



**上海证券**  
SHANGHAI SECURITIES

## 承上启下把握高质量发展， 多酒企召开半年度工作会议

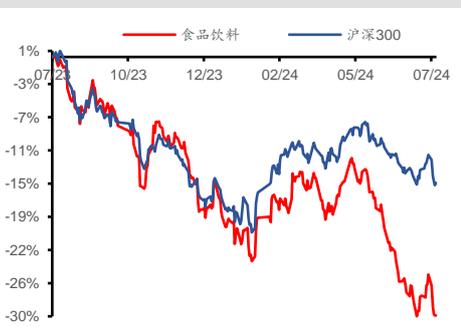
——食品饮料行业周报 20240722-20240728

### 增持（维持）

行业：食品饮料  
日期：2024年07月28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：

《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》

——2024 年 07 月 21 日

《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

#### ■ 投资要点：

本周行业要闻：1) 贵州茅台酒 2024 年半年市场工作会召开，明确向“新商务”转型：7 月 23 日，贵州茅台酒 2024 年半年市场工作会在茅台会议中心召开，深入学习贯彻党的二十届三中全会精神，全面总结茅台酒上半年市场营销工作，进一步分析发展面临的“时”与“势”，明确市场工作的“道”与“术”，为完成茅台酒年度目标、集团年度目标，以及高质量穿越本轮周期统一思想、凝聚共识。会议明确，在“三期叠加”复杂市场形势下，解决供需适配痛点问题的转型势在必行。贵州茅台酒要主动向“新商务”转型，做好“三个转型”，即客群转型、场景转型和服务转型。这是自 2013 年提出“由公务向商务转变”之后，茅台提出的又一次重大转型。

2) 茅台酱香酒公司多地召开半年营销工作会：近日，茅台酱香酒公司广东二区、浙江一二三区、山东二区、河北一区别在当地召开 2024 年半年营销工作会，会上多地全体经销商及省区人员全面学习酱香酒公司 2024 年半年营销工作会精神，系统总结上半年茅台酱香系列酒在当地的营销工作，统筹部署下半年工作。面对新的局势、新的未来，会上各地经销商还分别围绕市场变化的应对策略及措施，提出了意见建议。他们表示，愿意同酱香酒公司一起主动求变、努力破圈，奋力完成下半年目标任务。

3) 茅台、五粮液等 5 家酒企入选胡润国潮品牌榜：7 月 23 日，《2024 深圳市盐田区·胡润国潮品牌百强榜》发布，其中贵州茅台、五粮液、珠江啤酒入选经典国潮品牌 TOP20、历史最久国潮品牌 TOP10，江小白、梅见入选新兴国潮品牌 TOP80。此外，贵州茅台、华为、五粮液，被列为价值最高的国潮品牌前三名，梅见跻身最年轻的国潮品牌 TOP10。

4) “茅五泸汾洋古”，7 酒企跻身全球烈酒 TOP10：7 月 23 日，Brand Finance 发布《2024 年全球最具价值酒类品牌榜单报告》。茅台连续第九年保持全球最有价值烈酒品牌的地位，其品牌价值达到 501 亿美元，相比 2023 年增长 3.52 亿美元；五粮液紧随其后排名第二，品牌价值为 259 亿美元；泸州老窖则排名第三，品牌价值为 82 亿美元；汾酒以 72 亿美元位居第四；洋河以 63 亿美元稳居第五；古井贡酒以 44 亿美元位列第七。

5) 五粮液企业改革提出四个“突出”要求：7 月 22 日，五粮液集团（股份）公司召开党委（扩大）会议。会议提出，要瞄准改革重点、持续精准发力，以全面深化改革成效提升五粮液高质量发展能级。会议同时提出四个“突出”要求，包括突出全面深化改革的价值导向，围绕建设世界一流企业整体研究谋划改革行动方案，让改革举措更有针对性和实效性；突出全面深化改革的浓香味道，聚焦酒业主业高质量发展、多元产业结构布局、现代化治理等方面推进体制机制改革，面向市场塑造五粮液的独特竞争优势；突出全面深化改革的系统集成，坚持系统观念，统筹五粮液文化事业、生态保护和绿色发展、增进员工群众福祉等各方面改革，形成改革合力；突出全面深化改革的根本保证，坚持“两个一以贯之”，健全全面从严治党体系，以改革实效推动和美事业不断前进。

**6) 宜宾酒产业增值9%:** 2024年上半年, 宜宾地区生产总值为1694.93亿元, 同比增长6.7%。从工业方面看, 工业保持快速增长。上半年, 全市规模以上工业增加值同比增长11.8%; 规模以上工业企业产品销售率为97.4%。“4+4+4”产业增加值同比增长11.8%, 其中酒类增长9.0%。

**7) 泸州酒协召开半年工作会:** 7月23日, 泸州市酒类行业协会在郎酒庄庄园召开2024年半年工作会。泸州市酒类行业协会会长、泸州老窖股份有限公司副总经理、总工程师沈才洪表示, 未来协会一是要持续推进产区建设, 打造泸酒品牌梯队, 助力泸酒走向全国; 二是聚焦人才培养推动酒业人才建设, 进一步加大酒业人才培养力度, 提升我市白酒品评技能水平, 推动专业技术队伍建设; 三是加强协会自身建设, 建立对外沟通交流平台, 主动靠前为酒类企业提供优质服务。

**8) 泸州老窖·大时代运营中心揭牌:** 7月20日, 泸州老窖·大时代运营中心揭牌仪式暨成都麦领科技有限公司开业仪式在成都圆满举行。揭牌仪式上, 中华全国供销总社、泸州老窖、成都麦领科技有限公司三方领导共同为泸州老窖·大时代运营中心揭牌。据悉, 2023年11月, 中华全国供销总社、泸州老窖股份有限公司、成都麦领科技有限公司共同推出了联合品牌——泸州老窖·大时代。该品牌以“供献国民级高品质名酒”为定位, 包括复兴版、改革版、建设版及简装版4款产品。

**9) 衡水老白干举行上半年度营销、技术、质量交流会:** 7月20-21日, 河北衡水老白干酒业股份有限公司2024年上半年营销交流会及2024年技术、质量交流会举行。营销交流会中, 各事业部负责人分别就上半年度企业发展情况及营销数据进行汇报与剖析, 并强调: 加强高端圈层的拓展, 稳定产品价格, 坚持长期主义, 深度聚焦战略产品, 打造新的增长级, 加强渠道管控, 增强企业品牌活化, 促进消费者B端与C端的有效联动。在质量、技术交流会中, 各事业部针对基酒质量提高的项目提出了关键措施、优化相关工作流程, 加强了质量管理体系的评估与交流, 将技术营销一体化将列入重点议题讨论, 为白酒研发的提升、赋能销售市场提供有力支持。

**休闲零食: 卫龙发布业绩预告, 全渠道战略颇有成效。** 7月25日, 卫龙发布盈喜预告称预计上半年将录得净利润5.99-6.22亿元, 较去年同期的4.47亿元同比增长34-39%。对于净利润预期增长的原因, 卫龙表示: 一方面, 公司积极推进全渠道建设和品牌建设, 线上线下收入均稳步提升; 另一方面, 产能利用率提升及部分原材料价格下降, 整体毛利率水平提升。我们认为, 卫龙发展势能向好, 产品结构调整带动平均售价提升, 叠加全渠道建设完善和原料价格下行等利好因素, 带动整体业绩增长, 全年业绩可期。

**啤酒: 奥运开幕在即, 啤酒有望再迎销量高潮。** 2024年作为体育大年, 重大赛事给啤酒经济带来机会。青岛啤酒电商端口数据显示, 2024欧洲杯开赛初期, 青岛啤酒旗下经典系列的成交箱数超过18万, 同比增长17%; 精品原浆的成交箱数近8千, 同比高涨104%。饿了么数据同样显示, 欧洲杯开赛以来, 啤酒销量环比增长明显。继欧洲杯赛事之后, 巴黎奥运会即将到来。我们认为, 啤酒作为具备社交属性的重要观赛搭子, 奥运期间各酒企销量有望有所突破。

**软饮: 大包装饮料热度攀升, 成为行业增长新亮点。** 继去年东方树叶推出900ml装, 东鹏饮料的1L装“补水啦”电解质饮料, 还有饮品界“老师傅”康师傅上市多年的1L大包装后, 今年夏季, 不少品牌开始

布局大包装饮料，比如 950ml 的外星人电解质水，1L 装的海之言电解质饮料，1.5L 餐饮装的娃哈哈 AD 钙奶，2L 大容量桶装的汇源果汁等等。根据尼尔森数据，600 毫升-1249 毫升的大瓶即饮成为了行业增长的新亮点。我们认为，大包装饮料热度攀升，一方面是夏季气温高，消费者对于饮料的需求量大；另一方面，由于行业纷纷推出大包装饮料，消费者逐渐习惯更具性价比的大包装饮料，大包装饮料势头也有望延续。

**速冻：冷冻食品行业经济运行报告发布，板块发展趋势向好。**近日，中国食协冷冻冷藏食品专业委员会发布《2023 年冷冻冷藏食品行业经济运行报告》提到，2023 年冷冻冷藏食品行业运行稳定，受下游餐饮行业复苏拉动，冷冻冷藏食品工业企业加强产品创新研发，供应正餐、团餐、小吃、火锅的食材、涮品、主食、甜品等产品大力拓展，按订单生产预制食品、方便即食食品，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，速冻面米食品将迎来更多发展机遇。冷冻面米食品已成功进入百姓餐桌、团餐等业务渠道，成为消费者日常饮食，预计 2024 年速冻面米市场规模将进一步放大，产量增加，经济效益改善。我们认为，随着速冻板块消费场景拓展、产品种类多样化，预计 2024 年板块发展稳中向好。

**调味品：2024 中国调味品产业高质量发展大会暨首届跨国公司项目合作推介会在临沂举行。**近日，2024 中国调味品产业高质量发展大会暨首届跨国公司项目合作推介会在临沂举行。本次会议为调味品产业链上下游企业提供了展示新产品、新技术及新服务的平台，会议汇集多方优质资源，从品牌营销、渠道升级等多个方面进行了行业的深度探讨。未来，协会将继续发挥平台作用，数智化赋能，为调味品各细分领域搭建综合性服务平台，在品牌、人才、渠道、资本等多个方面发力，共同促进产业融合发展。

**冷冻烘焙：南侨食品集团投资泰国子公司正式揭牌，宣示持续提升跨国竞争力。**近日，南侨食品（曼谷）有限公司在曼谷举行揭牌仪式，南侨食品集团通过设立泰国控股子公司，深度耕耘泰国市场，响应当地客户需求，提供及时的配送和定制化服务，充分利用泰国区位优势，为产品出口东南亚提供便利，更快更好地捕捉东部经济走廊提供的发展机会。本次对外投资设立控股子公司符合公司布局海外、加大国际市场参与度的经营方向，在更大范围内和更深层次上寻找和挖掘市场潜力和空间，进一步拓展公司国际业务，提升长期盈利能力，提升海外市场品牌力及竞争力。

### ■ 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 10.08%、安井食品 9.08%、洽洽食品 8.98%。

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 1178.50 亿元、五粮液 216.25 亿元、伊利股份 159.54 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。

#### ■ 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

<b>1 本周周度观点及投资建议</b> .....	<b>7</b>
1.1 周度观点 .....	7
1.2 投资建议 .....	10
<b>2 本周市场表现回顾</b> .....	<b>11</b>
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
<b>3 行业重要数据跟踪</b> .....	<b>13</b>
3.1 白酒板块 .....	13
3.2 啤酒板块 .....	14
3.3 乳制品板块 .....	15
<b>4 成本及包材端重要数据跟踪</b> .....	<b>16</b>
4.1 肉制品板块 .....	16
4.2 大宗原材料及包材相关 .....	17
<b>5 上市公司重要公告整理</b> .....	<b>18</b>
<b>6 行业要闻</b> .....	<b>19</b>
<b>7 风险提示</b> .....	<b>20</b>

## 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) 贵州茅台酒 2024 年半年市场工作会召开，明确向“新商务”转型：**7月23日，贵州茅台酒2024年半年市场工作会在茅台会议中心召开，深入学习贯彻党的二十届三中全会精神，全面总结茅台酒上半年市场营销工作，进一步分析发展面临的“时”与“势”，明确市场工作的“道”与“术”，为完成茅台酒年度目标、集团年度目标，以及高质量穿越本轮周期统一思想、凝聚共识。会议明确，在“三期叠加”复杂市场形势下，解决供需适配痛点问题的转型势在必行。贵州茅台酒要主动向“新商务”转型，做好“三个转型”，即客群转型、场景转型和服务转型。这是自2013年提出“由公务向商务转变”之后，茅台提出的又一次重大转型。

**2) 茅台酱香酒公司多地召开半年营销工作会：**近日，茅台酱香酒公司广东二区、浙江一二三区、山东二区、河北一区分别在当地召开2024年半年营销工作会，会上多地全体经销商及省区人员全面学习酱香酒公司2024年半年营销工作会精神，系统总结上半年茅台酱香系列酒在当地的营销工作，统筹部署下半年工作。面对新的局势、新的未来，会上各地经销商还分别围绕市场变化的应对策略及措施，提出了意见建议。他们表示，愿意同酱香酒公司一起主动求变、努力破圈，奋力完成下半年目标任务。

**3) 茅台、五粮液等 5 家酒企入选胡润国潮品牌榜：**7月23日，《2024 深圳市盐田区·胡润国潮品牌百强榜》发布，其中贵州茅台、五粮液、珠江啤酒入选经典国潮品牌 TOP20、历史最久国潮品牌 TOP10，江小白、梅见入选新兴国潮品牌 TOP80。此外，贵州茅台、华为、五粮液，被列为价值最高的国潮品牌前三名，梅见跻身最年轻的国潮品牌 TOP10。

**4) “茅五泸汾洋古”，7 酒企跻身全球烈酒 TOP10：**7月23日，Brand Finance 发布《2024 年全球最具价值酒类品牌榜单报告》。茅台连续第九年保持全球最有价值烈酒品牌的地位，其品牌价值达到 501 亿美元，相比 2023 年增长 3.52 亿美元；五粮液紧随其后排名第二，品牌价值为 259 亿美元；泸州老窖则排名第三，品牌价值为 82 亿美元；汾酒以 72 亿美元位居第四；洋河以 63 亿美元稳居第五；古井贡酒以 44 亿美元位列第七。

**5) 五粮液企业改革提出四个“突出”要求：**7月22日，五粮液集团（股份）公司召开党委（扩大）会议。会议提出，要瞄准改革重点、持续精准发力，以全面深化改革成效提升五粮液高质量发展能级。会议同时提出四个“突出”要求，包括突出全面深化改革的价值导向，围绕建设世界一流企业整体研究谋划改革行动方案，让改革举措更有针对性和实效性；突出全面深化改革的浓香

请务必阅读尾页重要声明

味道，聚焦酒业主业高质量发展、多元产业结构布局、现代化治理等方面推进体制机制改革，面向市场塑造五粮液的独特竞争优势；突出全面深化改革的系统集成，坚持系统观念，统筹五粮液文化事业、生态保护和绿色发展、增进员工群众福祉等各方面改革，形成改革合力；突出全面深化改革的根本保证，坚持“两个一以贯之”，健全全面从严治党体系，以改革实效推动和美事业不断前进。

**6) 宜宾酒产业增值 9%:** 2024 年上半年，宜宾地区生产总值为 1694.93 亿元，同比增长 6.7%。从工业方面看，工业保持快速增长。上半年，全市规模以上工业增加值同比增长 11.8%；规模以上工业企业产品销售率为 97.4%。“4+4+4”产业增加值同比增长 11.8%，其中酒类增长 9.0%。

**7) 泸州酒协召开半年工作会:** 7 月 23 日，泸州市酒类行业协会在郎酒庄召开 2024 年半年工作会。泸州市酒类行业协会会长、泸州老窖股份有限公司副总经理、总工程师沈才洪表示，未来协会一是要持续推进产区建设，打造泸酒品牌梯队，助力泸酒走向全国；二是聚焦人才培养推动酒业人才建设，进一步加大酒业人才培养力度，提升我市白酒品评技能水平，推动专业技术队伍建设；三是加强协会自身建设，建立对外沟通交流平台，主动靠前为酒类企业提供优质服务。

**8) 泸州老窖·大时代运营中心揭牌:** 7 月 20 日，泸州老窖·大时代运营中心揭牌仪式暨成都麦领科技有限公司开业仪式在成都圆满举行。揭牌仪式上，中华全国供销总社、泸州老窖、成都麦领科技有限公司三方领导共同为泸州老窖·大时代运营中心揭牌。据悉，2023 年 11 月，中华全国供销总社、泸州老窖股份有限公司、成都麦领科技有限公司共同推出了联合品牌——泸州老窖·大时代。该品牌以“供献国民级高品质名酒”为定位，包括复兴版、改革版、建设版及简装版 4 款产品。

**9) 衡水老白干举行上半年度营销、技术、质量交流会:** 7 月 20-21 日，河北衡水老白干酒业股份有限公司 2024 年上半年营销交流会及 2024 年技术、质量交流会举行。营销交流会中，各事业部负责人分别就上半年度企业发展情况及营销数据进行汇报与剖析，并强调：加强高端圈层的拓展，稳定产品价格，坚持长期主义，深度聚焦战略产品，打造新的增长级，加强渠道管控，增强企业品牌活化，促进消费者 B 端与 C 端的有效联动。在质量、技术交流会中，各事业部针对基酒质量提高的项目提出了关键措施、优化相关工作流程，加强了质量管理体系的评估与交流，将技术营销一体化将列入重点议题讨论，为白酒研发的提升、赋能销售市场提供有力支持。

**休闲零食：卫龙发布业绩预告，全渠道战略颇有成效。** 7 月 25 日，卫龙发布盈喜预告称预计上半年将录得净利润 5.99-6.22 亿元，较去年同期的 4.47 亿元同比增长 34-39%。对于净利润预期增长的原因，卫龙表示：一方面，公司积极推进全渠道建设和品牌建设，

线上线下收入均稳步提升；另一方面，产能利用率提升及部分原材料价格下降，整体毛利率水平提升。我们认为，卫龙发展势能向好，产品结构调整带动平均售价提升，叠加全渠道建设完善和原料价格下行等利好因素，带动整体业绩增长，全年业绩可期。

**啤酒：奥运开幕在即，啤酒有望再迎销量高潮。**2024 年作为体育大年，重大赛事给啤酒经济带来机会。青岛啤酒电商端口数据显示，2024 欧洲杯开赛初期，青岛啤酒旗下经典系列的成交箱数超过 18 万，同比增长 17%；精品原浆的成交箱数近 8 千，同比高涨 104%。饿了么数据同样显示，欧洲杯开赛以来，啤酒销量环比增长明显。继欧洲杯赛事之后，巴黎奥运会即将到来。我们认为，啤酒作为具备社交属性的重要观赛搭子，奥运期间各酒企销量有望有所突破。

**软饮：大包装饮料热度攀升，成为行业增长新亮点。**继去年东方树叶推出 900ml 装，东鹏饮料的 1L 装“补水啦”电解质饮料，还有饮品界“老师傅”康师傅上市多年的 1L 大包装后，今年夏季，不少品牌开始布局大包装饮料，比如 950ml 的外星人电解质水，1L 装的海之言电解质饮料，1.5L 餐饮装的娃哈哈 AD 钙奶，2L 大容量桶装的汇源果汁等等。根据尼尔森数据，600 毫升-1249 毫升的大瓶即饮成为了行业增长的新亮点。我们认为，大包装饮料热度攀升，一方面是夏季气温高，消费者对于饮料的需求量大；另一方面，由于行业纷纷推出大包装饮料，消费者逐渐习惯更具性价比的大包装饮料，大包装饮料势头也有望延续。

**速冻：冷冻食品行业经济运行报告发布，板块发展趋势向好。**近日，中国食协冷冻冷藏食品专业委员会发布《2023 年冷冻冷藏食品行业经济运行报告》提到，2023 年冷冻冷藏食品行业运行稳定，受下游餐饮行业复苏拉动，冷冻冷藏食品工业企业加强产品创新研发，供应正餐、团餐、小吃、火锅的食材、汤品、主食、甜品等产品大力拓展，按订单生产预制食品、方便即食食品，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，速冻面米食品将迎来更多发展机遇。冷冻面米食品已成功进入百姓餐桌、团餐等业务渠道，成为消费者日常饮食，预计 2024 年速冻面米市场规模将进一步放大，产量增加，经济效益改善。我们认为，随着速冻板块消费场景拓展、产品种类多样化，预计 2024 年板块发展稳中向好。

**调味品：2024 中国调味品产业高质量发展大会暨首届跨国公司项目合作推介会在临沂举行。**近日，2024 中国调味品产业高质量发展大会暨首届跨国公司项目合作推介会在临沂举行。本次会议为调味品产业链上下游企业提供了展示新产品、新技术及新服务的平台，会议汇集多方优质资源，从品牌营销、渠道升级等多个方

面进行了行业的深度探讨。未来，协会将继续发挥平台作用，数智化赋能，为调味品各细分领域搭建综合性服务平台，在品牌、人才、渠道、资本等多个方面发力，共同促进产业融合发展。

**冷冻烘焙：南侨食品集团投资泰国子公司正式揭牌，宣示持续提升跨国竞争力。**近日，南侨食品（曼谷）有限公司在曼谷举行揭牌仪式，南侨食品集团通过设立泰国控股子公司，深度耕耘泰国市场，响应当地客户需求，提供及时的配送和定制化服务，充分利用泰国区位优势，为产品出口东南亚提供便利，更快更好地捕捉东部经济走廊提供的发展机会。本次对外投资设立控股子公司符合公司布局海外、加大国际市场参与度的经营方向，在更大范围内和更深层次上寻找和挖掘市场潜力和空间，进一步拓展公司国际业务，提升长期盈利能力，提升海外市场品牌力及竞争力。

## 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

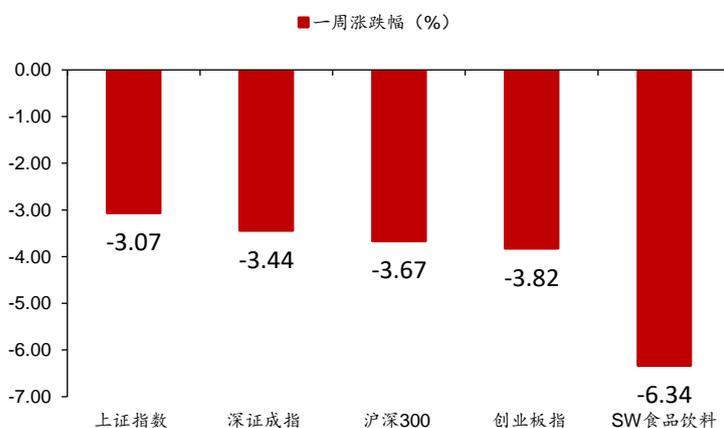
### 2.1 板块整体指数表现

本周 SW 食品饮料指数下跌 6.34%，相对沪深 300 跑输 2.67pct。沪深 300 下跌 3.67%，上证指数下跌 3.07%，深证成指下跌 3.44%，创业板指下跌 3.82%。

在 31 个申万一级行业中，食品饮料排名第 30。

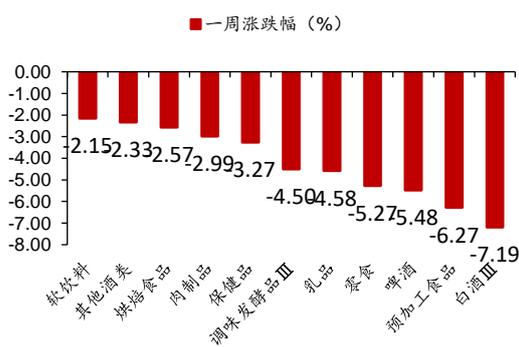
本周 SW 食品饮料各二级行业中，软饮料下跌 2.15%，其他酒类下跌 2.33%，烘焙食品下跌 2.57%。

图 1：本周市场表现 (%)



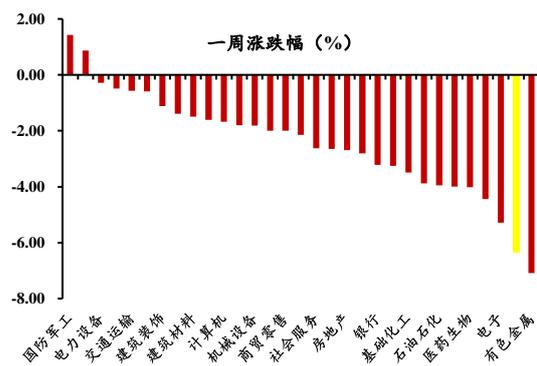
资料来源：Wind，上海证券研究所

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 (%)



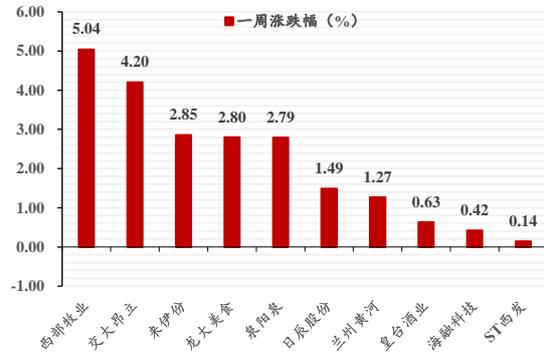
资料来源：Wind，上海证券研究所

### 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西部牧业上涨 5.04%、交大昂立上涨 4.20%、来伊份上涨 2.85%、龙大美食上涨 2.80%、

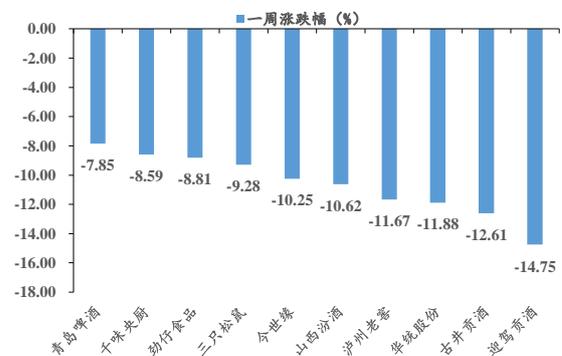
泉阳泉上涨 2.79%；排名后五的个股为迎驾贡酒下跌 14.75%、古井贡酒下跌 12.61%、华统股份下跌 11.88%、泸州老窖下跌 11.67%、山西汾酒下跌 10.62%。

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 (%)



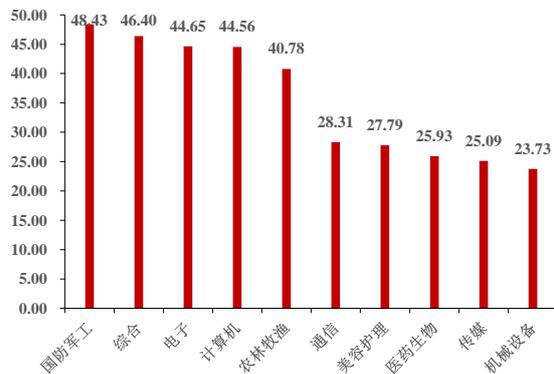
资料来源：Wind，上海证券研究所

### 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 18.88x，位居 SW 一级行业第 17。

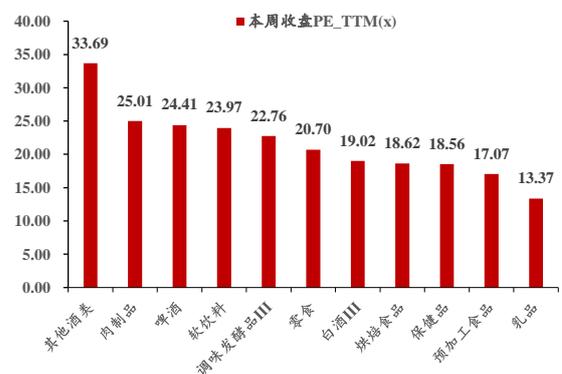
从食品饮料子行业来看，估值排名前三的子行业为其他酒类 33.69x，肉制品 25.01x，啤酒 24.41x。

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 10.08%、安井食品 9.08%、洽洽食品 8.98%。

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 1178.50 亿元、五粮液 216.25 亿元、伊利股份 159.54

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	10.08
安井食品	9.08
洽洽食品	8.98
贵州茅台	6.59
中炬高新	6.54
重庆啤酒	6.26
三只松鼠	5.96
东鹏饮料	5.28
五粮液	4.41
今世缘	4.12

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	1,178.50
五粮液	216.25
伊利股份	159.54
海天味业	65.33
山西汾酒	62.79
泸州老窖	52.39
东鹏饮料	49.78
洋河股份	30.45
今世缘	23.69
安井食品	19.98

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三只松鼠增持0.23%、华统股份增持0.17%、立高食品增持0.16%；陆股通减持前三的个股为伊利股份减持0.42%、甘源食品减持0.27%、岩石股份减持0.22%。

**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 (%)
三只松鼠	0.23	伊利股份	-0.42
华统股份	0.17	甘源食品	-0.27
立高食品	0.16	岩石股份	-0.22
东鹏饮料	0.13	香飘飘	-0.20
良品铺子	0.12	口子窖	-0.19
维维股份	0.11	泸州老窖	-0.19
承德露露	0.11	五粮液	-0.18
千味央厨	0.10	贵州茅台	-0.12
仙乐健康	0.09	劲仔食品	-0.12
莲花健康	0.08	双汇发展	-0.12

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 26 日，飞天茅台当年原装和散装批发参考价分别为 2590 元和 2375 元；截至 2024 年 7 月 26 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

请务必阅读尾页重要声明

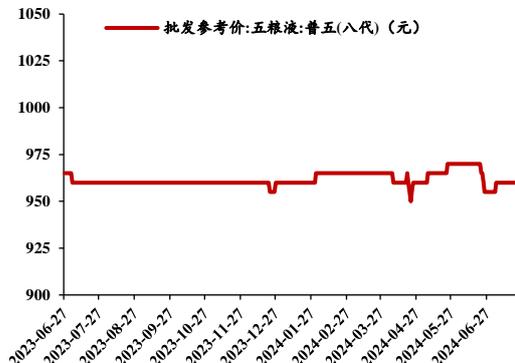
左右 52 度高档平均价格 1220.85 元/瓶，白酒 500ml 左右 52 度中低档平均价格 178.01 元/瓶。

图 11: 飞天茅台批价走势



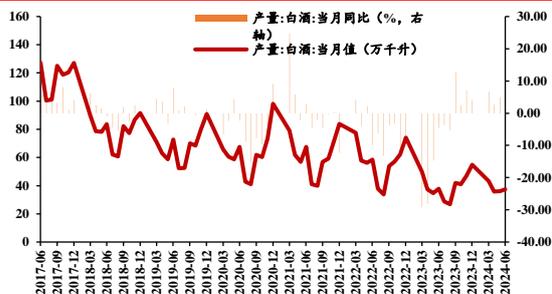
资料来源: Wind, 上海证券研究所

图 12: 五粮液批价走势



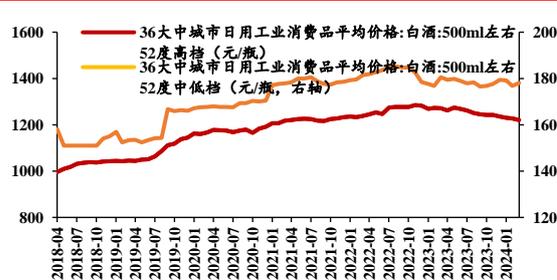
资料来源: Wind, 上海证券研究所

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

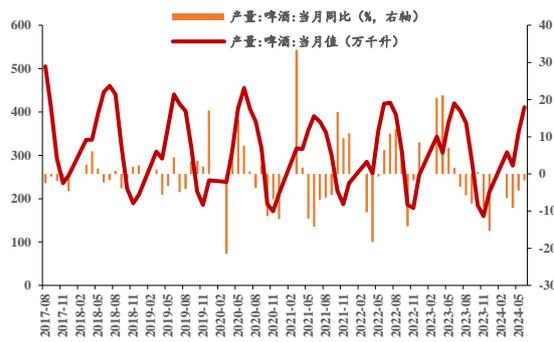


资料来源: Wind, 国家发改委, 上海证券研究所

### 3.2 啤酒板块

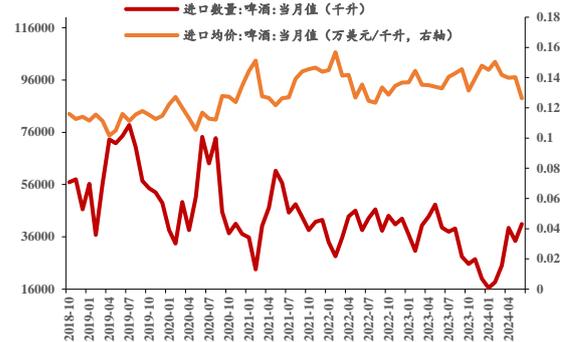
2024 年 6 月，全国啤酒产量 411.00 万千升，同比减少 1.70 %。2024 年 6 月全国啤酒进口数量 4.09 万千升。2024 年 3 月全国 36 大中城市日用工业消费品啤酒罐装 350ml 左右平均价格 4.15 元/罐，啤酒瓶装 630ml 左右平均价格 5.17 元/瓶。

图 15: 啤酒月度产量跟踪



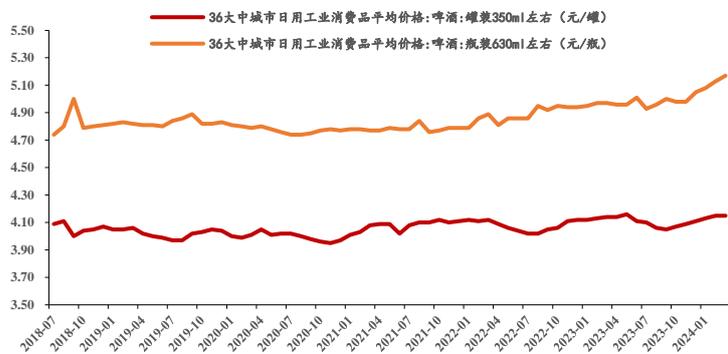
资料来源: Wind, 国家统计局, 上海证券研究所

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

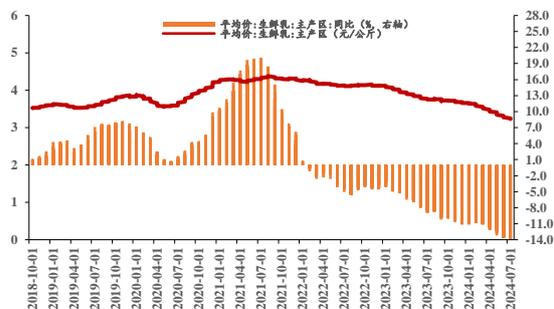


资料来源: Wind, 国家发改委, 上海证券研究所

### 3.3 乳制品板块

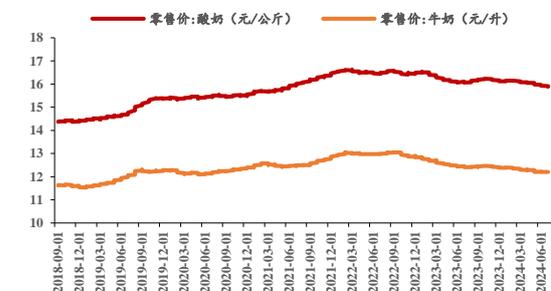
截至 2024 年 7 月 18 日, 全国生鲜乳主产区平均价格 3.23 元/公斤。截至 2024 年 7 月 19 日, 全国酸奶零售价 15.88 元/公斤, 牛奶零售价 12.21 元/升。截至 2024 年 7 月 19 日, 国产品牌奶粉零售价格 226.24 元/公斤, 国外品牌奶粉零售价格 268.33 元/公斤。

图 18: 生鲜乳价格指数跟踪



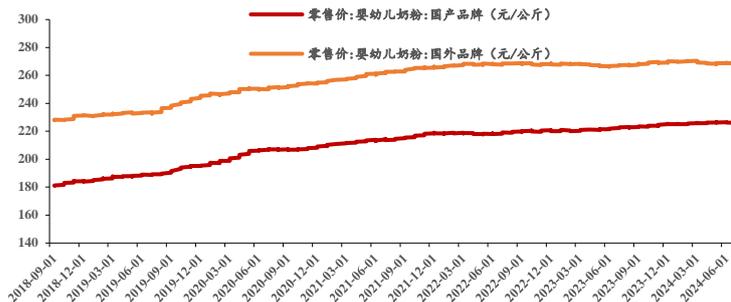
资料来源: Wind, 农业农村部, 上海证券研究所

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



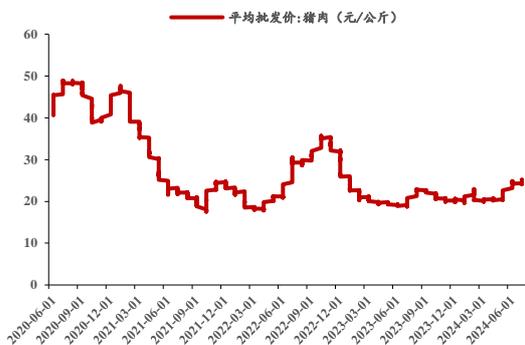
资料来源: Wind, 商务部, 上海证券研究所

## 4 成本及包材端重要数据跟踪

### 4.1 肉制品板块

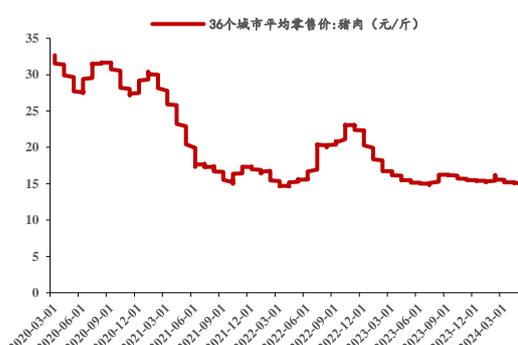
截至 2024 年 7 月 26 日, 全国猪肉平均批发价 25.22 元/公斤; 截至 2024 年 5 月 21 日, 全国 36 个城市猪肉平均零售价 15.12 元/500 克。截至 2024 年 7 月 26 日, 全国主产区白羽肉鸡平均价 7.66 元/公斤; 截至 2024 年 5 月 21 日, 全国 36 个城市鸡肉平均零售价 12.55 元/500 克。

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

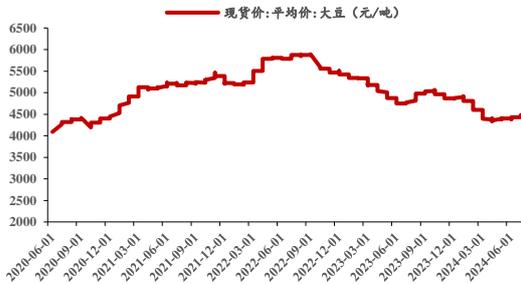


资料来源: Wind, 国家发改委, 上海证券研究所

## 4.2 大宗原材料及包材相关

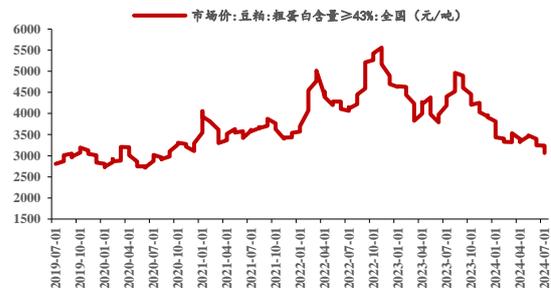
截至 2024 年 7 月 26 日, 全国大豆现货平均价格 4484.74 元/吨。截至 2024 年 7 月 20 日, 全国豆粕(粗蛋白含量 $\geq 43\%$ )市场价 3067.70 元/吨。截至 2024 年 7 月 26 日, 英国布伦特 Dtd 原油现货价格 81.35 美元/桶。截至 2024 年 7 月 26 日, 中国塑料城价格指数 886.70。截至 2024 年 7 月 20 日, 全国瓦楞纸(AA 级 120g)市场价格 2616.90 元/吨。截至 2024 年 7 月 26 日, 我国华东市场箱板纸(130gA 级牛卡纸)市场价格 3130.00 元/吨。

图 25: 大豆价格跟踪



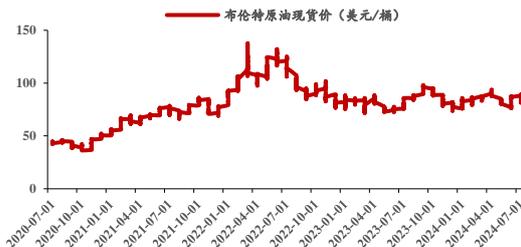
资料来源: Wind, 中国汇易, 上海证券研究所

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



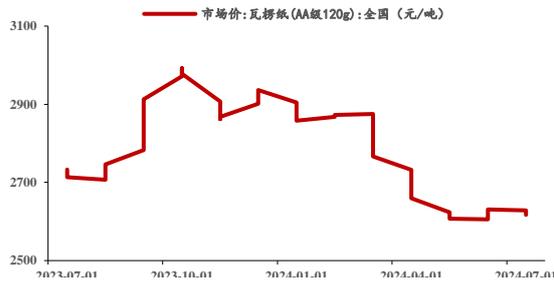
资料来源: Wind, 上海证券研究所

图 28: 塑料价格指数跟踪



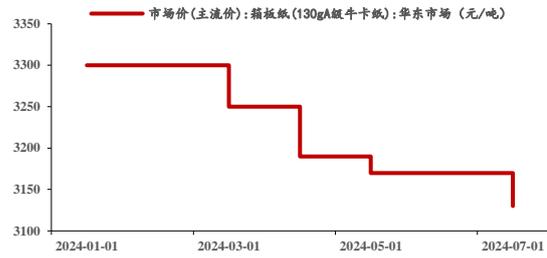
资料来源: Wind, 中塑在线, 上海证券研究所

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

【仙乐健康】2024 年半年度业绩预告: 报告期内, 公司归母净利润 14,671.91-16,189.70 万元, 同比增长 45%-60%; 扣非归母净利润 14,405.21-15,895.41 万元, 同比增长 45%-60%。

【南侨食品】2024 年 6 月归属于母公司股东的净利润简报: 公司 2024 年 6 月归属于母公司股东的净利润为人民币 1,113.45 万元, 同比减少 47.73 %。

【顺鑫农业】关于聘任公司总经理的公告: 北京顺鑫农业股份有限公司根据《公司章程》《深圳证券交易所股票上市规则》《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第 1 号—主板上市公司规范运作》等相关规定, 经董事会提名委员会提名及资格审查, 公司于 2024 年 7 月 22 日召开第九届董事会第十五次会议, 审议通过了《关于聘任公司总经理的议案》, 董事会同意聘任康涛先生为公司总经理, 任期自董事会审议通过之日起至本届董事会任期届满时止。本次任职生效后, 康涛先生担任公司董事、总经理及董事会秘书职务, 董事长李颖林先生 将不再代行总经理职责。康涛先生的职务变动不会影响公司相关工作的开展和生产经营。

【恒顺醋业】关于部分募投项目建设完成的公告: 江苏恒顺醋业股份有限公司 2021 年度向特定对象发行 A 股股票募集资金投资项目“10 万吨黄酒、料酒建设项目 (扩建)”和“云阳公司年产 10 万吨调味品智能化生产项目 (首期工程)”已建设完成, 并于近日投产运行, 其中“10 万吨黄酒、料酒建设项目 (扩建)”由全资子公司镇江恒顺酒业有限责任公司建设实施; “云阳公司年产 10 万吨调味品智能化生产项目 (首期工程)”由全资子公司恒顺重庆调味品有限公司建设实施, 并于近日开始逐步投料运行。上述项目建成投产将提升公司“做深醋、做高酒、做宽酱”的产业布局, 丰富产品种类, 提升公司的盈利能力和综合竞争力。

## 6 行业要闻

1、贵州茅台酒 2024 年半年市场工作会召开，明确向“新商务”转型：7月23日，贵州茅台酒 2024 年半年市场工作会在茅台会议中心召开，深入学习贯彻党的二十届三中全会精神，全面总结茅台酒上半年市场营销工作，进一步分析发展面临的“时”与“势”，明确市场工作的“道”与“术”，为完成茅台酒年度目标、集团年度目标，以及高质量穿越本轮周期统一思想、凝聚共识。会议明确，在“三期叠加”复杂市场形势下，解决供需适配痛点问题的转型势在必行。贵州茅台酒要主动向“新商务”转型，做好“三个转型”，即客群转型、场景转型和服务转型。这是自 2013 年提出“由公务向商务转变”之后，茅台提出的又一次重大转型。（贵州茅台酒销售有限公司、云酒头条）

2、茅台酱香酒公司多地召开半年营销工作会：近日，茅台酱香酒公司广东二区、浙江一二三区、山东二区、河北一区分别在当地召开 2024 年半年营销工作会，会上多地全体经销商及省区人员全面学习酱香酒公司 2024 年半年营销工作会精神，系统总结上半年茅台酱香系列酒在当地的市场营销工作，统筹部署下半年工作。面对新的局势、新的未来，会上各地经销商还分别围绕市场变化的应对策略及措施，提出了意见建议。他们表示，愿意同酱香酒公司一起主动求变、努力破圈，奋力完成下半年目标任务。（酒说）

3、茅台、五粮液等 5 家酒企入选胡润国潮品牌榜：7月23日，《2024 深圳市盐田区·胡润国潮品牌百强榜》发布，其中贵州茅台、五粮液、珠江啤酒入选经典国潮品牌 TOP20、历史最久国潮品牌 TOP10，江小白、梅见入选新兴国潮品牌 TOP80。此外，贵州茅台、华为、五粮液，被列为价值最高的国潮品牌前三名，梅见跻身最年轻的国潮品牌 TOP10。（酒说）

4、“茅五泸汾洋古”，7 酒企跻身全球烈酒 TOP10：7月23日，Brand Finance 发布《2024 年全球最具价值酒类品牌榜单报告》。茅台连续第九年保持全球最有价值烈酒品牌的地位，其品牌价值达到 501 亿美元，相比 2023 年增长 3.52 亿美元；五粮液紧随其后排名第二，品牌价值为 259 亿美元；泸州老窖则排名第三，品牌价值为 82 亿美元；汾酒以 72 亿美元位居第四；洋河以 63 亿美元稳居第五；古井贡酒以 44 亿美元位列第七。（酒说）

5、五粮液企业改革提出四个“突出”要求：7月22日，五粮液集团（股份）公司召开党委（扩大）会议。会议提出，要瞄准改革重点、持续精准发力，以全面深化改革成效提升五粮液高质量发展能级。会议同时提出四个“突出”要求，包括突出全面深化改革的价值导向，围绕建设世界一流企业整体研究谋划改革行动方案，让改革举措更有针对性和实效性；突出全面深化改革的浓香味道，聚焦酒业主业高质量发展、多元产业结构布局、现代化治理等方面推进体制机制改革，面向市场塑造五粮液的独特竞

争优势；突出全面深化改革的系统集成，坚持系统观念，统筹五粮液文化事业、生态保护和绿色发展、增进员工群众福祉等各方面改革，形成改革合力；突出全面深化改革的根本保证，坚持“两个一以贯之”，健全全面从严治党体系，以改革实效推动和美事业不断前进。（酒说）

6、宜宾酒产业增值9%：2024年上半年，宜宾地区生产总值为1694.93亿元，同比增长6.7%。从工业方面看，工业保持快速增长。上半年，全市规模以上工业增加值同比增长11.8%；规模以上工业企业产品销售率为97.4%。“4+4+4”产业增加值同比增长11.8%，其中酒类增长9.0%。（中国酒业协会 CADA）

7、泸州酒协召开半年工作会：7月23日，泸州市酒类行业协会在郎庄园召开2024年半年工作会。泸州市酒类行业协会会长、泸州老窖股份有限公司副总经理、总工程师沈才洪表示，未来协会一是要持续推进产区建设，打造泸酒品牌梯队，助力泸酒走向全国；二是聚焦人才培养推动酒业人才建设，进一步加大酒业人才培养力度，提升我市白酒品评技能水平，推动专业技术队伍建设；三是加强协会自身建设，建立对外沟通交流平台，主动靠前为酒类企业提供优质服务。（酒说）

8、泸州老窖·大时代运营中心揭牌：7月20日，泸州老窖·大时代运营中心揭牌仪式暨成都麦领科技有限公司开业仪式在成都圆满举行。揭牌仪式上，中华全国供销总社、泸州老窖、成都麦领科技有限公司三方领导共同为泸州老窖·大时代运营中心揭牌。据悉，2023年11月，中华全国供销总社、泸州老窖股份有限公司、成都麦领科技有限公司共同推出了联合品牌——泸州老窖·大时代。该品牌以“供献国民级高品质名酒”为定位，包括复兴版、改革版、建设版及简装版4款产品。（酒说）

9、衡水老白干举行上半年度营销、技术、质量交流会：7月20-21日，河北衡水老白干酒业股份有限公司2024年上半年营销交流会及2024年技术、质量交流会举行。营销交流会中，各事业部负责人分别就上半年度企业发展情况及营销数据进行汇报与剖析，并强调：加强高端圈层的拓展，稳定产品价格，坚持长期主义，深度聚焦战略产品，打造新的增长级，加强渠道管控，增强企业品牌活化，促进消费者B端与C端的有效联动。在质量、技术交流会中，各事业部针对基酒质量提高的项目提出了关键措施、优化相关工作流程，加强了质量管理体系的评估与交流，将技术营销一体化将列入重点议题讨论，为白酒研发的提升、赋能销售市场提供有力支持。（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

<b>股票投资评级：</b>	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
<b>行业投资评级：</b>	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。