



上海证券
SHANGHAI SECURITIES

糖酒会圆满闭幕，把握细分赛道发展机遇

——食品饮料行业周报 20240318-20240324

增持（维持）

行业：食品饮料
日期：2024年03月24日

分析师：梁瑞
Tel: 021-53686409
E-mail: liangrui@shzq.com
SAC 编号: S0870523110001
联系人：赖思琪
Tel: 021-53686180
E-mail: laisiqi@shzq.com
SAC 编号: S0870122080016
联系人：袁家岗
Tel: 02153686249
E-mail: yuanjiagang@shzq.com
SAC 编号: S0870122070024

■ 投资要点：

本周行业要闻：1) 第110届全国糖酒会开幕：3月20日，第110届全国糖酒商品交易会暨春糖节开幕式在成都天府国际会议中心成都厅举行。3月20日-22日，第110届糖酒会在成都西部国际博览城和世纪城新国际会展中心举行。本届展会展场规模达到了32.5万平方米，展会规模为历届之最。展会在形式上全面转型升级，创新推出“展、会、城、节”四大板块，打造全球标杆性消费类城市节日，引导近百万客商与成都市各行业及市民“过完春节过春糖”，助力食品酒类行业2024年在促进消费、激发经济活力。

2) 第二届中国国际酒业博览会在泸州开幕：3月21日，第二届中国国际酒业博览会在泸州国际会展中心开幕。本届酒博会由中国酒业协会主办、中国轻工业联合会重点支持、泸州市人民政府承办，延续“举杯中国·品味世界”主题，从3月21日持续到24日，为期4天，邀请匈牙利为主宾国。

3) 1-2月酒、饮料和精制茶制造业增长8.1%：3月18日，国家统计局发布数据显示，1-2月份，规模以上工业增加值同比实际增长7.0%（增加值增速均为扣除价格因素的实际增长率）。从环比看，2月份，规模以上工业增加值比上月增长0.56%。分行业看，1-2月份，41个大类行业中有39个行业增加值保持同比增长。其中，酒、饮料和精制茶制造业增长8.1%。

4) 茅台保健酒业公司2024茅台醇新品发布：3月18日，第110届全国糖酒商品交易会期间，茅台保健酒业公司2024茅台醇新品发布会在成都举行，领导嘉宾、行业专家、经销商代表等相聚蓉城，共同见证茅台醇新品上市的闪耀时刻。

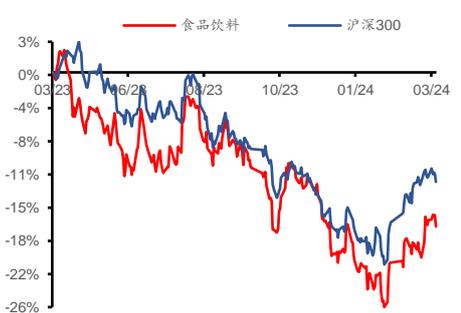
5) 茅台生态农业发布蓝莓气泡酒新品：3月18日，茅台生态农业 UMEET 蓝莓气泡酒新品发布会在成都举行。本次活动发布的蓝莓气泡酒共有五种风味，分别是蓝莓味、香柚味、茉莉茶味、百香果味、青梅味，容量为375mL/瓶，酒精度为6%vol（百香果味和青梅味将在后续上市）。

6) 茅台集团召开2024年度科技创新工作会：3月20日，茅台集团召开2024年度科技创新工作会，全面总结过去一年的创新成果，科学谋划今年和今后一段时期的科技创新工作。茅台集团党委书记、董事长丁雄军出席会议并讲话，他强调，要紧紧围绕“双一流、三突破、五跨越”的战略目标，始终把科技创新作为第一动力，人才作为第一资源，抓好产业链和创新链融合发展，加快构建一流的科技创新体系，大力推动茅台高质量发展、现代化建设。

7) 第二届中国清香大会暨白酒数字化发展峰会在成都举行：3月18日，第二届中国清香大会暨白酒数字化发展峰会在成都环球中心天堂洲际大饭店举行。本次大会以“清香起兮歌浩荡”为主题，立足清香复兴大势，聚焦白酒数字化发展新程，为清香型白酒积极探索数字化转型的路径和方法，实现高质量发展贡献智慧、集聚合力。

8) 2024汾酒营销顾问委员会会议在成都召开：3月21日，“科学营销开新局 提势增能攀高峰”2024汾酒营销顾问委员会会议在成都召开。会议号召，要紧紧围绕汾酒复兴纲领，切实提高经营管理和市场营销的高效性、科学性和系统性，进一步凝聚发展共识、推动团结合作，以高度的使命感与责任感推动汾酒高质量发展。

最近一年行业指数与沪深300比较



相关报告：

《业绩期逐步开启，板块经营韧性强——食品饮料行业周报 20240311-20240317》

——2024年03月17日

《酒企加大投资者回报，大众食品细分赛道景气度向上——食品饮料行业周报 20240304-20240310》

——2024年03月10日

《名优酒企接连提价彰显品牌力，关注行业细分赛道发展机遇——食品饮料行业周报 20240226-20240303》

——2024年03月03日

9) “泸州老窖·天府粮仓”上市发布会在成都举行: 3月18日, “泸州老窖·天府粮仓”上市发布会在成都举行。发布会上, “中国名酒”泸州老窖携手四川省供销社推出“天府粮仓·纯粮原浆 V3”、“天府粮仓·幸福配方 V5”、“天府粮仓·品味浓香 V9”等“泸州老窖·天府粮仓”系列产品。据了解, 这是四川首家使用“天府粮仓”公共品牌的川酒, 也是川酒与“天府粮仓”这两大“四川名片”的首次携手。

10) 五粮液作为糖酒会首席合作伙伴精彩亮相, 传递中国品牌新势能: 五粮液作为“第110届全国糖酒会首席合作伙伴”“第110届全国糖酒会展城融合合作伙伴”, 以一城“双展”形式精彩亮相。从元春营销到“C位”亮相春糖, 五粮液一直在通过“和美”文化, 传递品牌势能。2024年五粮液将重点聚焦和美品牌大生态, 坚持以品牌创新为引领, 持续在品牌文化保护、挖掘、表达、宣传上下功夫, 不断提升优化品牌价值表达体系, 增强消费者体验感, 加快推动品牌价值回归。

11) 金徽老窖岁月鎏金版震撼发布: 3月21日晚, 海口亚特国际会议中心迎来备受瞩目的“岁月鎏金 金徽老窖首席探寻之境”活动, 金徽老窖岁月鎏金版盛大首发。公司选择在酒业年度盛事的“春糖时间”发布新品, 在成都、海口两地同步开启品牌攻势。双城联动新格局, 打造春糖别具一格的体验。继去年成都首席活动金徽老窖“一秒入秦岭”惊艳亮相后, 这次在海口再次展示品牌实力, 引领高端酒类市场。

休闲零食: 盐津全新子品牌“蛋皇”重磅发布, 品牌战略再升级。3月16日, 以“天生高品质 蛋源可生食”为主题的盐津铺子蛋皇发布会在成都盛大举办。作为盐津早期培育单品, 公司已自建农场确保鹌鹑蛋产品品质及利润稳定性, 叠加全渠道铺市, 销量迅速攀升。盐津常务副总经理兰波表示, 公司的多品牌多品类战略, 目标在于孵化出数一数二的品类品牌。而在鹌鹑蛋健康零食这个赛道, 蛋皇只做品类的第一名。我们认为, 鹌鹑蛋赛道百亿规模市场空间充足, 当前市场竞争格局分散, 盐津凭借“全产业链+产品领先+全渠道”的战略优势护航鹌鹑蛋大单品迅速放量, 具备成为子赛道领跑者的潜力。同时, 公司聚焦七大品类, 多品类多品牌共振, 双百亿蓝图可期。

啤酒: 华润啤酒发布年度业绩, 量利齐增成果丰硕。3月18日, 华润啤酒发布2023年年度报告。报告期内, 公司实现营收389.3亿, 同比+10%, 核心 EBIT 71 亿, 同比+30%。其中啤酒营收 368.65 亿, 同比+4.5%, 销量同比+0.5%, ASP 同比+4%, 次高档及以上产品销量同比+18.9%, 喜力品牌销量同比增长近+60%, 每千升核心 EBIT 同比+26.8%; 白酒营收 20.67 亿, EBIT 1.3 亿。公司 23 年业绩亮眼, 实现整体收入、利润和啤酒销量三增长, 并积极探索白酒业务, 坚定推进“啤白双赋能, 白白共成长”的业务模式, 公司董事会主席侯孝海先生表示, 24 年公司将持续追求规模增长和质量增长, 力争 24 年整体收入、利润, 以及整体和次高档及以上啤酒销量达致均好增长。我们认为, 公司产品结构持续提升, 次高及以上产品量增显著, 圆满实现喜力六十万千升目标, 未来通过组织二次转型、卓越制造、数智化推广和渠道营销, 有望巩固高端化竞争优势, 引领行业发展。

软饮: 茅台再加码果酒赛道, 果酒市场发展空间广阔。3月18日, 茅台生态农业 UMEET 蓝莓气泡酒新品发布会在成都举行。本次活动发布的蓝莓气泡酒共有五种风味, 分别是蓝莓味、香柚味、茉莉茶味、百

香果味、青梅味，容量为 375mL/瓶，酒精度为 6%vol。近年来，随着新消费时代的到来，年轻消费群体的崛起，中国酒水市场正在朝向差异化、个性化、年轻化趋势发展。品类细分与多元消费场景成为酒类消费的主流趋势，让果酒市场拥有广阔的发展空间。有数据显示，2022 年我国果酒市场规模已达到 1000 亿元，预计到 2025 年将突破 2000 亿元。

速冻：六部门联合印发预制菜新文件，板块规范化有望迎来新发展。3 月 21 日，市场监管总局等六部门联合发布《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》，首次明确预制菜定义和范围，强化预制菜食品安全监管，明确了推动预制菜食品安全标准和质量标准体系建设的方向。据业内统计，目前我国预制菜加工企业超过 7 万家，2023 年产值突破 5000 亿元，正加速驶向万亿元赛道。我们认为，新文件助力规范和引领我国预制菜领域标准体系建设，为监管部门提升管理效能提供方法支持。行业标准化、规范化有利于集中度提升，利好擅长生产标准化产品、具备爆品打造能力、自研能力强、BC 端兼顾的龙头企业。

冷冻烘焙：产品创新步伐加速，中式糕点发展迎来新机遇。随着直播电商、跨境电商的迅速发展，中式糕点产品创新步伐加速。酥饼、馅饼、糕点等各类产品不断推陈出新，不仅在国内市场纵深发展，尤其在年轻消费群体中覆盖加速。同时，海外市场的拓展也在显著加速。中式糕点带有传统文化符号且种类繁多，加上品牌积极出海，全球中式糕点市场规模将会持续扩容，行业朝高端化、多样化、精细化方向发展。在加强传统文化宣传和鼓励老字号走向国际市场的相关政策助力下，中式糕点的发展迎来新机遇。

■ 本周陆股通资金动向：

本周食品饮料行业陆股通持股占比排名前三的个股为洽洽食品 14.63%、伊利股份 13.07%、安井食品 12.26%。本周食品饮料行业陆股通（外资）持股市值排名前三的个股为贵州茅台 1533.23 亿元、五粮液 305.63 亿元、伊利股份 236.13 亿元。

■ 投资建议：

白酒：关注刚需需求与行业结构性机会：高端与地产酒把握消费需求的高低两端，确定性较强，建议关注：泸州老窖、今世缘、老白干、金徽酒等。

啤酒：建议关注产品结构优化趋势明确的青岛啤酒、产品升级与渠道拓展齐发力的重庆啤酒、大单品持续向上的燕京啤酒、高端化进程明确的华润啤酒等。

软饮预调：建议关注全国化扩张稳健的东鹏饮料、渠道精准营销，品类矩阵明朗的百润股份等。

调味品：建议关注收入端随场景修复之后，全年利润端有望同样拐点向上的海天味业、中炬高新、千禾味业等。

速冻食品：建议关注 BC 端兼顾、预制菜发力可期的安井食品，受益春节后团餐宴席需求持续修复的千味央厨等。

冷冻烘焙：建议关注内生改革优势明显的立高食品、成本有望逐季改善的烘焙油脂龙头南侨食品等。

休闲零食：建议关注转型成效显著、业绩进入释放期的盐津铺子、渠道拓展积极的洽洽食品、传统 KA 合作稳健，会员商超推进顺利的甘源

食品等。

■ 风险提示：

宏观经济下行风险；食品安全问题；市场竞争加剧；提价不及预期。

目 录

1 本周周度观点及投资建议	7
1.1 周度观点	7
1.2 投资建议	10
2 本周市场表现回顾	11
2.1 板块整体指数表现	11
2.2 个股行情表现	11
2.3 板块及子行业估值水平	12
2.4 陆股通活跃个股表现情况	12
3 行业重要数据跟踪	13
3.1 白酒板块	13
3.2 啤酒板块	14
3.3 乳制品板块	15
4 成本及包材端重要数据跟踪	16
4.1 肉制品板块	16
4.2 大宗原材料及包材相关	16
5 上市公司重要公告整理	17
6 行业要闻	18
7 风险提示	20

图

图 1: 本周市场表现 (%)	11
图 2: 本周食品饮料子行业表现 (%)	11
图 3: 本周一级行业表现 (%)	11
图 4: 指数成分股涨幅 TOP10 (%)	12
图 5: 指数成分股跌幅 TOP10 (%)	12
图 6: 截至本周收盘 PE_ttm (x) 前十大一级行业	12
图 7: 截至本周收盘食品饮料子行业 PE_ttm (x)	12
图 8: 本周陆股通持股比例 TOP10	13
图 9: 本周外资持有市值 TOP10	13
图 10: 本周陆股通增减持比例 TOP10 (%)	13
图 11: 飞天茅台批价走势	14
图 12: 五粮液批价走势	14
图 13: 白酒产量月度跟踪	14
图 14: 白酒价格月度跟踪	14
图 15: 啤酒月度产量跟踪	14
图 16: 进口啤酒月度量价跟踪	14
图 17: 国内啤酒平均价格	15
图 18: 生鲜乳价格指数跟踪	15
图 19: 酸奶及牛奶零售价跟踪	15
图 20: 婴幼儿奶粉价格跟踪	15
图 21: 猪肉平均批发价	16
图 22: 猪肉平均零售价	16

图 23: 鸡肉平均批发价	16
图 24: 鸡肉平均零售价	16
图 25: 大豆价格跟踪	17
图 26: 豆粕价格跟踪	17
图 27: 布伦特原油价格跟踪	17
图 28: 塑料价格指数跟踪	17
图 29: 瓦楞纸价格跟踪	17
图 30: 箱板纸价格跟踪	17

1 本周周度观点及投资建议

1.1 周度观点

- 本周行业要闻：**
- 1) 第 110 届全国糖酒会开幕：**3 月 20 日，第 110 届全国糖酒商品交易会暨春糖节开幕式在成都天府国际会议中心成都厅举行。3 月 20 日-22 日，第 110 届糖酒会在中国西部国际博览城和世纪城新国际会展中心举行。本届展会展场规模达到了 32.5 万平方米，展会规模为历届之最。展会在形式上全面转型升级，创新推出“展、会、城、节”四大板块，打造全球标杆性消费类城市节日，引导近百万客商与成都市各行业及市民“过完春节过春糖”，助力食品酒类行业 2024 年在促进消费、激发经济活力。
 - 2) 第二十届中国国际酒业博览会在泸州开幕：**3 月 21 日，第二十届中国国际酒业博览会在泸州国际会展中心开幕。本届酒博会由中国酒业协会主办、中国轻工业联合会重点支持、泸州市人民政府承办，延续“举杯中国·品味世界”主题，从 3 月 21 日持续到 24 日，为期 4 天，邀请匈牙利为主宾国。
 - 3) 1-2 月酒、饮料和精制茶制造业增长 8.1%：**3 月 18 日，国家统计局发布数据显示，1-2 月份，规模以上工业增加值同比实际增长 7.0%（增加值增速均为扣除价格因素的实际增长率）。从环比看，2 月份，规模以上工业增加值比上月增长 0.56%。分行业看，1-2 月份，41 个大类行业中有 39 个行业增加值保持同比增长。其中，酒、饮料和精制茶制造业增长 8.1%。
 - 4) 茅台保健酒业公司 2024 茅台醇新品发布：**3 月 18 日，第 110 届全国糖酒商品交易会期间，茅台保健酒业公司 2024 茅台醇新品发布会在成都举行，领导嘉宾、行业专家、经销商代表等相聚蓉城，共同见证茅台醇新品上市的闪耀时刻。
 - 5) 茅台生态农业发布蓝莓气泡酒新品：**3 月 18 日，茅台生态农业 UMEET 蓝莓气泡酒新品发布会在成都举行。本次活动发布的蓝莓气泡酒共有五种风味，分别是蓝莓味、香柚味、茉莉茶味、百香果味、青梅味，容量为 375mL/瓶，酒精度为 6%vol（百香果味和青梅味将在后续上市）。
 - 6) 茅台集团召开 2024 年度科技创新工作会：**3 月 20 日，茅台集团召开 2024 年度科技创新工作会，全面总结过去一年的创新成果，科学谋划今年和今后一段时期的科技创新工作。茅台集团党委书记、董事长丁雄军出席会议并讲话，他强调，要紧紧围绕“双一流、三突破、五跨越”的战略目标，始终把科技创新作为第一动力，人才作为第一资源，抓好产业链和创新链融合发展，加快构建一流的科技创新体系，大力推动茅台高质量发展、现代化建设。
 - 7) 第二届中国清香大会暨白酒数字化发展峰会在成都举行：**3 月 18 日，第二届中国清香大会暨白酒数字化发展峰会在成都环球中

心天堂洲际大饭店举行。本次大会以“清香起兮歌浩荡”为主题，立足清香复兴大势，聚焦白酒数字化发展新程，为清香型白酒积极探索数字化转型的路径和方法，实现高质量发展贡献智慧、集聚力。

8) 2024 汾酒营销顾问委员会会议在成都召开：3月21日，“科学营销开新局 提势增能攀高峰”2024 汾酒营销顾问委员会会议在成都召开。会议号召，要紧紧围绕汾酒复兴纲领，切实提高经营管理和市场营销的高效性、科学性和系统性，进一步凝聚发展共识、推动团结合作，以高度的使命感与责任感推动汾酒高质量发展。

9) “泸州老窖·天府粮仓”上市发布会在成都举行：3月18日，“泸州老窖·天府粮仓”上市发布会在成都举行。发布会上，“中国名酒”泸州老窖携手四川省供销社推出“天府粮仓·纯粮原浆 V3”、“天府粮仓·幸福配方 V5”、“天府粮仓·品味浓香 V9”等“泸州老窖·天府粮仓”系列产品。据了解，这是四川首家使用“天府粮仓”公共品牌的川酒，也是川酒与“天府粮仓”这两大“四川名片”的首次携手。

10) 五粮液作为糖酒会首席合作伙伴精彩亮相，传递中国品牌新势能：五粮液作为“第110届全国糖酒会首席合作伙伴”“第110届全国糖酒会展城融合合作伙伴”，以一城“双展”形式精彩亮相。从元春营销到“C位”亮相春糖，五粮液一直在通过“和美”文化，传递品牌势能。2024年五粮液将重点聚焦和美品牌大生态，坚持以品牌创新为引领，持续在品牌文化保护、挖掘、表达、宣传上下功夫，不断提升优化品牌价值表达体系，增强消费者体验感，加快推动品牌价值回归。

11) 金徽老窖岁月鎏金版震撼发布：3月21日晚，海口亚特国际会议中心迎来备受瞩目的“岁月鎏金 金徽老窖首席探寻之境”活动，金徽老窖岁月鎏金版盛大首发。公司选择在酒业年度盛事的“春糖时间”发布新品，在成都、海口两地同步开启品牌攻势。双城联动新格局，打造春糖别具一格的体验。继去年成都首席活动金徽老窖“一秒入秦岭”惊艳亮相后，这次在海口再次展示品牌实力，引领高端酒类市场。

休闲零食：盐津全新子品牌“蛋皇”重磅发布，品牌战略再升级。

3月16日，以“天生高品质 蛋源可生食”为主题的盐津铺子蛋皇发布会在成都盛大举办。作为盐津早期培育单品，公司已自建农场确保鹌鹑蛋产品品质及利润稳定性，叠加全渠道铺市，销量迅速攀升。盐津常务副总经理兰波表示，公司的多品牌多品类战略，目标在于孵化出数一数二的品类品牌。而在鹌鹑蛋健康零食这个赛道，蛋皇只做品类的第一名。我们认为，鹌鹑蛋赛道百亿规模市场空间充足，当前市场竞争格局分散，盐津凭借“全产业链+产品领先+全渠道”的战略优势护航鹌鹑蛋大单品迅速放量，具备成为子赛道领跑者的潜力。同时，公司聚焦七大品类，多品类多品牌共振，双百亿蓝图可期。

啤酒：华润啤酒发布年度业绩，量利齐增成果丰硕。3月18日，华润啤酒发布2023年年度报告。报告期内，公司实现营收389.3亿，同比+10%，核心EBIT 71亿，同比+30%。其中啤酒营收368.65亿，同比+4.5%，销量同比+0.5%，ASP同比+4%，次高档及以上产品销量同比+18.9%，喜力品牌销量同比增长近+60%，每千升核心EBIT同比+26.8%；白酒营收20.67亿，EBIT 1.3亿。公司23年业绩亮眼，实现整体收入、利润和啤酒销量三增长，并积极探索白酒业务，坚定推进“啤白双赋能，白白共成长”的业务模式，公司董事会主席侯孝海先生表示，24年公司将持续追求规模增长和质量增长，力争24年整体收入、利润，以及整体和次高档及以上啤酒销量达致均好增长。我们认为，公司产品结构持续提升，次高及以上产品量增显著，圆满实现喜力六十万千升目标，未来通过组织二次转型、卓越制造、数智化推广和渠道营销，有望巩固高端化竞争优势，引领行业发展。

软饮：茅台再加码果酒赛道，果酒市场发展空间广阔。3月18日，茅台生态农业 UMEET 蓝莓气泡酒新品发布会在成都举行。本次活动发布的蓝莓气泡酒共有五种风味，分别是蓝莓味、香柚味、茉莉茶味、百香果味、青梅味，容量为375mL/瓶，酒精度为6%vol。近年来，随着新消费时代的到来，年轻消费群体的崛起，中国酒水市场正在朝向差异化、个性化、年轻化趋势发展。品类细分与多元消费场景成为酒类消费的主流趋势，让果酒市场拥有广阔的发展空间。有数据显示，2022年我国果酒市场规模已达到1000亿元，预计到2025年将突破2000亿元。

速冻：六部门联合印发预制菜新文件，板块规范化有望迎来新发展。3月21日，市场监管总局等六部门联合发布《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》，首次明确预制菜定义和范围，强化预制菜食品安全监管，明确了推动预制菜食品安全标准和质量标准体系建设的方向。据业内统计，目前我国预制菜加工企业超过7万家，2023年产值突破5000亿元，正加速驶向万亿元赛道。我们认为，新文件助力规范和引领我国预制菜领域标准体系建设，为监管部门提升管理效能提供方法支持。行业标准化、规范化有利于集中度提升，利好擅长生产标准化产品、具备爆品打造能力、自研能力强、BC端兼顾的龙头企业。

冷冻烘焙：产品创新步伐加速，中式糕点发展迎来新机遇。随着直播电商、跨境电商的迅速发展，中式糕点产品创新步伐加速。酥饼、馅饼、糕点等各类产品不断推陈出新，不仅在国内市场纵深发展，尤其在年轻消费群体中覆盖加速。同时，海外市场的拓展也在显著加速。中式糕点带有传统文化符号且种类繁多，加上品牌积极出海，全球中式糕点市场规模将会持续扩容，行业朝高端化、多样化、精细化方向发展。在加强传统文化宣传和鼓励老

字号走向国际市场的相关政策助力下，中式糕点的发展迎来新机遇。

1.2 投资建议

白酒：关注刚需需求与行业结构性机会：高端与地产酒把握消费需求的高低两端，确定性较强，建议关注：泸州老窖、今世缘、老白干、金徽酒等。

啤酒：建议关注产品结构优化趋势明确的青岛啤酒、产品升级与渠道拓展齐发力的重庆啤酒、大单品持续向上的燕京啤酒、高端化进程明确的华润啤酒等。

软饮预调：建议关注全国化扩张稳健的东鹏饮料、渠道精准营销，品类矩阵明朗的百润股份等。

调味品：建议关注收入端随场景修复之后，全年利润端有望同样拐点向上的海天味业、中炬高新、千禾味业等。

速冻食品：建议关注 BC 端兼顾、预制菜发力可期的安井食品，受益春节后团餐宴席需求持续修复的千味央厨等。

冷冻烘焙：建议关注内生改革优势明显的立高食品、成本有望逐季改善的烘焙油脂龙头南侨食品等。

休闲零食：建议关注转型成效显著、业绩进入释放期的盐津铺子、渠道拓展积极的洽洽食品、传统 KA 合作稳健，会员商超推进顺利的甘源食品等。

2 本周市场表现回顾

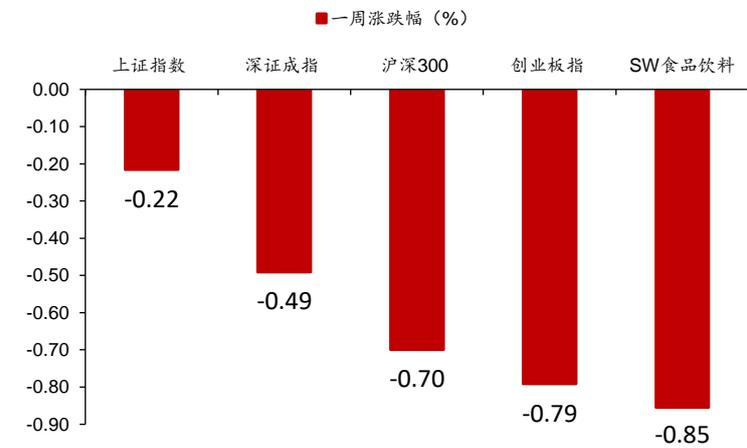
2.1 板块整体指数表现

本周 SW 食品饮料指数下跌 0.85%，相对沪深 300 跑输 0.15pct。沪深 300 下跌 0.70%，上证指数下跌 0.22%，深证成指上下跌 0.49%，创业板指下跌 0.79%。

在 31 个申万一级行业中，食品饮料排名第 20。

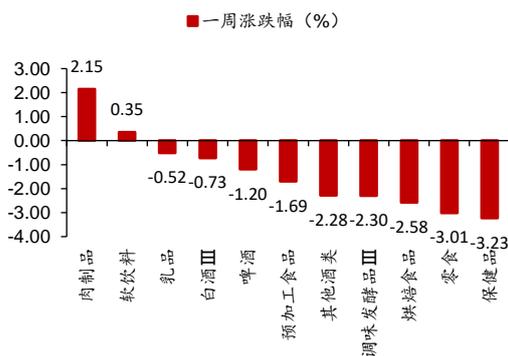
本周 SW 食品饮料各二级行业中，肉制品上涨 2.15%，软饮料上涨 0.35%，乳品下跌 0.52%。

图 1：本周市场表现 (%)



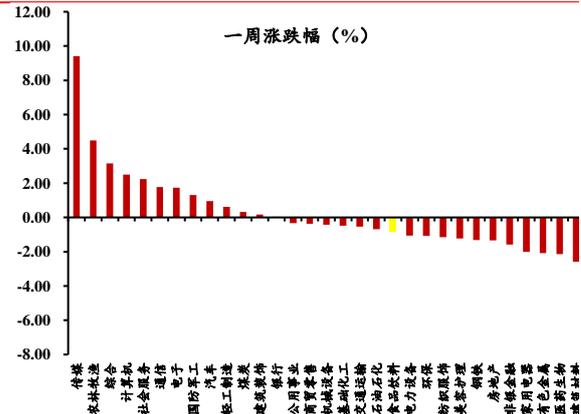
资料来源：Wind，上海证券研究所

图 2：本周食品饮料子行业表现 (%)



资料来源：Wind，上海证券研究所

图 3：本周一级行业表现 (%)



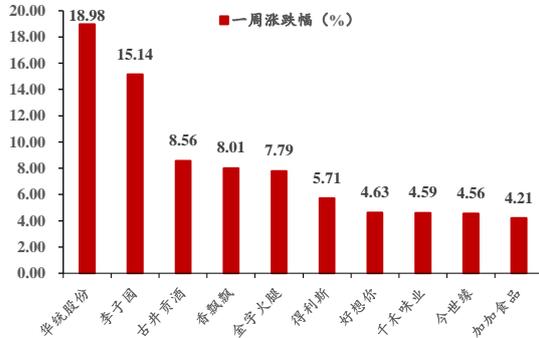
资料来源：Wind，上海证券研究所

2.2 个股行情表现

上本周食品饮料行业涨幅排名前五的个股为华统股份上涨 18.98%、李子园上涨 15.14%、古井贡酒上涨 8.56%、香飘飘上涨

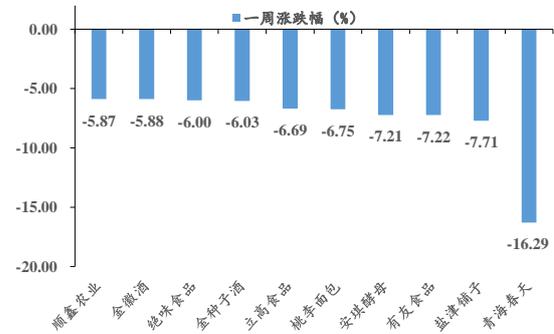
8.01%、金字火腿上涨 7.79%；排名后五的个股为青海春天下跌 16.29%、盐津铺子下跌 7.71%、有友食品下跌 7.22%、安琪酵母下跌 7.21%、桃李面包下跌 6.75%。

图 4：指数成分股涨幅 TOP10 (%)



资料来源：Wind，上海证券研究所

图 5：指数成分股跌幅 TOP10 (%)



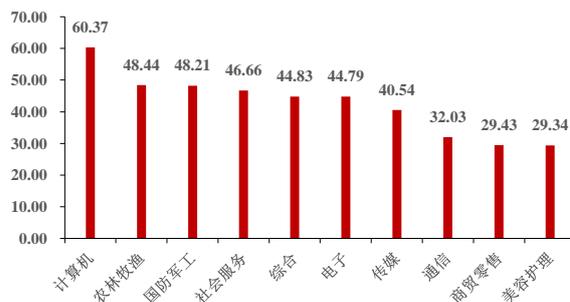
资料来源：Wind，上海证券研究所

2.3 板块及子行业估值水平

截至本周收盘，食品饮料板块整体估值水平在 25.15x，位居 SW 一级行业第 15。

从食品饮料子行业来看，估值排名前三的子行业为其他酒类 39.11x，调味发酵品 III 36.35x，零食 30.06x。

图 6：截至本周收盘 PE_ttm (x) 前十大一级行业



资料来源：Wind，上海证券研究所

图 7：截至本周收盘食品饮料子行业 PE_ttm (x)



资料来源：Wind，上海证券研究所

2.4 陆股通活跃个股表现情况

本周食品饮料行业陆股通持股占比排名前三的个股为洽洽食品 14.63%、伊利股份 13.07%、安井食品 12.26%。

本周食品饮料行业陆股通（外资）持股市值排名前三的个股为贵州茅台 1533.23 亿元、五粮液 305.63 亿元、伊利股份 236.13

亿元。

图 8：本周陆股通持股比例 TOP10

股票	本周陆股通持股占比 (%)
洽洽食品	14.63
伊利股份	13.07
安井食品	12.26
东鹏饮料	9.25
贵州茅台	7.17
重庆啤酒	5.98
中炬高新	5.61
五粮液	5.13
安琪酵母	4.94
海天味业	4.07

资料来源：Wind，上海证券研究所

图 9：本周外资持有市值 TOP10

股票	外资持有市值 (亿元)
贵州茅台	1,533.23
五粮液	305.63
伊利股份	236.13
海天味业	90.23
泸州老窖	88.83
山西汾酒	79.83
洋河股份	45.93
安井食品	31.58
双汇发展	30.77
今世缘	28.66

资料来源：Wind，上海证券研究所

本周陆股通增持前三的个股为三只松鼠增持0.77%、今世缘增持0.58%、安井食品增持0.47%；陆股通减持前三的个股为李子园减持0.66%、安琪酵母减持0.42%、桃李面包减持0.38%。

图 10：本周陆股通增减持比例 TOP10 (%)

股票名称	本周陆股通增持比例 (%)	股票名称	本周陆股通减持比例 (%)
三只松鼠	0.77	李子园	-0.66
今世缘	0.58	安琪酵母	-0.42
安井食品	0.47	桃李面包	-0.38
顺鑫农业	0.32	盐津铺子	-0.28
五粮液	0.28	紫燕食品	-0.28
东鹏饮料	0.25	立高食品	-0.25
华统股份	0.23	汤臣倍健	-0.24
劲仔食品	0.21	舍得酒业	-0.21
山西汾酒	0.18	皇氏集团	-0.20
天味食品	0.14	龙大美食	-0.19

资料来源：Wind，上海证券研究所

3 行业重要数据跟踪

3.1 白酒板块

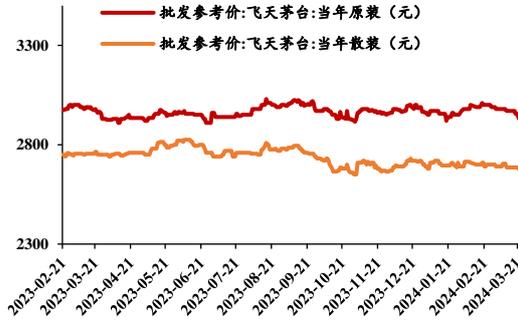
根据 wind 信息整理，截至 2024 年 3 月 22 日，飞天茅台当年原装和散装批发参考价分别为 2930 元和 2675 元；截至 2024 年 3 月 22 日，五粮液普五（八代）批发参考价为 965 元。

2023 年 12 月，全国白酒产量 54.90 万千升，当月同比上升 4.00%。2024 年 2 月全国 36 大中城市日用工业消费品白酒 500ml

请务必阅读尾页重要声明

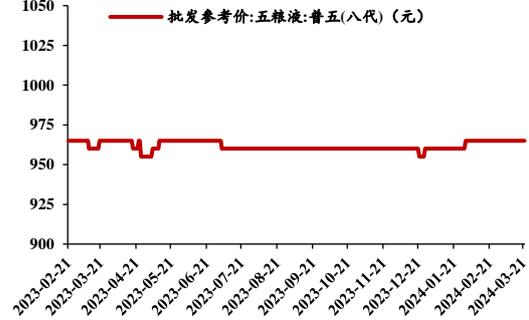
左右 52 度高档平均价格 1227.01 元/瓶，白酒 500ml 左右 52 度中低档平均价格 176.84 元/瓶。

图 11: 飞天茅台批价走势



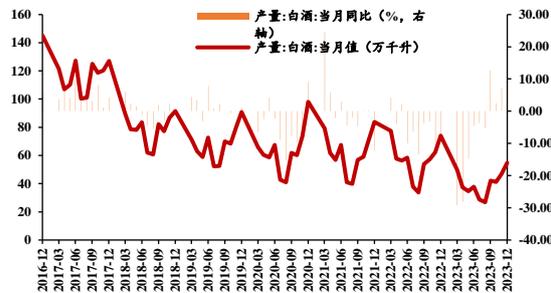
资料来源: Wind, 上海证券研究所

图 12: 五粮液批价走势



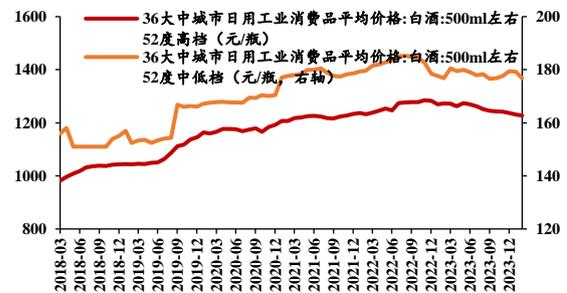
资料来源: Wind, 上海证券研究所

图 13: 白酒产量月度跟踪



资料来源: Wind, 国家统计局, 上海证券研究所

图 14: 白酒价格月度跟踪

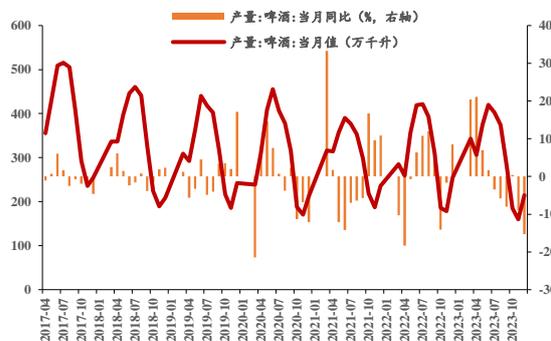


资料来源: Wind, 国家发改委, 上海证券研究所

3.2 啤酒板块

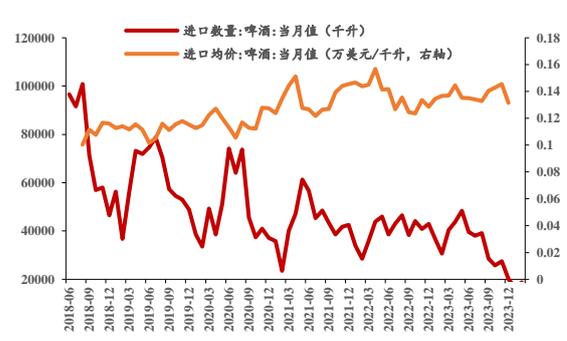
2023 年 12 月，全国啤酒产量 214.80 万千升，同比减少 15.30%。2024 年 2 月全国啤酒进口数量 1.87 万千升。2024 年 2 月全国 36 大中城市日用工业消费品啤酒罐装 350ml 左右平均价格 4.15 元/罐，啤酒瓶装 630ml 左右平均价格 5.13 元/瓶。

图 15: 啤酒月度产量跟踪



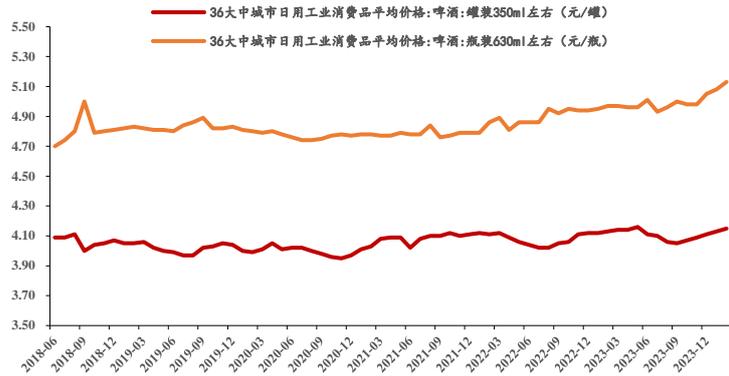
资料来源: Wind, 国家统计局, 上海证券研究所

图 16: 进口啤酒月度量价跟踪



资料来源: Wind, 海关总署, 上海证券研究所

图 17: 国内啤酒平均价格

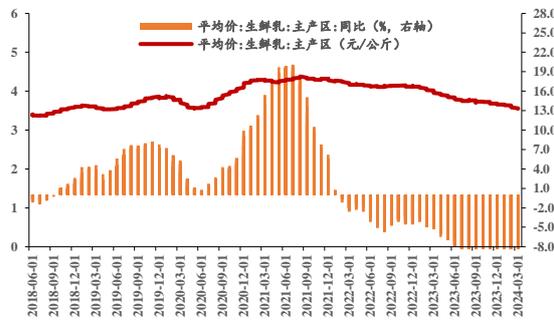


资料来源: Wind, 国家发改委, 上海证券研究所

3.3 乳制品板块

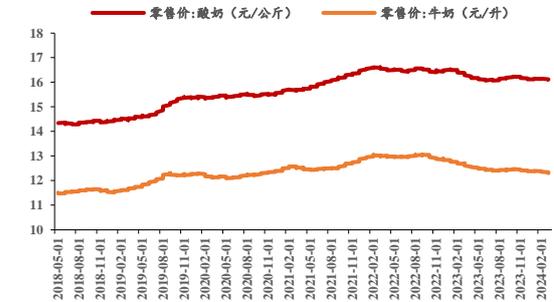
截至 2024 年 3 月 14 日, 全国生鲜乳主产区平均价格 3.55 元/公斤。截至 2024 年 3 月 15 日, 全国酸奶零售价 16.11 元/公斤, 牛奶零售价 12.31 元/升。截至 2024 年 3 月 15 日, 国产品牌奶粉零售价格 225.91 元/公斤, 国外品牌奶粉零售价格 269.49 元/公斤。

图 18: 生鲜乳价格指数跟踪



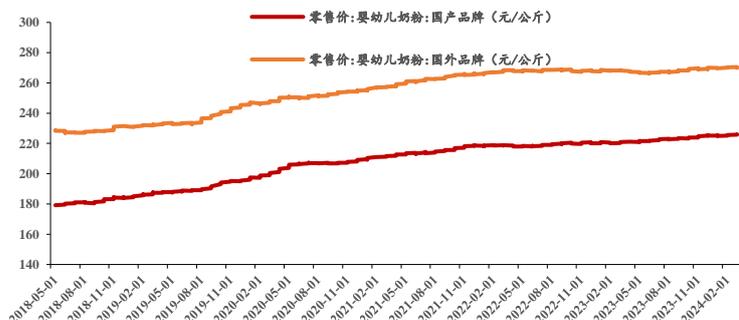
资料来源: Wind, 农业农村部, 上海证券研究所

图 19: 酸奶及牛奶零售价跟踪



资料来源: Wind, 商务部, 上海证券研究所

图 20: 婴幼儿奶粉价格跟踪



资料来源: Wind, 商务部, 上海证券研究所

请务必阅读尾页重要声明

4 成本及包材端重要数据跟踪

4.1 肉制品板块

截至2024年3月22日，全国猪肉平均批发价20.31元/公斤；截至2024年3月21日，全国36个城市猪肉平均零售价15.23元/500克。截至2024年3月22日，全国主产区白羽肉鸡均价7.77元/公斤；截至2024年3月21日，全国36个城市鸡肉平均零售价12.74元/500克。

图 21：猪肉平均批发价



资料来源：Wind，农业农村部，上海证券研究所

图 22：猪肉平均零售价



资料来源：Wind，国家发改委，上海证券研究所

图 23：鸡肉平均批发价



资料来源：Wind，博亚和讯，上海证券研究所

图 24：鸡肉平均零售价



资料来源：Wind，国家发改委，上海证券研究所

4.2 大宗原材料及包材相关

截至2024年3月22日，全国大豆现货平均价格4442.11元/吨。截至2024年3月20日，全国豆粕（粗蛋白含量 $\geq 43\%$ ）市场价3479.20元/吨。截至2024年3月22日，英国布伦特Dtd原油现货价格85.18美元/桶。截至2024年3月22日，中国塑料城价格指数860.26。截至2024年3月20日，全国瓦楞纸(AA级

120g)市场价格 2829.50 元/吨。截至 2024 年 3 月 22 日,我国华东市场箱板纸(130gA 级牛卡纸)市场价格 3300.00 元/吨。

图 25: 大豆价格跟踪



资料来源: Wind, 中国汇易, 上海证券研究所

图 26: 豆粕价格跟踪



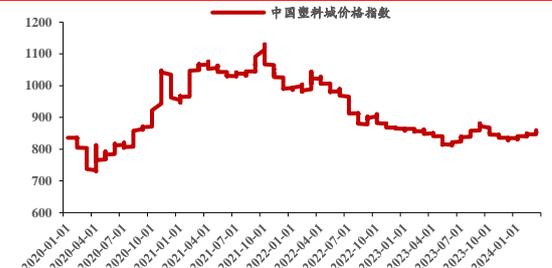
资料来源: Wind, 国家统计局, 上海证券研究所

图 27: 布伦特原油价格跟踪



资料来源: Wind, 上海证券研究所

图 28: 塑料价格指数跟踪



资料来源: Wind, 中塑在线, 上海证券研究所

图 29: 瓦楞纸价格跟踪



资料来源: Wind, 国家统计局, 上海证券研究所

图 30: 箱板纸价格跟踪



资料来源: Wind, 隆众资讯, 上海证券研究所

5 上市公司重要公告整理

【汤臣倍健】2023 年年度报告: 报告期内公司实现营业收入 94.07 亿元, 较上年同期增长 19.66%; 归属于上市公司股东净利润 17.46 亿元, 较上年同期增长 26.01%。

【安琪酵母】2023 年年度报告：报告期内公司实现营业收入 13,581,131,635.82 元，同比增长 5.74%；归属于上市公司股东的净利润 1,270,164,997.63 元，同比下滑 3.86%。

【三只松鼠】关于持股 5%以上股东减持股份的预披露公告：近日，三只松鼠股份有限公司收到公司持股 5%以上股东 LT GROWTH INVESTMENT IX (HK) LIMITED 的《减持计划告知函》，其拟减持公司股份。截至本公告披露日，LT GROWTH INVESTMENT IX (HK) LIMITED 持有公司股份 26,093,120 股（占公司当前总股本比例 6.54%）。LT GROWTH INVESTMENT IX (HK) LIMITED 计划在自本公告披露之日起 15 个交易日后的 3 个月内通过集中竞价交易或在自本公告披露之日起 3 个交易日后的 3 个月内通过大宗交易方式减持公司股份合计不超过 7,182,333 股，即不超过公司当前总股本的 1.8%。

【田野股份】2023 年年度报告：2023 年，公司营业收入为 4.6 亿元，同比下降 2.33%；归属于上市公司股东的净利润为 3338 万元，同比下降 37.69%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润为 2112 万元，同比下降 57.87%。

【桃李面包】2023 年年度报告：2023 年实现营业收入 67.59 亿元，同比增长 1.08%；净利润 5.74 亿元，同比下降 10.29%；基本每股收益 0.36 元。

【舍得酒业】2023 年年度报告：2023 年营业收入约 70.81 亿元，同比增加 16.93%；归属于上市公司股东的净利润约 17.71 亿元，同比增加 5.09%；基本每股收益约 5.35 元，同比增加 4.82%。

【一致魔芋】2023 年年度报告：2023 年，公司实现营业收入 4.79 亿元，比上年同期增加 7.03%，归属于上市公司股东的净利润 5274 万元，比去年同期减少 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 3131 万元，比去年同期减少 46.01%。

【金龙鱼】2023 年年度报告：2023 年实现营业收入 2515.24 亿元，同比下降 2.32%；净利润 28.48 亿元，同比下降 5.43%。

6 行业要闻

1、3 月 18 日，国家统计局发布数据显示，1-2 月份，规模以上工业增加值同比实际增长 7.0%（增加值增速均为扣除价格因素的实际增长率）。从环比看，2 月份，规模以上工业增加值比上月增长 0.56%。分行业看，1-2 月份，41 个大类行业中有 39 个行业增加值保持同比增长。其中，酒、饮料和精制茶制造业增长 8.1%。（华夏酒报）

2、中国白酒发展趋势高峰论坛在成都隆重召开：3 月 17 日，中国白酒发展趋势高峰论坛暨梦之蓝·手工班战略发布会在成都隆重召开。洋河积极谋划并推动梦之蓝·手工班品牌向上的战略

升级，以“梦之蓝·手工班”为基础，确立了“手工班、手工班经典、手工班大师”“三品相生”，形成了“一树生三花，顶天又立地”的全新布局。发布会上，洋河股份党委书记、董事长张联东以“天人合一，绵柔老酒，手工传世，只此一品”16个字表达了对梦之蓝·手工班未来发展的十足信心。他表示，要将“梦之蓝”打造成“未来我来”的战略品牌，把“手工班”塑造成“一览众山小”的塔尖品牌。（糖酒快讯）

3、第110届全国糖酒会开幕：3月20日，第110届全国糖酒商品交易会暨春糖节开幕式在成都天府国际会议中心成都厅举行。3月20日-22日，第110届糖酒会在中国西部国际博览城和世纪城新国际会展中心举行。本届展会展场规模达到了32.5万平方米，展会规模为历届之最。展会在形式上全面转型升级，创新推出“展、会、城、节”四大板块，打造全球标杆性消费类城市节日，引导近百万客商与成都市各行业及市民“过完春节过春糖”，助力食品酒类行业2024年在促进消费、激发经济活力。（消费质量报）

4、第二十届中国国际酒业博览会在泸州开幕：3月21日，第二十届中国国际酒业博览会在泸州国际会展中心开幕。本届酒博会由中国酒业协会主办、中国轻工业联合会重点支持、泸州市人民政府承办，延续“举杯中国·品味世界”主题，从3月21日持续到24日，为期4天，邀请匈牙利为主宾国。（泸州融媒）

5、茅台保健酒业公司2024茅台醇新品发布：3月18日，第110届全国糖酒商品交易会期间，茅台保健酒业公司2024茅台醇新品发布会在成都举行，领导嘉宾、行业专家、经销商代表等相聚蓉城，共同见证茅台醇新品上市的闪耀时刻。（贵州茅台）

6、茅台集团召开2024年度科技创新工作会：3月20日，茅台集团召开2024年度科技创新工作会，全面总结过去一年的创新成果，科学谋划今年和今后一段时期的科技创新工作。茅台集团党委书记、董事长丁雄军出席会议并讲话，他强调，要紧紧围绕“双一流、三突破、五跨越”的战略目标，始终把科技创新作为第一动力，人才作为第一资源，抓好产业链和创新链融合发展，加快构建一流的科技创新体系，大力推动茅台高质量发展、现代化建设。（贵州茅台）

7、茅台保健酒业公司新品发布：3月17日，由茅台保健酒业公司出品，四川福茅仙酒文化有限公司总经销的茅仙酒新品发布会在成都举行。茅仙酒的上市发布，将继续丰富茅台家族产品和茅台家族文化，让大众酱香成为老百姓餐桌上的日常“口粮酒”，为消费者提供更多可选择的优质产品，满足不同消费群体、不同消费场景的需求。（酒说）

8、茅台生态农业发布蓝莓气泡酒新品：3月18日，茅台生态农业 UMEET 蓝莓气泡酒新品发布会在成都举行。本次活动发布的蓝莓气泡酒共有五种风味，分别是蓝莓味、香柚味、茉莉茶味、百香果味、青梅味，容量为375mL/瓶，酒精度为6%vol（百香果味和青梅味将在后续上市）。（酒说）

9、西凤召开营销三年战略部署大会：3月17日，以“改革促发展 创享新未来”为主题的西凤营销三年战略部署大会在成都隆重召开。西凤集团公司党委书记、董事长、股份公司董事长张正指出，2024年是西凤全面落实“四步走”战略部署的第三步——实现“双百亿”奋斗目标的关键一年。张正对全员提出要求：一是要清醒认识所处环境之“变”。二要精准把握激励政策之“机”。三要辩证看待长远发展之“势”。（酒说）

10、第二届中国清香大会暨白酒数字化发展峰会在成都举行：3月18日，第二届中国清香大会暨白酒数字化发展峰会在成都环球中心天堂洲际大饭店举行。本次大会以“清香起兮歌浩荡”为主题，立足清香复兴大势，聚焦白酒数字化发展新程，为清香型白酒积极探索数字化转型的路径和方法，实现高质量发展贡献智慧、集聚力。 （酒度VOL）

11、2024 汾酒营销顾问委员会会议在成都召开：会议号召，要紧紧围绕汾酒复兴纲领，切实提高经营管理和市场营销的高效性、科学性和系统性，进一步凝聚发展共识、推动团结合作，以高度的使命感与责任感推动汾酒高质量发展。（汾酒销售公司）

7 风险提示

宏观经济下行风险；食品安全问题；市场竞争加剧；提价不及预期。

分析师声明

作者具有中国证券业协会授予的证券投资咨询资格或相当的专业胜任能力，以勤勉尽责的职业态度，独立、客观地出具本报告，并保证报告采用的信息均来自合规渠道，力求清晰、准确地反映作者的研究观点，结论不受任何第三方的授意或影响。此外，作者薪酬的任何部分不与本报告中的具体推荐意见或观点直接或间接相关。

公司业务资格说明

本公司具备证券投资咨询业务资格。

投资评级体系与评级定义

股票投资评级：	分析师给出下列评级中的其中一项代表其根据公司基本面及（或）估值预期以报告日起 6 个月内公司股价相对于同期市场基准指数表现的看法。
买入	股价表现将强于基准指数 20%以上
增持	股价表现将强于基准指数 5-20%
中性	股价表现将介于基准指数±5%之间
减持	股价表现将弱于基准指数 5%以上
无评级	由于我们无法获取必要的资料，或者公司面临无法预见结果的重大不确定性事件，或者其他原因，致使我们无法给出明确的投资评级
行业投资评级：	分析师给出下列评级中的其中一项代表其根据行业历史基本面及（或）估值对所研究行业以报告日起 12 个月内的基本面和行业指数相对于同期市场基准指数表现的看法。
增持	行业基本面看好，相对表现优于同期基准指数
中性	行业基本面稳定，相对表现与同期基准指数持平
减持	行业基本面看淡，相对表现弱于同期基准指数
相关证券市场基准指数说明：A 股市场以沪深 300 指数为基准；港股市场以恒生指数为基准；美股市场以标普 500 或纳斯达克综合指数为基准。	

投资评级说明：

不同证券研究机构采用不同的评级术语及评级标准，投资者应区分不同机构在相同评级名称下的定义差异。本评级体系采用的是相对评级体系。投资者买卖证券的决定取决于个人的实际情况。投资者应阅读整篇报告，以获取比较完整的观点与信息，投资者不应以分析师的投资评级取代个人的分析与判断。

免责声明

本报告仅供上海证券有限责任公司(以下简称“本公司”)的客户使用。本公司不会因接收人收到本报告而视其为客户。

本报告版权归本公司所有，本公司对本报告保留一切权利。未经书面授权，任何机构和个人均不得对本报告进行任何形式的发布、复制、引用或转载。如经过本公司同意引用、刊发的，须注明出处为上海证券有限责任公司研究所，且不得对本报告进行有悖原意的引用、删节和修改。

在法律许可的情况下，本公司或其关联机构可能会持有报告中涉及的公司所发行的证券或期权并进行交易，也可能为这些公司提供或争取提供多种金融服务。

本报告的信息来源于已公开的资料，本公司对该等信息的准确性、完整性或可靠性不作任何保证。本报告所载的资料、意见和推测仅反映本公司于发布本报告当日的判断，本报告所指的证券或投资标的的价格、价值或投资收入可升可跌。过往表现不应作为日后的表现依据。在不同时期，本公司可发出与本报告所载资料、意见或推测不一致的报告。本公司不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，本公司对本报告所含信息可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。

本报告中的内容和意见仅供参考，并不构成客户私人咨询建议。在任何情况下，本公司、本公司员工或关联机构不承诺投资者一定获利，不与投资者分享投资收益，也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责，投资者据此做出的任何投资决策与本公司、本公司员工或关联机构无关。

市场有风险，投资需谨慎。投资者不应将本报告作为投资决策的唯一参考因素，也不应当认为本报告可以取代自己的判断。