

食品饮料

行业周报

休闲食品迎销售旺季，酒企 24 年稳字当先

投资要点

◆ **行情回顾：** 上周食品饮料（申万）行业整体下跌 0.56%，在 31 个子行业中排名第 13 位，跑赢上证综指 1.05pct、跑赢创业板 0.25pct，继上周大跌后本周跌幅收窄。二级（申万）子板块对比，本周子板块分化较明显，其中白酒下跌 1.38%，为唯一下跌的子板块，休闲食品上涨 4.07%，主要跟时间催化及部分公司披露业绩大超预期有关，此外非白酒、饮料乳品涨幅次之，分别上涨 1.93%、1.62%。本周北交所个股表现差于上交所及深交所。

◆ **本周大事：** 1) **酒企“稳”字当先：** 本周国台酒业、钓鱼台酒业、全兴酒业召开年度经销商大会，会上酒企对 24 年战略均体现出了“稳”字。2) **休闲零食迎旺季行情：** 劲仔食品公告了 2023 年业绩预告，2023 年公司完成了上市以来“三年倍增”的阶段性目标，营业收入突破 20 亿元，公司归属于上市公司股东的净利润为 2.01 亿元-2.13 亿元，比上年同期增长 61%—71%，利润大超预期；此外，三只松鼠自 2024 年 1 月 10 日起，分销通用标品礼盒/礼包及终端专供礼盒/礼包系列产品全线停止新增接单供应。3) **我们观点：** 本周休闲零食板块涨幅明显，主要与板块内公司发布 23 年业绩预告（劲仔食品业绩超预期）及三只松鼠的新闻有关（24 年春节分销不再接单），从而带动了整个板块大幅上行。我们认为目前为零食公司销售旺季，按照历史规律旺季来临时均有一波销售行情，主要与短期数据有关，但行情是否延续还要看零食公司后续的战略执行及消费趋势情况，若 24 年经济企稳仍有难度，则具有口红效应的零食板块或有较好表现。

投资建议：

(1) **估值面：** 截至 24/1/14 食品饮料（申万）PE-ttm 为 23.84x，处于 2010 年 1 月以来的 12%分位，处于超跌状态，其中白酒（申万）为 23.77x，处于 2010 年 1 月以来的 33%分位，考虑到白酒行业蓄水池对收入和利润的调节作用，目前白酒估值处于历史更低位置。从估值层面，食品饮料均具有配置价值。

(2) **基本面：** **白酒：** 中长期来看，行业调整期重点关注业绩稳定性强的高端白酒和区域酒。短期来看，目前酒企纷纷进入开门红打款旺季，以及各家年度经销商大会，建议关注各家开门红政策变动以及经销商大会公司对 24 年的规划。中长期来看，继续关注行业下行期龙头企业的政策，建议从长远时间来看，有利于行业及公司长期发展的政策都可不必过分解读；**食品：** 中长期来看，一方面关注具有估值优势和分红预期的赛道和公司，如伊利股份、双汇发展；另一方面关注符合当下消费趋势，长期逻辑顺短期有催化的赛道，如预制菜、零食、宠物等。短期来看，大众品公司逐步进入春节销售旺季，跟踪行业公司任务完成情况、来年战略重点以及旺季销售情况。

◆ **关注标的：** 贵州茅台、五粮液、泸州老窖、今世缘、洋河股份、口子窖、迎驾贡

投资评级

同步大市-A维持

首选股票

评级

一年行业表现



资料来源：聚源

升幅%	1M	3M	12M
相对收益	1.26	1.07	-3.17
绝对收益	-0.76	-9.28	-22.57

分析师

李鑫鑫

 SAC 执业证书编号：S0910523120001
 lixinxin@huajinsec.com

相关报告

食品饮料：大众品业绩存分化，蜜雪古茗欲港股上市-食品饮料行业周报 2024.1.8

食品饮料：经销商大会传递信号，重视行业配置机会-华金证券-食品饮料-周报 2024.1.2

食品饮料：五粮液保价稳量，零食很忙再获投资-食品饮料行业周报 2023.12.25



酒；伊利股份、双汇发展等。

- ◆ **风险提示：**食品安全问题；业绩不及预期；宏观经济增长不及预期；居民消费意愿下滑等。

内容目录

一、行业观点及投资建议	4
(一) 上周回顾：白酒继续领跌，休闲零食领涨	4
(二) 本周大事：酒企 24 年“稳”字当先，休闲食品迎销售旺季	4
(三) 投资建议	5
二、公司公告	5
三、行业要闻	6
四、行业数据	8
五、风险提示	12

图表目录

图 1：飞天茅台（原箱/散瓶）批价走势（元）	9
图 2：茅台 1935 批价走势（元）	9
图 3：普五&国窖 1573 批价走势（元）	9
图 4：汾酒青花系列批发价走势（元）	9
图 5：玻汾批价走势（元）	9
图 6：舍得酒业主要单品批价走势（元）	9
图 7：酒鬼酒内参批价走势（元）	10
图 8：酒鬼酒红坛批价走势（元）	10
图 9：水井坊主要单品批价走势（元）	10
图 10：洋河梦系列批价走势（元）	10
图 11：今世缘国缘四开&对开批价走势（元）	10
图 12：今世缘国缘单开&淡雅批价走势（元）	10
图 13：古井贡酒年份原浆系列批价走势（元）	11
图 14：口子窖系列批价走势（元）	11
图 15：酱酒主流产品批价走势（元）	11
图 16：酱酒主流产品批价走势（元）	11
图 17：全国 22 个省市生猪、仔猪、猪肉均价走势（单位：元/kg）	11
图 18：国内主产区白羽肉平均批发价走势（单位：元/kg）	11
图 19：生鲜乳均价走势及其同比增速（单位：元/公斤）	12
图 20：恒天然全部产品拍卖交易价格指数（单位：美元/公吨）	12
图 21：大豆现货价及美豆到港成本变动（单位：元/吨）	12
图 22：期货收盘价(活跃合约):CBOT 大豆（单位：美分/蒲式耳）	12
表 1：食品饮料子板块涨跌幅对比情况	4
表 2：上涨前五及下跌前五公司情况	4

一、行业观点及投资建议

（一）上周回顾：白酒继续领跌，休闲零食领涨

上周食品饮料（申万）行业整体下跌 0.56%，在 31 个子行业中排名第 13 位，跑赢上证综指 1.05pct、跑赢创业板 0.25pct，继上上周大跌后本周跌幅收窄。二级（申万）子板块对比，本周子版块分化较明显，其中白酒下跌 1.38%，为唯一下跌的子版块，休闲食品上涨 4.07%，主要跟时间催化及部分公司披露业绩大超预期有关，此外非白酒、饮料乳品涨幅次之，分别上涨 1.93%、1.62%。本周北交所个股表现差于上交所及深交所。

表 1：食品饮料子板块涨跌幅对比情况

指数	收盘价	周涨跌幅%	本月涨跌幅%	全年涨跌幅%	PE (ttm)
白酒 II	53996.81	(1.38)	(6.58)	(6.58)	23.77
食品加工	15574.86	0.55	(2.83)	(2.83)	22.02
非白酒	4035.99	1.93	(3.36)	(3.36)	31.29
饮料乳品	6881.74	1.62	(0.70)	(0.70)	18.86
休闲食品	1816.83	4.07	(0.57)	(0.57)	30.71
调味发酵品 II	6731.89	0.28	(5.44)	(5.44)	35.70

资料来源：wind，华金证券研究所

个股对比，周涨幅前五的个股分别为劲仔食品（+14.24%）、三只松鼠（+10.46%）、皇氏股份（+9.56%）、惠发食品（+7.60%）、麦趣尔（+7.23%）。跌幅较大的个股为朱老六（-19.75%）、康比特（-13.49%）、骑士乳业（-10.67%）、盖世食品（-10.52%）、金达威（-8.81%）。

表 2：上涨前五及下跌前五公司情况

上涨前五			下跌前五		
股票简称	所属子行业	周涨跌幅%	股票简称	所属子行业	周涨跌幅%
劲仔食品	零食	14.24%	朱老六	调味发酵品 III	-19.75%
三只松鼠	零食	10.46%	康比特	保健品	-13.49%
皇氏集团	乳品	9.56%	骑士乳业	乳品	-10.67%
惠发食品	预加工食品	7.60%	盖世食品	预加工食品	-10.52%
麦趣尔	乳品	7.23%	金达威	保健品	-8.81%

资料来源：wind，华金证券研究所

（二）本周大事：酒企 24 年“稳”字当先，休闲食品迎销售旺季

酒企 24 年稳字当先。本周国台酒业、钓鱼台酒业、全兴酒业召开年度经销商大会，会上酒企对 24 年战略均体现出了“稳”字，如钓鱼台酒业 2024 年行稳致远，提出了稳价、稳商、稳进，即稳定市场价格就是钓鱼台酒业 2024 年攻坚工作的重中之重，把尊重经销商、服务经销商和让经销商受益作为 2024 年的重点工作；国台酒业提出 2024 年的主基调是“稳中有进、以进促稳”，国台 2024 年重点营销工作包括“双大单品打造”工程、“顺价销售”工程、“双十万”工程等；全兴酒业 2024 年定调为“高质量发展”，将坚守“保质、控盘、稳价、增利”八字方针作为年度营销关键词，强化政策理解、善用系统资源、加快商家培育、严格费用管理，把握“四

个要素+四个坚持+四个强化”保障 2024 年全兴的销售运营持续升级和优化。总结来看，大部分酒企 2024 年的战略布局均以“稳”字当先，以稳来应对多变的经济环境。

休闲食品迎旺季行情。本周劲仔食品发布 2023 年业绩预告，2023 年是公司主板上市的第三年，公司完成了“三年倍增”的阶段性目标，营业收入突破 20 亿元，公司归属于上市公司股东的净利润为 2.01 亿元-2.13 亿元，比上年同期增长 61%—71%，利润大超预期。此外，三只松鼠 2024 年货节期间，三只松鼠礼盒/礼包类产品在线下分销各渠道热销均远超预期，目前分销全系列标品礼盒/礼包产品已全线售罄。同时，自 2024 年 1 月 10 日起，分销通用标品礼盒/礼包及终端专供礼盒/礼包系列产品全线停止新增接单供应；公司将全力保障前期已结款到有效未发订单在 1 月底之前分批有序供应交付完毕。以上两则信息带动了零食板块的大涨。

我们观点：本周休闲零食板块涨幅明显，主要与板块内公司发布 23 年业绩预告（劲仔食品业绩超预期）及三只松鼠的新闻有关（24 年春节分销不再接单），从而带动了整个板块大幅上行。我们认为目前为零食公司销售旺季，按照历史规律旺季来临时均有一波销售行情，主要与短期数据有关，但行情是否延续还要看零食公司后续的战略执行及消费趋势情况，若 24 年经济企稳仍有难度，则具有口红效应的零食板块或有较好表现。

（三）投资建议

1.白酒：中长期来看，行业调整期重点关注业绩稳定性强的高端白酒和区域酒。1) 短期来看，目前酒企纷纷进入开门红打款旺季，以及各家年度经销商大会，建议关注各家开门红政策变动以及经销商大会公司对 24 年的规划。2) 中长期来看，继续关注行业下行期龙头企业的政策，建议从长远时间来看，有利于行业及公司长期发展的政策都可不必过分解读。

2.食品：中长期来看，一方面关注具有估值优势和分红预期的赛道和公司，如伊利股份、双汇发展；另一方面关注符合当下消费趋势，长期逻辑顺短期有催化的赛道，如预制菜、零食、宠物等。短期来看，大众品公司逐步进入春节销售旺季，跟踪行业公司任务完成情况、来年战略重点以及旺季销售情况。

3. 估值：截至 24/1/14 食品饮料（申万）PE-ttm 为 23.84x，处于 2010 年 1 月以来的 12% 分位，处于超跌状态，其中白酒（申万）为 23.77x，处于 2010 年 1 月以来的 33% 分位，考虑到白酒行业蓄水池对收入和利润的调节作用，目前白酒估值处于历史更低位置。从估值层面，食品饮料均具有配置价值。

相关标的：贵州茅台、五粮液、泸州老窖、今世缘、迎驾贡酒；伊利股份、双汇发展等。

二、公司公告

1. 顺鑫农业：公司部分产品提价。鉴于生产经营成本的增加，公司牛栏山酒厂拟对 42° 125ml、42° 265ml、42° 500ml、52° 500ml 以上 4 款牛栏山陈酿进行调价，每箱上涨 6 元。本次价格调整计划从 2024 年 02 月 01 日起执行。

2. 劲仔食品：2023 年度业绩预告。2023 年是公司主板上市的第三年，公司完成了“三年倍增”的阶段性目标，营业收入突破 20 亿元，公司归属于上市公司股东的净利润为 2.01 亿元—2.13

亿元，比上年同期增长61.00%—71.00%；扣除非经常性损益后的净利润为1.78亿元—1.90亿元，比上年同期增长56.79%—67.78%；基本每股收益为0.46元/股—0.48元/股，去年同期为0.31元/股。

3. 佳禾食品：2023年度向特定对象发行A股股票募集。2024年1月9日，佳禾食品公布2023年度向特定对象发行A股股票募集说明书，募集资金总额不超过人民币7.5亿元，其中5.5亿元资金用于咖啡扩产建设项目，2亿元资金用于补充流动资金项目。

4. 千味央厨：向特定对象发行人民币普通股股票完成。截至2024年1月3日止，千味央厨本次向特定对象发行股票1275万股，募集资金总额人民币5.9亿元，扣除本次发行费用(不含增值税)人民币1076万元后，实际募集资金净额为人民币5.8亿元。

5. 南侨食品：2023年12月营业收入简报。公司2023年12月合并营业收入为人民币29,361.08万元，同比增长3.45%。

6. 金达威：全资子公司发生安全事故。2024年1月11日上午9时许，厦门金达威集团股份有限公司全资子公司厦门金达威维生素有限公司污水处理池空间发生一起闪爆事件。经初步调查，系金达威维生素在污水处理池上方施工安装遮阳棚过程中突发池内空间可燃气体闪爆，导致污水处理池及上方遮阳棚坍塌。事故造成现场施工人员3人死亡，3人受伤送医救治。

7. 西部牧业：2023年12月销售情况。2023年12月，公司自产生鲜乳生产量2943.98（吨），本月比上月增减比率为-6.35%，本月比上年同期增减比率为-3.15%。

8. 海南椰岛：实际控制人无偿划转所持控股股东国有股权。2024年1月11日，公司接到控股股东海口市国有资产经营有限公司告知，海口市国有资产监督管理委员会将持有的国资公司93.70%股权以无偿划转方式整体并入海口市城市建设投资集团有限公司。

三、行业要闻

1. 贵州茅台：丁雄军率队考察古井贡酒、洋河股份。据贵州茅台消息，1月7日、8日，茅台集团党委书记、董事长丁雄军率队到古井贡酒、洋河股份考察，与古井集团党委书记、董事长梁金辉举行座谈，双方围绕酿造工艺、品牌文化、行业竞合和国际化发展等进行深入交流，与洋河股份党委书记、董事长张联东举行座谈，双方围绕酿酒工艺、文化创新、社会责任及国际化等进行深入交流（资料来源：贵州茅台）。

2. 国台酒业：2024年经销商大会召开，国标“双十万”工程，产品构建“4+3”体系。1月9日，国台2024年经销商大会在广州举办。会上透露，2023年国台销售额稳中有进、略有增长，国标酒销售量同比增长54%，动销增长49%，十五年销售量同比增长18%，动销增长9%。**1）“双十万”工程：**国标酒运营中心的核心任务是“双10万”工程，即拓展10万家终端、开发10万场宴席。**2）“4+3”产品体系：**国台的产品将卡位主流价位段，构建“4+3”产品体系：做强国台国标酒、国台国标10、国台十五年、国台龙酒四大主品，将国台国标酒打造成百亿级大单品，将国台十五年打造成“茅台镇第二瓶高端酱酒”；国台酱酒、国台好礼、怀酒为三个系列酒分别对应系列化、品牌化和大众化三个发展方向（资料来源：微酒）。

3. 钓鱼台酒业：召开自营产品经销商工作会议，稳价、稳商、稳进，钓鱼台酒业2024行稳致远。**1）稳进：**钓鱼台酒业董事长黄凤文提出，紧密结合钓鱼台酒业实际情况，突出把握“稳中求进、以进促稳、先立后破”，既要谨慎又要有魄力地推动下一阶段的工作。可见，既要“稳”又要“进”，这是钓鱼台酒业自营产品2024年的总方针。**2）稳价：**稳定市场价格就是钓鱼台酒

业2024年攻坚工作的重中之重。为此，在专销产品方面，钓鱼台酒业将继续缩减条码数量，并出台配套政策和系统化要求，有效优化产品结构、稳固品牌力；在自营产品方面，钓鱼台酒业将严控产品价格体系，加大市场督查力度，重点做好市场秩序管理，对违规行为零容忍，切实维护经销商权益。**3) 稳商：**钓鱼台酒业2024年将继续落实优商、选商的工作，第一，对已经合作的商家，以纾解存量压力为目标，不以销量作为唯一考核指标，实现有效动销；第二，对于有意向合作的商家，厂家商家深入了解、双向选择；第三，对于不再合作的商家，钓鱼台酒业也给出了尽职尽责的善后服务方案，让商家没有后顾之忧（资料来源：微酒）。

3. 金沙酒业：年度经销商大会召开，双品牌战略升级、九款新品齐发、打响三大战役。1月11日，以“焕新赋能启新程”为主题的金沙酒业2024年品牌战略发布会在广州拉开帷幕。2024年金沙酒业将以双品牌升级为契机，打响形象升级、新品体验、用户培育三大战役，并开启醇柔酱香新世界。产品层面主要体现在三方面：一是摘要产品步入系列化，二是金沙回沙酒产品线更加完备，三是生肖产品开始布局（资料来源：微酒）。

4. 全兴酒业：年度销售运营会议召开，坚定“八字方针”，转型“品牌驱动”，全兴2023年加速复兴。近日，四川全兴酒销售有限公司召开了年度销售运营会议。会议上，全兴再传佳绩——营收连续第七年实现双位数高增长，注册网点同比增长106%，在册宴席推广场次同比增长183%。**1) 八字方针：**对于2024年，全兴仍旧定调为“高质量发展”，具体而言，全兴将坚守“保质、控盘、稳价、增利”八字方针作为年度营销关键词，强化政策理解、善用系统资源、加快商家培育、严格费用管理，把握“四个要素+四个坚持+四个强化”保障2024年全兴的销售运营持续升级和优化。**2) 品牌驱动：**从2024年发展规划来看，全兴对于“品牌”二字的重要性已经又提到了新的高度。四川全兴酒业副总经理方焰强调，品牌的高质量发展是全兴复兴的核心关键，2024年全兴销售团队要准确判断市场需求走向，聚焦资源于最具潜力的市场、价格带、人群、渠道和场景，铆定中端宴席市场突围品牌占有率。具体而言，全兴品牌成长目标主要表现在两个方面：一是价格认知，基本形成名酒认知，次高端定位告知；二是消费认知，在经销端和消费端“唤醒+焕新”同步推动，即寻找全兴老品牌、老消费者的认知回归，培育新兴消费群体认知，把“兴文化”逐步根植到全兴消费者心中（资料来源：微酒）。

5. 白云边：2023年度销售开票77.25亿。据市场消息，2023销售年度，湖北白酒龙头企业白云边酒业已完成销售开票77.25亿元，比上年度开票额70.78亿元增长9.1%；公司主要经济指标同步增长，再创历史新高（资料来源：酒说）。

6. 伊力特：部分系列产品实行价格双轨制。伊力特2024年一季度经销商打款、开票和发货将延续执行2023年政策。同时，为提升产品竞争力、优化产品结构和强化渠道动能，伊力特部分系列产品将在2024年4月1日起正式实行价格双轨制（资料来源：微酒）。

7. 剑南春：30亿剑南春大唐国酒项目新进展。据绵竹市融媒体中心消息，近日，剑南春大唐国酒项目正有序推进，预计到明年5月，各班组将逐期完成设备安装和筑窖并投入生产和使用。大唐国酒生态园项目建设拟投资30亿元以上，拟新建10个曲酒车间（含目前已在建设和报建的5个曲酒车间、后期计划建设的5个曲酒车间），新建车间各班组均配备机械化酿酒生产线和酿酒直燃节能系统，逐步新增曲酒生产能力5万吨/年以上。新建陶坛酒库和大罐酒库，增加曲酒储藏能力10万吨以上，使公司基础酒储存、勾调能力达到25万吨至30万吨以上。项目投产后，将为绵竹白酒产业新增年工业总产值100亿元以上，新增年税收20亿元以上（资料来源：酒业家）。

8. 白酒行业：快手2023年12月酒类销量环比增长66.75%。据飞瓜数据，快手2023年12月酒类销量环比增长66.75%，销售额环比大增80.09%。2023年“双12”当天所完成的销售额占到

了全月销售额8.27%。按品类来看，当月酒类行业二级品类中预估销售额占比分布为白酒89.78%、葡萄酒4.06%、其他酒类1.82%。其中，白酒销售额占比最高，葡萄酒销售额增幅最高，达111.18%。从价格区间分布来看，12月，快手酒类行业商品平均客单价为69.66元，环比增长8%。但商品价格段在100-300元的商品对销售额的贡献度最高，达到40.79%（资料来源：酒业家）。

9. 青岛啤酒：青岛啤酒集团投资青岛啤酒优家健康饮品。天眼查显示，2024年1月5日，青岛啤酒优家健康饮品有限公司发生多项变更，注册资本由4亿元变更为9亿元；股东由青岛啤酒健康产业科技集团有限公司变更为青岛啤酒集团有限公司；董事长变更为王少波（资料来源：啤酒板）。

10. 华润啤酒：雪花福建新工厂项目提速。日前，由雪花啤酒（福建）有限公司投资建设的福建新建年产能40万千升（一期喜力啤酒30万千升）啤酒工厂已完成包装车间钢结构安装、发酵罐基础以及部分罐体制作。该项目计划总投资12.14亿元，拟建设4条生产线，建成后主要生产喜力啤酒（资料来源：啤酒板）。

11. 三只松鼠：松鼠线下断货，零食礼盒卖爆。2024年货节期间，三只松鼠礼盒/礼包类产品在线下分销各渠道热销均远超预期，目前分销全系列标品礼盒/礼包产品已全线售罄。同时，自2024年1月10日起，分销通用标品礼盒/礼包及终端专供礼盒/礼包系列产品全线停止新增接单供应；公司将全力保障前期已收款到有效未发订单在1月底之前分批有序供应交付完毕。随后，三只松鼠创始人章燎原发布朋友圈表示，“分销业务被迫收官，全力聚焦线上to C业务。不是松鼠牛逼，而是高端性价比迎合了市场需求，2024年货礼远超预期，感谢所有人的支持，线上才刚刚开始”（资料来源：食品内参）。

四、行业数据

白酒：根据今日酒价及酒价参考，2024年1月13日飞天茅台整箱/散瓶/茅台1935批价为2955/2705/1050元，环比上周-15/-5/0元；五粮液普五（八代）批价为960元，环比上周持平；国窖1573批价为875元，环比上周持平；汾酒青花30/青花20/玻汾批价为810/370/40.5元，环比上周持平；智慧舍得/品味舍得批价为450/330元，环比上周持平；酒鬼酒内参批价为850元，环比上周持平；水井坊井台/臻酿八号批价为455/360元，环比上周持平；洋河M6+/M3批价为600/435元，环比上周持平；今世缘国缘四开/对开/单开/淡雅批价为400/170/105/90元，环比上周持平；古井贡酒古5/古8/古16/古20批价为103/225/320/490元，环比上周持平；口子窖6年/10年/20年批价为100/215/320元，环比上周持平。酱酒企业中，君品习酒/习酒窖藏10年/郎酒青花郎批价为820/980/825元，环比上周持平。

图 1：飞天茅台（原箱/散瓶）批价走势（元）



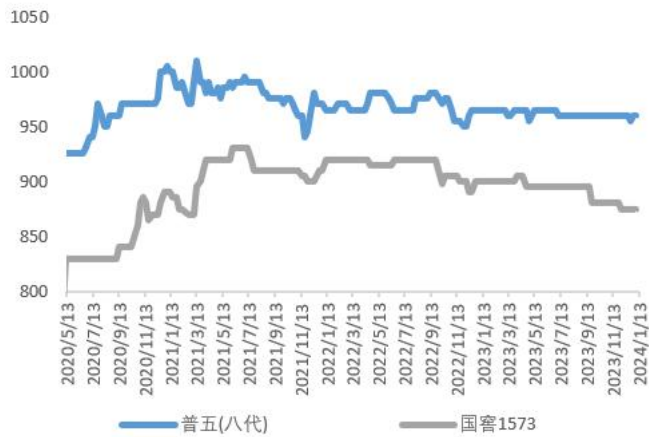
资料来源：今日酒价，华金证券研究所

图 2：茅台 1935 批价走势（元）



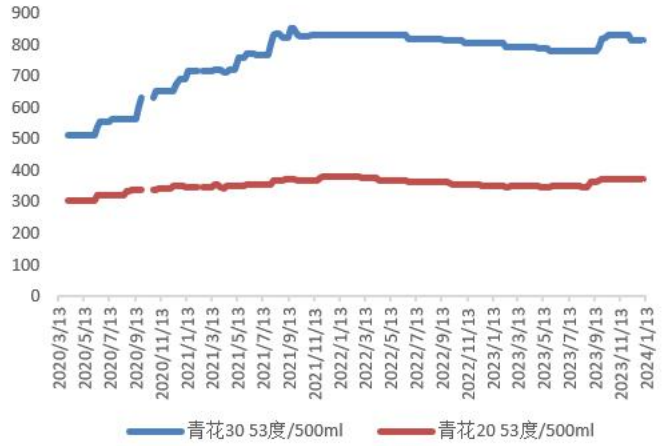
资料来源：酒价参考，华金证券研究所

图 3：普五&国窖 1573 批价走势（元）



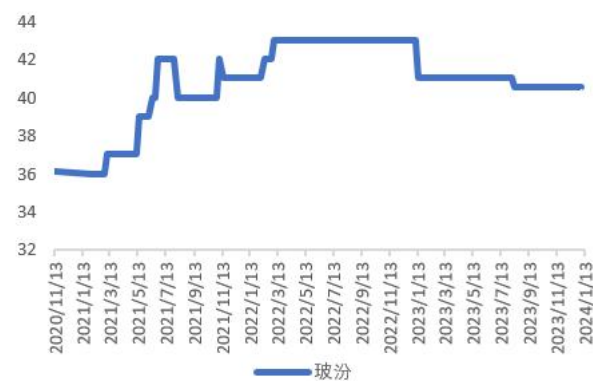
资料来源：今日酒价，华金证券研究所

图 4：汾酒青花系列批发价走势（元）



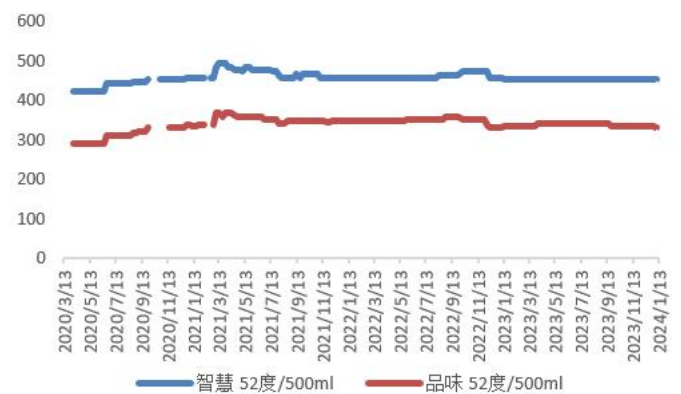
资料来源：今日酒价，华金证券研究所

图 5：玻汾批价走势（元）



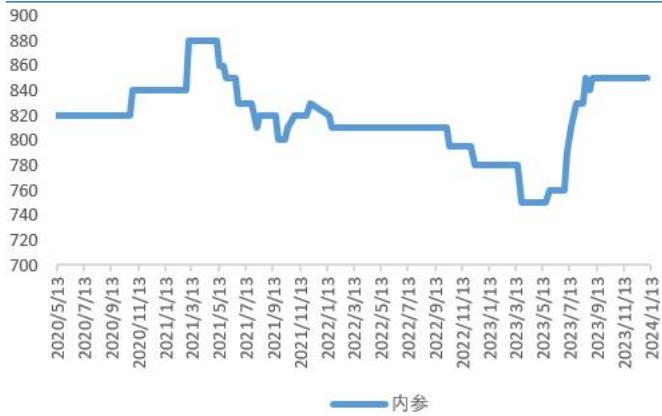
资料来源：今日酒价，华金证券研究所

图 6：舍得酒业主要单品批价走势（元）



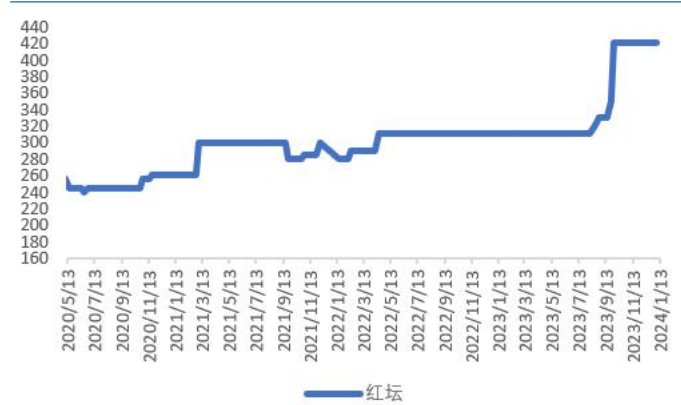
资料来源：今日酒价，华金证券研究所

图 7：酒鬼酒内参批价走势（元）



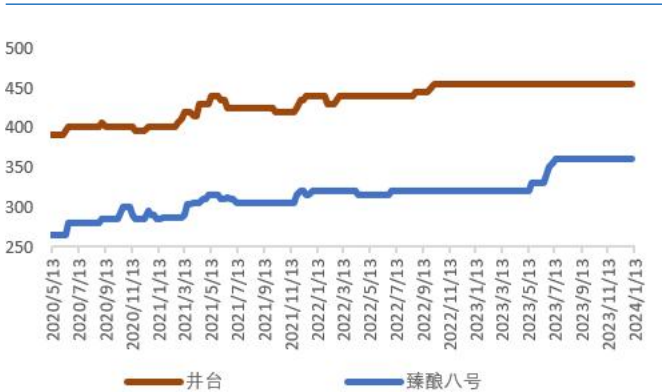
资料来源：今日酒价，华金证券研究所

图 8：酒鬼酒红坛批价走势（元）



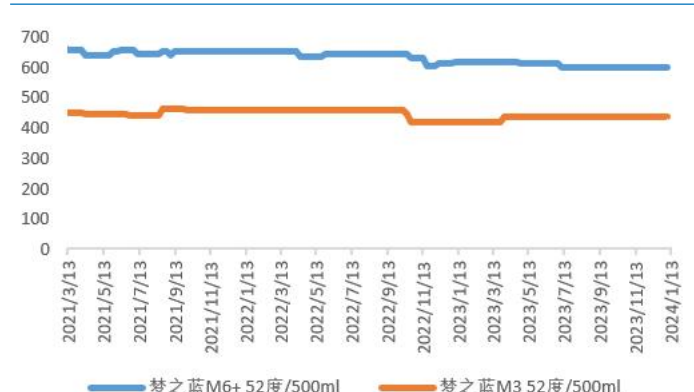
资料来源：今日酒价，华金证券研究所

图 9：水井坊主要单品批价走势（元）



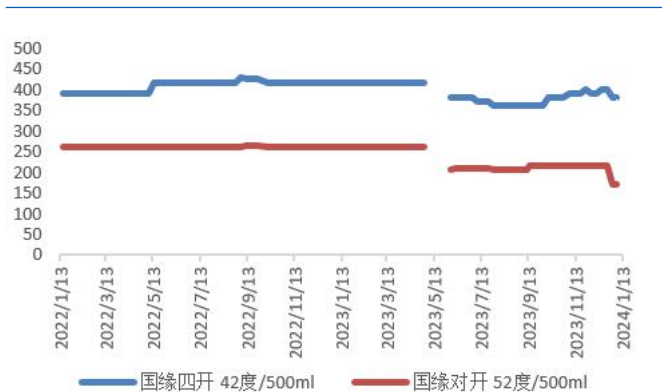
资料来源：今日酒价，华金证券研究所

图 10：洋河梦系列批价走势（元）



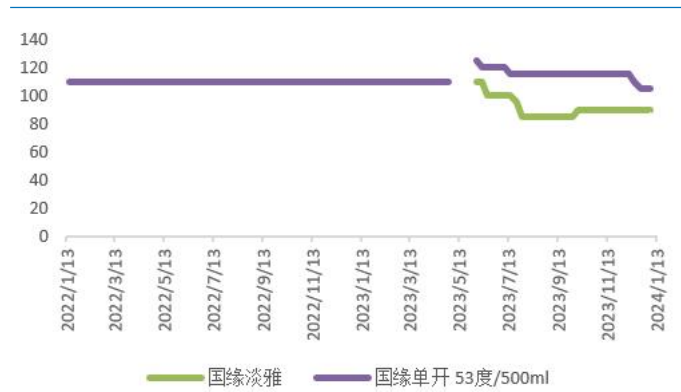
资料来源：今日酒价，华金证券研究所

图 11：今世缘国缘四开&对开批价走势（元）



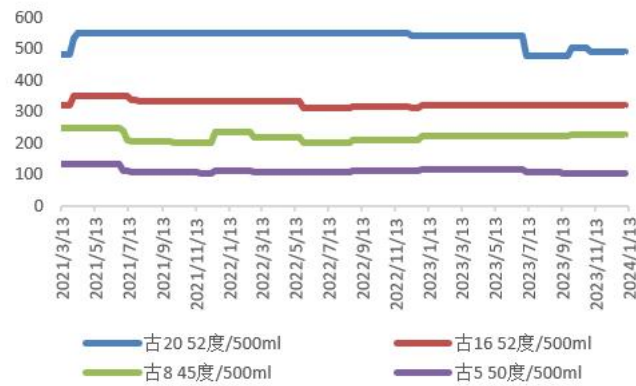
资料来源：今日酒价，华金证券研究所

图 12：今世缘国缘单开&淡雅批价走势（元）



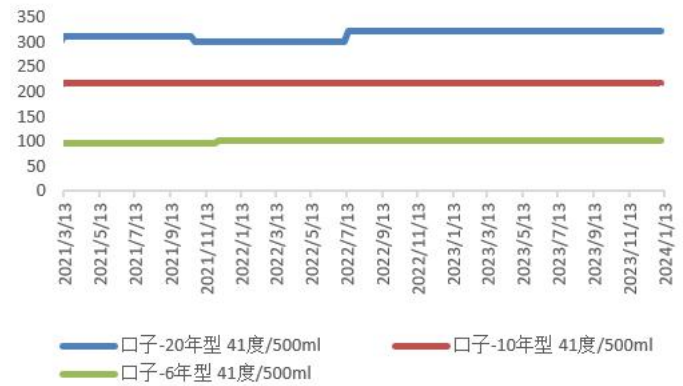
资料来源：今日酒价，华金证券研究所

图 13: 古井贡酒年份原浆系列批价走势 (元)



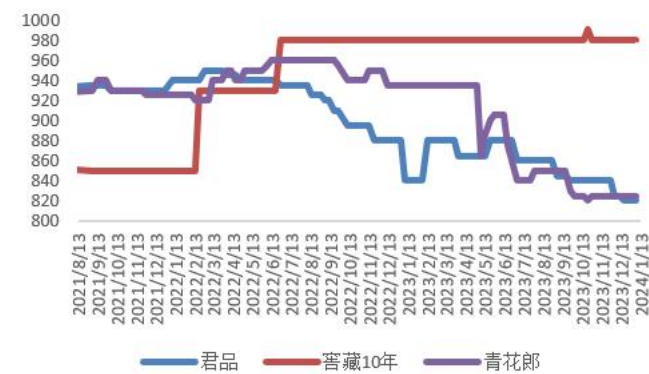
资料来源: 今日酒价, 华金证券研究所

图 14: 口子窖系列批价走势 (元)



资料来源: 今日酒价, 华金证券研究所

图 15: 酱酒主流产品批价走势 (元)



资料来源: 今日酒价, 华金证券研究所

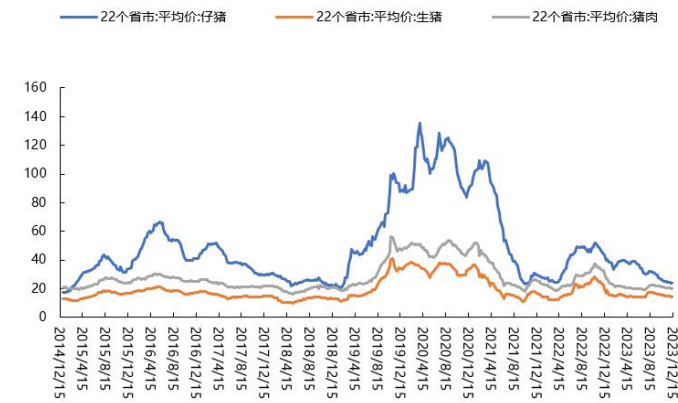
图 16: 酱酒主流产品批价走势 (元)



资料来源: 今日酒价, 华金证券研究所

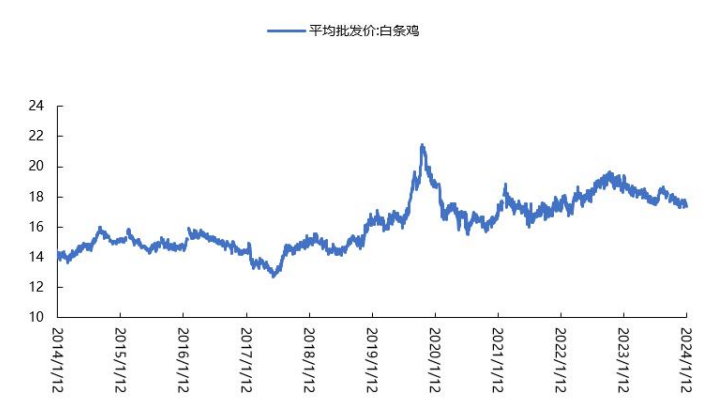
肉制品: 2023年12月15日仔猪、生猪、猪肉的最新价格分别为23.73元/千克、14.51元/千克和19.85元/千克, 同比-45.80%、-28.31%、-35.17%, 其中, 生猪价格环比有所上涨, 环比+0.54元/千克, 仔猪和猪肉价格分别环比下跌0.19元/千克和0.32元/千克。2024年1月12日白条鸡价格为17.36元/公斤, 环比略有下降。

图 17: 全国 22 个省市生猪、仔猪、猪肉均价走势 (单位: 元/kg)



资料来源: wind, 华金证券研究所

图 18: 国内主产区白羽肉平均批发价走势 (单位: 元/kg)

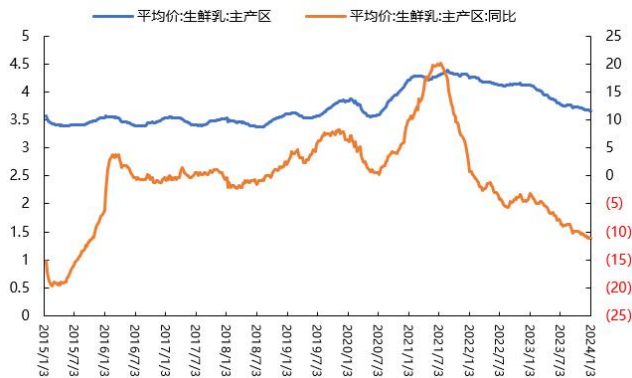


资料来源: wind, 华金证券研究所

乳制品: 国内情况结合2024年1月3日数据来看, 主产区生鲜乳价格3.66元/公斤, 比前一周持平, 同比-11.2%。近两年来国内生鲜乳价格呈现持续下行趋势。国际情况, 2024年1月2日恒

天然全脂奶粉拍卖价格为3290美元/公吨，环比上升2.59%，同比上升2.56%；恒天然全部产品拍卖交易价格指数为1038，环比上升1.27%。

图 19：生鲜乳均价走势及其同比增速（单位：元/公斤）



资料来源：wind，华金证券研究所

图 20：恒天然全部产品拍卖交易价格指数（单位：美元/公吨）



资料来源：GDT，华金证券研究所

调味品：2024年1月12日大豆现货价、美豆到岸价分别为4867.37元/吨、5562.35元/吨，同比-9.71%、-14.01%。2024年1月12日CBOT大豆期货结算价（活跃合约）为1226.25美分/蒲式耳。

图 21：大豆现货价及美豆到港成本变动（单位：元/吨）



资料来源：wind，华金证券研究所

图 22：期货收盘价(活跃合约):CBOT 大豆（单位：美分/蒲式耳）



资料来源：wind，华金证券研究所

五、风险提示

- 1) 食品安全问题。
- 2) 业绩不及预期的风险。
- 3) 居民消费意愿下滑风险。
- 4) 宏观经济增长不及预期的风险。

行业评级体系

收益评级：

领先大市—未来 6 个月的投资收益率领先沪深 300 指数 10%以上；

同步大市—未来 6 个月的投资收益率与沪深 300 指数的变动幅度相差-10%至 10%；

落后大市—未来 6 个月的投资收益率落后沪深 300 指数 10%以上；

风险评级：

A —正常风险，未来 6 个月投资收益率的波动小于等于沪深 300 指数波动；

B —较高风险，未来 6 个月投资收益率的波动大于沪深 300 指数波动；

分析师声明

李鑫鑫声明，本人具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格，勤勉尽责、诚实守信。本人对本报告的内容和观点负责，保证信息来源合法合规、研究方法专业审慎、研究观点独立公正、分析结论具有合理依据，特此声明。

本公司具备证券投资咨询业务资格的说明

华金证券股份有限公司（以下简称“本公司”）经中国证券监督管理委员会核准，取得证券投资咨询业务许可。本公司及其投资咨询人员可以为证券投资人或客户提供证券投资分析、预测或者建议等直接或间接的有偿咨询服务。发布证券研究报告，是证券投资咨询业务的一种基本形式，本公司可以对证券及证券相关产品的价值、市场走势或者相关影响因素进行分析，形成证券估值、投资评级等投资分析意见，制作证券研究报告，并向本公司的客户发布。

免责声明：

本报告仅供华金证券股份有限公司（以下简称“本公司”）的客户使用。本公司不会因为任何机构或个人接收到本报告而视其为本公司的当然客户。

本报告基于已公开的资料或信息撰写，但本公司不保证该等信息及资料的完整性、准确性。本报告所载的信息、资料、建议及推测仅反映本公司于本报告发布当日的判断，本报告中的证券或投资标的价格、价值及投资带来的收入可能会波动。在不同时期，本公司可能撰写并发布与本报告所载资料、建议及推测不一致的报告。本公司不保证本报告所含信息及资料保持在最新状态，本公司将随时补充、更新和修订有关信息及资料，但不保证及时公开发布。同时，本公司有权对本报告所含信息在不发出通知的情形下做出修改，投资者应当自行关注相应的更新或修改。任何有关本报告的摘要或节选都不代表本报告正式完整的观点，一切须以本公司向客户发布的本报告完整版本为准。

在法律许可的情况下，本公司及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或期权并进行证券或期权交易，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，提请客户充分注意。客户不应将本报告为作出其投资决策的惟一参考因素，亦不应认为本报告可以取代客户自身的投资判断与决策。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见均不构成对任何人的投资建议，无论是否已经明示或暗示，本报告不能作为道义的、责任的和法律的依据或者凭证。在任何情况下，本公司亦不对任何人因使用本报告中的任何内容所引致的任何损失负任何责任。

本报告版权仅为本公司所有，未经事先书面许可，任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制、发表、转发、篡改或引用本报告的任何部分。如征得本公司同意进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“华金证券股份有限公司研究所”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节和修改。

华金证券股份有限公司对本声明条款具有惟一修改权和最终解释权。

风险提示：

报告中的内容和意见仅供参考，并不构成对所述证券买卖的出价或询价。投资者对其投资行为负完全责任，我公司及其雇员对使用本报告及其内容所引发的任何直接或间接损失概不负责。

华金证券股份有限公司

办公地址：

上海市浦东新区杨高南路 759 号陆家嘴世纪金融广场 30 层

北京市朝阳区建国路 108 号横琴人寿大厦 17 层

深圳市福田区益田路 6001 号太平金融大厦 10 楼 05 单元

电话：021-20655588

网址：www.huajinsec.cn