

# 食品饮料

# 行业周报

## 春糖拉开序幕，热闹的会场，分化的厂商

### 投资要点

◆ **行情回顾：**上周食品饮料（申万）行业整体上涨 5.12%，在 31 个子行业中排名第 2 位，跑赢上证综指 4.83pct，跑赢创业板指 0.87pct。二级（申万）子板块对比，上周子板块均有所上涨，其中非白酒、白酒涨幅领先，分别为+6.65%、+5.63%，三级子行业中预加工食品和啤酒涨幅领先，分别上涨 7.53%、7.24%，肉制品表现相对最差，下跌 1.07%。

◆ **上周大事：**春糖拉开序幕，热闹的会场，分化的厂商。上周糖酒会拉开序幕，15-19 号为酒店展、20-22 号为博览展。今年春糖整体感受为：热闹的展会，尴尬的商家，可能叫好不叫座的成交。今年春糖展会有几个特点：1) 不少名优企业未参展；2) 会场热度比去年高堪比 2021 年；3) 商家新品相对较少，推广力度比往年差。我们认为今年在需求下降的大背景下，厂商对未来收入预期悲观，不愿投放更多市场费用。4) 商家出现一定分化，上市公司反馈积极。具体反馈如下：

**(1) 今世缘：价格坚挺趋势向好，大单品有望持续发力。**春节后产品批价坚挺，虽增速斜率下降但仍处于增长态势。弱消费背景下，渠道积极去库存，市场动销趋势向好。具体到产品，公司四开对开相对成熟，拐点可期，南京淮安增势较好，淡雅尚处于上升期，V3 有望成为继四开对开淡雅之后的第四大单品，V6 新推出后有所放量。打法方面，公司省外坚持阵地战，周边市场省内化看待。

**(2) 舍得酒业：强化品牌塑造，增长势能可期。**24 年公司有望继续强化次高端白酒的消费者认知，内部强动销、去库存，强化 BC 联动，费用聚焦 C 端，增加公司品牌宣传大使，强控制 B 端费用，并继续聚焦人才+机制+数字化，全面提升组织效率。产品方面，预计公司将 T68 作为今年的销售重点，藏品十年为工作创新重点，品味舍得重点落地消费者宣传。区域方法，预计将继续聚焦重点板块，加大全球化布局，看好次高端白酒发展空间。

**(3) 伊力特：推升品牌势能，加强市场重构。**预计 24 年公司将围绕强品牌、大单品、重组织、深渠道和稳价格五个方面重点发展，营销端保护和优化总经销产品，全力推进自营品牌、自营产品、自营团队和自营渠道建设，预计 24 年自营产品占比将进一步加大。产品端布局清晰，500-1000 元价位带伊力王酒系列产品，200-500 元价位带伊力特壹号窖系列，同时积极研发伊力特全国核心大单品；组织端将加强全员营销，提高组织运作效率；渠道端持续赋能管理，加强核心终端体系搭建，强化库存和经销商团队管理；价格端刚性管理，着力提升渠道利润空间。

### 投资建议：

**(1) 估值面：**截至 24/3/15 食品饮料（申万）PE-ttm 为 25.35，处于 2010 年 1 月以来的 18%分位，处于超跌状态，其中白酒（申万）为 25.79x，处于 2010

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	-0.42	-1.95	-2.43
绝对收益	5.67	4.88	-12.25

分析师

李鑫鑫

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

### 相关报告

- 商贸零售：创健医疗发布重组人胶原蛋白，38 大促关注品牌销售-美护双周报 2024.3.3
- 家电：政策释放积极信号，家电板块回暖可期-家电周报 2024.2.25
- 商贸零售：新品陆续上市，期待后续表现-美护周报 2024.2.4
- 家电：多品类出口高增，继续看好出口链-家电周报 2024.1.28
- 石头科技：23Q4 业绩超预期，看好海外市场表现-石头科技 2023 年业绩预增公告点评 2024.1.24
- 商贸零售：关注美妆新品上市，看好龙头经营韧性-美护周报 2024.1.21
- 康冠科技：智能显示行业翘楚，多元发展引领成长-康冠科技深度报告 2024.1.18



年1月以来的39%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。1) 短期来看，目前酒企春节旺季基本结束，后续即将进入节后淡季，春节销售略超预期，但是否具有持续性还需要关注两个重要节点，一是春糖酒企策略及经销商进货意愿，二是端午真实动销情况。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。**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，大众品公司春节旺季已接近尾声，各公司将结合春节销售情况制定24年目标和战略，建议积极关注公司层面打法。

◆ **关注标的：**贵州茅台、五粮液、泸州老窖、山西汾酒、今世缘、迎驾贡酒、古井贡酒；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：跑赢大盘，多板块迎来上涨 .....	4
(二) 本周大事：春糖拉开序幕，热闹的会场，分化的厂商 .....	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：活猪、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：跑赢大盘，多板块迎来上涨

上周食品饮料（申万）行业整体上涨 5.12%，在 31 个子行业中排名第 2 位，跑赢上证综指 4.83pct，跑赢创业板指 0.87pct。二级（申万）子板块对比，上周子板块均有所上涨，其中非白酒、白酒涨幅领先，分别为+6.65%、+5.63%，三级子行业中预加工食品和啤酒涨幅领先，分别上涨 7.53%、7.24%，肉制品表现相对最差，下跌 1.07%。

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)
调味发酵品 II	6934.46	4.78	(0.02)	(2.59)	36.78
非白酒	4111.14	6.65	3.36	(1.56)	31.91
食品加工	14916.25	3.13	0.76	(6.94)	21.40
饮料乳品	7185.29	2.52	1.96	3.68	19.70
白酒 II	58603.58	5.63	3.61	1.40	25.79
休闲食品	1661.32	4.84	2.13	(9.08)	27.84

资料来源：wind，华金证券研究所

个股对比，涨幅前五的个股分别为兰州黄河（+22.61%）、金种子酒（+22.27%）、青海春天（+17.32%）、千味央厨（+14.92%）、顺鑫农业（+13.25%）。跌幅较大的个股为三只松鼠（-3.99%）、华统股份（-2.61%）、双汇发展（-2.32%）、张裕 B（-0.73%）、元祖股份（-0.41%）。

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	涨跌幅	股票简称	所属子行业	涨跌幅
兰州黄河	啤酒	22.61	三只松鼠	零食	(3.99)
金种子酒	白酒 III	22.27	华统股份	肉制品	(2.61)
青海春天	保健品	17.32	双汇发展	肉制品	(2.32)
千味央厨	预加工食品	14.92	张裕 B	其他酒类	(0.73)
顺鑫农业	白酒 III	13.25	元祖股份	烘焙食品	(0.41)

资料来源：wind，华金证券研究所

### （二）本周大事：春糖拉开序幕，热闹的会场，分化的厂商

**春糖拉开序幕，热闹的会场，分化的厂商。**上周糖酒会拉开序幕，15-19 号为酒店展、20-22 号为博览展。今年春糖整体感受为：热闹的展会，尴尬的商家，可能叫好不叫座的成交。今年春糖展会会有几个特点：1) 不少名优企业未参展；2) 会场热度比去年高堪比 2021 年；3) 商家新品相对较少，推广力度比往年差。我们认为今年在需求下降的大背景下，厂商对未来收入预期悲观，不愿投放更多市场费用。4) 商家出现一定分化，上市公司反馈积极。具体反馈如下：

**今世缘：价格坚挺趋势向好，大单品有望持续发力。**春节后产品批价坚挺，虽增速斜率下降但仍处于增长态势。弱消费背景下，渠道积极去库存，市场动销趋势向好。具体到产品，公司四开对开相对成熟，拐点可期，南京淮安增势较好，淡雅尚处于上升期，V3 有望成为继四开对开

淡雅之后的第四大单品，V6 新推出后有所放量。打法方面，公司省外坚持阵地战，周边市场省内化看待。

**舍得酒业：强化品牌塑造，增长势能可期。**24 年公司有望继续强化次高端白酒的消费者认知，内部强动销、去库存，强化 BC 联动，费用聚焦 C 端，增加公司品牌宣传大使，强控制 B 端费用，并继续聚焦人才+机制+数字化，全面提升组织效率。产品方面，预计公司将 T68 作为今年的销售重点，藏品十年为工作创新重点，品味舍得重点落地消费者宣传。区域方法，预计将继续聚焦重点板块，加大全球化布局，看好次高端白酒发展空间。

**伊力特：推升品牌势能，加强市场重构。**预计 24 年公司将围绕强品牌、大单品、重组织、深渠道和稳价格五个方面重点发展，营销端保护和优化总经销产品，全力推进自营品牌、自营产品、自营团队和自营渠道建设，预计 24 年自营产品占比将进一步加大。产品端布局清晰，500-1000 元价位带伊力王酒系列产品，200-500 元价位带伊力特壹号窖系列，同时积极研发伊力特全国核心大单品；组织端将加强全员营销，提高组织运作效率；渠道端持续赋能管理，加强核心终端体系搭建，强化库存和经销商团队管理；价格端刚性管理，着力提升渠道利润空间。

### （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，目前酒企春节旺季基本结束，后续即将进入节后淡季，春节销售略超预期，但是否具有持续性还需要关注两个重要节点，一是春糖酒企策略及经销商进货意愿，二是端午真实动销情况。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，大众品公司春节旺季已接近尾声，各公司将结合春节销售情况制定 24 年目标和战略，建议积极关注公司层面打法。

**3. 估值：**截至 24/3/15 食品饮料（申万）PE-ttm 为 25.35，处于 2010 年 1 月以来的 18% 分位，处于超跌状态，其中白酒（申万）为 25.79x，处于 2010 年 1 月以来的 39% 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、山西汾酒、今世缘、迎驾贡酒、古井贡酒；伊利股份、双汇发展等。

## 二、公司公告

**1. 迎驾贡酒：收到董事长2023年年度现金分红提议暨公司“提质增效重回报”行动方案。**为践行“以投资者为本”的理念，维护公司全体股东利益，推动公司“提质增效重回报”的行动，建设“幸福迎驾”，根据相关法律法规、规范性文件，基于对公司长远发展信心、财务状况良好、股东利益回报等因素的综合考虑，推动全体股东共享公司经营发展成果，切实保护广大投资者利



益，倪永培董事长提议：以公司2023年度实施权益分派股权登记日登记的总股本为基数，向全体股东每10股派发现金红利13.00元（含税），现金分红总额10.4亿元（含税）。2020年度至2022年度，公司每股派发现金红利（含税）分别为0.7元、0.9元及1.1元，现金分红总额（含税）为5.6亿元、7.2亿元及8.8亿元。最近三年，公司每年现金分红总额逐年提高。

**2. 珠江啤酒：公司监事辞职。**广州珠江啤酒股份有限公司监事会于2024年3月14日收到公司监事黄志强先生的书面辞职报告。因工作调动，黄志强先生申请辞去公司监事职务，辞职后黄志强先生不在公司担任任何职务。

**3. 新诺威：2023年财务报告。**2023年，公司实现营收25.02亿元，同比下降4.75%；归母净利润7.56亿元，同比增长4.03%；归母扣非净利润7.44亿元，同比增长13.09%；经营活动产生的现金流量净额为9.27亿元，同比增长44.72%；基本每股收益为0.6533元，拟每10股转2股派3.2元（含税）。

**4. 煌上煌：2023年度业绩快报。**2023年公司实现营业收入1.92亿元，同比微降1.70%（其中煌上煌肉制品加工业同比下降2.03%，米制品业务同比增长5.31%）；报告期实现营业利润7,137.95万元，同比增长142.06%；归属于上市公司股东的净利润7,058.55万元，同比增长129.05%；公司基本每股收益为0.124元，同比增长106.67%。

**5. 有友食品：2023年财务报告。**2023年公司实现营业收入9.66亿元，同比上年减少5.68%；实现归母净利润1.16亿元，同比上年减少24.38%；实现归母扣非净利润0.89亿元，同比上年减少36.84%；经营活动产生的现金流量净额为-394.87万元，同比上年减少101.98%；加权平均净资产收益率为6.33%，同比上年减少1.91pct；基本每股收益为0.27元/股，同比上年减少25%。

**6. 劲仔食品：2023年度业绩快报。**经财务部门初步测算，2023年，公司实现营业收入20.65亿元，同比增长41.26%；实现营业利润2.67亿元，同比增长79.62%；实现归母净利润2.09亿元，同比增长67.87%；实现归母扣非净利润1.86亿元，同比增长64.48%。营业收入增长是部分原料如大豆油、鹌鹑蛋、黄豆、鸭胸肉等同比有所下降，规模效应提升毛利率所致。

**7. 南侨食品：2023年年度报告&2024年2月营业收入简报。**2023年，公司实现营业收入30.82亿元，同比增长7.73%；实现归属于上市公司股东的净利润2.32亿元，同比增长44.73%；实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润2.17亿元，同比增长46.59%；本年度经营活动产生的现金流量净额为4.2亿元，同比增长109.66%；实现加权平均净资产收益率7.05%，同比增加2.07pct；基本每股收益为0.55元/股，同比增长44.74%。同时公司发布2024年2月营业收入简报，公司2024年2月合并营业收入为人民币2.04亿元，同比减少12.93%。主要系2024年春节晚于去年，2月物流配送天数同比减少，对销量及营业收入产生一定影响。2024年1-2月合计营业收入为人民币5.08亿元，同比增加11.56%。

### 三、行业要闻

**1. 泸州老窖：泸州老窖经销商大会：2023创新高，2024一切围绕开瓶、市场全面下沉。**3月12日，“2023-2024泸州老窖年度经销商表彰暨营销会议”在泸州举办，泸州老窖预测，公司圆满完成2023年既定目标，销售规模创历史新高纪录，销售网络同比增加三倍，有效终端覆盖超过百

万家。国窖1573及泸州老窖品牌销售总额均实现重大跨越和历史性突破，核心单品和核心渠道全部实现突破，全国经销网络同比增加三倍，全面上马五码系统。以西南基地市场为例，2023年泸州老窖实施“挖井工程”，在四川实现区县市场100%覆盖，乡镇市场覆盖率超过50%。从全国市场布局来看，2023年，泸州老窖有效终端覆盖超过100万家，核心消费者数量超过170万人，泸州老窖会员超过2400万，年度会员活跃率超过60%。2024年，是泸州老窖始创浓香型白酒酿制技艺700年，也是泸州老窖奋力冲刺“十四五”发展目标的关键之年。面对新的行业周期和市场消费趋势，泸州老窖在本次大会上公布了全力冲刺“十四五”目标规划的路径，并且透露了厂商共建、提振市场信心的具体措施。在五码系统的支持下，2024年春节，泸州老窖所有产品全部实现顺价销售（资料来源：酒业家）。

**2. 茅台：汉酱打造“非遗探中华”IP，吹响品牌“发力”冲锋号。**2024年，将会是汉酱酒品牌的全面发力年，更大胆地说汉酱（匠心传承）就是茅台酱香系列酒在茅台1935之后要倾力重点打造的又一款超级大单品（资料来源：酒业家）。

**3. 五粮液：五粮液发声明“拼多多售假”。**3月13日，五粮液在其官网发布声明：近期，五粮液公司接到多名消费者关于低价从拼多多平台购买的五粮液产品真伪咨询。经五粮液公司核实，该平台多家店铺销售的五粮液产品为假冒，五粮液将加大对平台上假冒五粮液产品的行为进行清查（资料来源：酒业家）。

**4. 珍酒李渡：珍酒李渡营收增长19%，净利增长33%，市值上涨。**3月11日上午，珍酒李渡（6979.HK）发布正面盈利预告，预计2023年营业收入不低于70亿元，同比增长19%；经调整净利润不低于16亿元，同比增长超33%。面对这份靓丽的成绩单，资本市场通过真金白银表达了认可。3月11日当天，珍酒李渡收盘报10.14港元，涨幅7.87%，市值343亿港元，领涨当日白酒股；3月12日，股价继续上扬，收盘报10.60港元，涨幅4.54%，市值359亿港元。但微酒认为，300多亿市值的珍酒李渡仍被严重低估。持续高增长的原因：首先，从产能来看，珍酒李渡竞争优势明显。其次，从品质来看，珍酒李渡持续践行高品质战略，市场口碑优秀。最后，从品牌来看，珍酒李渡持续推动品牌差异化战略，培育了一大批核心消费者（资料来源：微酒）。

**5. 仰韶酒业：开辟新市场，猛攻全国化！看仰韶酒业如何谋局2024年。**3月12日，仰韶酒业集团2024誓师大会暨双先表彰会隆重召开。在刚刚过去的2023年，仰韶酒业集团市场营收目标圆满达成。迎来突破性发展的原因：首先是产品层面，发力高端化战略；品牌层面，则高举文化大旗；在市场层面，精密布局全国：深耕河南；布局省外，稳步推进北京、西安、海南、深圳等市场，在襄阳、渭南等着力打造大中原城市群样板市场；拓点海外，拓展渠道，当前已出口到美国、英国等10个国家。董事长侯建光以《一庄五园赋能陶香，四化布局开土拓疆，仰韶精神思想保障，百亿梦想品牌巋巋》为主题，为仰韶酒业集团指明了2024年的发力方向。2024年，仰韶酒业将“产业、市场、品牌、品质”作为企业经营管理工作的主旋律，围绕冲刺白酒第一阵营的企业目标，针对核心战略进行科学规划，并制定出清晰的实行路线图（资料来源：微酒）。

**6. 百川名品：并购渠道是战略失误，百川将全面转型新零售连锁。**百川名品董事长贾光庆笃定，“连锁经营是一定要做的，不做就没有未来。”，基于此，百川名品的目标明确为线上线下一体化的连锁运营商，并进入向这一目标全面转型的阶段。从三大业务板块的占比来看，渠道运营目前仍是百川名品的第一大业务，新零售运营其次，品牌运营占比排第三位。但贾光庆告诉酒业家，其未来目标是将新零售运营逐步做大，做到占比第一的业务。此外，不同于此前“加盟+

托管”的模式，百川未来的连锁门店计划将以直营为主（资料来源：酒业家）。

**7. 伊利：《Nature》子刊发表伊利益生菌成果：BL-99有助缓解消化不良症状。**近日，伊利自主知识产权益生菌BL-99研究成果在全球顶级科技期刊《Nature》子刊《Nature Communications》发表，这是2023年中国科研团队在食品和临床领域发表的最高水准益生菌临床研究之一。该研究由伊利联合北京朝阳医院、国家乳业技术创新中心及中国农业大学进行，表明BL-99可有效缓解功能性消化不良症状。此外，伊利及国家乳业技术创新中心益生菌团队研究成果“口腔益生菌高效筛选及应用关键技术”荣获2023年“全国商业科技进步奖特等奖”（资料来源：乳业资讯网）。

**8. 乳制品：海关总署发布关于进口奥地利乳品检验检疫要求的公告。**根据我国相关法律法规和中华人民共和国海关总署与奥地利共和国联邦社会事务、卫生、护理和消费者保护部（以下简称奥保护部）有关奥地利输华乳品（以下简称输华乳品）检验检疫要求规定，自本公告发布之日起，允许符合检验检疫要求的奥地利共和国乳品进口（资料来源：乳业资讯网）。

**9. 飞鹤：飞鹤2023年净利再降三成！行业龙头3年市值蒸发超1800亿元。**近日，中国飞鹤发布业绩预告。预计2023年录得收益约193.0亿元至198.8亿元，同比减少6.7%-9.5%，综合净利润约31.3亿元至34.3亿元，同比减少30.6%-36.7%。中国飞鹤称，报告期内，收入预期减少主要由于中国出生人口下降及行业竞争压力增大；综合净利润预期减少主要原因在于其旗下原生态牧业有限公司的生物资产出现了减值。其中婴幼儿配方奶粉产品毛利同比下滑幅度最大，达到12%（资料来源：乳业资讯网）

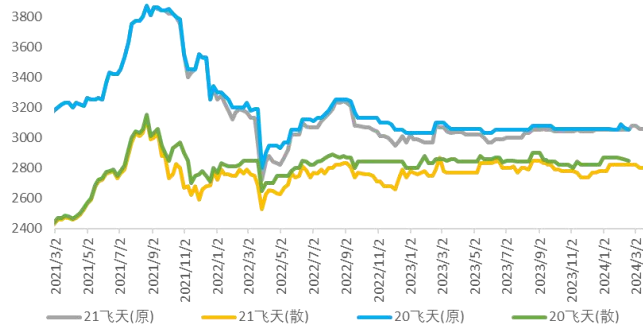
**10. 科迪：科迪破产重整方案已裁定，挂牌转让近2亿债权。**近日，河南知名乳企科迪食品集团股份有限公司（简称“科迪集团”）1.97亿元债权资产在北京产权交易所挂牌转让，转让方为国内某银行。挂牌信息显示，科迪集团破产重整方案已裁定，债权方与相关主体已签署相关协议，2024年6月30日前现金偿还1352万元，以科迪乳业（科迪3，40011）股票4326.9万股（以实际分配为准）抵债。（资料来源：乳业资讯网）

## 四、行业数据

**白酒：**根据今日酒价及酒价参考，2024年3月16日飞天茅台整箱/散瓶/茅台1935批价为2980/2705/1070元，环比上周-10元/-5元/持平；五粮液普五（八代）批价为965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860/375/40.5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590/435元，环比持平；今世缘国缘四开/对开/单开/淡雅批价为365/200/125/90元，环比上周持平；古井贡酒古5/古8/古16/古20批价为103/220/320/490元，环比上周持平/-5元/持平/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800/980/825元，环比上周持平。

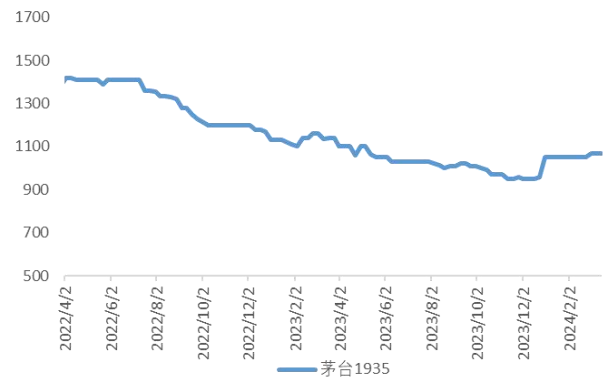


图 1: 飞天茅台 (原箱/散瓶) 批价走势 (元)



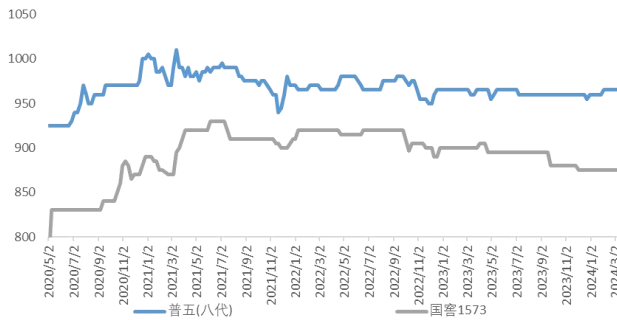
资料来源: 今日酒价, 华金证券研究所

图 2: 茅台 1935 批价走势 (元)



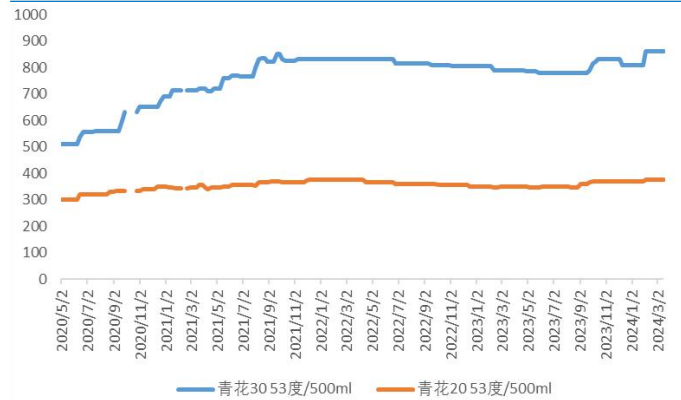
资料来源: 今日酒价, 华金证券研究所

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)



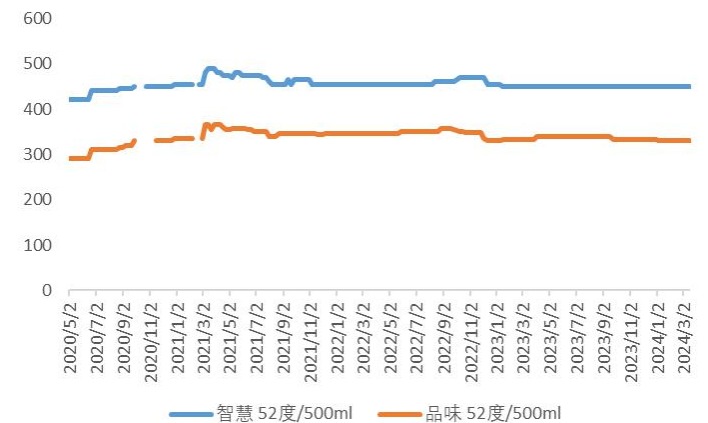
资料来源: 今日酒价, 华金证券研究所

图 5: 玻汾批价走势 (元)



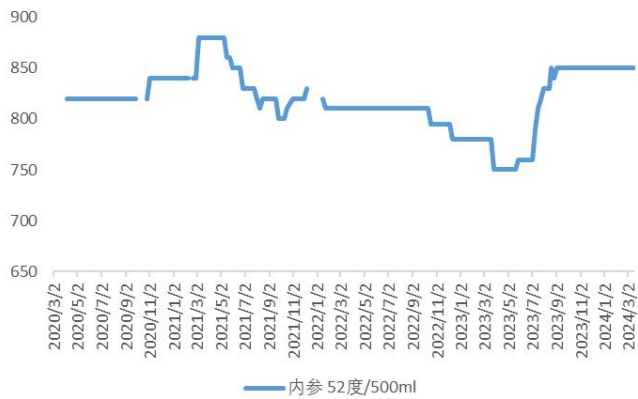
资料来源: 今日酒价, 华金证券研究所

图 6: 舍得酒业主要单品批价走势 (元)



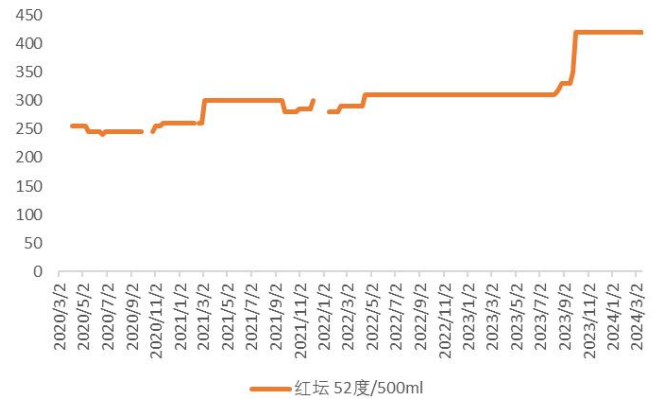
资料来源: 今日酒价, 华金证券研究所

图 7：酒鬼酒内参批价走势（元）



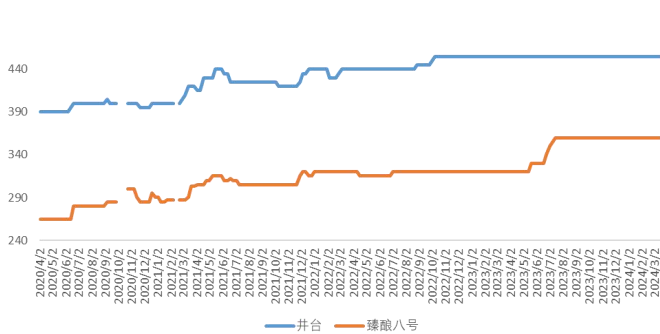
资料来源：今日酒价，华金证券研究所

图 8：酒鬼酒红坛批价走势（元）



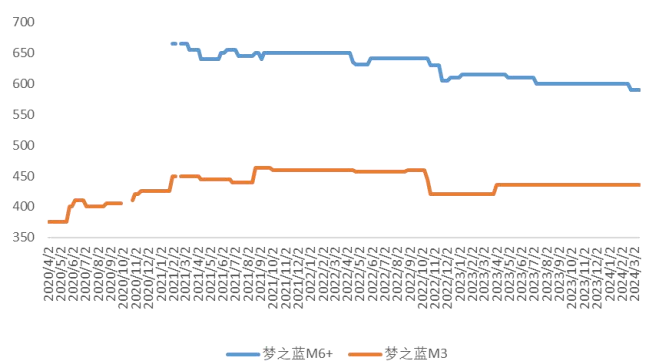
资料来源：今日酒价，华金证券研究所

图 9：水井坊主要单品批价走势（元）



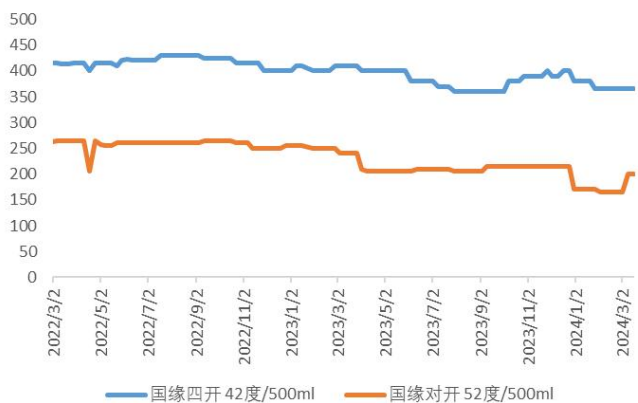
资料来源：今日酒价，华金证券研究所

图 10：洋河梦系列批价走势（元）



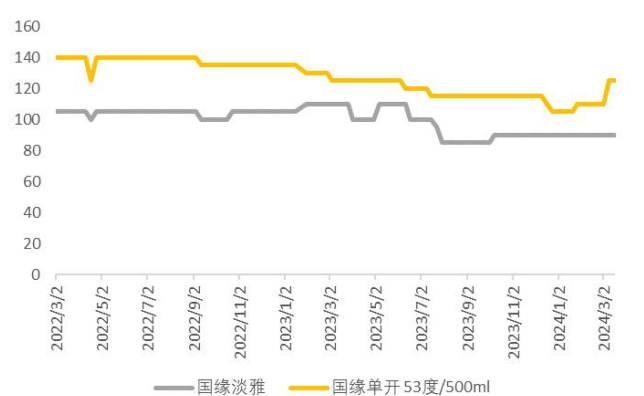
资料来源：今日酒价，华金证券研究所

图 11：今世缘国缘四开&对开批价走势（元）



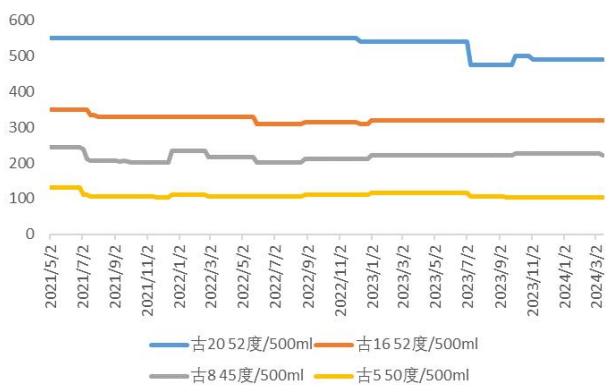
资料来源：酒价参考，华金证券研究所

图 12：今世缘国缘单开&淡雅批价走势（元）



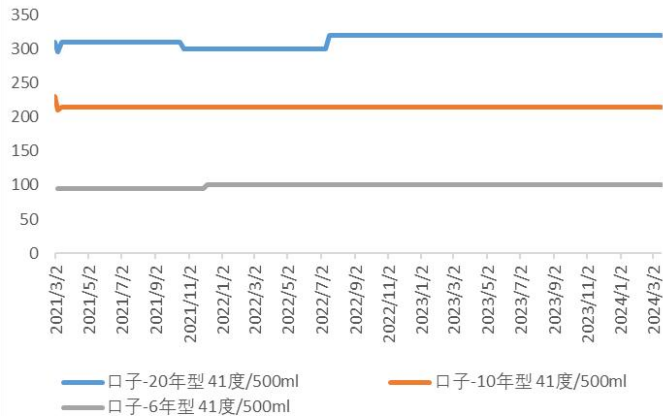
资料来源：今日酒价，华金证券研究所

图 13: 古井贡酒年份原浆系列批价走势 (元)



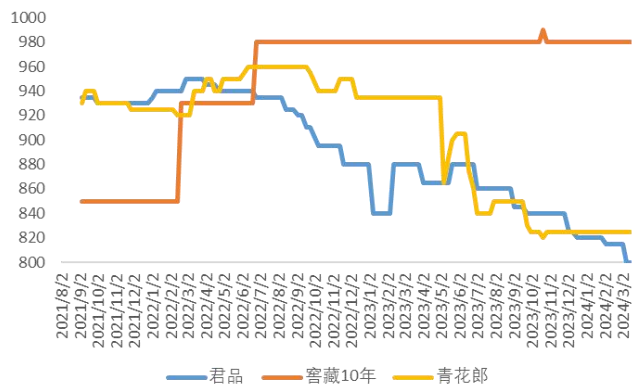
资料来源: 今日酒价, 华金证券研究所

图 14: 口子窖系列批价走势 (元)



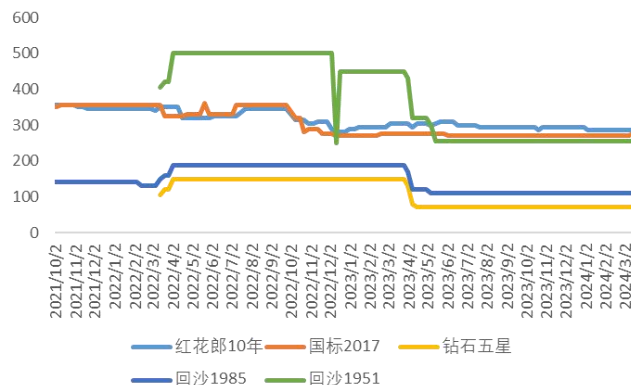
资料来源: 今日酒价, 华金证券研究所

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

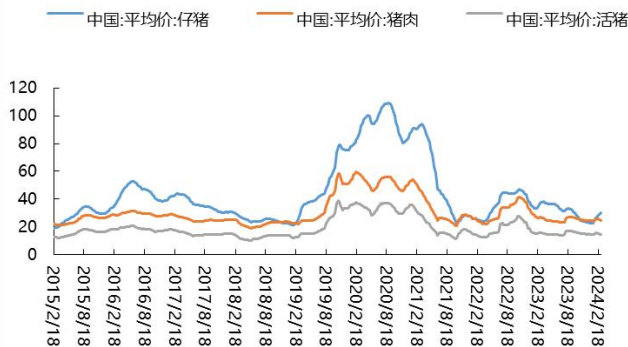
图 16: 酱酒主流产品批价走势 (元)



资料来源: 今日酒价, 华金证券研究所

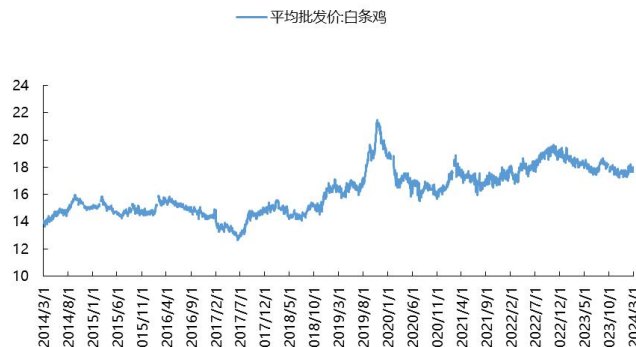
**肉制品:** 2024年3月7日仔猪、猪肉、活猪的最新价格分别为30.44元/公斤、24.82元/公斤和14.65元/公斤, 同比-19.19%、-7.49%、-8.15%, 其中, 仔猪价格环比上涨0.83元/公斤, 猪肉和活猪价格环比均小幅下跌, 分别下跌0.21元/公斤、0.01元/公斤。2024年3月15日白条鸡价格为17.94元/公斤, 环比小幅下跌。

图 17: 活猪、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)

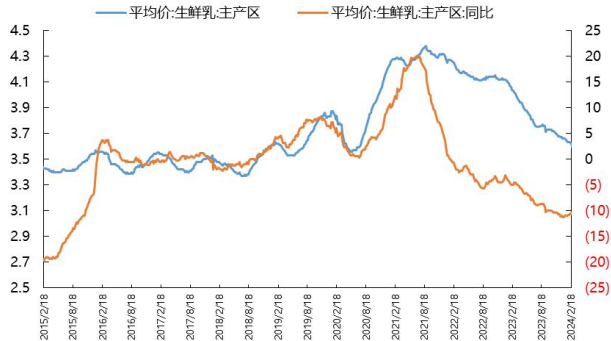


资料来源: wind, 华金证券研究所

**乳制品:** 国内情况结合2024年3月7日数据来看, 主产区生鲜乳价格3.56元/公斤, 环比上周

下跌0.02元/公斤。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3月5日天然全脂奶粉拍卖价格为3286公吨，环比下降3.01%，同比上升0.27%；恒天然全部产品拍卖交易价格指数为1086，环比下降2.34%。

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3月15日大豆现货价、美豆到岸价分别为4433.68元/吨、5344.3元/吨, 同比-14.70%、-14.43%。2024年3月15日CBOT大豆期货结算价(活跃合约)为1198.5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](http://www.huajinsec.cn)