

食品饮料

行业周报

中报业绩预告分化，啤酒饮料增速优异

投资要点

◆ **行情回顾**：上周食品饮料（申万）行业整体上涨 1.18%，在 31 个子行业中排名第 8 位，跑赢上证综指 0.46pct，跑输创业板指 0.51pct。二级（申万）子板块对比，上周子板块中非白酒表现相对较好，上涨 4.93%，休闲食品、食品加工表现较差，跌幅分别为 0.91%、0.81%，三级子行业啤酒表现相对较好，上涨 6.78%，零食、保健品为三级子行业中表现最差，下跌 2.03%、1.53%。

◆ 上周大事：

多家披露业绩预告，板块中报业绩预告分化，啤酒饮料增速优异。本周多家公司披露 2024 年半年度业绩预告，其中白酒有金种子酒、酒鬼酒、顺鑫农业，啤酒有珠江啤酒、燕京啤酒，饮料&休闲食品有东鹏饮料、盐津铺子、劲仔食品、香飘飘等。

1) 白酒：酒鬼酒 24H1 预计实现营业收入约 10 亿元，同比-35%，折算 24Q2 营收预计为 5 亿元，同比-12%，降幅大幅收窄，主要是终端建设成果逐步开始向客户回款效果转化，形成 BC 联动的市场正向循环；预计实现归母净利润 1.1-1.3 亿元，同比下滑 69%-74%，折算 24Q2 约为 0.37-0.57 亿元，同比下滑 53%-70%。公司次高端及大众价格带产品当期占比较高，导致公司整体销售毛利率下降，促销、消费者培育、营造市场氛围，及销售费用前置投放，导致销售费用率有所提升。

2) 啤酒：珠江啤酒 24H1 预计实现归母净利润 4.76-5.31 亿元，同比+30%-45%，折算 24Q2 约为 3.55-4.10 亿元，同比+27%-47%；预计实现扣非归母净利润 4.36-4.87 亿元，同比+30%-45%，折算 24Q2 约为 3.32-3.82 亿元，同比+26%-45%。公司二季度利润表现亮眼，主要系（1）公司持续优化产品结构，其中高档占比进一步提升；（2）成本红利进一步释放，今年大麦采购成本下行；（3）由于非现饮渠道占比高，华南地区多雨对其影响减弱。燕京啤酒 24H1 预计实现归母净利润 7.19-7.97 亿元，同比+40%-55%，折算 24Q2 约为 6.16-6.94 亿元，同比+37%-54%；预计实现扣非归母净利润 7-7.75 亿元，同比增长 60%-77%，折算 24Q2 约为 5.97-6.72 亿元，同比增长 56%-76%。公司二季度业绩表现靓丽，主要系（1）公司大单品 U8 持续放量；（2）原材料成本红利进一步释放；（3）减员增效红利进一步释放。

3) 饮料&休闲食品：东鹏饮料 24H1 预计实现营业收入 78.6-80.8 亿元，同比+44%-48%，折算 24Q2 营收预计为 44-46 亿元，同比+48%-55%；预计实现归母净利润 16-17.3 亿元，同比+44%-56%，折算 24Q2 约为 9.4-10.7 亿元，同比+53.2%-74.5%。公司业绩表现超预期，主要系（1）公司持续推进全国化战略，通过精细化渠道管理，不断加强渠道运营能力；（2）继续加强冰冻化建设，提高全品项产品的曝光率、拉动终端动销。盐津铺子 24H1 预计实现营收 24-25 亿元，同比+27%-32%，折算 24Q2 营收预计为 11.77-12.77 亿元，同比+18%-28%；预计实现归母净利润 3.1-3.3 亿元，同比+26%-34%，折算 24Q2

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	买入-B

一年行业表现



资料来源：聚源

升幅%	1M	3M	12M
相对收益	-3.46	-8.53	-9.87
绝对收益	-4.98	-8.63	-20.8

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：上半年收官，绝处正逢生-食品饮料行业周报 2024.7.1

食品饮料：茅台批价逐步企稳，啤酒赛事或有催化-食品饮料行业周报 2024.6.16

食品饮料：茅台股东大会稳健积极，安徽渠道调研淡季平稳-食品饮料行业周报 2024.6.2

食品饮料：房地产政策优化，看好白酒及餐饮产业链-食品饮料行业周报 2024.5.19

重庆啤酒：产品结构恢复升级，成本下降红利显现-华金证券-食饮-公司快报-重庆啤酒 2024.5.10

青岛啤酒：产品结构升级延续，成本回落红利释放-华金证券-食饮-公司快报-青岛啤酒 2024.5.10

酒鬼酒：2023 年业绩承压，静待改革成效-华金证券-食饮-公司快报-酒鬼酒 2024.5.10



约为 1.5-1.7 亿元，同比+12%-27%。劲仔食品 24H1 预计实现归母净利润 1.33-1.5 亿元，同比+60%-80%，折算 24Q2 约为 0.59-0.76 亿元，同比+34%-73%；实现扣非归母净利润 1.12-1.29 亿元，同比+56%-79%，折算 24Q2 约为 0.54-0.71 亿元，同比+38%-82%。公司上半年净利润增长主要系（1）营业收入增长带来规模效应及供应链效应优化；（2）主要原材料鳀鱼、鹌鹑蛋、黄豆等价格同比均有所下降。

华润酒业渠道伙伴大会：厂商与共，聚势共赢。7月12日第二届华润酒业渠道伙伴大会在安徽举办，以客户需求为核心，注重业务发展的实际需求，推动企业和经销商共同关注市场变化，调整策略，构建厂商命运共同体。华润啤酒董事会主席侯孝海认为华润酒业的厂商命运共同体共有九大理念：目标一致、遵守规则、职能互补、业务写作、赋能变强、资源共享、价值创造、风险共担、风清气正。

◆ 投资建议：

（1）估值面：截至 24/7/12 食品饮料（申万）PE-ttm 为 19.51，处于 2010 年 1 月以来的 6%分位，处于超跌状态，其中白酒（申万）为 19.76x，处于 2010 年 1 月以来的 21%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，五一宴席需求虽然出现量缩价减的情况，符合年初大家的判断；目前白酒依旧为销售淡季，建议持续关注批价走势及库存去化情况，进入八九月份后逐步进入中秋国庆销售旺季，届时建议关注备货及销售情况。2) 中长期来看，行业下行期酒企政策或有反复，我们认为这都是正常现象，凡是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：当下我们建议攻守兼备，关注三类机会：**1) 守拐点型赛道和公司：**啤酒逐步进入旺季，今年体育赛事+成本下降+估值便宜，建议积极关注啤酒板块；中炬高新股权事宜已经落地，公司增长进入快车道；**2) 守之消费降级赛道：**饮料、零食、保健品赛道等建议积极关注，一方面有新品或新渠道加持，业绩有望继续高增，另一方面经济下行期满足消费者口红效应，再一方面符合消费降级等未来趋势。**3) 攻之顺周期赛道：**若经济逐步复苏或行情企稳，白酒、餐饮产业链等公司将迎来大行情，建议左侧配置。

◆ **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；青岛啤酒、重庆啤酒、中炬高新、仙乐健康、海天味业、立高食品、安井食品、千味央厨等。

◆ **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：跑赢大盘，啤酒表现相对较好	4
(二) 上周大事：中报业绩预告分化，啤酒饮料增速表现亮眼	4
(三) 投资建议	6
二、公司公告	6
三、行业要闻	9
四、行业数据	10
五、风险提示	14

图表目录

图 1：飞天茅台（原箱/散瓶）批价走势（元）	11
图 2：茅台 1935 批价走势（元）	11
图 3：普五&国窖 1573 批价走势（元）	11
图 4：汾酒青花系列批发价走势（元）	11
图 5：玻汾批价走势（元）	11
图 6：舍得酒业主要单品批价走势（元）	11
图 7：酒鬼酒内参批价走势（元）	12
图 8：酒鬼酒红坛批价走势（元）	12
图 9：水井坊主要单品批价走势（元）	12
图 10：洋河梦系列批价走势（元）	12
图 11：今世缘国缘四开&对开批价走势（元）	12
图 12：今世缘国缘单开&淡雅批价走势（元）	12
图 13：古井贡酒年份原浆系列批价走势（元）	13
图 14：口子窖系列批价走势（元）	13
图 15：酱酒主流产品批价走势（元）	13
图 16：酱酒主流产品批价走势（元）	13
图 17：活猪、仔猪、猪肉均价走势（单位：元/kg）	13
图 18：国内主产区白羽肉平均批发价走势（单位：元/kg）	13
图 19：生鲜乳均价走势及其同比增速（单位：元/公斤）	14
图 20：恒天然全部产品拍卖交易价格指数（单位：美元/公吨）	14
图 21：大豆现货价及美豆到港成本变动（单位：元/吨）	14
图 22：期货收盘价(活跃合约):CBOT 大豆（单位：美分/蒲式耳）	14
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：跑赢大盘，啤酒表现相对较好

上周食品饮料（申万）行业整体上涨 1.18%，在 31 个子行业中排名第 8 位，跑赢上证综指 0.46pct，跑输创业板指 0.51pct。二级（申万）子板块对比，上周子板块中非白酒表现相对较好，上涨 4.93%，休闲食品、食品加工表现较差，跌幅分别为 0.91%、0.81%，三级子行业啤酒表现相对较好，上涨 6.78%，零食、保健品为三级子行业中表现最差，下跌 2.03%、1.53%。

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	5831.55	0.57	(0.55)	(18.09)	23.22
非白酒	3650.30	4.93	0.88	(12.60)	28.18
食品加工	12225.12	(0.81)	(1.21)	(23.73)	20.52
饮料乳品	6449.30	1.40	(0.27)	(6.94)	14.99
白酒 II	48754.56	1.21	(0.48)	(15.65)	19.76
休闲食品	1315.03	(0.91)	(2.62)	(28.03)	21.58

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海南椰岛（+12.69%）、燕京啤酒（+12.12%）、东鹏饮料（+11.07%）、珠江啤酒（+9.89%）、克明食品（+9.79%）。跌幅较大的个股为华统股份（-11.35%）、*ST 莫高（-9.41%）、中炬高新（-7.89%）、加加食品（-6.91%）、海欣食品（-6.25%）。

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
海南椰岛	其他酒类	12.69	华统股份	肉制品	(11.35)
燕京啤酒	啤酒	12.12	*ST 莫高	其他酒类	(9.41)
东鹏饮料	软饮料	11.07	中炬高新	调味发酵品 III	(7.89)
珠江啤酒	啤酒	9.89	加加食品	调味发酵品 III	(6.91)
克明食品	预加工食品	9.79	海欣食品	预加工食品	(6.25)

资料来源：wind，华金证券研究所

（二）上周大事：中报业绩预告分化，啤酒饮料增速优异

多家披露业绩快报，板块中报业绩预告分化，啤酒饮料增速优异。本周多家公司披露 2024 年半年度业绩预告，其中白酒有金种子酒、酒鬼酒、顺鑫农业，啤酒有珠江啤酒、燕京啤酒，饮料&休闲食品有东鹏饮料、盐津铺子、劲仔食品、香飘飘等。

- 1) **白酒**：酒鬼酒 24H1 预计实现营业收入约 10 亿元，同比-35%，折算 24Q2 营收预计为 5 亿元，同比-12%，降幅大幅收窄，主要是终端建设成果逐步开始向客户回款效果转化，形成 BC 联动的市场正向循环；预计实现归母净利润 1.1-1.3 亿元，同比下滑 69%-74%，折算 24Q2 扣非归母净利润约为 0.37-0.57 亿元，同比下滑 53%-70%，扣非归母净利润数据与归母净利润差异不大。公司次高端及大众价格带产品当期占比较高，导致公司整

体销售毛利率下降，促销、消费者培育、营造市场氛围，及销售费用前置投放，导致销售费用率有所提升。

- 2) **啤酒**：珠江啤酒 24H1 预计实现归母净利润 4.76-5.31 亿元，同比+30%-45%，折算 24Q2 归母净利润 3.55-4.10 亿元，同比+27%-47%；预计实现扣非归母净利润 4.36-4.87 亿元，同比+30%-45%，折算 24Q2 扣非归母净利润 3.32-3.82 亿元，同比+26%-45%。公司二季度利润表现亮眼，主要系（1）公司持续优化产品结构，其中高档占比进一步提升；（2）成本红利进一步释放，今年大麦采购成本下行；（3）由于非现饮渠道占比高，华南地区多雨对其影响减弱。燕京啤酒 24H1 预计实现归母净利润 7.19-7.97 亿元，同比+40%-55%，折算 24Q2 归母净利润约为 6.16-6.94 亿元，同比+37%-54%；预计实现扣非归母净利润 7-7.75 亿元，同比增长 60%-77%，折算 24Q2 扣非归母净利润约为 5.97-6.72 亿元，同比增长 56%-76%。公司二季度业绩表现靓丽，主要系（1）公司大单品 U8 持续放量；（2）成本红利进一步释放，今年公司主要原材料成本下行；（3）减员增效红利进一步释放。
- 3) **饮料&休闲食品**：东鹏饮料 24H1 预计实现营业收入 78.6-80.8 亿元，同比+44%-48%，折算 24Q2 营收预计为 44-46 亿元，同比+48%-55%；预计实现归母净利润 16-17.3 亿元，同比+44%-56%，折算 24Q2 归母净利润约为 9.4-10.7 亿元，同比+53.2%-74.5%。公司业绩增长靓丽，主要系（1）公司持续推进全国化战略，通过精细化渠道管理，不断加强渠道运营能力；（2）继续加强冰冻化建设，提高全品项产品的曝光率、拉动终端动销。盐津铺子 24H1 预计实现营收 24-25 亿元，同比+27%-32%，折算 24Q2 营收预计为 11.77-12.77 亿元，同比+18%-28%；预计实现归母净利润 3.1-3.3 亿元，同比+26%-34%，折算 24Q2 归母净利润约为 1.5-1.7 亿元，同比+12%-27%。劲仔食品 24H1 预计实现归母净利润 1.33-1.5 亿元，同比+60%-80%，折算 24Q2 归母净利润约为 0.59-0.76 亿元，同比+34%-73%；实现扣非净利润 1.12-1.29 亿元，同比+56%-79%，折算 24Q2 扣非净利润约为 0.54-0.71 亿元，同比+38%-82%。公司上半年净利润增长主要系（1）营业收入增长带来规模效应及供应链效应优化；（2）主要原材料鳀鱼、鹌鹑蛋、黄豆等价格同比均有所下降。

华润酒业渠道伙伴大会：厂商与共，聚势共赢。7月12日第二届华润酒业渠道伙伴大会在安徽举办，以客户需求为核心，注重业务发展的实际需求，推动企业和经销商共同关注市场变化，调整策略，构建厂商命运共同体。华润啤酒董事会主席侯孝海认为华润酒业的厂商命运共同体共有九大理念：目标一致、遵守规则、职能互补、业务写作、赋能变强、资源共享、价值创造、风险共担、风清气正。会上，金沙酒业、景芝白酒、金种子酒相继发布 2024 年营销战略：

- 1) **金沙酒业**：在中秋战役上，金沙酒业设定新目标：8-10 月完成年度预算任务的 30%，集中开展高质量的“核心终端建设”与“消费者培育活动”。此外，发展路径上：（1）重点区域突破，4+4 重点省份，60 个核心地区，80 个重点城市和 N 个样板市场建设；（2）重点产品突破，摘要大单品保持 30% 以上增速，金沙经典做样板市场；（3）重点场景突破：政企对华润系的业务拓展，现代零售总对总业务，打造电商专属产品，小酱在雪花优势区域发展。金沙酒业将山东省建成摘要的根据地市场；将河南、贵州打造成金沙回沙省级样板市场；布局建设亿元重点城市。

- 2) **景芝白酒**：2024 年景芝白酒将实行“2+5+3”关键举措，实现业务新目标。即：打好中秋和春节两场战役，做实核心店、宴席、会员、覆盖、动销五件事，巩固产品组合规划、深化厂商命运共同体、严控价格及市场秩序三个面。
- 3) **金种子酒**：2024 年金种子酒将按照“6+3+2”市场策略。其中，“6”是产品 2+2+2 的组成，即馥合香系列，突出馥合香 9+馥合香 7，培育馥合香 20；光瓶系列，突出头号种子+特贡，完善光瓶酒组合；底盘盒装，聚焦柔和+金 6，培养柔和大师。“3”是打好 1 万家深度合作 TOP 烟酒店的攻坚战，光瓶合作 6 万家大众餐饮店的阵地战，柔和系列争做安徽主流酒第一产品的爆破战。与之匹配的两个抓手，分别是渠道规模（环皖布局）+渠道质量（所有渠道经营规模升级）；以及组织能力（品质、客户、奋斗者）+核心骨干（大区总+总监+储备骨干）。

（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，五一宴席需求虽然出现量缩价减的情况，符合年初大家的判断；目前白酒依旧为销售淡季，建议持续关注批价走势及库存去化情况，进入八九月份后逐步进入中秋国庆销售旺季，届时建议关注备货及销售情况。2) 中长期来看，行业下行期酒企政策或有反复，我们认为这都是正常现象，凡是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：当下我们建议攻守兼备，关注三类机会：1) 守拐点型赛道和公司：啤酒逐步进入旺季，今年体育赛事+成本下降+估值便宜，建议积极关注啤酒板块；中炬高新股权事宜已经落地，公司增长进入快车道；2) 守之消费降级赛道：饮料、零食、保健品赛道等建议积极关注，一方面有新品或新渠道加持，业绩有望继续高增，另一方面经济下行期满足消费者口红效应，再一方面符合消费降级等未来趋势。3) 攻之顺周期赛道：若经济逐步复苏或行情企稳，白酒、餐饮产业链等公司将迎来大行情，建议左侧配置。

3. 估值：截至 24/7/12 食品饮料（申万）PE-ttm 为 19.51，处于 2010 年 1 月以来的 6%分位，处于超跌状态，其中白酒（申万）为 19.76x，处于 2010 年 1 月以来的 21%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；青岛啤酒、重庆啤酒、中炬高新、仙乐健康、海天味业、立高食品、安井食品、千味央厨等。

二、公司公告

1. 金徽酒：股东豫园股份累计质押 1.01 亿股，占所持股份 100%。截止 7 月 11 日，公司持股 5% 以上股东上海豫园旅游商城(集团)股份有限公司持有公司股份 1.01 亿股，占公司总股本的 20.00%。本次解除质押及继续质押后，豫园股份累计质押公司股份 1.01 亿股，占其持有公司股份总数的 100.00%，占公司总股本的 20.00%。

2. 水井坊：胡庭洲任水井坊新总经理，曾是豫园股份总裁。自 7 月 15 日起公司聘任胡庭洲为

公司总经理，此前接任的财务总监蒋磊峰于15日起不再代行总经理职责。胡庭洲曾担任宝洁、柯达、百事的销售经营相关管理职务及好时中国总经理、平安集团寿险首席产品官、豫园股份总裁。同时，水井坊董事会还决定将法定代表人由蒋磊峰变更为胡庭洲。

3. 酒鬼酒：预计2024年半年度净利润同比下降73.93%-69.19%。公司披露2024年上半年业绩预告称，归属于上市公司股东的净利润为11000万元-13000万元，比去年同期下降73.93%-69.19%；扣除非经常性损益后的净利润为11000万元-13000万元，比上年同期下降：73.59%-68.79%；基本每股收益盈利：0.3385元/股-0.4001元/股。

4. 金种子酒：侯孝海拟卸任董事等相关职务。金种子酒董事侯孝海拟不再担任公司第七届董事会董事，以及董事会战略委员会、薪酬与考核委员会委员相关职务。经公司股东推荐和公司董事会提名委员会审查，同意提名赵伟为公司第七届董事会非独立董事候选人。赵伟于2003年加入天津华润啤酒有限公司担任财务总监助理，先后担任华润雪花资金管理部总经理、管理会计与统计部总经理及财务部总监等职务。2023年6月起担任华润啤酒（控股）有限公司首席财务官，2023年8月获委任为华润啤酒（控股）有限公司执行董事。

5. 燕京啤酒：预计2024年半年度净利润同比增长40%至55%。公司预计2024年半年度归属于上市公司股东的净利润为71,945万元至79,653万元，比去年同期增长40%至55%；扣除非经常性损益后的净利润为70,000万元-77,500万元，比去年同期增长60%-77%；基本每股收益：0.2553元/股-0.2826元/股。

6. 青岛啤酒：2023年度每股派2元，股权登记日为7月15日。公司将实施2023年年度权益分派，每股派发现金红利2元(含税)，股权登记日为7月15日。

7. 安琪酵母：公司及控股子公司累计收到政府补助9554.65万元。公司及控股子公司在2024年4月1日至6月30日期间，累计收到的各类政府补助金额9554.65万元。

8. 中炬高新：两高管增持5.12万股公司股份。公司总经理余向阳及公司董事、常务副总经理兼财务负责人林颖于2024年7月12日以集中竞价方式增持公司股份合计5.12万股，合计增持金额99.78万元。

9. 龙大美食：预计2024年上半年盈利5500万元-6500万元，同比扭亏。公司披露业绩预告，预计2024年上半年归母净利润5500万元至6500万元，比去年同期亏损6.24亿元；扣非净利润预计5300万元至6300万元，比去年同期亏损4.64亿元；基本每股收益0.051元/股-0.0602元/股。

10. 海融科技：已累计回购1.03%股份。截至2024年7月9日，公司通过股票回购专用证券账户以集中竞价方式累计回购股份数量为925,100股，占公司目前总股本的1.03%，回购的最高成交价为32.88元/股，最低成交价为24.52元/股，成交总金额为2784.33万元（不含交易费用）。

11. 千味央厨：已累计回购2.03%股份。截至2024年7月9日，公司通过回购专用证券账户以集中竞价交易方式已累计回购股份2,012,000股，占公司总股本的2.03%，回购的最高成交价为39.73元/股，最低成交价为26.95元/股，成交总金额为6743.09万元（不含交易费用）。

12. 巴比食品：首次回购44.39万股。2024年7月9日，公司通过上海证券交易所交易系统以集中竞价交易方式首次回购公司股份44.39万股，占公司总股本的比例为0.18%，回购成交的最高价格为13.68元/股，最低价格为13.24元/股，已支付的资金总额为人民币约600.57万元。

13. 绝味食品：已累计回购1.0277%股份。截至2024年7月12日，公司以集中竞价交易方式累计回购股份6,370,812股，占公司总股本的比例为1.0277%，回购最高成交价格为22.51元/股，回购最低成交价格为14.16元/股，已支付资金总额为1.06亿元（不含交易费用）。

14. 良品铺子：预计2024年半年度净利润同比减少84.15%至88.91%。公司预计2024年半年度实现归属于上市公司股东的净利润2,100万元到3,000万元，与上年同期相比，将减少15,931万元到16,831万元，同比减少84.15%到88.91%。公司预计2024年半年度实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润700万元到1,600万元，与上年同期相比，将减少10,772万元到11,672万元，同比减少87.07%到94.34%。

15. 盐津铺子：预计上半年净利润同比增长26.18%-34.32%，董事长提议中期分红。公司预计2024年半年度实现归属于上市公司股东的净利润31,000万元-33,000万元，比上年同期增长：26.18%-34.32%；扣除非经常性损益后的净利润26,000万元-28,000万元，比上年同期增长：12.46%-21.11%；基本每股收益1.16元/股-1.24元/股；营业收入240,000万元-250,000万元，比上年同期增长：26.72%-32.00%。公司收到公司实际控制人、董事长、持股5%以上股东张学武《关于提议2024年中期分红的函》显示，张学武建议公司开展2024年中期分红安排，将以公司未来实施分配方案时股权登记日的总股本，扣除回购专户持有股份数为基数，向全体股东每10股派发现金红利6元（含税），不送红股，不以资本公积金转增股本。

16. 盐津铺子：拟以5000万元至7000万元回购公司股份。公司拟以自有资金，以集中竞价方式回购部分公司已发行的人民币普通股（A股）股票，本次回购的股份将全部予以注销以减少注册资本。拟回购金额：不低于人民币5,000万元，不超过人民币7,000万元。

17. 劲仔食品：预计上半年净利润同比增长60.00%—80.00%。公司预计2024年半年度实现归属于上市公司股东的净利润13,300.66万元—14,963.24万元，比上年同期增长60.00%—80.00%；扣除非经常性损益后的净利润11,217.05万元—12,879.63万元，比上年同期增长56.04%—79.17%；基本每股收益0.29元/股—0.33元/股。

18. 洽洽食品：副董事长兼副总经理陈奇拟以3000万至5000万元增持公司股份。公司副董事长兼副总经理陈奇于2024年7月12日增持公司股份111,100股，占公司总股本的0.02%，成交金额为3,028,805.00元。陈奇拟自首次增持日2024年7月12日起6个月内通过深圳证券交易所集中竞价方式增持公司股份，增持金额不低于3,000万元，不超过5,000万元（含首次增持股份成交金额3,028,805.00元）。

19. 香飘飘：预计上半年净利润亏损2900万左右。公司预计2024年半年度实现归属于上市公司股东的净利润为-2,900万元左右。与上年同期相比，将减少亏损1,504.26万元左右；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润为-4,300万元左右，与上年同期相比，将减少亏损3,725.11万元左右；预计2024年半年度实现营业收入为11.79亿元左右，与上年同期相比，增加800万元左右，同比增长0.72%左右。

20. 东鹏饮料：上半年净利润同比预增44.39%-56.12%。公司预计2024年半年度实现归属于母公司所有者的净利润在160,000万元到173,000万元之间，与上年同期相比，将增加49,188万元到62,188万元，增幅为44.39%到56.12%；归属于母公司所有者的扣除非经常性损益后的净利润为155,000万元到168,000万元，与上年同期相比，将增加55,954万元到68,954万元，增幅为56.49%

到69.62%；预计实现营业收入786,000万元到808,000万元，与上年同期546,018万元相比，同比增长239,982万元到261,982万元，增幅为43.95%到47.98%。

三、行业要闻

1. 海天味业：海天官宣“水果蘸酱油”新品。近日，海天味业重磅官宣，推出一款主打“给水果吃的酱油”新品。据了解，该款新品0添加防腐剂，定位于点蘸水果食用。可以达到三重效果，其一是缓解甜腻，适用于荔枝等甜口水果；其二是中和水果自身的酸涩，使其达到鲜甜加倍的效果；其三是抑制涩感，适用于菠萝等水果。新品包装设计创新喷雾装，均匀入味随心开嗞。（资料来源：食品板）

2. 农夫山泉：农夫山泉控股股东拟20亿港元增持。近日，农夫山泉发布公告称，控股股东养生堂计划于约六个月内，在公开市场以其自有资金收购增持公司H股股份，预计总金额不超过20亿港元。于公告日期，养生堂直接持有公司合共75.15亿股股份(含13.03亿股H股和62.12亿股内资股)，占公司已发行股份约66.82%；钟睺睺直接及通过养生堂间接持有公司合共94.44亿股股份，占公司已发行股份约83.98%。该公司董事会认为，养生堂的增持计划反映了控股股东对公司做出的长期承诺以及对公司前景的坚定信心。（资料来源：食品板）

3. 饮料：1-5月全行业饮料总产量同比增长8.99%。日前，中国饮料工业协会2024年常务理事会议召开，会上通报了2024年1-5月行业运行情况，1-5月全行业饮料总产量7833.45万吨，同比增长8.99%；尤其是以茶饮料、蛋白饮料、特殊用途饮料为代表的“非三大类”饮料增长显著，合计产量增长同比超过25%，更具营养性和功能性的产品越来越受到消费者的青睐；行业规上企业数持续增加，保持了较好的利润水平。（资料来源：食品板）

4. 立高食品：立高食品拟新增两个生产基地。近日，立高食品发布公告称，该公司决定对“华东生产基地建设及技改项目”中冷冻烘焙食品的建设实施地点增加华北生产基地及广州增城总部生产基地。其中，在华北生产基地的建设内容由项目原实施主体河南立高食品有限公司、河南奥昆食品有限公司实施，在广州增城总部生产基地的建设内容增加“立高食品股份有限公司”为项目实施主体，同时将“华东项目”达到预定可使用状态日期延期至2026年12月。（资料来源：食品板）

5. 五粮液：五粮液联合多家企业出资6亿成立私募股权基金。7月8日，宜宾五润股权投资合伙企业于近日正式成立。该企业由宜宾五粮液基金管理有限公司担任执行事务合伙人，出资额约为6亿人民币。根据天眼查App的信息，宜宾五润股权投资合伙企业的经营范围包括私募基金从事的股权投资、投资管理、资产管理等活动。合伙人信息显示，宜宾五润股权投资合伙企业由13位合伙人共同出资，包括浙商糖酒集团有限公司、武汉友谊副食品商业有限责任公司、百川名品供应链股份有限公司、深圳市浩明酒业有限公司、天津恒亿惠通科技发展有限公司以及宜宾五粮液基金管理有限公司等。（资料来源：微酒）

6. 东鹏饮料：东鹏饮料成立涉酒业务公司。近日，昆明东鹏维他命饮料有限公司成立，法定代表人为刘美丽，注册资本1亿元，经营范围包括食品生产、茶叶制品生产、酒制品生产、保健食品生产等。股东信息显示，该公司由东鹏饮料（集团）股份有限公司全资持股。（资料来源：微酒）

7. 川酒集团：川酒集团发行 20 亿中期票据。7 月 10 日，川酒集团在中国银行间市场交易商协会发行 2024 年第一期中期票据，总额 20 亿元，第一期中票发行金额 5 亿元，期限 3+2 年。品种一票面利率 2.5%，创全国同期限同评级产业类主体全品种发行最低利率；品种二票面利率 2.7%，创西南地区同期限同评级产业类主体中期票据发行最低利率。川酒集团方面表示，此次中票的成功发行，可为集团战略布局注入强劲动力，助力集团加速打造“中国原酒梦工厂”和“中国白酒定制专家”，提升“川酒集团”“川酒原酒”品牌影响力，助推优质原酒核心产区及世界级优质白酒产业集群建设。（资料来源：微酒）

8. 酒类：7 月上旬全国白酒环比价格总指数上涨。7 月 10 日，泸州白酒价格指数办公室发布 7 月上旬全国白酒价格指数走势分析。据全国白酒价格调查资料显示，7 月上旬全国白酒环比价格总指数为 100.06，上涨 0.06%。从分类指数看，名酒环比价格指数为 100.01，上涨 0.01%；地方酒环比价格指数为 100.15，上涨 0.15%；基酒环比价格指数为 100.06，上涨 0.06%。从定基指数看，7 月上旬全国白酒商品批发价格定基总指数为 110.69，上涨 10.69%。其中，名酒定基价格指数为 113.95，上涨 13.95%；地方酒定基价格指数为 105.57，上涨 5.57%；基酒定基价格指数为 109.81，上涨 9.81%。（资料来源：微酒）

9. 酒类：1-5 月中国酒业利润 924 亿。7 月 12 日，微酒在华润酒业渠道伙伴大会上了解到，2024 年 1-5 月中国酒类行业 1716 家规上企业合计实现产量 2210.7 万千升，同比增长 3.2%；实现销售收入 3959.8 亿元，同比增长 7.5%；实现利润总额 924 亿元，同比增长 8.6%。（资料来源：微酒）

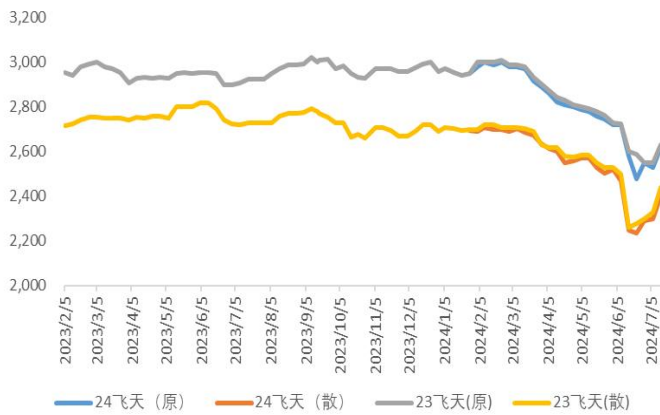
10. 酒类：1-5 月白酒销售收入 2844.5 亿元。7 月 12 日，中国酒业协会发布数据显示，1-5 月白酒产量 190.2 万千升，同比增长 6.5%，销售收入为 2844.5 亿元，同比增长 11.8%，利润总额为 806.1 亿元，同比增长 9.5%；1-5 月白酒企业数量 982 家。（资料来源：酒说）

11. 酒类：前 5 月啤酒销售收入 780.7 亿元。7 月 12 日，中国酒业协会秘书长何勇在 2024 年华润酒业渠道伙伴大会期间介绍，今年 1-5 月，全国啤酒行业销售收入 780.7 亿元，同比下降 0.5%；利润总额 112 亿元，同比增长 2.9%。此前中国酒业协会发布数据，2023 年啤酒行业实现销售收入为 1863 亿元，同比增长 8.6%；实现利润总额 260 亿元，同比增长 15.1%。今年前五个月啤酒行业销售及利润规模，已分别达到去年的 41.91%、43.08%。（资料来源：酒说）

四、行业数据

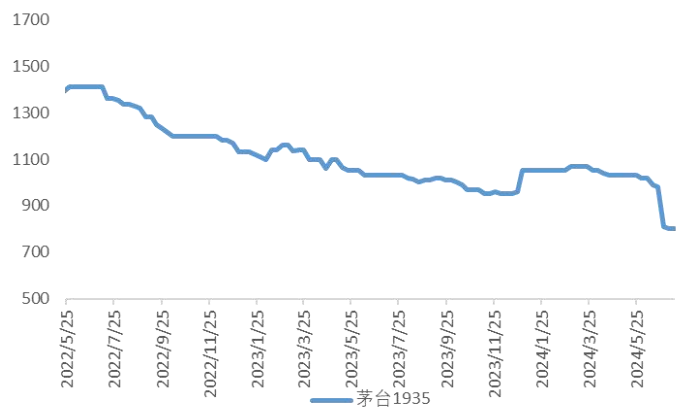
白酒：根据今日酒价及酒价参考，2024 年 7 月 12 日飞天茅台整箱/散瓶/茅台 1935 批价为 2620/2400/800 元，环比上周+90 元/+100 元/持平；五粮液普五（八代）批价为 960 元，环比上周持平；国窖 1573 批价为 875 元，环比上周持平；汾酒青花 30/青花 20/玻汾批价为 860/375/40.5 元，环比上周持平；智慧舍得/品味舍得批价为 500/360 元，环比上周持平；酒鬼酒内参批价为 830 元，环比上周-20 元；水井坊井台/臻酿八号批价为 455/350 元，环比上周持平/-10 元；洋河 M6+/M3 批价为 570/400 元，环比-5 元/持平；今世缘国缘四开/对开/单开/淡雅批价为 370/205/140/100 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）



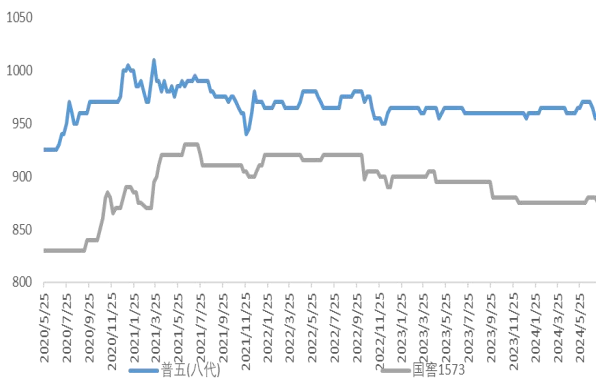
资料来源：今日酒价，华金证券研究所

图 2：茅台 1935 批价走势（元）



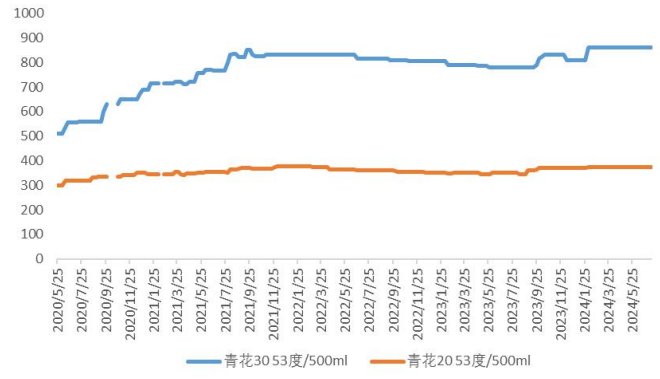
资料来源：今日酒价，华金证券研究所

图 3：普五&国窖 1573 批价走势（元）



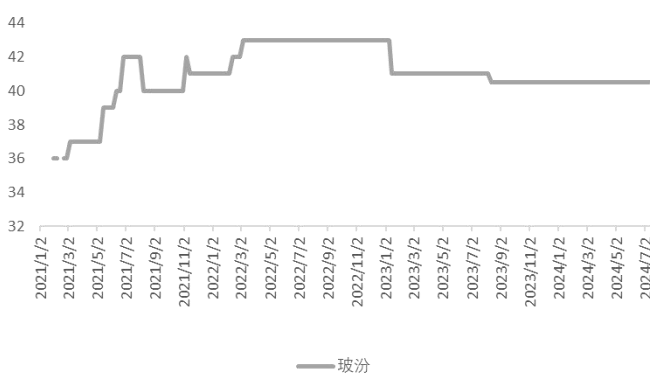
资料来源：今日酒价，华金证券研究所

图 4：汾酒青花系列批发价走势（元）



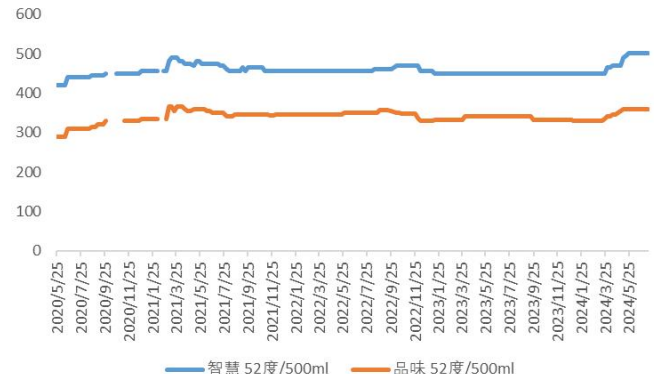
资料来源：今日酒价，华金证券研究所

图 5：玻汾批价走势（元）



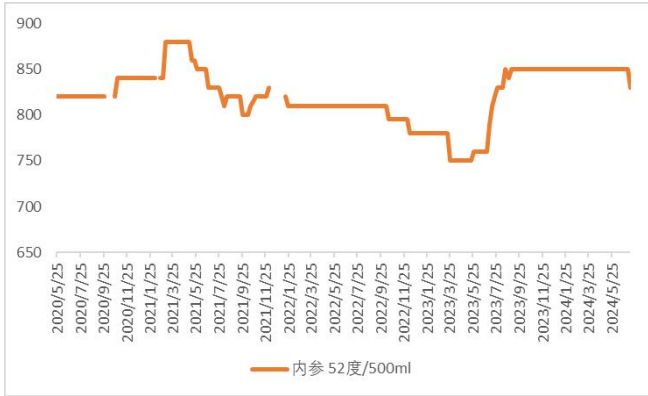
资料来源：今日酒价，华金证券研究所

图 6：舍得酒业主要单品批价走势（元）



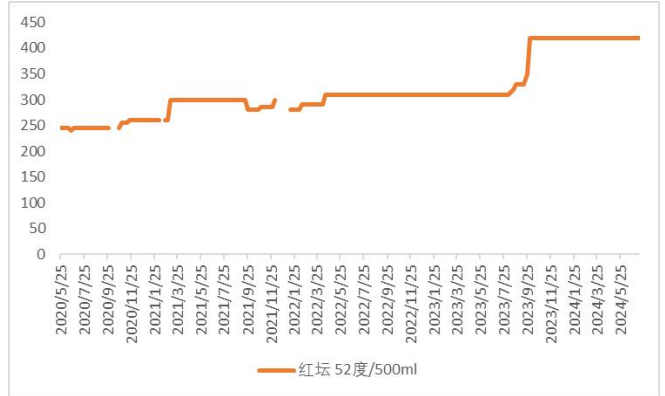
资料来源：今日酒价，华金证券研究所

图 7：酒鬼酒内参批价走势（元）



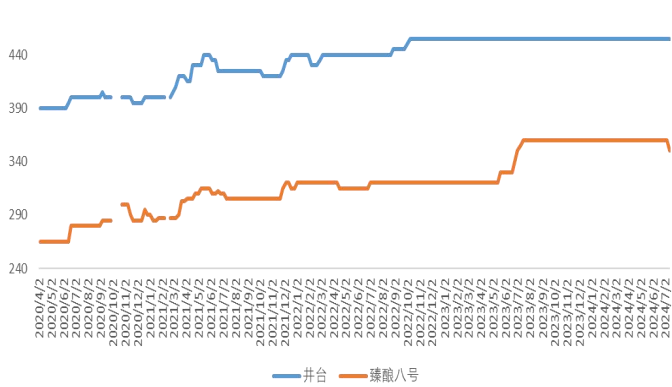
资料来源：今日酒价，华金证券研究所

图 8：酒鬼酒红坛批价走势（元）



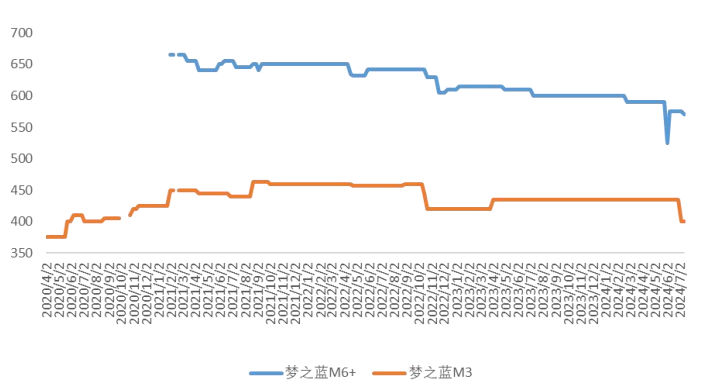
资料来源：今日酒价，华金证券研究所

图 9：水井坊主要单品批价走势（元）



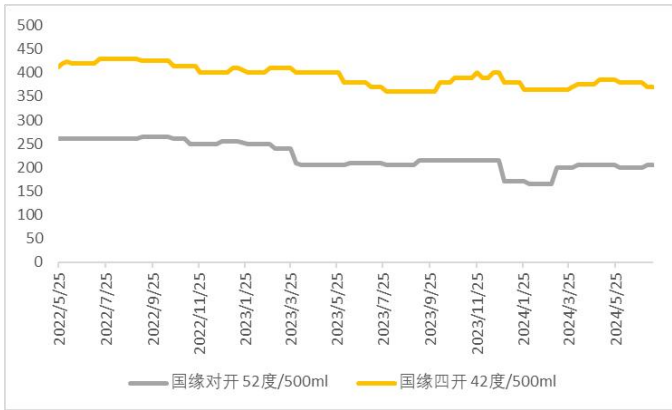
资料来源：今日酒价，华金证券研究所

图 10：洋河梦系列批价走势（元）



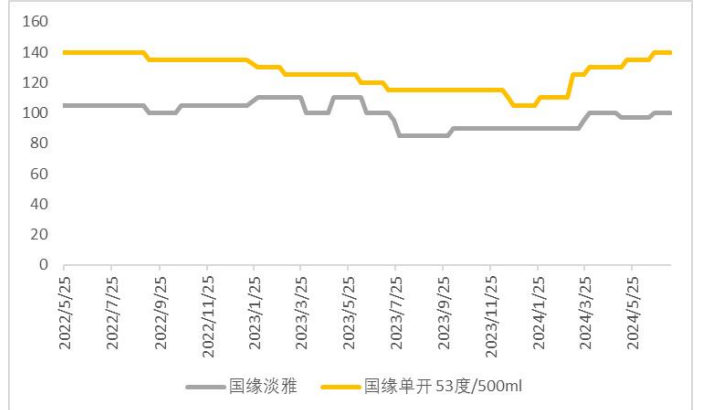
资料来源：今日酒价，华金证券研究所

图 11：今世缘国缘四开&对开批价走势（元）



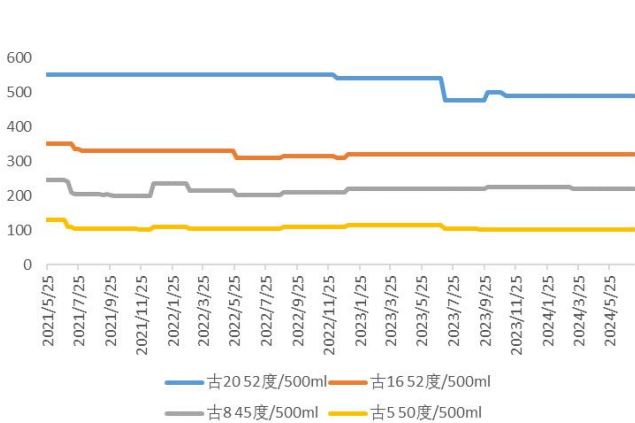
资料来源：酒价参考，华金证券研究所

图 12：今世缘国缘单开&淡雅批价走势（元）



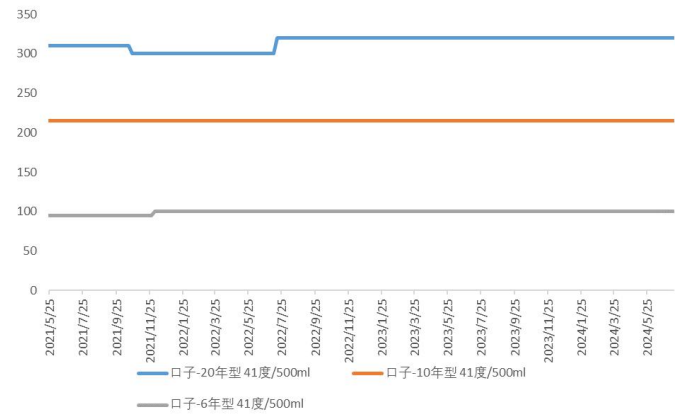
资料来源：今日酒价，华金证券研究所

图 13: 古井贡酒年份原浆系列批价走势 (元)



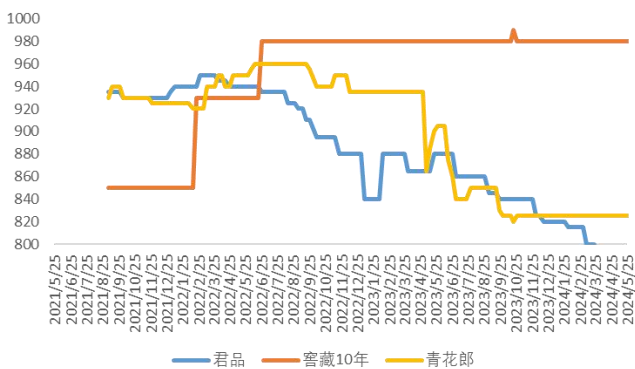
资料来源: 今日酒价, 华金证券研究所

图 14: 口子窖系列批价走势 (元)



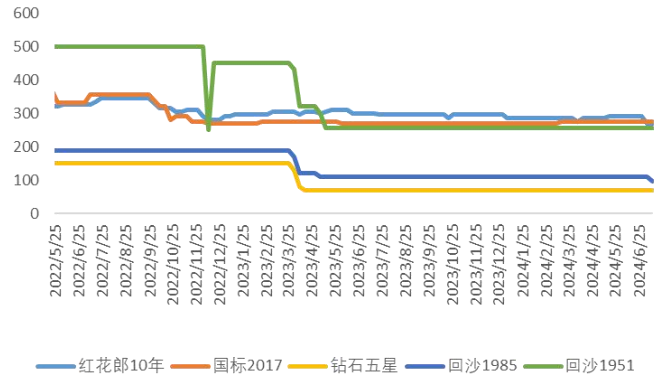
资料来源: 今日酒价, 华金证券研究所

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

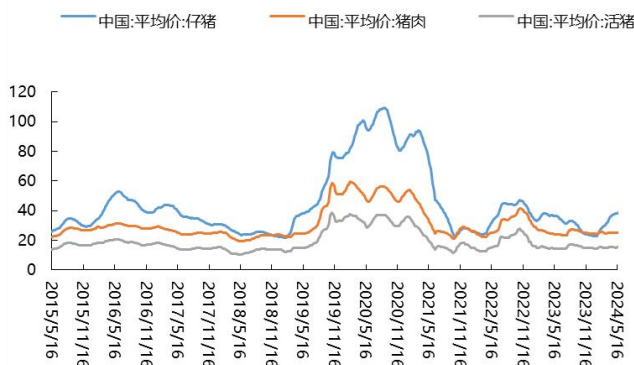
图 16: 酱酒主流产品批价走势 (元)



资料来源: 今日酒价, 华金证券研究所

肉制品: 2024年7月4日仔猪、猪肉、活猪的最新价格分别为44.05元/公斤、28.56元/公斤和18.03元/公斤, 同比+34.09%、+22.21%、+26.70%, 其中, 仔猪、猪肉、活猪价格环比-0.20元/公斤、-0.01元/公斤、+0.04元/公斤。2024年7月12日白条鸡价格为17.39元/公斤, 环比+1.16%。

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)

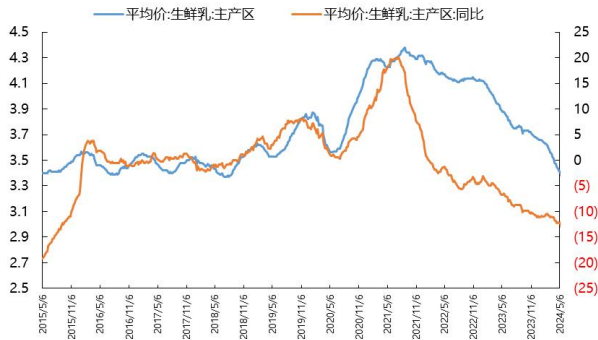


资料来源: wind, 华金证券研究所

乳制品: 国内情况结合2024年7月4日数据来看, 主产区生鲜乳价格3.25元/公斤, 环比上周

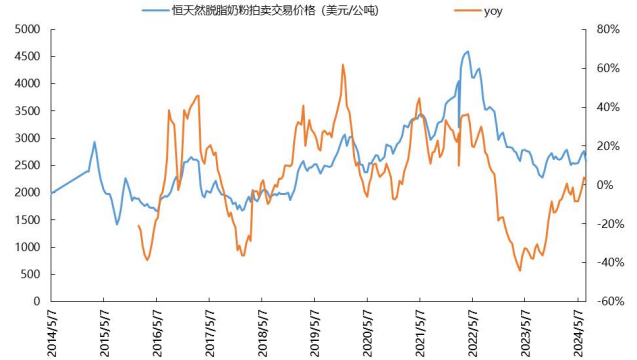
下跌0.02元/公斤。近两年来国内生鲜乳价格呈现持续下行趋势。国际情况，2024年7月2日天然全脂奶粉拍卖价格为3218公吨，环比下跌5.19%，同比上涨2.19%；恒天然全部产品拍卖交易价格指数为1077，环比下跌6.91%。

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

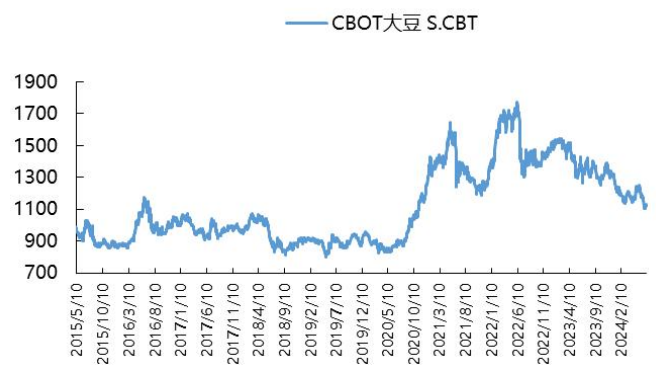
调味品：2024年7月12日大豆现货价、美豆到岸价分别为4484.74元/吨、5053.37元/吨，同比-5.50%、-15.30%。2024年7月12日CBOT大豆期货结算价（活跃合约）为1064.50美分/蒲式耳。

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