



上海证券
SHANGHAI SECURITIES

6月食品烟酒社零保持正增长，暑期旺季有望 拉动终端需求

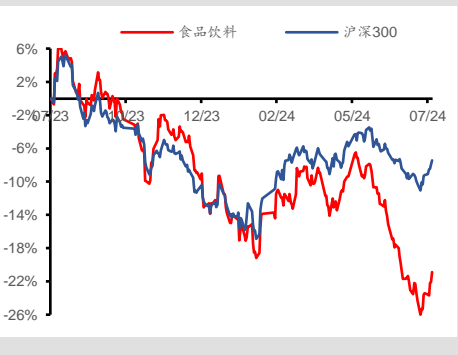
——食品饮料行业周报 20240715-20240721

增持（维持）

行业： 食品饮料
日期： 2024年07月21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

最近一年行业指数与沪深300比较



相关报告：

《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》

——2024年07月14日

《白酒批价企稳，关注夏季饮品催化——食品饮料行业周报 20240701-20240707》

——2024年07月07日

《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

■ 投资要点：

本周行业要闻：1) 6月食品烟酒社零保持正增长：7月15日，国家统计局公布2024年6月份社会消费品零售总额主要数据。数据显示，6月，粮油、食品类商品零售额达1833亿元，同比增长10.8%；烟酒类商品零售额达503亿元，同比增长5.2%。1-6月，粮油、食品类商品零售额达10353亿元，同比增长9.6%；烟酒类商品零售额达3055亿元，同比增长10%。

2) 前6月规上白酒产量214.7万千升，同比增长3.0%：国家统计局数据显示，6月，中国规模以上企业白酒（折65度，商品量）产量37.4万千升，同比增长2.2%；啤酒产量411.0万千升，同比下降1.7%；葡萄酒产量1.1万千升，同比下降26.7%。1-6月，中国规模以上企业累计白酒（折65度，商品量）产量214.7万千升，同比增长3.0%；啤酒产量1908.8万千升，同比增长0.1%；葡萄酒产量6.0万千升，同比下降6.3%。

3) 仁怀白酒产值首破千亿：7月15日，以“让酱酒更美好”为主题的中国酱香白酒包装设计对话会议在贵州仁怀中国·酒都酒包材市场启幕。仁怀市委副书记、市长李颖表示，今年全市酱酒产业总产值首破千亿大关，同比增长14.2%，现有规模以上酒企133家、产值亿元以上企业32家。同时，仁怀包材产业欣欣向荣，今年产值已达到5.84亿元，直接或间接从事白酒生产、销售、物流等人员达到20万人。

4) 五粮液上半年目标“双过半”：7月16日，五粮液集团（股份）公司召开2024年上半年经济运行分析会，回顾总结上半年工作成效，深入剖析问题，安排部署下半年重点工作。五粮液集团（股份）公司党委书记、董事长曾从钦表示，今年以来，五粮液集团坚持“稳中求进、以进促稳、提质增效、多作贡献”工作总基调，实现了“时间过半、任务过半”目标。围绕全年目标任务，要继续按照“稳中求进、以进促稳、提质增效、多作贡献”工作总基调，坚持先立后破、稳扎稳打，进一步固根基、扬优势、补短板，确保全年经营目标圆满实现。

5) 宜宾加快推进五粮液高质量倍增工程：据宜宾发布消息，7月17日，市委副书记、市长廖文彬率队到五粮液10万吨生态酿酒项目（二期）、智能酿造示范线、集中式污水处理等项目现场，实地调研督导五粮液高质量倍增工程部分项目推进情况，并主持召开五粮液高质量倍增工程指挥部2024年第二次会议。廖文彬强调，五粮液集团和市级有关部门、翠屏区、叙州区要进一步提高政治站位，全力推动五粮液高质量倍增工程各项工作，加快建设世界级优质白酒产业集群。要保持发展定力，锚定发展目标不动摇，深入实施“做强主业、做优多元、做大平台”发展战略，力争早日进军世界500强。

6) 茅台葡萄酒龙年生肖酒上线i茅台：i茅台发布消息，茅台葡萄酒甲辰龙年生肖纪念酒将上线，7月19日-9月19日，购买茅台葡萄酒甲辰龙年生肖纪念酒的用户将享受活动价988元/盒（原价1488元/盒）的限时抢购。另外，i茅台App还推出“买5盒赠1盒，再加赠茅台葡萄酒20周年纪念酒”的超级回馈活动，如果是1940年、1952年、1964年、1976年、1988年、2000年出生的用户，还将额外获赠海马

刀开瓶器。

7) 2024“汾酒试点”伏曲大典举行：7月15日，正值“入伏”第一天，2024“汾酒试点”伏曲大典在汾酒举行。资料显示，2024“汾酒试点”是中国酒业“传承中创新、创新中传承”高质量创新发展道路的样板项目、1号工程。2024“汾酒试点”将继承“敬仰传统、尊重规律、立足一线、知行合一、方向明确、办法具体”1964“汾酒试点”精神，围绕4个方向，开展19个专题、99个项目的“41999”工程。本次伏曲大典是2024“汾酒试点”的开篇之作，后续将有一大批项目逐步展开。

8) 洋河、酒仙推出百年洋河：7月16日，酒仙集团与洋河股份打造的新品“百年洋河”上市。酒仙集团董事长郝鸿峰表示，随着市场竞争的加剧和消费者需求的多样化，经销商面临着更大的挑战。经销商需要积极调整渠道结构和产品结构，提升服务水平和市场竞争力，以应对市场的变化。洋河股份电商运营中心总经理刘聪聪表示，这次百年洋河双方共同打磨了一年多，拿出了十足的诚意，是洋河的扛鼎之作。

9) 泸州老窖宣布开拓啤酒市场：7月16日，泸州老窖在互动平台宣布，公司已拓展至酒业务领域。泸州老窖作为中国知名的白酒生产企业，此次业务拓展显示了其对市场变化的响应和适应能力。随着消费者对啤酒产品需求的增加，泸州老窖期望通过进入啤酒市场来增强自身的市场竞争力。

10) 今世缘“决战100天”冲刺年度目标：据今世缘酒业官微消息，7月17日，今世缘酒业召开“决战100天，决胜全年度”誓师大会，会上，今世缘酒业党委书记、董事长、总经理顾祥悦指出，决战决胜全年目标任务，拼的是精气神。要以“不达目的不罢休”的拼劲、韧劲、冲劲，坚定不移完成全年目标任务；决战决胜全年目标任务，拼的是责任心。要强化“交卷”意识，按照既定的时间表、路线图、任务书、责任状，大干快上、分秒必争；决战决胜全年目标任务，拼的是硬作风。要把更多的“不可能”变成“可能”，把更多的“办得到”变成“办得好”，真正用“铁肩膀”挑起“千斤担”。

休闲零食：盐津劲仔实控人均发布中期分红提议，企业经营稳健向好。盐津实际控制人、董事长、持股5%以上股东张学武先生于2024年7月11日提议向全体股东每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。劲仔实际控制人、董事长、持股5%以上股东周劲松先生于2024年7月17日提议2024年度中期分红方案如下：向全体股东每10股派发现金红利1元（含税），不送红股，不以资本公积金转增股本。我们认为，两家公司均于上周发布2024年中期业绩预告，此番提出中期分红方案，体现出公司经营稳健，乐意分享发展成果，看好两家公司的长远发展。

啤酒：燕京啤酒文化节盛大启幕，乌苏推40周年献礼啤酒。7月12日，第33届北京国际燕京啤酒文化节在中国国际展览中心顺义馆盛大开幕。本届啤酒节从7月12日至7月21日，连续十天，以啤酒文化为载体，以“啤酒+N”的理念为依托，通过啤酒+美食、啤酒+鲜花、啤酒+邮政、啤酒+音乐、啤酒+游乐、啤酒+市集等多种形式，给消费者打造“吃喝玩乐一站式体验”的夏日盛会。新疆知名啤酒品牌乌苏啤酒则推出“我的阿勒泰同款大乌苏”，酒精度>4.1%vol，作为建厂40周年的特别献礼。我们认为，夏季作为啤酒旺季，各大酒企通过文化节、推新品等营销手段触达消费者，力求旺季实现销量突破，静待二季度业绩。

软饮：华润饮料获证监会备案通知书，拟在香港联交所上市。近日，证监会发布 Beverage (Holdings) Company Limited (华润饮料(控股)有限公司) 赴港上市备案通知书。该公司拟发行不超过 405,882,200 股境外上市普通股并在香港联合交易所上市。华润饮料拥有“怡宝”、“至本清润”、“蜜水系列”、“假日系列”及“佐味茶事”等 13 个品牌，覆盖包装饮用水、茶饮料、果汁饮料、运动饮料、咖啡饮料，共计 56 个 SKU。按 2023 年零售额计，其是中国第五大即饮软饮企业、第二大包装饮用水企业及最大的饮用纯净水企业。华润饮料表示，IPO 募集所得资金净额将主要用于战略性扩张和优化产能，以提高整体供应链效率；加速销售渠道扩张并提升渠道效率；进行销售和营销活动；增强产品研发能力，以持续拓展新的产品品类和单品；数字化升级从而提高运营效率；适时参与潜在投资和并购机会；以及用作营运资金及作一般公司用途。

速冻：步入餐饮传统旺季，各大企业集中上新。七月正式步入餐饮业的传统旺季，近期，餐饮供应链、食品企业等陆陆续续推下半年爆款和新品，抢占市场先机。产品主要聚焦饮品甜点、烧烤、中餐、西餐等多种消费场景。三全食品和湾仔码头各推出自己的明星产品——鲜饺。千味央厨，上新旗下品牌味宝熟制粉圆，公司首推夏日饮品和相关配料，帮助其客户抓住季节性商机，增加销售额。锅圈食汇，7 月上新烧烤宵夜，推出麻辣龙虾尾、麻辣小郡肝、麻辣鸡脚筋、奥尔良风味掌中宝串、欧式烟熏肉片、榆园酸菜等，配合火热观赛季。我们认为，餐供企业聚焦多消费场景集中上新，有望借助餐饮传统旺季带动下半年业绩增量。

调味品：海天发布“提质增效重回报”行动方案，蓄力高质量发展。7 月 18 日，海天味业为推动公司高质量发展，切实保障和维护投资者合法权益，结合自身发展战略、经营情况及财务状况，制定了“提质增效重回报”行动方案。公司高度重视投资者的合理回报，实施积极稳定的利润分配政策，为投资者带来长期、稳定的投资回报。2024 年，公司向全体股东分配 2023 年度现金股利占公司 2023 年度合并报表归属于母公司股东净利润比例为 65.06%，现金分红比例同比上年提升 12.72%，上市至今累计分红总额超过 260 亿元，是募集资金总额的 13.6 倍，年均分红比例为 57.12%。未来，公司将深入贯彻《国务院关于加强监管防范风险推动资本市场高质量发展的若干意见》精神，以公司可持续发展、与投资者共享企业发展成果为根本，注重对股东的合理回报，力争保持公司利润分配政策的连续性和稳定性。在主业发展方面，公司表示未来将聚焦调味品主业发展，持续优化产品结构、提升产品品质、加强品牌与用户的多维互动，持续夯实既有核心竞争力，并持续打造新的竞争力，推进企业高质量发展。

冷冻烘焙：泸溪河开放加盟，提振赛道信心。新中式烘焙赛道品牌“泸溪河”正式对外开放加盟。据品牌方介绍，此次仅开放单店合作模式，可选择“档口店”和“近店式”两种店型，不存在任何以区域形式合作的模式，具体加盟细则尚未披露。据窄门餐眼数据，截至 2024 年 7 月 5 日，泸溪河的门店共有 462 家，大多集中在一二线城市，省份集中度高达 44.16%，或许借助于加盟模式，泸溪河会慢慢开始布局下沉市场。据前瞻产业研究院数据显示，中式糕点在 2018 年的市场规模已超过千亿元，预计在 2025 年将突破 2 万亿元，未来随着技术的进步和消费者对健康生活方式的追求，市场还将有更大的发展空间。

■ 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 10.50%、洽洽食品 9.07%、安井食品 9.04%。

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 1286.34 亿元、五粮液 237.87 亿元、伊利股份 174.83 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	12
2.1 板块整体指数表现	12
2.2 个股行情表现	12
2.3 板块及子行业估值水平	13
2.4 陆股通活跃个股表现情况	13
3 行业重要数据跟踪	14
3.1 白酒板块	14
3.2 啤酒板块	15
3.3 乳制品板块	16
4 成本及包材端重要数据跟踪	17
4.1 肉制品板块	17
4.2 大宗原材料及包材相关	18
5 上市公司重要公告整理	19
6 行业要闻	20
7 风险提示	21

图

图 1: 本周市场表现 (%)	12
图 2: 本周食品饮料子行业表现 (%)	12
图 3: 本周一级行业表现 (%)	12
图 4: 指数成分股涨幅 TOP10 (%)	13
图 5: 指数成分股跌幅 TOP10 (%)	13
图 6: 截至本周收盘 PE_ttm (x) 前十大一级行业	13
图 7: 截至本周收盘食品饮料子行业 PE_ttm (x)	13
图 8: 本周陆股通持股比例 TOP10	14
图 9: 本周外资持有市值 TOP10	14
图 10: 本周陆股通增减持比例 TOP10 (%)	14
图 11: 飞天茅台批价走势	15
图 12: 五粮液批价走势	15
图 13: 白酒产量月度跟踪	15
图 14: 白酒价格月度跟踪	15
图 15: 啤酒月度产量跟踪	16
图 16: 进口啤酒月度量价跟踪	16
图 17: 国内啤酒平均价格	16
图 18: 生鲜乳价格指数跟踪	16
图 19: 酸奶及牛奶零售价跟踪	16
图 20: 婴幼儿奶粉价格跟踪	17
图 21: 猪肉平均批发价	17
图 22: 猪肉平均零售价	17

图 23: 鸡肉平均批发价	18
图 24: 鸡肉平均零售价	18
图 25: 大豆价格跟踪	18
图 26: 豆粕价格跟踪	18
图 27: 布伦特原油价格跟踪	18
图 28: 塑料价格指数跟踪	18
图 29: 瓦楞纸价格跟踪	19
图 30: 箱板纸价格跟踪	19

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) 1-6 月烟酒商品零售额同比增长 10%：7 月 15 日，国家统计局公布 2024 年 6 月份社会消费品零售总额主要数据。数据显示，6 月，粮油、食品类商品零售额达 1833 亿元，同比增长 10.8%；烟酒类商品零售额达 503 亿元，同比增长 5.2%。1-6 月，粮油、食品类商品零售额达 10353 亿元，同比增长 9.6%；烟酒类商品零售额达 3055 亿元，同比增长 10%。

2) 前 6 月规上白酒产量 214.7 万千升，同比增长 3.0%：国家统计局数据显示，6 月，中国规模以上企业白酒（折 65 度，商品量）产量 37.4 万千升，同比增长 2.2%；啤酒产量 411.0 万千升，同比下降 1.7%；葡萄酒产量 1.1 万千升，同比下降 26.7%。1-6 月，中国规模以上企业累计白酒（折 65 度，商品量）产量 214.7 万千升，同比增长 3.0%；啤酒产量 1908.8 万千升，同比增长 0.1%；葡萄酒产量 6.0 万千升，同比下降 6.3%。

3) 仁怀白酒产值首破千亿：7 月 15 日，以“让酱酒 更美好”为主题的中国酱香白酒包装设计对话会议在贵州仁怀中国·酒都酒包材市场启幕。仁怀市委副书记、市长李颖表示，今年全市酱酒产业总产值首破千亿大关，同比增长 14.2%，现有规模以上酒企 133 家、产值亿元以上企业 32 家。同时，仁怀包材产业欣欣向荣，今年产值已达到 5.84 亿元，直接或间接从事白酒生产、销售、物流等人员达到 20 万人。

4) 五粮液上半年目标“双过半”：7 月 16 日，五粮液集团（股份）公司召开 2024 年上半年经济运行分析会，回顾总结上半年工作成效，深入剖析问题，安排部署下半年重点工作。五粮液集团（股份）公司党委书记、董事长曾从钦表示，今年以来，五粮液集团坚持“稳中求进、以进促稳、提质增效、多作贡献”工作总基调，实现了“时间过半、任务过半”目标。围绕全年目标任务，要继续按照“稳中求进、以进促稳、提质增效、多作贡献”工作总基调，坚持先立后破、稳扎稳打，进一步固根基、扬优势、补短板，确保全年经营目标圆满实现。

5) 宜宾加快推进五粮液高质量倍增工程：据宜宾发布消息，7 月 17 日，市委副书记、市长廖文彬率队到五粮液 10 万吨生态酿酒项目（二期）、智能酿造示范线、集中式污水处理等项目现场，实地调研督导五粮液高质量倍增工程部分项目推进情况，并主持召开五粮液高质量倍增工程指挥部 2024 年第二次会议。廖文彬强调，五粮液集团和市级有关部门、翠屏区、叙州区要进一步提高政治站位，全力推动五粮液高质量倍增工程各项工作，加快建设世界级优质白酒产业集群。要持续保持发展定力，锚定发展目标不动摇，深入实施“做强主业、做优多元、做大平台”发展战略，力

争早日进军世界 500 强。

6) 茅台葡萄酒龙年生肖酒上线 i 茅台: i 茅台发布消息, 茅台葡萄酒甲辰龙年生肖纪念酒将上线, 7 月 19 日-9 月 19 日, 购买茅台葡萄酒甲辰龙年生肖纪念酒的用户将享受活动价 988 元/盒 (原价 1488 元/盒) 的限时抢购。另外, i 茅台 App 还推出“买 5 盒赠 1 盒, 再加赠茅台葡萄酒 20 周年纪念酒”的超级回馈活动, 如果是 1940 年、1952 年、1964 年、1976 年、1988 年、2000 年出生的用户, 还将额外获赠海马刀开瓶器。

7) 2024 “汾酒试点”伏曲大典举行: 7 月 15 日, 正值“入伏”第一天, 2024 “汾酒试点”伏曲大典在汾酒举行。资料显示, 2024 “汾酒试点”是中国酒业“传承中创新、创新中传承”高质量创新发展道路的样板项目、1 号工程。2024 “汾酒试点”将继承“敬仰传统、尊重规律、立足一线、知行合一、方向明确、办法具体”1964 “汾酒试点”精神, 围绕 4 个方向, 开展 19 个专题、99 个项目的“41999”工程。本次伏曲大典是 2024 “汾酒试点”的开篇之作, 后续将有一大批项目逐步展开。

8) 洋河、酒仙推出百年洋河: 7 月 16 日, 酒仙集团与洋河股份打造的新品“百年洋河”上市。酒仙集团董事长郝鸿峰表示, 随着市场竞争的加剧和消费者需求的多样化, 经销商面临着更大的挑战。经销商需要积极调整渠道结构和产品结构, 提升服务水平和市场竞争力, 以应对市场的变化。洋河股份电商运营中心总经理刘聪聪表示, 这次百年洋河双方共同打磨了一年多, 拿出了十足的诚意, 是洋河的扛鼎之作。

9) 泸州老窖宣布开拓啤酒市场: 7 月 16 日, 泸州老窖在互动平台宣布, 公司已拓展至酒业务领域。泸州老窖作为中国知名的白酒生产企业, 此次业务拓展显示了其对市场变化的响应和适应能力。随着消费者对啤酒产品需求的增加, 泸州老窖期望通过进入啤酒市场来增强自身的市场竞争力。

10) 今世缘“决战 100 天”冲刺年度目标: 据今世缘酒业官微消息, 7 月 17 日, 今世缘酒业召开“决战 100 天, 决胜全年度”誓师大会, 会上, 今世缘酒业党委书记、董事长、总经理顾祥悦指出, 决战决胜全年目标任务, 拼的是精气神。要以“不达目的不罢休”的拼劲、韧劲、冲劲, 坚定不移完成全年目标任务; 决战决胜全年目标任务, 拼的是责任心。要强化“交卷”意识, 按照既定的时间表、路线图、任务书、责任状, 大干快上、分秒必争; 决战决胜全年目标任务, 拼的是硬作风。要把更多的“不可能”变成“可能”, 把更多的“办得到”变成“办得好”, 真正用“铁肩膀”挑起“千斤担”。

休闲零食: 盐津劲仔实控人均发布中期分红提议, 企业经营稳健向好。 盐津实际控制人、董事长、持股 5% 以上股东张学武先生于 2024 年 7 月 11 日提议向全体股东每 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。劲仔实际控制人、董事长、持股 5% 以上股东周劲松先生于 2024 年 7 月 17 日提议 2024

年度中期分红方案如下：向全体股东每 10 股派发现金红利 1 元（含税），不送红股，不以资本公积金转增股本。我们认为，两家公司均于上周发布 2024 年中期业绩预告，此番提出中期分红方案，体现出公司经营稳健，乐意分享发展成果，看好两家公司的长远发展。

啤酒：燕京啤酒文化节盛大启幕，乌苏推 40 周年献礼啤酒。7 月 12 日，第 33 届北京国际燕京啤酒文化节在中国国际展览中心顺义馆盛大开幕。本届啤酒节从 7 月 12 日至 7 月 21 日，连续十天，以啤酒文化为载体，以“啤酒+N”的理念为依托，通过啤酒+美食、啤酒+鲜花、啤酒+邮政、啤酒+音乐、啤酒+游乐、啤酒+市集等多种形式，给消费者打造“吃喝玩乐一站式体验”的夏日盛会。新疆知名啤酒品牌乌苏啤酒则推出“我的阿勒泰同款大乌苏”，酒精度>4.1%vol，作为建厂 40 周年的特别献礼。我们认为，夏季作为啤酒旺季，各大酒企通过文化节、推新品等营销手段触达消费者，力求旺季实现销量突破，静待二季度业绩。

软饮：华润饮料获证监会备案通知书，拟在香港联交所上市。近日，证监会发布 Beverage (Holdings) Company Limited（华润饮料（控股）有限公司）赴港上市备案通知书。该公司拟发行不超过 405,882,200 股境外上市普通股并在香港联合交易所上市。华润饮料拥有“怡宝”、“至本清润”、“蜜水系列”、“假日系列”及“佐味茶事”等 13 个品牌，覆盖包装饮用水、茶饮料、果汁饮料、运动饮料、咖啡饮料，共计 56 个 SKU。按 2023 年零售额计，其是中国第五大即饮软饮企业、第二大包装饮用水企业及最大的饮用纯净水企业。华润饮料表示，IPO 募集所得资金净额将主要用于战略性扩张和优化产能，以提高整体供应链效率；加速销售渠道扩张并提升渠道效率；进行销售和营销活动；增强产品研发能力，以持续拓展新的产品品类和单品；数字化升级从而提高运营效率；适时参与潜在投资和并购机会；以及用作营运资金及作一般公司用途。

速冻：步入餐饮传统旺季，各大企业集中上新。七月正式步入餐饮业的传统旺季，近期，餐饮供应链、食品企业等陆陆续续推下半年爆款和新品，抢占市场先机。产品主要聚焦饮品甜点、烧烤、中餐、西餐等多种消费场景。三全食品和湾仔码头各推出自己的明星产品——鲜饺。千味央厨，上新旗下品牌味宝熟制粉圆，公司首推夏日饮品和相关配料，帮助其客户抓住季节性商机，增加销售额。锅圈食汇，7 月上新烧烤宵夜，推出麻辣龙虾尾、麻辣小郡肝、麻辣鸡脚筋、奥尔良风味掌中宝串、欧式烟熏肉片、榆园酸菜等，配合火热观赛季。我们认为，餐供企业聚焦多消费场景集中上新，有望借助餐饮传统旺季带动下半年业绩增量。

调味品：海天发布“提质增效重回报”行动方案，蓄力高质量发

展。7月18日，海天味业为推动公司高质量发展，切实保障和维护投资者合法权益，结合自身发展战略、经营情况及财务状况，制定了“提质增效重回报”行动方案。公司高度重视投资者的合理回报，实施积极稳定的利润分配政策，为投资者带来长期、稳定的投资回报。2024年，公司向全体股东分配2023年度现金股利占公司2023年度合并报表归属于母公司股东净利润比例为65.06%，现金分红比例同比上年提升12.72%，上市至今累计分红总额超过260亿元，是募集资金总额的13.6倍，年均分红比例为57.12%。未来，公司将深入贯彻《国务院关于加强监管防范风险推动资本市场高质量发展的若干意见》精神，以公司可持续发展、与投资者共享企业发展成果为根本，注重对股东的合理回报，力争保持公司利润分配政策的连续性和稳定性。在主业发展方面，公司表示未来将聚焦调味品主业发展，持续优化产品结构、提升产品品质、加强品牌与用户的多维互动，持续夯实既有核心竞争力，并持续打造新的竞争力，推进企业高质量发展。

冷冻烘焙：泸溪河开放加盟，提振赛道信心。新中式烘焙赛道品牌“泸溪河”正式对外开放加盟。据品牌方介绍，此次仅开放单店合作模式，可选择“档口店”和“近店式”两种店型，不存在任何以区域形式合作的模式，具体加盟细则尚未披露。据窄门餐眼数据，截至2024年7月5日，泸溪河的门店共有462家，大多集中在一二线城市，省份集中度高达44.16%，或许借助于加盟模式，泸溪河会慢慢开始布局下沉市场。据前瞻产业研究院数据显示，中式糕点在2018年的市场规模已超过千亿元，预计在2025年将突破2万亿元，未来随着技术的进步和消费者对健康生活方式的追求，市场还将有更大的发展空间。

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现、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

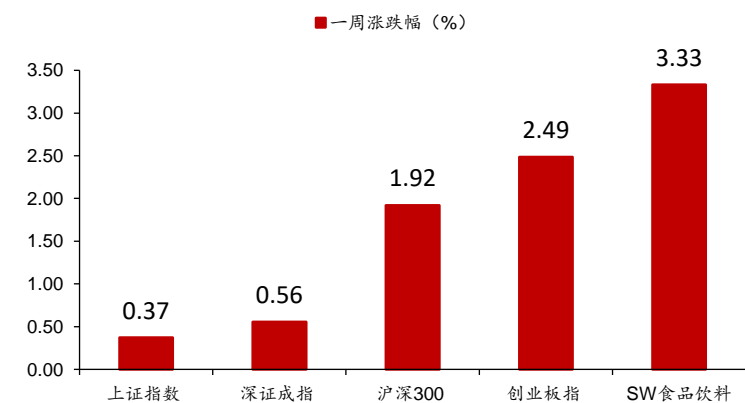
2.1 板块整体指数表现

本周 SW 食品饮料指数上涨 3.33%，相对沪深 300 跑赢 1.41pct。沪深 300 上涨 1.92%，上证指数上涨 0.37%，深证成指上涨 0.56%，创业板指上涨 2.49%。

在 31 个申万一级行业中，食品饮料排名第 2。

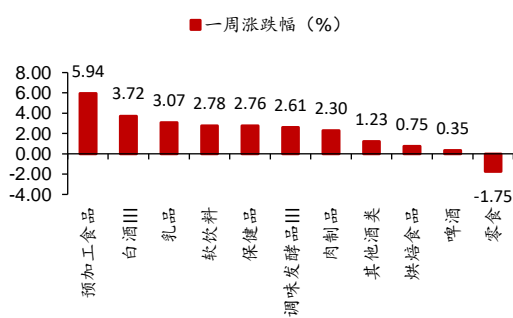
本周 SW 食品饮料各二级行业中，预加工食品上涨 5.94%，白酒上涨 3.72%，乳品上涨 3.07%。

图 1：本周市场表现 (%)



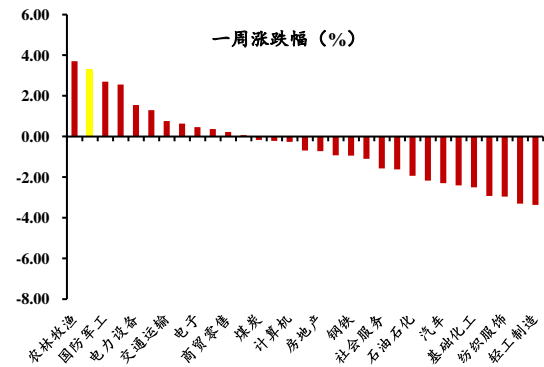
资料来源：Wind，上海证券研究所

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

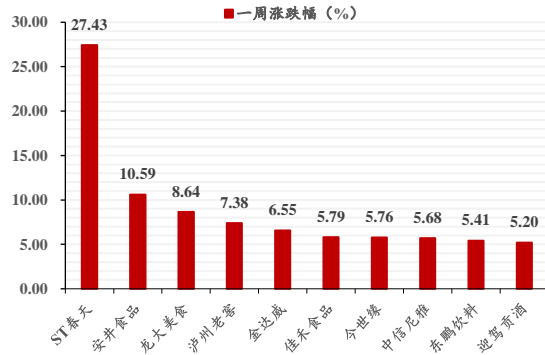
2.2 个股行情表现

本周食品饮料行业涨幅排名前五的个股为 ST 春天上涨 27.43%、安井食品上涨 10.59%、龙大美食上涨 8.64%、泸州老窖上涨 7.38%、金达威上涨 6.55%；排名后五的个股为品渥食品下跌

请务必阅读尾页重要声明

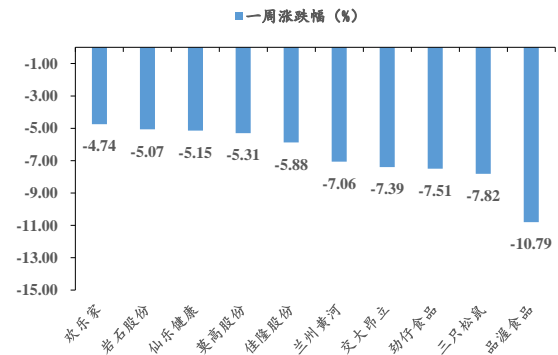
10.79%、三只松鼠下跌 7.82%、劲仔食品下跌 7.51%、交大昂立下跌 7.39%、兰州黄河下跌 7.06%。

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 (%)



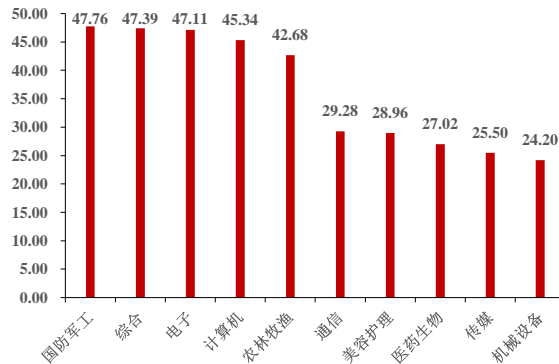
资料来源：Wind，上海证券研究所

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 20.16x，位居 SW 一级行业第 17。

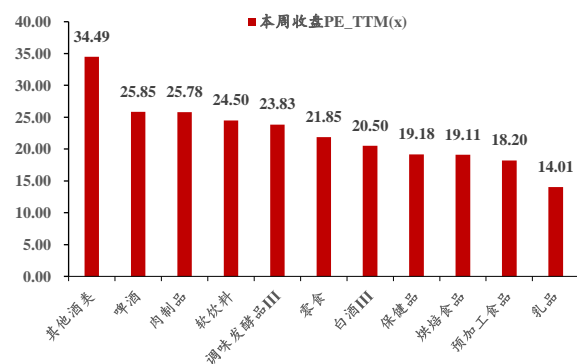
从食品饮料子行业来看，估值排名前三的子行业为其他酒类 34.49x，啤酒 25.85x，肉制品 25.78x。

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 10.50%、洽洽食品 9.07%、安井食品 9.04%。

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 1286.34 亿元、五粮液 237.87 亿元、伊利股份 174.83 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	10.50
洽洽食品	9.07
安井食品	9.04
贵州茅台	6.71
中炬高新	6.58
重庆啤酒	6.36
三只松鼠	5.73
东鹏饮料	5.15
五粮液	4.59
今世缘	4.10

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	1,286.34
五粮液	237.87
伊利股份	174.83
山西汾酒	73.04
海天味业	70.62
泸州老窖	63.48
东鹏饮料	49.34
洋河股份	32.44
今世缘	26.30
安井食品	21.46

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千味央厨增持0.51%、中炬高新增持0.40%、岩石股份增持0.25%；陆股通减持前三的个股为老白干酒减持0.58%、洽洽食品减持0.50%、泉阳泉减持0.35%。

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 (%)
千味央厨	0.51	老白干酒	-0.58
中炬高新	0.40	洽洽食品	-0.50
岩石股份	0.25	泉阳泉	-0.35
安井食品	0.25	莲花健康	-0.27
金达威	0.20	三只松鼠	-0.24
海南椰岛	0.19	山西汾酒	-0.22
劲仔食品	0.19	顺鑫农业	-0.14
青岛啤酒	0.17	双汇发展	-0.12
绝味食品	0.15	迎驾贡酒	-0.10
涪陵榨菜	0.11	泸州老窖	-0.10

资料来源：Wind，上海证券研究所

3 行业重要数据跟踪

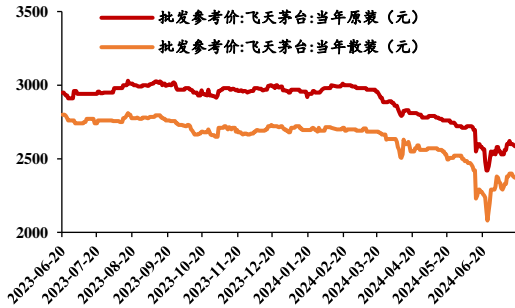
3.1 白酒板块

根据 wind 信息整理，截至 2024 年 7 月 19 日，飞天茅台当年原装和散装批发参考价分别为 2585 元和 2370 元；截至 2024 年 7 月 19 日，五粮液普五（八代）批发参考价为 960 元。

2024 年 6 月，全国白酒产量 37.40 万千升，当月同比上升 2.20%。2024 年 3 月全国 36 大中城市日用工业消费品白酒 500ml

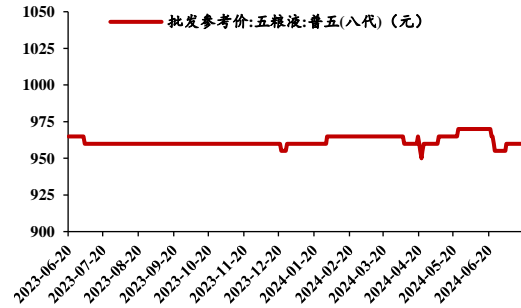
左右 52 度高档平均价格 1220.85 元/瓶，白酒 500ml 左右 52 度中低档平均价格 178.01 元/瓶。

图 11: 飞天茅台批价走势



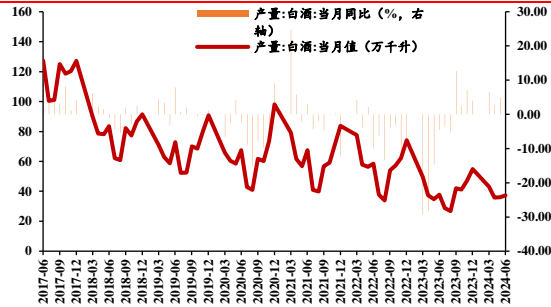
资料来源: Wind, 上海证券研究所

图 12: 五粮液批价走势



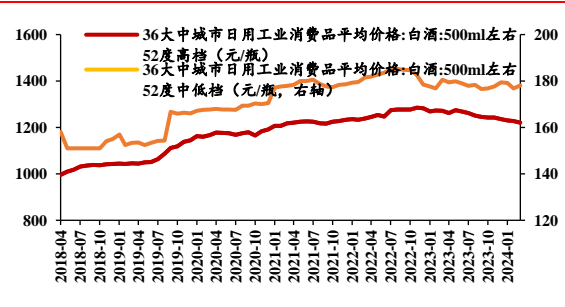
资料来源: Wind, 上海证券研究所

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

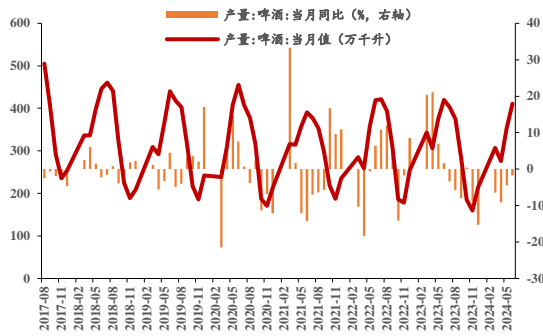


资料来源: Wind, 国家发改委, 上海证券研究所

3.2 啤酒板块

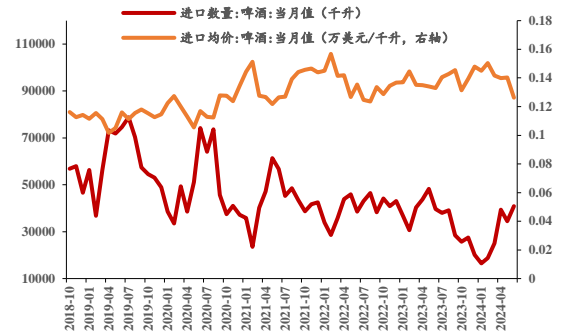
2024 年 6 月，全国啤酒产量 411.00 万千升，同比减少 1.70 %。2024 年 6 月全国啤酒进口数量 4.09 万千升。2024 年 3 月全国 36 大中城市日用工业消费品啤酒罐装 350ml 左右平均价格 4.15 元/罐，啤酒瓶装 630ml 左右平均价格 5.17 元/瓶。

图 15: 啤酒月度产量跟踪



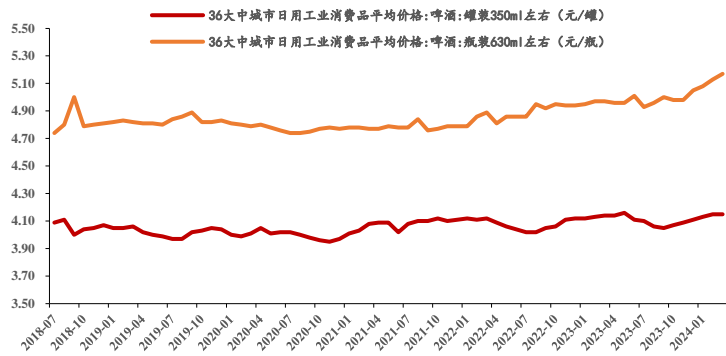
资料来源: Wind, 国家统计局, 上海证券研究所

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

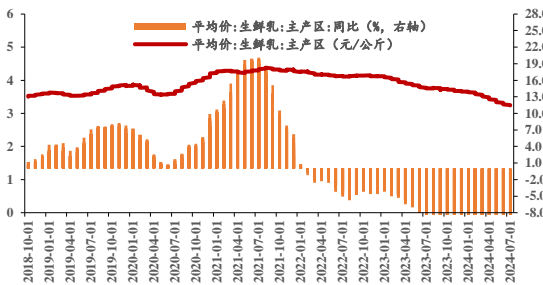


资料来源: Wind, 国家发改委, 上海证券研究所

3.3 乳制品板块

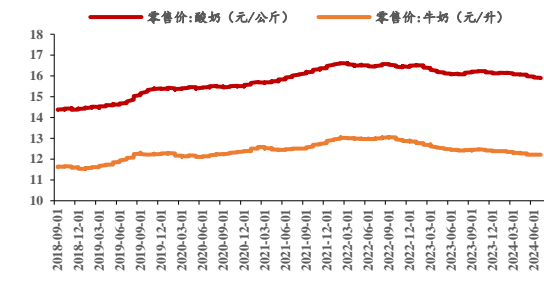
截至 2024 年 7 月 11 日, 全国生鲜乳主产区平均价格 3.24 元/公斤。截至 2024 年 7 月 12 日, 全国酸奶零售价 15.98 元/公斤, 牛奶零售价 12.21 元/升。截至 2024 年 7 月 12 日, 国产品牌奶粉零售价格 225.98 元/公斤, 国外品牌奶粉零售价格 268.66 元/公斤。

图 18: 生鲜乳价格指数跟踪



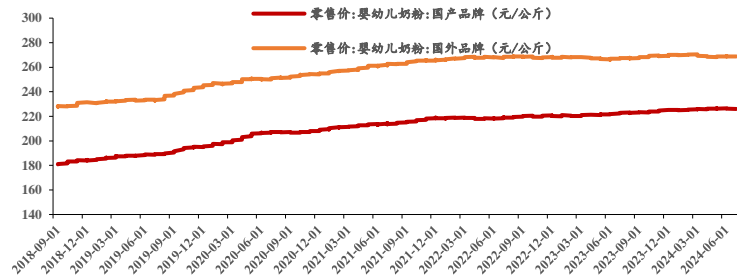
资料来源: Wind, 农业农村部, 上海证券研究所

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



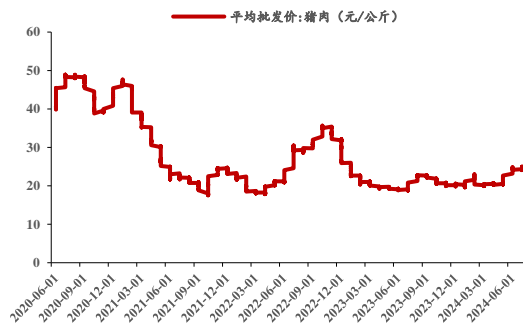
资料来源: Wind, 商务部, 上海证券研究所

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 19 日, 全国猪肉平均批发价 24.87 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 19 日, 全国主产区白羽肉鸡平均价 7.57 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



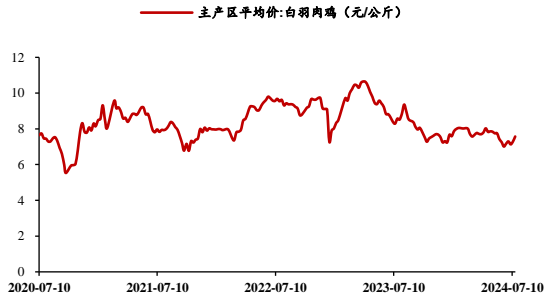
资料来源: Wind, 农业农村部, 上海证券研究所

图 22: 猪肉平均零售价



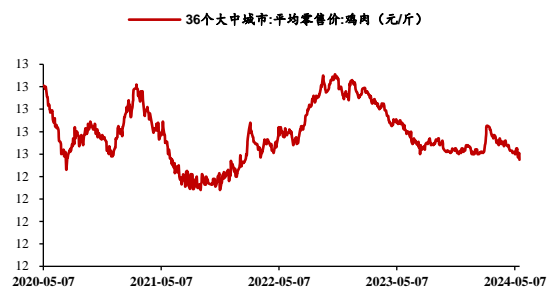
资料来源: Wind, 国家发改委, 上海证券研究所

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

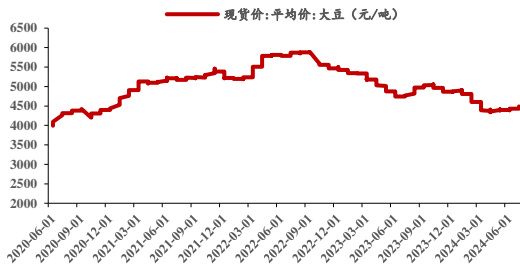


资料来源: Wind, 国家发改委, 上海证券研究所

4.2 大宗原材料及包材相关

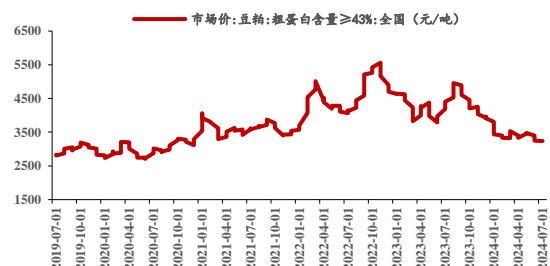
截至 2024 年 7 月 19 日, 全国大豆现货平均价格 4484.74 元/吨。截至 2024 年 7 月 10 日, 全国豆粕(粗蛋白含量 $\geq 43\%$)市场价 3235.60 元/吨。截至 2024 年 7 月 19 日, 英国布伦特 Dtd 原油现货价格 85.35 美元/桶。截至 2024 年 7 月 19 日, 中国塑料城价格指数 887.78。截至 2024 年 7 月 10 日, 全国瓦楞纸(AA 级 120g)市场价格 2628.40 元/吨。截至 2024 年 7 月 18 日, 我国华东市场箱板纸(130gA 级牛卡纸)市场价格 3130.00 元/吨。

图 25: 大豆价格跟踪



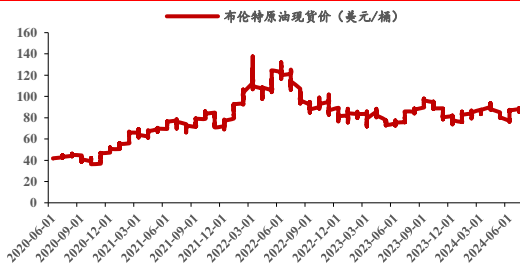
资料来源: Wind, 中国汇易, 上海证券研究所

图 26: 豆粕价格跟踪



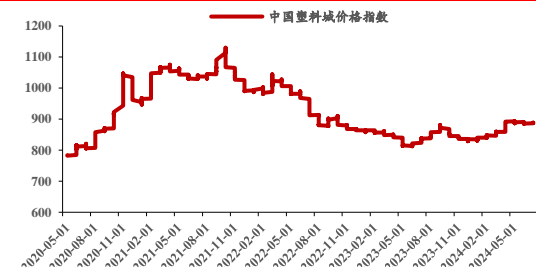
资料来源: Wind, 国家统计局, 上海证券研究所

图 27: 布伦特原油价格跟踪



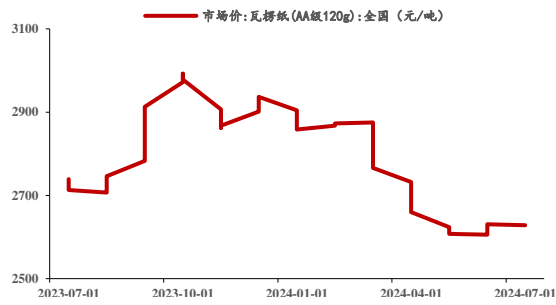
资料来源: Wind, 上海证券研究所

图 28: 塑料价格指数跟踪



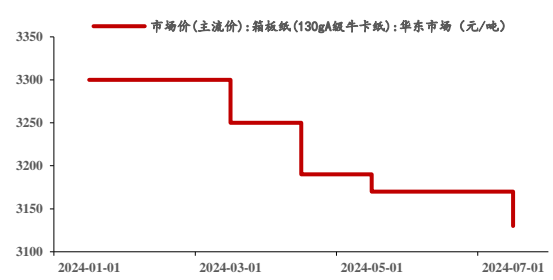
资料来源: Wind, 中塑在线, 上海证券研究所

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

【三只松鼠】2024 年半年度业绩预告: 报告期内, 公司营业收入 50.40-51.00 亿元, 同比增长 74.19 - 76.27%; 净利润 2.855-2.920 亿元, 同比增长 85.85-90.08%; 扣非净利润 2.254-2.310 亿元, 同比增长 207.57-215.21%。其中第二季度营业收入 13.94-14.54 亿元, 同比增长 40.45 - 46.49%; 净利润同比增长 40.25-57.32%; 扣非净利润同比增长 40.13-48.99%。

【山西汾酒】关于变更证券事务代表的公告: 因工作调整原因, 王普向先生不再担任公司证券事务代表职务, 公司及公司董事会对王普向先生任职证券事务代表期间为公司所做出的贡献表示衷心感谢。公司于 2024 年 7 月 15 日召开第八届董事会第五十四次会议, 审议通过了《关于聘任公司证券事务代表的议案》, 同意聘任张弛先生担任公司证券事务代表, 协助董事会秘书开展工作。

【青岛啤酒】关于 A 股限制性股票激励计划首次授予限制性股票第三个解除限售期解锁暨上市公告: 根据《青岛啤酒股份有限公司 A 股限制性股票激励计划(草案)》、《青岛啤酒股份有限公司 A 股限制性股票激励计划实施考核管理办法》的相关规定以及青岛啤酒股份有限公司 2019 年年度股东大会、2020 年第一次 A 股类别股东会议及 2020 年第一次 H 股类别股东会的授权, 公司第十届董事会 2024 年第六次临时会议于 2024 年 7 月 16 日审议通过了《关于 A 股限制性股票激励计划首次授予限制性股票第三个解除限售期解除限售条件成就的议案》。本次股票上市类型为股权激励股份; 股票认购方式为网下, 上市股数为 4,235,863 股。本次股票上市流通总数为 4,235,863 股。本次股票上市流通日期为 2024 年 7 月 24 日。

6 行业要闻

1、1-6月烟酒商品零售额同比增长10%：7月15日，国家统计局公布2024年6月份社会消费品零售总额主要数据。数据显示，6月，烟酒类商品零售额达503亿元，同比增长5.2%；1-6月，烟酒类商品零售额达3055亿元，同比增长10%。（酒说）

2、前6月规上白酒产量214.7万千升，同比增长3.0%：国家统计局数据显示，6月，中国规模以上企业白酒（折65度，商品量）产量37.4万千升，同比增长2.2%；啤酒产量411.0万千升，同比下降1.7%；葡萄酒产量1.1万千升，同比下降26.7%。1-6月，中国规模以上企业累计白酒（折65度，商品量）产量214.7万千升，同比增长3.0%；啤酒产量1908.8万千升，同比增长0.1%；葡萄酒产量6.0万千升，同比下降6.3%。（酒说）

3、仁怀白酒产值首破千亿：7月15日，以“让酱酒更美好”为主题的中国酱香白酒包装设计对话会议在贵州仁怀中国·酒都酒包材市场启幕。仁怀市委副书记、市长李颖表示，今年全市酱酒产业总产值首破千亿大关，同比增长14.2%，现有规模以上酒企133家、产值亿元以上企业32家。同时，仁怀包材产业欣欣向荣，今年产值已达到5.84亿元，直接或间接从事白酒生产、销售、物流等人员达到20万人。（酒说）

4、五粮液上半年目标“双过半”：7月16日，五粮液集团（股份）公司召开2024年上半年经济运行分析会，回顾总结上半年工作成效，深入剖析问题，安排部署下半年重点工作。五粮液集团（股份）公司党委书记、董事长曾从钦表示，今年以来，五粮液集团坚持“稳中求进、以进促稳、提质增效、多作贡献”工作总基调，实现了“时间过半、任务过半”目标。围绕全年目标任务，要继续按照“稳中求进、以进促稳、提质增效、多作贡献”工作总基调，坚持先立后破、稳扎稳打，进一步固根基、扬优势、补短板，确保全年经营目标圆满实现。（中国酒业协会 CADA）

5、宜宾加快推进五粮液高质量倍增工程：据宜宾发布消息，7月17日，市委副书记、市长廖文彬率队到五粮液10万吨生态酿酒项目（二期）、智能酿造示范线、集中式污水处理等项目现场，实地调研督导五粮液高质量倍增工程部分项目推进情况，并主持召开五粮液高质量倍增工程指挥部2024年第二次会议。廖文彬强调，五粮液集团和市级有关部门、翠屏区、叙州区要进一步提高政治站位，全力推动五粮液高质量倍增工程各项工作，加快建设世界级优质白酒产业集群。要持续保持发展定力，锚定发展目标不动摇，深入实施“做强主业、做优多元、做大平台”发展战略，力争早日进军世界500强。（酒业家）

6、茅台葡萄酒龙年生肖酒上线 i 茅台：i 茅台发布消息，茅台葡萄酒甲辰龙年生肖纪念酒将上线，7月19日-9月19日，购买茅台葡萄酒甲辰龙年生肖纪念酒的用户将享受活动价988元/盒（原价1488元/盒）的限时抢购。另外，i 茅台 App 还推出“买5盒赠

1 盒，再加赠茅台葡萄酒 20 周年纪念酒”的超级回馈活动，如果是 1940 年、1952 年、1964 年、1976 年、1988 年、2000 年出生的用户，还将额外获赠海马刀开瓶器。(酒说)

7、2024 “汾酒试点”伏曲大典举行：7 月 15 日，正值“入伏”第一天，2024 “汾酒试点”伏曲大典在汾酒举行。资料显示，2024 “汾酒试点”是中国酒业“传承中创新、创新中传承”高质量创新发展道路的样板项目、1 号工程。2024 “汾酒试点”将继续继承“敬仰传统、尊重规律、立足一线、知行合一、方向明确、办法具体”1964 “汾酒试点”精神，围绕 4 个方向，开展 19 个专题、99 个项目的“41999”工程。本次伏曲大典是 2024 “汾酒试点”的开篇之作，后续将有一大批项目逐步展开。(酒说)

8、洋河、酒仙推出百年洋河：7 月 16 日，酒仙集团与洋河股份打造的新品“百年洋河”上市。酒仙集团董事长郝鸿峰表示，随着市场竞争的加剧和消费者需求的多样化，经销商面临着更大的挑战。经销商需要积极调整渠道结构和产品结构，提升服务水平 and 市场竞争力，以应对市场的变化。洋河股份电商运营中心总经理刘聪聪表示，这次百年洋河双方共同打磨了一年多，拿出了十足的诚意，是洋河的扛鼎之作。(酒说)

9、泸州老窖宣布开拓啤酒市场：7 月 16 日，泸州老窖在互动平台宣布，公司已拓展至酒业务领域。泸州老窖作为中国知名的白酒生产企业，此次业务拓展显示了其对市场变化的响应和适应能力。随着消费者对啤酒产品需求的增加，泸州老窖期望通过进入啤酒市场来增强自身的市场竞争力。(酒说)

10、今世缘“决战 100 天”冲刺年度目标：据今世缘酒业官微消息，7 月 17 日，今世缘酒业召开“决战 100 天，决胜全年度”誓师大会，会上，今世缘酒业党委书记、董事长、总经理顾祥悦指出，决战决胜全年目标任务，拼的是精气神。要以“不达目的不罢休”的拼劲、韧劲、冲劲，坚定不移完成全年目标任务；决战决胜全年目标任务，拼的是责任心。要强化“交卷”意识，按照既定的时间表、路线图、任务书、责任状，大干快上、分秒必争；决战决胜全年目标任务，拼的是硬作风。要把更多的“不可能”变成“可能”，把更多的“办得到”变成“办得好”，真正用“铁肩膀”挑起“千斤担”。(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。