

食品饮料2月月报

春节带动线下全品类高增

▶ 线下饮品端：2月承德露露销售额同环比增速领先

受益春节销售，马上赢数据显示2月各品类同比均实现超70%增速，其中白酒与饮料同比增速超90%。白酒销售额同比+180%而环比+104%，同环比增速均领先其他品类。饮料销售额同比+91%且环比+86%，重点公司中，承德露露与香飘飘同比增速领先，且承德露露环比增速同样亮眼，主要受益于节庆送礼场景，公司也审时度势推出品牌龙年限定罐等并且加大优惠力度。乳制品销售额同比+74%且环比+5%，而啤酒销售额同比+71%且环比+72%。

▶ 线下食品端：2月调味品同比更优而零食环比更优

调味品相对刚需而零食重点公司多为小零食而非礼盒，故两个品类同环比增速较饮品相对更低，但同样实现双位数正增。马上赢数据显示2月调味品销售额同比+54%，环比+18%，重点公司海天、中炬、千禾、天味销售额同环比均正增，其中天味增速领先。零食销售额同比+49%、环比+52%，重点公司受益于春节销售额均有不错表现，同比均实现40%+增速，其中盐津环比增速更高，且渠道与大单品扩张的长期增长逻辑不变。

▶ 线上端：2月零食销售额同比表现优于保健品与宠物

魔镜数据显示2月零食销售额在淘系的同比表现最优。2月零食-坚果-特产淘系销售额同比下滑最少，同比-5.48%，或由于零食礼盒销售表现较好，部分零食企业表现优于整体，其中好想你、洽洽、甘源、三只松鼠分别实现销售额同比增长+42.94%/+24.05%/+21.78%/21.72%。2月淘系保健品销售额同比减少33.84%、环比减少19.67%，重点公司中汤臣倍健2月淘系销售额同比减少37.03%；而2月宠物食品及用品淘系销售额同比-36.58%。

▶ 投资建议：关注有结构性机会的细分板块

在挤压增长下寻求有结构性机会的细分板块，建议大众品把握高成长低估值，需求优先战略，看好符合性价比消费的东鹏饮料，盐津铺子，健康消费的汤臣倍健，千禾味业等。白酒春节情况明朗，Q1回款进度持续推进，但动销层面进入淡季，标的上优先选择有相对明确的增长动能、Q1乃至全年业绩确定性更高、目前在所处价格带或所处区域有更强竞争力、估值风险较低的标的，如茅台、五粮液、汾酒、今世缘、古井、迎驾等。

风险提示：食品安全风险、竞争加剧风险、成本波动风险。

投资建议：强于大市（维持）

上次建议：强于大市

相对大盘走势



作者

分析师：陈梦瑶

执业证书编号：S0590521040005

邮箱：cmy@glsc.com.cn

联系人：吴雪枫

邮箱：wxuef@glsc.com.cn

相关报告

1、《食品饮料：现阶段如何看待啤酒行业的量价问题？》2024.03.07

2、《食品饮料：线下食品销售额同比表现优于饮品》2024.02.20

正文目录

1. 月度行情复盘：绝味获北上增资领先	4
1.1 走势及估值：调味品涨幅领先细分行业	4
1.2 北上持仓：绝味获增持较多	5
2. 基本面追踪：春节带动全品类正增	6
2.1 销售数据更新：线下白酒同环比增速最高	6
2.2 原材料价格预判：猪价或低位震荡	15
2.3 宏观数据：新增贷款环比延续提升	19
3. 投资建议：把握细分成长机会	20
4. 风险提示	20

图表目录

图表 1： 2 月全 A 行业涨跌幅	4
图表 2： 2 月食饮细分板块涨跌幅	4
图表 3： 食饮月涨幅前十个股	4
图表 4： 2019/02-2024/02 全 A 行业 PE (TTM) 分位数	5
图表 5： 食品饮料个股北上资金持仓及月度和年度的变动	6
图表 6： 2 月线下各品类销售变动情况	7
图表 7： 2 月酒类重点跟踪公司线下销售情况	8
图表 8： 2 月饮料重点跟踪公司线下销售情况	8
图表 9： 2 月乳制品重点跟踪公司线下销售情况	9
图表 10： 2 月调味品重点跟踪公司线下销售情况	9
图表 11： 2 月零食和预制菜重点跟踪公司线下销售情况	10
图表 12： 线上零食类销售额 (天猫淘宝)	11
图表 13： 线上零食类销量 (天猫淘宝)	11
图表 14： 线上零食类客单价 (天猫淘宝)	11
图表 15： 2 月线上零食重点企业销售数据 (天猫淘宝)	11
图表 16： 线上保健品销售额 (天猫淘宝)	12
图表 17： 线上保健品销售量 (天猫淘宝)	12
图表 18： 线上保健品销售客单价 (天猫淘宝)	12
图表 19： 汤臣倍健淘系平台线上销售额	13
图表 20： 宠物食品及用品线上销售额 (天猫淘宝)	13
图表 21： 宠物食品及用品线上销售量 (天猫淘宝)	14
图表 22： 宠物食品及用品线上客单价 (天猫淘宝)	14
图表 23： 麦富迪线上销售额 (天猫淘宝)	14
图表 24： 爵宴线上销售额 (天猫淘宝)	14
图表 25： 中宠旗下品牌线上销售额 (天猫淘宝)	15
图表 26： 小麦价格 (价格：元/吨)	15
图表 27： 大豆价格 (元/吨)	15
图表 28： 玉米价格 (元/吨)	16
图表 29： 白糖价格 (价格：元/吨)	16
图表 30： 花生油价格 (单位：元/吨)	16
图表 31： 棕榈油价格 (单位：元/吨)	16
图表 32： 猪肉价格 (单位：元/公斤)	17
图表 33： 牛肉价格 (元/公斤)	17
图表 34： 肉鸡价格 (单位：元/公斤)	17
图表 35： 鸡蛋价格 (单位：元/公斤)	17

图表 36:	毛鸭价格 (价格: 元/公斤)	17
图表 37:	玻璃价格 (单位: 元/吨)	18
图表 38:	铝价格 (单位: 元/吨)	18
图表 39:	PET 价格 (单位: 元/吨)	19
图表 40:	瓦楞纸价格 (单位: 元/吨)	19
图表 41:	GDP 累计值 (季度)	19
图表 42:	CPI-PPI	19
图表 43:	新增人民币贷款	19
图表 44:	消费者信心指数 (%)	19
图表 45:	社会消费品零售额	20
图表 46:	餐饮业社会消费品零售额	20

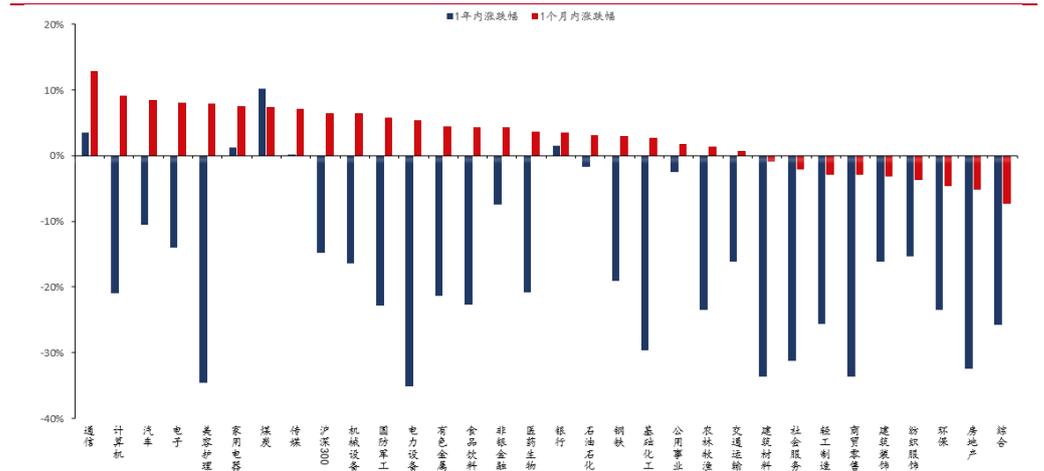
1. 月度行情复盘：绝味获北上增资领先

1.1 走势及估值：调味品涨幅领先细分行业

1.1.1 涨跌幅表现

涨跌幅表现：食品饮料2月涨跌幅在31个申万一级行业中排名第14，涨跌幅为+4.2%，涨幅略弱于沪深300（+6.4%）。

图表1：2月全A行业涨跌幅

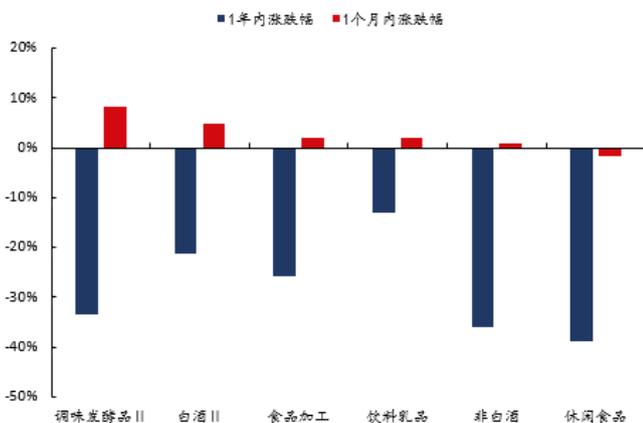


资料来源：iFinD，国联证券研究所

从细分行业来看，2月子板块多数上涨，调味发酵品+9.4%，白酒+4.8%，食品加工+2.1%，饮料乳品+1.9%，非白酒+0.9%，休闲食品-1.7%。

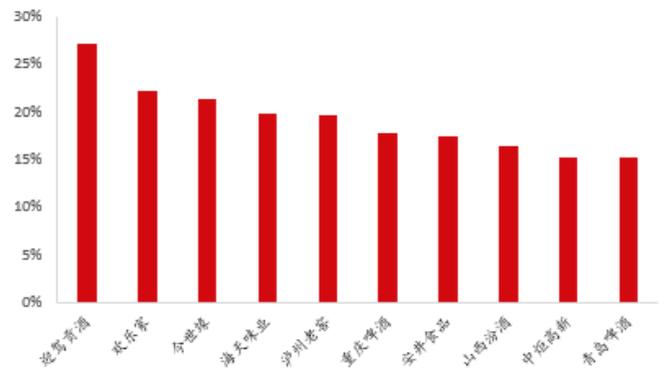
个股方面，2月迎驾贡酒（+27.24%）、欢乐家（+22.25%）、今世缘（+21.47%）、海天味业（+19.83%）、泸州老窖（+19.72%）涨幅分列前五。

图表2：2月食品饮料细分板块涨跌幅



资料来源：iFinD，国联证券研究所

图表3：食品饮料月涨幅前十个股

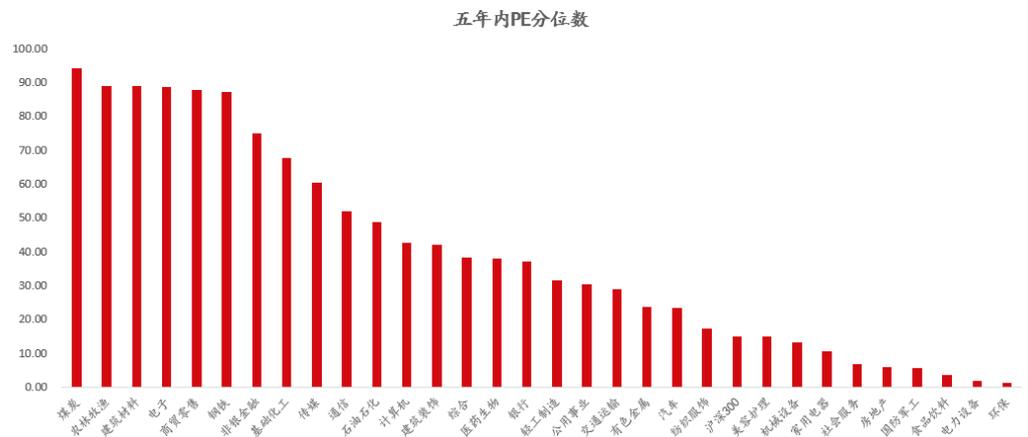


资料来源：iFinD，国联证券研究所

1.1.2 估值分位数表现

食品饮料板块 5 年内估值分位数为 3.70%，环比 1 月底分位数有所回升。2019/02-2024/02 沪深 300 的 PE 分位数为 14.98%，估值分位数同样有所回升，结束 1 月延续下滑态势。食品饮料细分子板块中个股表现分化，白酒中贵州茅台、今世缘、舍得、水井坊、洋河、汾酒、五粮液、泸州老窖、口子窖、古井贡酒等，大众品中青啤、燕京、重啤、盐津、甘源、洽洽等均处于五年内分位数 10% 以内。

图表4：2019/02-2024/02 全 A 行业 PE (TTM) 分位数



资料来源：iFind，国联证券研究所

1.2 北上持仓：绝味获增持较多

1.2.1 持仓情况

北上资金在贵州茅台、重庆啤酒、东鹏饮料、伊利股份、中炬高新、安琪酵母、洽洽食品、安井食品等个股上持仓份额较高，达到 5% 以上。

1.2.2 持仓变动情况

味知香获增持较多。2 月北上资金增持较多的标的为味知香 (+1.17%)、佳禾食品 (+0.93%)、皇氏集团 (+0.89%)、水井坊 (+0.86%)、舍得酒业和东鹏饮料 (均+0.84%)。而广州酒家 (-1.18%)、泉阳泉 (-1.14%)、涪陵榨菜 (-0.82%)、燕京啤酒 (-0.52%)、洽洽食品 (-0.52%) 相对减持较多。

图表5：食品饮料个股北上资金持仓及月度和年度的变动

所属板块	2023/2/29	公司名称	2024/2/29	2024/1/31	2023/3/1	近一个月变动(%)	近一年变动(%)
白酒II	603589.SH	口子窖	3.51	3.04	2.43	0.47	1.08
	603919.SH	金徽酒	0.73	0.80	0.50	-0.07	0.23
	600199.SH	金种子酒	1.52	1.46	0.00	0.06	1.52
	600559.SH	老白干酒	2.01	1.68	1.81	0.33	0.20
	600779.SH	水井坊	3.79	2.97	6.52	0.82	-2.73
	600197.SH	伊力特	0.34	0.25	0.38	0.09	-0.04
	600519.SH	贵州茅台	7.20	6.91	7.24	0.29	-0.04
	002646.SZ	天佑德酒	1.03	1.15	0.51	-0.12	0.52
	600809.SH	山西汾酒	2.31	2.06	3.38	0.25	-1.07
	000858.SZ	五粮液	4.53	4.22	6.55	0.31	-2.02
	000799.SZ	酒鬼酒	1.68	1.28	3.46	0.40	-1.78
	000729.SZ	燕京啤酒	3.33	3.76	3.70	-0.43	-0.37
	600132.SH	重啤啤酒	5.65	5.95	8.82	-0.30	-3.17
其他酒类	002568.SZ	百润股份	1.48	1.31	2.64	0.17	-1.16
	601579.SH	金鹰山	0.53	0.45	0.00	0.08	0.53
	600238.SH	海南椰岛	0.22	0.65	0.00	-0.43	0.22
	605499.SH	东鹏饮料	8.33	7.68	7.58	0.65	0.75
	000848.SZ	承德露露	1.44	1.81	4.34	-0.37	-2.90
	300997.SZ	欢乐家	1.43	1.72	0.00	-0.29	1.43
	600300.SH	维维股份	1.04	1.33	0.01	-0.29	1.03
	605300.SH	佳禾食品	1.71	0.88	0.00	0.83	1.71
	600419.SH	天润乳业	0.34	0.06	0.00	0.28	0.34
	600429.SH	三元股份	0.18	0.35	0.00	-0.17	0.18
软饮料	600597.SH	光明乳业	0.82	0.76	1.39	0.06	-0.57
	002570.SZ	贝因美	0.92	0.71	0.29	0.21	0.63
	600887.SH	伊利股份	13.14	12.37	17.75	0.77	-4.61
	600872.SH	中炬高新	5.03	5.28	4.78	-0.25	0.25
调味发酵品II	600298.SH	安琪酵母	5.32	4.69	7.08	0.63	-1.76
	002507.SZ	涪陵榨菜	4.22	4.98	7.72	-0.76	-3.50
	603027.SH	千味味业	1.26	1.03	4.76	0.23	-3.50
	003000.SZ	锦仔食品	0.61	0.66	0.00	-0.05	0.61
休闲食品	002991.SZ	甘源食品	1.03	1.16	0.01	-0.13	1.02
	002847.SZ	盐津铺子	1.27	1.50	1.86	-0.23	-0.59
	300783.SZ	三只松鼠	0.39	0.30	0.50	0.09	-0.11
	000716.SZ	黑芝麻	0.76	0.11	0.00	0.65	0.76
	603777.SH	来伊份	0.58	0.14	0.00	0.44	0.58
	002557.SZ	洽洽食品	14.84	15.47	20.50	-0.63	-5.66
	300973.SZ	点高食品	2.03	2.20	0.64	-0.17	1.39
	605339.SH	南侨食品	0.05	0.06	0.00	-0.01	0.05
	603866.SH	桃李面包	3.52	3.83	7.66	-0.31	-4.14
	603517.SH	绝味食品	3.08	3.09	3.07	-0.01	0.01
	002840.SZ	华统股份	0.23	0.48	0.00	-0.25	0.23
	603345.SH	安井食品	11.05	10.74	6.17	0.31	4.88
	605338.SH	巴比食品	0.23	0.61	0.00	-0.38	0.23
	605089.SH	味知香	1.48	0.42	1.99	1.06	-0.51
	300146.SZ	汤臣倍健	2.97	2.98	6.43	-0.01	-3.46
	002626.SZ	金达威	1.65	1.44	0.74	0.21	0.91

资料来源：iFind，国联证券研究所

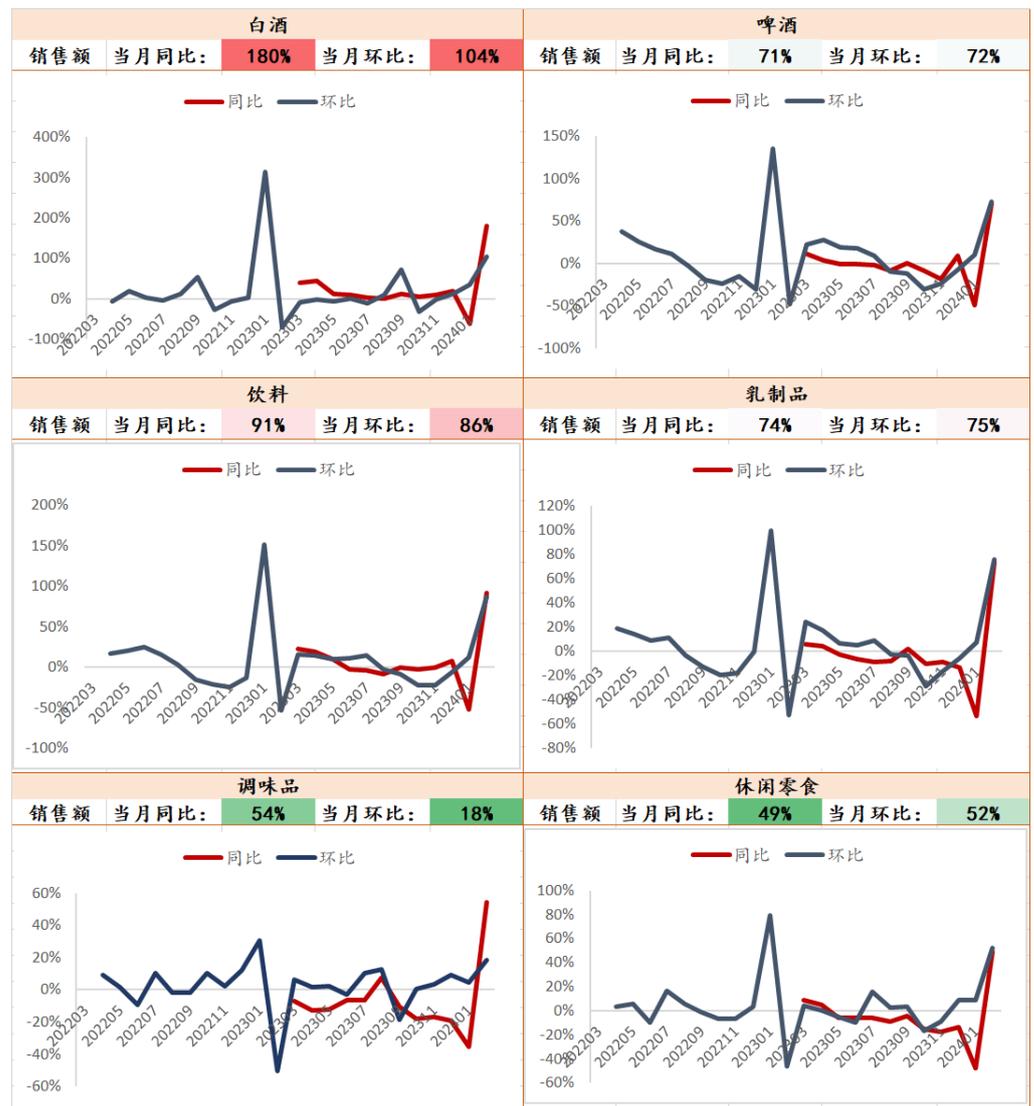
2. 基本面追踪：春节带动全品类正增

2.1 销售数据更新：线下白酒同环比增速最高

2.1.1 线下销售数据：饮品同环比增速高于食品

分品类看，2月食品饮料受益春节错期，饮品表现整体优于食品。其中白酒同环比增速均高于其他品类，同比增长180%、环比增长104%。

图表6：2月线下各品类销售变动情况



资料来源：马上赢，国联证券研究所

注：数据形式为滚动更新的连续门店数据，不一定代表整体销售情况

2月白酒与啤酒均实现较高同环比增速。白酒线下渠道样本终端动销同比增长180%，环比增长104%。而啤酒传统销售淡季，线下渠道销售额同比增速略低于白酒，但仍实现同环比均超70%的增速。重点公司中，2月重庆啤酒和百润均实现同环比正增。

图表7：2月酒类重点跟踪公司线下销售情况



资料来源：马上赢，国联证券研究所

注：数据形式为滚动更新的连续门店数据，不一定代表整体销售情况

随着春节刺激消费，饮料线下渠道同比增长 91%，环比增长 86%，除白酒外表现最好。重点公司中，2月东鹏饮料终端动销同比正增，主要系省内精耕省外加速以及新品铺货，此外在春节时点通过营销手法与春运潮深度绑定。承德露露和香飘飘线下销售额均实现同环比正增，且承德露露环比表现亮眼，主要受益于节庆送礼场景，公司也审时度势推出品牌龙年限定罐等并且加大优惠力度。

图表8：2月饮料重点跟踪公司线下销售情况

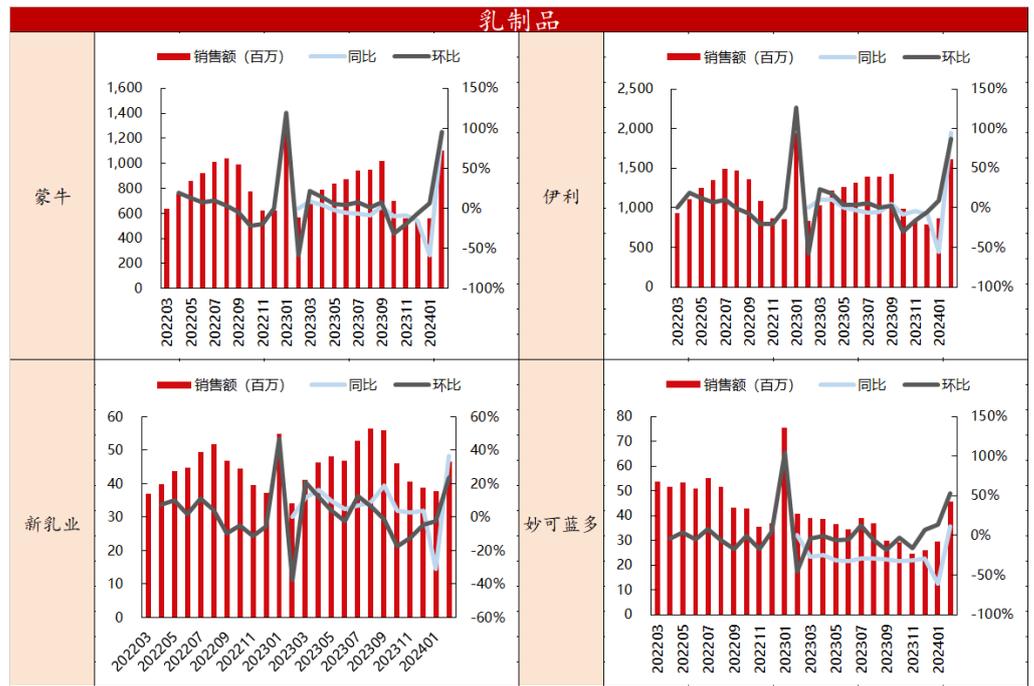


资料来源：马上赢，国联证券研究所

注：数据形式为滚动更新的连续门店数据，不一定代表整体销售情况

新年礼赠动销带动乳制品销售额同环比改善。2月乳制品销售额同比增长 74%而环比增长 75%，重点公司中，蒙牛与伊利同环比增速高于同行，而新乳业与妙可蓝多也均实现同环比正增。

图表9：2月乳制品重点跟踪公司线下销售情况

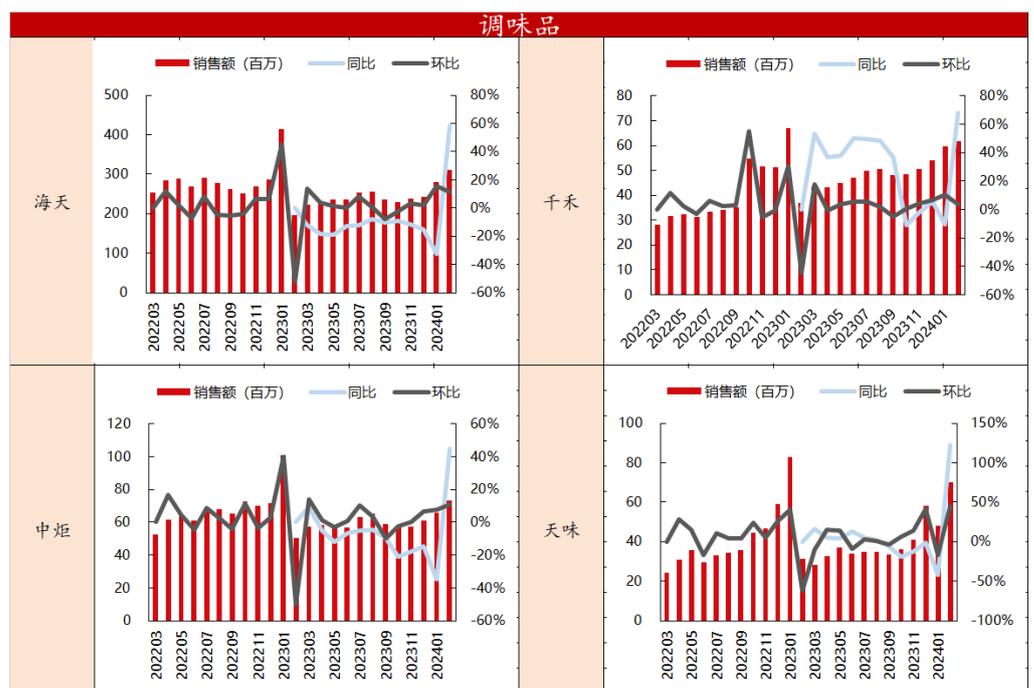


资料来源：马上赢，国联证券研究所

注：数据形式为滚动更新的连续门店数据，不一定代表整体销售情况

调味品 2 月线下销售额同环比同样实现正增。重点公司中 2 月海天、中炬、天味、千禾销售额均实现同环比正增，其中天味增速领先。

图表10：2月调味品重点跟踪公司线下销售情况

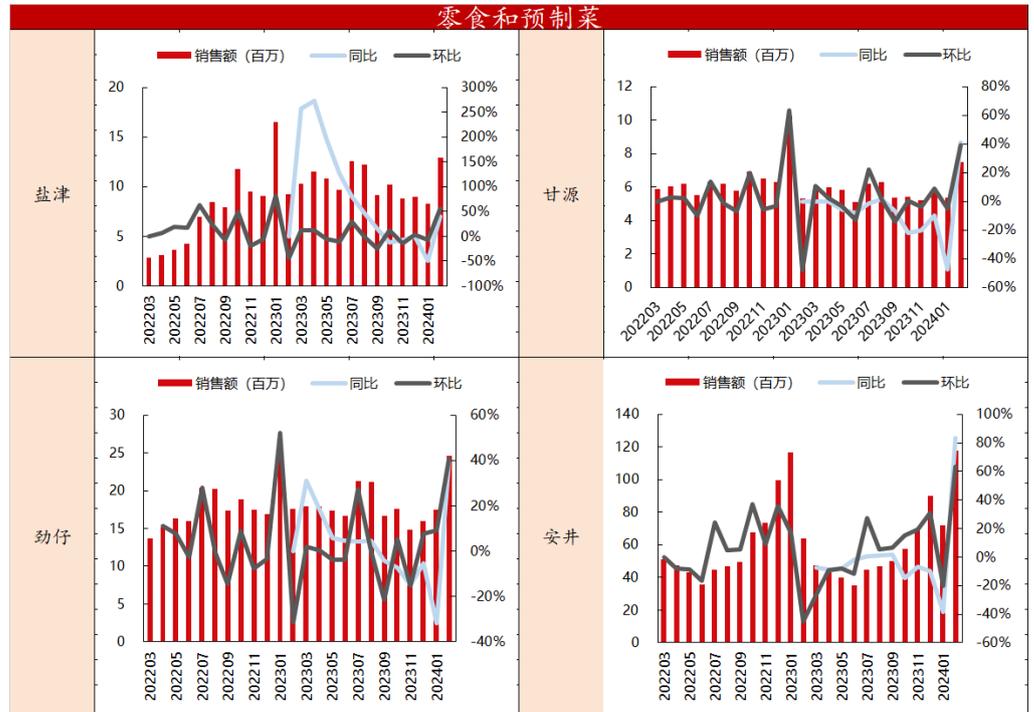


资料来源：马上赢，国联证券研究所

注：数据形式为滚动更新的连续门店数据，不一定代表整体销售情况

休闲零食线下销售额同环比均实现较高增速。重点公司以日常小零食而非礼盒销售为主，但仍受益于春节销售额均有不错表现，同比均实现 40%+ 增速，其中盐津环比增速更高，且渠道与大单品扩张的长期增长逻辑不变。

图表11：2月零食和预制菜重点跟踪公司线下销售情况



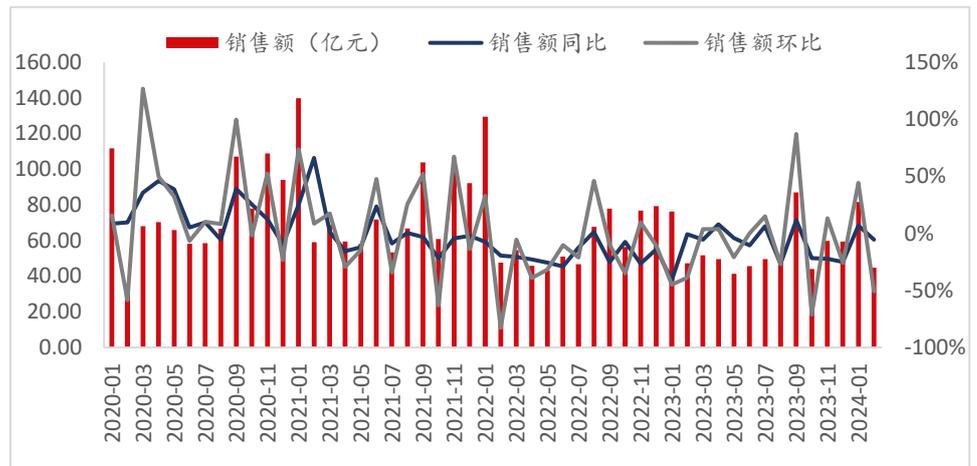
资料来源：马上赢，国联证券研究所

注：数据形式为滚动更新的连续门店数据，不一定代表整体销售情况

2.1.2 线上销售数据：零食同比表现更优

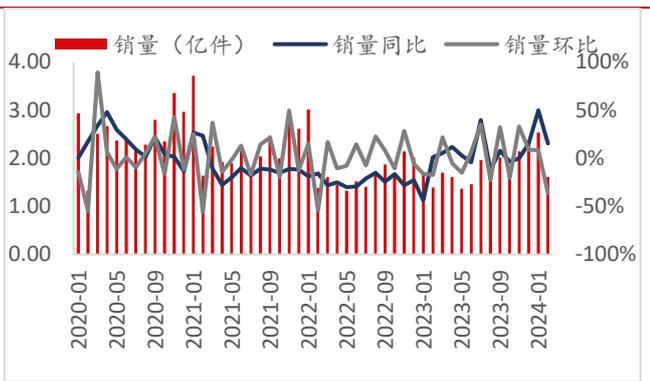
2月零食-坚果-特产线上销售额(天猫+淘宝)同比下滑 5.48%，环比下滑 45.30%。拆分量价看：线上销量同比增长 15.57%，环比下滑 36.37%；线上客单价同比减少 18.21%，环比下滑 14.04%，延续量增价减趋势。春节零食礼盒销售表现较好，带动部分零食企业表现优于整体，其中好想你、洽洽、甘源、三只松鼠分别实现销售额同比增长+42.94%/+24.05%/+21.78%/21.72%。

图表12: 线上零食类销售额 (天猫淘宝)



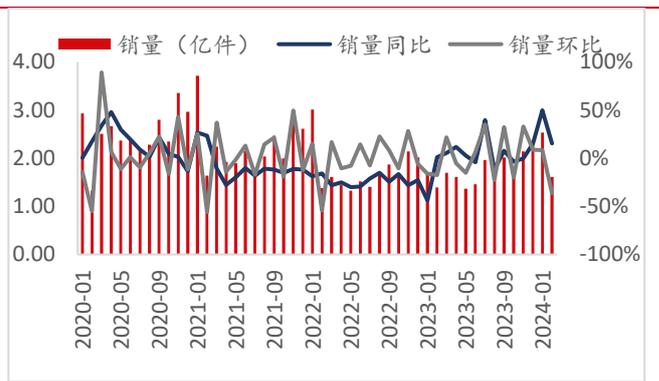
资料来源: 魔镜市场情报, 国联证券研究所

图表13: 线上零食类销量 (天猫淘宝)



资料来源: 魔镜市场情报, 国联证券研究所

图表14: 线上零食类客单价 (天猫淘宝)



资料来源: 魔镜市场情报, 国联证券研究所

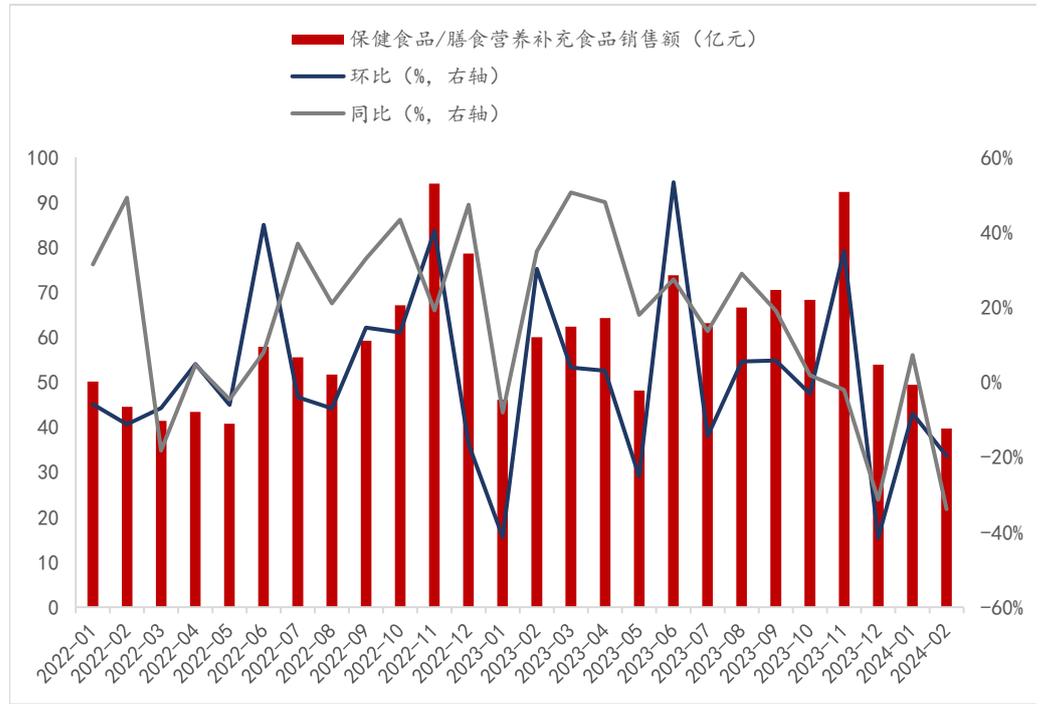
图表15: 2月线上零食重点企业销售数据 (天猫淘宝)

排名	品牌	销售额 (百万元)	同比变化	环比变化	均价 (元)
1	三只松鼠	187.87	21.72%	-68.54%	33.08
2	百草味	145.84	3.99%	-60.87%	36.46
3	乐事	114.02	309.68%	53.89%	15.80
4	良品铺子	96.25	-30.99%	-60.27%	25.66
5	旺旺	56.64	122.50%	-53.41%	29.17
6	徐福记	52.52	150.90%	-58.41%	31.55
7	德芙	49.72	7.85%	-45.26%	31.46
8	oreo/奥利奥	42.95	27.40%	-23.40%	13.96
9	比比赞	40.72	-53.34%	-56.36%	12.44
10	沃隆	40.10	170.91%	-64.78%	142.98
11	洽洽	33.39	24.05%	-50.62%	24.73
14	卫龙	29.47	-36.17%	-18.39%	17.75
19	好想你	21.32	42.94%	-56.70%	49.22
25	盐津铺子	17.41	-16.04%	-56.33%	15.97
35	甘源	12.84	21.78%	-51.25%	19.83
40	周黑鸭	12.02	-40.46%	-15.14%	24.08
41	来伊份	11.96	-47.04%	-57.03%	26.74

资料来源: 魔镜市场情报, 国联证券研究所

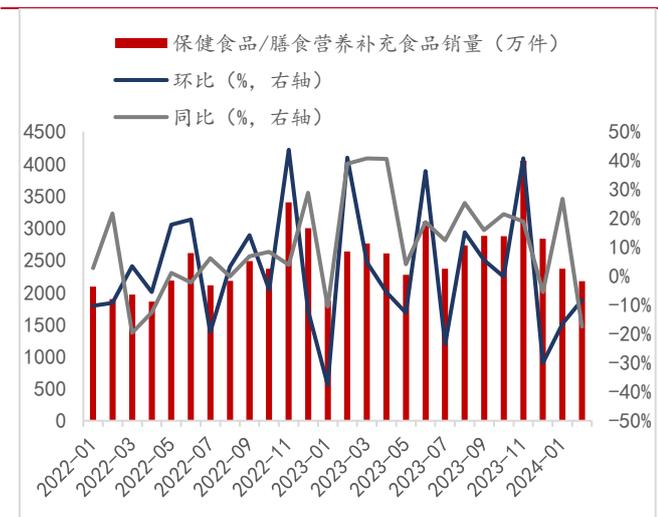
根据魔镜数据，由于高基数影响，2月淘系保健品销售额同比减少33.84%、环比减少19.67%，重点公司中汤臣倍健2月淘系销售额同比减少37.03%。拆分量价看，销量同比减少31.41%，环比下滑12.94%，均价同比下降8.19%，环比下滑7.44%。

图表16：线上保健品销售额（天猫淘宝）



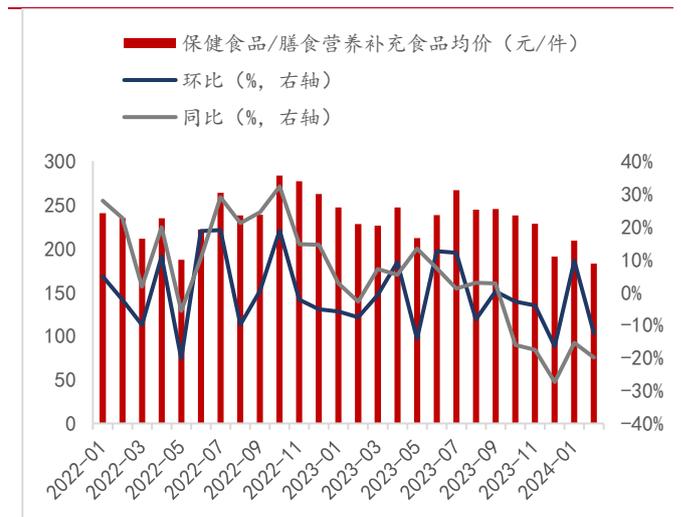
资料来源：魔镜市场情报，国联证券研究所

图表17：线上保健品销售量（天猫淘宝）



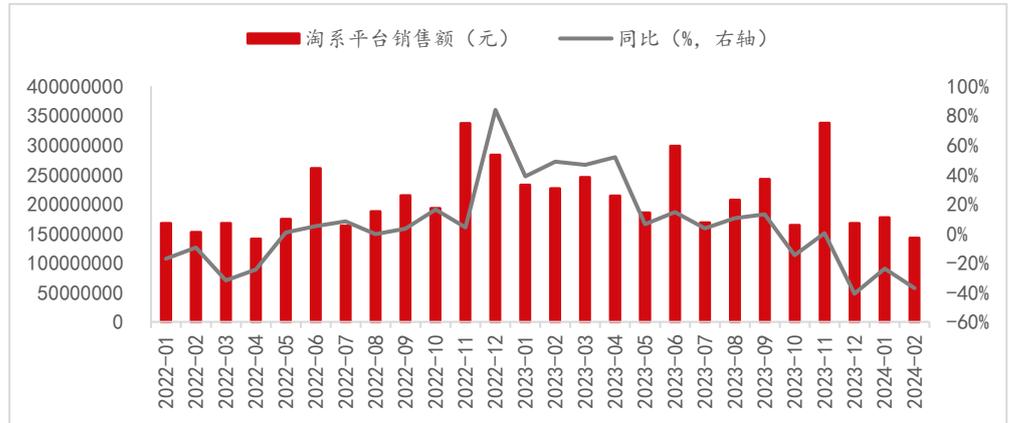
资料来源：魔镜市场情报，国联证券研究所

图表18：线上保健品销售客单价（天猫淘宝）



资料来源：魔镜市场情报，国联证券研究所

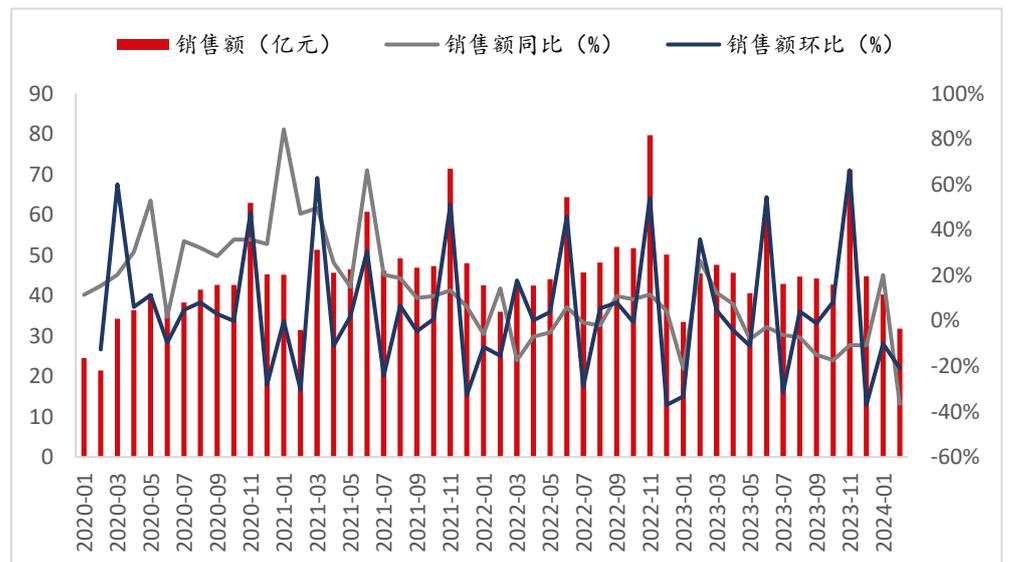
图表19：汤臣倍健淘系平台线上销售额



资料来源：魔镜市场情报，国联证券研究所

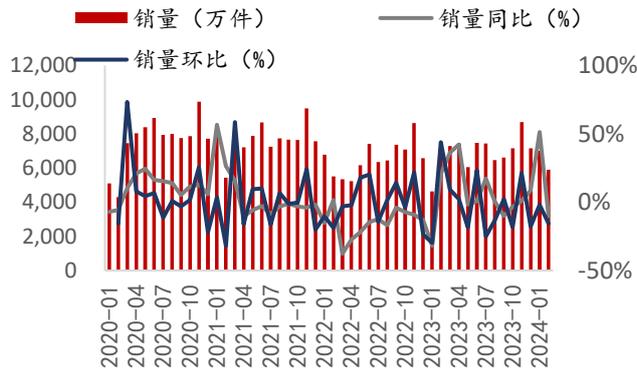
2月宠物食品及用品线上销售额(天猫淘宝)同比减少 36.58%，环比减少 20.94%。拆分量价看，销量同比减少 10.33%，环比减少 15.76%；客单价同比减少 29.28%，环比减少 6.15%。

图表20：宠物食品及用品线上销售额（天猫淘宝）



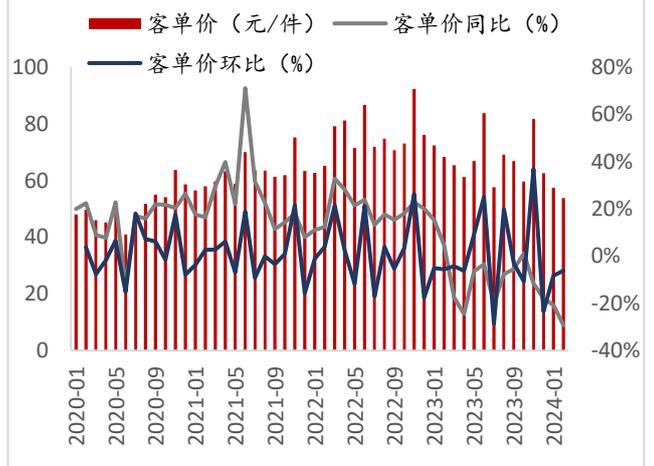
资料来源：魔镜市场情报，国联证券研究所

图表21: 宠物食品及用品线上销售量 (天猫淘宝)



资料来源: 魔镜市场情报, 国联证券研究所

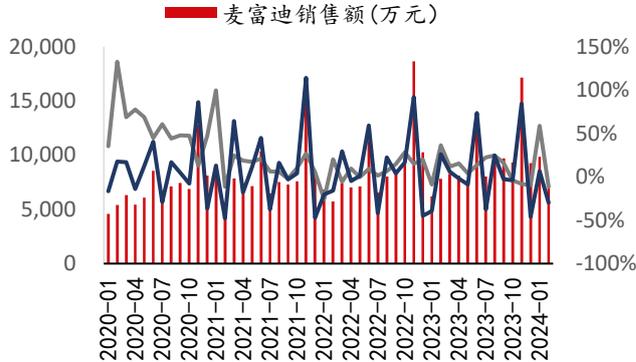
图表22: 宠物食品及用品线上客单价 (天猫淘宝)



资料来源: 魔镜市场情报, 国联证券研究所

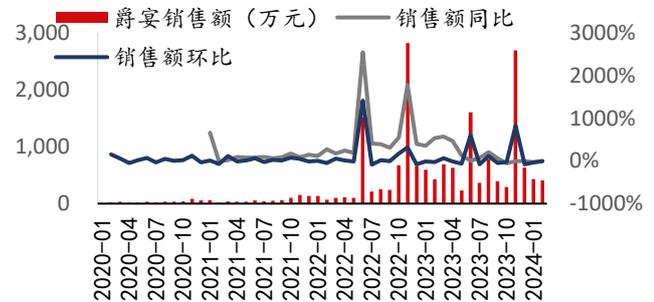
宠物上市公司品牌销售同比表现分化。2月中宠旗下品牌顽皮/Zeal/Toptrees 淘系销售额同比变动-41.12%/-17.71%/+49.83%; 乖宝集团旗下麦富迪淘宝销售额同比下滑 11.45%; 而佩蒂旗下爵宴销售额同比下滑 3.55%。

图表23: 麦富迪线上销售额 (天猫淘宝)



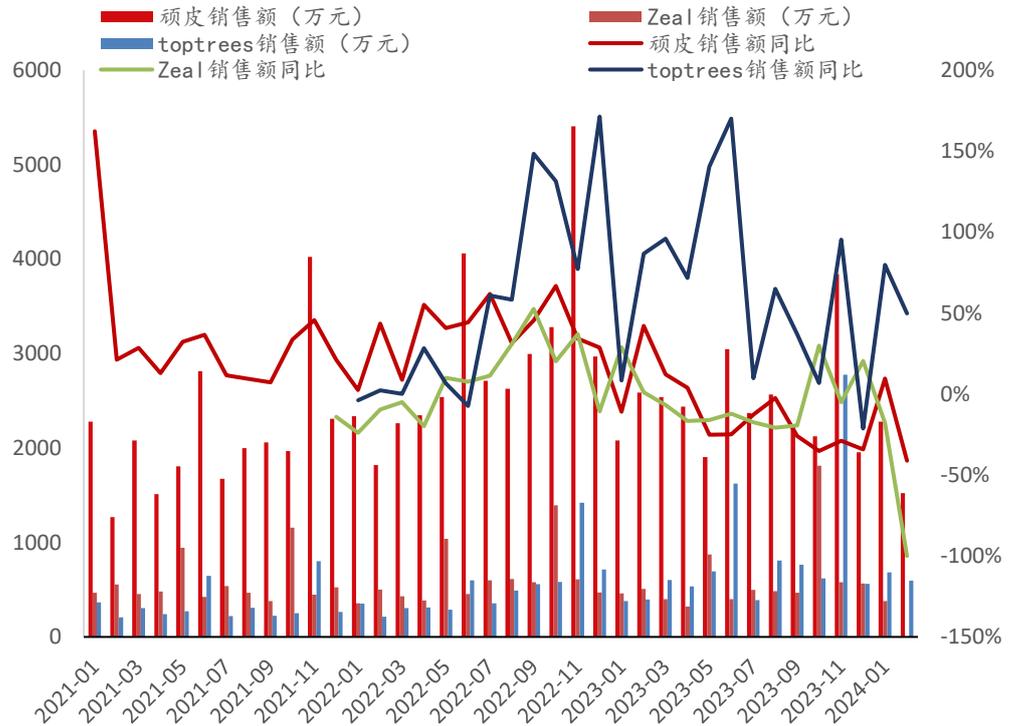
资料来源: 魔镜市场情报, 国联证券研究所

图表24: 爵宴线上销售额 (天猫淘宝)



资料来源: 魔镜市场情报, 国联证券研究所

图表25：中宠旗下品牌线上销售额（天猫淘宝）



资料来源：魔镜市场情报，国联证券研究所

2.2 原材料价格预判：猪价或低位震荡

小麦：2月市场价继续呈现震荡下跌，终端需求低迷，预计价格维持偏弱走势。

大豆：大豆增产丰收，下游出口不够，消费不及预期，价格继续延续下滑趋势。

玉米：近期玉米价格企稳小涨，幅度有限。此外节后天气不出现大幅升温，关注节后下游备货需求以及库存情况，预计3月玉米震荡调整为主。

白糖：春节后存在需求季节性回落，预计白糖价格震荡偏弱走势。

图表26：小麦价格（价格：元/吨）



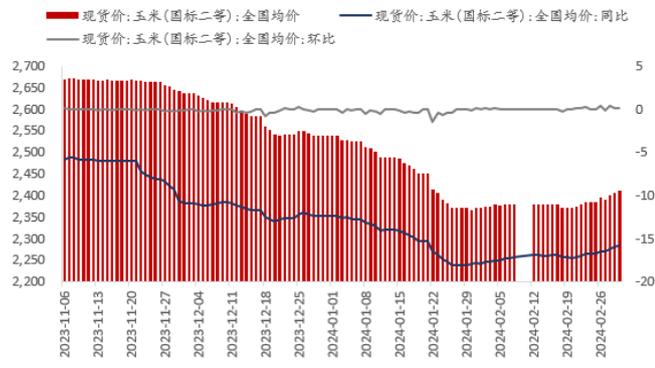
资料来源：汇易网，iFinD，国联证券研究所

图表27：大豆价格（元/吨）



资料来源：汇易网，iFinD，国联证券研究所

图表28：玉米价格（元/吨）



资料来源：汇易网，iFinD，国联证券研究所

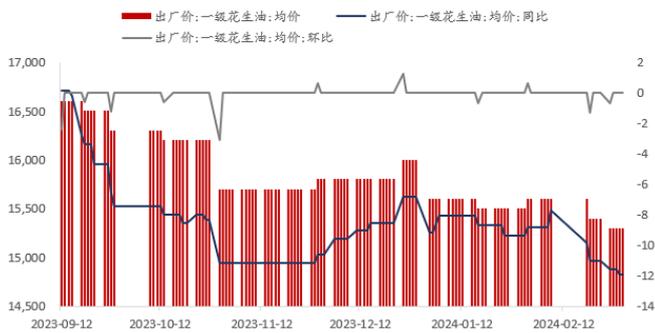
图表29：白糖价格（价格：元/吨）



资料来源：生意社，iFinD，国联证券研究所

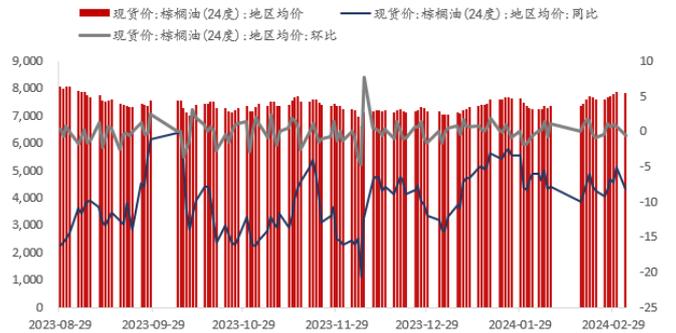
油脂：供应保持宽松，预计震荡下行。豆油方面，供应将小幅收紧，库存预计维持当前水平。棕榈油方面，产地减产季延续，产量和出口均下滑。国内供应边际递减，需求进入淡季。菜油方面，加拿大进口菜籽陆续到港，库存压力依旧。

图表30：花生油价格（单位：元/吨）



资料来源：汇易网，国家粮油信息中心，iFinD，国联证券研究所

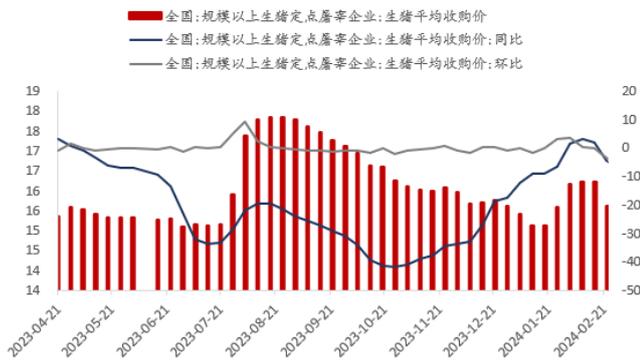
图表31：棕榈油价格（单位：元/吨）



资料来源：汇易网，国家粮油信息中心，iFinD，国联证券研究所

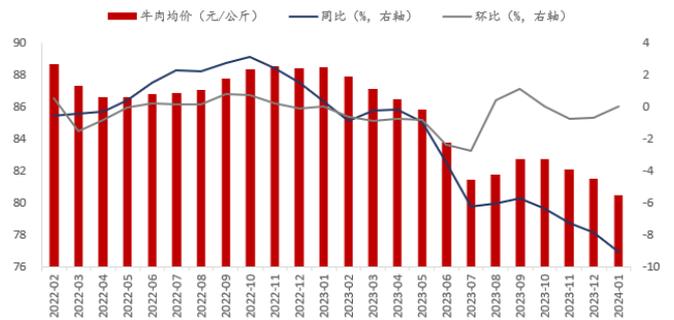
猪：3月出栏计划较2月有所提升，需求维持疲弱态势，预计猪价低位震荡；牛肉维持下行趋势。

图表32: 猪肉价格 (单位: 元/公斤)



资料来源: 农业农村部, 国联证券研究所

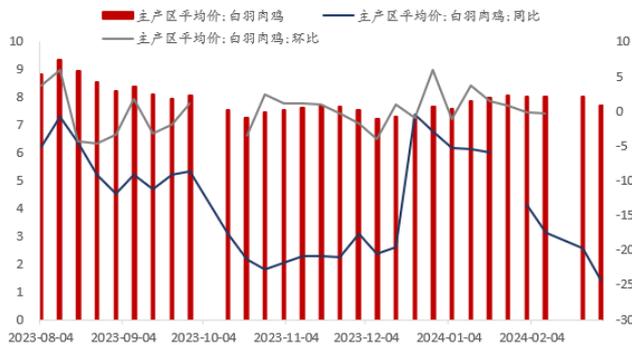
图表33: 牛肉价格 (元/公斤)



资料来源: 农业农村部, 国联证券研究所

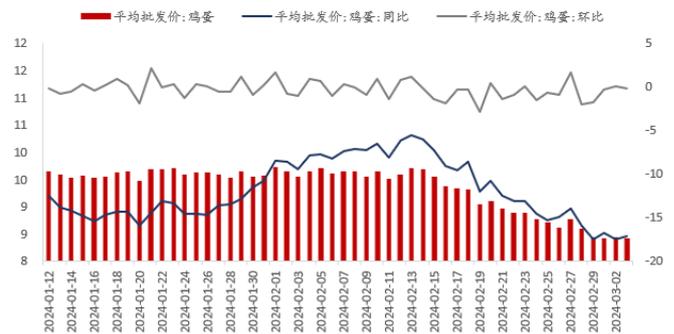
禽肉&蛋: 禽肉供需持续双增, 养殖成本走高后支撑价格, 禽肉价重心继续抬升。3月产能持续释放, 成本下移, 季节性需求表现较差, 蛋价预计下降趋势。

图表34: 肉鸡价格 (单位: 元/公斤)



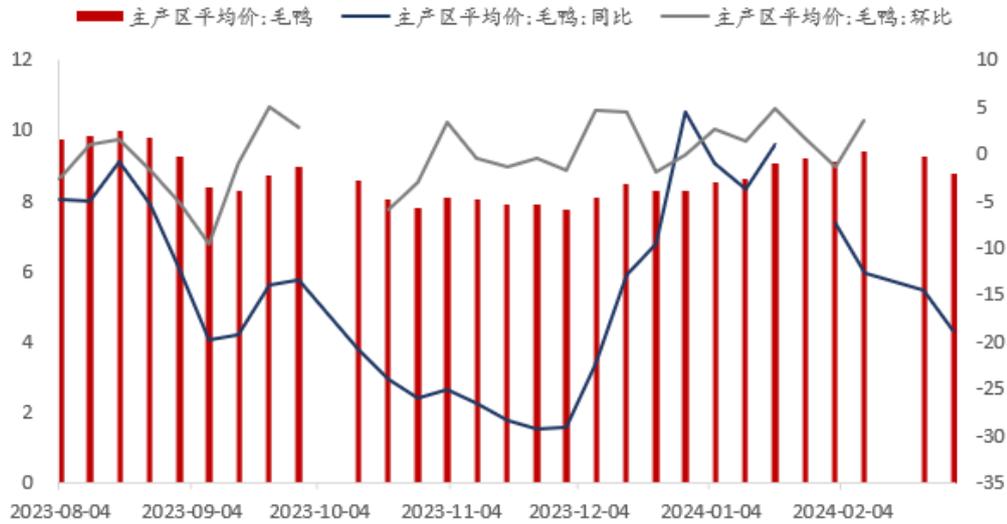
资料来源: 博亚和讯, iFinD, 国联证券研究所

图表35: 鸡蛋价格 (单位: 元/公斤)



资料来源: 农业农村部, iFinD, 国联证券研究所

图表36: 毛鸭价格 (价格: 元/公斤)



资料来源：博亚和讯，iFinD，国联证券研究所

包装：总体来看，食品饮料的包装原料价格同比变动不一。2月玻璃和铝锭价格同比维持上涨趋势，而PET和瓦楞纸同比延续下滑。

图表37：玻璃价格（单位：元/吨）



资料来源：国家统计局，iFinD，国联证券研究所

图表38：铝价格（单位：元/吨）



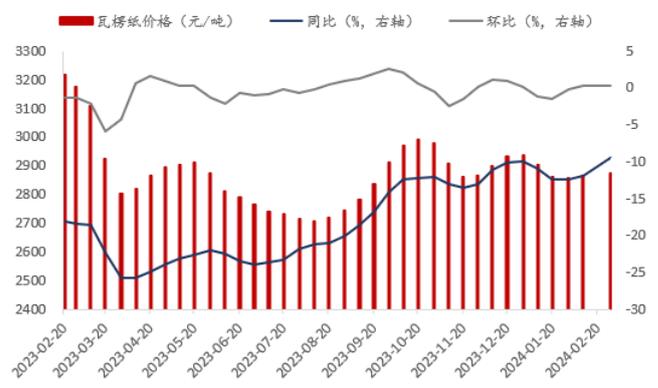
资料来源：国家统计局，iFinD，国联证券研究所

图表39: PET 价格 (单位: 元/吨)



资料来源: iFinD, 国联证券研究所

图表40: 瓦楞纸价格 (单位: 元/吨)



资料来源: 国家统计局, iFinD, 国联证券研究所

2.3 宏观数据: 新增贷款环比延续提升

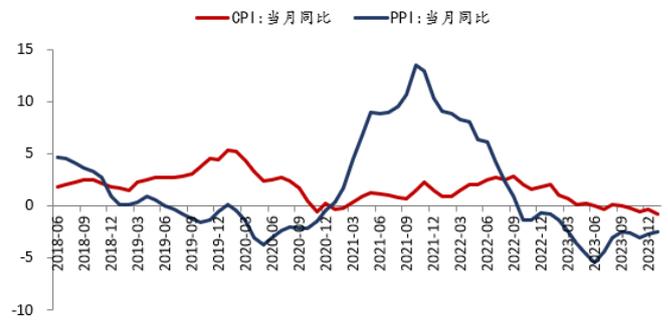
12月社零消费同比增长7.40%，迎来连续10个月的同比正增，其中餐饮同比增速达30%。1月新增人民币贷款同比实现0.41%正增，环比延续提升。

图表41: GDP 累计值 (季度)



资料来源: 国家统计局, iFinD, 国联证券研究所

图表42: CPI-PPI



资料来源: iFinD, 国联证券研究所

图表43: 新增人民币贷款



资料来源: Wind, 国联证券研究所

图表44: 消费者信心指数 (%)



资料来源: 国家统计局, iFinD, 国联证券研究所

图表45：社会消费品零售额



资料来源：国家统计局，iFind，国联证券研究所

图表46：餐饮业社会消费品零售额



资料来源：国家统计局，iFind，国联证券研究所

3. 投资建议：把握细分成长机会

建议关注顺应趋势、基本面强劲的细分龙头。23 年食品饮料板块复苏行情随需求预期波动，估值分位数达到历史低位，我们认为板块盈利能力在波动中提升趋势不变，或对估值有支撑。整体表现平淡的同时存在一些新趋势，理性消费、渠道变革、马太效应等有望推动细分板块增长。展望 24 年，需求或延续弱复苏趋势，建议关注细分板块基本面优质、受益新趋势的企业及在挤压竞争中有望扩大优势进一步提升市占率的龙头。

大众品：软饮料重点推荐农夫、东鹏。乳制品板块性价比优势凸显，重点推荐伊利股份、新乳业、中国飞鹤。调味品预计基本面持续向好，推荐千禾味业。预制菜预计 B 端恢复优于 C 端格局不变，小 b 渠道有望拉动行业增长，关注性价比品类机会，重点推荐安井食品、千味央厨、巴比食品。休闲食品行业有望继续受益新渠道与新品类扩张，推荐盐津铺子。

酒类：Q1 回款进度持续推进，但动销层面进入淡季，标的上优先选择有相对明确的增长动能、Q1 乃至全年业绩确定性更高、目前在所处价格带或所处区域有更强竞争力、估值风险较低的标的，如茅台、五粮液、汾酒、今世缘、古井、迎驾等。啤酒建议关注结构升级、成本改善、费效优化、估值性价比四个方向的投资机会，建议关注低估值青岛啤酒、华润啤酒，弹性标的推荐燕京啤酒。

4. 风险提示

(1) 食品安全风险：若出现食品安全事故，将对相关公司品牌形象产生重大打

击，进而对整个行业运营造成不利影响。

(2) 竞争加剧风险：若行业出现恶性竞争局面，企业陷入价格战困境，将会对公司业绩产生负面影响。

(3) 成本波动风险：原料、包材、人力等成本波动超预期，增加上下游盈利水平的不确定性。

分析师声明

本报告署名分析师在此声明：我们具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格或相当的专业胜任能力，本报告所表述的所有观点均准确地反映了我们对标的证券和发行人的个人看法。我们所得报酬的任何部分不曾与，不与，也将不会与本报告中的具体投资建议或观点有直接或间接联系。

评级说明

投资建议的评级标准		评级	说明
报告中投资建议所涉及的评级分为股票评级和行业评级（另有说明的除外）。评级标准为报告发布日后6到12个月内的相对市场表现，也即：以报告发布日后的6到12个月内的公司股价（或行业指数）相对同期相关证券市场代表性指数的涨跌幅作为基准。其中：A股市场以沪深300指数为基准，新三板市场以三板成指（针对协议转让标的）或三板做市指数（针对做市转让标的）为基准；香港市场以摩根士丹利中国指数为基准；美国市场以纳斯达克综合指数或标普500指数为基准；韩国市场以柯斯达克指数或韩国综合股价指数为基准。	股票评级	买入	相对同期相关证券市场代表指数涨幅20%以上
		增持	相对同期相关证券市场代表指数涨幅介于5%~20%之间
		持有	相对同期相关证券市场代表指数涨幅介于-10%~5%之间
		卖出	相对同期相关证券市场代表指数跌幅10%以上
	行业评级	强于大市	相对同期相关证券市场代表指数涨幅10%以上
		中性	相对同期相关证券市场代表指数涨幅介于-10%~10%之间
		弱于大市	相对同期相关证券市场代表指数跌幅10%以上

一般声明

除非另有规定，本报告中的所有材料版权均属国联证券股份有限公司（已获中国证监会许可的证券投资咨询业务资格）及其附属机构（以下统称“国联证券”）。未经国联证券事先书面授权，不得以任何方式修改、发送或者复制本报告及其所包含的材料、内容。所有本报告中使用的商标、服务标识及标记均为国联证券的商标、服务标识及标记。

本报告是机密的，仅供我们的客户使用，国联证券不因收件人收到本报告而视其为国联证券的客户。本报告中的信息均来源于我们认为可靠的已公开资料，但国联证券对这些信息的准确性及完整性不作任何保证。本报告中的信息、意见等均仅供客户参考，不构成所述证券买卖的出价或征价邀请或要约。该等信息、意见并未考虑到获取本报告人员的具体投资目的、财务状况以及特定需求，在任何时候均不构成对任何人的个人推荐。客户应当对本报告中的信息和意见进行独立评估，并应同时考量各自的投资目的、财务状况和特定需求，必要时就法律、商业、财务、税收等方面咨询专家的意见。对依据或者使用本报告所造成的一切后果，国联证券及/或其关联人员均不承担任何法律责任。

本报告所载的意见、评估及预测仅为本报告出具日的观点和判断。该等意见、评估及预测无需通知即可随时更改。过往的表现亦不应作为日后表现的预示和担保。在不同时期，国联证券可能会发出与本报告所载意见、评估及预测不一致的研究报告。

国联证券的销售人员、交易人员以及其他专业人士可能会依据不同假设和标准、采用不同的分析方法而口头或书面发表与本报告意见及建议不一致的市场评论和/或交易观点。国联证券没有将此意见及建议向报告所有接收者进行更新的义务。国联证券的资产管理部门、自营部门以及其他投资业务部门可能独立做出与本报告中的意见或建议不一致的投资决策。

特别声明

在法律许可的情况下，国联证券可能会持有本报告中提及公司所发行的证券并进行交易，也可能为这些公司提供或争取提供投资银行、财务顾问和金融产品等各种金融服务。因此，投资者应当考虑到国联证券及/或其相关人员可能存在影响本报告观点客观性的潜在利益冲突，投资者请勿将本报告视为投资或其他决定的唯一参考依据。

版权声明

未经国联证券事先书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复制、转载、刊登和引用。否则由此造成的一切不良后果及法律责任有私自翻版、复制、转载、刊登和引用者承担。

联系我们

北京：北京市东城区安定门外大街208号中粮置地广场A塔4楼

无锡：江苏省无锡市金融一街8号国联金融大厦12楼

电话：0510-85187583

上海：上海浦东新区世纪大道1198号世纪汇一座37楼

深圳：广东省深圳市福田区益田路4068号卓越时代广场1期13楼