

食品饮料

行业周报

春季糖酒会闭幕，新品加码大众价格带

投资要点

◆ **行情回顾：** 上周食品饮料（申万）行业整体下跌 0.85%，在 31 个子行业中排名第 20 位，跑输上证综指 0.64pct，跑输创业板指 0.06pct。二级（申万）子板块对比，上周子板块均有不同程度下跌，其中饮料乳品、食品加工下跌幅度较小，分别为 -0.35%、-0.37%，三级子行业中肉制品、软饮料表现较好，分别上涨 2.15%、0.35%，保健品和零食为三级子行业中跌幅最大。

◆ 上周大事：

上周糖酒会闭幕，15-19 号酒店展、20-22 号展会，部分企业放弃酒店展仅参加展会，展会出现第一天热闹火爆，第二三天人流稀少的现象。透过自媒体，我们发现企业和经销商参展氛围弱于去年，或从侧面显示出今年消费的不景气。此外，名优酒企今年新品价格带相对下移，具体如下：

- 1) **贵州茅台**延续品牌年轻化战略，发布新品“UMEET 蓝莓气泡酒”。据了解，该产品规格为 375ml/瓶，售价 118 元/瓶，酒精度数为 6 度，覆盖线上线下全渠道；
- 2) **茅台保健酒业**公司重启酱酒经典品牌“茅台醇”，并发布了两款系列新品，即红色款（主要针对婚宴市场）和蓝色款（主要针对商务场景消费）；
- 3) **泸州老窖**推新“窖系列”，面向大众消费领域，新品布局 200-800 元的中高端、次高端主流价格带，对标各价格带主流大单品成交价；
- 4) **洋河股份**重启旗下双沟酒业“苏酒头牌”，并推动洋河小分子酒全国化。同时，公司宣布梦之蓝手工班战略升级，确立“手工班、手工班经典、手工班大师”三大产品；
- 5) **国台**发布国台·尊品十五年与国台·尊藏龙酒两款高端酒新品，建议零售价分别是 1599 元/瓶和 3999 元/瓶；
- 6) **夜郎古**推出零售价 1399 元的中高端战略新品“夜郎古·大师酒”；
- 7) **酒鬼酒**推出主打 400 元价格带的 40.8 度酒鬼酒（臻藏）；
- 8) **伊力特**推出伊力王新品进军中高端市场。
- 9) **西凤酒**推出“金奖老绿瓶西凤酒”，官方指导价为 398 元；
- 10) **玉泉酒业**发布兼香高端新品“御君”、坛装新品“匠心封藏”“匠心典藏”和北派酱香复刻大师之作“盾台”。

23 年酒业全数据出炉： 白酒产量下降，啤酒量价齐升。根据中国酒业协会统计，2023 年全国白酒行业实现总产量 629 万千升，同比下降 5.1%；完成销售收入 7563 亿元，同比增加 9.7%；实现利润总额 2328 亿元，同比增长 7.5%。白酒行业在产量下滑的背景下，仍实现营收和利润的增长，市场高端化趋势明显。2023 年全国啤酒行业实现总产量 3789 万千升，同比增长 0.8%，实现销售收入为 1863 亿元，同比增长 8.6%；实现利润总额 260 亿元，同比增长 15.1%。2023 年啤酒行业在产量稳定的基础上，延续效益增长的态势，实现“量价齐升”。

◆ 投资建议：

(1) **估值面：** 截至 24/3/22 食品饮料（申万）PE-ttm 为 25.15，处于 2010 年 1 月以来的 17%分位，处于超跌状态，其中白酒（申万）为 25.61x，处于 2010

投资评级 **同步大市-A维持**

首选股票	评级
600519.SH 贵州茅台	买入-A
603369.SH 今世缘	买入-B
603198.SH 迎驾贡酒	增持-A

一年行业表现



资料来源：聚源

升幅%	1M	3M	12M
相对收益	-0.08	-2.9	-2.4
绝对收益	1.5	3.33	-14.64

分析师

李鑫鑫

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

相关报告

食品饮料：春糖拉开序幕，热闹的会场，分化的厂商-食品饮料行业周报 2024.3.18

食品饮料：多家酒企或提价，关注糖酒会催化-食品饮料行业周报 2024.3.10

迎驾贡酒：核心产品高增延续，结构升级继续可期-华金证券-食品饮料-公司快报-迎驾贡酒 2024.3.6

食品饮料：新业态新趋势，变化正悄然发生-食品饮料行业周报 2024.2.25

食品饮料：回乡见闻之二：潜心耕耘，也无风雨也无晴-食品饮料行业专题 2024.2.25

食品饮料：回乡见闻之一：收入消费小有变化，闲看庭前花开花落-食品饮料行业专题 2024.2.22

食品饮料：春节：白酒量价齐升，库存高位略降-食品饮料行业周报 2024.2.20



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，目前来看经销商相对保守，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结束，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：跑输大盘，饮料乳品、食品加工表现相对较好	4
(二) 本周大事：春季糖酒会闭幕，新品加码大众价格带	4
(三) 投资建议	5
二、公司公告	5
三、行业要闻	7
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：跑输大盘，饮料乳品、食品加工表现相对较好

上周食品饮料（申万）行业整体下跌 0.85%，在 31 个子行业中排名第 20 位，跑输上证综指 0.64pct，跑输创业板指 0.06pct。二级（申万）子板块对比，上周子板块均有不同程度下跌，其中饮料乳品、食品加工下跌幅度较小，分别为-0.35%、-0.37%，三级子行业中肉制品、软饮料表现较好，分别上涨 2.15%、0.35%，保健品和零食为三级子行业中跌幅最大。

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	6775.05	(2.30)	(2.32)	(4.83)	36.35
非白酒	4045.53	(1.60)	1.72	(3.13)	31.40
食品加工	14860.80	(0.37)	0.38	(7.28)	21.55
饮料乳品	7160.19	(0.35)	1.60	3.31	19.55
白酒 II	58176.34	(0.73)	2.86	0.66	25.61
休闲食品	1610.32	(3.07)	(1.00)	(11.87)	27.32

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华统股份（+18.98%）、李子园（+15.14%）、古井贡酒（+8.56%）、香飘飘（+8.01%）、金华火腿（+7.79%）。跌幅较大的个股为青海春天（-16.29%）、盐津铺子（-7.71%）、有友食品（-7.22%）、安琪酵母（-7.21%）、桃李面包（-6.75%）。

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
华统股份	肉制品	18.98	青海春天	保健品	(16.29)
李子园	软饮料	15.14	盐津铺子	零食	(7.71)
古井贡酒	白酒 III	8.56	有友食品	零食	(7.22)
香飘飘	软饮料	8.01	安琪酵母	调味发酵品 III	(7.21)
金字火腿	肉制品	7.79	桃李面包	烘焙食品	(6.75)

资料来源：wind，华金证券研究所

（二）本周大事：春季糖酒会闭幕，新品加码大众价格带

上周糖酒会闭幕，15-19 号酒店展、20-22 号展会展，部分企业放弃酒店展仅参加展会展，展会出现第一天热闹火爆，第二三天人流稀少的现象。透过自媒体，我们发现企业和经销商参展氛围弱于去年，或从侧面显示出今年消费的不景气。此外，名优酒企今年新品价格带相对下移，具体如下：

1) 贵州茅台延续品牌年轻化战略，发布新品“UMEET 蓝莓气泡酒”。据了解，该产品规格为 375ml/瓶，售价 118 元/瓶，酒精度数为 6 度，覆盖线上线下全渠道；2) 茅台保健酒业公司重启酱酒经典品牌“茅台醇”，并发布了两款系列新品，即红色款（主要针对婚宴市场）和蓝色款（主要针对商务场景消费）；3) 泸州老窖推新“窖系列”，面向大众消费领域，新品布局

200-800 元的中高端、次高端主流价格带，对标各价格带主流大单品成交价；4) 洋河股份重启旗下双沟酒业“苏酒头牌”，并推动洋河小分子酒全国化。同时，公司宣布梦之蓝手工班战略升级，确立“手工班、手工班经典、手工班大师”三大产品；5) 国台发布国台·尊品十五年与国台·尊藏龙酒两款高端酒新品，建议零售价分别是 1599 元/瓶和 3999 元/瓶；6) 夜郎古推出零售价 1399 元的中高端战略新品“夜郎古·大师酒”；7) 酒鬼酒推出主打 400 元价格带的 40.8 度酒鬼酒（臻藏）；8) 伊力特推出伊利王新品进军中高端市场。9) 西凤酒推出“金奖老绿瓶西凤酒”，官方指导价为 398 元；10) 玉泉酒业发布兼香高端新品“御君”、坛装新品“匠心封藏”“匠心典藏”和北派酱香复刻大师之作“盾台”。

23 年酒业全数据出炉：白酒产量下降，啤酒量价齐升。根据中国酒业协会统计，2023 年全国白酒行业实现总产量 629 万千升，同比下降 5.1%；完成销售收入 7563 亿元，同比增加 9.7%；实现利润总额 2328 亿元，同比增长 7.5%。白酒行业在产量下滑的背景下，仍实现营收和利润的增长，市场高端化趋势明显。2023 年全国啤酒行业实现总产量 3789 万千升，同比增长 0.8%，实现销售收入为 1863 亿元，同比增长 8.6%；实现利润总额 260 亿元，同比增长 15.1%。2023 年啤酒行业在产量稳定的基础上，延续效益增长的态势，实现“量价齐升”。

（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，目前酒企春节旺季结束，后续进入节后淡季，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，目前来看经销商相对保守，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结束，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 24/3/22 食品饮料（申万）PE-ttm 为 25.15，处于 2010 年 1 月以来的 17% 分位，处于超跌状态，其中白酒（申万）为 25.61x，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. 金龙鱼：2023 年年度报告。2023 年，金龙鱼实现营业收入约 2515.24 亿元，同比下降 2.32%；归属于上市公司股东的净利润约 28.48 亿元，同比下降 5.43%；实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润约 13.21 亿元，同比下降 58.5%。业绩下滑的原因主要是产品价格下跌的影响

超过了销量增长带来的营收贡献。随着国内经济逐步恢复，公司厨房食品、饲料原料和油脂科技产品的销量较2022年增长较好，但是主要产品的价格随着大豆、大豆油及棕榈油等主要原材料价格下跌有所回落。

2. 味知香：新聘任公司总经理和董事会秘书。公司第三届董事会第一次会议于2024年3月22日以现场方式召开，审议通过《关于聘任公司总经理的议案》，董事会同意聘任夏靖先生为公司总经理；审议通过《关于聘任公司董事会秘书的议案》，董事会同意聘任谢林华先生为公司董事会秘书。

3. 一致魔芋：2023年年度报告。2023年，一致魔芋实现营业收入约4.79亿元，同比增长7.03%；归属于上市公司股东的净利润约5274.36万元，同比下滑19.23%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润约3131.22万元，同比下滑46.01%。一致魔芋的营业收入主要来自于魔芋粉的生产和销售。2023年，魔芋粉销售金额约为3.63亿元，占总营业收入的75.74%。业绩下滑原因有二。从企业内部来看，一致魔芋的产品结构相对单一，主要依赖于魔芋粉的销售。这种依赖可能导致公司在面对市场变化或竞争加剧时缺乏足够的灵活性和适应性。从外部环境来看，一致魔芋也面临着一些不确定因素。例如，魔芋粉的市场需求可能会受到消费者偏好变化、新兴替代产品出现或宏观经济环境变化等因素的影响。如果市场需求出现下滑或波动，将对公司的销售业绩和盈利能力产生直接影响。

4. 金枫酒业：推选祝勇担任公司董事长，曾任四川全兴酒业总经理。金枫酒业在第十一届董事会第十一次会议上推选祝勇先生任上海金枫酒业股份有限公司董事长，任期至本届董事会届满。同时增补祝勇先生为公司战略委员会和薪酬与考核委员会委员，并推选其为战略委员会主任委员，任期自董事会审议通过之日起至第十一届董事会届满为止。

5. 青岛啤酒：注册资本增持至13.4亿。天眼查企业背景信息显示，近日，青岛啤酒(600600)集团有限公司发生工商变更，注册资本由约12.5亿人民币增至约13.4亿人民币。

6. 张裕A：公司发布回购报告书。烟台张裕葡萄酿酒股份有限公司拟使用自有资金以集中竞价交易方式回购本公司股份，回购股份的种类为公司已发行的境内上市外资股（B股），资金总额不超过人民币2亿元，股份回购价格不超过港币12.65元/股。拟回购股份数量为不低于1000万股，不超过2000万股，占公司目前总股本约1.44%-2.89%，占公司B股的比例约4.31%-8.62%。本次股份回购期限自公司股东大会审议通过本次股份回购方案之日起不超过12个月，具体回购数量以回购期满时实际回购的股份数量为准，所回购的股份予以注销并相应减少公司注册资本，通过增厚每股收益，维护公司价值，提高公司股东的投资回报。

7. 伊力特：公司发布关于“伊力转债”可能满足赎回条件的提示性公告。自2024年2月22日至2024年3月21日，公司股票已有十个交易日收盘价不低于当期转股价格15.59元/股的130%（含130%），即20.27元/股。若在未来九个交易日内有五个交易日仍继续保持在当期转股价格15.59元/股的130%（含130%）以上，即20.27元/股以上，将可能触发上述“有条件赎回条款”，届时根据《募集说明书》中有条件赎回条款的相关规定，公司有权按照债券面值加当期应计利息的价格赎回全部或部分未转股的“伊力转债”。

8. 国联水产：终止与沙特主权财富基金亚洲区签订的谅解备忘录。终止该协议是双方协商一致的结果，公司无需对该协议的终止承担赔偿责任及法律责任，不会对公司业绩及生产经营产生不利

影响，也不会影响公司未来的发展战略及经营规划。

三、行业要闻

1. 23 年酒业全数据出炉：白酒产量下降，啤酒量价齐升。根据中国酒业协会统计，2023 年全国白酒行业实现总产量 629 万千升，同比下降 5.1%；完成销售收入 7563 亿元，同比增加 9.7%；实现利润总额 2328 亿元，同比增长 7.5%。白酒行业在产量下滑的背景下，仍实现营收和利润的增长，市场高端化趋势明显。2023 年全国啤酒行业实现总产量 3789 万千升，同比增长 0.8%，实现销售收入为 1863 亿元，同比增长 8.6%；实现利润总额 260 亿元，同比增长 15.1%。2023 年啤酒行业在产量稳定的基础上，延续效益增长的态势，实现“量价齐升”。（资料来源：酒业家）

2. 张裕：张裕加速走向世界，引领中国葡萄酒开辟新天地。当中国葡萄酒市场仍处于调整期，大多数中国葡萄酒企业仍深陷市场萎靡的内耗，龙头企业张裕又一次为中国葡萄酒注入了信心。日前，张裕亮相一年一度的全球规模最大的葡萄酒与烈酒贸易展览会之一德国 ProWein，旗下龙谕、可雅、爱斐堡、解百纳、冰酒等明星品牌以独特的东方韵味引发世界关注。同一时间，2024 年 MUNDUS VINI 世界葡萄酒大赛和 2024 年柏林葡萄酒大赛结果公布，张裕斩获包括 1 枚大金奖、17 枚金奖在内的共 26 枚奖牌。在张裕身上，我们看到了中国葡萄酒新的生机。（资料来源：酒业家）

3. 海南椰岛：迎 30 万亿银发经济蓝海，海南椰岛如何接住这“泼天富贵”？：数据显示，目前我国银发经济规模大概在 7 万亿元左右，占 GDP 比重大约为 6%左右。到 2035 年，银发经济规模将达到 30 万亿元左右，占 GDP 比重约 10%。一个 30 万亿蓝海市场正在急剧生成，中国老龄产业未来蕴含着巨大的消费市场潜力，而深耕保健酒赛道的海南椰岛无疑将迎来巨大的市场机遇。从政策导向上看，今年 1 月，国务院发布我国首个以“银发经济”为名的政策——《关于发展银发经济增进老年人福祉的意见》，从 4 大方面、26 项举措保障银发经济的健康高质量发展。今年两会期间，民政部部长陆治原表示，国家已经把应对人口老龄化问题上升为国家战略。该如何接住这“泼天富贵”？海南椰岛的答案是——坚守品质，文化破圈。（资料来源：酒业家）

4. 009 酃酒：从根源解决两大痛点，009 酃酒选择中度酒新赛道：“挤爆赛道不如换道超车。高度酒、低度酒现在非常内卷，009 酃酒在酒业红海中寻找到了那片蓝海。”009 酃酒选的是新赛道——中度酒，并高调提出“中度酒领导品牌”的战略定位，既非传统 30%vol 起步的白酒。在当前的酒类产业存量竞争明显、内卷相对严重的情况下，009 酃酒看到了机会：首先是饮酒消费新需求的出现，其次是传统厂商关系矛盾激化，酒类商业生态急需新模式破局。针对上面“发现”的两个痛点，009 酃酒给出了自己的一套系统解决方案，以差异化创新破局，以新产品解决新需求，以新模式重构厂商关系，成为当前产业环境下真正意义上的“优选”代表：即市场发展潜力大、渠道运营风险小、顺应行业主流趋势。（资料来源：酒说）

5. 啤酒：2024 年 1-2 月中国啤酒产量以及进出口啤酒数据公布：国家统计局公布了 2024 年 1-2 月啤酒产量以及中国进出口啤酒数据。2024 年 1-2 月，中国规模以上企业啤酒产量 566.6 万千升，同比增长 12.1%。2024 年 1-2 月，中国累计出口啤酒 10.013 万千升，同比增长 19.8%；

金额为 4.7612 亿元人民币，同比增长 18.5%。2024 年 1-2 月，中国累计进口啤酒 3.518 万千升，同比下降 47.7%；金额为 3.6926 亿元人民币，同比下降 43.2%。（资料来源：啤酒板）

6. 乳制品：总投资 12 亿元，华中地区最大奶牛基地落户襄阳。不久前，2000 头来自澳大利亚的奶牛抵达湖北南漳，这里便是华中地区养殖规模最大、智能化程度最高的奶牛养殖及乳制品加工基地——云上牧歌(襄阳)万头奶牛智慧产业园。据了解，该项目是湖北省重点项目，总投资 12 亿元，可年产生鲜乳 9 万吨，实现销售收入 4.5 亿元，产业链农业总产值达 5 亿元以上。（资料来源：乳业资讯网）

7. 联合利华：冰淇淋业务遭联合利华“抛弃”。3 月 19 日，联合利华集团宣布，将在全球范围内裁员 7500 人。此次裁员的原因是联合利华将剥离其冰淇淋业务，相关分拆工作预计到 2025 年年底完成，并将在其他领域降低成本。目前，联合利华拥有全球十大畅销冰淇淋品牌中的五个，包含和路雪、梦龙等多个冰淇淋品牌，剥离后，这一板块将作为一家独立的、更专注的企业运营。预计在未来三年内，该计划将节省总成本约 8 亿欧元，足以抵消因冰淇淋业务剥离而产生的预计运营减益。联合利华在 60 多个国家/地区销售冰淇淋，几乎占全球冰淇淋销量的五分之一，但在 2023 年财报中，联合利华的冰淇淋业务销量下滑最严重。财报显示，2023 年，联合利华冰淇淋业务营收 79 亿欧元（约合人民币 618 亿元），基本销售额增长 2.3%，但这一增长主要是因为涨价。对于现在的联合利华来说，冰淇淋已经比较拖后腿，因此会选择聚焦其他更高毛利、高增长的板块。（资料来源：乳业资讯网）

8. 预制菜行业规范化进程加速。3 月 21 日，市场监管总局联合教育部、工业和信息化部、农业农村部、商务部、国家卫生健康委印发《关于加强预制菜食品安全监管促进产业高质量发展的通知》。《通知》聚焦预制菜范围、标准体系建设、食品安全监管和推进产业高质量发展四大方面，对预制菜原辅料、预加工工艺、贮运销售要求、食用方式、产品范围等进行了界定。其中，《通知》专门提出预制菜不能添加防腐剂，同时大力推广餐饮环节使用预制菜明显，保障消费者的知情权、选择权，并从主体责任、生产许可、监督检查力度等方面强化预制菜食品安全监管，助力行业健康发展。（资料来源：中新经纬）

四、行业数据

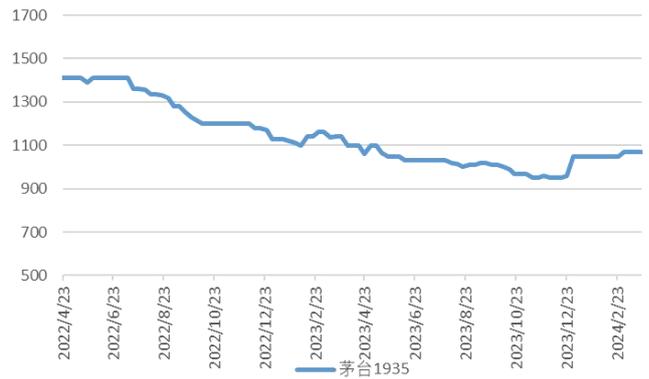
白酒：根据今日酒价及酒价参考，2024 年 3 月 23 日飞天茅台整箱/散瓶/茅台 1935 批价为 2935/2690/1070 元，环比上周-45 元/-15 元/持平；五粮液普五（八代）批价为 965 元，环比上周持平；国窖 1573 批价为 875 元，环比上周持平；汾酒青花 30/青花 20/玻汾批价为 860/375/40.5 元，环比上周持平；智慧舍得/品味舍得批价为 450/335 元，环比上周持平/+5 元；酒鬼酒内参批价为 850 元，环比上周持平；水井坊井台/臻酿八号批价为 455/360 元，环比上周持平；洋河 M6+/M3 批价为 590/435 元，环比持平；今世缘国缘四开/对开/单开/淡雅批价为 365/200/125/95 元，环比上周持平/持平/持平/+5 元；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；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）



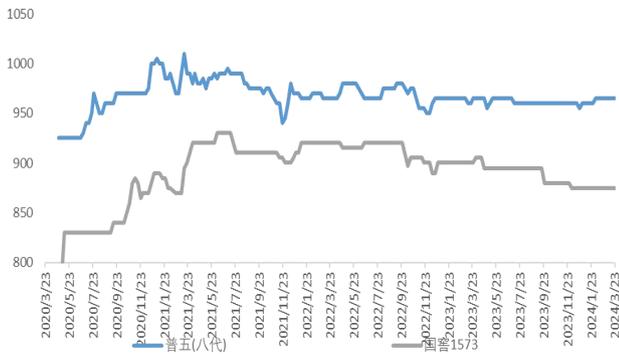
资料来源：今日酒价，华金证券研究所

图 2：茅台 1935 批价走势（元）



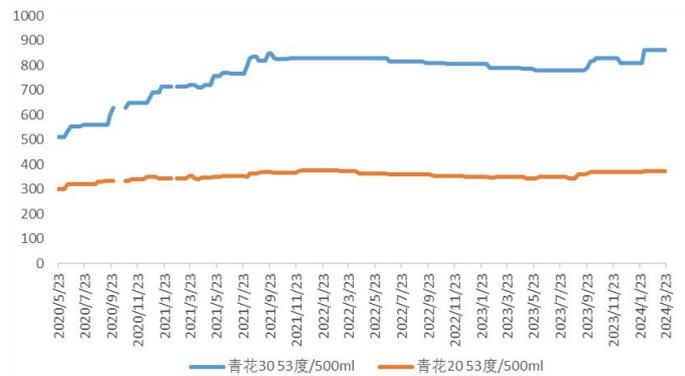
资料来源：今日酒价，华金证券研究所

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）



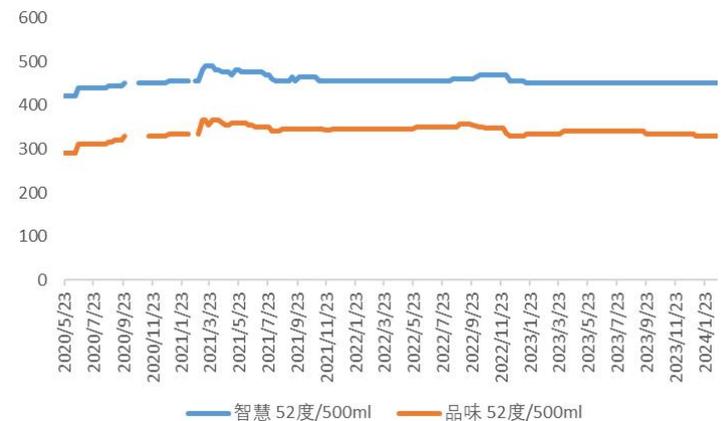
资料来源：今日酒价，华金证券研究所

图 5：玻汾批价走势（元）



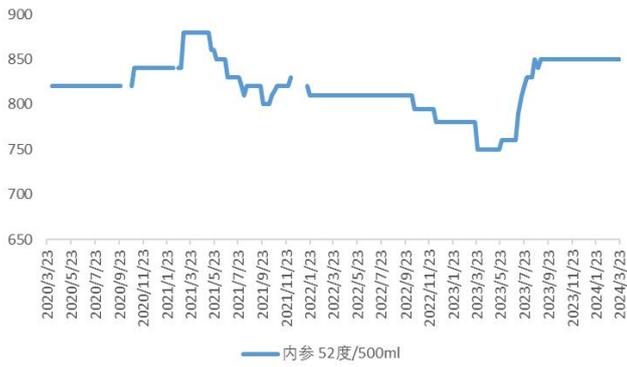
资料来源：今日酒价，华金证券研究所

图 6：舍得酒业主要单品批价走势（元）



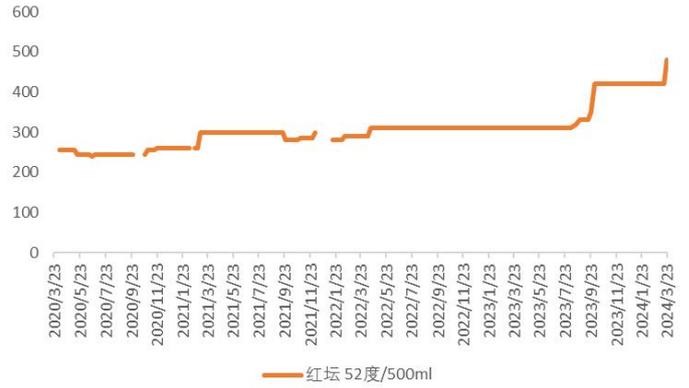
资料来源：今日酒价，华金证券研究所

图 7：酒鬼酒内参批价走势（元）



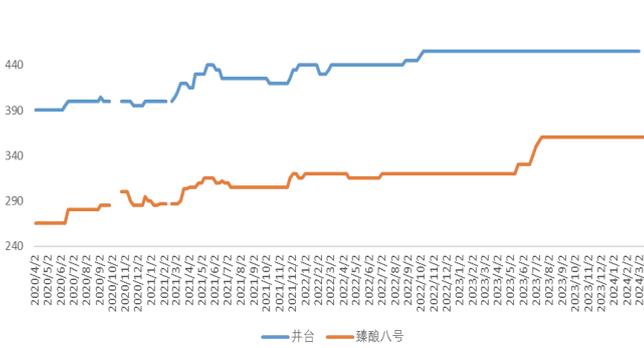
资料来源：今日酒价，华金证券研究所

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）



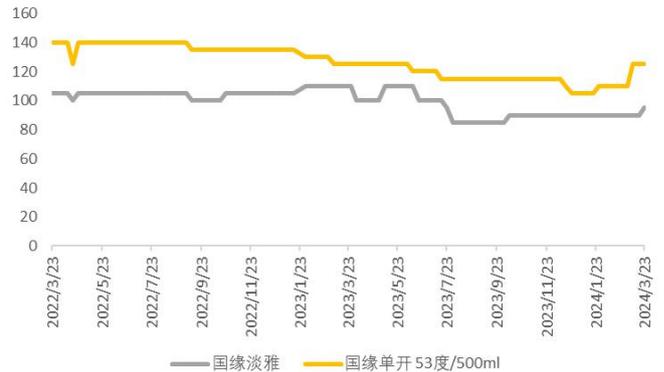
资料来源：今日酒价，华金证券研究所

图 11：今世缘国缘四开&对开批价走势（元）



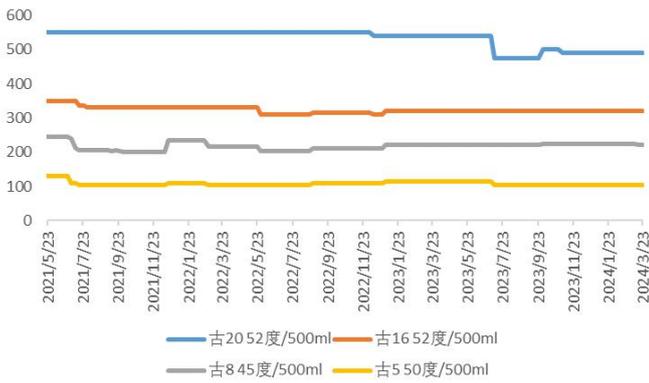
资料来源：酒价参考，华金证券研究所

图 12：今世缘国缘单开&淡雅批价走势（元）



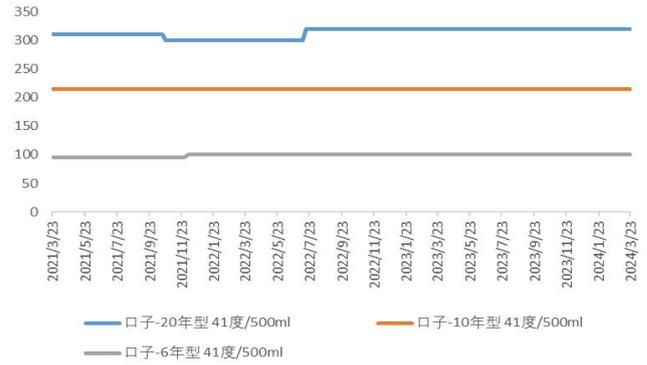
资料来源：今日酒价，华金证券研究所

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)



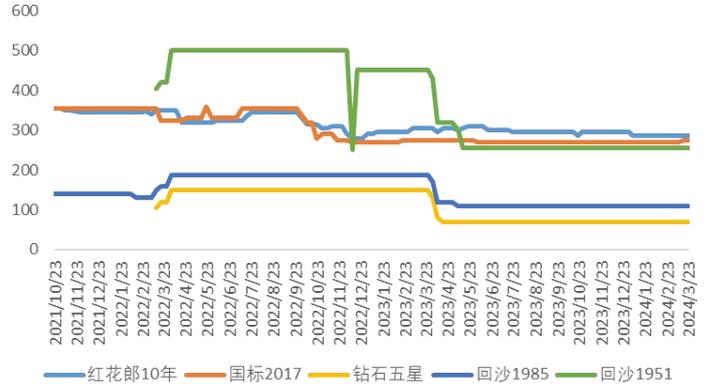
资料来源: 今日酒价, 华金证券研究所

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

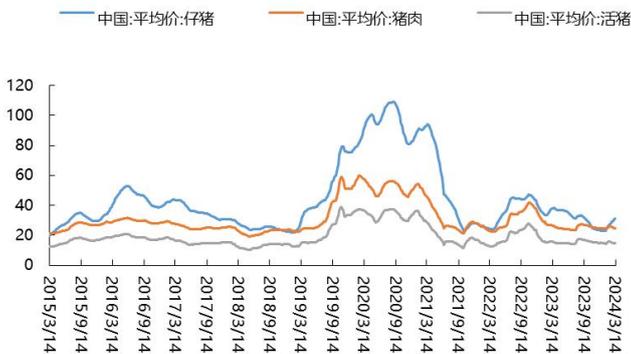
图 16: 酱酒主流产品批价走势 (元)



资料来源: 今日酒价, 华金证券研究所

肉制品: 2024年3月14日仔猪、猪肉、活猪的最新价格分别为31.12元/公斤、24.81元/公斤和14.80元/公斤, 同比-18.19%、-6.16%、-4.70%, 其中, 仔猪、活猪价格环比上涨0.68元/公斤、0.15元/公斤, 猪肉价格环比小幅下跌, 下跌0.01元/公斤。2024年3月22日白条鸡价格为17.73元/公斤, 环比小幅上涨。

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)

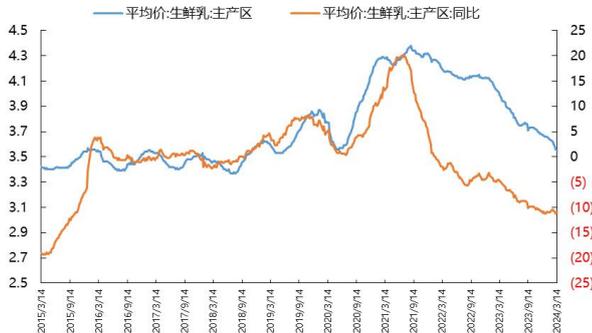


资料来源: wind, 华金证券研究所

乳制品: 国内情况结合2024年3月14日数据来看, 主产区生鲜乳价格3.55元/公斤, 环比上周

下跌0.01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19日天然全脂奶粉拍卖价格为3143公吨，环比下降4.35%，同比下降2.63%；恒天然全部产品拍卖交易价格指数为1055，环比下降2.85%。

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

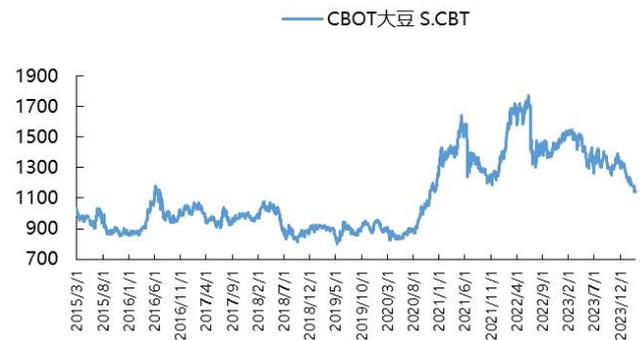
调味品：2024年3月22日大豆现货价、美豆到岸价分别为4442.11元/吨、5418.06元/吨，同比-14.19%、-10.95%。2024年3月22日CBOT大豆期货结算价（活跃合约）为1192美分/蒲式耳。

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