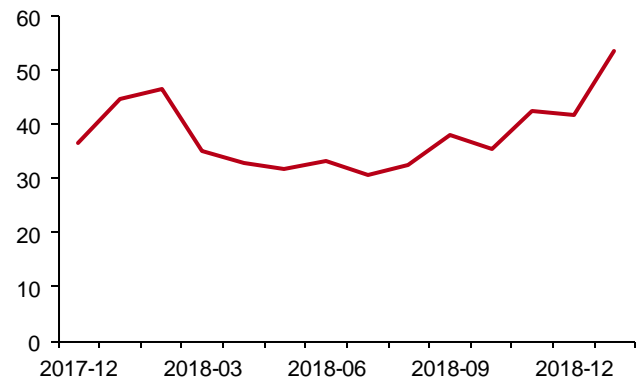
坚果销售高增, 购买均价提升明显。2019年1月坚果线上销售额 31.39 亿元, 同比增长 17.2%, 销售量 5841.1 万件, 同比下降 2.1%, 均价为 53.7 元/件, 同比增长 19.6%。相对高价的礼盒类产品热卖带动坚果类产品购买均价提升, 推动行业销售额保持中速增长。

图表 35 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

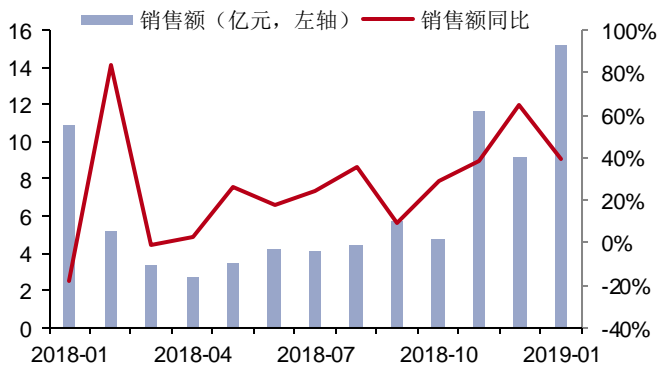
图表 36 坚果炒货行业销售均价 (元)



资料来源: 阿里平台数据, 华创证券

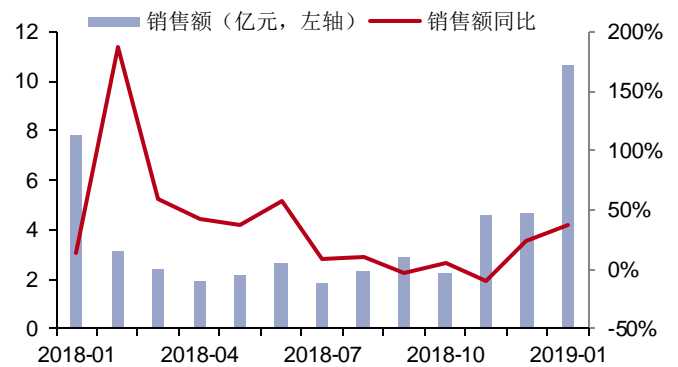
线上集中度进一步提升, 松鼠百草味表现好于良品铺子。1月阿里系休闲食品销售额 Top3 仍为三只松鼠、百草味和良品铺子, 其中三只松鼠 1 月销售额 15.1 亿元, 同比增长 39.4%, 销量 3082 万件, 同比增长 7.4%, 均价 49.13 元, 同比提升 29.8%; 百草味 1 月销售额 10.7 亿元, 同比增长 37.2%, 销量 2314 万件, 同比增长 15.9%, 均价 46.23 元, 同比增长 18.3%; 良品铺子销售额 3.5 亿元, 同比下降 4.4%, 销量 1178 万件, 同比下降 5.1%, 均价 29.91 元, 同比增长 0.79%; 休闲食品行业线上 CR3 为 30%, 同比提升 1.1pcts。

图表 37 三只松鼠阿里平台销售额 (亿元, %)



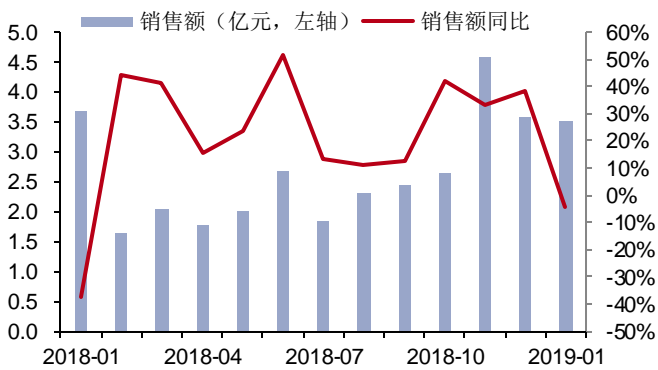
资料来源: 阿里平台数据, 华创证券

图表 38 百草味阿里平台销售额 (亿元, %)



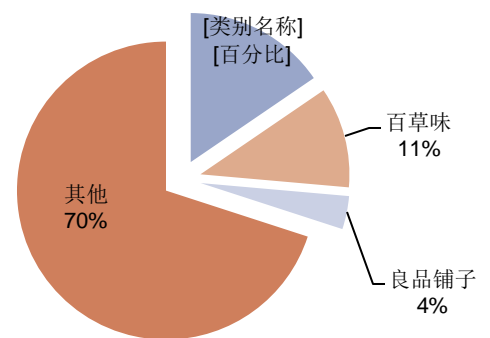
资料来源: 阿里平台数据, 华创证券

图表 39 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 40 1 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, 春节效应促进糖果产品热销。1 月阿里系休闲食品热销榜榜首为百草味坚果大礼包, Top10 产品里坚果大礼包占据 5 位, 其中三只松鼠产品最多, 其三种不同规格的坚果大礼包位居三只松鼠热销榜单前 3, 销售额分别达 2.5 亿元、7900.9 万元、7308.4 万元。百草味 1 月热销 Top3 为两种规格的坚果大礼包以及零食大礼包, 销售额分别为 2.6 亿元、3953.1 万元、3471.0 万元。良品铺子 1 月热销 Top3 为年货坚果礼盒、零食大礼包、年货组合, 销售额分别为 2045.9 万元、1659.7 万元、1520.6 万元。此外, 受春节效应影响, 糖果类产品跻身热销榜第六位。

图表 41 阿里线上平台热销榜单

排名	产品	销售额 (万元)
1	百草味坚果大礼包 1612g/9 袋	25726.3
2	三只松鼠年货坚果大礼包 1473g/8 袋	25152.5
3	三只松鼠年货坚果大礼包 2180g/12 袋	7900.9
4	三只松鼠年货坚果大礼包 1653g/9 袋	7308.4
5	三只松鼠每日坚果 750g/30 天装	6773.8
6	零趣牛轧糖手工花生牛奶抹茶喜糖果	5253.7
7	三只松鼠开心果 225g*2 袋	4708.6
8	三只松鼠零食大礼包	4621.6
9	三只松鼠年货坚果大礼包 1523g	4424.6

	产品	销售额 (万元)
10	百草味坚果大礼包 1548g/9 袋	3953.1

资料来源: 阿里平台数据, 华创证券

图表 42 1 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	三只松鼠年货坚果大礼包 1473g/8 袋	88	25152.5
2	三只松鼠年货坚果大礼包 2180g/12 袋	208	7900.9
3	三只松鼠年货坚果大礼包 1653g/9 袋	138	7308.4
百草味			
1	百草味坚果大礼包 1612g/9 袋	89	25726.3
2	百草味坚果大礼包 1548g/9 袋	119	3953.1
3	百草味零食大礼包	59.9	3471.0
良品铺子			
1	良品铺子年货坚果礼盒 1438g/10 袋	158	2045.9
2	良品铺子零食大礼包	59.9	1659.7
3	良品铺子年货组合 1518g/14 袋	168	1520.6

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。

分析师：张燕

上海社会科学院硕士，2年食品饮料研究经验，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。

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
	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	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	zhangjianian@hcyjs.com
	沈颖	销售经理	021-20572581	shenyding@hcyjs.com
	乌天宇	高级销售经理	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