



上海证券
SHANGHAI SECURITIES

股东大会密集召开，板块稳健发展

——食品饮料行业周报 20240513-20240519

增持（维持）

行业：食品饮料
日期：2024年05月19日

分析师：王慧林
Tel: 15951919467
E-mail: wanghuilin@shzq.com
SAC 编号: S0870524040001
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) 1-2月亳州白酒营收47.2亿：亳州市经济和信息化局消息，1-2月份，全市白酒产业呈现质效双升的良好发展态势。1-2月份全市规模以上白酒产业增加值达增速 16.6%，实现营业收入 47.2 亿元、同比增长 17.6%；实现利润总额 14.3 亿元、同比增长 21.0%；营业收入利润率达 27.72%，同比提高 0.72%。

2) 黔酒全球行走进新加坡：5月14日，由贵州省商务厅主办的黔酒全球行品鉴推介会在新加坡举行。本次活动旨在推动贵州名优白酒拓展海外市场，加强新黔两地经贸往来及多边合作，为双方企业提供更多商机，提高贵州白酒品牌知名度及市场竞争力，助力贵州白酒产业高质量发展。据介绍，新加坡是 2024 年黔酒全球行的第一站，活动还将走进日本、韩国、澳大利亚等国家和地区。

3) 泸州老窖与浙江酒类流通协会座谈：5月14日，泸州老窖国窖酒类销售股份有限公司浙江省区经理马龙俊一行到浙江省酒类流通协会交流座谈。期间，马龙俊表示，泸州老窖公司一直重视包括浙江市场在内的华东市场建设，华东市场发展迅速，是公司第一增长和第一投入的市场，但是面临区域发展不平衡的问题，杭嘉湖北面地区发展良好，南面市场发展相对薄弱。在当前大环境形势下，泸州老窖希望与经销商建立长效稳定的沟通机制，在深化渠道开发、打造差异化的产品竞争力等方面进行深入探讨交流，拓宽厂商合作。

4) 今世缘 2026 年实现预计产能：5月13日，今世缘举行 2023 年度业绩说明会提到，公司在建产能项目预计 2026 年全部投产，实现预计产能。此外，公司制定的股权激励将于 2024 年第一次行权。

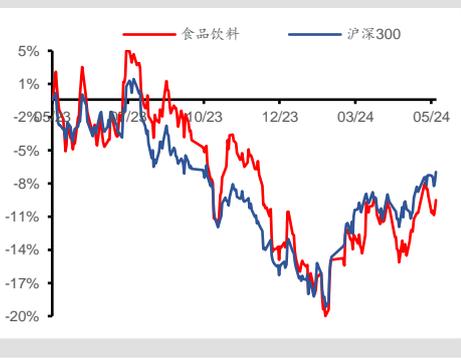
5) 五粮液着力打造 1618 为千元价格带宴席第一品牌：5月7日-5月11日，五粮液在新加坡召开券商策略会。五粮液表示产品方面的四项重点工作为，一是将坚持巩固八代五粮液的核心大单品地位，坚持“有价才有市，有市才有量”的基本逻辑，固化传统渠道配额，优化投放产品结构、渠道结构、市场结构，加快推动八代五粮液的价格向价值回归。二是经典五粮液持续以品牌价值提升及消费培育为核心，坚定实施“三加强一稳定”策略；持续完善经典五粮液产品打造，不断优化营销策略，开展品牌推广及消费者培育。三是低度五粮液方面，2024 年将结合重要节庆，由大区协同商家开展更灵活更精准的消费培育工作。四是将着力把 1618 五粮液打造为千元价格带宴席第一品牌，持续通过宴席活动政策及开瓶扫码奖励，提升渠道推力和消费者活动参与积极性。

6) 五粮液“营销执行年”四项重点工作：战略方面：公司“十四五”战略规划目标为“2118”发展目标，即原酒产能达到 20 万吨；基酒储存能力达 100 万吨；销售收入突破 1000 亿；利税总额达 800 亿元。营销策略方面：重点做好“抓动销、稳价格、提费效、转作风”四个方面工作。

7) 五粮液 45 度焕新回归：近日，五粮液 45 度焕新上市发布会在四川成都举行，新品以“中国高端中度白酒引领者”为定位，以“优雅从容 张弛有度”为产品新主张，从经典包装、卓越品质、优雅口感和从容调性等维度进行了全面升级，持续激发高端中度白酒的市场潜力和发展活力。

8) 15 座品牌汇客厅落地华东，金徽酒打造独树一帜的白酒体验空

最近一年行业指数与沪深 300 比较



相关报告：

《进入淡季，板块积极蓄力 ——食品饮料行业周报 20240506-20240512》

——2024 年 05 月 12 日

《一季报顺利收官 关注板块结构性机会 ——食品饮料行业周报 20240429-20240505》

——2024 年 05 月 05 日

《头部白酒品牌业绩良好，大众品不乏亮点 ——食品饮料行业周报 20240422-20240428》

——2024 年 04 月 28 日

间：金徽酒以南京为起点，融合品牌、产品宣传阵地和餐饮社交空间，在华东六省一市精心打造品牌社交主场——金徽酒汇客厅。历时两年多的试点经验，从 1.0 南京汇客厅到 2.0 徐州汇客厅的迭代，不仅仅品牌展陈与互动的升级，更是应用场景的升级，餐+酒的融合，迄今已有淮安、徐州、西峡、镇江等城市的 15 座汇客厅落地。

休闲零食：洽洽入选“2024 外国人喜爱的中国品牌”，国际化战略愈发坚定。5 月 10 日，中国坚果行业的头部企业——洽洽食品成功入选“2024 外国人喜爱的中国品牌”。洽洽出海始于 2008 年洽洽在越南设立第一个海外办事处，正式在海外市场布局。2017 年洽洽在泰国建厂，2019 年已正式投产，向国际化战略迈出重要一步。经过十几年拓展，洽洽全球化的步伐走得愈发坚定。如今不仅在全球拥有 10 大工厂，还建立起区域分布合理的外销网络，与近 100 个国外经销商客户建立了合作关系。我们认为，洽洽在海外大放异彩离不开其产品竞争力，以瓜子、坚果为切入口，带动品牌国际化，未来海外业务占比有望提升。

啤酒：无醇啤酒市场价值超 130 亿美元，酒企纷纷加码该赛道。据国际葡萄酒与烈酒研究机构 IWSR 的最新数据显示，2023 年无酒精和低酒精啤酒市场价值已经超过 130 亿美元，预计到 2027 年，无醇啤酒在整体酒精市场中的份额将增长到近 4%。无醇啤酒拥有啤酒风味，又具有多饮不醉的优点，符合当今消费者健康消费趋势。供给端来看，无醇啤酒能提升品牌差异化优势，并且适应当下年轻消费群体对于“社交+健康”的场景需求。因此，华润、重庆、燕京等一众老牌啤酒企业相继推出相关产品，百威也计划到 2025 年将五分之一的啤酒销售转成淡啤或无酒精，朝日啤酒 CEO 预计到 2040 年，零酒精或者低酒精的饮料将占到该公司销售额的一半。我们认为，无醇啤酒当前虽是小众品类，受益于消费需求刺激，具备较大开发前景。此外，即将进入夏季，啤酒板块有望稳中有旺，蓄势向好。

软饮：东鹏补水啦官宣首位代言人，第二曲线有望加速发展。5 月 10 日，东鹏补水啦官宣青年演员于适为代言人。在业内看来，于适的个人形象与东鹏补水啦的适配度较高，选定其作为代言人，完全契合东鹏补水啦年轻、健康的品牌定位，为品牌注入全新的活力。补水啦 2023 年销售额已突破 5 亿元，覆盖网点超过 133 万家，跻身整个电解质水品类前三，达到 2023 年功能饮料新品 SKU TOP1、2023 年全饮料品类新品 SKU TOP2。2024 年，补水啦还将借助大众传播、赛事赞助、影视剧植入、社交平台种草等形式进一步提升品牌形象。同时渠道方面，计划网点数量突破 200 万，通过产品家族陈列、紧贴清淡型功能饮料陈列、割箱陈列等举措，在终端抢占冰柜和货架。我们认为，通过提升品牌势能以及顺应消费趋势进行产品布局，公司第二曲线有望加速发展。

速冻：冻品企业出海成潮，海外业绩步步攀升。近日，“冻品一哥”安井食品详细介绍了海外市场的开拓进度。安井的国际化业务，始于 2021 年 3 月收购英国功夫食品 70% 股份。2023 年 12 月，安井正式成立集团进出口部，加快推动进出口业务，现已如期开发了香港、菲律宾、澳洲、欧洲等国家海外客户。截至 2023 年底，安井食品境外经销商数量共 226 家。2024 年一季度，安井境外收入为 4108 万元，相比上年同期增长了 67%。不止安井，这两年，多家冻品企业发力海外市场。海欣食品 2023 年底称将布局新加坡、马来西亚等东南亚国家以及

美国、加拿大等欧美国家。思念食品早在 2003 年就在香港设立分公司，海外业绩步步攀升，截至 2023 年，海外收入超过 4 亿元，且还在大幅增长。我们认为，冻品企业境外收入占比尚小，随着企业潜心打磨渠道网络、储备人才、创新产品等逐步落地，未来市场规模或不可限量。

调味品：首届中国调味品协会上市公司专业委员会年会顺利召开，助力行业高质量发展。5 月 15 日，由中国调味品协会主办的第一届中国调味品协会上市公司专业委员会年会在北京顺利召开。本次会议深入探讨了我国调味品行业上市公司的现状与未来发展趋势，分享了企业在品牌经营、投融资领域的实践经验，对促进资本与实业的紧密结合，推动企业并购重组和高质量发展意义深远。未来，中国调味品协会上市公司专业委员会将继续发挥其独特的优势和作用，结合现有的综合性资源，梳理整合产业并购信息，为促进产业和资本的有效结合提供专业的服务平台，为行业的高质量发展献力。

冷冻烘焙：二十七届中国烘焙展览会完美收官，大烘焙边界进一步拓宽。5 月 10 日-12 日，第二十七届中国烘焙展览会在广州琶洲举办，1500+来自烘焙、咖啡茶饮、餐饮、食品食材、加盟连锁等多个领域的优质参展商齐聚一堂。此次展会以展览规模/展览品类/展商数量/观众预登记/首日入场观众/海外观众人数再创新高“六大”新高开启大烘焙元年；本届展会俨然成为观察中国烘焙+餐饮产业通路拓展、政策风向、产业变革、技术潮流，企业找寻自身“第二增长曲线”的重要平台，吸引着全国乃至全球烘焙食品、咖啡茶饮、餐饮、商超零售产业的专业观众涌入展馆，大烘焙的边界进一步拓宽。

■ 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安井食品 13.18%、洽洽食品 13.17%、东鹏饮料 12.13%。

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 1578.19 亿元、五粮液 336.92 亿元、伊利股份 213.61 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上行的海天味业、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	17
5 上市公司重要公告整理	18
6 行业要闻	19
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	15
图 16: 进口啤酒月度量价跟踪	15
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	16
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	17
图 24: 鸡肉平均零售价	17
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	18
图 30: 箱板纸价格跟踪	18

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) 1-2月亳州白酒营收47.2亿：亳州市经济和信息化局消息，1-2月份，全市白酒产业呈现质效双升的良好发展态势。1-2月份全市规模以上白酒产业增加值达增速16.6%，实现营业收入47.2亿元、同比增长17.6%；实现利润总额14.3亿元、同比增长21.0%；营业收入利润率达27.72%，同比提高0.72%。

2) 黔酒全球行走进新加坡：5月14日，由贵州省商务厅主办的黔酒全球行品鉴推介会在新加坡举行。本次活动旨在推动贵州名优白酒拓展海外市场，加强新黔两地经贸往来及多边合作，为双方企业提供更多商机，提高贵州白酒品牌知名度及市场竞争力，助力贵州白酒产业高质量发展。据介绍，新加坡是2024年黔酒全球行的第一站，活动还将走进日本、韩国、澳大利亚等国家和地区。

3) 泸州老窖与浙江酒类流通协会座谈：5月14日，泸州老窖国窖酒类销售股份有限公司浙江省区经理马龙俊一行到浙江省酒类流通协会交流座谈。期间，马龙俊表示，泸州老窖公司一直重视包括浙江市场在内的华东市场建设，华东市场发展迅速，是公司第一增长和第一投入的市场，但是面临区域发展不平衡的问题，杭嘉湖北面地区发展良好，南面市场发展相对薄弱。在当前大环境形势下，泸州老窖希望与经销商建立长效稳定的沟通机制，在深化渠道开发、打造差异化的产品竞争力等方面进行深入探讨交流，拓宽厂商合作。

4) 今世缘2026年实现预计产能：5月13日，今世缘举行2023年度业绩说明会提到，公司在建产能项目预计2026年全部投产，实现预计产能。此外，公司制定的股权激励将于2024年第一次行权。

5) 五粮液着力打造1618为千元价格带宴席第一品牌：5月7日-5月11日，五粮液在新加坡召开券商策略会。五粮液表示产品方面的四项重点工作为，一是将坚持巩固八代五粮液的核心大单品地位，坚持“有价才有市，有市才有量”的基本逻辑，固化传统渠道配额，优化投放产品结构、渠道结构、市场结构，加快推动八代五粮液的价格向价值回归。二是经典五粮液持续以品牌价值提升及消费培育为核心，坚定实施“三加强一稳定”策略；持续完善经典五粮液产品打造，不断优化营销策略，开展品牌推广及消费者培育。三是低度五粮液方面，2024年将结合重要节庆，由大区协同商家开展更灵活更精准的消费者培育工作。四是将着力把1618五粮液打造为千元价格带宴席第一品牌，持续通过宴席活动政策及开瓶扫码奖励，提升渠道推力和消费者活动参与积极性。

6) 五粮液“营销执行年”四项重点工作：战略方面：公司“十四五”战略规划目标为“2118”发展目标，即原酒产能达到20万吨；

基酒储存能力达 100 万吨；销售收入突破 1000 亿；利税总额达 800 亿元。营销策略方面：重点做好“抓动销、稳价格、提费效、转作风”四个方面工作。

7) 五粮液 45 度焕新回归：近日，五粮液 45 度焕新上市发布会在四川成都举行，新品以“中国高端中度白酒引领者”为定位，以“优雅从容 张弛有度”为产品新主张，从经典包装、卓越品质、优雅口感和从容调性等维度进行了全面升级，持续激发高端中度白酒的市场潜力和发展活力。

8) 15 座品牌汇客厅落地华东，金徽酒打造独树一帜的白酒体验空间：金徽酒以南京为起点，融合品牌、产品宣传阵地和餐饮社交空间，在华东六省一市精心打造品牌社交主场——金徽酒汇客厅。历时两年多的试点经验，从 1.0 南京汇客厅到 2.0 徐州汇客厅的迭代，不仅仅品牌展陈与互动的升级，更是应用场景的升级，餐+酒的融合，迄今已有淮安、徐州、西峡、镇江等城市的 15 座汇客厅落地。

休闲零食：洽洽入选“2024 外国人喜爱的中国品牌”，国际化战略愈发坚定。5 月 10 日，中国坚果行业的头部企业——洽洽食品成功入选“2024 外国人喜爱的中国品牌”。洽洽出海始于 2008 年洽洽在越南设立第一个海外办事处，正式在海外市场布局。2017 年洽洽在泰国建厂，2019 年已正式投产，向国际化战略迈出重要一步。经过十几年拓展，洽洽全球化的步伐走得愈发坚定。如今不仅在全球拥有 10 大工厂，还建立起区域分布合理的外销网络，与近 100 个国外经销商客户建立了合作关系。我们认为，洽洽在海外大放异彩离不开其产品竞争力，以瓜子、坚果为切入口，带动品牌国际化，未来海外业务占比有望提升。

啤酒：无醇啤酒市场价值超 130 亿美元，酒企纷纷加码该赛道。据国际葡萄酒与烈酒研究机构 IWSR 的最新数据显示，2023 年无酒精和低酒精啤酒市场价值已经超过 130 亿美元，预计到 2027 年，无醇啤酒在整体酒精市场中的份额将增长到近 4%。无醇啤酒拥有啤酒风味，又具有多饮不醉的优点，符合当今消费者健康消费趋势。供给端来看，无醇啤酒能提升品牌差异化优势，并且适应当下年轻消费群体对于“社交+健康”的场景需求。因此，华润、重庆、燕京等一众老牌啤酒企业相继推出相关产品，百威也计划到 2025 年将五分之一的啤酒销售转成淡啤或无酒精，朝日啤酒 CEO 预计到 2040 年，零酒精或者低酒精的饮料将占到该公司销售额的一半。我们认为，无醇啤酒当前虽是小众品类，受益于消费需求刺激，具备较大开发前景。此外，即将进入夏季，啤酒板块有望稳中有旺，蓄势向好。

软饮：东鹏补水啦官宣首位代言人，第二曲线有望加速发展。5 月 10 日，东鹏补水啦官宣青年演员于适为代言人。在业内看来，于适的个人形象与东鹏补水啦的适配度较高，选定其作为代言人，

完全契合东鹏补水啦年轻、健康的品牌定位，为品牌注入全新的活力。补水啦 2023 年销售额已突破 5 亿元，覆盖网点超过 133 万家，跻身整个电解质水品类前三，达到 2023 年功能饮料新品 SKU TOP1、2023 年全饮料品类新品 SKU TOP2。2024 年，补水啦还将借助大众传播、赛事赞助、影视剧植入、社交平台种草等形式进一步提升品牌形象。同时渠道方面，计划网点数量突破 200 万，通过产品家族陈列、紧贴清淡型功能饮料陈列、割箱陈列等举措，在终端抢占冰柜和货架。我们认为，通过提升品牌势能以及顺应消费趋势进行产品布局，公司第二曲线有望加速发展。

速冻：冻品企业出海成潮，海外业绩步步攀升。近日，“冻品一哥”安井食品详细介绍了海外市场的开拓进度。安井的国际化业务，始于 2021 年 3 月收购英国功夫食品 70% 股份。2023 年 12 月，安井正式成立集团进出口部，加快推动进出口业务，现已如期开发了香港、菲律宾、澳洲、欧洲等国家海外客户。截至 2023 年底，安井食品境外经销商数量共 226 家。2024 年一季度，安井境外收入为 4108 万元，相比上年同期增长了 67%。不止安井，这两年，多家冻品企业发力海外市场。海欣食品 2023 年底称将布局新加坡、马来西亚等东南亚国家以及美国、加拿大等欧美国家。思念食品早在 2003 年就在香港设立分公司，海外业绩步步攀升，截至 2023 年，海外收入超过 4 亿元，且还在大幅增长。我们认为，冻品企业境外收入占比尚小，随着企业潜心打磨渠道网络、储备人才、创新产品等逐步落地，未来市场规模或不可限量。

调味品：首届中国调味品协会上市公司专业委员会年会顺利召开，助力行业高质量发展。5 月 15 日，由中国调味品协会主办的首届中国调味品协会上市公司专业委员会年会在北京顺利召开。本次会议深入探讨了我国调味品行业上市公司的现状与未来发展趋势，分享了企业在品牌经营、投融资领域的实践经验，对促进资本与实业的紧密结合，推动企业并购重组和高质量发展意义深远。未来，中国调味品协会上市公司专业委员会将继续发挥其独特的优势和作用，结合现有的综合性资源，梳理整合产业并购信息，为促进产业和资本的有效结合提供专业的服务平台，为行业的高质量发展献力。

冷冻烘焙：二十七届中国烘焙展览会完美收官，大烘焙边界进一步拓宽。5 月 10 日-12 日，第二十七届中国烘焙展览会在广州琶洲举办，1500+ 来自烘焙、咖啡茶饮、餐饮、食品食材、加盟连锁等多个领域的优质参展商齐聚一堂。此次展会以展览规模/展览品类/展商数量/观众预登记/首日入场观众/海外观众人数再创新高“六大”新高开启大烘焙元年；本届展会俨然成为观察中国烘焙+ 食饮产业通路拓展、政策风向、产业变革、技术潮流，企业找寻自身“第二增长曲线”的重要平台，吸引着全国乃至全球烘焙食品、咖啡茶饮、餐饮、商超零售产业的专业观众涌入展馆，大烘

焙的边界进一步拓宽。

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

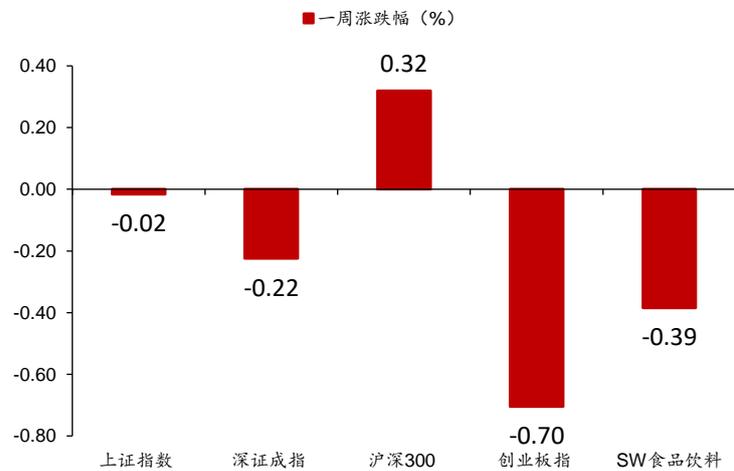
2.1 板块整体指数表现

本周 SW 食品饮料指数下跌 0.39%，相对沪深 300 跑输 0.70pcts。沪深 300 上涨 0.32%，上证指数下跌 0.02%，深证成指下跌 0.22%，创业板指下跌 0.70%。

在 31 个申万一级行业中，食品饮料排名第 18。

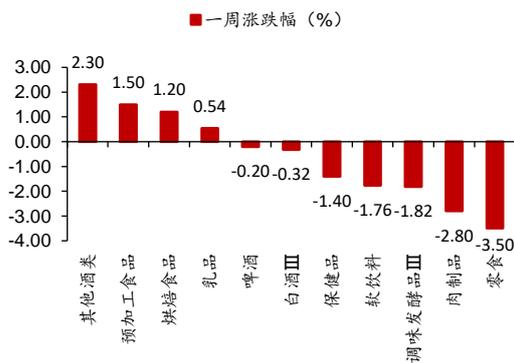
本周 SW 食品饮料各二级行业中，其他酒类上涨 2.30%，预加工食品上涨 1.50%，烘焙食品上涨 1.20%。

图 1：本周市场表现 (%)



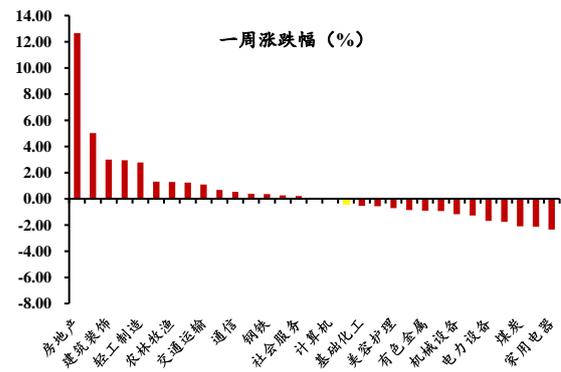
资料来源：Wind，上海证券研究所

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 (%)



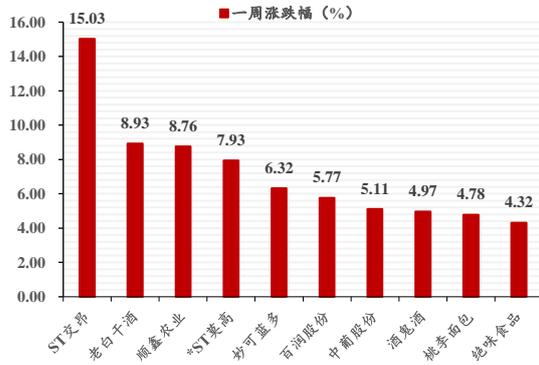
资料来源：Wind，上海证券研究所

2.2 个股行情表现

本周食品饮料行业涨幅排名前五的个股为 ST 交昂上涨

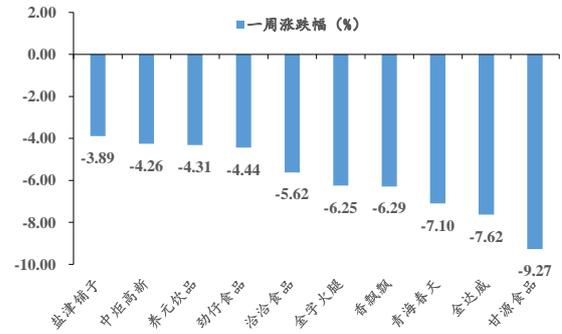
15.03%、老白干酒上涨 8.93%、顺鑫农业上涨 8.76%、*ST 莫高上涨 7.93%、妙可蓝多上涨 6.32%；排名后五的个股为甘源食品下跌 9.27%、金达威下跌 7.62%、青海春天下跌 7.10%、香飘飘下跌 6.29%、金字火腿下跌 6.25%。

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 (%)



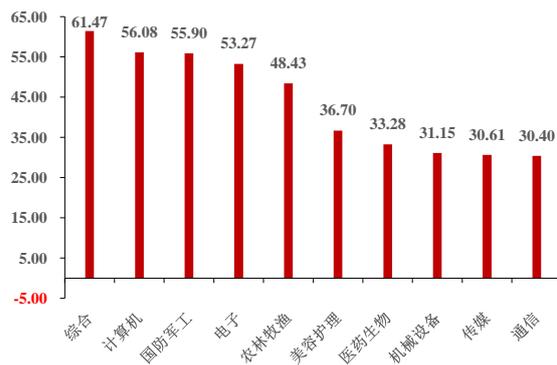
资料来源：Wind，上海证券研究所

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 23.36x，位居 SW 一级行业第 18。

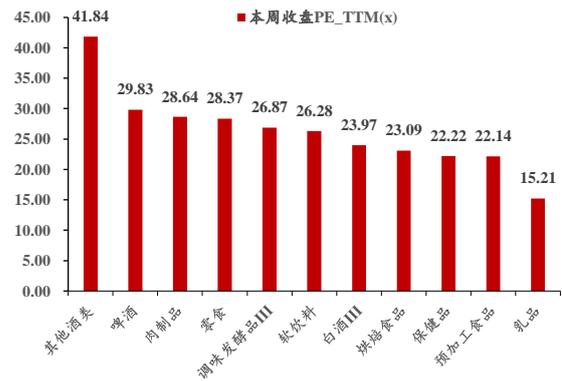
从食品饮料子行业来看，估值排名前三的子行业为其他酒类 41.84x，啤酒 29.83x，肉制品 28.64x。

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安井食品 13.18%、洽洽食品 13.17%、东鹏饮料 12.13%。

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 1578.19 亿元、五粮液 336.92 亿元、伊利股份 213.61 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 (%)
安井食品	13.18
洽洽食品	13.17
东鹏饮料	12.13
伊利股份	12.05
贵州茅台	7.32
中炬高新	6.42
重庆啤酒	5.70
五粮液	5.54
今世缘	4.45
安琪酵母	4.33

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	1,578.19
五粮液	336.92
伊利股份	213.61
山西汾酒	94.63
泸州老窖	84.28
海天味业	79.53
洋河股份	47.62
东鹏饮料	43.55
安井食品	37.89
今世缘	32.21

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盐津铺子增持 0.57%、立高食品增持 0.38%、甘源食品增持 0.35%；陆股通减持前三的个股为洽洽食品减持 0.89%、青海春天减持 0.41%、舍得酒业减持 0.38%。

图 10：本周陆股通增减持比例 TOP10 (%)

股票名称	陆股通增持比例 (%)	股票名称	陆股通减持比例 (%)
盐津铺子	0.57	洽洽食品	-0.89
立高食品	0.38	青海春天	-0.41
甘源食品	0.35	舍得酒业	-0.38
岩石股份	0.35	伊利股份	-0.34
东鹏饮料	0.28	千禾味业	-0.29
黑芝麻	0.28	安琪酵母	-0.28
莲花健康	0.25	古越龙山	-0.27
安井食品	0.24	酒鬼酒	-0.24
华统股份	0.22	青岛啤酒	-0.16
香飘飘	0.20	三只松鼠	-0.14

资料来源：Wind，上海证券研究所

3 行业重要数据跟踪

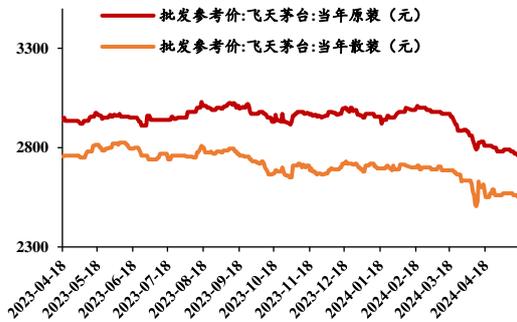
3.1 白酒板块

根据 wind 信息整理，截至 2024 年 5 月 17 日，飞天茅台当年原装和散装批发参考价分别为 2760 元和 2550 元；截至 2024 年 5 月 17 日，五粮液普五（八代）批发参考价为 965 元。

2024 年 3 月，全国白酒产量 43.20 万千升，当月同比上升

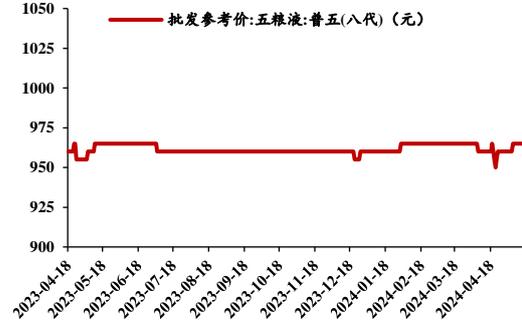
6.70%。2024年3月全国36大中城市日用工业消费品白酒500ml左右52度高档平均价格1220.85元/瓶，白酒500ml左右52度中低档平均价格178.01元/瓶。

图 11: 飞天茅台批价走势



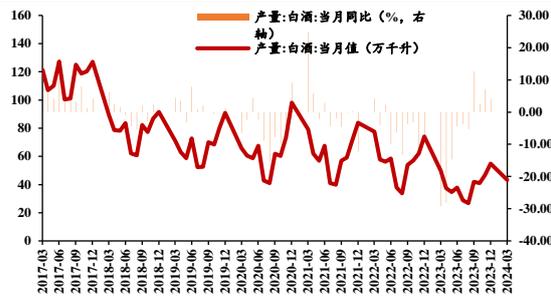
资料来源: Wind, 上海证券研究所

图 12: 五粮液批价走势



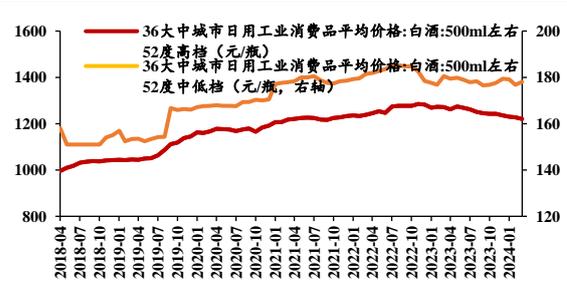
资料来源: Wind, 上海证券研究所

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

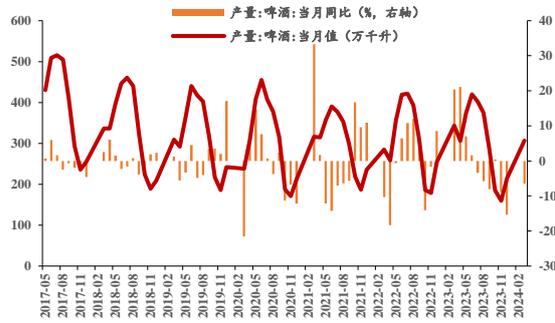


资料来源: Wind, 国家发改委, 上海证券研究所

3.2 啤酒板块

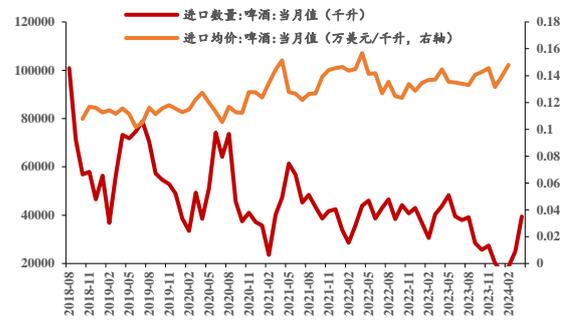
2024年3月，全国啤酒产量306.90万千升，同比减少6.50%。2024年4月全国啤酒进口数量3.94万千升。2024年3月全国36大中城市日用工业消费品啤酒罐装350ml左右平均价格4.15元/罐，啤酒瓶装630ml左右平均价格5.17元/瓶。

图 15: 啤酒月度产量跟踪



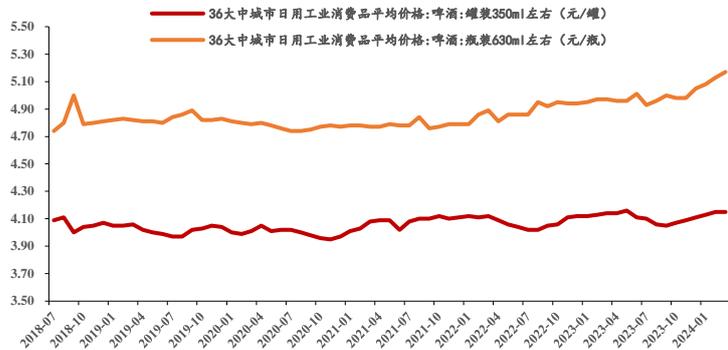
资料来源: Wind, 国家统计局, 上海证券研究所

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 5 月 6 日, 全国生鲜乳主产区平均价格 3.41 元/公斤。截至 2024 年 5 月 10 日, 全国酸奶零售价 16.02 元/公斤, 牛奶零售价 12.26 元/升。截至 2024 年 5 月 10 日, 国产品牌奶粉零售价格 226.50 元/公斤, 国外品牌奶粉零售价格 268.35 元/公斤。

图 18: 生鲜乳价格指数跟踪

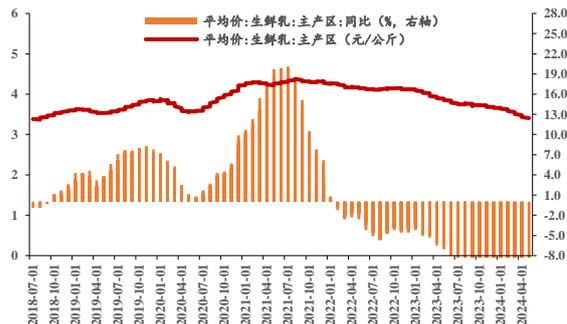
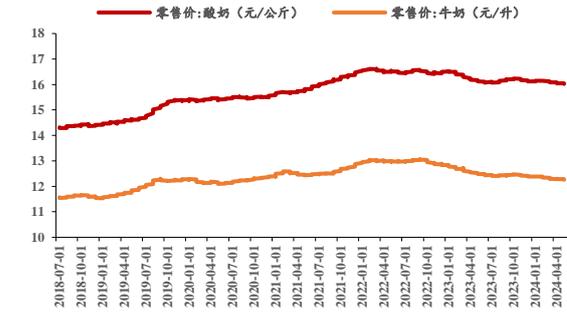


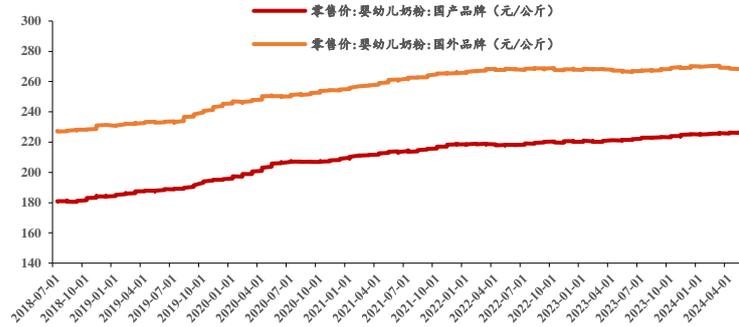
图 19: 酸奶及牛奶零售价跟踪



资料来源: Wind, 农业农村部, 上海证券研究所

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



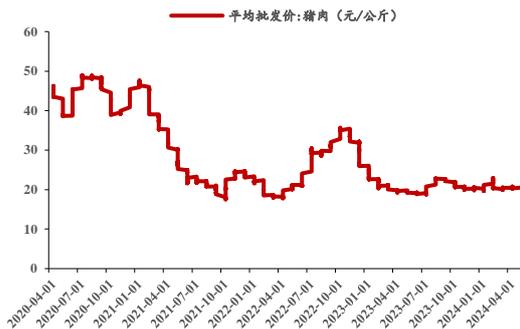
资料来源: Wind, 商务部, 上海证券研究所

4 成本及包材端重要数据跟踪

4.1 肉制品板块

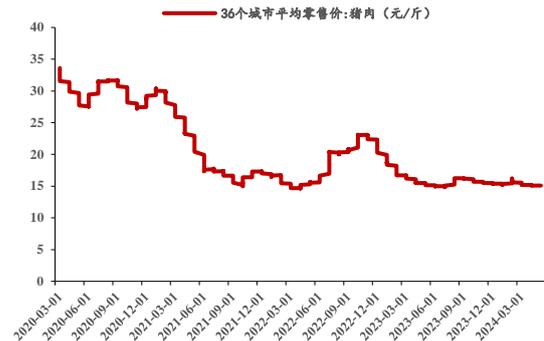
截至 2024 年 5 月 17 日, 全国猪肉平均批发价 20.76 元/公斤; 截至 2024 年 5 月 10 日, 全国 36 个城市猪肉平均零售价 15.07 元/500 克。截至 2024 年 5 月 17 日, 全国主产区白羽肉鸡平均价 7.75 元/公斤; 截至 2024 年 5 月 10 日, 全国 36 个城市鸡肉平均零售价 12.62 元/500 克。

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

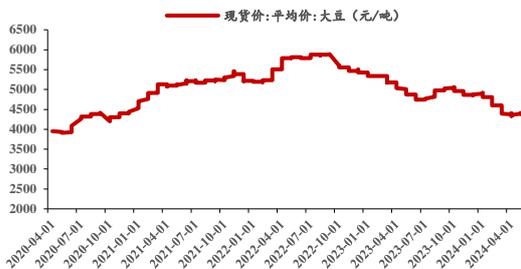


资料来源: Wind, 国家发改委, 上海证券研究所

4.2 大宗原材料及包材相关

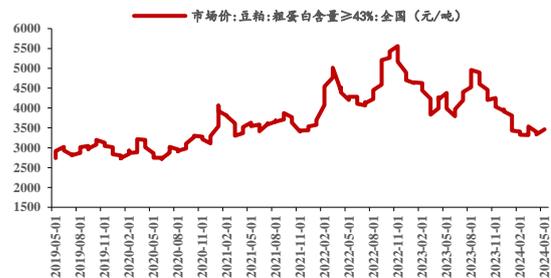
截至 2024 年 5 月 17 日, 全国大豆现货平均价格 4396.32 元/吨。截至 2024 年 5 月 10 日, 全国豆粕(粗蛋白含量 $\geq 43\%$)市场价 3461.20 元/吨。截至 2024 年 5 月 17 日, 英国布伦特 Dtd 原油现货价格 82.52 美元/桶。截至 2024 年 5 月 17 日, 中国塑料城价格指数 887.27。截至 2024 年 5 月 10 日, 全国瓦楞纸(AA 级 120g)市场价格 2623.60 元/吨。截至 2024 年 5 月 17 日, 我国华东市场箱板纸(130gA 级牛卡纸)市场价格 3170.00 元/吨。

图 25: 大豆价格跟踪



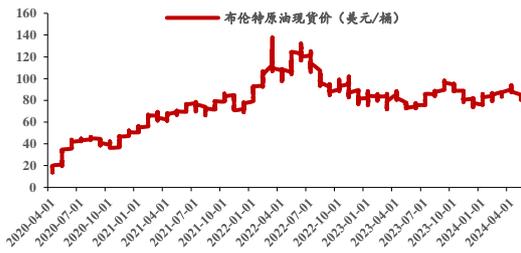
资料来源: Wind, 中国汇易, 上海证券研究所

图 26: 豆粕价格跟踪



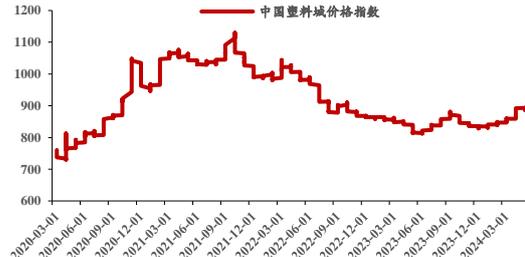
资料来源: Wind, 国家统计局, 上海证券研究所

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



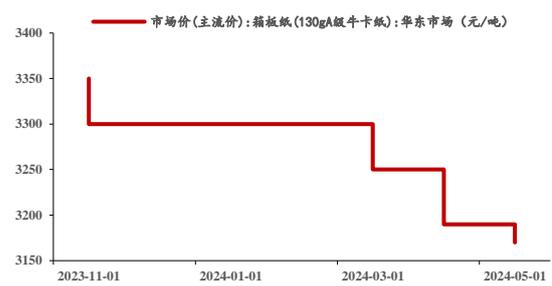
资料来源: Wind, 中塑在线, 上海证券研究所

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

【舍得酒业】2023 年年度权益分派实施公告: 公司 2023 年度利润分配方案为: 以实施权益分派股权登记日的总股本 333,167,579 股, 扣除公司回购库存股份 2,154,445 股, 即以 331,013,134 股为基数, 按每 10 股派发现金红利 21.50 元 (含税), 合计派发现金红利 711,678,238.10 元 (含税), 本年度不进行资本公积金转增股本。

【三只松鼠】2024 年股票期权激励计划: 本激励计划涉及的首次授予激励对象共计 96 人, 占公司截至 2023 年 12 月 31 日员工总数 2,294 的 4.18%, 为公司的核心骨干。本激励计划拟授予激励对象的股票期权数量为 243.86 万份, 约占本激励计划草案公布日公司股本总额 40,100.00 万股的 0.61%。其中, 首次授予股票期权 221.86 万份, 约占本激励计划草案公布日公司股本总额 40,100.00 万股的 0.55%, 占本激励计划拟授予股票期权总数的 90.98%; 预留 22.00 万份, 约占本激励计划草案公布日公司股本总额 40,100.00 万股的 0.05%, 占本激励计划拟授予股票期权总数的 9.02%。

【盐津铺子】关于公司持股 5%以上股东减持股份预披露的公告: 盐津铺子食品股份有限公司持股 5%以上股东张学文先生 (实际控制人之一) 持有公司股份 31,403,717 股, 占公司总股本的 16.02%, 张学文先生计划在本公告披露之日起 15 个交易日后的 3 个月内 (即 2024 年 6 月 6 日至 2024 年 9 月 4 日, 根据相关法律法规禁止减持的期间除外), 以大宗交易和/或集中竞价交易方式合计减持股份累计不超过 2,939,879 股, 即不超过公司总股本比例 1.5%。

【百润股份】关于终止 2023 年度向特定对象发行股票的公告: 公司于 2024 年 5 月 16 日召开第五届董事会第十六次会议, 审议通过了《关于终止 2023 年度向特定对象发行股票事项的议案》, 董

事会同意公司终止向特定对象发行股票事项。公司 2023 年第二次临时股东大会已授权董事会办理本次向特定对象发行股票相关事宜，且该等授权尚在有效期内，本次事项无需提交股东大会审议。

【劲仔食品】关于 2023 年限制性股票激励计划首次授予部分第一个限售期解除限售股份上市流通的提示性公告：本次解除限售的限制性股票数量为 1,615,000 股，占公司目前股本总额的 0.3580%。实际可上市流通的股票数量为 1,265,000 股，占公司目前总股本的比例为 0.2804%。本次解除限售的限制性股票的上市流通日为 2024 年 5 月 22 日。

6 行业要闻

1、今世缘省外市场总体呈现发展势头向好：5 月 13 日，今世缘召开 2023 年度业绩说明会，会上，今世缘酒业副总经理胡跃吾透露：2023 年为公司经销主体优化提升年，为进一步提升经销主体的运营质量，一段时间内企业主动对经销主体进行必要的整合优化，同时提升了营销组织专业化的作战能力，省外市场总体上呈现出发展势头向好、主体质量变优、样板优势凸显、机制释放活力、团队士气迸发的良好势头。未来，公司将根据市场发展阶段，有序开发省外经销商，更加注重质的有效提升及量的合理增长。（酒说）

2、1-2 月亳州白酒营收 47.2 亿：亳州市经济和信息化局消息，1-2 月份，全市白酒产业呈现质效双升的良好发展态势。1-2 月份全市规模以上白酒产业增加值达增速 16.6%，实现营业收入 47.2 亿元、同比增长 17.6%；实现利润总额 14.3 亿元、同比增长 21.0%；营业收入利润率达 27.72%，同比提高 0.72%。（酒说）

3、1919 去年营收 108 亿元：据壹玖壹玖酒类平台科技股份有限公司总经理熊霞透露：2023 年壹玖壹玖营收 108 亿元，2024 年一季度销售较 2023 年同期增长 38%。（酒说）

4、仁怀酱酒 4 项团标立项：5 月 12 日，由仁怀酱香白酒科研所作为主要起草单位制订的《仁怀核心产区大曲酱香型白酒基酒》、《仁怀核心产区大曲酱香型白酒》、《仁怀核心产区酱香大曲生产技术规范》、《仁怀核心产区大曲酱香型白酒生产技术规范》4 个团体标准，获得中国酒业协会团体标准审查委员会批准立项，并组建起草工作组，开展该系列标准的起草和制订等工作。（酒说）

5、洋河明确青年工作五大机制、三大素养：5 月 13 日，洋河股份召开营销工作暨青年工作座谈会。洋河股份党委书记、董事长张联东表示，要解决干部队伍建设和思想“总开关”问题，健全“五大机制”，聚焦“鼓励激励、容错纠错、能上能下、创新创造、明纪守纪”，为青年“出新出彩”注入源动力。洋河青年要“建强三大素养”，做到有生命力、精气神、正能量，有梦想、

有斗志、有抱负，讲思想、讲认知、讲逻辑，实干争先，热血激情，在公司的广阔平台上建功立业、成就自我，为企业做强做大增强战斗力，成为企业未来可持续发展的强大后盾。（酒说）

6、金沙山东大区 2023 年销售、利润双突破：5 月 14 日，据金沙酒业消息，2023 年，山东销售大区圆满完成全年销售任务目标，并在利润方面也取得了超预期的成绩。山东销售大区通过精准解析市场动态，清晰地瞄准了高端消费人群这一重要市场，同比 2022 年销售业绩实现了 20% 的增长；同时坚持对普众消费市场的覆盖，也获得了 15% 的销售增长，从而形成了一个众端共融的销售模式。（酒说）

7、习水全力保障白酒产业项目稳产达产：5 月 14 日，习水县委常委会议暨县委财经委员会会议召开。会议强调，全县各级各部门要聚焦白酒首位产业，锚定“千亿级产区”目标，强化要素保障，加快项目建设，全力保障白酒产业项目稳产达产，并持续开展“打假保知”行动，推动产销各环节健康发展。（酒说）

8、第 21 届中国国际酒业博览会定档 10 月 10 日：据悉，第二十一届中国国际酒业博览会将于 2024 年 10 月 10 日-10 月 12 日，在国家会展中心(上海)举办。本届酒博会以“世界名酒·共享荣耀”为主题，大会期间将设立中国白酒名酒展区、中国葡萄酒和果酒展区、露酒展区、啤酒精品展区、进口葡萄酒和国际蒸香酒展区、国粹黄酒展区、酿造料酒展区、白酒名优酒展区、中国白酒典型名酒展区、酿酒供应链展区、酒类核心产区展区和国际展团展区等。（酒说）

9、泸州老窖与浙江酒类流通协会座谈：5 月 14 日，泸州老窖国窖酒类销售股份有限公司浙江省区经理马龙俊一行到浙江省酒类流通协会交流座谈。期间，马龙俊表示，泸州老窖公司一直重视包括浙江市场在内的华东市场建设，华东市场发展迅速，是公司第一增长和第一投入的市场，但是面临区域发展不平衡的问题，杭嘉湖北面地区发展良好，南面市场发展相对薄弱。在当前大环境形势下，泸州老窖希望与经销商建立长效稳定的沟通机制，在深化渠道开发、打造差异化的产品竞争力等方面进行深入探讨交流，拓宽厂商合作。（酒说）

10、黔酒全球行走进新加坡：5 月 14 日，由贵州省商务厅主办的黔酒全球行品鉴推介会在新加坡举行。本次活动旨在推动贵州名优白酒拓展海外市场，加强新黔两地经贸往来及多边合作，为双方企业提供更多商机，提高贵州白酒品牌知名度及市场竞争力，助力贵州白酒产业高质量发展。据介绍，新加坡是 2024 年黔酒全球行的第一站，活动还将走进日本、韩国、澳大利亚等国家和地区。（酒说）

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。