



上海证券
SHANGHAI SECURITIES

顺势而为，优选个股

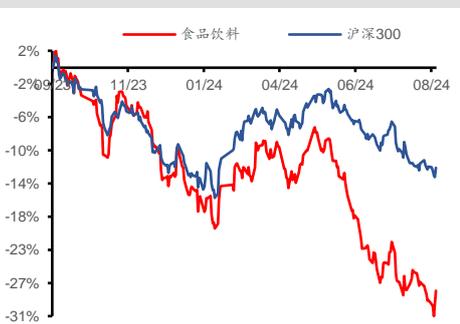
——食品饮料行业周报 20240826-20240901

增持（维持）

行业：食品饮料
日期：2024年09月01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：

《酒企蓄力中秋，零食延续高景气 ——食品饮料行业周报 20240819-20240825》

——2024年08月25日

《细分龙头业绩延续优良增长，关注板块结构性分化 ——食品饮料行业周报 20240812-20240818》

——2024年08月18日

《茅台中报业绩历史新高，板块情绪有望筑底回升 ——食品饮料行业周报 20240805-20240811》

——2024年08月11日

■ 投资要点：

本周行业要闻：1) 前7月酒饮茶制造业营收9341亿：8月27日，国家统计局发布数据，1-7月，全国规模以上工业企业实现利润总额40991.7亿元，同比增长3.6%。其中，酒、饮料和精制茶制造业营收9340.8亿元，同比增长3.3%；利润总额1810.4亿元，同比增长14.6%。

2) 五粮液发布2024年半年度业绩，稳健增长势头强劲：8月28日晚，五粮液发布2024年半年度报告，24H1公司实现营业收入506.48亿元，同比+11.30%，归母净利润190.57亿元，同比+11.86%，公司连续9年每年半年度营业收入、归母净利润均保持了同比双位数增幅。分产品来看，24H1五粮液产品营收392.05亿元，增长11.45%；其他酒产品营收79.06亿元，增长17.77%，产品结构持续优化，有力支撑了五粮液稳健增长的发展势头。公司上半年顺利实现年度目标任务“双过半”，全年有望锚定高质量发展。

3) 泸州老窖发布2024年半年度业绩，营收和净利再次实现双位数增长：8月30日，泸州老窖发布半年度报告。财报显示，上半年泸州老窖实现营业收入169.05亿元，同比增长15.84%；实现归母净利润80.28亿元，同比增长13.22%。产品结构来看，24H1中高档酒类销售金额为152.13亿元，占营业收入比重为89.99%，同比+17.12%，中高档产品占比持续提升，带动毛利率稳步增长。上半年公司凭借极强的韧性实现逆周期的稳定增长，我们认为公司全年业绩将进一步攀升。

4) 古井贡酒净利润增长28.54%：8月30日，古井贡酒发布2024半年度报告显示，今年1—6月，古井贡酒实现营业收入138.06亿元，同比增长22.07%；归母净利润为35.73亿元，同比增长28.54%。按系列划分，年份原浆系列实现营收107.87亿元，同比增长23.12%；古井贡酒系列实现营收12.38亿元，同比增长11.47%；黄鹤楼及其他实现营收14.03亿元，同比增长26.58%。

5) 汾酒上半年净利润同比增长24.27%：8月26日，山西汾酒发布半年报显示，其上半年实现营收227.46亿元，同比增长19.65%；实现净利润84.1亿元，同比增长24.27%。在报告中，汾酒提到上半年，公司坚持聚焦三大市场的布局策略不动摇。持续精耕长江以南核心市场，优化长三角、珠三角等潜力市场战略方案，提升整体布局水平，长江以南市场实现稳步突破。同时，紧跟市场发展需求，积极推进防伪溯源和包材供应链创新应用，进一步实现新时代数字化防伪、数字化营销，打造汾酒高端产品的品牌形象。

6) 衡水老白干上半年营收24.7亿：8月28日，衡水老白干发布2024年半年报显示，2024年1-6月，老白干实现营业收入24.70亿元，同比增长10.65%；归属于上市公司股东的净利润3.04亿元，同比增长40.25%。分产品来看，100元以上产品营收12.52亿元，同比增长19.66%；100元以下（含100元）营收11.98亿元，同比增长12.93%。

7) 洋河上半年营收228.76亿元：8月29日，洋河股份披露了2024年中报。报告显示，公司2024年上半年实现营收228.76亿元，同比增长4.58%；归属于上市公司股东净利润79.47亿元，同比增长1.08%；扣非后归属于上市公司股东净利润79.41亿元，同比增长2.96%。

8) 酒鬼酒上半年营收9.94亿元：8月28日，酒鬼酒发布2024年半年报：1-6月，酒鬼酒实现营业收入9.94亿元，同比下滑35.5%；净利

润 1.21 亿元，同比下滑 71.32%。酒鬼酒在财报中表示，公司第二季度营业收入降幅较第一季度大幅收窄，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。分产品来看，内参系列营收 1.72 亿元，同比下滑 60.85%；酒鬼系列营收 5.91 亿元，同比下滑 30.11%；湘泉系列营收 0.49 亿元，同比增长 36.33%；其他系列营收 1.76 亿元，同比下滑 17.51%。

9) 金种子酒发布 2024 年半年度报告：8 月 27 日晚间，金种子发布 2024 年半年度业绩，24H1 公司实现营业收入 6.67 亿元，同比-13.16%，归母净利润 0.11 亿元，同比扭亏为盈。

10) 金徽酒品牌高铁冠名列车首发仪式在郑州东站圆满举行：金徽酒携手中国高铁，从陇上江南驰骋而出，将甘冽醇厚、风味独特的金徽酒推向华东乃至全国广袤市场。这列“金徽酒正能量”号高铁，途经多个华东重点市场，通过列车全媒体立体广告形式，广覆盖高净值商旅人群，在高铁车身、座椅、跑马灯等处展露品牌形象，目前正值暑运高峰期，又临近中秋国庆出行旺季，借力中国高铁，公司有望扩大品牌影响力。

11) “中国酒文化月”将启动：8 月 28 日，中国酒业协会发布关于开展 2024 “中国酒文化月”的通知，并将于 8 月 31 日在代州黄酒文化节开幕式上举行“中国酒文化月”启动仪式。活动旨在从企业文化、美酒文化、品牌文化、文化营销、文化传播、文化遗产六个方向，持续强化“中国酒业新文化建设”，将“中国酒文化月”打造成中国酒业的标志性产业文化 IP。

休闲零食：洽洽发布 2024 年半年报，增长势能恢复。8 月 28 日晚间，洽洽发布 2024 年半年度报告，24H1 公司实现营收 28.98 亿，同比+7.92%；归母净利润 3.37 亿，同比+25.92%。具体到产品来看，24H1 公司葵花子收入 18.54 亿，同比+3.01%，占比为 63.98%；坚果类收入为 6.6 亿，同比+23.9%，占比为 22.79%。从区域来看，东方区营收 8.7 亿，同比+21.88%，增速最为亮眼；其次则为电商，营收 3.61 亿，同比+11.58%。利润率角度来看，公司 24H1 毛利率为 28.45%，同比增加 3.65%，营收占比最大的葵花子毛利率为 28.6%，同比增长 4.5%，毛利率改善明显。我们认为，公司 24H1 扭转了 23 年营收利润双降的局面，展现出良好的增长势能。通过聚焦瓜子、坚果业务并加大新品的试销和拓展，成功实现品类突破，渠道端不断渗透深化，全年业绩有望进一步增长。

啤酒：青啤发布 2024 年半年报，稳健经营韧性增长。8 月 29 日晚间，青啤发布 2024 年半年度报告，24H1 公司实现营收 200.68 亿，同比-7.06%；归母净利润 36.42 亿，同比+6.31%。24H1 公司在中高端产品上持续拓市场、抓运营、强品牌，超高端产品和精酿系列销量均实现增长，中高端产品市场占比和竞争力不断提升，带动公司千升酒营业收入同比增长 1.0%。从产品层面看，公司推进新鲜直送的创新运作模式，同时还研发上市了“尼卡希白啤、全麦奥古特 A6 和奥古特 A3、无醇白啤”等新产品，满足消费者对高品质、多样化、个性化的消费需求。此外，公司在重大国际体育赛事积极营销，生产端持续推进数字化进程，整体经营势能稳中向好。我们认为，公司在深耕渠道、创新营销、科技创新等多方面持续向上，在外部环境较为不易的情况下保持盈利能力的稳定增长，充分展示啤酒龙头企业的韧性。

软饮：东鹏新品迸发新能量，全国化加速推进。8 月 30 日，公司发布 2024 年半年度报告。2024 年上半年公司实现营业总收入 78.73 亿元，

同比+44.19%；归母净利润 17.31 亿元，同比+56.17%。其中，单 Q2 实现营业收入 43.91 亿元，同比+47.88%；归母净利润 10.67 亿元，同比+74.62%。分产品看，公司核心单品东鹏特饮延续稳健增长态势，24H1 营收 68.55 亿元，同比增长 33.49%，东鹏补水啦上半年实现收入 4.76 亿元，同比增长 281.12%，销售占比由 2.29% 提升至 6.05%；其他饮料收入 5.31 亿元，同比增长 172.16%，销售收入占比由 3.58% 提升至 6.76%。分区域看，24H1 全国区域合计实现营收 46.98 亿元，同比增长 59.75%，增速较 24Q1 进一步提速。24H1 大本营广东市场表现稳健，实现营收 21.14 亿元，同比增长 13.79%，占比同比下降 7.17 个百分点至 26.9%；省外华东/华中/西南/华北等市场实现高增，24H1 实现营收 11.58/10.69/9.22/9.87 亿元，分别同比 +53.60%/+51.86%/+75.57%/+99.14%。下半年公司将持续完善产品生产和销售网络的全国布局，加强渠道下沉，提高单点产出，持续提升公司能量饮料市场份额，并积极研发、储备其他健康功效饮品，满足消费者的消费需求。

速冻：千味发布 2024 年半年报。8 月 27 日晚间，千味发布 2024 年半年度报告，24H1 公司实现营收 8.92 亿，同比+4.87%；归母净利润 0.59 亿，同比+6.14%。分产品来看，公司蒸煮类、菜肴及其他两类产品分别实现收入 2.11 亿、1.33 亿，同比+32.40%、18.99%。公司继续加大对战略产品的开发和推广力度，对于年度确认的战略产品，通过样板市场建设、试吃推广、会议营销等多种方式，助推战略产品的推广与销售达成。分渠道看，2024 上半年直营渠道销售额为 4.12 亿元，同比增幅 8.54%；经销渠道销售额 4.76 亿元，同比增幅为 1.77%。公司着重增加对腰部直营客户的开发力度，增加销售及市场的人员数量，提高经销商渠道建设力度，着力支持经销商发展壮大。另外，值得注意的是，公司线上直销销售大增，实现收入 3085.85 万元，同比 +81.03%，全渠道稳步推进。我们认为，公司上半年受制于外部环境及高基数等因素影响，实现营收净利双增的稳定增长，展现公司较强的定力。随着公司品牌转型步入“为全餐饮全渠道提供专业服务”的新阶段，预计业绩还将提升。

调味品：海天味业发布半年报，利润重回双位数增长。8 月 29 日，海天味业披露 2024 年半年度报告，上半年实现营业收入 141.56 亿元，同比增长 9.18%，归母净利润 34.53 亿元，同比增长 11.52%。对于业绩增长原因，公司表示，大宗原材料的价格总体呈现回调走势，在一定程度上有利于公司缓解成本压力。同时，公司通过多种措施，持续推行提质增效创造利润空间，为公司的高品质产品、高效率运营和长期稳健发展提供支撑。分品类看，酱油、调味酱、蚝油、其他产品分别实现销售同比增长 6.85%、8.55%、5.71%、22.31%，其中酱油仍占据了收入的半壁江山。增速最快的其他产品，主要是醋和料酒，也是公司多元化的发力方向。2024 年作为公司“四五计划”开局之年，设定了收入增长 12%，利润增长 10.8% 的全年目标，公司也有望继续在产品创新、品质提升和市场拓展等方面发力，进一步巩固和提升市场地位。

冷冻烘焙：立高食品上半年业绩双增，奶油业务增收八成。8 月 29 日，立高食品发布 2024 年半年报，上半年实现营收 17.81 亿元，同比增长 8.88%；归母净利润为 1.35 亿元，同比增长 25.03%。分产品看，冷冻烘焙食品收入占比约 60%，同比基本持平；烘焙食品原料收入占比约 40%，同比增长约 25%，主要增量为公司以稀奶油为代表的奶油新品保持良好增速，受益于高自动化产线、高订单量带来的规模效益，上

半年稀奶油实现销售收入超 2 亿元，奶油类产品营收同比增长超 80%。分渠道看，流通渠道收入占比接近 55%，同比增长近 15%，主要是公司稀奶油产品在该渠道的销售表现稳健增长。商超渠道收入占比接近 30%，同比个位数下滑，主要是公司在核心商超渠道部分产品上架安排进行周期性调整所致；餐饮、茶饮及新零售等创新渠道收入占比超过 15%，合计同比增速接近 25%，主要得益于公司把握烘焙消费渠道多元化的趋势，投入更多资源，积极开拓新渠道客户。公司将继续以大单品、大客户、大经销商为抓手，坚定推进多渠道、多品类发展策略，致力于提高产线自动化、智能化水平，通过生产自动化和产品多样化、渠道多元化的有效平衡带来的规模效应，提升生产经营效率。

■ 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
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	22
7 风险提示	24

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: 飞天茅台批价走势	14
图 9: 五粮液批价走势	14
图 10: 白酒产量月度跟踪	14
图 11: 白酒价格月度跟踪	14
图 12: 啤酒月度产量跟踪	15
图 13: 进口啤酒月度量价跟踪	15
图 14: 国内啤酒平均价格	15
图 15: 生鲜乳价格指数跟踪	15
图 16: 酸奶及牛奶零售价跟踪	15
图 17: 婴幼儿奶粉价格跟踪	16
图 18: 猪肉平均批发价	16
图 19: 猪肉平均零售价	16
图 20: 鸡肉平均批发价	17
图 21: 鸡肉平均零售价	17
图 22: 大豆价格跟踪	17
图 23: 豆粕价格跟踪	17

图 24: 布伦特原油价格跟踪	17
图 25: 塑料价格指数跟踪	17
图 26: 瓦楞纸价格跟踪	18
图 27: 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) 前7月酒饮茶制造业营收9341亿：8月27日，国家统计局发布数据，1-7月，全国规模以上工业企业实现利润总额40991.7亿元，同比增长3.6%。其中，酒、饮料和精制茶制造业营收9340.8亿元，同比增长3.3%；利润总额1810.4亿元，同比增长14.6%。

2) 五粮液发布2024年半年度业绩，稳健增长势头强劲：8月28日晚，五粮液发布2024年半年度报告，24H1公司实现营业收入506.48亿元，同比+11.30%，归母净利润190.57亿元，同比+11.86%，公司连续9年每年半年度营业收入、归母净利润均保持了同比双位数增幅。分产品来看，24H1五粮液产品营收392.05亿元，增长11.45%；其他酒产品营收79.06亿元，增长17.77%，产品结构持续优化，有力支撑了五粮液稳健增长的发展势头。公司上半年顺利实现年度目标任务“双过半”，全年有望锚定高质量发展。

3) 泸州老窖发布2024年半年度业绩，营收和净利再次实现双位数增长：8月30日，泸州老窖发布半年度报告。财报显示，上半年泸州老窖实现营业收入169.05亿元，同比增长15.84%；实现归母净利润80.28亿元，同比增长13.22%。产品结构来看，24H1中高档酒类销售金额为152.13亿元，占营业收入比重为89.99%，同比+17.12%，中高档产品占比持续提升，带动毛利率稳步增长。上半年公司凭借极强的韧性实现逆周期的稳定增长，我们认为公司全年业绩将进一步攀升。

4) 古井贡酒净利润增长28.54%：8月30日，古井贡酒发布2024半年度报告显示，今年1—6月，古井贡酒实现营业收入138.06亿元，同比增长22.07%；归母净利润为35.73亿元，同比增长28.54%。按系列划分，年份原浆系列实现营收107.87亿元，同比增长23.12%；古井贡酒系列实现营收12.38亿元，同比增长11.47%；黄鹤楼及其他实现营收14.03亿元，同比增长26.58%。

5) 汾酒上半年净利润同比增长24.27%：8月26日，山西汾酒发布半年报显示，其上半年实现营收227.46亿元，同比增长19.65%；实现净利润84.1亿元，同比增长24.27%。在报告中，汾酒提到上半年，公司坚持聚焦三大市场的布局策略不动摇。持续精耕长江以南核心市场，优化长三角、珠三角等潜力市场战略方案，提升整体布局水平，长江以南市场实现稳步突破。同时，紧跟市场发展需求，积极推进防伪溯源和包材供应链创新应用，进一步实现新时代数字化防伪、数字化营销，打造汾酒高端产品的品牌形象。

6) 衡水老白干上半年营收24.7亿：8月28日，衡水老白干发布2024年半年报显示，2024年1-6月，老白干实现营业收入24.70

亿元，同比增长 10.65%；归属于上市公司股东的净利润 3.04 亿元，同比增长 40.25%。分产品来看，100 元以上产品营收 12.52 亿元，同比增长 19.66%；100 元以下（含 100 元）营收 11.98 亿元，同比增长 12.93%。

7) 洋河上半年营收 228.76 亿元：8 月 29 日，洋河股份披露了 2024 年中报。报告显示，公司 2024 年上半年实现营收 228.76 亿元，同比增长 4.58%；归属于上市公司股东净利润 79.47 亿元，同比增长 1.08%；扣非后归属于上市公司股东净利润 79.41 亿元，同比增长 2.96%。

8) 酒鬼酒上半年营收 9.94 亿元：8 月 28 日，酒鬼酒发布 2024 年半年报：1-6 月，酒鬼酒实现营业收入 9.94 亿元，同比下滑 35.5%；净利润 1.21 亿元，同比下滑 71.32%。酒鬼酒在财报中表示，公司第二季度营业收入降幅较第一季度大幅收窄，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。分产品来看，内参系列营收 1.72 亿元，同比下滑 60.85%；酒鬼系列营收 5.91 亿元，同比下滑 30.11%；湘泉系列营收 0.49 亿元，同比增长 36.33%；其他系列营收 1.76 亿元，同比下滑 17.51%。

9) 金种子酒发布 2024 年半年度报告：8 月 27 日晚间，金种子酒发布 2024 年半年度业绩，24H1 公司实现营业收入 6.67 亿元，同比-13.16%，归母净利润 0.11 亿元，同比扭亏为盈。

10) 金徽酒品牌高铁冠名列车首发仪式在郑州东站圆满举行：金徽酒携手中国高铁，从陇上江南驰骋而出，将甘冽醇厚、风味独特的金徽酒推向华东乃至全国广袤市场。这列“金徽酒正能量”号高铁，途经多个华东重点市场，通过列车全媒体立体广告形式，广覆盖高净值商旅人群，在高铁车身、座椅、跑马灯等处展露品牌形象，目前正值暑运高峰期，又临近中秋国庆出行旺季，借力中国高铁，公司有望扩大品牌影响力。

11) “中国酒文化月”将启动：8 月 28 日，中国酒业协会发布关于开展 2024 “中国酒文化月”的通知，并将于 8 月 31 日在代州黄酒文化节开幕式上举行“中国酒文化月”启动仪式。活动旨在从企业文化、美酒文化、品牌文化、文化营销、文化传播、文化遗产六个方向，持续强化“中国酒业新文化建设”，将“中国酒文化月”打造成中国酒业的标志性产业文化 IP。

休闲零食：洽洽发布 2024 年半年报，增长势能恢复。8 月 28 日晚间，洽洽发布 2024 年半年度报告，24H1 公司实现营收 28.98 亿，同比 +7.92%；归母净利润 3.37 亿，同比 +25.92%。具体到产品来看，24H1 公司葵花子收入 18.54 亿，同比 +3.01%，占比为 63.98%；坚果类收入为 6.6 亿，同比 +23.9%，占比为 22.79%。从区域来看，东方区营收 8.7 亿，同比 +21.88%，增速最为亮眼；其次则为电商，营收 3.61 亿，同比 +11.58%。利润率角度来看，公司 24H1 毛利率为 28.45%，同比增加 3.65%，营收占比最大的葵花子毛利率为 28.6%，同比增长 4.5%，毛利率改善明显。我们认为，公司 24H1 扭转了 23 年营收利润双降的局面，展现出良好的增长势能。通过聚焦瓜子、

坚果业务并加大新品的试销和拓展，成功实现品类突破，渠道端不断渗透深化，全年业绩有望进一步增长。

啤酒：青啤发布 2024 年半年报，稳健经营韧性增长。8 月 29 日晚间，青啤发布 2024 年半年度报告，24H1 公司实现营收 200.68 亿，同比-7.06%；归母净利润 36.42 亿，同比+6.31%。24H1 公司在中高端产品上持续拓市场、抓运营、强品牌，超高端产品和精酿系列销量均实现增长，中高端产品市场占比和竞争力不断提升，带动公司千升酒营业收入同比增长 1.0%。从产品层面看，公司推进新鲜直送的创新运作模式，同时还研发上市了“尼卡希白啤、全麦奥古特 A6 和奥古特 A3、无醇白啤”等新产品，满足消费者对高品质、多样化、个性化的消费需求。此外，公司在重大国际体育赛事积极营销，生产端持续推进数字化进程，整体经营势能稳中向好。我们认为，公司在深耕渠道、创新营销、科技创新等多方面持续向上，在外部环境较为不易的情况下保持盈利能力的稳定增长，充分展示啤酒龙头企业的韧性。

软饮：东鹏新品迸发新能量，全国化加速推进。8 月 30 日，公司发布 2024 年半年度报告。2024 年上半年公司实现营业总收入 78.73 亿元，同比+44.19%；归母净利润 17.31 亿元，同比+56.17%。其中，单 Q2 实现营业收入 43.91 亿元，同比+47.88%；归母净利润 10.67 亿元，同比+74.62%。分产品看，公司核心单品东鹏特饮延续稳健增长态势，24H1 营收 68.55 亿元，同比增长 33.49%，东鹏补水啦上半年实现收入 4.76 亿元，同比增长 281.12%，销售占比由 2.29%提升至 6.05%；其他饮料收入 5.31 亿元，同比增长 172.16%，销售收入占比由 3.58%提升至 6.76%。分区域看，24H1 全国区域合计实现营收 46.98 亿元，同比增长 59.75%，增速较 24Q1 进一步提速。24H1 大本营广东市场表现稳健，实现营收 21.14 亿元，同比增长 13.79%，占比同比下降 7.17 个百分点至 26.9%；省外华东/华中/西南/华北等市场实现高增，24H1 实现营收 11.58/10.69/9.22/9.87 亿元，分别同比+53.60%/+51.86%/+75.57%/+99.14%。下半年公司将持续完善产品生产及销售网络的全国布局，加强渠道下沉，提高单点产出，持续提升公司能量饮料市场份额，并积极研发、储备其他健康功效饮品，满足消费者的消费需求。

速冻：千味发布 2024 年半年报，。8 月 27 日晚间，千味发布 2024 年半年度报告，24H1 公司实现营收 8.92 亿，同比+4.87%；归母净利润 0.59 亿，同比+6.14%。分产品来看，公司蒸蒸日上、菜肴及其他两类产品分别实现收入 2.11 亿、1.33 亿，同比+32.40%、18.99%。公司继续加大对战略产品的开发和推广力度，对于年度确认的战略产品，通过样板市场建设、试吃推广、会议营销等多种方式，助推战略产品的推广与销售达成。分渠道看，2024 上半年直营渠道销售额为 4.12 亿元，同比增幅 8.54%；经销渠道销售额 4.76 亿

元，同比增幅为 1.77%。公司着重增加对腰部直营客户的开发力度，增加销售及市场的人员数量，提高经销商渠道建设力度，着力支持经销商发展壮大。另外，值得注意的是，公司线上直销销售大增，实现收入 3085.85 万元，同比+81.03%，全渠道稳步推进。我们认为，公司上半年受制于外部环境及高基数等因素影响，实现营收净利双增的稳定增长，展现公司较强的定力。随着公司品牌转型步入“为全餐饮全渠道提供专业服务”的新阶段，预计业绩还将提升。

调味品：海天味业发布半年报，利润重回双位数增长。8月29日，海天味业披露 2024 年半年度报告，上半年实现营业收入 141.56 亿元，同比增长 9.18%，归母净利润 34.53 亿元，同比增长 11.52%。对于业绩增长原因，公司表示，大宗原材料的价格总体呈现回调走势，在一定程度上有利于公司缓解成本压力。同时，公司通过多种措施，持续推行提质增效创造利润空间，为公司的高品质产品、高效率运营和长期稳健发展提供支撑。分品类看，酱油、调味酱、蚝油、其他产品分别实现销售同比增长 6.85%、8.55%、5.71%、22.31%，其中酱油仍占据了收入的半壁江山。增速最快的其他产品，主要是醋和料酒，也是公司多元化的发力方向。2024 年作为公司“四五计划”开局之年，设定了收入增长 12%，利润增长 10.8% 的全年目标，公司也有望继续在产品创新、品质提升和市场拓展等方面发力，进一步巩固和提升市场地位。

冷冻烘焙：立高食品上半年业绩双增，奶油业务增收八成。8月29日，立高食品发布 2024 年半年报，上半年实现营收 17.81 亿元，同比增长 8.88%；归母净利润为 1.35 亿元，同比增长 25.03%。分产品看，冷冻烘焙食品收入占比约 60%，同比基本持平；烘焙食品原料收入占比约 40%，同比增长约 25%，主要增量为公司以稀奶油为代表的奶油新品保持良好增速，受益于高自动化产线、高订单量带来的规模效益，上半年稀奶油实现销售收入超 2 亿元，奶油类产品营收同比增长超 80%。分渠道看，流通渠道收入占比接近 55%，同比增长近 15%，主要是公司稀奶油产品在该渠道的销售表现稳健增长。商超渠道收入占比接近 30%，同比个位数下滑，主要是公司在核心商超渠道部分产品上架安排进行周期性调整所致；餐饮、茶饮及新零售等创新渠道收入占比超过 15%，合计同比增速接近 25%，主要得益于公司把握烘焙消费渠道多元化的趋势，投入更多资源，积极开拓新渠道客户。公司将继续以大单品、大客户、大经销商为抓手，坚定推进多渠道、多品类发展策略，致力于提高产线自动化、智能化水平，通过生产自动化和产品多样化、渠道多元化的有效平衡带来的规模效应，提升生产经营效率。

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

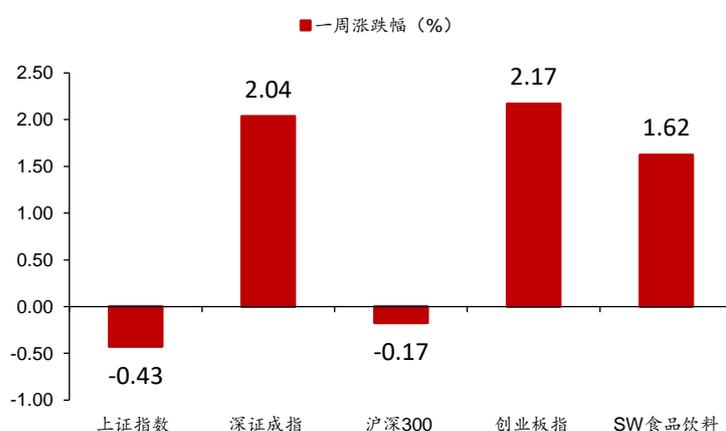
2.1 板块整体指数表现

本周 SW 食品饮料指数上涨 1.62%，相对沪深 300 跑赢 1.79pct。沪深 300 下跌 0.17%，上证指数下跌 0.43%，深证成指上涨 2.04%，创业板指上涨 2.17%。

在 31 个申万一级行业中，食品饮料排名第 19。

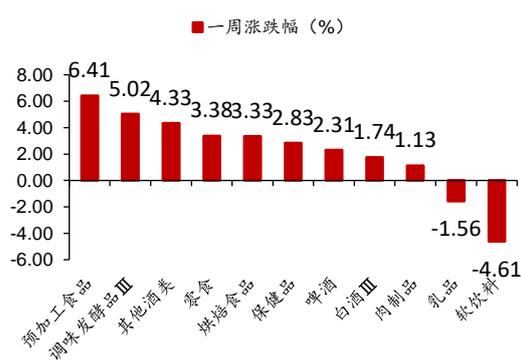
本周 SW 食品饮料各二级行业中，预加工食品上涨 6.41%，调味发酵品 III 上涨 5.02%，其他酒类上涨 4.33%。

图 1：本周市场表现 (%)



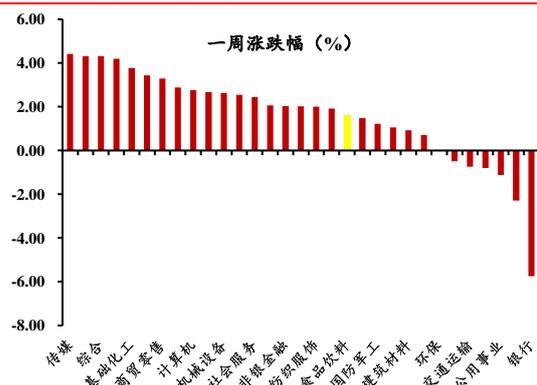
资料来源：Wind，上海证券研究所

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 (%)



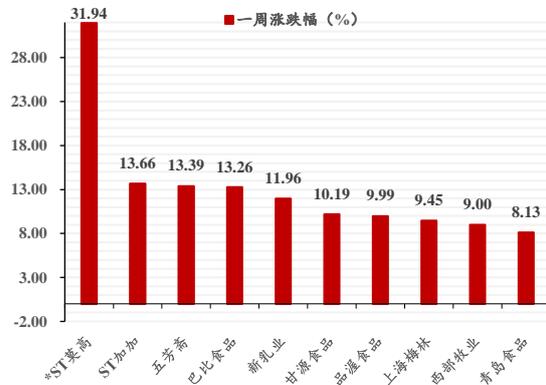
资料来源：Wind，上海证券研究所

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 莫高上涨 31.94%、ST 加加上涨 13.66%、五芳斋上涨 13.39%、巴比食品上

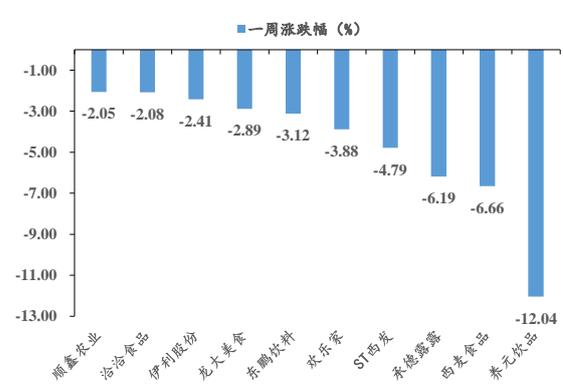
涨 13.26%、新乳业上涨 11.96%；排名后五的个股为养元饮品下跌 12.04%、西麦食品下跌 6.66%、承德露露下跌 6.19%、ST 西发下跌 4.79%、欢乐家下跌 3.88%。

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 (%)



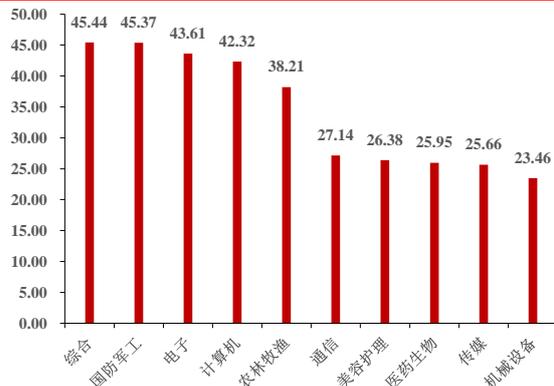
资料来源：Wind，上海证券研究所

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 18.63x，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 33.81x，软饮料 24.10x，肉制品 24.99x。

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

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 8 月 30 日，飞天茅台当年原装和散装批发参考价分别为 2710 元和 2400 元；截至 2024 年 8 月 30 日，五粮液普五（八代）批发参考价为 960 元。

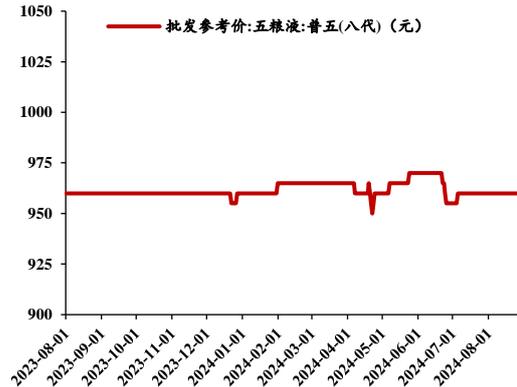
2024 年 7 月，全国白酒产量 26.10 万千升，当月同比下降 5.10%。2024 年 3 月全国 36 大中城市日用工业消费品白酒 500ml 左右 52 度高档平均价格 1220.85 元/瓶，白酒 500ml 左右 52 度中低档平均价格 178.01 元/瓶。

图 8：飞天茅台批价走势



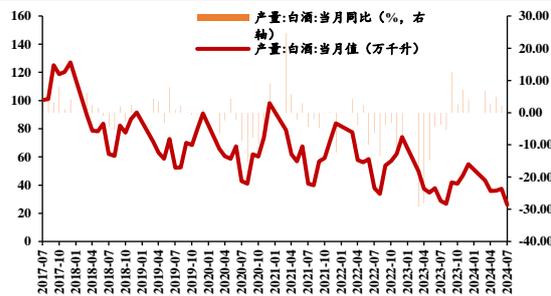
资料来源：Wind，上海证券研究所

图 9：五粮液批价走势



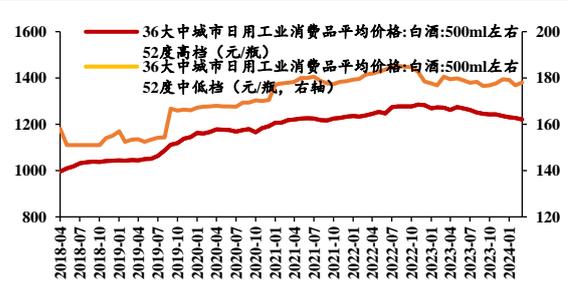
资料来源：Wind，上海证券研究所

图 10：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 11：白酒价格月度跟踪

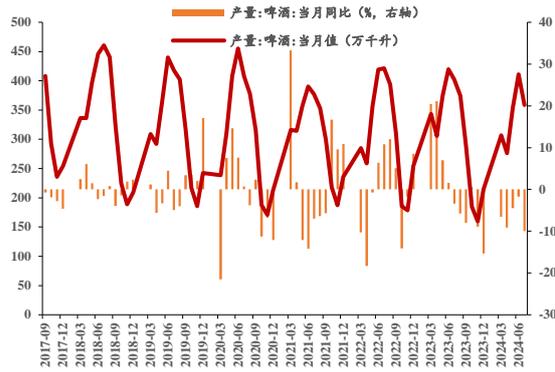


资料来源：Wind，国家发改委，上海证券研究所

3.2 啤酒板块

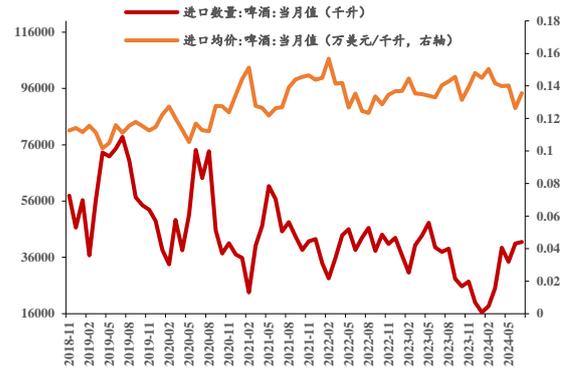
2024 年 7 月，全国啤酒产量 358.60 万千升，同比减少 10.00%。2024 年 7 月全国啤酒进口数量 4.14 万千升。2024 年 3 月全国 36 大中城市日用工业消费品啤酒罐装 350ml 左右平均价格 4.15 元/罐，啤酒瓶装 630ml 左右平均价格 5.17 元/瓶。

图 12: 啤酒月度产量跟踪



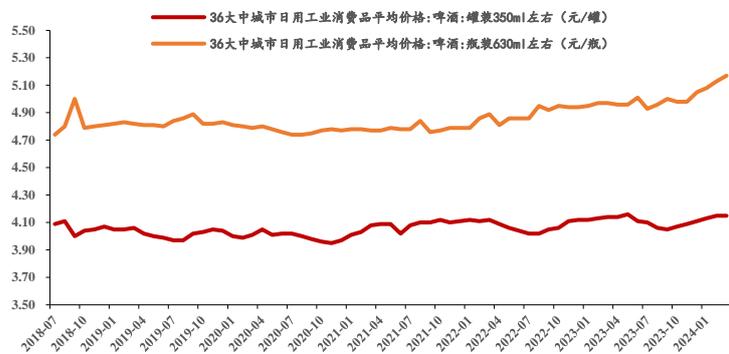
资料来源: Wind, 国家统计局, 上海证券研究所

图 13: 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 14: 国内啤酒平均价格

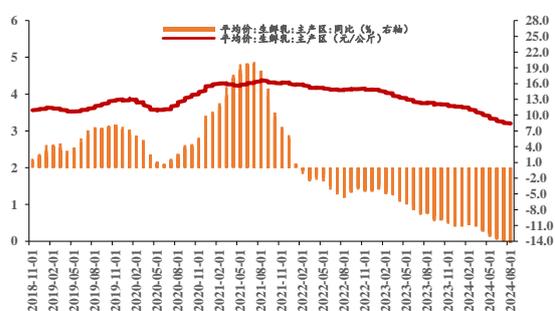


资料来源: Wind, 国家发改委, 上海证券研究所

3.3 乳制品板块

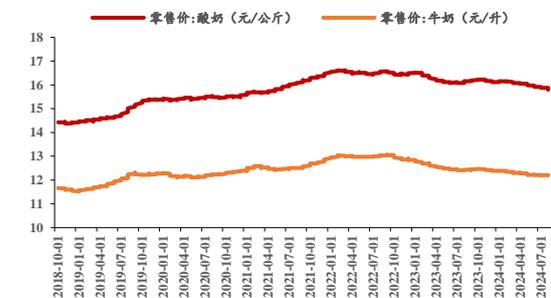
截至 2024 年 8 月 22 日, 全国生鲜乳主产区平均价格 3.20 元/公斤。截至 2024 年 8 月 23 日, 全国酸奶零售价 15.80 元/公斤, 牛奶零售价 12.20 元/升。截至 2024 年 8 月 23 日, 国产品牌奶粉零售价格 225.96 元/公斤, 国外品牌奶粉零售价格 268.54 元/公斤。

图 15: 生鲜乳价格指数跟踪



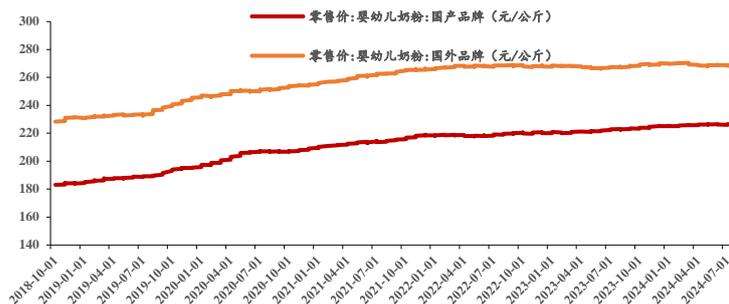
资料来源: Wind, 农业农村部, 上海证券研究所

图 16: 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 17: 婴幼儿奶粉价格跟踪



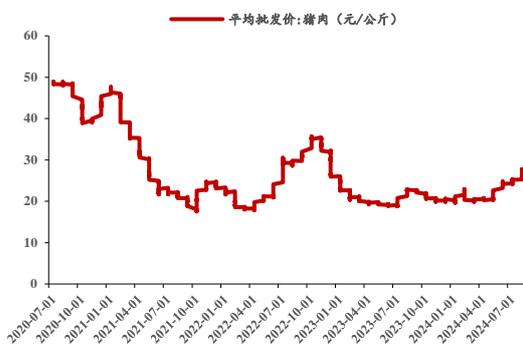
资料来源: Wind, 商务部, 上海证券研究所

4 成本及包材端重要数据跟踪

4.1 肉制品板块

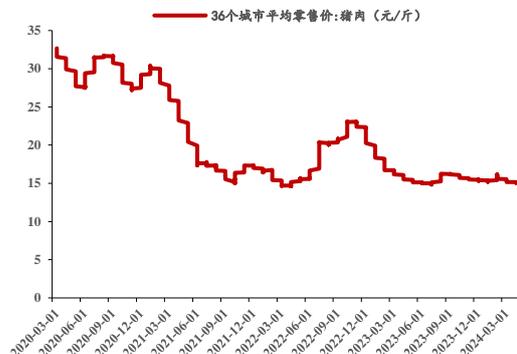
截至 2024 年 8 月 30 日, 全国猪肉平均批发价 27.53 元/公斤; 截至 2024 年 5 月 21 日, 全国 36 个城市猪肉平均零售价 15.12 元/500 克。截至 2024 年 8 月 30 日, 全国主产区白羽肉鸡平均价 7.38 元/公斤; 截至 2024 年 5 月 21 日, 全国 36 个城市鸡肉平均零售价 12.55 元/500 克。

图 18: 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 19: 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 20: 鸡肉平均批发价



资料来源: Wind, 博亚和讯, 上海证券研究所

图 21: 鸡肉平均零售价

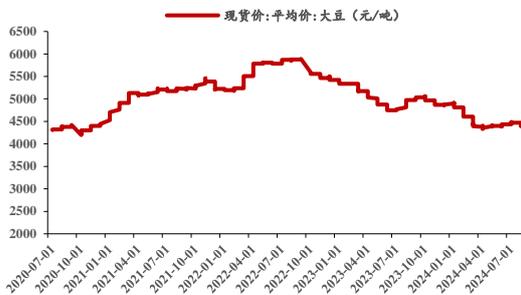


资料来源: Wind, 国家发改委, 上海证券研究所

4.2 大宗原材料及包材相关

截至 2024 年 8 月 30 日, 全国大豆现货平均价格 4391.58 元/吨。截至 2024 年 8 月 20 日, 全国豆粕(粗蛋白含量 $\geq 43\%$)市场价 2901.70 元/吨。截至 2024 年 8 月 30 日, 英国布伦特 Dtd 原油现货价格 80.22 美元/桶。截至 2024 年 8 月 30 日, 中国塑料城价格指数 881.36。截至 2024 年 8 月 20 日, 全国瓦楞纸(AA 级 120g)市场价格 2620.80 元/吨。截至 2024 年 8 月 30 日, 我国华东市场箱板纸(130gA 级牛卡纸)市场价格 3130.00 元/吨。

图 22: 大豆价格跟踪



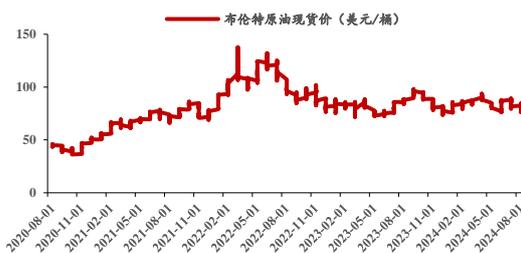
资料来源: Wind, 中国汇易, 上海证券研究所

图 23: 豆粕价格跟踪



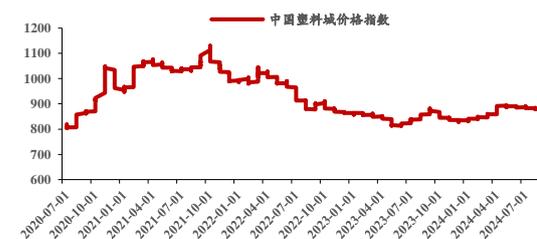
资料来源: Wind, 国家统计局, 上海证券研究所

图 24: 布伦特原油价格跟踪



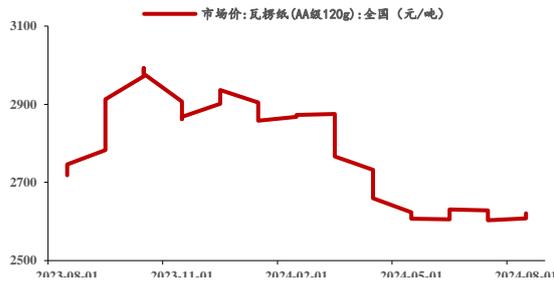
资料来源: Wind, 上海证券研究所

图 25: 塑料价格指数跟踪



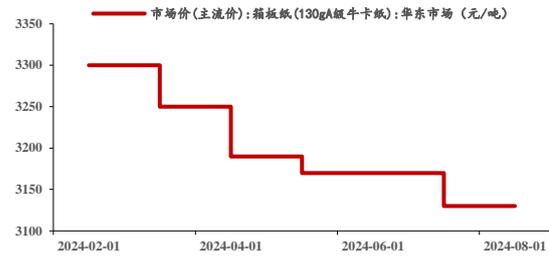
资料来源: Wind, 中塑在线, 上海证券研究所

图 26: 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 27: 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

【养元饮品】2024 年半年度报告: 2024H1 公司实现营业收入 29.42 亿元, 同比-2.02%; 实现归母净利润 10.30 亿元, 同比+12.97%; 实现扣非归母净利润 7.75 亿元, 同比+8.23%。

【李子园】2024 年半年度报告: 2024H1 公司实现营业收入 6.79 亿元, 同比-3.08%; 实现归母净利润 0.95 亿元, 同比-29.29%; 实现扣非归母净利润 0.89 亿元, 同比-31.24%。

【顺鑫农业】2024 年半年度报告: 2024H1 公司实现营业收入 56.87 亿元, 同比-8.45%; 实现归母净利润 4.23 亿元, 同比扭亏为盈; 实现扣非归母净利润 4.22 亿元, 同比扭亏为盈。

【欢乐家】2024 年半年度报告: 2024H1 公司实现营业收入 9.45 亿元, 同比+3.64%; 实现归母净利润 0.82 亿元, 同比-36.44%; 实现扣非归母净利润 0.81 亿元, 同比-37.10%。

【金字火腿】2024 年半年度报告: 2024H1 公司实现营业收入 1.99 亿元, 同比+12.71%; 实现归母净利润 0.31 亿元, 同比+14.65%; 实现扣非归母净利润 0.23 亿元, 同比+2.16%。

【香飘飘】2024 年半年度报告: 2024H1 公司实现营业收入 11.79 亿元, 同比+0.75%; 实现归母净利润-0.30 亿元, 同比亏损收窄; 实现扣非归母净利润-0.43 亿元, 同比亏损收窄。

【承德露露】2024 年半年度报告: 2024H1 公司实现营业收入 16.34 亿元, 同比+9.39%; 实现归母净利润 2.94 亿元, 同比-6.80%; 实现扣非归母净利润 2.93 亿元, 同比-7.00%。

【伊力特】2024 年半年度报告: 2024H1 公司实现营业收入 13.30 亿元, 同比+8.94%; 实现归母净利润 1.98 亿元, 同比+12.13%; 实现扣非归母净利润 1.94 亿元, 同比+11.68%。

【山西汾酒】2024 年半年度报告: 2024H1 公司实现营业收入 227.46 亿元, 同比+19.65%; 实现归母净利润 84.10 亿元, 同比+24.27%; 实现扣非归母净利润 84.09 亿元, 同比+24.41%。

【金种子酒】2024 年半年度报告: 2024H1 公司实现营业收入

6.67 亿元，同比-13.16%；实现归母净利润 0.11 亿元，同比扭亏为盈；实现扣非归母净利润 0.04 亿元，同比扭亏为盈。

【青岛食品】2024 年半年度报告：2024H1 公司实现营业收入 2.62 亿元，同比+3.92%；实现归母净利润 0.60 亿元，同比+12.52%；实现扣非归母净利润 0.52 亿元，同比+17.17%。

【煌上煌】2024 年半年度报告：2024H1 公司实现营业收入 10.60 亿元，同比-7.53%；实现归母净利润 0.60 亿元，同比-26.59%；实现扣非归母净利润 0.49 亿元，同比-31.16%。

【海南椰岛】2024 年半年度报告：2024H1 公司实现营业收入 1.22 亿元，同比+3.17%；实现归母净利润 462.83 万元，同比扭亏为盈；实现扣非归母净利润-532.99 万元，同比亏损收窄。

【金达威】2024 年半年度报告：2024H1 公司实现营业收入 15.23 亿元，同比-1.82%；实现归母净利润 1.30 亿元，同比-29.31%；实现扣非归母净利润 1.29 亿元，同比-29.42%。

【老白干酒】2024 年半年度报告：2024H1 公司实现营业收入 24.70 亿元，同比+10.65%；实现归母净利润 3.04 亿元，同比+40.25%；实现扣非归母净利润 2.78 亿元，同比+46.41%。

【口子窖】2024 年半年度报告：2024H1 公司实现营业收入 31.66 亿元，同比+8.72%；实现归母净利润 9.49 亿元，同比+11.91%；实现扣非归母净利润 9.30 亿元，同比+11.50%。

【威龙股份】2024 年半年度报告：2024H1 公司实现营业收入 2.21 亿元，同比+24.40%；实现归母净利润 944.90 万元，同比扭亏为盈；实现扣非归母净利润 903.31 万元，同比扭亏为盈。

【三只松鼠】2024 年半年度报告：2024H1 公司实现营业收入 50.75 亿元，同比+75.39%；实现归母净利润 2.90 亿元，同比+88.57%；实现扣非归母净利润 2.28 亿元，同比+211.79%。

【佳隆股份】2024 年半年度报告：2024H1 公司实现营业收入 1.19 亿元，同比-18.88%；实现归母净利润 817.02 万元，同比+85.80%；实现扣非归母净利润 789.33 万元，同比+149.02%。

【海融科技】2024 年半年度报告：2024H1 公司实现营业收入 5.18 亿元，同比+9.45%；实现归母净利润 0.69 亿元，同比+42.94%；实现扣非归母净利润 0.60 亿元，同比+52.10%。

【洽洽食品】2024 年半年度报告：2024H1 公司实现营业收入 28.98 亿元，同比+7.92%；实现归母净利润 3.37 亿元，同比+25.92%；实现扣非归母净利润 2.83 亿元，同比+41.80%。

【味知香】2024 年半年度报告：2024H1 公司实现营业收入 3.27 亿元，同比-21.53%；实现归母净利润 0.42 亿元，同比-43.37%；实现扣非归母净利润 0.41 亿元，同比-43.10%。

【康比特】2024 年半年度报告：2024H1 公司实现营业收入 5.07 亿元，同比+35.62%；实现归母净利润 0.47 亿元，同比+5.14%；实现扣非归母净利润 0.47 亿元，同比+33.98%。

【三全食品】2024 年半年度报告：2024H1 公司实现营业收入 36.65 亿元，同比-4.91%；实现归母净利润 3.33 亿元，同比-23.75%；实现扣非归母净利润 2.69 亿元，同比-29.60%。

【西麦食品】2024 年半年度报告：2024H1 公司实现营业收入 9.73 亿元，同比+38.83%；实现归母净利润 0.67 亿元，同比+1.84%；实现扣非归母净利润 0.63 亿元，同比+8.52%。

【华统股份】2024 年半年度报告：2024H1 公司实现营业收入 41.65 亿元，同比+1.14%；实现归母净利润-1.19 亿元，同比+66.59%；实现扣非归母净利润-1.26 亿元，同比+70.30%。

【酒鬼酒】2024 年半年度报告：2024H1 公司实现营业收入 9.94 亿元，同比-35.50%；实现归母净利润 1.21 亿元，同比-71.32%；实现扣非归母净利润 1.17 亿元，同比-71.98%。

【五粮液】2024 年半年度报告：2024H1 公司实现营业收入 506.48 亿元，同比+11.30%；实现归母净利润 190.57 亿元，同比+11.86%；实现扣非归母净利润 189.39 亿元，同比+11.79%。

【恒顺醋业】2024 年半年度报告：2024H1 公司实现营业收入 10.04 亿元，同比-11.83%；实现归母净利润 0.94 亿元，同比-24.16%；实现扣非归母净利润 0.81 亿元，同比-30.85%。

【立高食品】2024 年半年度报告：2024H1 公司实现营业收入 17.81 亿元，同比+8.88%；实现归母净利润 1.35 亿元，同比+25.03%；实现扣非归母净利润 1.25 亿元，同比+20.66%。

【光明肉业】2024 年半年度报告：2024H1 公司实现营业收入 116.02 亿元，同比+1.68%；实现归母净利润 2.53 亿元，同比-24.17%；实现扣非归母净利润 1.76 亿元，同比-33.89%。

【涪陵榨菜】2024 年半年度报告：2024H1 公司实现营业收入 13.06 亿元，同比-2.32%；实现归母净利润 4.48 亿元，同比-4.74%；实现扣非归母净利润 4.25 亿元，同比-1.62%。

【龙大美食】2024 年半年度报告：2024H1 公司实现营业收入 50.44 亿元，同比-25.01%；实现归母净利润 0.58 亿元，同比+109.31%；实现扣非归母净利润 0.56 亿元，同比+112.02%。

【巴比食品】2024 年半年度报告：2024H1 公司实现营业收入 7.64 亿元，同比+3.56%；实现归母净利润 1.11 亿元，同比+36.04%；实现扣非归母净利润 0.88 亿元，同比+31.42%。

【广州酒家】2024 年半年度报告：2024H1 公司实现营业收入 19.12 亿元，同比+10.29%；实现归母净利润 0.58 亿元，同比-26.98%；实现扣非归母净利润 0.50 亿元，同比-30.99%。

【一鸣食品】2024 年半年度报告：2024H1 公司实现营业收入 13.72 亿元，同比+8.51%；实现归母净利润 0.26 亿元，同比+5.28%；实现扣非归母净利润 0.27 亿元，同比+18.76%。

【伊利股份】2024 年半年度报告：2024H1 公司实现营业收入 596.96 亿元，同比-9.53%；实现归母净利润 75.31 亿元，同比+19.44%；实现扣非归母净利润 53.24 亿元，同比-12.81%。

【宝立食品】2024 年半年度报告：2024H1 公司实现营业收入 12.73 亿元，同比+12.89%；实现归母净利润 1.08 亿元，同比-34.60%；实现扣非归母净利润 0.99 亿元，同比-10.87%。

【良品铺子】2024 年半年度报告：2024H1 公司实现营业收入 38.86 亿元，同比-2.52%；实现归母净利润 0.24 亿元，同比-

87.38%；实现扣非归母净利润 0.07 亿元，同比-93.97%。

【新乳业】2024 年半年度报告：2024H1 公司实现营业收入 53.64 亿元，同比+1.25%；实现归母净利润 2.96 亿元，同比+25.26%；实现扣非归母净利润 3.13 亿元，同比+36.39%。

【贝因美】2024 年半年度报告：2024H1 公司实现营业收入 14.17 亿元，同比+5.61%；实现归母净利润 0.52 亿元，同比+16.41%；实现扣非归母净利润 0.39 亿元，同比+39.50%。

【青岛啤酒】2024 年半年度报告：2024H1 公司实现营业收入 200.68 亿元，同比-7.06%；实现归母净利润 36.22 亿元，同比+6.31%；实现扣非归母净利润 34.27 亿元，同比+6.15%。

【得利斯】2024 年半年度报告：2024H1 公司实现营业收入 13.81 亿元，同比-10.50%；实现归母净利润 0.14 亿元，同比-44.81%；实现扣非归母净利润 0.13 亿元，同比-48.43%。

【洋河股份】2024 年半年度报告：2024H1 公司实现营业收入 228.76 亿元，同比+4.58%；实现归母净利润 79.47 亿元，同比+1.08%；实现扣非归母净利润 79.41 亿元，同比+2.96%。

【莫高股份】2024 年半年度报告：2024H1 公司实现营业收入 1.61 亿元，同比+85.59%；实现归母净利润-0.09 亿元，同比亏损收窄；实现扣非归母净利润-0.10 亿元，同比亏损收窄。

【海天味业】2024 年半年度报告：2024H1 公司实现营业收入 141.56 亿元，同比+9.18%；实现归母净利润 34.53 亿元，同比+11.52%；实现扣非归母净利润 33.25 亿元，同比+11.95%。

【光明乳业】2024 年半年度报告：2024H1 公司实现营业收入 127.14 亿元，同比-10.08%；实现归母净利润 2.80 亿元，同比-17.03%；实现扣非归母净利润 3.48 亿元，同比+10.05%。

【绝味食品】2024 年半年度报告：2024H1 公司实现营业收入 33.40 亿元，同比-9.73%；实现归母净利润 2.96 亿元，同比+22.20%；实现扣非归母净利润 2.81 亿元，同比+24.15%。

【天味食品】2024 年半年度报告：2024H1 公司实现营业收入 14.68 亿元，同比+2.95%；实现归母净利润 2.47 亿元，同比+18.79%；实现扣非归母净利润 2.10 亿元，同比+17.68%。

【维维股份】2024 年半年度报告：2024H1 公司实现营业收入 17.43 亿元，同比-13.21%；实现归母净利润 1.51 亿元，同比+145.08%；实现扣非归母净利润 0.70 亿元，同比+19.52%。

【千禾味业】2024 年半年度报告：2024H1 公司实现营业收入 15.89 亿元，同比+3.78%；实现归母净利润 2.51 亿元，同比-2.38%；实现扣非归母净利润 2.46 亿元，同比-3.73%。

【东鹏饮料】2024 年半年度报告：2024H1 公司实现营业收入 78.73 亿元，同比+44.19%；实现归母净利润 17.31 亿元，同比+56.17%；实现扣非归母净利润 17.07 亿元，同比+72.34%。

【佳禾食品】2024 年半年度报告：2024H1 公司实现营业收入 10.73 亿元，同比-19.12%；实现归母净利润 0.69 亿元，同比-48.77%；实现扣非归母净利润 0.62 亿元，同比-46.19%。

【燕塘乳业】2024 年半年度报告：2024H1 公司实现营业收入

8.53 亿元，同比-11.45%；实现归母净利润 0.56 亿元，同比-42.77%；实现扣非归母净利润 0.54 亿元，同比-45.61%。

【莲花控股】2024 年半年度报告：2024H1 公司实现营业收入 12.22 亿元，同比+25.46%；实现归母净利润 1.01 亿元，同比+101.03%；实现扣非归母净利润 1.02 亿元，同比+101.05%。

【泸州老窖】2024 年半年度报告：2024H1 公司实现营业收入 169.05 亿元，同比+15.84%；实现归母净利润 80.28 亿元，同比+13.22%；实现扣非归母净利润 79.94 亿元，同比+13.54%。

【古井贡酒】2024 年半年度报告：2024H1 公司实现营业收入 138.06 亿元，同比+22.07%；实现归母净利润 35.73 亿元，同比+28.54%；实现扣非归母净利润 35.41 亿元，同比+29.64%。

6 行业要闻

1、1-7 月宜宾酒类产业增长 10.3%：8 月 25 日，宜宾经信发布消息，1-7 月，全市规模以上工业增加值同比增长 6.6%。其中酒类产业增加值同比增长 10.3%。（酒业家）

2、麻城白云边 1979 系列销售增长 100%：近日，白云边鄂东片区麻城市场成功召开 1979 战略联盟商 2024 年度总结大会暨 2025 年度续签仪式。会议透露，2023 年，麻城市场与十六家联盟商成为战略合作伙伴，2024 年 1979 系列产品销售同比上升 100%，三十年系列产品销售同比上升 60%。其中，签约客户销售占比接近 50%，“战略联盟商”合作模式的探索初见成效。（酒业家）

3、周艳花强调红西凤四大运营方向：8 月 25 日，红西凤营销创新工作发展研讨会在西安召开。西凤酒股份公司副总经理周艳花在会上强调了红西凤产品运营四大发展方向。一是采用精细化和差异化策略加速次高端产品布局；二是实施管理创新以提高运营效率；三是加强市场政策管理，确保产品价格盘稳定；四是加大市场网络建设力度，巩固拓展营销渠道。周艳花要求，后续要将这四大发展方向切实落地，转化为实际行动和具体成果，同时双方要紧密协作，形成强大工作合力，实现红西凤系列产品的长期可持续发展。（酒说）

4、汾酒三方面部署新周期生产：8 月 26 日，汾酒召开 2024-2025 周期生产工作暨表彰会。汾酒党委书记、董事长袁清茂针对汾酒股份新周期生产工作，袁清茂从“文化、技术、队伍”三方面提出要求。一是重塑汾酒质量文化，树立大质量管理观，追溯质量文化之根，重塑质量文化之魂，树立大质量管理观，形成汾酒特色的质量管理文化；二是认真践行品质路线，严格落实五方面重点任务，推动科学化、标准化、数智化，严把供应关、生产关；三是加强人才梯队建设，不断提高队伍整体素质。（云酒头条）

5、前 7 月福建啤酒进出口全国第一：1-7 月，福建省共进口啤酒 6.6 亿元，同比增长 19.9%，占同期全国啤酒进口总值的

31.3%，位居全国第一；出口啤酒 4.6 亿元，同比增长 22.9%，出口规模居全国首位，贡献了全国近四分之一的啤酒出口值，并呈现高速增长态势。（云酒头条）

6、“川酒全国行”走进天津：8 月 24 日，2024 “川酒全国行”天津站启动仪式在德阳（绵竹）剑南老街隆重启幕。活动期间，以川酒“六朵金花”“十朵小金花”为代表的 40 多家川酒企业共携 300 款白酒产品将走进天津市场，以“川行九州 津上添花”为主题，将搭建“川酒市集”，开展“川酒”与当地“老字号”美食联动组织四川白酒优势产区及“川酒行”旅游精品线路推介，全方位推广川酒、川茶、川烟、川味食品等川字号特色产品及酒旅融合线路，全面提升川酒在全国市场的影响力。（中国酒业协会）

7、“台源夜市”亮相淄博：8 月 23~25 日，茅台保健酒业公司以台源品牌在淄博八大局夜市打造特色“台源夜市”，消费者可以一边打卡，一边在台源酒馆里免费品尝台源美酒，搭配淄博当地美食。活动期间，台源夜市与合作商家联动推出消费互动、台源幸运签活动。（中国酒业协会）

8、中央广电总台与五粮液签约合作：8 月 27 日，中央广播电视总台和五粮液公司品牌建设战略合作签约活动在四川成都举行，继 2023 年首次签约后，双方再度携手升级品牌传播合作，共同讲好中国品牌故事，传播好中国文化。五粮液将以此次签约为新的起点，进一步深化与总台的全方位、多领域、深层次务实合作，与总台一道传播好中国文化，共同谱写新时代品牌强国的和美篇章。（云酒头条）

9、嘉士伯佛山 50 万千升项目投产：8 月 28 日，嘉士伯佛山三水生产基地正式投产。据了解，该基地是嘉士伯在中国的第 27 家酒厂，占地 250 亩，总投资 29.62 亿元，其中固定资产投资 14.92 亿元，年产能达 50 万千升，配备 2 条 4.8 万瓶/小时的瓶装线、1 条 9 万罐/小时的拉罐线和 1 条 90 桶/小时的桶装线。（酒业家）

10、华润啤酒高端品牌发布轻卡新品：8 月 28 日，华润啤酒旗下高端啤酒品牌红爵发布 EXTRA 轻卡啤酒新品。该新品以“轻卡”为创新突破点，与骑行、露营、citywalk 等时下热度数以十亿计的生活方式有机融合，用“27kcal/100ml”这个别具吸引力的数字，创造出年轻人的“轻卡生活方式”全新浪潮。（酒业家）

11、首届国宝李渡申遗文化节即将开幕：继 1308 申遗献礼在法国巴黎发布之后，李渡酒业继续助力申遗，即将开启首届申遗文化节，从 8 月 31 日-10 月 7 日，以主题周的形式将为国粉们奉献更多精彩玩法。据了解，国宝李渡酒庄首次推出“庄主/窖主/坛主”三级权益尊享模式，消费者可购买指定窖池，尊享认窖命名、认窖仪式、指定量产美酒，以及国宝李渡定制体验、申遗助力官高定私享会等众多专属权益。（酒说）

12、茅台：要形成国际化“品牌集群”：8 月 28 日，由人民日报社和四川省委、省政府主办的 2024 “一带一路”媒体合作论坛在成都开幕。茅台酒股份公司党委副书记、工会主席、监事会主

席游亚林游亚林分享了茅台的国际化路径：一是质量为核心，持续满足“两个市场”；二是品牌为要，更快形成“品牌集群”，根据各国情况制定“一国一策”海外推广战略，布局打造样板市场，同时坚持系列酒和茅台家族产品同步推动，形成茅台国际化“品牌集群”，持续提升品牌影响力；三是文化为媒，高效跨越“地域边界”。（酒业家）

13、珠江啤酒拓展“啤酒+”消费：8月28日，珠江啤酒（002461.SZ）接待多家机构调研。针对后续营销工作，珠江啤酒方面表示将持续在品牌、品质及品味上下功夫，加强市场开拓和品牌建设，提升品牌声量，打造多元化、高品质的产品矩阵，激发“两支队伍”（营销业务队伍和客户队伍）的活力和战斗力，构建高品质、深体验、便捷化的多元消费场景，以“啤酒+”为核心拓展多元化的消费体验，推动优结构、强渠道、寻突破，促进营销管理质量提升。（云酒头条）

7 风险提示

宏观经济下行风险；食品安全问题；市场竞争加剧；提价不及预期

分析师声明

作者具有中国证券业协会授予的证券投资咨询资格或相当的专业胜任能力，以勤勉尽责的职业态度，独立、客观地出具本报告，并保证报告采用的信息均来自合规渠道，力求清晰、准确地反映作者的研究观点，结论不受任何第三方的授意或影响。此外，作者薪酬的任何部分不与本报告中的具体推荐意见或观点直接或间接相关。

公司业务资格说明

本公司具备证券投资咨询业务资格。

投资评级体系与评级定义

股票投资评级：	分析师给出下列评级中的其中一项代表其根据公司基本面及（或）估值预期以报告日起 6 个月内公司股价相对于同期市场基准指数表现的看法。
买入	股价表现将强于基准指数 20%以上
增持	股价表现将强于基准指数 5-20%
中性	股价表现将介于基准指数±5%之间
减持	股价表现将弱于基准指数 5%以上
无评级	由于我们无法获取必要的资料，或者公司面临无法预见结果的重大不确定性事件，或者其他原因，致使我们无法给出明确的投资评级
行业投资评级：	分析师给出下列评级中的其中一项代表其根据行业历史基本面及（或）估值对所研究行业以报告日起 12 个月内的基本面和行业指数相对于同期市场基准指数表现的看法。
增持	行业基本面看好，相对表现优于同期基准指数
中性	行业基本面稳定，相对表现与同期基准指数持平
减持	行业基本面看淡，相对表现弱于同期基准指数
相关证券市场基准指数说明：A 股市场以沪深 300 指数为基准；港股市场以恒生指数为基准；美股市场以标普 500 或纳斯达克综合指数为基准。	

投资评级说明：

不同证券研究机构采用不同的评级术语及评级标准，投资者应区分不同机构在相同评级名称下的定义差异。本评级体系采用的是相对评级体系。投资者买卖证券的决定取决于个人的实际情况。投资者应阅读整篇报告，以获取比较完整的观点与信息，投资者不应以分析师的投资评级取代个人的分析与判断。

免责声明

本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。