

广式月饼 头豹词条报告系列



林若薇 · 头豹分析师

2024-01-11 未经平台授权，禁止转载

版权有问题？[点此投诉](#)

行业：[制造业/食品制造业/焙烤食品制造](#) [消费品制造/食品饮料](#)

词目录

<h3>行业定义</h3> <p>广式月饼是广东省地方特色名点之一，在中国南方地...</p> AI访谈	<h3>行业分类</h3> <p>按照馅料的分类方式，广式月饼行业可以分为如下类...</p> AI访谈	<h3>行业特征</h3> <p>广式月饼行业特征包括：广式月饼是月饼行业的主要...</p> AI访谈	<h3>发展历程</h3> <p>广式月饼行业目前已达到 3个 阶段</p> AI访谈
<h3>产业链分析</h3> <p>上游分析 中游分析 下游分析</p> AI访谈	<h3>行业规模</h3> <p>广式月饼行业规模暂无评级报告</p> AI访谈 SIZE数据	<h3>政策梳理</h3> <p>广式月饼行业相关政策 5篇</p> AI访谈	<h3>竞争格局</h3> <p>AI访谈 数据图表</p>

摘要 本文介绍了广式月饼行业的发展现状和未来趋势。广式月饼是中国南方地区的传统食品，口感符合南方人的口味，馅料种类繁多，包装讲究。广式月饼在月饼行业中占据主导地位，市场渗透率高达52%。月饼厂商多聚集于华南地区，如广州酒家、华美食品等。随着现代消费者对健康生活方式的追求，低糖低脂月饼成为月饼行业新的发展方向。未来，广式月饼行业市场规模将继续增长，原因包括广式月饼产品创新升级，新口味月饼备受欢迎，消费者健康饮食意识强化，月饼产品趋于低糖低脂等。

广式月饼行业定义^[1]

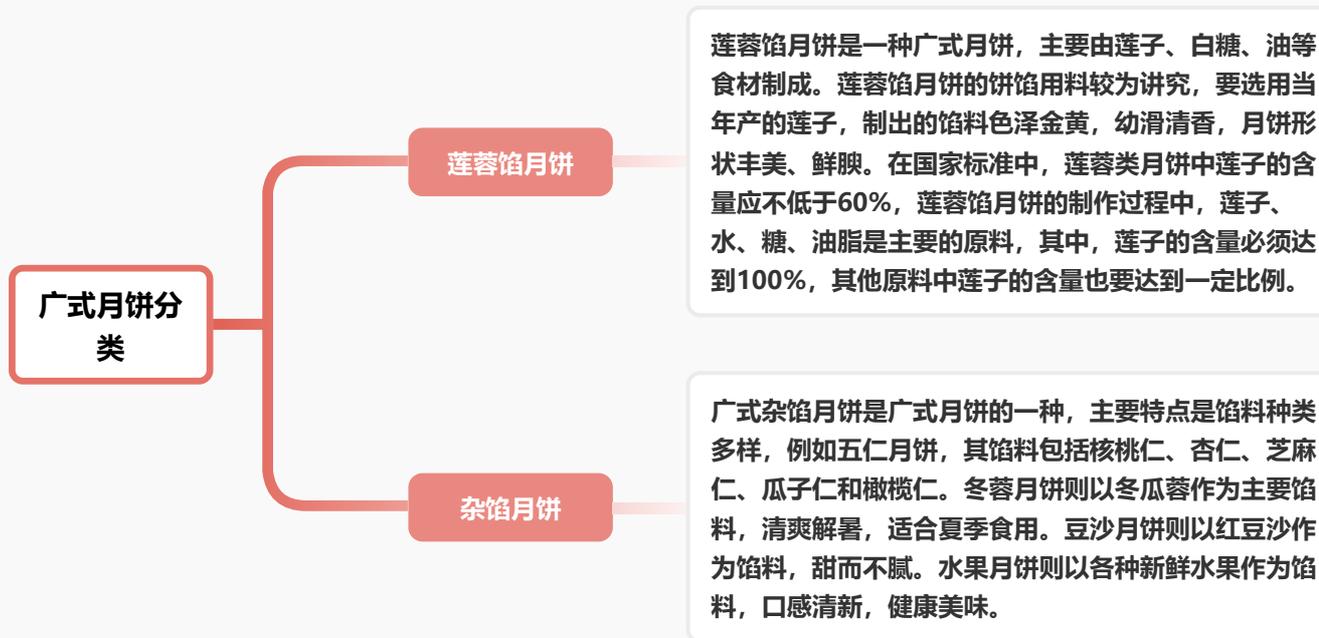
广式月饼是广东省地方特色名点之一，在中国南方地区，特别是广东、广西、江西等地民间中秋节应节食品，是中秋月饼的一个形式，广式月饼口感符合南方人的口味。广式月饼的馅料种类繁多，常见的有莲蓉、豆沙、蛋黄、陈皮豆沙、蛋黄凤梨、蛋黄莲蓉、水果等，特点是皮薄松软、造型美观、图案精致、花纹清晰、不易破碎、包装讲究。

[1] 1: <https://mp.weixin...> | 2: 汇广味

广式月饼行业分类^[2]

按照馅料的分类方式，广式月饼行业可以分为如下类别：

广式月饼行业基于馅料的分类



[2] 1: <https://mp.weixin...> | 2: <https://mp.weixin...> | 3: 佛山发布、青春深圳

广式月饼行业特征^[3]

广式月饼行业特征包括：广式月饼是月饼行业的主要流派；广式月饼厂商多聚集于华南地区；低糖低脂月饼成为广式月饼行业发展新突破口等三个特征。

1 广式月饼是月饼行业的主要流派

广式月饼在月饼行业的市场渗透率高达52%。2023年，在月饼派系选择方面，广式月饼占比近60%，京式月饼、苏式月饼和港式月饼的占比分别为55.9%、52.8%和41.7%。高市场渗透率和消费者的选择，彰显了广式月饼在月饼行业中的主导地位。广式月饼口味变化丰富，满足了现代消费者对创新和多样性的需求，在市场上的接受度较高。

2 月饼厂商多聚集于华南地区

广式月饼起源于广州城西的一家糕酥馆“莲香楼”，随后产品风靡全国，“陶陶居”、“元朗”、“广州酒家”、“咀香园”等广式月饼厂商纷纷崛起。2023年以来，全国各地新增月饼注册企业980家，中国现存月饼相关企业约2.26万家。其中，广东省的月饼企业数量最多，占全国相关企业总量的11.26%。在华南地区，有较多知名的广式月饼厂商，如广州酒家、华美食品等。这些厂商不仅在本地市场占有很大的份额，而且还将产品销售到全国甚至全球各地。

3 低糖低脂月饼成为行业发展新突破口

随着现代消费者对健康生活方式的不断追求，低糖低脂月饼成为月饼行业新的发展方向。健康意识的提升，使得低糖低脂月饼满足了消费者对更为健康食品的需求，成为备受欢迎的新选择。这一趋势不仅满足了特殊人群的需求，如注重血糖控制、追求减肥或保持健康的消费者，同时也拓宽了产品的市场受众。推出低糖低脂月饼不仅顺应了市场趋势，还提高了产品的附加值，有助于企业树立更为高端、健康的品牌形象。

[3] 1: <https://zqcn.com.c...> | 2: 中国数据中心、爱企查

广式月饼发展历程^[4]

中国月饼起源于汉代，唐时出现作为中秋节的传统食品。在近现代，广式月饼逐渐成为月饼的主要流派。1889-1999年，广式月饼处于萌芽期，逐渐风靡全国，形成多个品牌。2000-2013年，广式月饼进入高速发展期，成为月饼生产的主流，产品遍布全国。2014年至今，新口味广式月饼不断推出，成为广式月饼行业发展的新突破口。

萌芽期 · 1889~1999

广式月饼，是广东省汉族特色名点，起源于清光绪25年(1889年)广州城西的一家糕酥馆，即现在的“莲香楼”。宣统二年，翰林学士陈太吉品尝该店月饼后大加赞赏，并亲笔题写了“莲香楼”的招牌，从此，广州市由“莲香楼”开始，各餐馆、饼家纷纷效仿生产月饼，进而形成了“陶陶居”、“元朗”、“广州酒家”、“咀香园”、“金口月饼”、“趣香”、“大三元”等月饼名牌。上海广式月饼老字号品牌有“杏花楼”、“新雅粤菜馆”。1983年中秋期间，上海的广式月饼占销售比例67.91%，北京占40%左右；重庆占90%左右；天津等大城市的广式月饼也购买高涨，经常脱销。广式月饼起源于广州，后风靡全国，形成多个名牌，如“莲香楼”、“杏花楼”等，常供不应求。

高速发展期 · 2000~2013

2000年，广式月饼已成为月饼生产的主流。中国月饼行业经过90年代以来的迅猛发展，广式月饼已遍及全国各地，并且成为月饼行业中的主要产品。截至2010年8月中旬，广东省共出口月饼296批、1,700吨、货值1,372万美元，重量与货值同比分别增长42.7%和80.2%。

广式月饼成为月饼生产的主流，行业快速发展，产品遍布全国。

成熟期 · 2014~2023

自2014年以来，广式月饼的创新趋势明显，尤其是在月饼的馅料和制作工艺上。例如，香港美心在2014年首次推出了流心奶黄月饼，随后在2015年引入内地，受到了广大消费者的热烈追捧。2019年，黑松露流心奶黄月饼上市，融入了黑松露流心的月饼具备独特风味，使得整个月饼的风味更具特色。新口味月饼的创新升级成为月饼行业新的突破口。

流心奶黄月饼、黑松露流心奶黄月饼等创新型口味月饼相继上市，新口味月饼的推出成为月饼行业新的突破口。

[4] 1: <https://www.gugo...> | 2: 期刊《市场预测》、《...

广式月饼产业链分析

广式月饼行业产业链上游为原材料供应商，中游为广式月饼生产商，下游为商超、批发市场、电商平台、专卖店和烘焙店等。^[6]

广式月饼行业产业链主要有以下核心研究观点：^[6]

原料采购成本为月饼生产的主要成本。月饼的原材料可分为面粉、糖、鸡蛋等饼皮原材料和豆沙、莲蓉和五仁等内馅材料。其中，麦粉和糖的采购成本相对较为稳定，而油、蛋黄、莲蓉等原料的采购成本则受到市场供需关系、季节性因素等影响，因此波动较大。以蛋黄莲蓉月饼为例，莲蓉采购成本占总成本的40%。莲蓉主要由莲子、白糖、油等食材制成，其主要成本莲子具有季节性，盛产于夏季。

月饼细分市场中，广式月饼市场占比最大，主要营销方式为礼盒包装。广式月饼在月饼行业中的市场渗透率为52%，2023年9月，抖音平台Top 15月饼品牌中，有六个品牌为广式月饼厂商。目前中国广式月饼行业的营销策略主要有礼盒包装、跨界联名合作、新口味提出和买赠促销等四种方式，但厂商一般是多种营销策略同时使用，以提升其市场占有率。礼盒包装是最为显著的策略之一，占据了整体促销效果的50%。^[6]

上 产业链上游

生产制造端

面粉、鸡蛋、食用油、蛋黄和莲蓉等原材料供应商

上游厂商

[益海嘉里金龙鱼粮油食品股份有限公司 >](#)

[沈阳香雪面粉股份有限公司 >](#)

[河北金沙河面业集团有限责任公司 >](#)

[查看全部](#) ▾

产业链上游说明

原料采购成本为月饼生产的主要成本。月饼的制作可分为两个主要部分，即饼皮和内馅。饼皮进一步细分为面粉、鸡蛋和食用油等成分。至于内馅，则根据消费者的不同爱好，包括蛋黄、豆沙和莲蓉等多种选择。在月饼的生产过程中，原材料是其中的主要成本。截至2022年，广州酒家月饼的原材料成本达到了5.3亿元，占据了月饼生产总成本的75.5%。元祖股份生产中西糕点礼盒的成本为5.6亿元，成本占比高达82.7%。在这些原材料中，麦粉和糖的采购成本相对较为稳定，而油、蛋黄、莲蓉等原料的采购成本则受到市场供需关系、季节性因素等影响，因此波动较大。

蛋黄莲蓉月饼中莲蓉成本占比最大，莲蓉和鸭蛋均盛产于湖北。蛋黄莲蓉月饼是具备代表性的广式月饼，其原材料主要可分为莲蓉、蛋黄、面粉、食用油和糖等，成本占比分别为40%、25%、10%、5%和5%。其中，莲蓉成本占比最大。莲蓉主要由莲子、白糖、油等食材制成，而莲子的质量分数可以达到100%。莲子具有季节性，盛产于夏季，中国莲子的主要产地分布在湖南、湖北。在蛋黄材料供应方面，蛋鸭生产集中在鄂、湘、闽、粤、赣、鲁、豫、辽、浙、川、皖、苏等12个省市，总产蛋量占全国蛋鸭产蛋量的95%以上。其中湖北省蛋鸭生产最为集中，产蛋量占全国总量19.4%。从区域分布看，蛋鸭主要集中在华中、华东地区。目前，鸭蛋消费在禽蛋消费中的比重基本保持不变，约占30%左右，以传统加工消费为主，约70%加工为咸鸭蛋和松花蛋(皮蛋)。

中 产业链中游

品牌端

广式月饼生产商

中游厂商

[广州酒家集团股份有限公司 >](#)

[香港元朗榮華餅家有限公司 >](#)

[东莞市华美食品有限公司 >](#)

[查看全部](#) ▾

产业链中游说明

月饼细分市场中，广式月饼市场占比最大。月饼主要可分为广式月饼、苏式月饼、滇式月饼、京式月饼、新式月饼和其他月饼，其中，广式月饼占比最大，为52%。2023年9月，抖音平台Top 15月饼品牌中，有六个品牌为广式月饼厂商。其中，华美销售额位居第五，其主流产品国韵华月月饼礼盒在2023年下半年的销售额在50-75万元之间，销量在2.5-5万盒之间。在抖音平台上，华美的销售渠道主要为直播带货，其带来的收益在近半年总收益中的占比为97.19%，销售额在50-75万之间。带货方式主要可分为达人推广和商品卡，销售额占比分别为97.48%和2.52%。

广式月饼的营销策略以礼盒包装为主。目前中国广式月饼行业的营销策略主要有礼盒包装、跨界联名合作、新口味提出和买赠促销等四种方式，但厂商普遍是多种营销策略同时使用，以提升其市场占有率。礼盒包装是最为显著的策略之一，其精致外观和节庆氛围吸引了大量消费者，促使购买欲望提升，占据了整体促销效果的50%。同时，跨界联名合作成为另一热门战略，通过与知名品牌或艺术家的合作，创造独特、限量版的月饼，以提升产品的独特性和收藏价值。如美心与小黄人、LINE FRIENDS和迪士尼联名，推出史都华系列礼盒、收音机造型礼盒和唱片机造型礼盒。

产业链下游

渠道端及终端客户

商超、批发市场、电商平台、专卖店和烘焙店等

渠道端

[永辉超市股份有限公司 >](#)

[华润万家有限公司 >](#)

[上海大润发有限公司 >](#)

[查看全部 >](#)

产业链下游说明

月饼销售仍以线下为主。月饼线下销售和线上销售的占比分别为60%和40%。从线下销售渠道来看，线下渠道主要包括传统商场、超市、精品超市和专卖店等。占比分别为70%、10%和20%。尤其对于高端、礼品化的月饼产品而言，线下渠道的实体店能够更好展示产品的品质，提供更个性化的购物服务，因此线下渠道极为关键。从线上消费渠道来看，主要可分为官方旗舰店、零售店、直播带货和社交电商等，其中，官方旗舰店和零售店占比较大，为90%。官方旗舰店通常由品牌自己运营，提供正品保障和品牌服务。零售店则包括传统的电商平台零售店，提供多样的商品选择和交易场所。从线上消费平台来看，线上平台主要包括抖音、快手、拼多多、淘宝和京东。其中淘宝和京东仍为主要的消费渠道，合计占比达到90%，其中淘宝占比较大，为63%。淘宝作为综合性电商平台，提供了广泛的商品选择和强大的交易体验，而京东则以其专业品控和高效物流服务跻身为另一主要的购物平台。

月饼热销于河北省、上海市和浙江省等地，主销于经济发达的二线和一线城市。从消费省份分布来看，中国月饼主要销往河北省、上海市和浙江省等省份，占比分别为18.8%、12.5%和12.5%。其中，上海市和浙江省作为经济发达地区，居民的购买力和对于高品质食品的需求相对较高，因此月饼在这两个地区的销售也较为集中。从消费城市等级来看，中国月饼主要销往二线城市和一线城市，占比分别为33%和20%。从消费意愿来看，中国月饼在二线城市、一线城市和五线城市的TGI较高，分别为177、135和112。这可能反映了这些城市居民的购买力和对月饼食品的需求较高。

- [5] 1: <https://finance.sin...> | 2: 新浪财经、广州酒家年报
- [6] 1: 专家访谈、比比鲸大数据
- [7] 1: 广州酒家、元祖股份年报
- [8] 1: <https://zhuanlan.z...> | 2: <http://journal.crne...> | 3: 知乎、中国农村网
- [9] 1: 专家访谈、飞瓜数据
- [10] 1: 专家访谈、飞瓜数据
- [11] 1: 专家访谈、飞瓜数据
- [12] 1: <https://mp.weixin....> | 2: 专家访谈、GranVida生...

广式月饼行业规模

2019年—2022年，广式月饼行业市场规模由96.98亿人民币元增长至126.78亿人民币元，期间年复合增长率9.34%。预计2023年—2027年，广式月饼行业市场规模由139.46亿人民币元增长至204.15亿人民币元，期间年复合增长率10.00%。^[16]

广式月饼行业市场规模历史变化的原因如下：^[16]

国人对节日仪式感极为看重。2022年，超过72.49%的微博用户表示较为重视节日的仪式感。而进一步的调查表明，对于2022年中国的传统节日，特别是中秋节，有67%的受访者表示较为重视，重视程度仅次于春节（86%）。这种对传统节日的高度重视促使了广式月饼需求的上升。

中国文化产品在国际的广泛传播，对广式月饼的需求增长。中国文化产品出口额在2008-2022年整体呈现增长趋势，由2008年的390.5亿美元增长至2022年的1,637亿美元，复合增长率达到11.6%。中国文化在国际上的广泛传播提高了月饼在国际市场的知名度，为出口创造了机会。2022年，广州酒家的境外收入达到0.48亿元，同比增长18.12%。^[16]

广式月饼行业市场规模未来变化的原因主要包括：^[16]

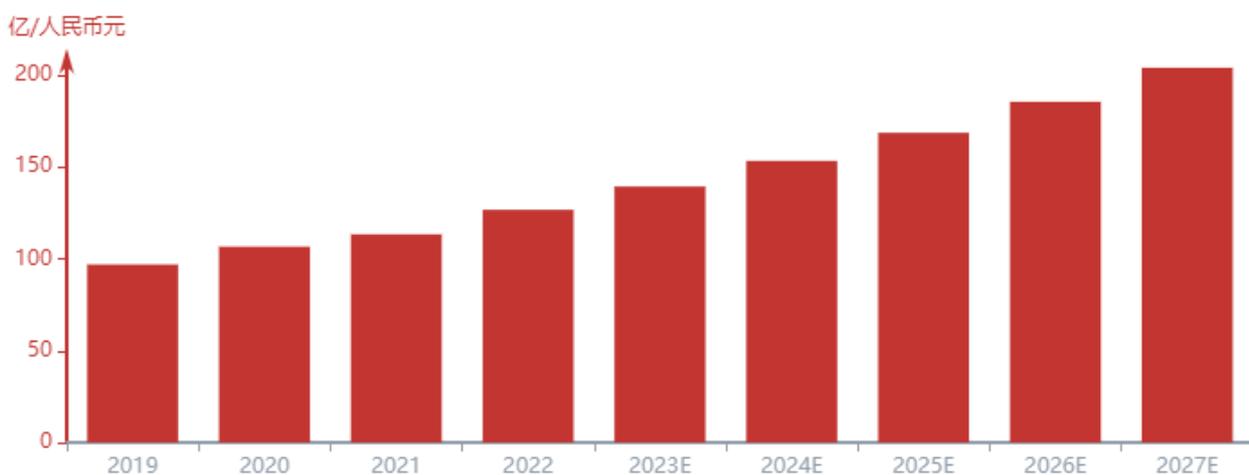
广式月饼产品创新升级，新口味月饼备受欢迎。广式月饼之所以能够在众多月饼流派中脱颖而出，是因为广式月饼能够顺应时代的需求，不断推陈出新。2014年，香港美心集团推出流心奶黄月饼，开创了广式月饼的新篇章。这创新的月饼品类迅速赢得了广大消费者的青睐，成为美心集团的招牌产品之一。2019年，黑松露流心奶黄月饼首次上市，黑松露的馥郁香气和奶黄流心的浓郁口感相融合，广式月饼行业迎来进一步发展。2022年，黑松露流心奶黄月饼行业规模达到2亿元。除此之外，厂商还积极将广式月饼传统口味与新口味相结合，推出如水果莲蓉月饼、陈皮豆沙月饼等。

低糖低脂类月饼产品高度契合消费者健康饮食需求，带动月饼行业市场增长。2022年7月1日至2023年6月30日，抖音电商上，健康食品消费支付总额、用户数和动销商品数，年同比增长率均超过200%。随着消费者健康意识的提高，月饼品牌越发强调月饼的成分优质，以确保产品的健康、安全。2023年中秋节期间，抖音平台上月饼厂商的宣传卖点以产品成分为主，占比为13.6%。具体来看，愈发多厂商降低月饼产品中的糖分和脂肪含量，以契合消费者追求健康饮食的需求。目前，麦芽糖醇和海藻糖是月饼中常用的甜味剂，两者相对甜度在0.45-0.95之间。^[16]

中国广式月饼行业规模

广式月饼行业规模

中国广式月饼行业规模



数据来源：专家访谈、中国日报

[13] 1: <https://mp.weixin...> 2: <https://mp.weixin...> 3: 文明天津、二手信息

[14] 1: 商务部、广州酒家年报

[15] 1: <https://www.fooda...>

2: <https://mp.weixin...>

3: 第一财经、二手信息

[16] 1: <https://mp.weixin...>

2: 专家访谈、二手信息

广式月饼政策梳理^[17]

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《〈限制商品过度包装要求 食品和化妆品〉国家标准及第1号修改单问答》	市场监管局	Invalid Date	8
政策内容	针对标准实施中遇到的标准适用范围、术语定义、包装层数计算、包装空隙率计算、包装成本计算、月饼混装判定等方面的有关问题作出进一步明确。			
政策解读	该政策明确了广式月饼标准适用范围，规范了术语定义，统一了包装层数和空隙率的计算方法，同时提供了包装成本计算和月饼混装判定的指导。这将有助于提升广式月饼行业的标准化水平，保障消费者权益，促进行业健康发展。			
政策性质	规范类政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于遏制“天价”月饼、促进行业健康发展的公告》	国家发改委、工信部、商务部、市场监管局	2022-06	9
政策内容	鼓励经营者生产、销售物美价廉的盒装月饼；对单价超过500元的盒装月饼实行重点监管。经营者生产、销售盒装月饼，应当严格遵守关于食品包装的强制性标准，鼓励使用绿色环保、可作其他用途的包装。			
政策解读	这一政策对广式月饼行业提出了明确的导向和监管要求。鼓励生产销售物美价廉的月饼，有利于满足广大消费者需求。对高价月饼实施重点监管，可防止市场出现过度包装和价格虚高现象。强调遵守食品包装标准和鼓励环保包装，有助于推动行业向绿色、可持续发展方向转型。			
政策性质	鼓励性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
		市场监管局	2020-01	8

	《食品生产许可管理办法(2020年修订)》		
政策内容	规范食品、食品添加剂生产许可活动，加强食品生产监督管理，保障食品安全。		
政策解读	这一政策强调了规范食品及食品添加剂生产许可活动的重要性，通过加强食品生产的监督管理，确保食品安全。对于广式月饼行业而言，这意味着从原料采购到生产加工的每一环节都需要严格遵守食品安全标准，确保产品质量，保障消费者健康。		
政策性质	规范类政策		

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《食品安全法实施条例》	国务院	2019-10	8
政策内容	把政府食品安全监管职责延伸到乡镇和街道办事处，将食品安全知识纳入国民素质教育体系，强化了食品安全风险监测的制度效用，完善食品安全的标准化制度。			
政策解读	这一政策将政府食品安全监管职责延伸至基层，加强了食品安全风险监测和标准化制度，同时将食品安全知识纳入教育体系，提高了公众对食品安全的认知。对于广式月饼行业，这意味着从生产到销售各环节都需更加规范，确保月饼质量安全。			
政策性质	规范类政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《中华人民共和国电子商务法》	全国人民代表大会常务委员会	2019-01	7
政策内容	对商品的跨国代购行为设置里较高的门槛，特别是食品代购更需要申请相关许可。要求电商平台加强对康师傅、惠利唐、六禾核桃等山寨产品的监督，不给欺骗消费者的空间。			
政策解读	该政策对跨国代购设置高门槛，特别是食品代购需申请许可，有利于保障进口食品安全。同时要求电商平台加强对山寨产品的监督，打击欺骗消费者的行为。广式月饼行业应严格遵守规定，确保产品质量，维护消费者权益和品牌形象。			
政策性质	规范类政策			

广式月饼竞争格局

广式月饼市场企业众多，且小而散，行业集中度较低，但头部企业领先多年。 [22]

广式月饼行业呈现以下梯队情况：第一梯队公司有广州酒家、华美等；第二梯队公司有元朗荣华、金九月饼等；第三梯队有咀香园、莲香楼等。 [22]

广式月饼行业竞争格局的形成主要包括以下原因： [22]

广州酒家、华美、美心等头部企业在广式月饼主要消费地域形成了坚实的竞争优势。广东省是广式月饼的起源地和主要消费领域，而广州酒家、华美和美心等企业在广东地区已经拥有了较高的知名度和品牌影响力，客户资源稳定。如广州酒家始创于1935年，是具有岭南特色的大型食品制造及餐饮服务集团，在广东广州、茂名、梅州和湖南湘潭等地设有四大食品生产基地，形成了覆盖华南地区的“一核三翼”食品制造产能布局。2022年，广州酒家新增了7家餐饮门店，其中有5家位于广东省内。目前，广州酒家的餐饮直营门店总数达到36家，其中“广州酒家”品牌直营门店数量为22家。

头部企业销售渠道多样，覆盖了更广泛的消费者群体。广州酒家的销售渠道包括经销商渠道、电商渠道、线下连锁门店、社区运营渠道和商超渠道，2022年，广州酒家经销的销售收入达3亿元，占比达到56.4%。从线上线下渠道来看，广州酒家聚焦于线下渠道，2022年线下销售渠道营业收入达到31.8亿元，占比为77.35%。广州酒家多元化的销售渠道为其覆盖了更广泛的消费者群体，也有利于扩大品牌影响力和市场份额。 [22]

未来，广式月饼行业竞争将愈发激烈，但头部企业市场地位稳固。 [22]

广式月饼行业竞争格局的变化主要有以下几方面原因： [22]

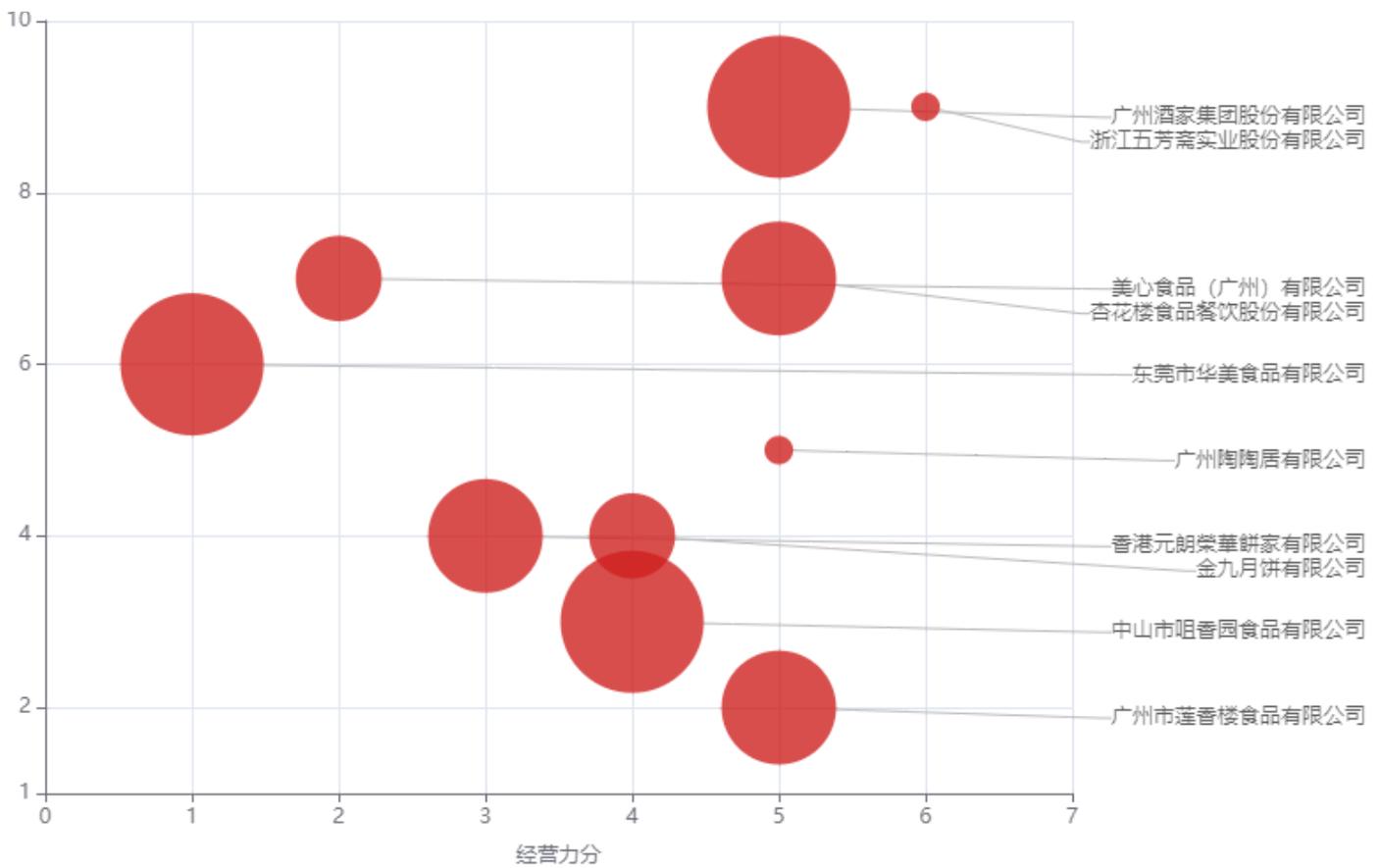
头部企业具备规模效应。华美拥有广东东莞、湖北仙桃、河北保定3个厂区，有十多条现代化生产线和数千名员工。华美主要专注于月饼、饼干、糕点等食品的生产与销售，在生产方面，其月饼日产能超过350万个，糕饼日产能在120吨以上。华美规模化生产的能力使其能够满足大量的市场需求，持续性占据较大的市场份额。

月饼行业门槛低，新进入者多，但规模以中下区间为主。2023年以来，全国各地新增月饼注册企业980家，中国现存月饼相关企业约2.26万家。其中，广东省的月饼企业数量最多，占全国相关企业总量的11.26%。从企业注册资本来看，其中注册资本在10-50万元之间的企业占比最高，为23.1%。

头部企业多业务布局，营业收入持续增长，竞争优势持续提升。近年来，预制菜概念备受瞩目，而广州酒家是早期涉足预制菜领域的餐饮企业之一。2022年，广州酒家的速冻食品业务营业收入仅次于其月饼产品收入，达到10.6亿元。2023年3月7日，广州酒家公告拟与六位合伙人共同出资设立广东广梅预制菜产业投资基金合伙企业，其中，广州酒家出资6,000万元，占据30%的份额。 [22]

气泡大小表示：产品力(分)

品牌力分



上市公司速览

广州酒家集团股份有限公司 (603043)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	38.8亿元	16.03	36.41

上海元祖梦果子股份有限公司 (603886)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	21.6亿元	1.41	61.77

桃李面包股份有限公司 (603866)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	50.7亿元	0.77	23.30

浙江五芳斋实业股份有限公司 (603237)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	24.2亿元	6.71	38.57

[18] 1: <https://www.stcn.c...> | 2: 广州酒家年报、证券时报

[19] 1: 广州酒家年报

[20] 1: <https://www.huam...> | 2: 华美官网

[21] 1: 企查查

[22] 1: <https://www.stcn.c...> | 2: <https://mp.weixin....> | 3: 证券时报、二手信息

[23] 1: <http://www.lianxia...> | 2: 企业官网

[24] 1: 淘宝、京东

[25] 1: <https://www.wing...> 2: <https://www.gzr.co...> 3: 企业官网

广式月饼代表企业分析^[26]

1 美心食品（广州）有限公司

· 公司信息

企业状态	开业	注册资本	9500万人民币
企业总部	广州市	行业	食品制造业
法人	梁贵基	统一社会信用代码	9144010176767713XL
企业类型	有限责任公司(台港澳法人独资)	成立时间	2004-10-29
品牌名称	美心食品（广州）有限公司		
经营范围	医用口罩零售;医用口罩批发;土地使用权租赁;水产品收购;农产品的生产、销售、加工、运输... 查看更多		

· 竞争优势

多元化经营和创新能力。美心西饼作为美心集团的一部分，拥有丰富的产品线，包括各种口味的面包、蛋糕、月饼等。同时，美心西饼在产品研发方面表现出色，不断推出创新产品，如流心月饼等，满足消费者的不同需求。较高的品牌知名度和口碑。美心西饼作为香港知名品牌，在消费者中享有很高的知名度和良好的口碑。其产品质量可靠、口感良好，深受消费者喜爱。销售网络和渠道广泛。美心西饼在香港拥有众多的门店，同时也在中国内地和其他地区积极拓展市场，通过建立广泛的销售网络和渠道，使更多的消费者能够方便地购买到美心西饼的产品。

2 东莞市华美食品有限公司

· 公司信息

企业状态	开业	注册资本	4800万人民币
企业总部	东莞市	行业	食品制造业
法人	袁旭培	统一社会信用代码	91441900617687236C
企业类型	有限责任公司（非自然人投资或控股的法人独资）	成立时间	1995-12-18
品牌名称	东莞市华美食品有限公司		
经营范围	许可项目：食品生产；食品销售；餐饮服务；出版物批发；出版物零售；食品互联网销售。... 查看更多		

· 竞争优势

在营销策略上，华美月饼在营销策略上也有所突破。华美食品集团计划今年继续发力电商，通过电商直播拉近与年轻消费群体的互动交流，扩大年轻市场的消费占比。在产品产能上，华美月饼拥有的自动化生产线已达数十条，其中多条生产线从欧洲与日本引进，月饼日产能超350万个，糕饼日产能达120吨以上，总产量跃居全国第一。产品种类多样。华美月饼在传统口味的基础上推陈出新，包括流心月饼、苏式月饼、北方脆皮月饼等，以及独创的常温冰皮、并线生产、月饼皮馅极致比例、曲奇皮月饼等技术应用，为消费者带来新的味觉享受。

3 广州酒家集团股份有限公司【603043】



· 公司信息

企业状态	开业	注册资本	56877.0805万人民币
企业总部	广州市	行业	水上运输业
法人	徐伟兵	统一社会信用代码	91440101633208952W
企业类型	股份有限公司(上市、国有控股)	成立时间	1992-05-11
品牌名称	广州酒家集团股份有限公司	股票类型	A股
经营范围	停车场经营;冷库租赁服务;商品零售贸易(许可审批类商品除外);房屋租赁;物业管理;互联... 查看更多		

· 财务数据分析

财务指标	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023(Q1)
销售现金流/营业收入	1.1	1.09	1.09	1.11	1.11	1.08	1.11	-	-	-
资产负债率(%)	28.0323	26.2185	28.4142	19.351	20.3131	24.5698	33.317	33.909	39.584	39.486
营业总收入同比增长(%)	5.5029	11.6544	11.4892	13.0756	15.8923	19.3752	8.5445	18.325	5.718	23.088
归属净利润同比增长(%)	2.1185	4.265	13.6737	27.6156	12.7913	0.0585	20.6868	-	-	-
应收账款周转天数(天)	11.063	10.8233	11.1695	10.7547	9.5855	11.1169	13.9119	12	12	16
流动比率	2.3188	2.6141	2.4948	4.1745	3.8107	2.6526	1.9376	2.324	1.157	1.325
每股经营现金流(元)	0.72	0.77	1.06	1.0415	1.1783	1.1916	1.9991	1.289	1.466	0.266
毛利率(%)	52.9958	52.3108	52.9441	53.1498	54.6559	52.7511	39.3284	92.09	-	-
流动负债/总负债(%)	99.621	98.8391	99.2753	99.506	93.7843	90.3453	93.3608	66.232	62.067	59.718
速动比率	2.0353	2.2624	2.1624	3.7017	2.7894	2.2222	1.7178	2.038	0.942	1.131

摊薄总资产收益率(%)	23.7809	21.7393	21.3745	19.7976	16.5714	14.1109	13.7157	12.868	9.748	1.167
营业总收入滚动环比增长(%)	-	-	-56.9831	-50.2517	-57.2027	-57.4411	-55.2763	-	-	-
扣非净利润滚动环比增长(%)	-	-	-37.9005	-14.4852	-65.4944	-76.0494	-73.6425	-	-	-
加权净资产收益率(%)	35.65	30.46	30.66	26.35	21.16	18.65	19.72	-	-	-
基本每股收益(元)	0.64	0.66	0.75	0.8981	0.9503	0.9508	1.1475	0.9859	0.9156	0.1218
净利率(%)	14.3737	13.3361	13.7278	15.6103	15.1101	12.6602	14.1213	14.5218	12.9563	8.5696
总资产周转率(次)	1.6545	1.6301	1.557	1.2682	1.0967	1.1146	0.9713	0.898	0.77	0.155
归属净利润滚动环比增长(%)	-	-	-39.0427	-10.1349	-64.0469	-77.3033	-70.097	-	-	-
每股公积金(元)	-	-	-	1.3979	1.404	1.4129	1.43	0.8326	0.8855	0.8925
存货周转天数(天)	39.1496	39.06	43.6967	43.4085	46.0641	50.0028	40.1907	39	42	42
营业总收入(元)	15.55亿	17.37亿	19.36亿	21.89亿	25.37亿	30.29亿	32.87亿	38.90亿	41.12亿	9.20亿
每股未分配利润(元)	2.4943	1.2208	1.4087	1.5271	2.0472	2.5252	3.2666	2.9373	3.3861	3.5241
稀释每股收益(元)	0.64	0.66	0.75	0.8981	0.9503	0.9508	-	-	-	-
归属净利润(元)	2.25亿	2.35亿	2.67亿	3.40亿	3.84亿	3.84亿	4.64亿	5.58亿	5.20亿	6924.55万
扣非每股收益(元)	0.63	0.65	0.74	0.8727	0.9125	0.9226	1.1162	0.9304	0.8385	0.1158
经营现金流/营业收入	0.72	0.77	1.06	1.0415	1.1783	1.1916	1.9991	1.289	1.466	0.266

竞争优势

品牌多元化。广州酒家旗下拥有“广州酒家”、“陶陶居”、“粮丰园”等多个品牌，多元化的品牌矩阵使得广州酒家在市场上具有较高影响力。具备产品服务优势。广州酒家以其粤菜文化底蕴赢得市场认可。例如，广州酒家的月饼系列备受好评，被誉为“正宗广式月饼”的代表。具备地理位置优势。广州酒家属于广州本地的餐饮品牌，其地理位置优势明显，能够充分利用华南地区的资源和市场优势。

法律声明

权利归属：头豹上关于页面内容的补充说明、描述，以及其中包含的头豹标识、版面设计、排版方式、文本、图片、图形等，相关知识产权归头豹所有，均受著作权法、商标法及其它法律保护。

尊重原创：头豹上发布的内容（包括但不限于页面中呈现的数据、文字、图表、图像等），著作权均归发布者所有。头豹有权但无义务对用户发布的内容进行审核，有权根据相关证据结合法律法规对侵权信息进行处理。头豹不对发布者发布内容的知识产权权属进行保证，并且尊重权利人的知识产权及其他合法权益。如果权利人认为头豹平台上发布者发布的内容侵犯自身的知识产权及其他合法权益，可依法向头豹（联系邮箱：support@leadleo.com）发出书面说明，并提供具有证明效力的证据材料。头豹在书面审核相关材料后，有权根据《中华人民共和国侵权责任法》等法律法规删除相关内容，并依法保留相关数据。

内容使用：未经发布方及头豹事先书面许可，任何人不得以任何方式直接或间接地复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编上述内容，或用于任何商业目的。任何第三方如需转载、引用或基于任何商业目的使用本页面上的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等），可根据页面相关的指引进行授权操作；或联系头豹取得相应授权，联系邮箱：support@leadleo.com。

合作维权：头豹已获得发布方的授权，如果任何第三方侵犯了发布方相关的权利，发布方或将授权头豹或其指定的代理人代表头豹自身或发布方对该第三方提出警告、投诉、发起诉讼、进行上诉，或谈判和解，或在认为必要的情况下参与共同维权。

完整性：以上声明和本页内容以及本平台所有内容（包括但不限于文字、图片、图表、视频、数据）构成不可分割的部分，在未仔细阅读并认可本声明所有条款的前提下，请勿对本页面以及头豹所有内容做任何形式的浏览、点击、引用或下载。