



上海证券
SHANGHAI SECURITIES

大众品业绩不乏亮点，啤酒软饮零食表现优异

——食品饮料行业周报 20240708-20240714

增持（维持）

行业：食品饮料
日期：2024年07月14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) 1-5 月白酒销售收入 2844.5 亿元，同比增长 11.8%：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。

2) 茅台集团上半年完成各项目标任务：7 月 10 日，茅台集团召开党委（扩大）会议。会议指出，上半年，集团坚持稳中求进工作总基调，圆满完成了各项目标任务。下半年，茅台将聚焦主责主业，保持战略定力，坚定发展信心，全力确保完成各项年度目标任务，以实际行动为奋力谱写多彩贵州现代化建设新篇章，贡献更多茅台力量。

3) 2024 年华润酒业渠道伙伴大会在合肥召开：7 月 12 日，以“厂商与共、聚势共赢”为主题的 2024 年华润酒业渠道伙伴大会在安徽合肥召开，华润旗下酒业板块核心 4 大品牌亮相，华润啤酒、金沙酒业、金种子和景芝酒业。过去的一年，华润酒业明确：啤+白双赋能战略、产区战略和品类战略，提出“探索、发展、变强”的前三年发展规划，全面赋能金种子酒业、景芝白酒、金沙酒业的品牌焕新、产品升级及渠道变革等。

4) 豫园股份原总裁胡庭洲出任水井坊总经理：7 月 12 日，水井坊发布公告表示：经公司董事会提名委员会审查并提名，同意自 7 月 15 日起聘任胡庭洲为公司总经理，蒋磊峰自 7 月 15 日起不再代行总经理职责。

5) 水井坊臻酿八号系列产品零售价上调 10-20 元：近日，水井坊发布《关于调整部分水井坊产品建议整箱零售价的通知》称：从 2024 年 6 月 20 日起，拟对臻酿八号建议零售价上调，其中 52 度上调 20 元，42 度、38 度上调 10 元。上调后，52 度臻酿八号建议零售价为 578 元，42 度为 538 元，38 度为 528 元。

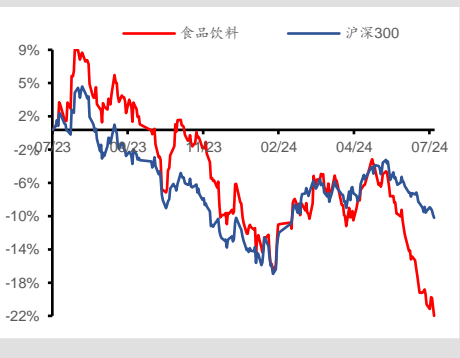
6) 习酒取消反向红包：市场消息显示，习酒公司近期调整了第三季度营销费用投放，从 6 月 30 日开始，新一轮“习酒·欢乐扫码季”活动已经取消了渠道的反向红包。酒业家获悉，此次习酒将双向红包系统改成单向红包，具体包括取消门店、分销商、经销商通过消费者扫码红包获得的推广奖励，“习酒·欢乐扫码季”活动后续相应政策将全国统一，并强化对异地扫码率的要求。

7) 遵义汇川区 2025 目标产能 12.5 万千升：据聚焦汇川消息，汇川区工科局相关负责人介绍，预计到 2025 年白酒产能达 12.5 万千升，产量达 10 万千升，产值达 400 亿元以上；到 2030 年，白酒产能达 20 万千升以上，白酒及配套产业产值突破 1000 亿元。

8) 青花郎两地同开半年销售工作会议：7 月 9 日-7 月 11 日，青花郎半年销售工作会议率先在海口、合肥两地启幕，正式拉开全国半年销售工作会议序幕。郎酒股份常务副总经理、销售公司总经理兼青花郎事业部总经理梅刚强调，要筑牢厂商命运共同体，坚定发展信心，打胜仗；郎酒销售团队要始终坚持长期主义，坚守极致三品战略，坚定厂商一体化发展不动摇；在发展中解决问题，强组织，健体系，以组织驱动赋能商家。

9) 金徽酒作为战略合作伙伴亮相 2024 环青海湖国际公路自行车赛开幕式：7 月 6 日，金徽酒作为 2024 第二十三届环青海湖国际公路自行

最近一年行业指数与沪深 300 比较



相关报告：

《酒企股东会强化信心，大众品完善产能布局 ——食品饮料行业周报 20240624-20240630》

——2024 年 06 月 30 日

《茅台稳定军心，宠物食品 618 表现亮眼 ——食品饮料行业周报 20240617-20240623》

——2024 年 06 月 23 日

《夏季来临关注啤酒软饮表现 ——食品饮料行业周报 20240611-20240616》

——2024 年 06 月 16 日

车赛的赛事战略合作伙伴亮相开幕式，这也是金徽酒第二次携手环青海湖国际公路自行车赛。借助环湖赛进一步提升金徽酒知名度、影响力和竞争力，实现口碑效应和品牌效应的双赢，同时可借助环湖赛实现金徽酒在青海市场的发展，并提高金徽酒在市民中的知名度，助力金徽酒进一步开拓西北地区白酒市场。

10) 金种子酒发布2024年半年度业绩预盈公告：金种子酒预计2024年半年度实现归母净利润为1,000-1,500万元，与上年同期数据-3,781.47万元相比，将实现扭亏为盈；预计2024年半年度实现扣非归母净利润为300万元到450万元。

休闲零食：盐津劲仔相继发布2024年半年度业绩预告，“大单品+全渠道”战略保障高质量增长。7月10日晚间，盐津发布2024年半年度业绩预告，2024H1公司预计实现营收24-25亿元，同比+26.72-32%；归母净利润3.1-3.3亿元，同比+26.18-34.32%；扣非归母净利润2.6-2.8亿元，同比+12.46-21.11%。公司持续聚焦七大核心品类、产品全规格发展、全渠道覆盖，其中“蛋皇”鹌鹑蛋、“大魔王”麻酱味两大品质大单品赢得消费者和渠道商的广泛认同，助推鹌鹑蛋、休闲魔芋等品类高速发展。同日，劲仔发布2024年半年度业绩预告，2024H1公司预计实现归母净利润1.33-1.50亿元，同比+60-80%；扣非归母净利润1.12-1.29亿元，同比+56.04-79.17%。公司持续深耕休闲鱼制品、禽类制品、豆制品三大优质蛋白健康品类，以深海鳀鱼、“周鲜鲜”短保豆干、溏心鹌鹑蛋等创新升级产品为代表，持续加深健康零食品类认知，坚持全渠道发展战略，加强零食专营渠道合作，并积极推动海外市场开发。我们认为，两家零食企业上半年整体实现高质量增长，产品端均以大单品/创新升级产品为突破口推出品质产品贡献增量，渠道端纵深突破，全年业绩可期。

啤酒：燕京发布2024年半年度业绩预告，业绩增速亮眼。7月11日晚间，燕京发布2024年半年度业绩预告，2024H1公司预计实现归母净利润7.19-7.97亿元，同比+40-55%；扣非归母净利润7-7.75亿元，同比+60-77%。公司强化战略引领，充分发挥总部职能，通过持续深化包括生产、市场和供应链等在内的九大变革，大力提升管理质效，持续推动经营成果的增强、运营效能的优化以及发展模式的转型升级，大单品实现稳健增长。我们认为，公司持续推进九大变革成效显著，运营效率提升、大单品持续放量，夏季进入啤酒旺季，预计Q3仍将稳健前行。

软饮：东鹏Q2延续高增势头，加强冰冻化建设拉动终端动销。7月10日，东鹏饮料发布2024年上半年业绩预告：预计实现营收78.60-80.80亿元，同比增长43.95%-47.98%；预计实现归母净利润16.00-17.30亿元，同比增长44.39%-56.12%。其中，单Q2预计实现营收43.78-45.98亿元，同比增长47.46%-54.87%；预计实现归母净利润9.36-10.66亿元，同比增长53.19%-60.54%，增速均超过一季度。上半年，公司以坚定的“做对的事情、坚持做”的理念为指导，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，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；同时，公司在夯实东鹏特饮基本盘，持续保持增长的基础上，积极探索多品类发展，培育新的增长点，为公司的持续增长注入了新的活力，从而进一步带动收入的增长。我们认为，随着气温逐渐升高，软饮步入销售旺季，公司有望延续亮眼表现。

速冻：夜经济火热，安井试水地摊经济。近日，据冻品头条了解到，安井全国免费投放地摊车，此次活动免费送出的地摊车被命名为“小安烤串”，送出的大礼包里不仅包含地摊车，同时包含适合地摊制作的烤肠机、炸锅、铁板煎锅、关东煮和 1.2 米冷鲜柜，价值高达 12390 元。由于地摊经济发展势头迅猛，且地摊小吃大多不成规模、产品供应松散，安井因此押注该场景。公司除了看中其“眼下存量，长期向好”的特点外，免费发放地摊车使品牌与终端之间有了直接交流的纽带。我们认为，安井作为冻品龙头，持续拓展消费场景，既能带动直接销量，也能提升品牌影响力，看好地摊经济给企业带来的活力。

调味品：中炬高新上半年扭亏为盈，精细化管理实现降本增效。7 月 10 日，中炬高新发布 2024 年半年度业绩预盈公告，预计 2024 年半年度实现归母净利润约 3.15-3.78 亿元；与上年同期相比，增加 17.58-18.21 亿元，实现扭亏为盈；预计扣非净利润约 3.06-3.68 亿元，比去年同期增加 1000-7200 万元，主因原材料采购单价下降，公司积极推进精细化管理，实现降本增效。受宏观经济复苏放缓、行业竞争格局加剧等影响，预计上半年实现营业收入约 26.20 亿元，较去年同期略有减少。非经营性损益方面，由于公司与中山火炬工业联合有限公司就三起建设用地使用权转让合同纠纷案的诉讼处理达成意向和解，法院已就三起案件均出具准许撤诉的终审裁定，三起诉讼案件已完结，本报告期内，公司业绩未受到诉讼事项影响。2024 年是公司三年战略期的开局年、蓄势年，新管理层围绕“再造一个新厨邦，实现发展高质量”战略目标，持续聚焦调味品主业发展，坚持以“稳中求进、以进促稳、先立后破”原则落实各项业务举措，改革势能有望逐步释放。

冷冻烘焙：冷冻冷藏食品经济运行报告出炉，冷冻烘焙迎发展机遇。近日，中国食协冷冻冷藏食品专业委员会，发布了《2023 年冷冻冷藏食品行业经济运行报告》。报告中提到，综合国家宏观产业政策及宏观发展大环境，预判 2024 年冷冻冷藏食品工业发展趋势向好，市场规模进一步扩大，产品结构升级，种类更加丰富，盈利水平将稳步提高。其中，冷冻烘焙食品将迎来更多发展机遇。随着人民生活水平的提高，营养、美味的烘焙食品成为日常生活首选，烘焙食品的消费场所增加。各大龙头企业纷纷扩大生产能力，增加生产线，研发新产品，市场前景看好。

■ 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伊利股份 10.39%、洽洽食品 9.57%、安井食品 8.79%。

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 1249.29 亿元、五粮液 231.01 亿元、伊利股份 167.06 亿元。

■ 投资建议：

白酒：建议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	20
7 风险提示	21

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) 1-5 月白酒销售收入 2844.5 亿元，同比增长 11.8%：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。

2) 茅台集团上半年完成各项目标任务：7 月 10 日，茅台集团召开党委（扩大）会议。会议指出，上半年，集团坚持稳中求进工作总基调，圆满完成了各项目标任务。下半年，茅台将聚焦主责主业，保持战略定力，坚定发展信心，全力确保完成各项年度目标任务，以实际行动为奋力谱写多彩贵州现代化建设新篇章，贡献更多茅台力量。

3) 2024 年华润酒业渠道伙伴大会在合肥召开：7 月 12 日，以“厂商与共、聚势共赢”为主题的 2024 年华润酒业渠道伙伴大会在安徽合肥召开，华润旗下酒业板块核心 4 大品牌亮相，华润啤酒、金沙酒业、金种子和景芝酒业。过去的一年，华润酒业明确：啤+白双赋能战略、产区战略和品类战略，提出“探索、发展、变强”的前三年发展规划，全面赋能金种子酒业、景芝白酒、金沙酒业的品牌焕新、产品升级及渠道变革等。

4) 豫园股份原总裁胡庭洲出任水井坊总经理：7 月 12 日，水井坊发布公告表示：经公司董事会提名委员会审查并提名，同意自 7 月 15 日起聘任胡庭洲为公司总经理，蒋磊峰自 7 月 15 日起不再代行总经理职责。

5) 水井坊臻酿八号系列产品零售价上调 10-20 元：近日，水井坊发布《关于调整部分水井坊产品建议整箱零售价的通知》称：从 2024 年 6 月 20 日起，拟对臻酿八号建议零售价上调，其中 52 度上调 20 元，42 度、38 度上调 10 元。上调后，52 度臻酿八号建议零售价为 578 元，42 度为 538 元，38 度为 528 元。

6) 习酒取消反向红包：市场消息显示，习酒公司近期调整了第三季度营销费用投放，从 6 月 30 日开始，新一轮“习酒·欢乐扫码季”活动已经取消了渠道的反向红包。酒业家获悉，此次习酒将双向红包系统改成单向红包，具体包括取消门店、分销商、经销商通过消费者扫码红包获得的推广奖励，“习酒·欢乐扫码季”活动后续相应政策将全国统一，并强化对异地扫码率的要求。

7) 遵义汇川区 2025 目标产能 12.5 万千升：据聚焦汇川消息，汇川区工科局相关负责人介绍，预计到 2025 年白酒产能达 12.5 万千升，产量达 10 万千升，产值达 400 亿元以上；到 2030 年，白酒产能达 20 万千升以上，白酒及配套产业产值突破 1000 亿元。

8) 青花郎两地同开半年销售工作会议：7 月 9 日-7 月 11 日，青花

郎半年销售工作会议率先在海口、合肥两地启幕，正式拉开全国半年销售工作会议序幕。郎酒股份常务副总经理、销售公司总经理兼青花郎事业部总经理梅刚强调，要筑牢厂商命运共同体，坚定发展信心，打胜仗；郎酒销售团队要始终坚持长期主义，坚守极致三品战略，坚定厂商一体化发展不动摇；在发展中解决问题，强组织，健体系，以组织驱动赋能商家。

9) 金徽酒作为战略合作伙伴亮相 2024 环青海湖国际公路自行车赛开幕式：7 月 6 日，金徽酒作为 2024 第二十三届环青海湖国际公路自行车赛的赛事战略合作伙伴亮相开幕式，这也是金徽酒第二次携手环青海湖国际公路自行车赛。借助环湖赛进一步提升金徽酒知名度、影响力和竞争力，实现口碑效应和品牌效应的双赢，同时可借助环湖赛实现金徽酒在青海市场的发展，并提高金徽酒在市民中的知名度，助力金徽酒进一步开拓西北地区白酒市场。

10) 金种子酒发布 2024 年半年度业绩预盈公告：金种子酒预计 2024 年半年度实现归母净利润为 1,000-1,500 万元，与上年同期数据-3,781.47 万元相比，将实现扭亏为盈；预计 2024 年半年度实现扣非归母净利润为 300 万元到 450 万元。

休闲零食：盐津劲仔相继发布 2024 年半年度业绩预告，“大单品+全渠道”战略保障高质量增长。7 月 10 日晚间，盐津发布 2024 年半年度业绩预告，2024H1 公司预计实现营收 24-25 亿元，同比+26.72-32%；归母净利润 3.1-3.3 亿元，同比+26.18-34.32%；扣非归母净利润 2.6-2.8 亿元，同比+12.46-21.11%。公司持续聚焦七大核心品类、产品全规格发展、全渠道覆盖，其中“蛋皇”鹌鹑蛋、“大魔王”麻酱味两大品质大单品赢得消费者和渠道商的广泛认同，助推鹌鹑蛋、休闲魔芋等品类高速发展。同日，劲仔发布 2024 年半年度业绩预告，2024H1 公司预计实现归母净利润 1.33-1.50 亿元，同比+60-80%；扣非归母净利润 1.12-1.29 亿元，同比+56.04-79.17%。公司持续深耕休闲鱼制品、禽类制品、豆制品三大优质蛋白健康品类，以深海鳀鱼、“周鲜鲜”短保豆干、溏心鹌鹑蛋等创新升级产品为代表，持续加深健康零食品类认知，坚持全渠道发展战略，加强零食专营渠道合作，并积极推动海外市场开发。我们认为，两家零食企业上半年整体实现高质量增长，产品端均以大单品/创新升级产品为突破口推出品质产品贡献增量，渠道端纵深突破，全年业绩可期。

啤酒：燕京发布 2024 年半年度业绩预告，业绩增速亮眼。7 月 11 日晚间，燕京发布 2024 年半年度业绩预告，2024H1 公司预计实现归母净利润 7.19-7.97 亿元，同比+40-55%；扣非归母净利润 7-7.75 亿元，同比+60-77%。公司强化战略引领，充分发挥总部职能，通过持续深化包括生产、市场和供应链等在内的九大变革，大力提升管理质效，持续推动经营成果的增强、运营效能的优化以及发展模式的转型升级，大单品实现稳健增长。我们认为，公司持续推进九大变革成效显著，运营效率提升、大单品持续放量，夏

季进入啤酒旺季，预计 Q3 仍将稳健前行。

软饮：东鹏 Q2 延续高增势头，加强冰冻化建设拉动终端动销。7月10日，东鹏饮料发布2024年上半年业绩预告：预计实现营收78.60-80.80亿元，同比增长43.95%-47.98%；预计实现归母净利润16.00-17.30亿元，同比增长44.39%-56.12%。其中，单Q2预计实现营收43.78-45.98亿元，同比增长47.46%-54.87%；预计实现归母净利润9.36-10.66亿元，同比增长53.19%-60.54%，增速均超过一季度。上半年，公司以坚定的“做对的事情、坚持做”的理念为指导，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，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；同时，公司在夯实东鹏特饮基本盘，持续保持增长的基础上，积极探索多品类发展，培育新的增长点，为公司的持续增长注入了新的活力，从而进一步带动收入的增长。我们认为，随着气温逐渐升高，软饮步入销售旺季，公司有望延续亮眼表现。

速冻：夜经济火热，安井试水地摊经济。近日，据冻品头条了解到，安井全国免费投放地摊车，此次活动免费送出的地摊车被命名为“小安烤串”，送出的大礼包里不仅包含地摊车，同时包含适合地摊制作的烤肠机、炸锅、铁板煎锅、关东煮和1.2米冷鲜柜，价值高达12390元。由于地摊经济发展势头迅猛，且地摊小吃大多不成规模、产品供应松散，安井因此押注该场景。公司除了看中其“眼下存量，长期向好”的特点外，免费发放地摊车使品牌与终端之间有了直接交流的纽带。我们认为，安井作为冻品龙头，持续拓展消费场景，既能带动直接销量，也能提升品牌影响力，看好地摊经济给企业带来的活力。

调味品：中炬高新上半年扭亏为盈，精细化管理实现降本增效。7月10日，中炬高新发布2024年半年度业绩预告公告，预计2024年半年度实现归母净利润约3.15-3.78亿元；与上年同期相比，增加17.58-18.21亿元，实现扭亏为盈；预计扣非净利润约3.06-3.68亿元，比去年同期增加1000-7200万元，主因原材料采购单价下降，公司积极推进精细化管理，实现降本增效。受宏观经济复苏放缓、行业竞争格局加剧等影响，预计上半年实现营业收入约26.20亿元，较去年同期略有减少。非经营性损益方面，由于公司与中山火炬工业联合有限公司就三起建设用地使用权转让合同纠纷案的诉讼处理达成意向和解，法院已就三起案件均出具准许撤诉的终审裁定，三起诉讼案件已完结，本报告期内，公司业绩未受到诉讼事项影响。2024年是公司三年战略期的开局年、蓄势年，新管理层围绕“再造一个新厨邦，实现发展高质量”战略目标，持续聚焦调味品主业发展，坚持以“稳中求进、以进促稳、先立后破”原则落实各项业务举措，改革势能有望逐步释放。

冷冻烘焙：冷冻冷藏食品经济运行报告出炉，冷冻烘焙迎发展机遇。近日，中国食协冷冻冷藏食品专业委员会，发布了《2023年冷冻冷藏食品行业经济运行报告》。报告中提到，综合国家宏观产业政策及宏观发展大环境，预判2024年冷冻冷藏食品工业发展趋势向好，市场规模进一步扩大，产品结构升级，种类更加丰富，盈利水平将稳步提高。其中，冷冻烘焙食品将迎来更多发展机遇。随着人民生活水平的提高，营养、美味的烘焙食品成为日常生活首选，烘焙食品的消费场所增加。各大龙头企业纷纷扩大生产能力，增加生产线，研发新产品，市场前景看好。

1.2 投资建议

白酒：建议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

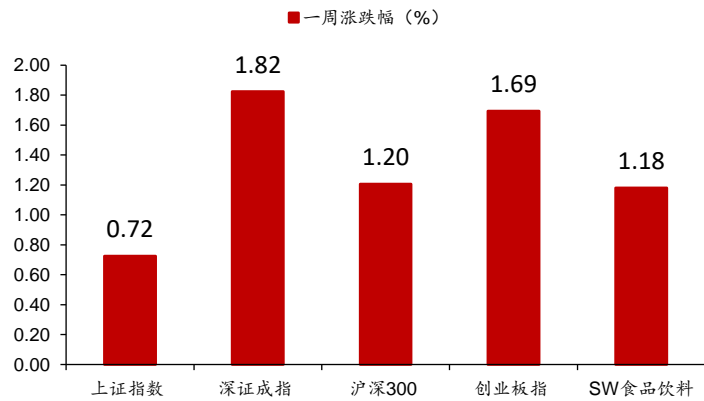
2.1 板块整体指数表现

本周 SW 食品饮料指数上涨 1.18%，相对沪深 300 跑输 0.02pct。沪深 300 上涨 1.20%，上证指数上涨 0.72%，深证成指上涨 1.82%，创业板指上涨 1.69%。

在 31 个申万一级行业中，食品饮料排名第 8。

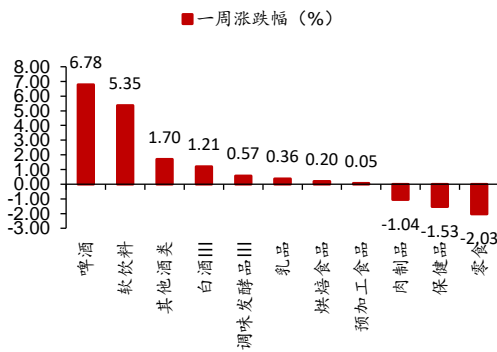
本周 SW 食品饮料各二级行业中，啤酒上涨 6.78%，软饮料上涨 5.35%，其他酒类上涨 1.70%。

图 1：本周市场表现 (%)



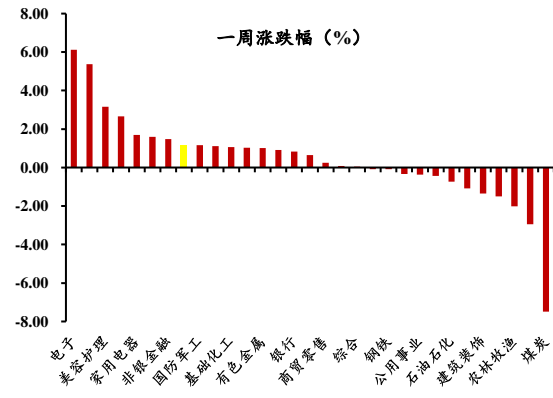
资料来源：Wind，上海证券研究所

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

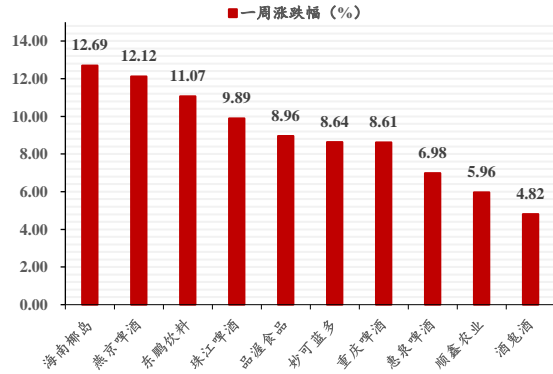
2.2 个股行情表现

本周食品饮料行业涨幅排名前五的个股为海南椰岛上涨 12.69%、燕京啤酒上涨 12.12%、东鹏饮料上涨 11.07%、珠江啤酒上涨 9.89%、品渥食品上涨 8.96%；排名后五的个股为华统股份

请务必阅读尾页重要声明

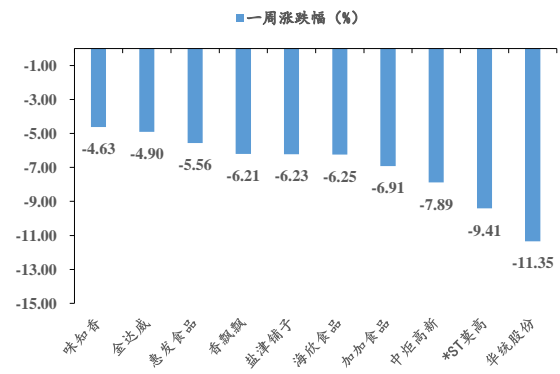
下跌 11.35%、*ST 莫高下跌 9.41%、中炬高新下跌 7.89%、加加食品下跌 6.91%、海欣食品下跌 6.25%。

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 (%)



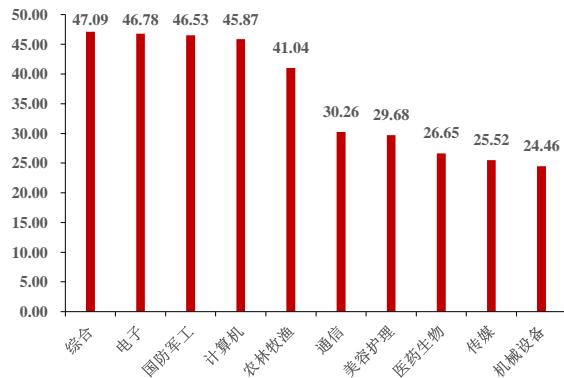
资料来源：Wind，上海证券研究所

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 19.51x，位居 SW 一级行业第 17。

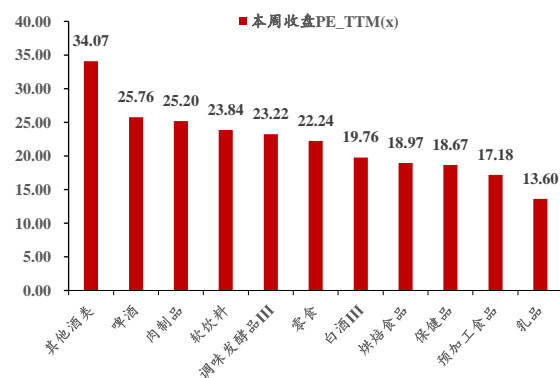
从食品饮料子行业来看，估值排名前三的子行业为其他酒类 34.07x，啤酒 25.76x，肉制品 25.20x。

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伊利股份 10.39%、洽洽食品 9.57%、安井食品 8.79%。

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 1249.29 亿元、五粮液 231.01 亿元、伊利股份 167.06 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 (%)
伊利股份	10.39
洽洽食品	9.57
安井食品	8.79
贵州茅台	6.72
重庆啤酒	6.42
中炬高新	6.18
三只松鼠	5.97
东鹏饮料	5.05
五粮液	4.67
今世缘	4.18

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	1,249.29
五粮液	231.01
伊利股份	167.06
山西汾酒	75.81
海天味业	66.95
泸州老窖	61.20
东鹏饮料	45.94
洋河股份	31.05
今世缘	25.33
重庆啤酒	19.55

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燕京啤酒增持0.45%、会稽山增持0.42%、绝味食品增持0.30%；陆股通减持前三的个股为安井食品减持0.55%、劲仔食品减持0.31%、甘源食品减持0.29%。

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 (%)
燕京啤酒	0.45	安井食品	-0.55
会稽山	0.42	劲仔食品	-0.31
绝味食品	0.30	甘源食品	-0.29
重庆啤酒	0.29	中炬高新	-0.29
酒鬼酒	0.27	莲花健康	-0.27
立高食品	0.26	伊利股份	-0.19
金种子酒	0.22	天味食品	-0.16
舍得酒业	0.20	金字火腿	-0.12
良品铺子	0.19	洽洽食品	-0.12
泉阳泉	0.18	仙乐健康	-0.11

资料来源：Wind，上海证券研究所

3 行业重要数据跟踪

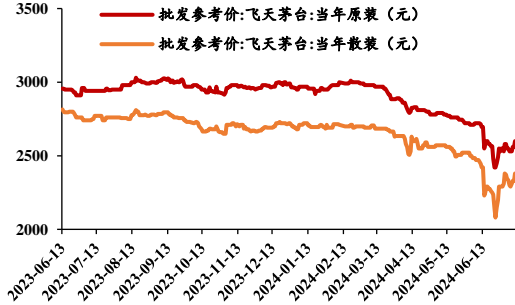
3.1 白酒板块

根据 wind 信息整理，截至 2024 年 7 月 12 日，飞天茅台当年原装和散装批发参考价分别为 2600 元和 2380 元；截至 2024 年 7 月 12 日，五粮液普五（八代）批发参考价为 960 元。

2024 年 5 月，全国白酒产量 36.10 万千升，当月同比上升 4.90%。2024 年 3 月全国 36 大中城市日用工业消费品白酒 500ml

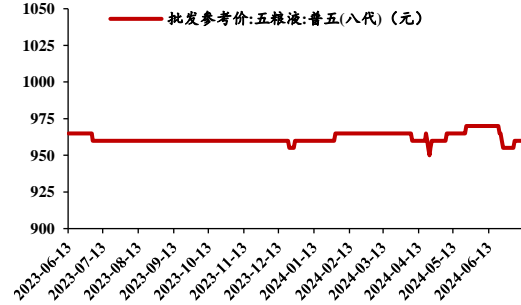
左右 52 度高档平均价格 1220.85 元/瓶，白酒 500ml 左右 52 度中低档平均价格 178.01 元/瓶。

图 11: 飞天茅台批价走势



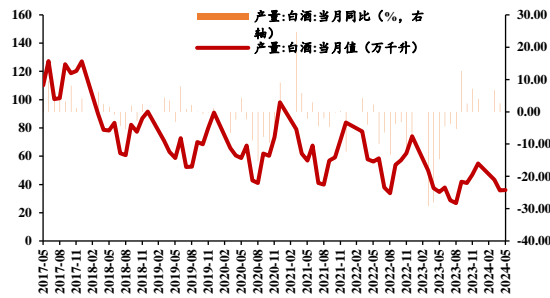
资料来源: Wind, 上海证券研究所

图 12: 五粮液批价走势



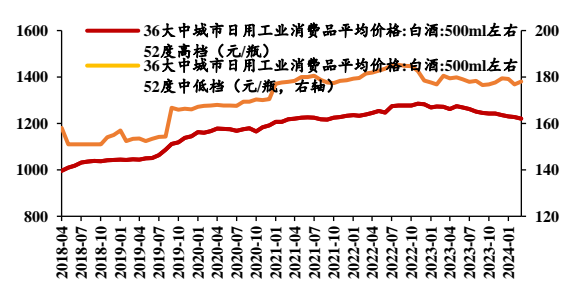
资料来源: Wind, 上海证券研究所

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



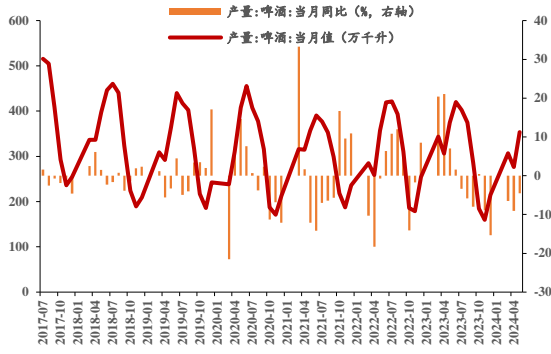
资料来源: Wind, 国家发改委, 上海证券研究所

3.2 啤酒板块

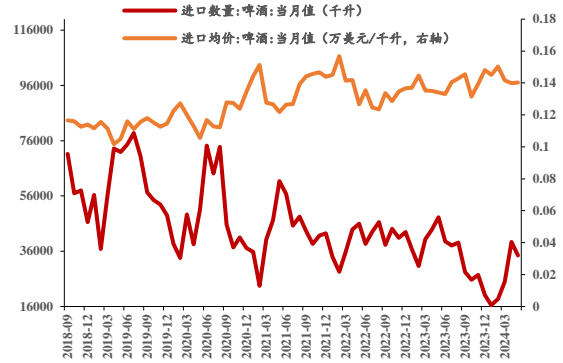
2024 年 5 月，全国啤酒产量 353.50 万千升，同比减少 4.50 %。2024 年 5 月全国啤酒进口数量 3.45 万千升。2024 年 3 月全国 36 大中城市日用工业消费品啤酒罐装 350ml 左右平均价格 4.15 元/罐，啤酒瓶装 630ml 左右平均价格 5.17 元/瓶。

图 15: 啤酒月度产量跟踪

图 16: 进口啤酒月度量价跟踪

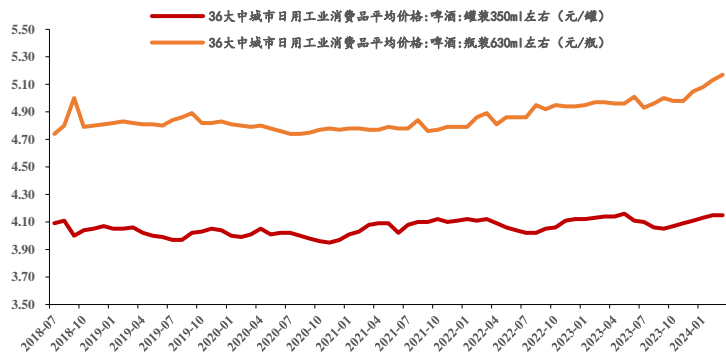


资料来源: Wind, 国家统计局, 上海证券研究所



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

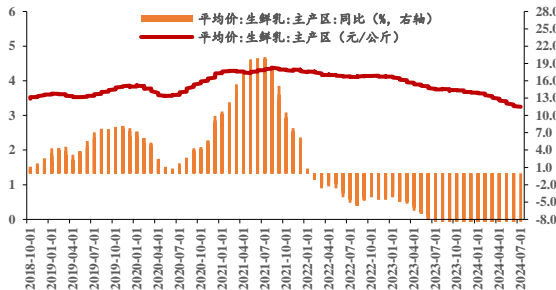


资料来源: Wind, 国家发改委, 上海证券研究所

3.3 乳制品板块

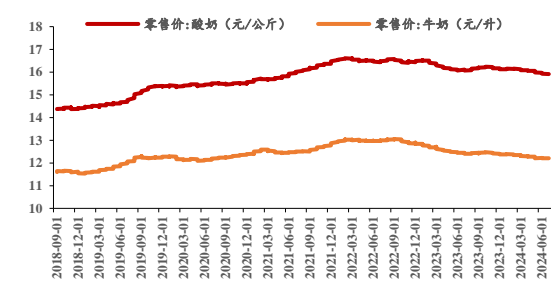
截至 2024 年 7 月 4 日, 全国生鲜乳主产区平均价格 3.25 元/公斤。截至 2024 年 7 月 5 日, 全国酸奶零售价 15.91 元/公斤, 牛奶零售价 12.21 元/升。截至 2024 年 7 月 5 日, 国产品牌奶粉零售价格 226.02 元/公斤, 国外品牌奶粉零售价格 268.81 元/公斤。

图 18: 生鲜乳价格指数跟踪



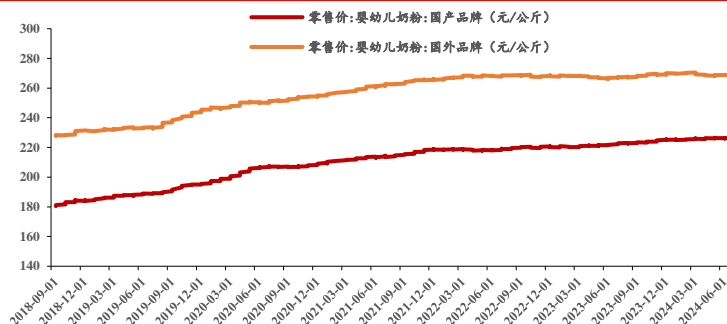
资料来源: Wind, 农业农村部, 上海证券研究所

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



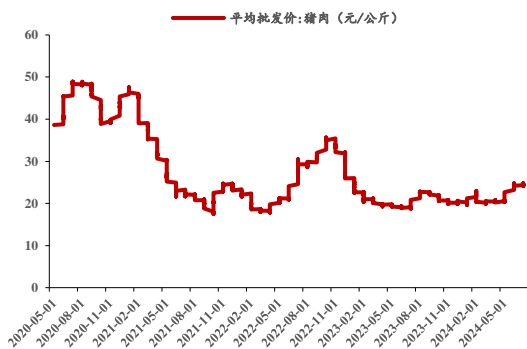
资料来源: Wind, 商务部, 上海证券研究所

4 成本及包材端重要数据跟踪

4.1 肉制品板块

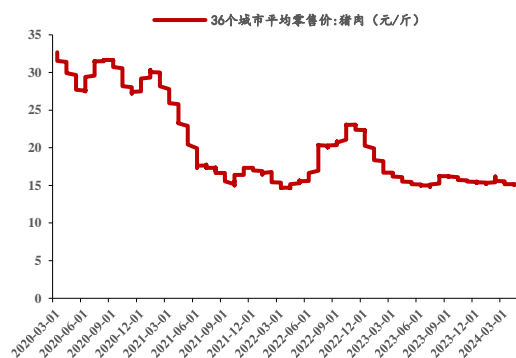
截至2024年7月12日, 全国猪肉平均批发价24.73元/公斤; 截至2024年5月21日, 全国36个城市猪肉平均零售价15.12元/500克。截至2024年7月12日, 全国主产区白羽肉鸡平均价7.29元/公斤; 截至2024年5月21日, 全国36个城市鸡肉平均零售价12.55元/500克。

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

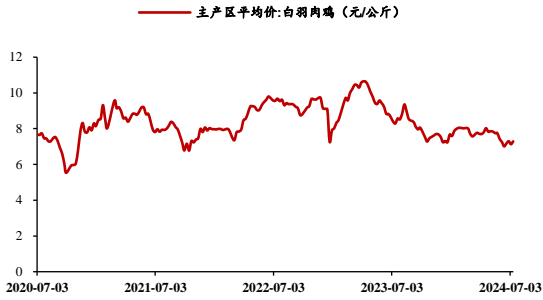
图 22: 猪肉平均零售价



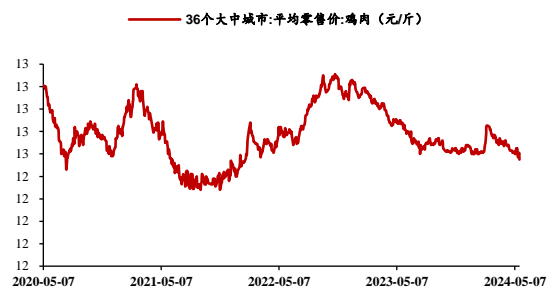
资料来源: Wind, 国家发改委, 上海证券研究所

图 23: 鸡肉平均批发价

图 24: 鸡肉平均零售价



资料来源: Wind, 博亚和讯, 上海证券研究所

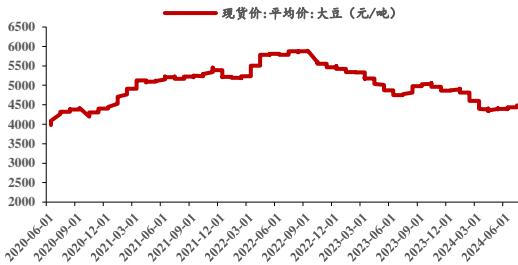


资料来源: Wind, 国家发改委, 上海证券研究所

4.2 大宗原材料及包材相关

截至 2024 年 7 月 12 日, 全国大豆现货平均价格 4484.74 元/吨。截至 2024 年 6 月 30 日, 全国豆粕(粗蛋白含量 $\geq 43\%$)市场价 3247.00 元/吨。截至 2024 年 7 月 12 日, 英国布伦特 Dtd 原油现货价格 87.96 美元/桶。截至 2024 年 7 月 12 日, 中国塑料城价格指数 887.54。截至 2024 年 6 月 30 日, 全国瓦楞纸(AA 级 120g)市场价格 2630.60 元/吨。截至 2024 年 7 月 12 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



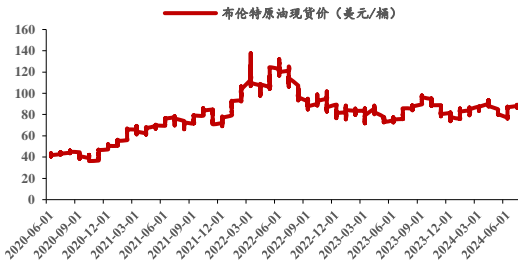
资料来源: Wind, 中国汇易, 上海证券研究所

图 26: 豆粕价格跟踪



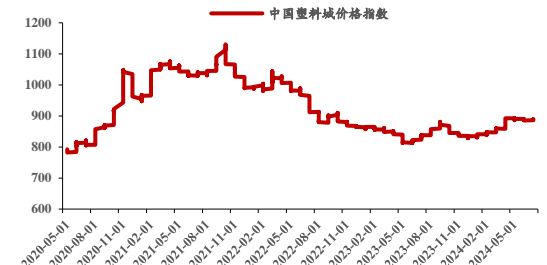
资料来源: Wind, 国家统计局, 上海证券研究所

图 27: 布伦特原油价格跟踪



资料来源: Wind, 上海证券研究所

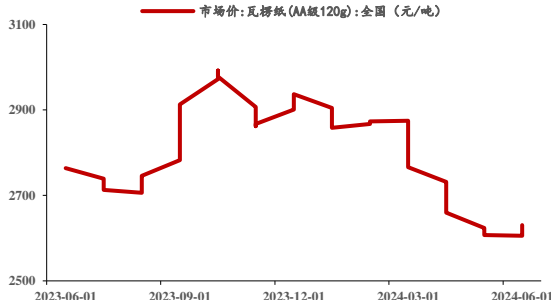
图 28: 塑料价格指数跟踪



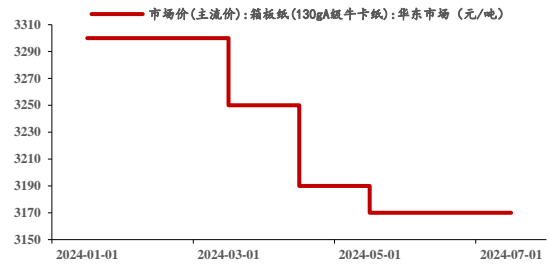
资料来源: Wind, 中塑在线, 上海证券研究所

图 29: 瓦楞纸价格跟踪

图 30: 箱板纸价格跟踪



资料来源: Wind, 国家统计局, 上海证券研究所



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

【香飘飘】2024 年半年度业绩预亏公告: 公司预计 2024 年半年度实现营业收入为 11.79 亿元左右。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。

【安记食品】2024 年半年度业绩预告: 公司预计 2024 年半年度实现归属于母公司所有者的净利润为 795.47 万元到 895.47 万元, 与上年同期(法定披露数据)相比, 将减少 1,168.60 万元到 1,268.60 万元, 同比减少 56.62%到 61.46%。

【莲花控股】2024 年半年度业绩预告公告: 公司预计 2024 年上半年度实现归属于上市公司股东的净利润 10,100.00 万元—11,000.00 万元, 与上年同期(法定披露数据)相比, 将增加 5,084.04 万元—5,984.04 万元, 同比增加 101.36%—119.30%。实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 10,200.00 万元—11,100.00 万元, 与上年同期(法定披露数据)相比, 将增加 5,136.33 万元—6,036.33 万元, 同比增加 101.43%—119.21%。

【金枫酒业】2024 年半年度业绩预告: 公司预计 2024 年 1-6 月实现归属于上市公司股东的净利润在-1,510 万元至-1,840 万元之间。归属于上市公司股东扣除非经常性损益后的净利润在-1,750 万元至-2,080 万元之间。

【百龙创园】2024 年半年度业绩快报公告: 2024 年半年度, 公司实现营业总收入 53,175.27 万元, 同比增长 28.83%; 实现归属于上市公司股东的净利润 11,414.06 万元, 同比增长 25.29%。

【威龙股份】2024 年半年度业绩预告: 公司预计 2024 年上半年度实现归属于母公司所有者的净利润为 678 万元到 1,065 万元, 预计 2024 年上半年度实现归属于母公司所有者的扣除非经常性损益后的净利润为 649 万元到 1,020 万元。

【惠发食品】关于 2024 年半年度业绩预亏的公告: 2024 年半年度归属于上市公司股东的净利润预计为-2,100.00 万元到-1,600.00 万元。公司 2024 年半年度归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润预计为-2,400.00 万元到-1,800.00 万元。

【妙可蓝多】2024 年半年度业绩预增公告: 预计 2024 年半年度

实现归属于母公司股东的净利润为 6,500.00~9,000.00 万元，同比增长约 128%~215%。

【维维股份】2024 年半年度业绩预增公告：预计 2024 年半年度实现归属于母公司所有者的净利润 14,000 万元至 17,000 万元，与上年同期相比，将增加 7,850 万元至 10,850 万元，同比增加 127.64%至 176.42%。

【金种子酒】2024 年半年度业绩预盈公告：预计 2024 年半年度实现归属于母公司所有者的净利润为 1,000 万元到 1,500 万元，与上年同期（法定披露数据）相比，将实现扭亏为盈。

【中炬高新】2024 年半年度业绩预盈公告：预计 2024 年半年度实现归属于上市公司股东的净利润约 3.15 亿元到 3.78 亿元；与上年同期相比，增加 17.58 亿元到 18.21 亿元，实现扭亏为盈。

【酒鬼酒】2024 年半年度业绩预告：预计 2024 年半年度实现归属于上市公司股东的净利润 11000 万元 - 13000 万元，与上年同期相比下降 73.93% - 69.19%。

【珠江啤酒】2024 年半年度业绩预告：预计 2024 年半年度实现归属于母公司所有者的净利润 47,594.87 万元至 53,086.58 万元，同比增长 30% 至 45%。

【良品铺子】2024 年半年度业绩预告：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（法定披露数据）相比，将减少 15,931 万元到 16,831 万元，同比减少 84.15%到 88.91%。

【劲仔食品】2024 年半年度业绩预告：预计 2024 年半年度实现归属于母公司所有者的净利润 13,300.66 万元—14,963.24 万元，同比增长 60.00%—80.00%。

【盐津铺子】2024 年半年度业绩预告：预计 2024 年半年度实现归属于母公司所有者的净利润 31,000 万元~33,000 万元，同比增长 26.18%~34.32%。

【岩石股份】2024 年半年度业绩预亏公告：预计 2024 年半年度实现归属于上市公司股东的净利润为-5,500.00 万元至-8,250.00 万元，与上年同期相比，将出现亏损。

【东鹏饮料】2024 年半年度业绩预告：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（法定披露数据）相比，将增加 49,188 万元到 62,188 万元，增幅为 44.39%到 56.12%。

【燕京啤酒】2024 年半年度业绩预告：预计 2024 年半年度实现归属于母公司所有者的净利润 71,945 万元-79,653 万元，同比增长 40%-55%。扣除非经常性损益后的净利润 70,000 万元-77,500 万元，同比增长 60%-77%。

【龙大美食】2024 年半年度业绩预告：公司预计 2024 年 1-6 月实现归属于上市公司股东的净利润 5,500.00 万元-6,500.00 万元，同比扭亏。

【中信尼雅】关于公司董事长辞职的公告：乔梁先生因工作调动申请辞去公司董事、董事长职务，同时一并辞去公司董事会战略

委员会中的职务。辞职后乔梁先生将不在公司担任任何职务；截止本公告日，乔梁先生未持有公司股份。

【桃李面包】2024 年半年度业绩快报公告：报告期内，公司实现营业收入 302,088.88 万元，同比下降 5.79%；营业利润 36,625.61 万元，同比增长 0.26%；利润总额 37,194.04 万元，同比增长 0.62%；实现归属于上市公司股东净利润 28,975.42 万元，同比下降 0.66%。

【海南椰岛】2024 年半年度业绩预告：预计 2024 年半年度归属于上市公司股东的净利润为 400 万元。

【克明食品】2024 半年度业绩预告：预计 2024 年半年度实现归属于母公司股东的净利润为 8,500.00 万元至 12,500.00 万元，同比增长 664.98% 至 1024.98 %。

【顺鑫农业】2024 年半年度业绩预告：预计 2024 年半年度实现归属于母公司所有者的净利润：33,000 万元-48,000 万元，同比扭亏。

【双塔食品】2024 年半年度业绩预告：预计 2024 年半年度实现归属于母公司所有者的净利润为 5000 万元-6000 万元，同比增长 173.11% -187.74%。

6 行业要闻

1、1-5 月白酒销售收入 2844.5 亿元，同比增长 11.8%：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。

（酒说）

2、茅台集团上半年完成各项目标任务：7 月 10 日，茅台集团召开党委（扩大）会议。会议指出，上半年，集团坚持稳中求进工作总基调，圆满完成了各项目标任务。下半年，茅台将聚焦主责主业，保持战略定力，坚定发展信心，全力确保完成各项年度目标任务，以实际行动为奋力谱写多彩贵州现代化建设新篇章，贡献更多茅台力量。（酒说）

3、2024 年华润酒业渠道伙伴大会在合肥召开：7 月 12 日，以“厂商与共、聚势共赢”为主题的 2024 年华润酒业渠道伙伴大会在安徽合肥召开，华润旗下酒业板块核心 4 大品牌亮相，华润啤酒、金沙酒业、金种子和景芝酒业。过去的一年，华润酒业明确：啤+白双赋能战略、产区战略和品类战略，提出“探索、发展、变强”的前三年发展规划，全面赋能金种子酒业、景芝白酒、金沙酒业的品牌焕新、产品升级及渠道变革等。（酒说）

4、豫园股份原总裁胡庭洲出任水井坊总经理：7 月 12 日，水井坊发布公告表示：经公司董事会提名委员会审查并提名，同意自 7 月 15 日起聘任胡庭洲为公司总经理，蒋磊峰自 7 月 15 日起不再代行总经理职责。（酒说）

请务必阅读尾页重要声明

20

5、水井坊臻酿八号系列产品零售价上调 10-20 元：近日，水井坊发布《关于调整部分水井坊产品建议整箱零售价的通知》称：从 2024 年 6 月 20 日起，拟对臻酿八号建议零售价上调，其中 52 度上调 20 元，42 度、38 度上调 10 元。上调后，52 度臻酿八号建议零售价为 578 元，42 度为 538 元，38 度为 528 元。（酒业家）

6、习酒取消反向红包：市场消息显示，习酒公司近期调整了第三季度营销费用投放，从 6 月 30 日开始，新一轮“习酒·欢乐扫码季”活动已经取消了渠道的反向红包。酒业家获悉，此次习酒将双向红包系统改成单向红包，具体包括取消门店、分销商、经销商通过消费者扫码红包获得的推广奖励，“习酒·欢乐扫码季”活动后续相应政策将全国统一，并强化对异地扫码率的要求。（酒业家）

7、遵义汇川区 2025 目标产能 12.5 万千升：据聚焦汇川消息，汇川区工科局相关负责人介绍，预计到 2025 年白酒产能达 12.5 万千升，产量达 10 万千升，产值达 400 亿元以上；到 2030 年，白酒产能达 20 万千升以上，白酒及配套产业产值突破 1000 亿元。（酒业家）

8、青花郎两地同开半年销售工作会议：7 月 9 日-7 月 11 日，青花郎半年销售工作会议率先在海口、合肥两地启幕，正式拉开全国半年销售工作会议序幕。郎酒股份常务副总经理、销售公司总经理兼青花郎事业部总经理梅刚强调，要筑牢厂商命运共同体，坚定发展信心，打胜仗；郎酒销售团队要始终坚持长期主义，坚守极致三品战略，坚定厂商一体化发展不动摇；在发展中解决问题，强组织，健体系，以组织驱动赋能商家。（酒说）

9、金徽酒作为战略合作伙伴亮相 2024 环青海湖国际公路自行车赛开幕式：7 月 6 日，金徽酒作为 2024 第二十三届环青海湖国际公路自行车赛的赛事战略合作伙伴亮相开幕式，这也是金徽酒第二次携手环青海湖国际公路自行车赛。借助环湖赛进一步提升金徽酒知名度、影响力和竞争力，实现口碑效应和品牌效应的双赢，同时可借助环湖赛实现金徽酒在青海市场的发展，并提高金徽酒在市民中的知名度，助力金徽酒进一步开拓西北地区白酒市场。（金徽老窖家园）

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。