

食品饮料

行业周报

茅台批价止跌回升，休闲零食景气颇高

投资要点

◆ **行情回顾：**上周食品饮料（申万）行业下跌 5.66%，在 31 个子行业中排名第 28 位，跑输上证综指 4.04pct，跑输创业板指 1.45pct。二级（申万）子板块对比，上周各板块均有不同程度下跌，白酒跌幅最大，下跌 6.42%，食品加工跌幅最小，下跌 2.80%。三级子行业中肉制品、软饮料跌幅较小，分别下跌 0.55%、1.48%，白酒、调味发酵品表现较差，分别下跌 6.42%、5.20%。

◆ 上周大事：

茅台批价止跌回升，看好长期配置价值。本周飞天茅台批价呈现 V 型走势，根据今日酒价，24 年飞散于 4 月 8 日价格为 2560 元，至 4 月 10 日进一步下跌至 2505 元，此后迎来回升，至 4 月 14 日达到 2600 元。历年 3/4 月份均为白酒淡季，需求转淡批价下行属行业正常现象，叠加今年 Q1 茅台经销渠道投放进度较往年略有加快，以及巽风 375ml 飞天茅台/1499 飞天/100ml 飞天等各规格产品投放量增加或挤占普飞需求，导致茅台批价出现明显波动。考虑到经过去一年库存的消化，当前高端白酒社会库存量偏低，以及经销商历史囤货成本较高、淡季囤货需求有望提升，叠加茅台市场调控力较强，经销批价具备较强韧性，且确于 4 月 11 日迎来回升。总体上茅台批价的短期波动主要反映了市场供需节奏变化，长期看茅台价格韧性充足，依然具备较高的配置价值。

盐津、劲仔一季度表现亮眼，休闲零食景气度较高。具体来看：

（1）盐津铺子。根据预告，盐津铺子 Q1 预计实现归母净利润同比增长 34.48%~52.41%，主要受益于公司多渠道、多品类快速发展，产品端聚焦核心品类，除优势散装外亦全力发展定量装、小商品和量贩装等，渠道端在保持原有 KA、AB 类超市优势外，重点发展电商、零食量贩店、CVS、校园店等，并与零食很忙、赵一鸣、零食有鸣等热门零食品牌深度合作，叠加抖音、主播种草引流，全渠道助推鸭蛋黄、休闲魔芋等大单品实现高速增长。与此同时，Q1 鸡蛋、油脂等部分原材料价格下降，亦对业绩产生正面影响。

（2）劲仔食品。根据预告，劲仔食品 Q1 预计实现归母净利润同比增长 80%~100%，一方面得益于营业收入增长带来的规模效应和供应链效益优化，另一方面受益于原材料如鳀鱼、鹌鹑蛋、黄豆等价格同比均有所下降。与此同时，公司 Q1 获得政府补助较去年同期有所增加。

我们认为，休闲零食往往具备高性价比属性，更加契合当前弱消费环境下的市场需求，叠加头部企业大单品增长势能强劲、零食量贩等新渠道快速扩张贡献增量等，持续看好休闲零食龙头业绩表现。

◆ 投资建议：

（1）估值面：截至 24/4/12 食品饮料（申万）PE-ttm 为 23.28，处于 2010 年 1 月以来的 11%分位，处于超跌状态，其中白酒（申万）为 23.69x，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	-2.73	-5.91	-1.16
绝对收益	-5.44	-0.07	-15.73

分析师

李鑫鑫

SAC 执业证书编号：S0910523120001

lixinxin@huajinsec.com.cn

报告联系人

王颖

wangying5@huajinsec.com.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32%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、仙乐健康等。

◆ **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，白酒、调味品跌幅最大	4
(二) 上周大事：茅台批价止跌回升，休闲零食景气颇高	4
(三) 投资建议	5
二、公司公告	5
三、行业要闻	7
四、行业数据	9
五、风险提示	13

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）	10
图 6：舍得酒业主要单品批价走势（元）	10
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）	11
图 12：今世缘国缘单开&淡雅批价走势（元）	11
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）	12
图 18：国内主产区白羽肉平均批发价走势（单位：元/kg）	12
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，白酒、调味品跌幅最大

上周食品饮料(申万)行业下跌5.66%，在31个子行业中排名第28位，跑输上证综指4.04pct，跑输创业板指1.45pct。二级(申万)子板块对比，上周各板块均有不同程度下跌，白酒跌幅最大，下跌6.42%，食品加工跌幅最小，下跌2.80%。三级子行业中肉制品、软饮料跌幅较小，分别下跌0.55%、1.48%，白酒、调味发酵品表现较差，分别下跌6.42%、5.20%。

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	6452.72	(5.20)	(4.45)	(9.36)	25.93
非白酒	3988.19	(3.27)	(0.30)	(4.51)	30.28
食品加工	14193.21	(2.80)	(1.21)	(11.45)	22.17
饮料乳品	6794.01	(3.63)	(3.44)	(1.97)	18.51
白酒 II	55020.93	(6.42)	(5.13)	(4.80)	23.69
休闲食品	1637.52	(2.99)	(1.36)	(10.38)	27.05

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劲仔食品(+8.06%)、一鸣食品(+6.11%)、龙大美食(+4.90%)、广州酒家(+3.82%)、惠发食品(+3.73%)。跌幅较大的个股为千味央厨(-17.24%)、麦趣尔(-16.32%)、岩石股份(-12.58%)、泸州老窖(-11.27%)、顺鑫农业(-10.73%)。

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%
劲仔食品	零食	8.06	千味央厨	预加工食品	(17.24)
一鸣食品	乳品	6.11	麦趣尔	乳品	(16.32)
龙大美食	肉制品	4.90	岩石股份	白酒III	(12.58)
广州酒家	烘焙食品	3.82	泸州老窖	白酒III	(11.27)
惠发食品	预加工食品	3.73	顺鑫农业	白酒III	(10.73)

资料来源：wind，华金证券研究所

（二）上周大事：茅台批价止跌回升，休闲零食景气颇高

茅台批价止跌回升，看好长期配置价值。本周飞天茅台批价呈现V型走势，根据今日酒价，24年飞散于4月8日价格为2560元，至4月10日进一步下跌至2505元，此后迎来回升，至4月14日达到2600元。历年3/4月份均为白酒淡季，需求转淡批价下行属行业正常现象，叠加今年Q1茅台经销售渠道投放进度较往年略有加快，以及巽风375ml飞天茅台/1499飞天/100ml飞天等各规格产品投放量增加或挤占普飞需求，导致茅台批价出现明显波动。考虑到经过去一年库存的消化，当前高端白酒社会库存量偏低，以及经销商历史囤货成本较高、淡季囤货需求有望提升，叠加茅台市场调控力较强，经销批价具备较强韧性，且确于4月11日迎来回升。总体上

茅台批价的短期波动主要反映了市场供需节奏变化，长期看茅台价格韧性充足，依然具备较高的配置价值。

盐津、劲仔一季度表现亮眼，休闲零食景气度较高。具体来看：

1) 盐津铺子。根据预告，盐津铺子 Q1 预计实现归母净利润同比增长 34.48%~52.41%，主要受益于公司多渠道、多品类快速发展，产品端聚焦核心品类，除优势散装外亦全力发展定量装、小商品和量贩装等，渠道端在保持原有 KA、AB 类超市优势外，重点发展电商、零食量贩店、CVS、校园店等，并与零食很忙、赵一鸣、零食有鸣等热门零食品牌深度合作，叠加抖音、主播种草引流，全渠道助推鹌鹑蛋、休闲魔芋等大单品实现高速增长。与此同时，Q1 鸡蛋、油脂等部分原材料价格下降，亦对业绩产生正面影响。

2) 劲仔食品。根据预告，劲仔食品 Q1 预计实现归母净利润同比增长 80%~100%，一方面得益于营业收入增长带来的规模效应和供应链效益优化，另一方面受益于原材料如鳀鱼、鹌鹑蛋、黄豆等价格同比均有所下降。与此同时，公司 Q1 获得政府补助等较去年同期有所增加。

我们认为，休闲零食往往具备高性价比属性，更加契合当前弱消费环境下的市场需求，叠加头部企业大单品增长势能强劲、零食量贩等新渠道快速扩张贡献增量等，持续看好休闲零食龙头业绩表现。

（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 24/4/12 食品饮料（申万）PE-ttm 为 23.28，处于 2010 年 1 月以来的 11% 分位，处于超跌状态，其中白酒（申万）为 23.69x，处于 2010 年 1 月以来的 32% 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、仙乐健康等。

二、公司公告

1. 洋河股份：与美团闪购达成战略合作。双方将从数字化、营销、用户体验等多个方面深

入合作，共同提升白酒品类在平台内的销售增长，打造行业标杆。2023年初，洋河股份开启和美团闪购的合作，双方在重要节日、节点开展密切的线上、线下合作。线上，通过多种方式触达消费者，进行品牌传播；线下，联动零售渠道、推动商品动销。2023年洋河品牌销售迅速增长，在美团闪购交易额年同比增长超100%。在一年的良好合作基础上，双方于2024年正式达成战略合作，计划实现交易额年同比增长200%的目标。

2. 百合股份：发布2023年年报及2024年一季度报告。2023年，公司实现营业总收入8.71亿元，同比增长20.12%；归母净利润1.69亿元，同比增长22.65%；扣非净利润1.63亿元，同比增长22.34%；经营活动产生的现金流量净额为1.94亿元，同比增长26.78%；2023年公司基本每股收益为2.64元，加权平均净资产收益率为11.39%。公司2023年年度利润分配预案为：拟向全体股东每10股派7.5元（含税）。2024年Q1公司实现营业总收入1.89亿元，同比下降18.68%，实现归母净利润3485.05万元，同比下降22.18%，扣非净利润3473.04万元，同比下降20.46%，加权平均净资产收益率为2.27%，同比下降0.83pct。

3. 金达威：取得2项发明证书。公司控股子公司江苏诚信药业有限公司，公司及全资子公司内蒙古金达威药业有限公司、全资孙公司金达威生物技术（江苏）有限公司近日分别收到国家知识产权局颁发的1件发明专利证书。发明名称分别为一种烟酰胺腺嘌呤二核苷酸的制备方法、一种以改性硅藻土为载体的固定化全细胞催化制备β-烟酰胺单核苷酸的方法。

4. 日辰股份：张华君累计质押股份数量为361万股。公司股东、实际控制人张华君先生持有公司股份898万股，占公司总股本的比例为9.11%；本次质押后，张华君先生累计质押股份数量为361万股，占其所持有公司股份总数的比例为40.2%，占公司总股本的比例为3.66%。张华君先生及其一致行动人共持有公司股份约6274万股，占公司总股本的比例为63.62%；本次质押后，张华君先生及其一致行动人累计质押股份数量约为2617万股，占其所持有公司股份总数的比例为41.72%，占公司总股本的比例为26.54%。

5. 安井食品：使用暂时闲置募集资金进行现金管理到期赎回并继续进行现金管理。公司在确保不影响募集资金投资项目建设的情况下，合理利用暂时闲置资金进行投资理财，增加资金收益，为公司和全体股东谋求较好的投资回报。公司募集资金总额为人民币 5,674,555,941.76 元，扣除各项发行费用不含税金额 39,981,864.58元后，募集资金净额为人民币 5,634,574,077.18 元。截至2022年2月22日，上述募集资金已到位并经立信会计师事务所（特殊普通合伙）审验、出具验资报告。

6. 立高食品：8598.54万股限售股将于4月17日上市流通。公司首次公开发行前限售股本次解除限售的数量为8598.54万股，占公司目前总股本的50.7767%。上市流通日为2024年4月17日（星期三）。

7. 劲仔食品：发布2024年一季度业绩预告。报告期内归母净利润预盈7055.92万元至7839.91万元，同比增长80%至100%；扣非后净利润为5538.39万元至6322.38万元，比上年同期增长68.30%至92.13%；基本每股收益0.16元/股至0.17元/股，上年同期为0.09元/股。在本次业绩预告中，劲仔食品提及了业绩大增的原因：净利润增长的主要原因一方面是营业收入增长带来的规模效应和供应链效益优化，另一方面是主要原材料如鲢鱼、鹌鹑蛋、黄豆等价格同比均有所下降。此外，公司报告期内获得政府补助等较去年同期有所增加。

8.盐津铺子：发布2024年一季度业绩预告。报告期内归母净利润预盈1.5-1.7亿元，同比增长34.48%-52.41%，扣非后净利润为1.3-1.5亿元，同比增长32.18%-52.51%。24Q1公司业绩同比上升主要原因如下：1)公司多个渠道、多个品类实现快速发展，持续聚焦七大核心品类：辣卤零食、深海零食、休闲烘焙、薯类零食、蒟蒻果冻布丁、蛋类零食以及果干坚果，全力打磨供应链，精进升级产品力。产品全规格发展：除优势散装外，全力发展定量装、小商品以及量贩装产品，满足消费者各种场景的零食需求。全渠道覆盖：在保持原有KA、AB类超市优势外，重点发展电商、零食量贩店、CVS、校园店等，与当下热门零食量贩品牌零食很忙、赵一鸣、零食有鸣等深度合作，在抖音平台与主播种草引流，品牌影响力和渠道势能持续增强。全渠道合力，助推鹌鹑蛋、休闲魔芋等大单品高速发展。2)原材料价格影响：2024年1-3月，鸡蛋、油脂等部分原材料价格有所回落，整体生产成本有所下降。3)股份支付费用列支：2024年第一季度所得税前列支股份支付费用3,040.17万元（注：2023年第一季度所得税前列支股份支付费用1,205.31万元）。

9.李子园：发布2023年年度报告。2023年，李子园实现营业收入约14.12亿元，同比增长0.60%；归属于上市公司股东的净利润约2.37亿元，同比增长7.2%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润约2.19亿元，同比增长16.65%。李子园自成立以来，一直致力于甜牛奶乳饮料系列等含乳饮料和其他饮料的研发、生产与销售。公司以14岁至35岁等广大年轻消费群体为目标客户，主要产品包括配制型含乳饮料、发酵型含乳饮料、复合蛋白饮料、乳味风味饮料等。

10.周黑鸭：连日斥资回购股份。公司4月10日耗资299万港元回购167万股；4月11日斥资232.88万港元回购130.85万股，回购价为每股1.76港元-1.79港元；4月12日该公司斥资213.81万港元回购122.1万股，回购价格为每股1.73-1.79港元。

11.巴比食品：职工代表监事顾微微辞职。公司监事会于近日收到公司职工代表监事顾微微女士的书面辞职报告。顾微微女士因个人原因，申请辞去公司第三届监事会职工代表监事职务，辞职后将不在公司内担任任何职务。

三、行业要闻

1. 贵州贵酒：全新贵20即将上市！绵柔酱香新时代，贵州贵酒从未停止探索“贵”字蕴含的能量，全力打造又一佳作——全新贵20。全新贵20汲取“酱香”和“绵柔”的酿艺精华，在传承中创新，在创新中发展，带来了一场与众不同的绵柔酱香盛宴。在产品打磨上，全新贵20将绵柔机理与传承400余年的“12987”古法坤沙工艺深度融合，选用优质老酒调味、小坛封藏而成，造就了全新贵20“酒液绵、酒触柔、酒体醇、酒味香”的显著特点。不仅如此，上市之前，贵酒和洋河酿造团队组织多轮专家品评及消费者口感测试，从饮用风味和饮后体验等多角度全方位优化改进，打造全新贵20更绵柔舒适的酱香风味。在包装设计上，全新贵20瓶身纹路由蝴蝶、凤鸟、鱼等元素组成，寓意着吉祥美满、年年有余，既是贵酒“贵”字的象征，也是对敬贵客、迎贵人真挚表达的体现；标签色块设计融合了贵州多彩多样的民族、山水、美食、旅游等地域文化，既体现出对优秀传统文化的继承，又展现出与时俱进不断进步的创新力。（资料来源：微酒）。

2. 白酒行业：贵州痛击“特供酒”。近日，贵州大力度打击“特供酒”的事件引发了行业关

注。据悉，为规范酒类市场生产经营秩序，保护消费者合法权益，严厉打击制售“特供酒”、“内供酒”等违法违规行为，维护贵州酱香型白酒原产地、主产区声誉，贵州省市场监管局于近日印发实施方案，开展为期一年的专项整治行动。目前市面上所谓的“特供酒”、“内供酒”、“专供酒”都是制假售假者利用消费者的“特权心理”，炮制的假冒伪劣产品。而贵州作为酱酒核心产区所在地，为促进白酒产业的高质量发展，持续保持着高度的警惕。按照此次的专项行动实施方案，贵州省将严厉打击假借“特供”、“专供”、“内供”名号制售伪劣酒类商品的违法违规行为。（资料来源：微酒）。

3. 中国酒业协会：中酒协发布6项白酒酿造团标。4月9日，中国酒业协会官方发布，为促进白酒企业智能化建设，提高白酒生产质量管控能力，以及提高投配料、量质摘酒、基酒分级入库等环节精细化、数字化发展，实现白酒产业高质量发展。现批准T/CBJ 2208《白酒智能酿造过程质量监控通用要求》、T/CBJ 2209《工业互联网标识解析 白酒酿造标识编码规范》、T/CBJ 2210《白酒工业智能制造能力成熟度评价实施指南》、T/CBJ 2211《白酒智能酿造 投配料应用指南》、T/CBJ 2212《白酒智能酿造 量质摘酒 红外光谱法应用指南》、T/CBJ 2213《白酒智能酿造 基酒分级入库 红外光谱法应用指南》团体标准，并予发布。（资料来源：酒说）

4. 酒饮行业：大汽水新商机，一瓶世界汽水为酒商打开第二增长曲线！“酒饮融合”是一个常谈不衰的话题，但如何找到一款渠道匹配度强、市场潜力大、消费接受度高的饮料产品，一直也是考验酒商的一个选品难题。刚刚上市一个多月的米小野世界汽水以大汽水的精准占位、错位竞争的独道策略、内外兼修的高端品质、千商拥趸的渠道热度，为酒商打开了2024年度的大汽水新商机！而酒饮融合的前提条件是餐饮渠道资源的高度匹配，对于拥有强势餐饮渠道资源的酒商来说，可以通过有效的产品结构调整和有机组合，实现渠道资源全年无淡季，保持销售业绩的持续增长。米小野世界汽水在上市之初即以520ml大容量精准锁定大汽水赛道，抓住了大汽水的高增长红利期，这一产品的引入，不仅可以为酒商带来更丰富的产品结构和更充足的利润空间，更重要的是能够大大提高餐饮网点单店的销量产出，带动团队实现整体业绩增长。（资料来源：酒说）

5. 沱牌舍得：射洪多措施支持沱牌舍得高质量发展。4月10日，遂宁市委常委，射洪市委书记谭晓政主持召开沱牌舍得工作专题会议，研究支持沱牌舍得高质量发展有关工作。他强调，要积极抢抓“川酒振兴”机遇，坚持以新质生产力引领产业创新，全力支持沱牌舍得不断做大做强，实现高质量发展。具体而言，要增强沱牌舍得增产扩能项目推进力度，加快推动“四川酒粮产业技术研究院”实体化运行，大力实施“舍得出海”战略，推进沱牌舍得酒旅融合概念性规划实施，加快形成“川南有郎酒庄园、川中有沱牌酒镇”的酒旅新格局；进一步细化《遂宁市支持白酒产业高质量发展若干措施》，推动政策落地见效，依法开展打假维权和不正当竞争等行为，推进舍得老酒馆等全域布局建设。（资料来源：酒业家）

6. 青岛啤酒：青岛啤酒年产100万千升高端特色啤酒生产基地开工。近日，青岛啤酒年产100万千升高端特色啤酒生产基地在青岛市崂山区青岛啤酒五厂开工。据介绍，这是一座集高端特色啤酒、时尚酒吧、文化旅游等多业态集聚发展于一体的未来工厂，将打造全球一流的高端化、智能化、绿色化生产及文旅体验基地。一直以来，青岛啤酒以青啤五厂为高端特色产品基地，不断加快新特产品的开发和创新，青岛白啤、黑啤、皮尔森、IPA、无醇啤酒、苏打水等系列高端特色产品。这座未来工厂可生产青岛啤酒各类高端特色产品。根据规划，建成的厂区将配有智能化

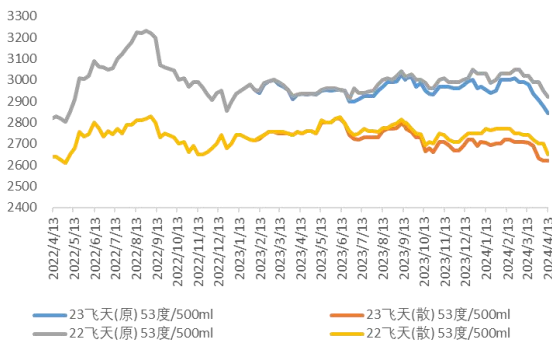
酿造车间、包装车间、立体成品库、包材库以及智能安全系统，以柔性排产、AGV智能化搬运、全生命周期的跟踪和服务体系等技术构建起基于订单驱动的敏捷物流模式。（资料来源：啤酒板）

7. 欢乐家：欢乐家新代言签下NBA“大鲨鱼”奥尼尔。4月11日，欢乐家在深圳举办椰鲨椰子水上市发布暨代言人签约仪式。活动现场欢乐家携旗下新品牌产品椰鲨椰子水登台亮相，并正式宣告篮球传奇人物沙奎尔·奥尼尔先生合作。（资料来源：FoodTalks）

四、行业数据

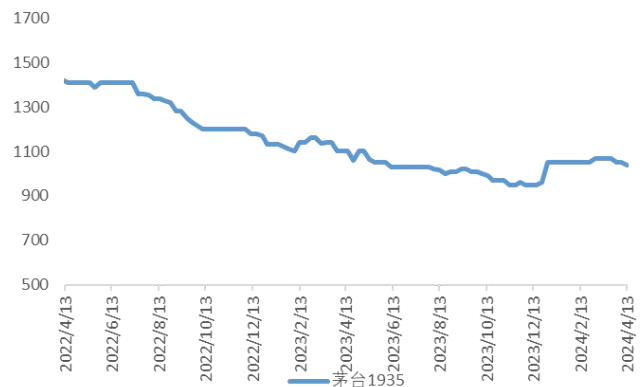
白酒：根据今日酒价及酒价参考，2024年4月13日飞天茅台整箱/散瓶/茅台1935批价为2845/2620/1040元，环比上周-30元/持平/-10元；五粮液普五（八代）批价为960元，环比上周-5元；国窖1573批价为875元，环比上周持平；汾酒青花30/青花20/玻汾批价为860/375/40.5元，环比上周持平；智慧舍得/品味舍得批价为470/345元，环比上周+5元/+5元；酒鬼酒内参批价为850元，环比上周持平；水井坊井台/臻酿八号批价为455/360元，环比上周持平；洋河M6+/M3批价为590/435元，环比上周持平；今世缘国缘四开/对开/单开/淡雅批价为375/205/130/100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；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790/980/825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）

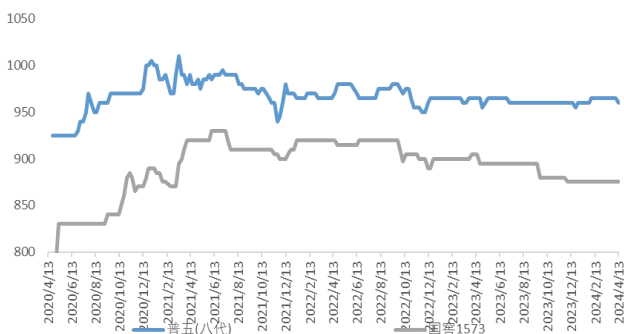
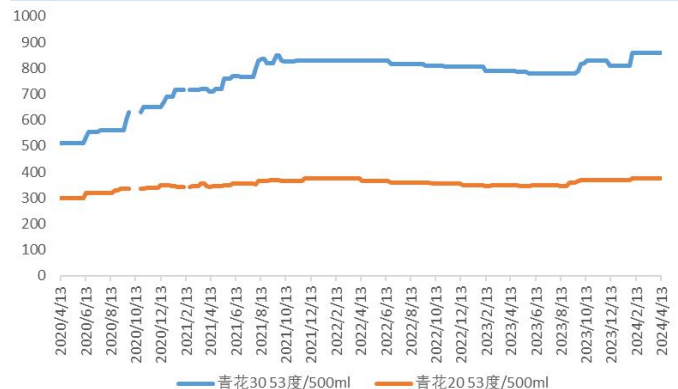
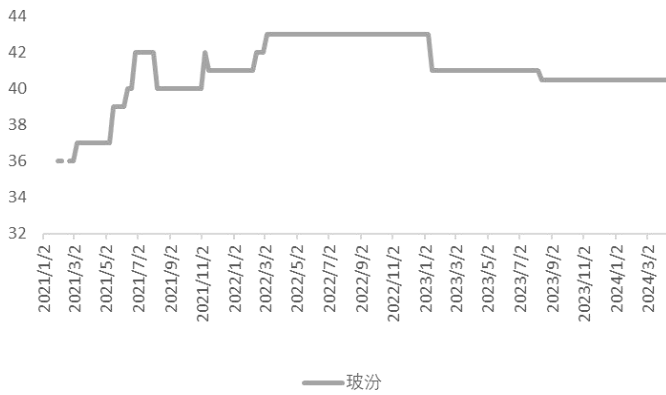


图 4：汾酒青花系列批发价走势（元）



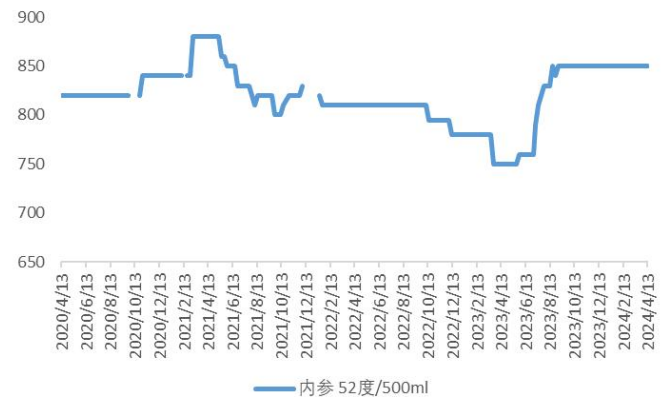
资料来源：今日酒价，华金证券研究所

图 5：玻汾批价走势（元）



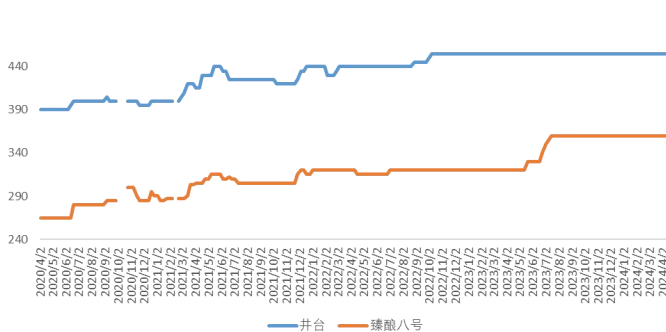
资料来源：今日酒价，华金证券研究所

图 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

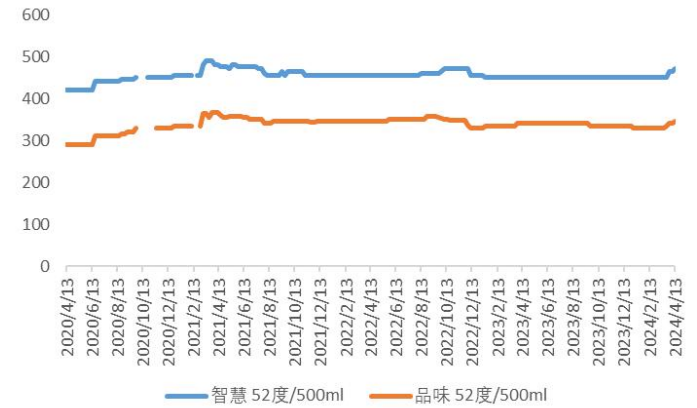
图 9：水井坊主要单品批价走势（元）



资料来源：今日酒价，华金证券研究所

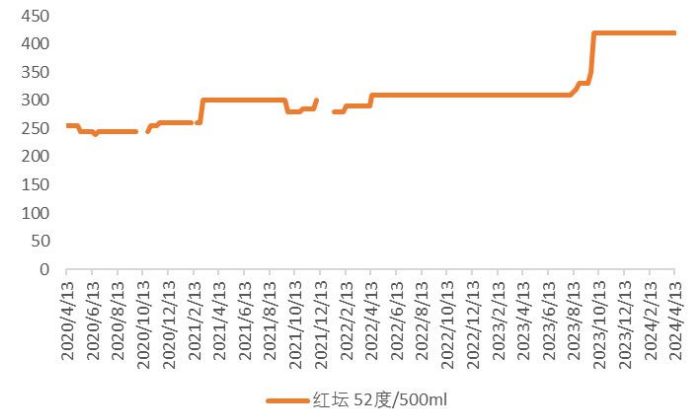
资料来源：今日酒价，华金证券研究所

图 6：舍得酒业主要单品批价走势（元）



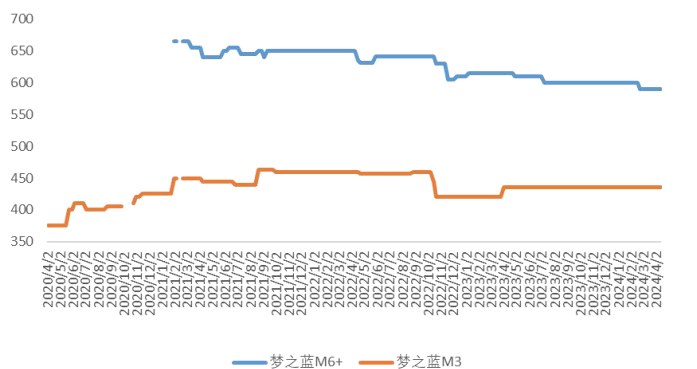
资料来源：今日酒价，华金证券研究所

图 8：酒鬼酒红坛批价走势（元）



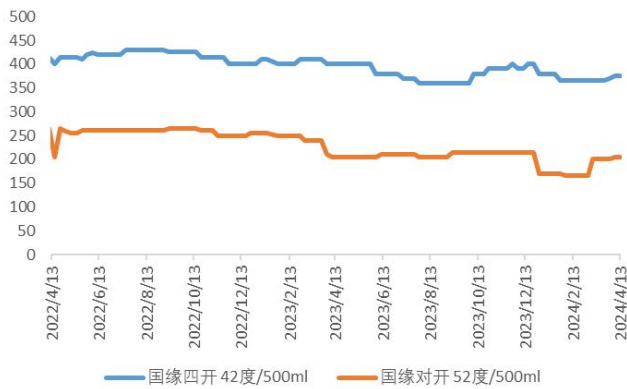
资料来源：今日酒价，华金证券研究所

图 10：洋河梦系列批价走势（元）



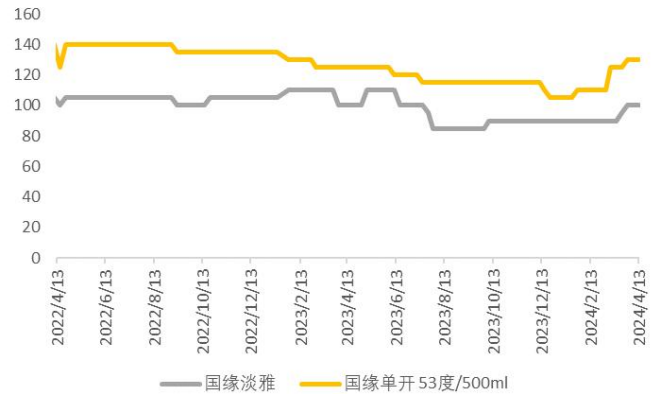
资料来源：今日酒价，华金证券研究所

图 11：今世缘国缘四开&对开批价走势（元）



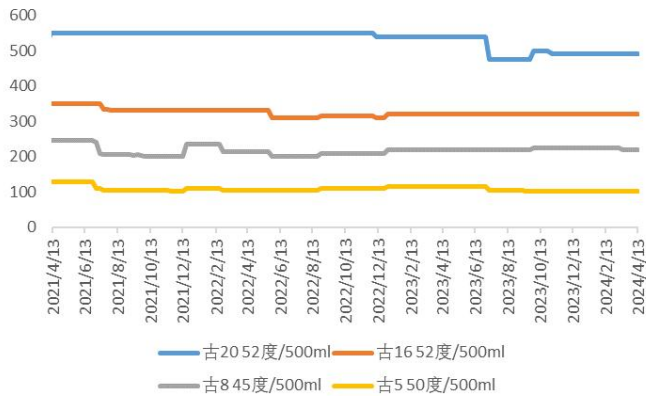
资料来源：酒价参考，华金证券研究所

图 12：今世缘国缘单开&淡雅批价走势（元）



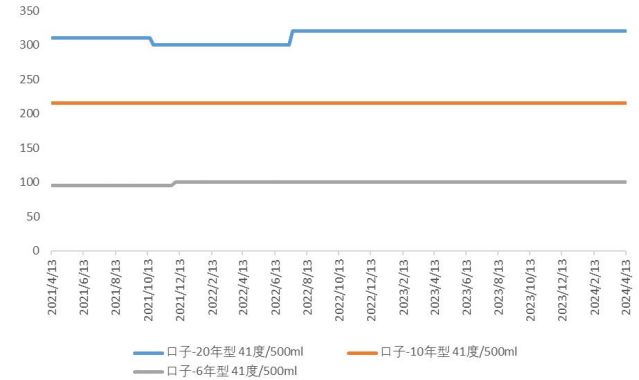
资料来源：今日酒价，华金证券研究所

图 13：古井贡酒年份原浆系列批价走势（元）



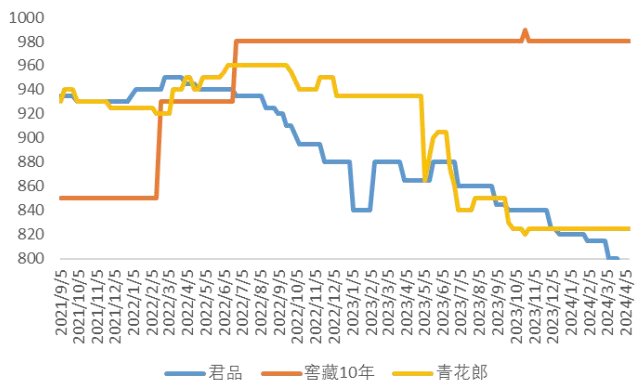
资料来源：今日酒价，华金证券研究所

图 14：口子窖系列批价走势（元）



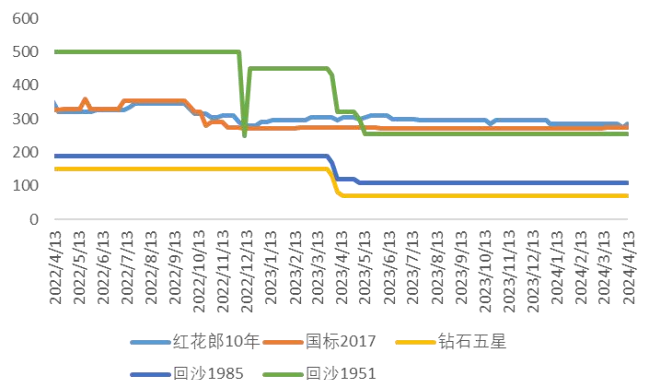
资料来源：今日酒价，华金证券研究所

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

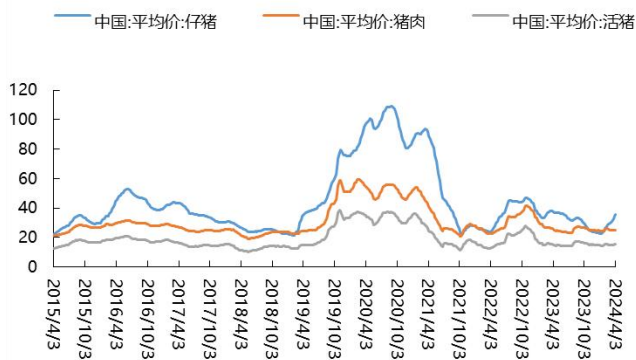
图 16：酱酒主流产品批价走势（元）



资料来源：今日酒价，华金证券研究所

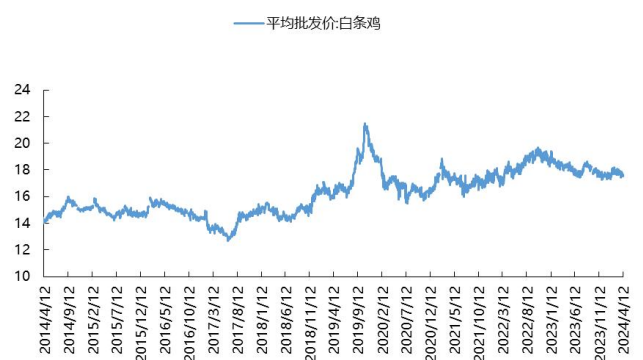
肉制品：2024年4月3日仔猪、猪肉、活猪的最新价格分别为35.55元/公斤、25.22元/公斤和15.37元/公斤，同比-4.97%、-0.59%、+3.15%，其中，仔猪价格环比上涨1.33元/公斤，猪肉价格环比上涨0.04元/公斤，活猪价格环比上涨0.06元/公斤。2024年4月12日白条鸡价格为17.51元/公斤，环比小幅下跌0.62%。

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

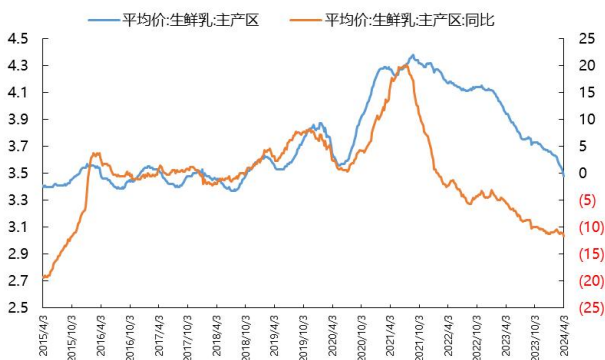
图 18: 国内主产区白羽肉平均批发价走势 (单位: 元/kg)



资料来源: wind, 华金证券研究所

乳制品: 国内情况结合2024年4月3日数据来看, 主产区生鲜乳价格3.48元/公斤, 环比上周下跌0.03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4月2日天然全脂奶粉拍卖价格为3246美元/公吨, 环比上涨3.28%, 同比上涨6.32%; 恒天然全部产品拍卖交易价格指数为1084, 环比上涨2.75%。

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4月12日大豆现货价、美豆到岸价分别为4338.42元/吨、5282.28元/吨, 同比-15.44%、-8.63%。2024年4月12日CBOT大豆期货结算价(活跃合约)为1172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