



上海证券
SHANGHAI SECURITIES

板块有序推进发展，关注节假日表现

——食品饮料行业周报 20240603-20240610

增持（维持）

行业：食品饮料
日期：2024年06月10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) **茅台集团拟打造国际化品牌集群：**6月3日，茅台集团召开党委（扩大）会议。会议提出，要高度重视国际市场，深入挖掘本地化消费客群，因地制宜做好渠道和品牌建设，做好样板市场打造，不断构建优势互补、覆盖全面、协作共赢的经销网络；要坚持系列酒和家族产品同步推动，不断提高市场份额，扩大品牌影响，形成茅台国际化品牌集群；要建立国际化组织架构，按照“制度在前，运行在后”的方针，制定相应工作方案，进一步优化国际化团队人员结构，提高国际化思维和营销能力，做好市场开拓和客户服务，更好推动茅台国际化发展取得新成效。

2) **贵州茅台荣获 EFQM 全球奖（七钻）暨“鼓舞人心的文化”杰出成就奖：**当地时间6月5日，欧洲质量管理基金会（EFQM）在土耳其伊斯坦布尔举行2023年度EFQM全球奖（原欧洲质量奖）颁奖典礼，贵州茅台荣获EFQM全球奖（七钻）暨“鼓舞人心的文化”杰出成就奖，成为EFQM全球奖采用新标准评审后，首家获得七钻的中国企业。

3) **四川加快发展优质白酒产业：**6月3日，四川省经信厅发布中共四川省委关于以发展新质生产力为重要着力点扎实推进高质量发展的决定，其中提到，有力有效推进乡村全面振兴，持续开展“天府粮仓·千园建设”行动，支持建设9个国家级和20个省级农业优势特色产业集群，布局建设省级农高区；实施农产品精深加工提升行动，加快产地初加工设施设备建设，发展优质白酒、川味调料、休闲食品等特色优势产业，打造具有全国影响力的食品产业集群，擦亮“川字号”土特产品牌。

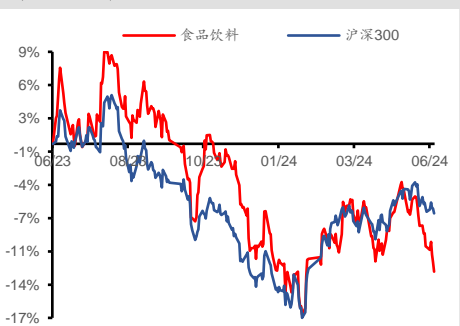
4) **五粮液超39亿投资17个项目：**公司2024年投资计划17个项目，计划投资金额39.85亿元；主要包括10万吨生态酿酒项目（一期、二期）、五粮液门户区项目、五粮液501古窖池中国白酒文化圣地项目、五粮液成品酒包装及智能仓储配送一体化项目等14个续建项目。

5) **500ml 精品五粮液面世：**6月5日，据五粮液消费者俱乐部消息，500ml 精品五粮液正式上市，零售价为1799元。

6) **泸州老窖2024目标营收增长15%：**6月5日，泸州老窖发布2023年度股东大会议案资料。资料显示，公司2024年度总目标为力争实现营业收入同比增长不低于15%（按2023年营收302.33亿元计算，目标营收不低于347.68亿元）。公司未来将聚焦数智化、升品牌、协同化三大核心，推进六大提升。具体包括升级营销模式，坚决全面攻坚；加速数智创新突破，构筑数智领先优势；聚焦“中国浓香700年”主线，持续提升品牌形象；加强生产管理，坚守品质优势；加强科研成果转化，提升企业科技形象；坚持系统观念，强化协同联动。

7) **汾酒冲刺500亿+，青花20/老白汾10焕新提价：**6月4日，汾酒销售公司经销商大会在昆明召开。大会就汾酒品牌势能打造、形象升级、渠道传播等方面进行解读；并对汾享礼遇最新政策、青花汾酒20五码合一政策进行了系统宣贯，提出将冲击500+亿市场目标。会议透露，青花20、老白汾酒10全新升级面市。升级后的青花20（53度）终端供货价443元/瓶，42度终端供货价419元/瓶；老白汾酒全系列开票价每瓶上涨5元。此外，青花20包装全面升级，瓶盖瓶盖内部嵌入了RFID芯片，并支持NFC读取功能，加入汾酒的“五码合一”系统；老白汾酒10则在瓶标和盒身上全新原创了插画设计。此外，五码

最近一年行业指数与沪深300比较



相关报告：

《白酒股东会彰显信心，大众品稳健发展——食品饮料行业周报 20240527-20240602》

——2024年06月02日

《蓄力发展，细分赛道景气度较高——食品饮料行业周报 20240520-20240526》

——2024年05月26日

《股东大会密集召开，板块稳健发展——食品饮料行业周报 20240513-20240519》

——2024年05月19日

合一产品落地也丰富了汾享礼遇模式，会议透露，汾酒将加速转变分利模式，在消费者扫码开瓶后，基于消费者 ID 为中心的“活态数据”，采用反向渠道分利模式进行运作。

8) 陇南 2023 规上白酒总产值 46.4 亿：据陇南政策研究消息，2023 年，全市完成白酒产量 24997.93 千升，白酒产业规上工业总产值达到 46.4 亿元，占全市比重为 17.4%；2024 年一季度，累计实现规上工业总产值 13.5 亿元，占全市比重为 18.4%。

休闲零食：盐津蛋皇鹤鹑蛋加码布局山姆会员店，劲仔食品海外品牌“Jin's 劲仔”首发。6 月 4 日，盐津铺子发布投资者调研记录，公司称 2024 年公司将聚焦休闲魔芋和休闲鹤鹑蛋两大品类，在积极渗透原有强势渠道的基础上，持续拓展高势能渠道，目前“蛋皇”鹤鹑蛋已进入山姆会员店，加码背后是鹤鹑蛋品类拥有较大增长空间。此外，劲仔推出其海外品牌“Jin's 劲仔”，并在亚洲（泰国）国际食品博览会上亮相。“Jin's 劲仔”品牌产品涵盖了小鱼、厚豆干、鹤鹑蛋、魔芋、大非力素牛排等多个健康品类，共计超 60 个海外产品 SKU。我们认为零食企业通过聚焦潜力品类、出海等多举措积极寻求增量，扩大自身规模，板块景气度持续高涨。

啤酒：四川燕京啤酒公司 10 万吨听装线 6 月初正式生产，燕京啤酒 36 亿元生产基地项目落户江苏。近日，四川燕京通过市场调研，发现听装啤酒更受消费者的青睐，于是大力建造新的易拉罐灌装线。四川燕京副总经理兼工厂厂长闫俊介绍，新建的易拉罐灌装线预计 6 月初可以正式生产。这条新建的全自动化易拉罐啤酒生产线每小时可生产 7.2 万罐啤酒，全面投产后，将大大提高易拉罐的灌装能力，预计年生产能力可达 10 万吨。另外，燕京啤酒斥资 36 亿元在江苏南通如东县建厂。此次生产基地落户如东，有望助力公司进一步拓展华东市场，扩大在长三角的市场份额。我们认为，燕京在“二次创业、复兴燕京”的口号引领下，坚定推行多项变革，聚焦年轻化、高端化转型，经营势能持续向好，期待变革带来的业绩增长。

软饮：喜茶全面展开果茶控糖行动，推动行业健康化发展。6 月 3 日，喜茶发布果茶控糖宣言《健康也好喝，科学可持续》，宣布将持续展开果茶控糖行动。喜茶表示，将从原料到配方、从摄入到吸收，平衡口感与健康，科学、可持续控糖，以果茶“控糖·新方式”，探索与创造健康水果茶。为了更全面的落实控糖行动，探索饮品整体减糖，喜茶还将陆续推出采用新配方、引入 0 糖低糖新原料制作的减糖果茶产品，进一步提升果茶健康品质。喜茶全面展开控糖行动，在给消费者带来更多健康选择的同时，也将进一步推动新茶饮行业用糖品质升级，带领行业探索科学、健康、可持续的发展路径。

速冻：打造健康食材供应链，惠发掀起团餐升级革命。惠发食品早在 2014 年就根据市场需求的变化，针对酒店、学校、企业团餐、社区、家庭等不同场景，研发预制原料、预制半成品、预制品等预制菜产品，并从 2019 年开始布局供应链业务。经过几年的发展迭代，2022 年润农健康食材供应链基本成形，用数字化赋能一二三产，打造健康食材供应链，引领团餐市场升级。随着业务的成熟和发展，润农食材供应链已经打通“上游智慧农业、中游食材供应链标准化加工定制、下游智慧餐饮”全链条。公司正联合行业众多龙头企业在各城市建设“中央厨房+智慧餐饮”，以线上线下一体化、国内国际融合发展的健康食材产业链、供应链系统为核心，提供从健康食材到健康食品，从

健康饮食到健康管理的全方位服务。我们认为，未来，惠发食品旗下润农健康食材供应链，将持续利用新技术，探索更多便捷、安全、营养的一日三餐解决方案，让“中央厨房+智慧餐饮”模式在更多城市应用。

调味品：健康需求日益提升，创新引领行业高质量发展。近日，“2024’第十五届中国调味品产业发展高峰论坛”在山东省济宁市举办，论坛由河北省调味品协会主办，以“创新引领、校企合作，促进高质量发展”为主题，与会高校专家、企业负责人分享研发成果、洽谈合作对接，推动行业健康可持续发展。与会专家表示，调味品行业的健康繁荣发展，不仅需要速度，更需要质量。创新引领是推动调味品行业高质量发展的关键因素，校企合作是加速科技创新成果转化的重要途径。在市场竞争日趋激烈和产品不断更新换代的背景下，调味品行业必须紧跟时代步伐，不断推陈出新，研发更加健康、美味的产品，来满足消费者需求。

冷冻烘焙：安琪酵母推千人股权激励计划，调动核心员工积极性。6月3日，安琪酵母发布2024年限制性股票激励计划（草案），公司拟向1006位激励对象授予限制性股票数量1189万股，费用约为1.8亿元。本次股权激励分三期解锁，考核目标分别为，2024—2026年公司收入规模不低于149.6亿元、164.5亿元、180.6亿元，同比增长10.2%、9.9%、9.8%。公司上一次股权激励于2020年底推出，两次激励方案从人数来看基本覆盖除董事长、总经理以外的高管、核心技术人员和管理骨干，本次激励人数共1006人，约占公司总员工人数的9.03%，较上一次有所扩大（上一次为744人），股票数量也有所扩大（本次1189万股，上一次894.3万股）。我们认为此次股权激励落地意味着与员工利益理顺、绑定加深，有望调动核心骨干员工的积极性，助力公司中长期发展。

■ 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12.60%、伊利股份11.73%、洽洽食品10.60%。

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1449.43亿元、五粮液295.93亿元、伊利股份200.30亿元。

■ 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	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) 茅台集团拟打造国际化品牌集群：6月3日，茅台集团召开党委（扩大）会议。会议提出，要高度重视国际市场，深入挖掘本地化消费客群，因地制宜做好渠道和品牌文化建设，做好样板市场打造，不断构建优势互补、覆盖全面、协作共赢的经销网络；要坚持系列酒和家族产品同步推动，不断提高市场份额，扩大品牌影响，形成茅台国际化品牌集群；要建立国际化组织架构，按照“制度在前，运行在后”的方针，制定相应工作方案，进一步优化国际化团队人员结构，提高国际化思维和营销能力，做好市场开拓和客户服务，更好推动茅台国际化发展取得新成效。

2) 贵州茅台荣获 EFQM 全球奖（七钻）暨“鼓舞人心的文化”杰出成就奖：当地时间6月5日，欧洲质量管理基金会（EFQM）在土耳其伊斯坦布尔举行2023年度EFQM全球奖（原欧洲质量奖）颁奖典礼，贵州茅台荣获EFQM全球奖（七钻）暨“鼓舞人心的文化”杰出成就奖，成为EFQM全球奖采用新标准评审后，首家获得七钻的中国企业。

3) 四川加快发展优质白酒产业：6月3日，四川省经信厅发布中共四川省委关于以发展新质生产力为重要着力点扎实推进高质量发展的决定，其中提到，有力有效推进乡村全面振兴，持续开展“天府粮仓·千园建设”行动，支持建设9个国家级和20个省级农业优势特色产业集群，布局建设省级农高区；实施农产品精深加工提升行动，加快产地初加工设施设备建设，发展优质白酒、川味调料、休闲食品等特色优势产业，打造具有全国影响力的食品产业集群，擦亮“川字号”土特产品牌。

4) 五粮液超 39 亿投资 17 个项目：公司2024年投资计划17个项目，计划投资金额39.85亿元；主要包括10万吨生态酿酒项目（一期、二期）、五粮液门产区项目、五粮液501古窖池中国白酒文化圣地项目、五粮液成品酒包装及智能仓储配送一体化项目等14个续建项目。

5) 500ml 精品五粮液面世：6月5日，据五粮液消费者俱乐部消息，500ml精品五粮液正式上市，零售价为1799元。

6) 泸州老窖 2024 目标营收增长 15%：6月5日，泸州老窖发布2023年度股东大会议案资料。资料显示，公司2024年度总目标为力争实现营业收入同比增长不低于15%（按2023年营收302.33亿元计算，目标营收不低于347.68亿元）。公司未来将聚焦数智化、升品牌、协同化三大核心，推进六大提升。具体包括升级营销模式，坚决全面攻坚；加速数智创新突破，构筑数智领先优势；聚焦“中国浓香700年”主线，持续提升品牌形象；加强生产管理，

坚守品质优势；加强科研成果转化，提升企业科技形象；坚持系统观念，强化协同联动。

7) 汾酒冲刺 500 亿+, 青花 20/老白汾 10 焕新提价: 6 月 4 日, 汾酒销售公司经销商大会在昆明召开。大会就汾酒品牌势能打造、形象升级、渠道传播等方面进行解读; 并对汾享礼遇最新政策、青花汾酒 20 五码合一政策进行了系统宣贯, 提出将冲击 500+ 亿市场目标。会议透露, 青花 20、老白汾酒 10 全新升级面市。升级后的青花 20 (53 度) 终端供货价 443 元/瓶, 42 度终端供货价 419 元/瓶; 老白汾酒全系列开票价每瓶上涨 5 元。此外, 青花 20 包装全面升级, 瓶盖内部嵌入了 RFID 芯片, 并支持 NFC 读取功能, 加入汾酒的“五码合一”系统; 老白汾酒 10 则在瓶标和盒身上全新原创了插画设计。此外, 五码合一产品落地也丰富了汾享礼遇模式, 会议透露, 汾酒将加速转变分利模式, 在消费者扫码开瓶后, 基于消费者 ID 为中心的“活态数据”, 采用反向渠道分利模式进行运作。

8) 陇南 2023 规上白酒总产值 46.4 亿: 据陇南政策研究消息, 2023 年, 全市完成白酒产量 24997.93 千升, 白酒产业规上工业总产值达到 46.4 亿元, 占全市比重为 17.4%; 2024 年一季度, 累计实现规上工业总产值 13.5 亿元, 占全市比重为 18.4%。

休闲零食: 盐津蛋皇鹤鹑蛋加码布局山姆会员店, 劲仔食品海外品牌“Jin's 劲仔”首发。 6 月 4 日, 盐津铺子发布投资者调研记录, 公司称 2024 年公司 will 聚焦休闲魔芋和休闲鹤鹑蛋两大品类, 在积极渗透原有强势渠道的基础上, 持续拓展高势能渠道, 目前‘蛋皇’鹤鹑蛋已进入山姆会员店, 加码背后是鹤鹑蛋品类拥有较大增长空间。此外, 劲仔推出其海外品牌“Jin's 劲仔”, 并在亚洲(泰国)国际食品博览会上亮相。“Jin's 劲仔”品牌产品涵盖了小鱼、厚豆干、鹤鹑蛋、魔芋、大非力素牛排等多个健康品类, 共计超 60 个海外产品 SKU。我们认为零食企业通过聚焦潜力品类、出海等多举措积极寻求增量, 扩大自身规模, 板块景气度持续高涨。

啤酒: 四川燕京啤酒公司 10 万吨听装线 6 月初正式生产, 燕京啤酒 36 亿元生产基地项目落户江苏。 近日, 四川燕京通过市场调研, 发现听装啤酒更受消费者的青睐, 于是大力建造新的易拉罐灌装线。四川燕京副总经理兼工厂厂长闫俊介绍, 新建的易拉罐灌装线预计 6 月初可以正式生产。这条新建的全自动化易拉罐啤酒生产线每小时可生产 7.2 万罐啤酒, 全面投产后, 将大大提高易拉罐的灌装能力, 预计年生产能力可达 10 万吨。另外, 燕京啤酒斥资 36 亿元在江苏南通如东县建厂。此次生产基地落户如东, 有望助力公司进一步拓展华东市场, 扩大在长三角的市场份额。我们认为, 燕京在“二次创业、复兴燕京”的口号引领下, 坚定推行多项变革, 聚焦年轻化、高端化转型, 经营势能持续向好, 期待变革带来的业绩增长。

软饮：喜茶全面展开果茶控糖行动，推动行业健康化发展。6月3日，喜茶发布果茶控糖宣言《健康也好喝，科学可持续》，宣布将持续展开果茶控糖行动。喜茶表示，将从原料到配方、从摄入到吸收，平衡口感与健康，科学、可持续控糖，以果茶“控糖·新方式”，探索与创造健康水果茶。为了更全面的落实控糖行动，探索饮品整体减糖，喜茶还将陆续推出采用新配方、引入0糖低糖新原料制作的减糖果茶产品，进一步提升果茶健康品质。喜茶全面展开控糖行动，在给消费者带来更多健康选择的同时，也将进一步推动新茶饮行业用糖品质升级，带领行业探索科学、健康、可持续的发展路径。

速冻：打造健康食材供应链，惠发掀起团餐升级革命。惠发食品早在2014年就根据市场需求的变化，针对酒店、学校、企业团餐、社区、家庭等不同场景，研发预制原料、预制半成品、预制品等预制菜产品，并从2019年开始布局供应链业务。经过几年的发展迭代，2022年润农健康食材供应链基本成形，用数字化赋能一二三产，打造健康食材供应链，引领团餐市场升级。随着业务的成熟和发展，润农食材供应链已经打通“上游智慧农业、中游食材供应链标准化加工定制、下游智慧餐饮”全链条。公司正联合行业众多龙头企业在各城市建设“中央厨房+智慧餐饮”，以线上线下一体化、国内国际融合发展的健康食材产业链、供应链系统为核心，提供从健康食材到健康食品，从健康饮食到健康管理的全方位服务。我们认为，未来，惠发食品旗下润农健康食材供应链，将持续利用新技术，探索更多便捷、安全、营养的一日三餐解决方案，让“中央厨房+智慧餐饮”模式在更多城市应用。

调味品：健康需求日益提升，创新引领行业高质量发展。近日，“2024’第十五届中国调味品产业发展高峰论坛”在山东省济宁市举办，论坛由河北省调味品协会主办，以“创新引领、校企合作，促进高质量发展”为主题，与会高校专家、企业负责人分享研发成果、洽谈合作对接，推动行业健康可持续发展。与会专家表示，调味品行业的健康繁荣发展，不仅需要速度，更需要质量。创新引领是推动调味品行业高质量发展的关键因素，校企合作是加速科技创新成果转化的重要途径。在市场竞争日趋激烈和产品不断更新换代的背景下，调味品行业必须紧跟时代步伐，不断推陈出新，研发更加健康、美味的产品，来满足消费者需求。

冷冻烘焙：安琪酵母推千人股权激励计划，调动核心员工积极性。6月3日，安琪酵母发布2024年限制性股票激励计划（草案），公司拟向1006位激励对象授予限制性股票数量1189万股，费用约为1.8亿元。本次股权激励分三期解锁，考核目标分别为，2024—2026年公司收入规模不低于149.6亿元、164.5亿元、180.6亿元，同比增长10.2%、9.9%、9.8%。公司上一次股权激励于2020年底

推出，两次激励方案从人数来看基本覆盖除董事长、总经理以外的高管、核心技术人员和管理骨干，本次激励人数共 1006 人，约占公司总员工人数的 9.03%，较上一次有所扩大（上一次为 744 人），股票数量也有所扩大（本次 1189 万股，上一次 894.3 万股）。我们认为此次股权激励落地意味着与员工利益理顺、绑定加深，有望调动核心骨干员工的积极性，助力公司中长期发展。

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

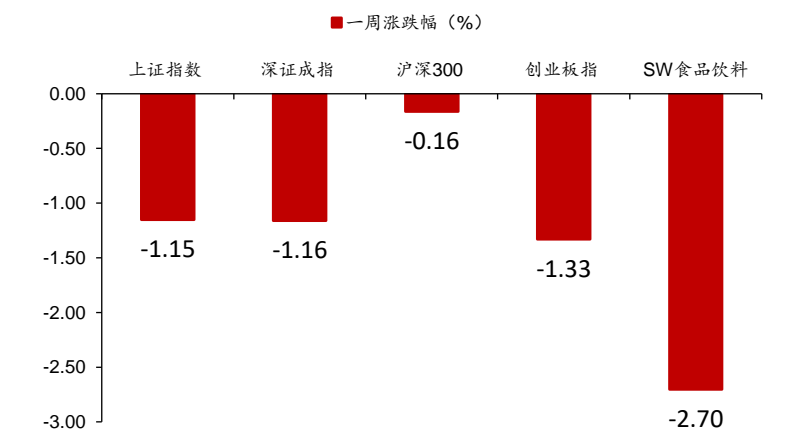
2.1 板块整体指数表现

本周 SW 食品饮料指数下跌 2.7%，相对沪深 300 跑输 2.54pct。沪深 300 下跌 0.16%，上证指数下跌 1.15%，深证成指下跌 1.16%，创业板指下跌 1.33%。

在 31 个申万一级行业中，食品饮料排名第 19。

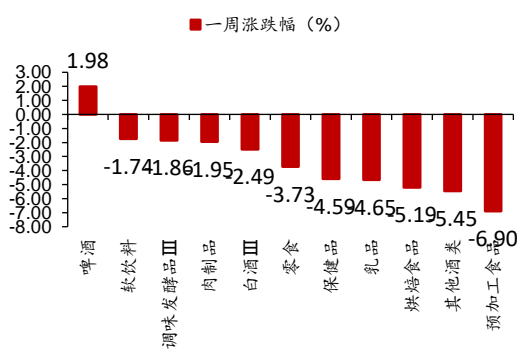
本周 SW 食品饮料各二级行业中，啤酒上涨 1.98%，软饮料下跌-1.74%，调味发酵品 III 下跌-1.86%。

图 1：本周市场表现 (%)



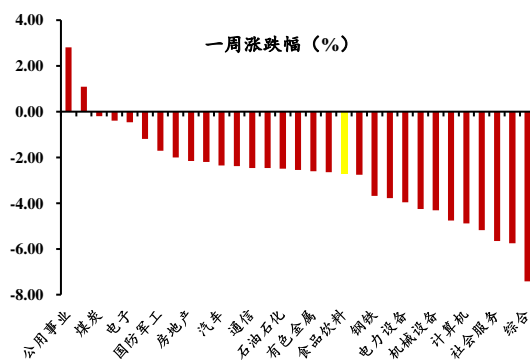
资料来源：Wind，上海证券研究所

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 (%)



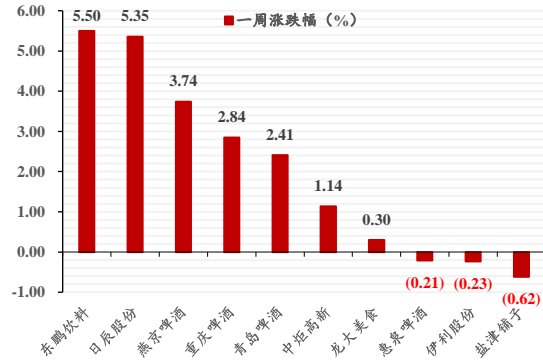
资料来源：Wind，上海证券研究所

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东鹏饮料上涨 5.50%、日辰股份上涨 5.35%、燕京啤酒上涨 3.74%、重庆啤酒上涨 2.84%、

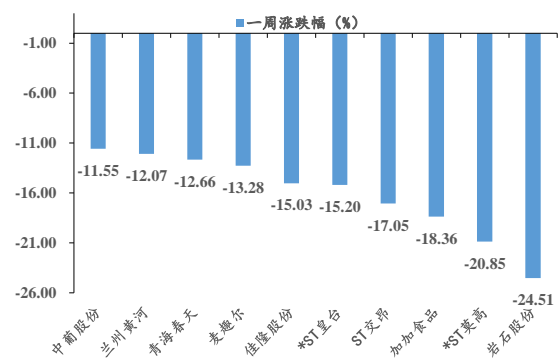
青岛啤酒上涨 2.41%；排名后五的个股为岩石股份下跌 24.51%、*ST 莫高下跌 20.85%、加加食品下跌 18.36%、ST 交昂下跌 17.05%、*ST 皇台下跌 15.20%。

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 (%)



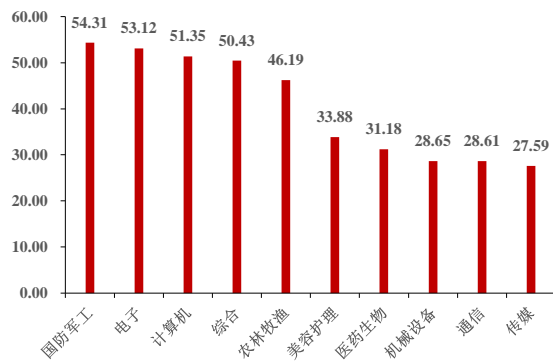
资料来源：Wind，上海证券研究所

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 21.62x，位居 SW 一级行业第 17。

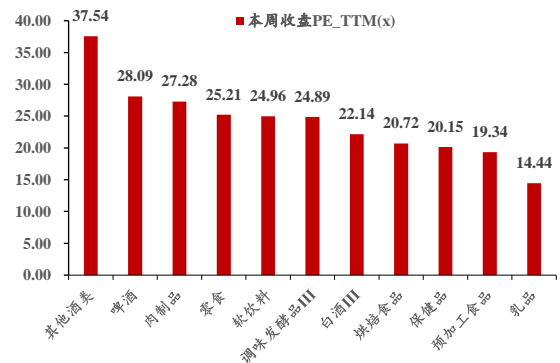
从食品饮料子行业来看，估值排名前三的子行业为其他酒类 37.54x，啤酒 28.09x，肉制品 27.28x。

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 12.60%、伊利股份 11.73%、洽洽食品 10.60%。

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 1449.43 亿元、五粮液 295.93 亿元、伊利股份 200.30

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	12.60
伊利股份	11.73
洽洽食品	10.60
贵州茅台	7.12
中炬高新	6.34
重庆啤酒	6.06
五粮液	5.35
东鹏饮料	5.24
三只松鼠	4.94
今世缘	4.32

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	1,449.43
五粮液	295.93
伊利股份	200.30
山西汾酒	88.14
泸州老窖	72.80
海天味业	67.60
东鹏饮料	47.37
洋河股份	38.00
安井食品	31.37
今世缘	28.07

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莲花健康增持0.77%、重庆啤酒增持0.48%、天佑德酒增持0.39%；陆股通减持前三的个股为岩石股份减持1.11%、顺鑫农业减持0.36%、酒鬼酒减持0.33%。

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 (%)
莲花健康	0.77	岩石股份	-1.11
重庆啤酒	0.48	顺鑫农业	-0.36
天佑德酒	0.39	酒鬼酒	-0.33
皇氏集团	0.35	伊利股份	-0.32
承德露露	0.33	安井食品	-0.28
东鹏饮料	0.28	水井坊	-0.25
老白干酒	0.28	洽洽食品	-0.24
中炬高新	0.27	百润股份	-0.22
贝因美	0.20	立高食品	-0.19
甘源食品	0.17	宝立食品	-0.17

资料来源：Wind，上海证券研究所

3 行业重要数据跟踪

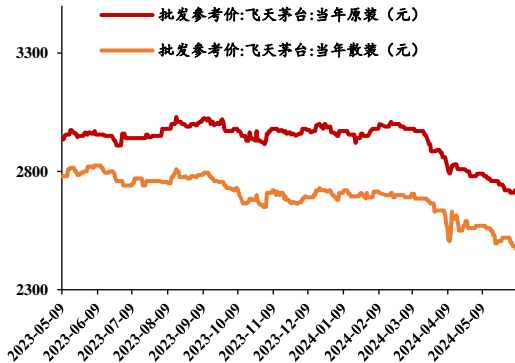
3.1 白酒板块

根据wind信息整理，截至2024年6月7日，飞天茅台当年原装和散装批发参考价分别为2720元和2470元；截至2024年6月7日，五粮液普五（八代）批发参考价为970元。

2024年4月，全国白酒产量35.80万千升，当月同比上升2.60%。2024年3月全国36大中城市日用工业消费品白酒500ml

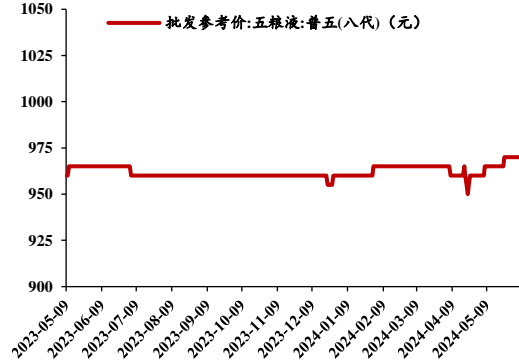
左右 52 度高档平均价格 1220.85 元/瓶，白酒 500ml 左右 52 度中低档平均价格 178.01 元/瓶。

图 11: 飞天茅台批价走势



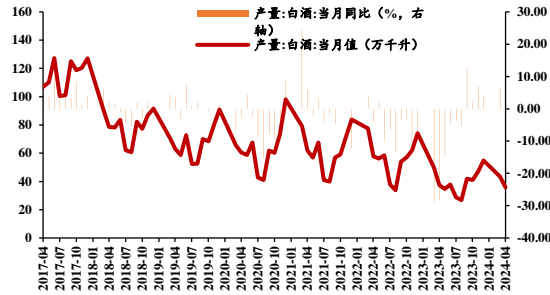
资料来源: Wind, 上海证券研究所

图 12: 五粮液批价走势



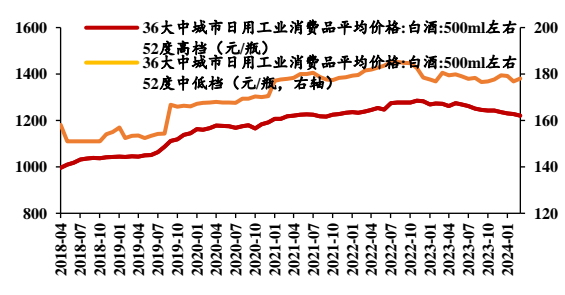
资料来源: Wind, 上海证券研究所

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

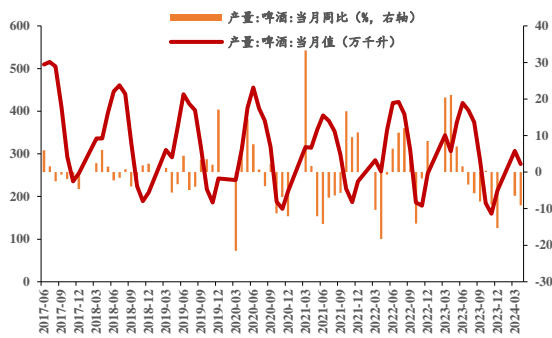


资料来源: Wind, 国家发改委, 上海证券研究所

3.2 啤酒板块

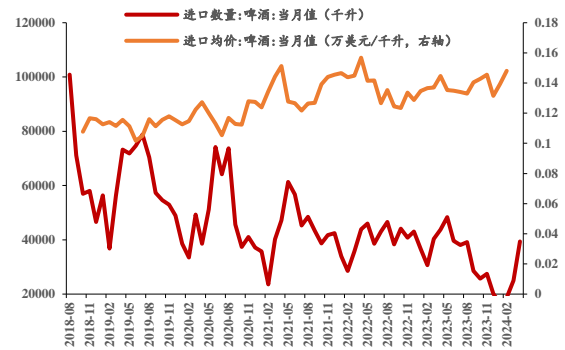
2024 年 4 月，全国啤酒产量 276.40 万千升，同比减少 9.10 %。2024 年 4 月全国啤酒进口数量 3.94 万千升。2024 年 3 月全国 36 大中城市日用工业消费品啤酒罐装 350ml 左右平均价格 4.15 元/罐，啤酒瓶装 630ml 左右平均价格 5.17 元/瓶。

图 15: 啤酒月度产量跟踪



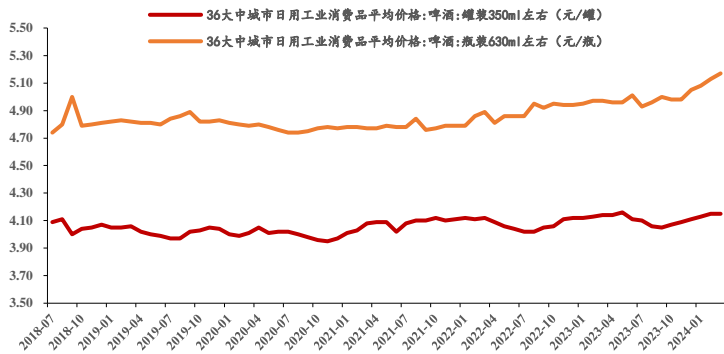
资料来源: Wind, 国家统计局, 上海证券研究所

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

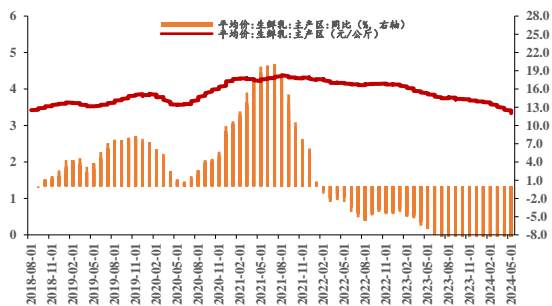


资料来源: Wind, 国家发改委, 上海证券研究所

3.3 乳制品板块

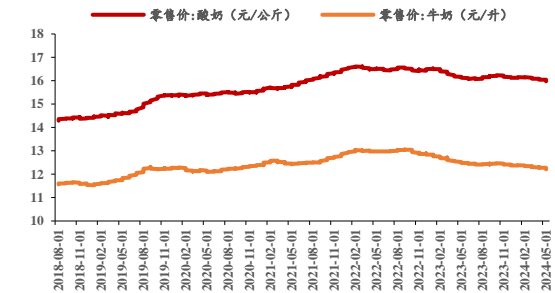
截至 2024 年 5 月 30 日, 全国生鲜乳主产区平均价格 3.34 元/公斤。截至 2024 年 5 月 31 日, 全国酸奶零售价 15.98 元/公斤, 牛奶零售价 12.21 元/升。截至 2024 年 5 月 31 日, 国产品牌奶粉零售价格 226.33 元/公斤, 国外品牌奶粉零售价格 268.75 元/公斤。

图 18: 生鲜乳价格指数跟踪



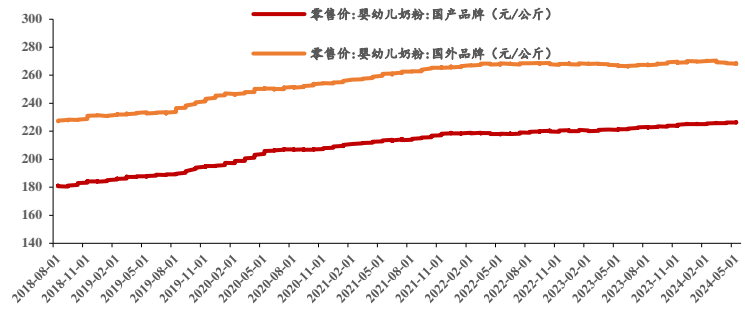
资料来源: Wind, 农业农村部, 上海证券研究所

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



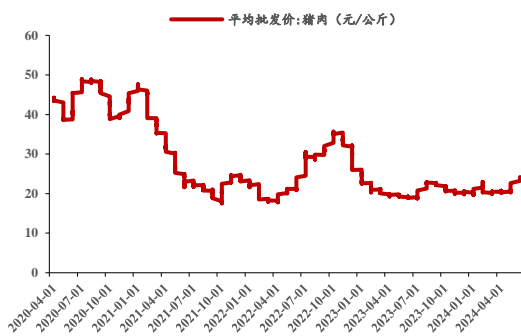
资料来源: Wind, 商务部, 上海证券研究所

4 成本及包材端重要数据跟踪

4.1 肉制品板块

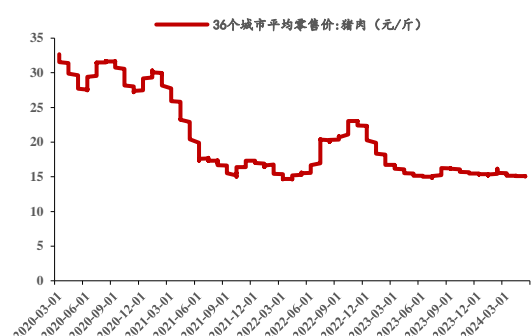
截至 2024 年 6 月 7 日, 全国猪肉平均批发价 24.17 元/公斤; 截至 2024 年 5 月 21 日, 全国 36 个城市猪肉平均零售价 15.12 元/500 克。截至 2024 年 6 月 7 日, 全国主产区白羽肉鸡平均价 7.26 元/公斤; 截至 2024 年 5 月 21 日, 全国 36 个城市鸡肉平均零售价 12.55 元/500 克。

图 21：猪肉平均批发价



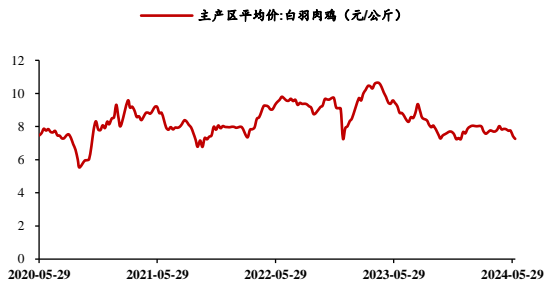
资料来源: Wind, 农业农村部, 上海证券研究所

图 22：猪肉平均零售价



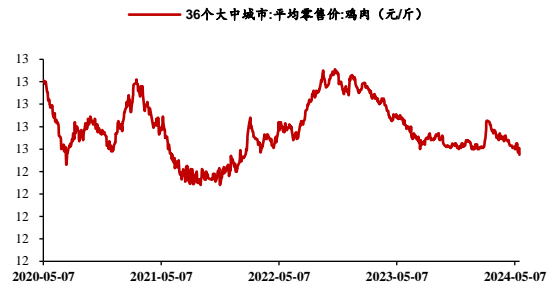
资料来源: Wind, 国家发改委, 上海证券研究所

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

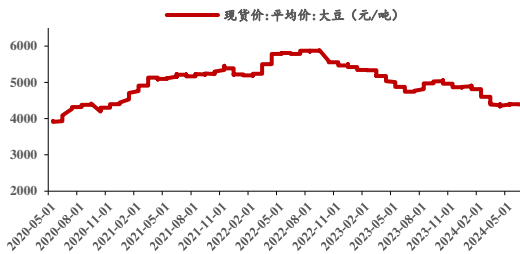


资料来源: Wind, 国家发改委, 上海证券研究所

4.2 大宗原材料及包材相关

截至 2024 年 6 月 7 日, 全国大豆现货平均价格 4388.42 元/吨。截至 2024 年 5 月 31 日, 全国豆粕(粗蛋白含量 $\geq 43\%$)市场价 3477.30 元/吨。截至 2024 年 6 月 7 日, 英国布伦特 Dtd 原油现货价格 78.36 美元/桶。截至 2024 年 6 月 7 日, 中国塑料城价格指数 889.12。截至 2024 年 5 月 31 日, 全国瓦楞纸(AA 级 120g)市场价格 2607.50 元/吨。截至 2024 年 6 月 7 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



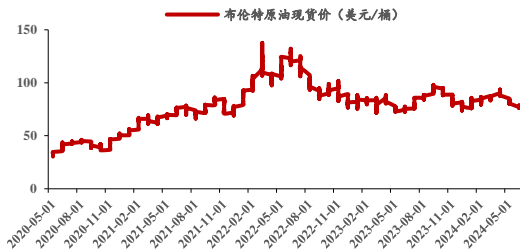
资料来源: Wind, 中国汇易, 上海证券研究所

图 26: 豆粕价格跟踪



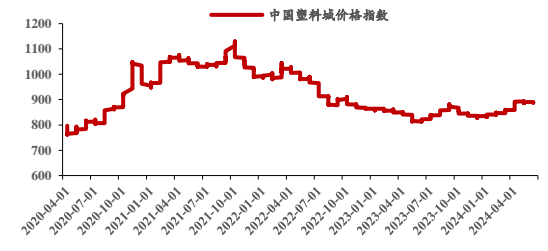
资料来源: Wind, 国家统计局, 上海证券研究所

图 27: 布伦特原油价格跟踪



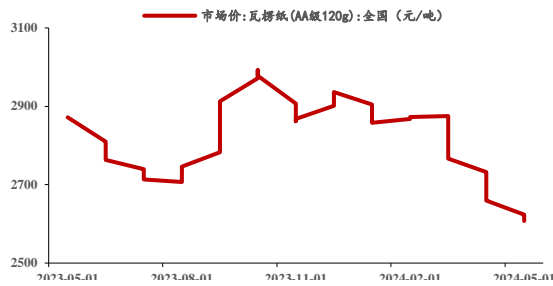
资料来源: Wind, 上海证券研究所

图 28: 塑料价格指数跟踪



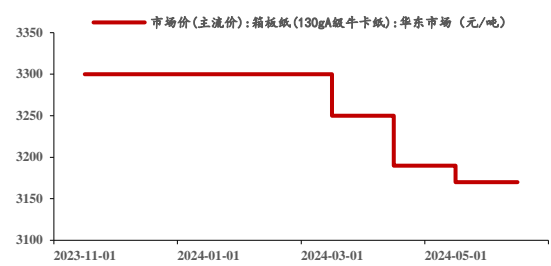
资料来源: Wind, 中塑在线, 上海证券研究所

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

【安琪酵母】2024 年限制性股票激励计划(草案): 本计划拟授予的限制性股票数量为 1,189 万股, 约占目前公司股本总额 86,866.9779 万股的 1.37%。本计划授予的激励对象为 1,006 人, 约占公司当前员工总人数的 9.03%。包括公司董事、高级管理人员、公司核心技术人员、管理骨干。

【元祖股份】2023 年年度暨 2024 年第一季度业绩说明会时间: 2024 年 06 月 12 日(星期三) 10:00-11:00, 会议召开地点: 价值在线 (www.ir-online.cn)。

【黑芝麻】2023 年年度股东大会时间: 2024 年 6 月 25 日(星期二) 下午 2:30, 现场会议召开地点: 广西南宁市双拥路 36 号南方食品大厦 5 楼会议室。

【泸州老窖】2023 年度股东大会时间: 2024 年 6 月 27 日(星期四) 14:30, 会议召开地点: 四川省泸州市龙马潭区南光路 71 号泸州老窖指挥中心东楼一楼会议室。

【中炬高新】2024 年第一次临时股东大会时间: 2024 年 6 月 21 日 14:30, 会议召开地点: 广东省中山市火炬开发区厨邦路 1 号广东美味鲜调味食品有限公司综合楼 904 会议厅。

【绝味食品】2023 年年度暨 2024 年第一季度业绩说明会时间: 2024 年 06 月 13 日(星期四) 下午 15:00-16:00, 会议召开地点: 上海证券交易所上证路演中心 (网址: <https://roadshow.sseinfo.com/>)。

【巴比食品】2024 年第一次临时股东大会时间: 2024 年 6 月 21 日 14 点 45 分, 现场会议召开地点: 上海市松江区车墩镇茸江路 785 号行政楼 4 楼会议室。

【新乳业】2024 年第一次临时股东大会时间: 2024 年 6 月 21 日(星期五) 15:00, 现场会议召开地点: 成都市锦江区金石路 366 号公司 4 楼会议室。

【中信尼雅】关于参加新疆辖区上市公司 2024 年投资者网上集体接待日活动的公告: 活动时间为 2024 年 6 月 14 日(周五)15:30-

18:00, 会议召开地点:“全景路演”网站(<http://rs.p5w.net>)。

【酒鬼酒】2023 年度股东大会时间:2024 年 6 月 28 日(周五)

15:00, 现场会议召开地点:湖南省吉首市乾州新区府左路凯莱大饭店一楼宴会厅。

6 行业要闻

1、川酒 2027 年营收目标超 5000 亿:5 月 31 日,四川省酒业高质量发展推进会暨四川省酒业协会成立大会在成都召开。会议消息,四川拥有全国 70%以上的浓香型白酒产能、20%的酱香型白酒产能,2023 年,四川白酒制造业营业收入同比增长 9.1%,规模居全国第一;利润总额同比增长 18.7%,规模居全国第二;川酒营业收入、利润总额较 2013 年分别提高 68%、198%,行业营收利润率较 2013 年提高 10.7 个百分点;四川白酒制造业入库税收同比增长 25.0%,以占全省工业 6.1%的营业收入,贡献了全省工业 14.3%的入库税收,对工业税收的增长贡献率达到 16.1%,成为全省第一税源。力争到 2027 年,四川白酒产业营业总收入突破 5000 亿元、利润总额超过 1200 亿元。(中国酒业协会)

2、迎驾将重点建设湖北、河南市场:6 月 3 日,迎驾贡酒回复投资者:省内进一步精耕细作,省外以江苏、上海等长三角城市群为核心,推进湖北、河南等重点版块市场建设,加快京津等城市直营公司发展,开发江西等泛区域机会市场。(酒业家)

3、百润股份威士忌成品酒预计四季度发布:6 月 4 日,百润股份发布投资者关系活动记录:公司烈酒业务将围绕专业品牌形象、高品质产品和有效渠道渗透等方面开展市场运营。公司威士忌成品酒预计 2024 年第四季度发布。(酒业家)

4、嘉士伯任命首席信息官/首席营销官:6 月 3 日,嘉士伯集团宣布,Esther Wu 自 6 月 3 日起被任命为新的首席信息官兼执行委员会成员;Yves Briantais 将于 8 月 19 日加入嘉士伯,担任首席营销官兼执行委员会成员。(中国酒业协会)

5、贵州茅台推冰淇淋新品:6 月 6 日,贵州茅台推出冰淇淋新品“糯米糍冰淇淋”,共有牛乳、蜜瓜、蓝莓、草莓、葡萄 5 种口味,目前这款冰淇淋五口味盒装在电商平台旗舰店售价为券后 49.9 元。据悉,该冰淇淋贵州茅台酒添加量为 2%,糯米皮未添加贵州茅台酒,产品整体的贵州茅台酒添加量为 1%。(中国酒业协会)

6、古井贡酒举行第四届原粮丰收节:6 月 5 日,古井贡酒·年份原浆 2024 第四届原粮丰收节开幕。古井贡酒将不断推广“订单种植”模式,带动更多农户多种粮、种好粮,能获利、多得利,为加快农业现代化发展和乡村振兴贡献古井力量。为鼓励优质原粮种植,古井集团在安徽产区里评选出 11 家古井优质原粮种植示范单位,并现场进行表彰。(中国酒业协会)

7、水井坊加倍下注臻酿八号：6月5日，水井坊2023年度股东大会召开。水井坊代总经理蒋磊峰表示，2024年公司计划“加倍下注”臻酿八号（位于300-400元/瓶的中低价位段）产品；重塑超高端和高端产品，即井台（500元+）、典藏（800元+）和第一坊（2000元+）；加强中高端（200元~250元）天号陈和水井系列投资，探索不同道路模式，增加渗透分销。（云酒头条）

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。