

行业投资评级

强于大市|维持

行业基本情况

收盘点位	18579.79
52周最高	25058.66
52周最低	17400.65

行业相对指数表现



资料来源：聚源，中邮证券研究所

研究所

分析师:蔡雪昱  
SAC 登记编号:S1340522070001  
Email:caixueyu@cnpsec.com  
分析师:华夏霖  
SAC 登记编号:S1340522090003  
Email:huaxialin@cnpsec.com  
分析师:杨逸文  
SAC 登记编号:S1340522120002  
Email:yangyiwen@cnpsec.com

近期研究报告

《白酒动销起速，优秀品牌需求韧性  
强》 - 2024.02.05

食品饮料行业报告 (2024.02.05-2024.02.18)

春节动销好于预期，关注节后延续性

● 投资要点

24年春节餐饮、旅游氛围明显向好，居民在旅游餐饮等方面消费力及消费意愿继续回升。1) 旅行方面，相比23年，24年春节假期较长，居民出行意愿进一步增强：据文旅部数据，今年春节假期出游人次和旅游总消费均创历史新高。春节假期8天全国国内出行4.74亿人次，同比+34.3%，超2019年春节假期旅游人次。国内游客出游总消费6326.87亿元，同比+47.3%，按可比口径较2019年同期增长7.7%。2) 餐饮方面，24年线下返乡聚餐等场景进一步修复，多地餐饮消费超过19年同期水平。我们认为在春节消费氛围总体持续回升的大背景下，餐饮板块公司业绩预期相对稳健，同时细分品类不乏亮点。

分板块看：

白酒板块春节动销好于预期，关注节后终端真实库存状态。我们结合节前各地走访以及节后与各地经销商交流反馈，总体表现上，今年春节期间头部品牌白酒开门红基本顺利达成，动销表现略超此前预期，节前反馈相对悲观的销售情况在除夕前几天得到快速扭转。从节奏看，今年白酒动销呈现前低后高的趋势，终端销售节奏更为聚焦，节前一周快速起势。分价格带对应的表现和库存看，300元以下价带的产品动销良好，预计库存较去年更为良性，500元及以上次高端价位带受需求偏弱影响，库存仍然相对偏高；千元及以上高端酒仍然稳健。

根据节后白酒动销情况，高端茅五泸符合我们节前判断，动销稳健、韧性强，批价整体平稳。次高端中汾酒各市场区域反馈均不错，部分市场复兴版的表现有小惊喜，批价平稳、同比回升，节后库存良性。地产酒中迎驾核心市场动销超预期、古井省内仍然强劲。我们认为节前资本市场对于白酒需求端的悲观预期有所修复。在今年整体相对偏弱的市场氛围下，头部品牌白酒动销略超预期，展现了品牌白酒需求的韧性，以及行业竞争格局清晰、各品牌竞争壁垒建立后、集中度继续向名优白酒集中、向各价格带的头部白酒集中的趋势加强。同时消费者认可度高，核心产品符合当下需求趋势的品牌最终展现需求强韧性，未来出现市场担忧的业绩向下风险的可能性较小。

客观展望后市，今年春节后的回补需求（婚宴/企业年会等）预计普遍弱于去年同期，我们认为后续仍需观察春节后的终端真实库存情况，以判断淡季市场状态、以及酒企后续的节奏和布局。上述行业内运行规律及趋势加强的背景下，强品牌、强产品势能、强团队+管理等竞争要素中，占据较多维度的公司应对上更从容。我们建议积

极关注五粮液、泸州老窖、山西汾酒、迎驾贡酒、古井贡酒、今世缘。

**大众品板块中，契合理性消费趋势的百元左右节日礼盒整体需求旺盛。**整体看，今年春节中长途旅行火热，返乡人群进一步增长，出行链高景气度带动采买礼赠需求；回乡探亲及亲友团聚增加了送礼和家庭消费需求。功能饮料中，东鹏礼盒装产品拉动春节动销能力较强。休闲食品赛道里量贩系统在今年春节年货节表现十分亮眼，同时也带动了中上游制造商动销提速。

### ● 02月05日-02月18日行情回顾

本周食饮板块整体表现平稳，申万食品饮料行业指数（801120.SL）本周区间涨跌幅为+6.59%，在申万一级行业中位列第8，较沪深300指数高0.67%，当前行业动态PE为25.59，处于历史低位。

本周食饮行业的子板块整体表现良好，板块增幅最高的分别为保健品（+10.18%）、调味发酵品（+8.84%）、零食（+7.26%）。

从个股角度看，食饮板块本周71只个股收涨，49只个股收跌，涨幅前5分别为天味食品（+16.12%）、涪陵榨菜（+15.87%）、洽洽食品（+14.25%）、金达威（+14.23%）、安琪酵母（+13.67%）；跌幅前五分别为西部牧业（-28.03%）、品渥食品（-26.40%）、庄园牧场（-22.78%）、惠发食品（-21.88%）、麦趣尔（-21.84%）。

### ● 风险提示：

食品安全的风险；行业竞争加剧的风险；需求复苏不及预期的风险；成本波动的风险。

## 目录

1 周度观察&观点.....	5
1.1 白酒板块春节跟踪：春节动销好于预期，关注节后终端真实库存状态.....	5
1.2 大众品春节跟踪：受益返乡人群增长，礼盒产品表现亮眼.....	11
2 食品饮料行业本周表现.....	12
3 本周公司重点公告.....	14
4 本周行业重要新闻.....	16
5 食饮行业周度产业链数据追踪.....	17
6 风险提示.....	22

## 图表目录

图表 1: 申万行业周涨幅对比.....	13
图表 2: 申万食品饮料行业子板块周涨跌幅.....	13
图表 3: 食品饮料行业公司周涨幅前十个股.....	13
图表 4: 申万食品饮料指数过去一年 PE-Band.....	13
图表 5: 20240205-20240218 食品饮料行业公司重点公告.....	14
图表 6: 20240205-20240218 白酒、大众品相关新闻.....	16
图表 7: 20240205-20240218 食品饮料行业产业链相关数据跟踪.....	17
图表 8: 社消零售总额.....	18
图表 9: 商品零售额: 粮油、食品类.....	18
图表 10: 商品零售额: 饮料.....	18
图表 11: 商品零售额: 烟酒.....	18
图表 12: 飞天茅台价格 (原箱).....	19
图表 13: 飞天茅台价格 (散瓶).....	19
图表 14: 五粮液普 5 价格.....	19
图表 15: 猪肉价格 (仔猪、猪肉、生猪).....	19
图表 16: 进口猪肉数量.....	19
图表 17: 生猪屠宰数量.....	19
图表 18: 白条鸡价格.....	20
图表 19: 生鲜乳价格.....	20
图表 20: 进口奶粉数量.....	20
图表 21: GDT 乳制品拍卖价格.....	20
图表 22: 瓦楞纸价格.....	20
图表 23: 铝锭价格.....	20
图表 24: 浮法玻璃价格.....	21
图表 25: PET 价格.....	21
图表 26: 小麦价格.....	21
图表 27: 玉米价格.....	21
图表 28: 大豆价格.....	21
图表 29: 稻米价格.....	21
图表 30: 棕榈油价格.....	22
图表 31: 白砂糖价格.....	22
图表 32: 面粉价格.....	22
图表 33: 毛鸭价格.....	22

## 1 周度观察&观点

**24 年春节餐饮、旅游氛围明显向好，居民在旅游餐饮等方面消费力及消费意愿继续回升。**

1) 旅行方面，相比 23 年，24 年春节假期较长，居民出行意愿进一步增强：据文旅部数据，今年春节假期出游人次和旅游总消费均创历史新高。春节假期 8 天全国国内出行 4.74 亿人次，同比+34.3%，超 2019 年春节假期旅游人次。国内游客出游总消费 6326.87 亿元，同比+47.3%，按可比口径较 2019 年同期增长 7.7%。

2) 餐饮方面，24 年线下返乡聚餐等场景进一步修复，多地餐饮消费超过 19 年同期水平：据各地省商务厅监测统计，春节期间河北重点监测的 184 家零售和餐饮企业实现商品销售额和营业收入约 20.4 亿元，较 23/19 年同期增长 11.5%/21.8%；云南餐饮业营业额较 23/19 年同期增长 24.8%/23.6%；陕西全省监测样本企业可比餐饮收入 1.5 亿元，同比增长 15.7%。其中，外卖较 23/19 年同期增长 5%/41.3%；堂食较 23/19 年同期增长 16.7%/20.6%；四川商务厅监测的 138 家餐饮企业节日期间实现共营业额 13.3 亿元，较 23/19 年同期增长 23.5%/64.3%。

我们认为在春节消费氛围总体持续回升的大背景下，餐饮板块公司业绩预期相对稳健，同时细分品类不乏亮点。

### 1.1 白酒板块春节跟踪：春节动销好于预期，关注节后终端真实库存状态

我们结合节前各地走访以及节后与各地经销商交流反馈，总体表现上，今年春节期间头部品牌白酒开门红基本顺利达成，动销表现略超此前预期，节前反馈相对悲观的销售情况在除夕前几天得到快速扭转。从节奏看，今年白酒动销呈现前低后高的趋势，终端销售节奏更为聚焦，节前一周快速起势。分价格带对应的表现和库存看，300 元以下价位带的产品动销良好，预计库存相较去年更为良性，500 元及以上次高端价位带受需求偏弱影响，库存仍然相对偏高；千元及以上高端酒仍然稳健。

根据节后白酒动销情况，高端茅五泸符合我们节前判断，动销稳健、韧性强，批价整体平稳。次高端中汾酒各市场区域反馈均不错，部分市场复兴版的表现有小惊喜，批价平稳、同比回升，节后库存良性。地产酒中迎驾核心市场动销超预期、古井省内仍然强劲。我们认为节前资本市场对于白酒需求端的悲观预期有所修复。在今年整体相对偏弱的市场氛围下，头部品牌白酒动销略超预期，展现了品牌白酒需求的韧性，以及行业竞争格局清晰、各品牌竞争壁垒建立后、集中度继续向名优白酒集中、向各价格带的头部白酒集中的趋势加强。同时消费者认可度高，核心产品符合当下需求趋势的品牌最终展现需求强韧性，未来出现市场担忧的业绩向下风险的可能性较小。

客观展望后市，今年春节后的回补需求（婚宴/企业年会等）预计普遍弱于去年同期，我们认为后续仍需观察春节后的终端真实库存情况，以判断淡季市场状态、以及酒企后续的节奏和布局。上述行业内在运行规律及趋势加强的背景下，强品牌、强产品势能、强团队+管理等竞争要素中，占据较多维度的公司应对上更从容。我们建议积极关注五粮液、泸州老窖、山西汾酒、迎驾贡酒、古井贡酒、今世缘。

细分品牌和部分渠道的动销表现如下：

➤ **贵州茅台（山东渠道）：飞天进度平稳，非标酱香系列量增显著**

我们预计 Q1 任务进度 35%，当前回款进度 24%。从发货量看，生肖过半，飞天同比持平，茅台十五年、茅台精品同比增长 30%-40%。预计库存中飞天没有库存，15 年、精品不到 10%。从批价看，飞天散/整分别为 2720/2980 元整体较平稳；15 年在 5700 元左右同比降约 180 元、精品在 3280 元左右同比降 100 元，库存同比有增加。

➤ **五粮液（山东渠道）：动销双位数增长，批价稳**

总体看，我们预计八代合同量较 23 年下调 20%，节前回款进度在 60%左右（同口径下为去年的 48%）、发货进度在 30%左右、动销预计增长 10%+。从库存看，当前八代基本无货（没发的货等着涨价）。从批价看，八代在 920 元左右较平稳，零售价在 950 元，目前看涨价 50 元预计短期对批价无影响，渠

道心理预期今年中秋后能涨 20 元到 940 元。39 度五粮液宴席增长快于国窖低度，但体量小（主要原因：低度五粮液主做宴席、宴席消费场景升级、选择五粮液更有面子等。而国窖低度主做商务招待、宴席占比不高）。

➤ **泸州老窖（山东渠道）：国窖低度区动销较好，库存同环比均下降**

看国窖，我们预计任务目标增长 14%，当前回款进度在 30%左右（从销售结构看当地高/低度分别占比 20%/80%，高低度进度相当），动销预计增长 22%左右。预计库存中，目前占比为全年的 16%左右（折合不到 2 个月），同比降低 20%+，环比同比均下降（环比：去年 12 月前库存高达 41%）。从批价看，当前高度 870 元/低度 620 元（去年 12 月调整回款费用结算方式后，批价稳住下降势头），预计当前渠道毛利 20 元+/瓶好于 12 月前。看特曲：我们预计任务目标增长 18%左右，回款进度在 30%，库存 35%左右、处于正常水平。看头曲，我们预计今年表现较好，增长在 80%左右，主要为 23 年推出的扫码再来一瓶的活动中奖率较高、远超竞品。

➤ **山西汾酒（山东渠道）：动销较好、青 30 起速**

我们预计 2024 年青花系列及其他产品任务总目标增长在 45%左右（不含玻汾，玻汾为单独签合同，任务量预计增长 60%，下面表述均剔除玻汾）。从回款进度看，预计进度 27%，发货进度 100%，动销同增 20%多，其中青 20 增速在 35%左右、青 30 动销预计增长 70%（认可度提升、不同香型选择对比下的尝鲜）。从库存看，预计当前库存占全年的 30%左右，且开瓶率和动销率仅次于剑南春，整体表现好于预期。从价格看，青花 20 高度在 345 元，低度 335 元，相较于 23 年初下降 20 元，青花 30 批价在 810-820，批价有回升。从 2023 年的产品结构看，当地青花 20/青 30/玻汾/其他占比约为 32%/17%/36%/15%。当前费用上，有 30 元的瓶盖+渠道的费用（品鉴会、陈列费），费用整体占比约 25%，跟同期基本保持一致，主销区人员支持的比例更大、主销区销售规模更大、年终奖励更大。

➤ **其他浓香品牌（山东渠道）：剑南春表现最好**

剑南春预计任务量目标增长 20%，回款进度 25%，发货进度 100%。从动销看，预计同比增长 30%，库存占全年任务的 28%。从批价看，当前高度 410 元，

低度 360 元，预计 3 月 1 日后出厂涨价 20 元/瓶。水井坊预计库存较高在 45%，动销增长在 15%左右。舍得主要为团购，体量较小，预计任务量同增 25%，当前库存不多，在 25%左右，动销微增。

➤ **其他酱酒品牌（山东渠道）：珍酒经销体系扩容，国台提价加速出清库存**

珍酒预计任务增长 30-40%，回款进度 30%，库存在 37%左右。且品牌战略有变化，今年在全国主销区成立直营公司，直营公司、所有体验馆、团购经销商都可以卖珍 30、珍 15 和老珍酒（原来是只能卖高端），预计 2024 年经销体系扩容，短期增加经销商数量，但长期预计会影响珍酒的价格和动销。从批价看，珍 30 从年初的 810-820 元降到现在的 760 元，珍 15 从年初的 345 元降到 325 元。国台节前库存整体在 45%，国台龙酒和国台 15 年库存在 60%以上，但节前 10 天厂家突然宣布涨价降费，后批价上行、节前十天将库存基本售空。

➤ **华中汾酒：动销可观、库存降低、批价上涨**

任务目标看，今年预计增长 37%左右，当前打款进度节前预计完成进度在 42%左右。从春节动销和节后库存看：经销商出货口径预计同增 30%左右，当前处于经销商下游客户的节后补货期，预计到元宵、动销增速或可达 35%-40%。当前下游客户动销口径预计（去向团购商或者消费者）增速在 60%-70%。库存预计目前的绝对金额和去年正月十五相当、考虑到当前到元宵节的动销，库存到元宵预估绝对金额同比减少。

分产品结构表现：预计青 20 占 6 成、青 30 占 1 成，青 20 动销预计同比+40%，青 30 增速更高、今年目标翻倍以上。

春节批价看：青 30 在 850-880 元、较去年上涨 100 元，终端成交价 950-980 元。青 20 在 370-385 元，较去年的 340 元有回升、稳步批价上涨。

市场动作上：2023 年 Q2 至今厂家启用返整套包装的政策支持，青 30 及青 20 投入力度较大，惠及终端与消费者，终端毛利可观、信任度提升、参与度提升、活动效果显现。预计活动支持到端午。



➤ **古井贡酒省内：动销表现强势，库存整体良性、好于同期**

从打款进度看看：当前省内优势市场反馈节前预计打款基本到 50%（部分到 60%），叠加元宵的 5%，到 3 月中旬开门红整体有望做到 55%。

从春节动销&库存看：经销商出货口径预计同比增长不低于 30%，和 2023 年的高增长相比增速有所放缓。终端往消费者的动销口径看，估计增速在 20% 以内。分产品看，古 5、古 8 增长较好，郊区献礼不错预计有 15-20% 增长/市区萎缩，古 16 一般、古 20 增长不多。节后古 20 需求边际增多、与假期结束开工后的商务场景有关。节前备货充分，节后终端补库存动作晚于去年几天，估计节后终端库存较同期略高。经销商库存为近几年较良性水平，目前预计 1 个半月，同比好很多，若加上元宵前将回款 5 个点、库存预计将在 2 个月左右。古 20 等次高以上产品库存偏高可能到全年的 30-40%。

春节批价&费用：古 8 及以下批价受渠道费用增加影响小幅下降，古 16 稳定、古 20 批价下滑。从市场动作看，春节期间有红包翻倍活动，红包外今年渠道整体费用上升主要聚焦献礼、古 5、古 8 应对迎驾冲击。春节后给终端的费用会慢慢拿掉（宣传费用、预收款的 1-2 个点优惠、客勤等政策节后都会慢慢恢复正常）。

➤ **迎驾贡酒省内：核心市场动销超预期**

从打款进度看：迎驾省内核心市场开门红目标在 50% 左右，核心市场 2 月 1 号预计进度 40%，剩余的 10% 在 2 月 3 号前完成，开门红目标预计顺利达成，发货基本完成。经销商向终端出货预计为开门红目标的 80%，剩余库存对应年度任务的 10%、主要为洞 20 等高端酒。

春节动销增速&全年目标：经销商动销口径，预计洞 6+35%；洞 9+41-42%；洞 16+48-49%，去年同期+50%；洞 20+35%，去年同期+45%。回款口径同比看，洞 6、洞 9 增速和去年相似，预计同比+36-37%。全年目标上，预计要求洞藏系列增长不低于 35%。

从库存水平看：200 元以下产品预计在 1-1.5 个月，300 元左右在 1.5-2 个月，300 元以上的洞 20 等库存偏高在 2 个半月以上。

春节动销节奏上：今年节奏相较于往年偏慢，2月1日前向终端出货进度预计为开门红任务的30%（去年同期向终端下货进度是节前任务的一半），节前一周起势强劲、进入动销高峰，叠加当地除夕、年初一烟酒店继续保持营业（往年歇业），节后补库存需求不错。

春节批价：洞6、洞9受渠道费用带动批价小幅下行，洞16批价平稳、洞20有回落且节后回升难度较大。从市场动作看，各徽酒品牌在春节期间（2月29号截止）均上调扫码红包力度（提升基础必中红包额度、大额红包概率等），洞藏主要加大洞9、洞16渠道费用。

➤ **今世缘省内：回款进度有保障，动销稳健，关注后续终端点位扩容**

从打款进度看：部分传统市场渠道反馈，预计目前回款进度35%左右，预计3月中旬完成开门红38%+任务。公司今年为了应对高档香烟12月降价对终端烟酒店资金占用，整体开门红进度节奏偏慢，元旦前后进度预计在12%左右，春节前完成35%，预计3月能完成40%。

全年目标上：1) 预计对开、四开定的20%以上增长，库存压力会相对较高；2) 柔雅淡雅定在30%以上增长，需要进一步扩大终端盘子；3) V系30%以上增长。其他产品增长缓慢或负增长。

从春节动销&库存看：预计经销商下货总体增速在16~17%，比回款口径增速略低一些。近几年公司从传统优势团购渠道，进而大规模进入流通渠道，相应会采取一些策略，意在挤压其他竞品对终端的资金占用。过完元宵如果库存流通2个月+，团购1.5个月就比较良性，目前估计高于这个水平。

分产品终端销量增速看：1) 柔雅淡雅终端消费预计比去年增长6~7%，流通网点持续增加带来扩容；2) 主力产品（对开、四开）主要用于团购渠道的商务招待、送礼、年会用酒，库存最大，终端略有增长预计在+2~3%，在家宴和送礼上表现要好一点；3) V系延续23年政策，表现不错预计+20%以上。

市场动作看，以终端拉动消费为主：1) 加大双向红包补贴力度；2) 团购领袖补贴力度加大；3) 流通渠道做国缘和柔雅淡雅的捆绑销售。

## 1.2 大众品春节跟踪：受益返乡人群增长，礼盒产品表现亮眼

大众品板块中，契合理性消费趋势的百元左右节日礼盒整体需求旺盛。整体看，今年春节中长途旅行火热，返乡人群进一步增长，出行链高景气度带动采买礼赠需求；回乡探亲及亲友团聚增加了送礼和家庭消费需求。功能饮料中，东鹏礼盒装产品拉动春节动销能力较强。休闲食品赛道里量贩系统在今年春节年货节表现十分亮眼，同时也带动了中上游制造商动销提速。

### ➤ 东鹏饮料：动销较好，库存同降，礼盒额外助力，开门红稳扎稳打

销售进度上：我们预计公司业务年度 Q1（12月~2月）的开门红达成能较好实现此前目标。春节动销&库存：渠道反馈春节期间动销情况不错，估计250ml金瓶礼盒额外拉动春节动销+10%。当前总体库存预计在1个月左右，同比下降，库存整体较低。500ml金瓶库存大概1月+，金罐库存60-70天左右，250ml金瓶较低在20天左右，非能量饮料类产品库存在50天左右。

新品重点：预计公司2024年重点主推乌龙茶、补水以及1.2L的茉莉蜜，鸡尾酒和椰子汁等后续具体规划。市场动作上，预计3月起重点推进补水、乌龙茶扩大校园渠道网点覆盖率工作；椰子汁参考此前新品思路，预计先覆盖两广网点；鸡尾酒可能独立招商；冰冻化陈列继续推进。费用端，整体稳定，结构上更侧重至市场投放，冷冻费、广宣费用、新品消费者培育以及试饮工作是投放重点。

### ➤ 零食折扣渠道：受益于春节旺季催化，休闲食品需求显著提升

近期我们跟踪头部品牌零食很忙，反馈情况如下：

近期动销看：春节前后零食很忙整体同比实现高速增长，其中成熟地区同店表现增速接近双位数，实现良性发展，另外线下客流也有稳步提升。零食系统竞争愈发激烈，后续为进一步实现品牌扩张，零食很忙系统多策并举：

1) 定期促销活动：春节期间以门店形式推出代金券直播活动，费用由公司补贴、推出会员积分兑礼盒活动回馈老客户；2) 与加盟商风险共担：取消加盟费用、开新店给予现金补贴保证加盟商积极性、补贴加盟商在进行区域竞争时进行的必要的折扣活动；3) 积极开店，今年继续保持高速开店模式：

24 年底目标万店规模，整合优势资源开店，将高线城市黄金点位给赵一鸣的大店、下沉市场点位给很忙的小店；4) 进一步优化 SKU 结构：未来将进一步降低国际引流品占比、重点发力散称产品及与肩腰部品牌的联合特供业务、专注零食品类经营。

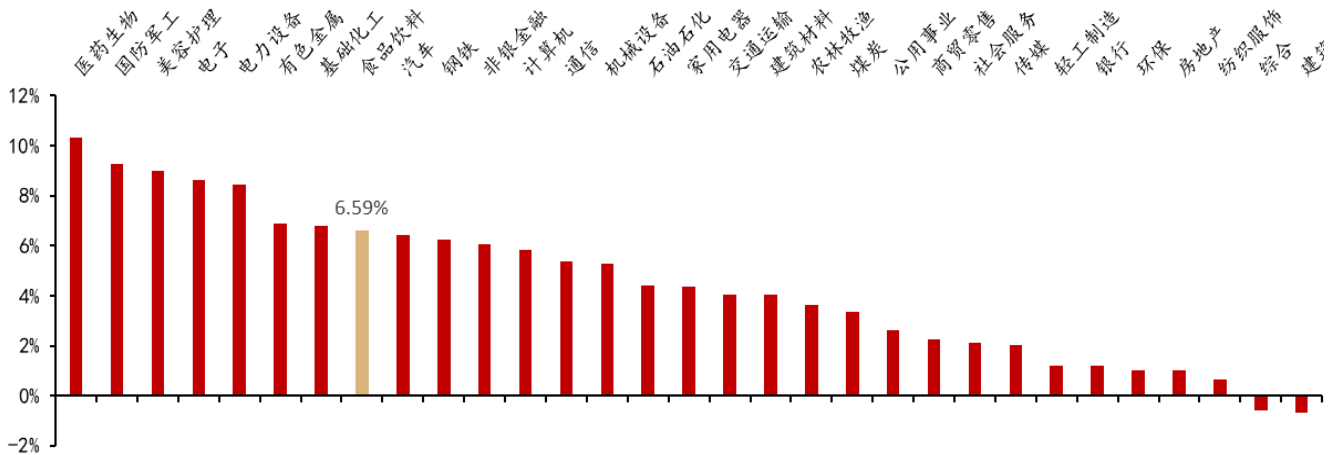
综合看来，今年零食量贩企业仍处于快速扩张过程中，品牌通过总部补贴等方式、不追求短期利润、与加盟商共担风险，促进品牌良性发展。今年两大派系想互相渗入对方成熟地区，行业面临价格战、但也是印证了量贩赛道获得了消费者的认可、发展更加长远。我们认为中游零食制造商可持续享受行业红利，因此持续推荐盐津铺子、劲仔食品。

## 2 食品饮料行业本周表现

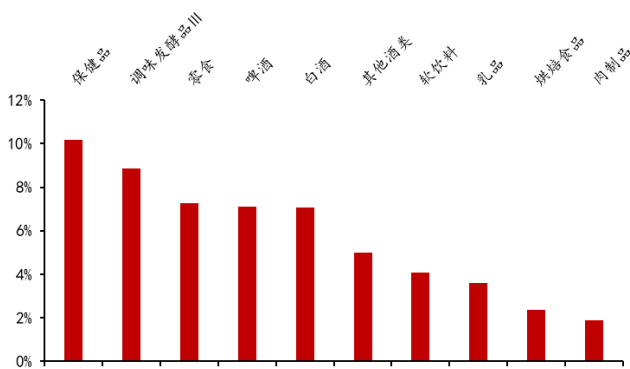
本周食饮板块整体表现平稳，申万食品饮料行业指数（801120.SL）本周区间涨跌幅为+6.59%，在申万一级行业中位列第 8，较沪深 300 指数高 0.67%，当前行业动态 PE 为 25.59，处于历史低位。

本周食饮行业的子板块整体表现良好，板块增幅最高的分别为保健品（+10.18%）、调味发酵品（+8.84%）、零食（+7.26%）。

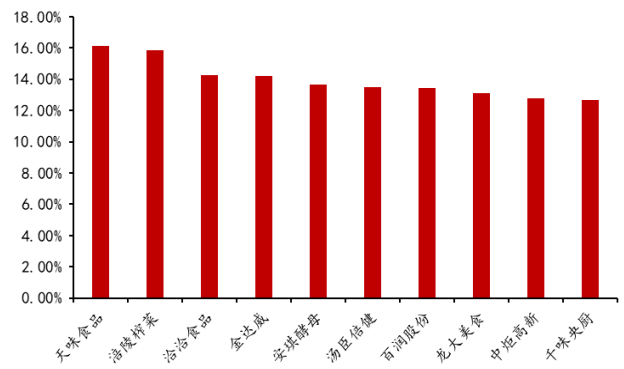
从个股角度看，食饮板块本周 71 只个股收涨，49 只个股收跌，涨幅前 5 分别为天味食品（+16.12%）、涪陵榨菜（+15.87%）、洽洽食品（+14.25%）、金达威（+14.23%）、安琪酵母（+13.67%）；跌幅前五分别为西部牧业（-28.03%）、品渥食品（-26.40%）、庄园牧场（-22.78%）、惠发食品（-21.88%）、麦趣尔（-21.84%）。

**图表1：申万行业周涨幅对比**


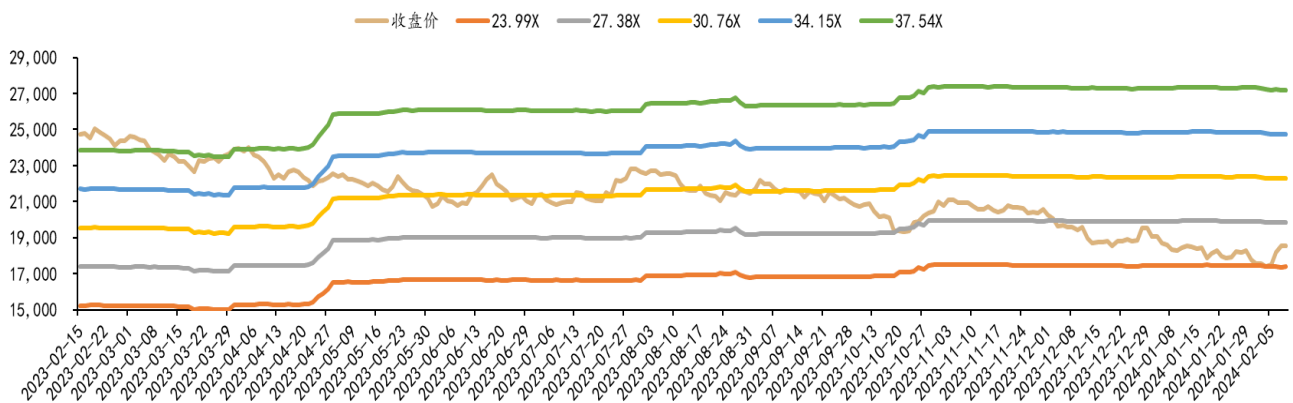
资料来源：iFinD，中邮证券研究所

**图表2：申万食品饮料行业子板块周涨跌幅**


资料来源：iFinD，中邮证券研究所

**图表3：食品饮料行业公司周涨幅前十个股**


资料来源：iFinD，中邮证券研究所

**图表4：申万食品饮料指数过去一年 PE-Band**


资料来源：iFinD，中邮证券研究所

### 3 本周公司重点公告

图表5: 20240205-20240218 食品饮料行业公司重点公告

公司	公告
<b>白酒</b>	
山西汾酒	因到龄退休原因,高明先生辞任公司董事、总会计师、战略委员会委员、审计委员会委员职务,辞任后不再担任公司任何职务。因工作调整原因,王涛先生不再担任公司董事会秘书职务,另有任用。公司聘任李沛洁先生为公司副总经理,不再担任公司总经理助理职务;聘任王怀先生为公司副总经理、总会计师;聘任张永踊先生为公司副总经理,不再担任公司总经理助理职务;聘任宋亚鹏先生为公司总经理助理,并辞任公司监事职务;聘任许志峰先生为公司董事会秘书。
舍得酒业	鉴于公司 2022 年限制性股票激励对象唐果、付伟已离职,公司决定于 2024 年 2 月 8 日对上述 2 名原激励对象持有的 9000 股限制性股票予以回购注销。 为实施员工持股计划或股权激励,公司拟以 1-2 亿元回购公司 A 股股份,回购价格不超过 131 元/股。预计回购股份数量约为 763,359 股-1,526,718 股,占公司目前总股本的 0.23%-0.46%。 截止 2024 年 2 月 8 日,公司回购公司股份 266,011 股,占公司目前总股本的 0.08%,回购成交的最高价为 76.12 元/股,最低价为 74.41 元/股,支付的资金总额为人民币 1999.63 万元。
水井坊	为践行“以投资者为本”的上市公司发展理念,公司董事长范祥福先生提议公司以自有资金以集中竞价交易方式回购公司已发行的人民币普通股(A股)股票。回购股份的资金总额不低于人民币 0.75 亿元,不超过人民币 1.5 亿元。
顺鑫农业	公司控股股东顺鑫控股于 2024 年 2 月 2 日至 2 月 5 日以集中竞价交易方式增持公司股份 568.34 万股,增持金额 0.90 亿元,占公司总股本的 0.7662%。顺鑫控股计划自 2024 年 2 月 2 日起 6 个月内,通过深圳证券交易所交易系统增持公司股份,增持金额不低于人民币 1 亿元,不超过人民币 2 亿元,本次增持不设定价格区间。
<b>大众品</b>	
李子园	公司发布 2024 年员工持股计划方案。本员工持股计划的首次受让部分的参与人数为不超过 379 人,其中董事(不含独立董事)、监事、高级管理人员不超过 10 人。拟募集资金总额不超过 6375.00 万元。解锁期分两期,分别解锁 60%/40%,考核目标为 24/25 年营收增速同比不低于 18%/18%。预计 24/25/26 年摊销费用为 1160.31/522.14/58.02 万元。
珠江啤酒	截至 2024 年 2 月 5 日,公司股东广州产投本次减持计划期限届满。在本次减持计划实施期间,广州产投未通过任何方式减持公司股份。
金达威	公司控股孙公司上海金葱为开展跨境电商业务,在香港申请设立全资子公司。近日,上海金葱在香港公司注册处完成了注册手续。本次事项不构成关联交易。 张水陆先生因个人原因辞去公司副总经理职务,辞职后将担任公司子公司的相关职务。
味知香	公司实控人夏靖先生拟以自有资金通过以集中竞价交易方式增持公司股份,增持金额不低于人民币 1200 万元,不超过人民币 2400 万元。本次增持计划的将在自 2024 年 2 月 6 日起的 6 个月内完成。同时,公司将积极采取措施,落实“提质增效重回报”的行动方案。
青岛食品	公司公布收购华琨生物 34%股权进展。2024 年 1 月 23 日,公司通过青交所以公开竞拍的方式成功完成摘牌,确定公司为华琨生物 34%股权的受让方,成交价格为 1304.91 万元。2024 年 2 月 5 日,青交所向公司出具《产权交易凭证》。
海南椰岛	公司对本公司及下属公司近 12 个月内未披露的累计涉及诉讼事项进行了统计,诉讼金额合计 3699.22 万元。
欢乐家	为维护公司价值及股东权益,公司拟进行股份回购,回购价不超过 18 元/股,回购金额为 1.50-2.25 亿元,回购股数为 833.33-1250 万股,占当前公司总股本的 1.86%-2.79%。

	2024年2月8日,公司回购股份1,650,200股,占公司目前总股本的0.3688%,首次回购股份的最高成交价为12.55元/股,最低成交价为11.46元/股,根据成交报表,成交总金额为20,241,207.65元。
贝因美	截至2024年2月5日,公司通过股份回购专用证券账户以集中竞价交易方式累计回购公司股份1138万股,占公司总股本的1.05%,最高成交价为3.90元/股,最低成交价为2.99元/股,成交总金额为3998.37万元。
张裕A	基于对公司未来发展的信心,公司结合自身财务状况和经营状况,拟以自有资金回购公司发行的境内上市外资股(B股)予以注销并相应减少公司注册资本。本次拟回购股份数量不低于1000万股,不高于2000万股;拟回购股份资金规模不超过人民币2亿元。
好想你	为实施员工持股计划或股权激励,公司拟以0.5-1亿元回购公司A股股份,回购价格不超过7元/股。预计可回购股份数量为714.2857万股-1428.5714万股,约占公司目前总股本的1.58%-3.15%。截至2024年2月7日,公司回购公司股份696.02万股,回购股份数占公司目前总股本的1.54%,最高成交价为5.38元/股,最低成交价为4.92元/股,回购总金额为3635.4万元。
绝味食品	截至2024年1月31日,公司已完成股份回购,公司通过集中竞价交易方式累计回购公司股份1131.35万股,占公司总股本的比例为1.7923%,回购成交最高价为38.05元/股,最低价为20.01元/股,回购均价为26.52元/股,交易总金额为3亿元(不含交易费用)。
涪陵榨菜	为确保相关工作的连续性,公司董事会、监事会的换届选举工作将延期举行,公司第五届董事会各专门委员会、高级管理人员的任期亦相应顺延。
得利斯	公司近日收到公司控股股东同路人投资通知。同路人投资将其持有的本公司股份400万股补充质押给中泰证券股份有限公司,占同路人投资所持股份的2.58%,占公司总股本的0.63%。
香飘飘	为维护全体股东利益,公司部分董事、高级管理人员拟自本公告披露之日起6个月内,增持公司股份。本次增持合计总金额不低于人民币2000万元且不超过人民币3000万元。本次增持不设置固定价格、价格区间。
朱老六	公司发布2023年业绩预告。报告期内,公司实现营业收入预计为2.41亿元,同比下降20.81%;归母净利润预计2,260.03万元,同比下降64.71%;扣非净利润预计1953.46万元,同比下降60.59%。单Q4预计实现营业收入0.55亿元,同比下降34.52%;预计归母净利润亏损371.39万元,同比下降126.95%;预计扣非净利润亏损386.25万元,同比下降148.71%。
重庆啤酒	公司发布23年业绩快报。公司2023年取得营业总收入148.15亿元,同比+5.53%(单Q4实现17.86亿元,同比-3.77%);取得归母净利润13.37亿元,同比+5.78%(单Q4实现-0.07亿元,同比-108.64%);取得扣非净利润13.14亿元,同比+6.45%(单Q4实现-0.13亿元,同比-117.81%)。
华统股份	2024年1月份,公司生猪销售数量235878头(其中仔猪销售22391头),环比+2.30%,同比+45.84%;公司生猪销售收入3.57亿元,环比-4.55%,同比+33.91%;商品猪销售均价13.81元/公斤,环比+0.07%。
光明乳业	刘瑞兵先生因个人原因,申请辞去公司财务总监职务。
洽洽食品	2024年2月7日,公司召开了第六届董事会第五次会议,同意将公司第五期员工持股计划的存续期延长12个月,即延长至2025年4月7日。
千味央厨	公司回购注销2021年限制性股票激励计划首次授予部分未能解除限售的10.46万股限制性股票,以及7名离职激励对象已获授但尚未解除限售的2.03万股限制性股票。
阳光乳业	公司控股股东阳光集团于2024年2月6日增持公司股份77.6万股,增持金额人民币812.05万元。阳光集团计划自2024年2月7日起6个月内,继续增持公司股票,增持金额不低于人民币1000万元不超过人民币2000万元(含2024年2月6日增持金额)。
日辰股份	为维护公司价值及股东权益,公司拟进行股份回购,回购价不超过28元/股,回购金额为3000-6000万元,回购股数为107.14-214.29万股,占当前公司总股本的1.09%-2.17%。
均瑶健康	公司董事会于2024年2月7日收到公司董事长王均豪先生提议,在原提议公司回购股份提示性公告

的基础上加大回购力度，将拟回购资金总额：由 2500-5000 万元增加为 1-2 亿元。

金字火腿	公司获得金华市政府 665.63 万元的奖励，占公司 2022 年度经审计的归属于上市公司股东净利润的 13.58%。
黑芝麻	公司拟继续向工行容县支行申请总额度不超过 1.1 亿元人民币、期限为 1 年期的流动资金借款，借款用途为用于公司的生产经营资金周转。
佳禾食品	为实施员工持股计划或股权激励，公司拟以 0.5-1 亿元回购公司 A 股股份，回购价格不超过 20 元/股。预计回购数量 250-500 万股，占公司目前总股本的 0.62%-1.25%。
西部乳业	2024 年 1 月，公司生产生鲜乳 3200.8 吨，环比上升 8.72%，同比上升 0.01%。

资料来源：iFinD，中邮证券研究所整理

## 4 本周行业重要新闻

图表6：20240205-20240218 白酒、大众品相关新闻

公司	公告
<b>白酒</b>	
茅台	2月4日，茅台立春报时登陆央视《新闻联播》，揭开茅台2024年二十四节气“细叶美好生花”系列整点报时的序幕。期间，茅台将通过《新闻联播》报时“恭贺新春”，为全国人民送上新春祝福。
今世缘	目前，渠道打款积极性比较高，动销略好于预期，公司对一季度开门红有信心。目前，今世缘省外市场中山东、安徽规模比较大，起色比较好。重点板块市场总体表现还不错。今世缘做好了省外3-5年持续投入不盈利的准备，长期还是希望江苏周边市场能够和江苏一体化。
行业	2月6日，支付宝发布数据称，五福年货节期间，平台上平均每天有超7000场直播，其中，酒水、黄金、纸巾等三大品类最受用户欢迎，近两周的直播销售额环比涨幅分别达到了100%、200%和300%。
行业	近日，山东省委办公厅、省政府办公厅印发《关于聚力推动工业经济高质量发展十大行动的意见》。在首季开门红攻坚行动中提到，“一业一策”制定稳增长措施，建立41个行业大类增长调度台账，对酒饮料和精制茶制造等8个去年工业增加值增速下降行业分别实施专项帮扶，加快推动企稳回升。
洋河	巴黎当地时间2月6日晚，中国驻法国大使馆举办“庆祝中法建交60周年暨2024年春节招待会”。晚宴上，洋河·梦之蓝M6+中法建交60周年礼盒惊艳亮相，礼盒以两国象征性标志中国神龙与法国高卢雄鸡为基础进行设计，取意“龙凤呈祥”，整体插画灵动飘逸描绘着两国之间友谊长存齐头并进的意义。
行业	据贵州日报，当前贵州正在加快建设全国重要的白酒生产基地，打造世界级白酒产业集群，到2027年，贵州白酒产量达60万千升，力争产值突破3000亿元。
五粮液	五粮液浓香酒公司携手央视新闻打造“年味浓起来”IP，邀请总台四大金牌主持人撒贝宁、任鲁豫、杨帆、陈伟鸿共创年味故事，拍摄演绎“年味浓起来”温情贺岁大片。
行业	近日，五粮液公告称，决定从2月5日开始，上调第八代五粮液出厂价，由现行的969元/瓶调高50元至1019元/瓶。更早前，贵州茅台、泸州老窖、洋河也曾宣布提价。提价浪潮后，量并没有齐升。从今年春节前的终端表现看，白酒行业依旧“寒意料峭”，高库存、价格倒挂的现象仍未改善。
<b>大众品</b>	
九毛九	九毛九集团公告称，将引进加盟及合作模式至“太二酸菜鱼”及“山的山外面酸汤火锅”。根据公司官网，太二门店面积180~250平米，加盟费25万/店，保证金10万/店，新店服务支持费25万/店（包括设计费、信息支持费、新店员工培训费、开业员工支持等），运营管理费5%或以下（根据营业额



	表现阶梯收费，营业额不达预期免除此项费用)。财务状况方面，要求能够提供 300 万元以上合法现金或 2000 万可变现资产证明。
奈雪的茶	据奈雪的茶官微，奈雪的茶澳门首店于澳门路氹地新濠影汇正式开业。
山姆	山姆会员商店官方客服表示 2024 年 2 月 4 日至 2 月 17 日期间，所有线上订单每单加收 3 元春节运费，用于补贴配送员，春节过后会取消加收的 3 元运费。
三只松鼠	三只松鼠在互动平台上称，公司将坚定以“高端性价比”为总战略，持续夯实“全品类+全渠道”新基本盘，不断打造质高价优的好零食。当前坚果乳产品已经上市，小鹿蓝蓝零辅食产品品类结构持续优化中。
星巴克	星巴克在浙江省的第 1000 家门店在宁波江北区慈城古镇正式开门迎客。此前，迈入“千店时代”的还有上海市。
蒙牛乳业	蒙牛与 FIFA 世界杯的合作将持续到 2030 年，届时也将迎来世界杯的一百周年，蒙牛将携手世界顶级赛事打造‘我们的‘百年蒙牛’”。
茶百道	茶百道官微宣布上新“四川宝藏耙耙柑”系列，包含“耙耙杠上花”“蜀实耙耙柑”等新品。据称，新品选用四川蒲江、眉山耙耙柑，“柑橘香气浓郁”。
库迪咖啡	近日，库迪咖啡澳大利亚首家门店于悉尼 Cabramatta 正式开业。新店开张一周内，全场饮品最多仅需 3.9 澳元（折合人民币约 18.5 元）。
行业	近日，菜鸟与休闲零食赛道的新锐连锁品牌桔子花开达成战略合作，双方将率先围绕 toB 仓配展开合作。万辰集团、钟和风等零食行业的知名品牌都已在菜鸟的合作名单中。

资料来源：各公司官方公众号、行业公众号（酒说、FBIF、乳业在线等），中邮证券研究所整理

## 5 食品饮料行业周度产业链数据追踪

图表7：20240205-20240218 食品饮料行业产业链相关数据跟踪

品类	数据
<b>宏观数据</b>	
社消零售	2023 年 12 月，社会消费品零售总额为 43550.20 亿元，同比+7.40%。
限额以上商品零售	2023 年 12 月，限额以上批发零售贸易业商品零售额为 16633.00 亿元，同比+4.80%，其中粮油
售	食品/饮料/烟酒零售额分别为 1905.8/275.80/543.40 亿元，同比+5.80%/+7.70%/+8.30%。
<b>农产品</b>	
进口大麦	2023 年 12 月(截至目前最新),大麦进口金额为 48033.4 万美元,同比+143.82%，环比+33.49%。
小麦	2 月 10 日(截至目前最新)，小麦价格为 2749.8 元/吨，同比-14.17%，环比-3.09%。
玉米	1 月 31 日(截至目前最新)，玉米价格为 2.46 元/公斤，同比-16.89%，环比-4.65%。
大豆	2 月 10 日(截至目前最新)，大豆价格为 4464.9 元/吨，同比-17.12%，环比-5.08%。
稻米	2 月 10 日(截至目前最新)，稻米价格为 4075.00 元/吨，同比+7.46%，环比-0.22%。
白砂糖	2 月 7 日(截至目前最新)，白砂糖价格为 6880.00 元/吨，同比+15.63%，环比+1.18%。
棕榈油	2 月 8 日(截至目前最新)，棕榈油价格为 7361.67 元/吨，同比-7.77%，环比+3.66%。
豆粕	2023 年 12 月 29 日(截至目前最新)，豆粕价格为 4.3 元/千克，同比-15.18%，环比持平。
面粉	2 月 2 日(截至目前最新)，面粉价格为 4.32 元/公斤，同比持平，环比+0.23%。
<b>畜牧产品</b>	
猪肉	2 月 9 日(截至目前最新)，猪肉价格为 22.96 公斤，同比+8.25%，环比+15.90%。

白条鸡	2月9日(截至目前最新), 白条鸡价格为 17.7 元/公斤, 同比-5.95%, 环比+0.85%。
生鲜乳	2月2日(截至目前最新), 国内主产区生鲜乳价格为 3.63 元/公斤, 同比-10.81%, 环比-0.82%。
毛鸭	2月8日(截至目前最新), 毛鸭主产区平均价为 9.39 元/公斤, 同比-12.73%, 环比+3.53%。

#### 包装材料

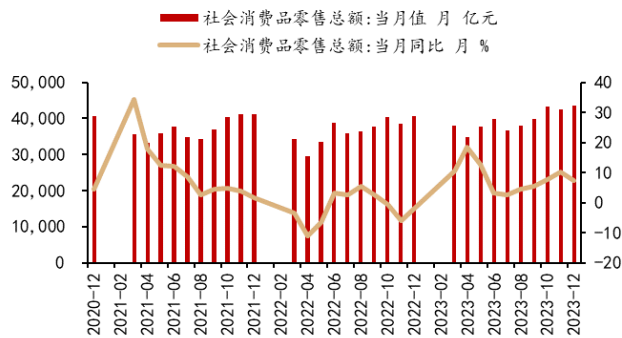
瓦楞纸	2月15日(截至目前最新), 瓦楞纸价格为 2784.00 元/吨, 同比-12.23%, 环比-0.22%。
铝材	2月8日(截至目前最新), 铝锭价格为 18910.00 元/吨, 同比-0.79%, 环比-1.3%。
玻璃	2月10日(截至目前最新), 浮法玻璃价格为 2051.1 元/吨, 同比+16.45%, 环比+1.09%。
PET	2月15日(截至目前最新), PET 价格为 7220.00 元/吨, 同比-4.37%, 环比+0.84%。

#### 白酒批价

贵州茅台	2月9日(截至目前最新), 飞天原箱批价 3080 元, 同比价格持平, 环比价格-0.48%; 散瓶批价 2840 元, 同比价格-1.39%, 环比价格-1.39%。
五粮液	2月9日(截至目前最新), 五粮液普 5 批价 930 元, 同比-1.06%, 环比价格+0.54%。

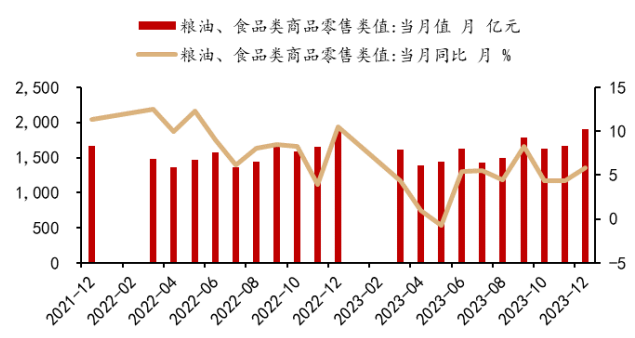
资料来源: iFinD, 中邮证券研究所

图表8: 社消零售总额



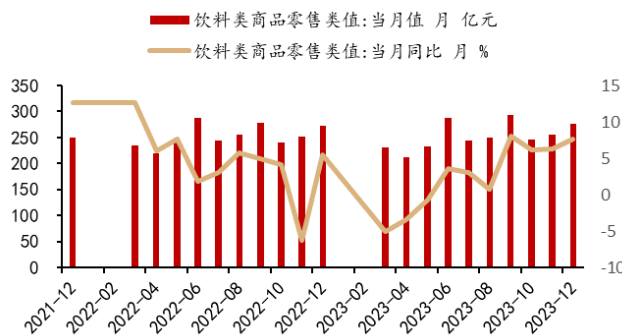
资料来源: iFinD, 中邮证券研究所

图表9: 商品零售额: 粮油、食品类



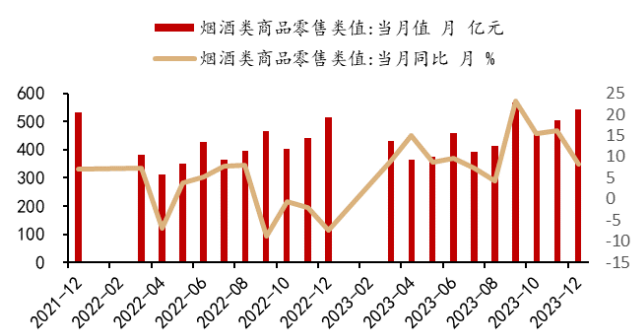
资料来源: iFinD, 中邮证券研究所

图表10: 商品零售额: 饮料

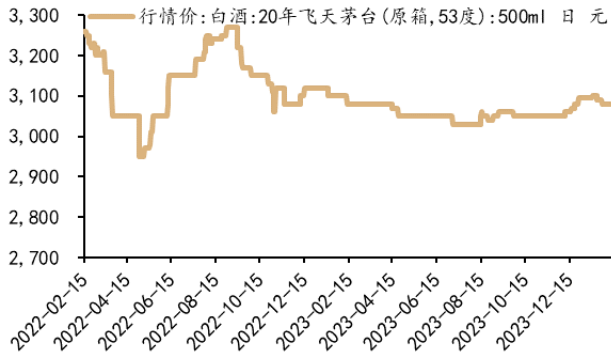


资料来源: iFinD, 中邮证券研究所

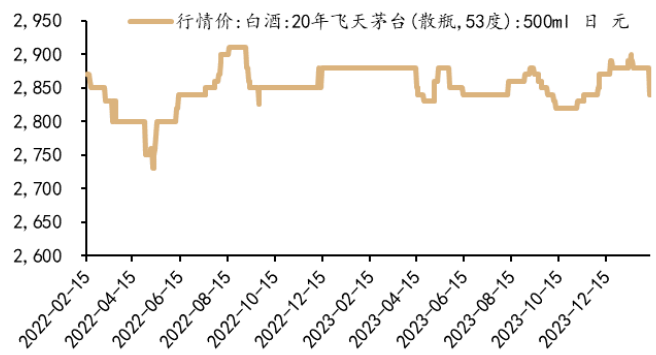
图表11: 商品零售额: 烟酒



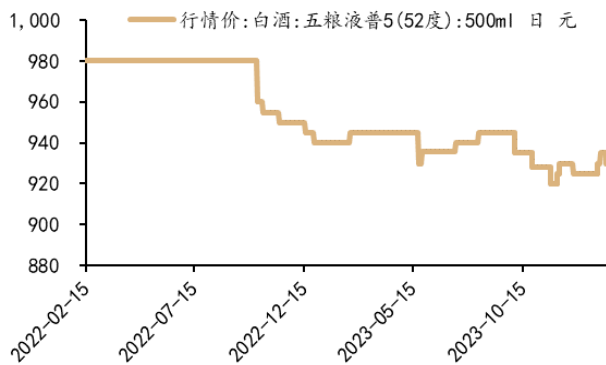
资料来源: iFinD, 中邮证券研究所

**图表12：飞天茅台价格（原箱）**


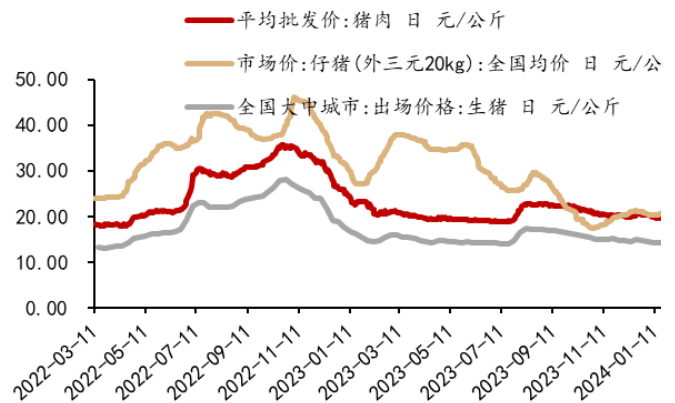
资料来源：iFinD，中邮证券研究所

**图表13：飞天茅台价格（散瓶）**


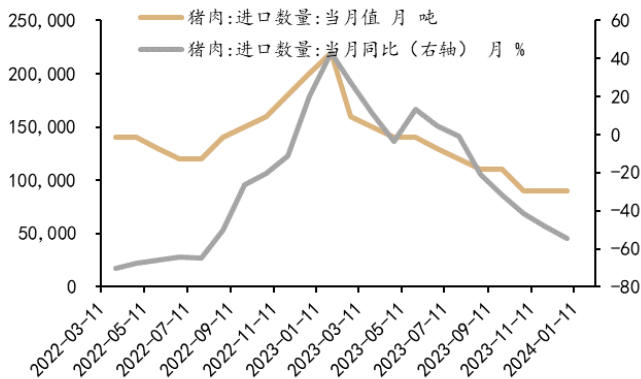
资料来源：iFinD，中邮证券研究所

**图表14：五粮液普5价格**


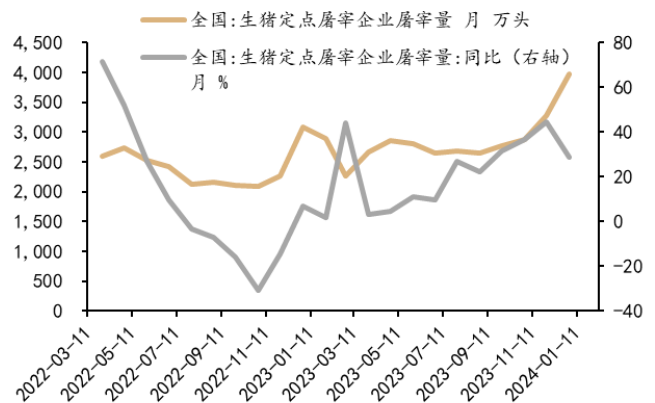
资料来源：iFinD，中邮证券研究所

**图表15：猪肉价格（仔猪、猪肉、生猪）**


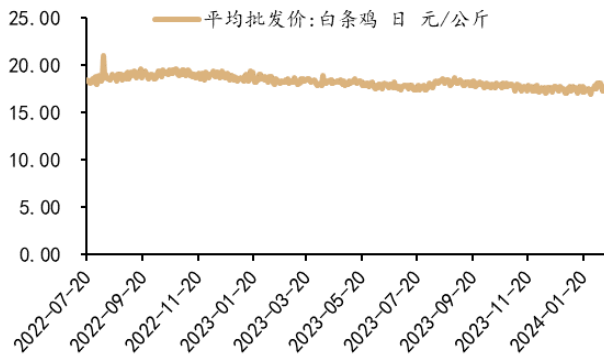
资料来源：iFinD，中邮证券研究所

**图表16：进口猪肉数量**


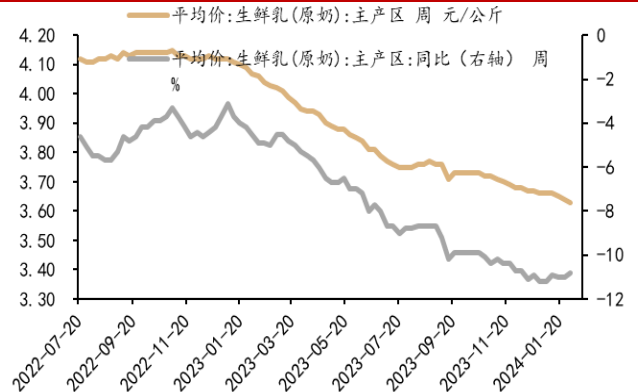
资料来源：iFinD，中邮证券研究所

**图表17：生猪屠宰数量**


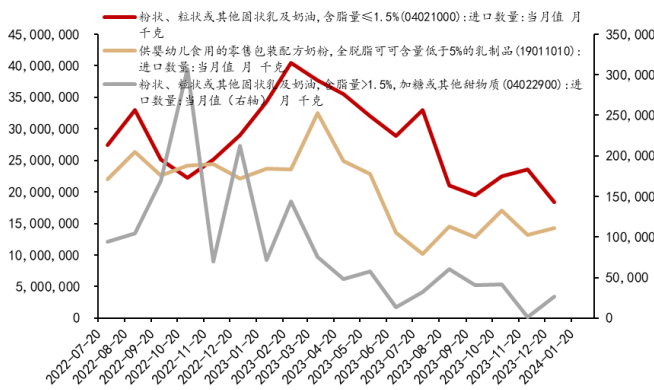
资料来源：iFinD，中邮证券研究所

**图表18：白条鸡价格**


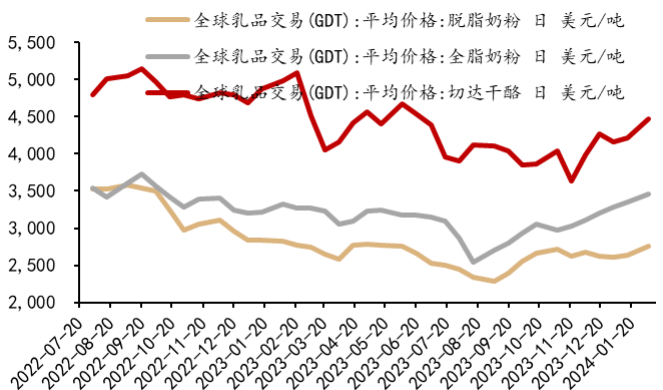
资料来源：iFinD，中邮证券研究所

**图表19：生鲜乳价格**


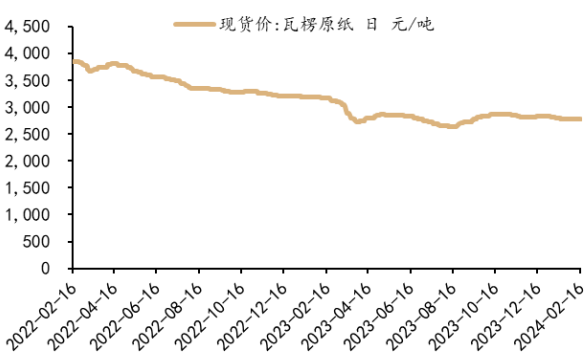
资料来源：iFinD，中邮证券研究所

**图表20：进口奶粉数量**


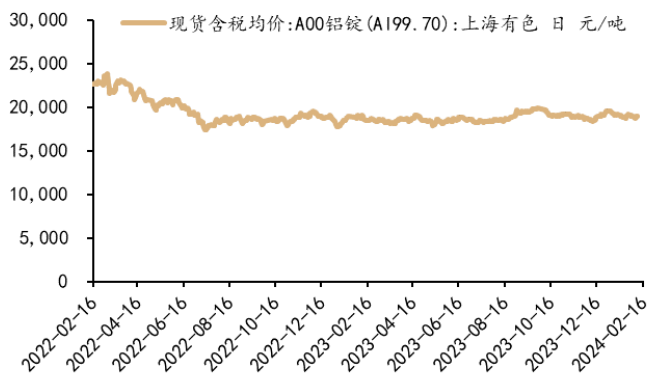
资料来源：iFinD，中邮证券研究所

**图表21：GDT 乳制品拍卖价格**


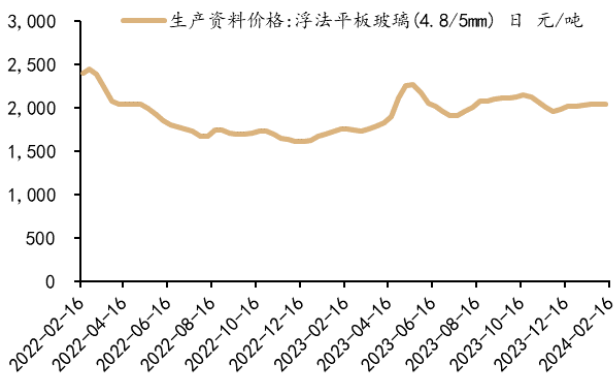
资料来源：iFinD，中邮证券研究所

**图表22：瓦楞纸价格**


资料来源：iFinD，中邮证券研究所

**图表23：铝锭价格**


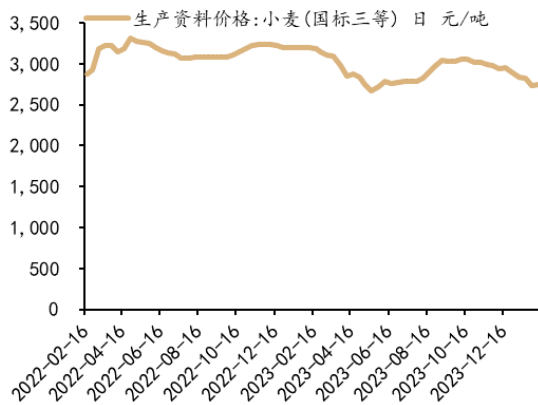
资料来源：iFinD，中邮证券研究所

**图表24：浮法玻璃价格**


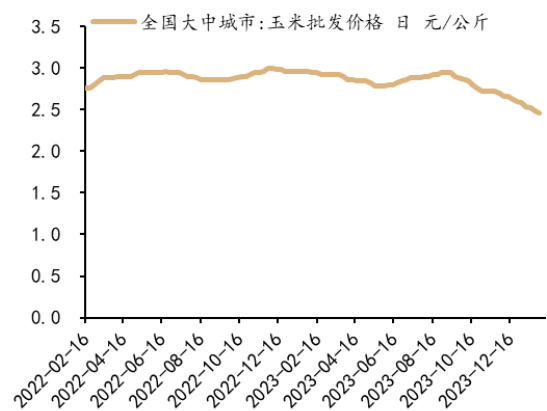
资料来源：iFinD，中邮证券研究所

**图表25：PET 价格**

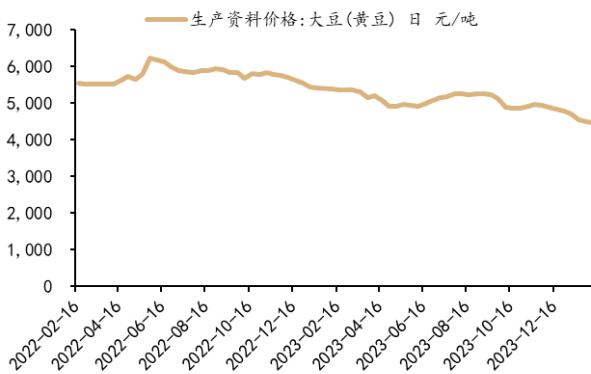

资料来源：iFinD，中邮证券研究所

**图表26：小麦价格**


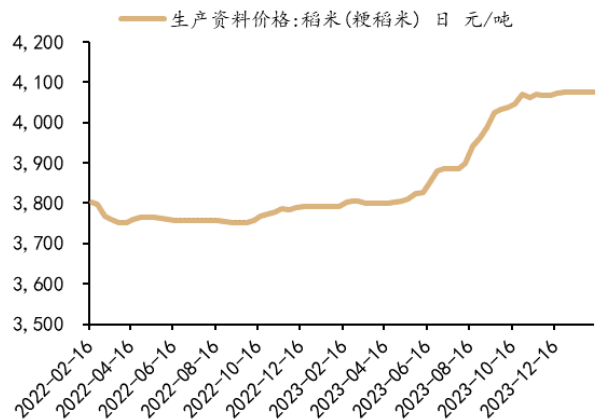
资料来源：iFinD，中邮证券研究所

**图表27：玉米价格**


资料来源：iFinD，中邮证券研究所

**图表28：大豆价格**


资料来源：iFinD，中邮证券研究所

**图表29：稻米价格**


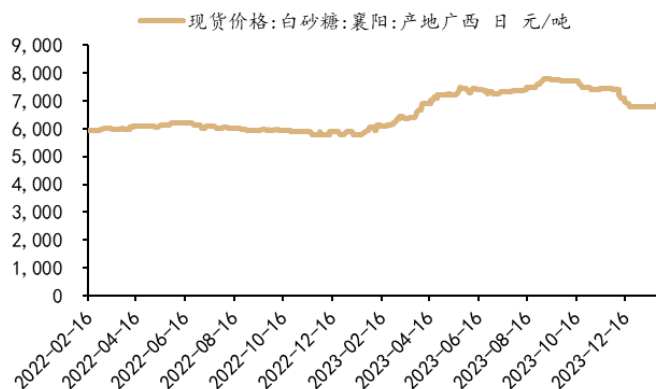
资料来源：iFinD，中邮证券研究所

图表30：棕榈油价格



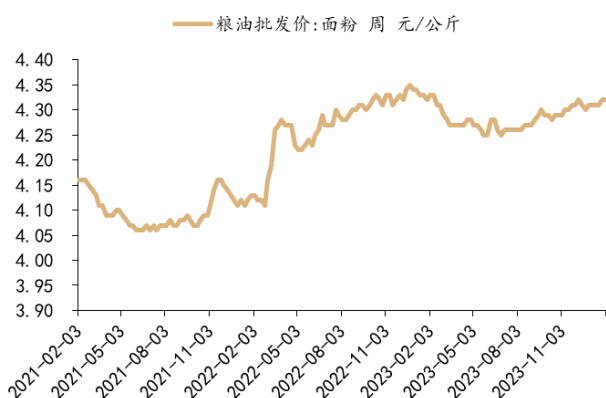
资料来源：iFind，中邮证券研究所

图表31：白砂糖价格



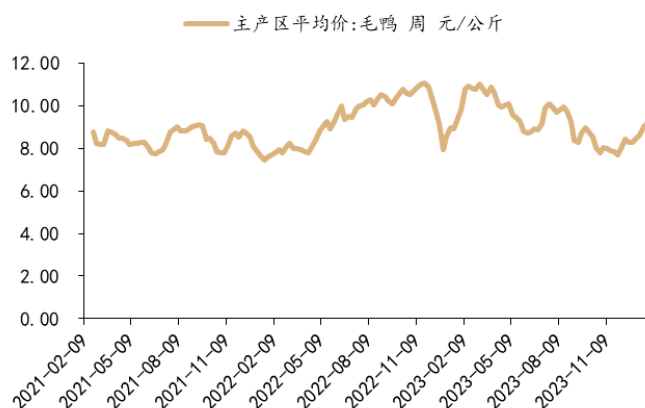
资料来源：iFind，中邮证券研究所

图表32：面粉价格



资料来源：iFind，中邮证券研究所

图表33：毛鸭价格



资料来源：iFind，中邮证券研究所

## 6 风险提示

**需求复苏不及预期的风险：**国内经济形势整体向好，但需求仍处于弱复苏阶段，导致部分地区消费需求波动并影响相关行业及公司营收增长。

**行业竞争加剧的风险：**若行业竞争加剧，出现价格战等现象，公司盈利能力将受到影响。

**食品安全的风险：**食品安全事件将影响消费者信心，将相关行业和公司造成影响。

**成本波动的风险：**餐饮行业中原材料、能源等成本波动将增加公司盈利不确定性。

## 中邮证券投资评级说明

投资评级标准	类型	评级	说明
报告中投资建议的评级标准： 报告发布日后的 6 个月内的相对市场表现，即报告发布日后的 6 个月内的公司股价（或行业指数、可转债价格）的涨跌幅相对同期相关证券市场基准指数的涨跌幅。 市场基准指数的选取：A 股市场以沪深 300 指数为基准；新三板市场以三板成指为基准；可转债市场以中信标普可转债指数为基准；香港市场以恒生指数为基准；美国市场以标普 500 或纳斯达克综合指数为基准。	股票评级	买入	预期个股相对同期基准指数涨幅在 20%以上
		增持	预期个股相对同期基准指数涨幅在 10%与 20%之间
		中性	预期个股相对同期基准指数涨幅在-10%与 10%之间
		回避	预期个股相对同期基准指数涨幅在-10%以下
	行业评级	强于大市	预期行业相对同期基准指数涨幅在 10%以上
		中性	预期行业相对同期基准指数涨幅在-10%与 10%之间
		弱于大市	预期行业相对同期基准指数涨幅在-10%以下
	可转债评级	推荐	预期可转债相对同期基准指数涨幅在 10%以上
		谨慎推荐	预期可转债相对同期基准指数涨幅在 5%与 10%之间
		中性	预期可转债相对同期基准指数涨幅在-5%与 5%之间
		回避	预期可转债相对同期基准指数涨幅在-5%以下

## 分析师声明

撰写此报告的分析师（一人或多人）承诺本机构、本人以及财产利害关系人与所评价或推荐的证券无利害关系。

本报告所采用的数据均来自我们认为可靠的目前已公开的信息，并通过独立判断并得出结论，力求独立、客观、公平，报告结论不受本公司其他部门和人员以及证券发行人、上市公司、基金公司、证券资产管理公司、特定客户等利益相关方的干涉和影响，特此声明。

## 免责声明

中邮证券有限责任公司（以下简称“中邮证券”）具备经中国证监会批准的开展证券投资咨询业务的资格。

本报告信息均来源于公开资料或者我们认为可靠的资料，我们力求但不保证这些信息的准确性和完整性。报告内容仅供参考，报告中的信息或所表达观点不构成所涉证券买卖的出价或询价，中邮证券不对因使用本报告的内容而导致的损失承担任何责任。客户不应以本报告取代其独立判断或仅根据本报告做出决策。

中邮证券可发出其它与本报告所载信息不一致或有不同结论的报告。报告所载资料、意见及推测仅反映研究人员于发出本报告当日的判断，可随时更改且不予通告。

中邮证券及其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头寸并进行交易，也可能为这些公司提供或者计划提供投资银行、财务顾问或者其他金融产品等相关服务。

《证券期货投资者适当性管理办法》于 2017 年 7 月 1 日起正式实施，本报告仅供中邮证券客户中的专业投资者使用，若您非中邮证券客户中的专业投资者，为控制投资风险，请取消接收、订阅或使用本报告中的任何信息。本公司不会因接收人收到、阅读或关注本报告中的内容而视其为专业投资者。

本报告版权归中邮证券所有，未经书面许可，任何机构或个人不得存在对本报告以任何形式进行翻版、修改、节选、复制、发布，或对本报告进行改编、汇编等侵犯知识产权的行为，亦不得存在其他有损中邮证券商业性权益的任何情形。如经中邮证券授权后引用发布，需注明出处为中邮证券研究所，且不得对本报告进行有悖原意的引用、删节或修改。

中邮证券对于本申明具有最终解释权。



## 公司简介

中邮证券有限责任公司，2002年9月经中国证券监督管理委员会批准设立，注册资本50.6亿元人民币。中邮证券是中国邮政集团有限公司绝对控股的证券类金融子公司。

公司经营范围包括：证券经纪；证券自营；证券投资咨询；证券资产管理；融资融券；证券投资基金销售；证券承销与保荐；代理销售金融产品；与证券交易、证券投资活动有关的财务顾问。此外，公司还具有：证券经纪人业务资格；企业债券主承销资格；沪港通；深港通；利率互换；投资管理人受托管理保险资金；全国银行间同业拆借；作为主办券商在全国中小企业股份转让系统从事经纪、做市、推荐业务资格等业务资格。

公司目前已经在北京、陕西、深圳、山东、江苏、四川、江西、湖北、湖南、福建、辽宁、吉林、黑龙江、广东、浙江、贵州、新疆、河南、山西、上海、云南、内蒙古、重庆、天津、河北等地设有分支机构，全国多家分支机构正在建设中。

中邮证券紧紧依托中国邮政集团有限公司雄厚的实力，坚持诚信经营，践行普惠服务，为社会大众提供全方位专业化的证券投、融资服务，帮助客户实现价值增长，努力成为客户认同、社会尊重、股东满意、员工自豪的优秀企业。

## 中邮证券研究所

### 北京

邮箱：yanjiusuo@cnpsec.com  
地址：北京市东城区前门街道珠市口东大街17号  
邮编：100050

### 上海

邮箱：yanjiusuo@cnpsec.com  
地址：上海市虹口区东大名路1080号邮储银行大厦3楼  
邮编：200000

### 深圳

邮箱：yanjiusuo@cnpsec.com  
地址：深圳市福田区滨河大道9023号国通大厦二楼  
邮编：518048