



**上海证券**  
SHANGHAI SECURITIES

## 中秋在即，关注需求趋势

——食品饮料行业周报 20240902-20240908

### 增持（维持）

行业： 食品饮料  
日期： 2024年09月08日

分析师： 王慧林  
Tel: 15951919467  
E-mail: wanghuilin@shzq.com  
SAC 编号: S0870524040001  
分析师： 赖思琪  
Tel: 021-53686180  
E-mail: laisiqi@shzq.com  
SAC 编号: S0870524090001  
分析师： 袁家岗  
Tel: 02153686249  
E-mail: yuanjiagang@shzq.com  
SAC 编号: S0870524090003

#### ■ 投资要点：

**本周行业要闻：**1) 茅台集团 2024 年“质量月”活动启动：9 月 2 日，茅台集团 2024 年“质量月”活动启动大会在茅台会议中心召开。茅台集团党委书记、董事长张德芹讲话并宣布“质量月”活动正式启动，党委副书记、总经理王莉主持会议，集团领导段建桦、万波、刘刚、涂华彬、王晓维出席会议。围绕茅台质量工作，张德芹做了分享：一是质量是茅台的根基；二是质量是一份责任；三是质量是一份信念。就抓好“质量月”活动，王莉指出，一要赓续优良传统，坚定不移强化全员、全过程的质量意识；二要永葆茅台质量特色，持续对外输出质量标准典范；三要持续夯基垒台，全方位、多维度筑牢茅台的质量基础。

2) 茅台获全球品牌建设奖：9 月 2 日晚，由凤凰卫视、凤凰网发起的“2024 凤凰之星上市公司评选”颁奖典礼举行，贵州茅台获得“A 股全球品牌建设奖”。贵州茅台酒销售广东省区域经理张爽表示，公司将以此为契机，坚守质量是生命之魂，不断地深耕国内市场，发力国际市场，以自身稳定、健康、可持续发展为中国资本市场注入活力与信心，同时携手各界开创更加美好的未来。

3) 五粮液国际化布局：近日，中国（四川）—丹麦经贸合作推介交流会、中国（四川）—芬兰科技经贸合作对接会举办。五粮液作为川酒领头羊和中国特色企业精彩亮相，积极融入全省产业发展大局，加快中国白酒国际化步伐，以美酒搭建东方大国与童话之国、千湖之国商贸互通、产业交流、文化互鉴的桥梁。五粮液相关负责人表示，他们将加速布局国际市场，全力提升中国白酒文化的国际知名度和影响力，助力中国白酒融入全球产业链、价值链高端，书写中国民族品牌闪耀全球的“和美”篇章。

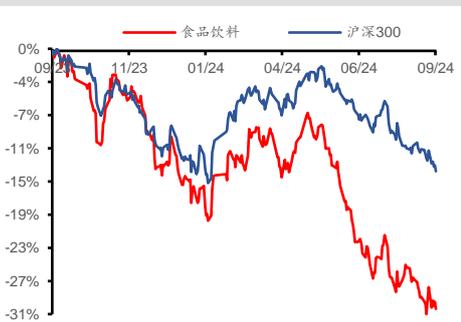
4) 今世缘产能持续提升：9 月 2 日，今世缘方面表示，南厂区新建 1.8 万吨浓香型产能已于今年 3 月投料，今年预计产原酒 5000 吨左右，当前产能为 5.8 万吨。2025 年，公司新建 2 万吨清雅酱香型产能也将全面投产，届时总产能将达到 7.8 万吨。

5) 六大产区联合发布宣言：9 月 3 日，2024（贵州·仁怀）布鲁塞尔国际烈性酒大奖赛开幕式上，遵义仁怀、四川宜宾、四川泸州、江苏宿迁、山西汾阳、安徽亳州等六大白酒产区协会共同发布《中国烈性酒产区建设联合宣言》，提出要坚持传承创新、加强开放合作交流、推动生态环保、维护市场诚信、加强对外推广、珍视产区荣誉、助力民族复兴。

6) 郎牌郎（经典 1984）上市：9 月 5 日，红花郎微信公众号发文称，郎牌郎（经典 1984）2024 特别版上市。产品致敬 1984 年郎酒荣获国家产品质量金质奖章，首获“中国名酒”称号。作为郎牌郎专属纪念酒，产品限量一次性生产仅投放 3 万件，建议零售价 349 元/瓶（500mL），9 月 5 日起至 9 月 25 日 24:00 全面申购中。

7) 洋河窖池群获吉尼斯世界纪录：9 月 4 日，中国高端年份白酒价值论坛——梦之蓝手工班全球行·南京站召开。活动现场，吉尼斯世界纪录认证官宣布洋河的 7 万口窖池和 2020 口明清老窖，正式被吉尼斯世界纪录认证为“最大规模的白酒窖池群”。梦之蓝手工班的高端年份白酒价值再次被认证，成为业内首个由“中国酒业协会授权”、由第三方认证机构权威认证的“中国高端年份白酒”。

#### 最近一年行业指数与沪深 300 比较



#### 相关报告：

《顺势而为，优选个股 ——食品饮料行业周报 20240826-20240901》

——2024 年 09 月 01 日

《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

**8) 2024 首届国际烈酒品评技能大赛开幕：**9月3日，由中国酒业协会主办，泸州老窖股份有限公司承办的2024首届国际烈酒品评技能大赛在成都拉开帷幕。中国酒业协会理事长宋书玉表示，在白酒加快国家化的背景之下，非常需要构建起国际烈酒感官标准体系和评价体系；同时国际烈酒感官品评职业技能标准、感官品评技能人才培养也迫在眉睫。希望通过本次大赛构建国际烈酒感官评价标准体系，以感官品评技能进步推动国际烈酒产业和市场的繁荣发展。

**9) 陇酒三强累计营收 54.68 亿元：**中国甘肃网消息，近日，甘肃省工商业联合会发布2024甘肃民营企业100强，其中金徽酒、红川酒业和滨河集团2023年营收分别为25.48亿元、14.74亿元、14.46亿元。

**休闲零食：品类扩充，渠道下沉。**量贩零食赛道随着“两超多强”的格局确定，各品牌开始修炼内功，一方面在供应链上下游深耕，向上缩短与厂商的合作链路，一方面向下深耕下沉市场做密度。产品端，优秀的厂家主动适配量贩零食渠道，试图合作共赢，量贩零食平台则是从众多产品中去发掘、打造爆品。渠道端，头部品牌供应链体系逐渐完善，区域平台做好差异化布局，两者均在下沉市场寻求增量。我们认为，当前量贩零食门店扩品与提升店效同步推进，零食企业有望获取更多的份额。

**啤酒：京东发布啤酒线上消费白皮书，多元化、年轻化趋势凸显。**近日，京东超市联合青岛、百威、嘉士伯、喜力、雪花、燕京等多家啤酒KA品牌，共同发布《2023-2024啤酒线上消费白皮书》。啤酒线上消费呈现出客群年轻化，商品品质化、多元化趋势，精酿、鲜啤潜力大，组合装啤酒成为市场的新增长点。同时，健康理念的提升和工艺技术的进步，让低糖、无醇型啤酒获得青睐。京东超市凭借亮眼的销售成绩和创新营销玩法，成为了诸多头部品牌的重要合作伙伴，头部酒企联手京东共创新趋势销售爆品。我们认为，京东超市凭借多样化商品、到货速度快、售后服务完善等优势，有望带动酒企线上销售业绩提升。

**软饮：原奶产量增长趋势放缓，明年有望实现供需基本平衡。**9月4日，伊利股份发布投资者关系活动记录表。公司表示，从2021年下半年，原奶价格开始进入到下行区间。由于规模化牧场的占比提升，抗风险能力增强，所以本轮奶价下行周期较以往更长。今年以来，原奶供给的增速已经较去年逐步放缓。特别是进入到二季度以后，由于牧场自身的盈利压力，淘汰低产奶牛、优化畜群结构的力度在加大，奶牛存栏量连续4个月环比下降，泌乳牛占比也在降低。公司指出，虽然目前原奶产量依然是供大于求的状态，但是无论是牛群数量，还是原奶产量的增长趋势都已经放缓。在今年9月至10月，上游牧业会集中开展青贮采购工作，现金流会面临一定压力，这会推动产能进一步的出清。同时，三季度也是双节需求旺季，原奶需求量也会有所增加。预计下半年牛群数量环比还会继续下降，原奶产量增速会进一步放缓，原奶供需差距可能收窄，明年有望实现原奶供需的基本平衡。

**速冻：牛羊肉行业赛道广阔，速冻巨头纷纷入局。**最近，安井集团旗下冻品先生以“肉卷发力，冻品十亿”为主题召开了牛羊肉卷全国推介会。安井将集中资源和力量，全力聚焦牛羊肉卷的生产、销售和推广，致力于将牛羊肉卷打造成为新的增长引擎。公司表示，安井火锅丸子系列将与冻品先生牛羊肉卷、黑鱼片、毛肚等一道将成为安井火锅食材的黄金组合，共同夯实安井在中国火锅食材行业的超级龙头地

位。三全、思念、海欣等诸多速冻龙头也纷纷加入牛羊肉卷赛道，各企业通过提供高品质、方便快捷的牛羊肉卷产品，满足消费者多样化的需求。我们认为，速冻龙头企业在食品行业拥有丰富的经验、成熟的生产技术和供应链体系，以及强大的品牌影响力和销售渠道，有望推动牛羊肉卷市场的繁荣和发展。

**调味品：共探发展新路径，2024 调味品行业专家委员会年会在德州乐陵市举行。**9月6日，2024 调味品行业专家委员会年会——调味品行业企业家经济运行座谈会在德州乐陵市召开，大会以“枣赢未来，味达天下”为主题，来自烟台、天津等地的50余位企业家、专家学者齐聚一堂，围绕技术创新、生产经营、人才培养等方面进行了深入交流和探讨，共同探索调味品高质量发展新路径。会上，调味品行业的佼佼者互相碰撞火花、分析现状、表达观点，对产业发展过程中面临的发展壁垒、对产业未来发展思路进行梳理，专家与企业代表进行问答互动，深入探讨行业热点，共谋调味品行业的未来发展之路，也必为乐陵调味品产业高质量发展创造新的机遇，积蓄新的动能。

**冷冻烘焙：中国粮油学会发酵面食分会第五次会员代表大会召开，共同做大做强发酵面食产业。**近期，由安琪酵母承办的中国粮油学会发酵面食分会第五次会员代表大会在宜昌召开。新一届分会会长熊涛表示，将在中国粮油学会的领导下，深刻把握新质生产力的内涵及要求，坚持创新驱动，加强技术交流，大力培养高素质、高水平的专业技能人才，加快产出创新成果。同时，充分发挥各会员单位优势作用，进一步促进“校企地”合作，加快探索锻造“精深”产业链，在融合发展中寻求突破和产业新空间，共同做大做强发酵面食产业。

## ■ 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

<b>1 本周周度观点及投资建议</b> .....	<b>6</b>
1.1 周度观点 .....	6
1.2 投资建议 .....	9
<b>2 本周市场表现回顾</b> .....	<b>10</b>
2.1 板块整体指数表现 .....	10
2.2 个股行情表现 .....	10
2.3 板块及子行业估值水平 .....	11
<b>3 行业重要数据跟踪</b> .....	<b>11</b>
3.1 白酒板块 .....	11
3.2 啤酒板块 .....	12
3.3 乳制品板块 .....	13
<b>4 成本及包材端重要数据跟踪</b> .....	<b>14</b>
4.1 肉制品板块 .....	14
4.2 大宗原材料及包材相关 .....	15
<b>5 上市公司重要公告整理</b> .....	<b>16</b>
<b>6 行业要闻</b> .....	<b>17</b>
<b>7 风险提示</b> .....	<b>18</b>

## 图

图 1: 本周市场表现 (%) .....	10
图 2: 本周食品饮料子行业表现 (%) .....	10
图 3: 本周一级行业表现 (%) .....	10
图 4: 指数成分股涨幅 TOP10 (%) .....	11
图 5: 指数成分股跌幅 TOP10 (%) .....	11
图 6: 截至本周收盘 PE_ttm (x) 前十大一级行业 .....	11
图 7: 截至本周收盘食品饮料子行业 PE_ttm (x) .....	11
图 8: 飞天茅台批价走势 .....	12
图 9: 五粮液批价走势 .....	12
图 10: 白酒产量月度跟踪 .....	12
图 11: 白酒价格月度跟踪 .....	12
图 12: 啤酒月度产量跟踪 .....	13
图 13: 进口啤酒月度量价跟踪 .....	13
图 14: 国内啤酒平均价格 .....	13
图 15: 生鲜乳价格指数跟踪 .....	13
图 16: 酸奶及牛奶零售价跟踪 .....	13
图 17: 婴幼儿奶粉价格跟踪 .....	14
图 18: 猪肉平均批发价 .....	14
图 19: 猪肉平均零售价 .....	14
图 20: 鸡肉平均批发价 .....	15
图 21: 鸡肉平均零售价 .....	15
图 22: 大豆价格跟踪 .....	15
图 23: 豆粕价格跟踪 .....	15

---

图 24: 布伦特原油价格跟踪 .....	15
图 25: 塑料价格指数跟踪 .....	15
图 26: 瓦楞纸价格跟踪 .....	16
图 27: 箱板纸价格跟踪 .....	16

## 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) 茅台集团 2024 年“质量月”活动启动：**9 月 2 日，茅台集团 2024 年“质量月”活动启动大会在茅台会议中心召开。茅台集团党委书记、董事长张德芹讲话并宣布“质量月”活动正式启动，党委副书记、总经理王莉主持会议，集团领导段建桦、万波、刘刚、涂华彬、王晓维出席会议。围绕茅台质量工作，张德芹做了分享：一是质量是茅台的根基；二是质量是一份责任；三是质量是一份信念。就抓好“质量月”活动，王莉指出，一要赓续优良传统，坚定不移强化全员、全过程的质量意识；二要永葆茅台质量特色，持续对外输出质量标准典范；三要持续夯基垒台，全方位、多维度筑牢茅台的质量基础。

**2) 茅台获全球品牌建设奖：**9 月 2 日晚，由凤凰卫视、凤凰网发起的“2024 凤凰之星上市公司评选”颁奖典礼举行，贵州茅台获得“A 股全球品牌建设奖”。贵州茅台酒销售广东省区域经理张爽表示，公司将以此为契机，坚守质量是生命之魂，不断地深耕国内市场，发力国际市场，以自身稳定、健康、可持续发展为中国资本市场注入活力与信心，同时携手各界开创更加美好的未来。

**3) 五粮液国际化布局：**近日，中国（四川）—丹麦经贸合作推介交流会、中国（四川）—芬兰科技经贸合作对接会举办。五粮液作为川酒领头羊和中国特色企业精彩亮相，积极融入全省产业发展大局，加快中国白酒国际化步伐，以美酒搭建东方大国与童话之国、千湖之国商贸互通、产业交流、文化互鉴的桥梁。五粮液相关负责人表示，他们将加速布局国际市场，全力提升中国白酒文化的国际知名度和影响力，助力中国白酒融入全球产业链、价值链高端，书写中国民族品牌闪耀全球的“和美”篇章。

**4) 今世缘产能持续提升：**9 月 2 日，今世缘方面表示，南厂区新建 1.8 万吨浓香型产能已于今年 3 月投料，今年预计产原酒 5000 吨左右，当前产能为 5.8 万吨。2025 年，公司新建 2 万吨清雅酱香型产能也将全面投产，届时总产能将达到 7.8 万吨。

**5) 六大产区联合发布宣言：**9 月 3 日，2024（贵州·仁怀）布鲁塞尔国际烈性酒大奖赛开幕式上，遵义仁怀、四川宜宾、四川泸州、江苏宿迁、山西汾阳、安徽亳州等六大白酒产区协会共同发布《中国烈性酒产区建设联合宣言》，提出要坚持传承创新、加强开放合作交流、推动生态环保、维护市场诚信、加强对外推广、珍视产区荣誉、助力民族复兴。

**6) 郎牌郎（经典 1984）上市：**9 月 5 日，红花郎微信公众号发文称，郎牌郎（经典 1984）2024 特别版上市。产品致敬 1984 年郎酒荣获国家产品质量金质奖章，首获“中国名酒”称号。作为郎牌

郎专属版纪念酒，产品限量一次性生产仅投放3万件，建议零售价349元/瓶（500mL），9月5日起至9月25日24:00全面申购中。

**7) 洋河窖池群获吉尼斯世界纪录：**9月4日，中国高端年份白酒价值论坛——梦之蓝手工班全球行·南京站召开。活动现场，吉尼斯世界纪录认证官宣布洋河的7万口窖池和2020口明清老窖，正式被吉尼斯世界纪录认证为“最大规模的白酒窖池群”。梦之蓝手工班的高端年份白酒价值再次被认证，成为业内首个由“中国酒业协会授权”、由第三方认证机构权威认证的“中国高端年份白酒”。

**8) 2024 首届国际烈酒品评技能大赛开幕：**9月3日，由中国酒业协会主办，泸州老窖股份有限公司承办的2024首届国际烈酒品评技能大赛在成都拉开帷幕。中国酒业协会理事长宋书玉表示，在白酒加快国家化的背景之下，非常需要构建起国际烈酒感官标准体系和评价体系；同时国际烈酒感官品评职业技能标准、感官品评技能人才培训也迫在眉睫。希望通过本次大赛构建国际烈酒感官评价标准体系，以感官品评技能进步推动国际烈酒产业和市场的繁荣发展。

**9) 陇酒三强累计营收 54.68 亿元：**中国甘肃网消息，近日，甘肃省工商业联合会发布2024甘肃民营企业100强，其中金徽酒、红川酒业和滨河集团2023年营收分别为25.48亿元、14.74亿元、14.46亿元。

**休闲零食：品类扩充，渠道下沉。**量贩零食赛道随着“两超多强”的格局确定，各品牌开始修炼内功，一方面在供应链上下游深耕，向上缩短与厂商的合作链路，一方面向下深耕下沉市场做密度。产品端，优秀的厂家主动适配量贩零食渠道，试图合作共赢，量贩零食平台则是从众多产品中去发掘、打造爆品。渠道端，头部品牌供应链体系逐渐完善，区域平台做好差异化布局，两者均在下沉市场寻求增量。我们认为，当前量贩零食门店扩品与提升店效同步推进，零食企业有望获取更多的份额。

**啤酒：京东发布啤酒线上消费白皮书，多元化、年轻化趋势凸显。**近日，京东超市联合青岛、百威、嘉士伯、喜力、雪花、燕京等多家啤酒KA品牌，共同发布《2023-2024啤酒线上消费白皮书》。啤酒线上消费呈现出客群年轻化，商品品质化、多元化趋势，精酿、鲜啤潜力大，组合装啤酒成为市场的新增长点。同时，健康理念的提升和工艺技术的进步，让低糖、无醇型啤酒获得青睐。京东超市凭借亮眼的销售成绩和创新营销玩法，成为了诸多头部品牌的重要合作伙伴，头部酒企联手京东共创新趋势销售爆品。我们认为，京东超市凭借多样化商品、到货速度快、售后服务完善等优势，有望带动酒企线上销售业绩提升。

**软饮：原奶产量增长趋势放缓，明年有望实现供需基本平衡。**9月4日，伊利股份发布投资者关系活动记录表。公司表示，从2021年

下半年，原奶价格开始进入到下行区间。由于规模化牧场的占比提升，抗风险能力增强，所以本轮奶价下行周期较以往更长。今年以来，原奶供给的增速已经较去年逐步放缓。特别是进入到二季度以后，由于牧场自身的盈利压力，淘汰低产奶牛、优化畜群结构的力度在加大，奶牛存栏量连续4个月环比下降，泌乳牛占比也在降低。公司指出，虽然目前原奶产量依然是供大于求的状态，但是无论是牛群数量，还是原奶产量的增长趋势都已经放缓。在今年9月至10月，上游牧业会集中开展青贮采购工作，现金流会面临一定压力，这会推动产能进一步的出清。同时，三季度也是双节需求旺季，原奶需求量也会有所增加。预计下半年牛群数量环比还会继续下降，原奶产量增速会进一步放缓，原奶供需差距可能收窄，明年有望实现原奶供需的基本平衡。

**速冻：牛羊肉行业赛道广阔，速冻巨头纷纷入局。**最近，安井集团旗下冻品先生以“肉卷发力，冻品十亿”为主题召开了牛羊肉卷全国推介会。安井将集中资源和力量，全力聚焦牛羊肉卷的生产、销售和推广，致力于将牛羊肉卷打造成为新的增长引擎。公司表示，安井火锅丸子系列将与冻品先生牛羊肉卷、黑鱼片、毛肚等一道将成为安井火锅食材的黄金组合，共同夯实安井在中国火锅食材行业的超级龙头地位。三全、思念、海欣等诸多速冻龙头也纷纷加入牛羊肉卷赛道，各企业通过提供高品质、方便快捷的牛羊肉卷产品，满足消费者多样化的需求。我们认为，速冻龙头企业在食品行业拥有丰富的经验、成熟的生产技术和供应链体系，以及强大的品牌影响力和销售渠道，有望推动牛羊肉卷市场的繁荣和发展。

**调味品：共探发展新路径，2024 调味品行业专家委员会年会在德州乐陵市举行。**9月6日，2024 调味品行业专家委员会年会——调味品行业企业家经济运行座谈会在德州乐陵市召开，大会以“枣赢未来，味达天下”为主题，来自烟台、天津等地的50余位企业家、专家学者齐聚一堂，围绕技术创新、生产经营、人才培养等方面进行了深入交流和探讨，共同探索调味品高质量发展新路径。会上，调味品行业的佼佼者互相碰撞火花、分析现状、表达观点，对产业发展过程中面临的发展壁垒、对产业未来发展思路进行梳理，专家与企业代表进行问答互动，深入探讨行业热点，共谋调味品行业的未来发展之路，也必为乐陵调味品产业高质量发展创造新的机遇，积蓄新的动能。

**冷冻烘焙：中国粮油学会发酵面食分会第五次会员代表大会召开，共同做大做强发酵面食产业。**近期，由安琪酵母承办的中国粮油学会发酵面食分会第五次会员代表大会在宜昌召开。新一届分会会长熊涛表示，将在中国粮油学会的领导下，深刻把握新质生产力的内涵及要求，坚持创新驱动，加强技术交流，大力培养高素质、高水平的专业技能人才，加快产出创新成果。同时，充分发

挥各会员单位优势作用，进一步促进“校企地”合作，加快探索锻造“精深”产业链，在融合发展中寻求突破和产业新空间，共同做大做强发酵面食产业。

## 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

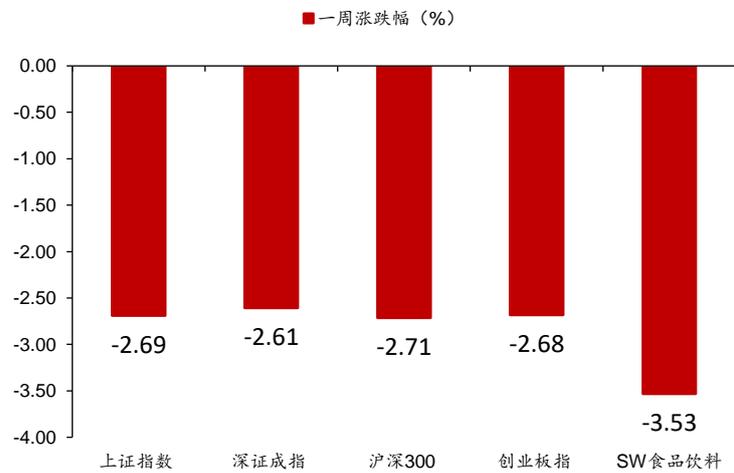
### 2.1 板块整体指数表现

本周 SW 食品饮料指数下跌 3.53%，相对沪深 300 跑赢跑输 0.82pct。沪深 300 下跌 2.71%，上证指数下跌 2.69%，深证成指下跌 2.61%，创业板指下跌 2.68%。

在 31 个申万一级行业中，食品饮料排名第 24。

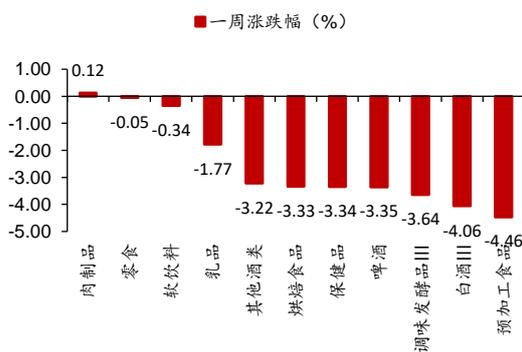
本周 SW 食品饮料各二级行业中，肉制品上涨 0.12%，零食下跌 0.05%，软饮料下跌 0.34%。

图 1：本周市场表现 (%)



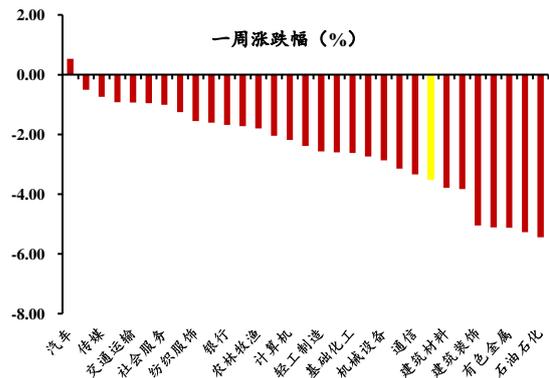
资料来源：Wind，上海证券研究所

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 (%)



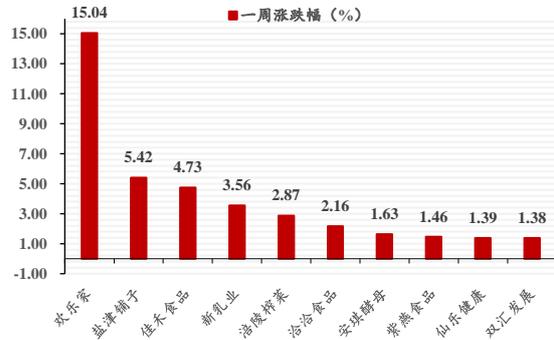
资料来源：Wind，上海证券研究所

### 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欢乐家上涨 15.04%、

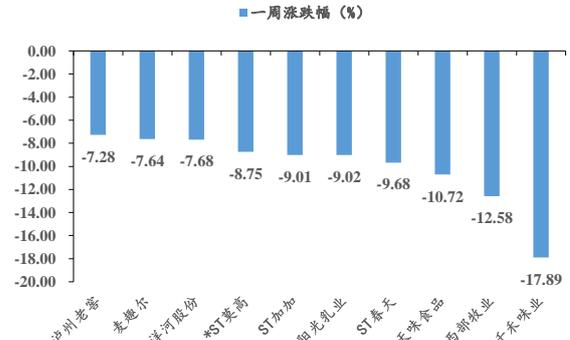
盐津铺子上涨 5.42%、佳禾食品上涨 4.73%、新乳业上涨 3.56%、涪陵榨菜上涨 2.87%；排名后五的个股为千禾味业下跌 17.89%、西部牧业下跌 12.58%、天味食品下跌 10.72%、ST 春天下跌 9.68%、阳光乳业下跌 9.02%。

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 (%)



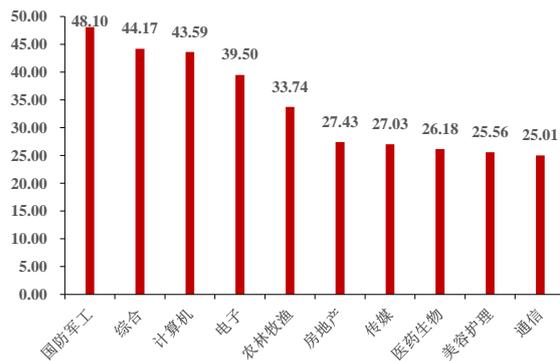
资料来源：Wind，上海证券研究所

### 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 17.75x，位居 SW 一级行业第 18。

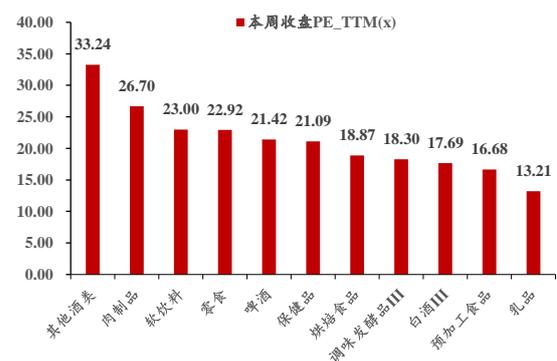
从食品饮料子行业来看，估值排名前三的子行业为其他酒类 33.24x，肉制品 26.70x，软饮料 23.00x。

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

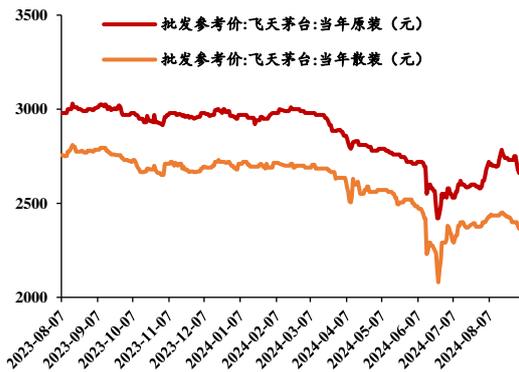
## 3 行业重要数据跟踪

### 3.1 白酒板块

根据wind信息整理，截至2024年9月5日，飞天茅台当年原装和散装批发参考价分别为2610元和2365元；截至2024年9月5日，五粮液普五（八代）批发参考价为960元。

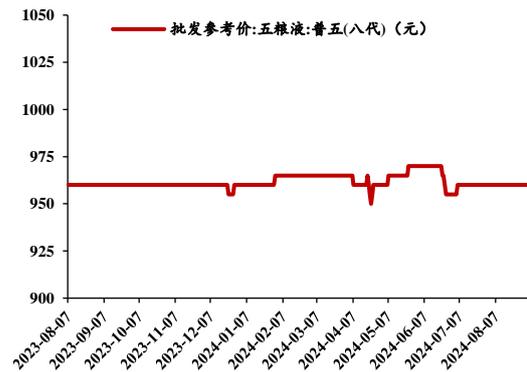
2024年7月，全国白酒产量26.10万千升，当月同比下降5.10%。2024年3月全国36大中城市日用工业消费品白酒500ml左右52度高档平均价格1220.85元/瓶，白酒500ml左右52度中低档平均价格178.01元/瓶。

图8：飞天茅台批价走势



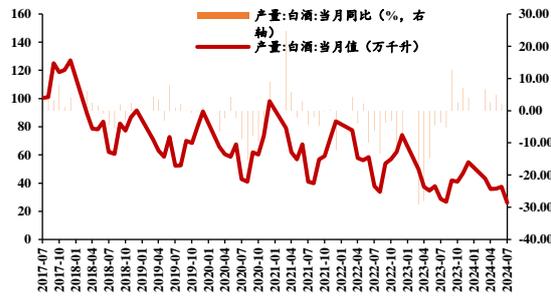
资料来源：Wind，上海证券研究所

图9：五粮液批价走势



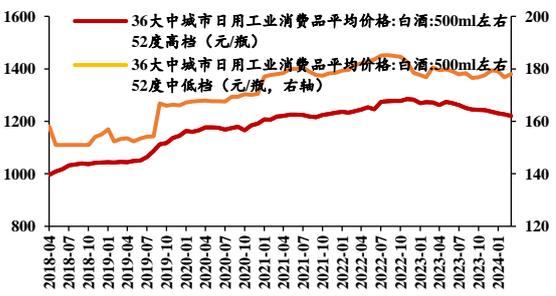
资料来源：Wind，上海证券研究所

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

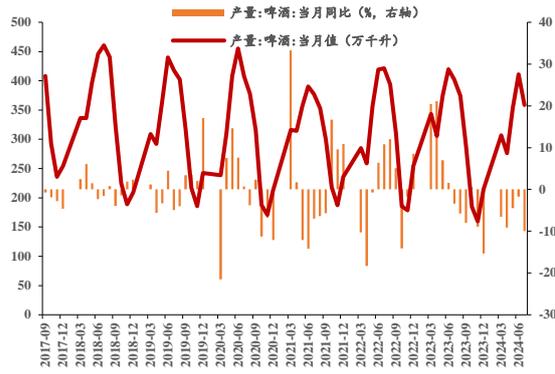


资料来源：Wind，国家发改委，上海证券研究所

### 3.2 啤酒板块

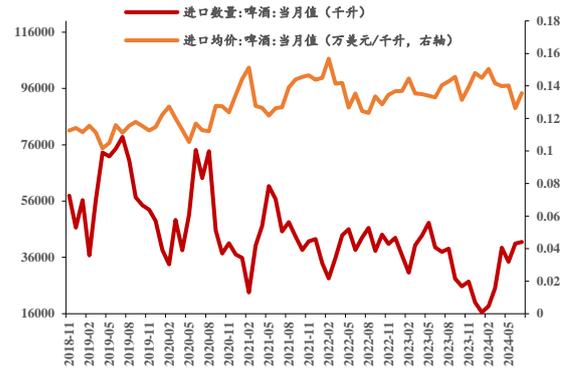
2024年7月，全国啤酒产量358.60万千升，同比减少10.00%。2024年7月全国啤酒进口数量4.14万千升。2024年3月全国36大中城市日用工业消费品啤酒罐装350ml左右平均价格4.15元/罐，啤酒瓶装630ml左右平均价格5.17元/瓶。

图 12: 啤酒月度产量跟踪



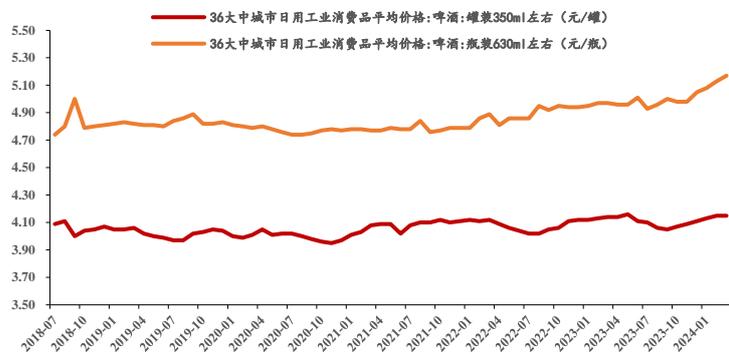
资料来源: Wind, 国家统计局, 上海证券研究所

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

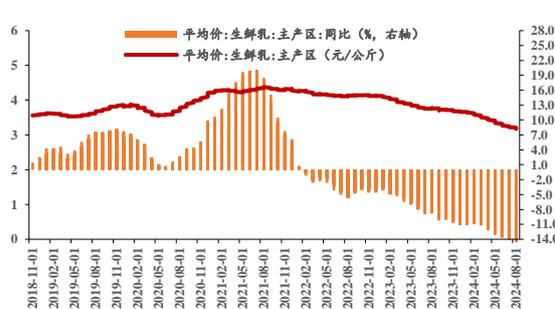


资料来源: Wind, 国家发改委, 上海证券研究所

### 3.3 乳制品板块

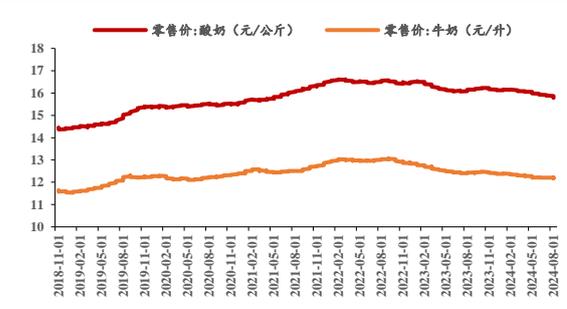
截至 2024 年 8 月 29 日, 全国生鲜乳主产区平均价格 3.17 元/公斤。截至 2024 年 8 月 30 日, 全国酸奶零售价 15.78 元/公斤, 牛奶零售价 12.19 元/升。截至 2024 年 8 月 30 日, 国产品牌奶粉零售价格 225.88 元/公斤, 国外品牌奶粉零售价格 268.86 元/公斤。

图 15: 生鲜乳价格指数跟踪



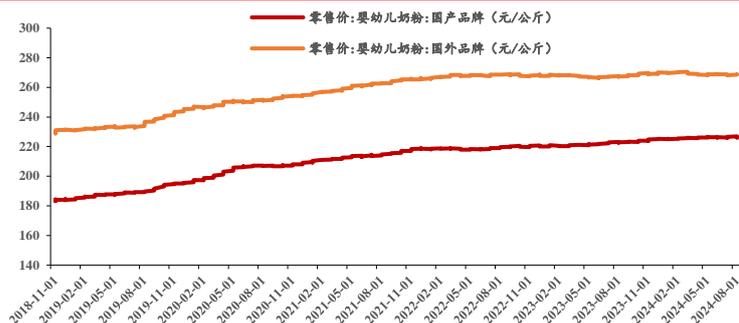
资料来源: Wind, 农业农村部, 上海证券研究所

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

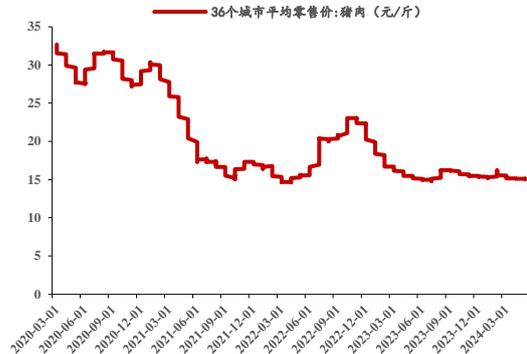
截至 2024 年 9 月 6 日, 全国猪肉平均批发价 27.36 元/公斤; 截至 2024 年 5 月 21 日, 全国 36 个城市猪肉平均零售价 15.12 元/500 克。截至 2024 年 9 月 6 日, 全国主产区白羽肉鸡平均价 7.39 元/公斤; 截至 2024 年 5 月 21 日, 全国 36 个城市鸡肉平均零售价 12.55 元/500 克。

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

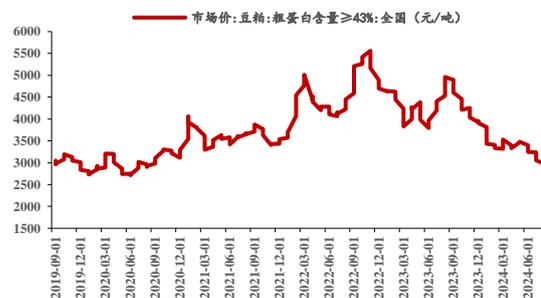
截至 2024 年 9 月 6 日, 全国大豆现货平均价格 4400.00 元/吨。截至 2024 年 8 月 31 日, 全国豆粕(粗蛋白含量 $\geq 43\%$ )市场价 2952.60 元/吨。截至 2024 年 9 月 6 日, 英国布伦特 Dtd 原油现货价格 73.19 美元/桶。截至 2024 年 9 月 6 日, 中国塑料城价格指数 879.79。截至 2024 年 8 月 31 日, 全国瓦楞纸(AA 级 120g)市场价格 2610.90 元/吨。截至 2024 年 9 月 5 日, 我国华东市场箱板纸(130gA 级牛卡纸)市场价格 3130.00 元/吨。

图 22: 大豆价格跟踪



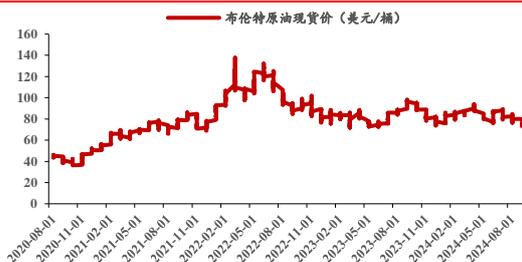
资料来源: Wind, 中国汇易, 上海证券研究所

图 23: 豆粕价格跟踪



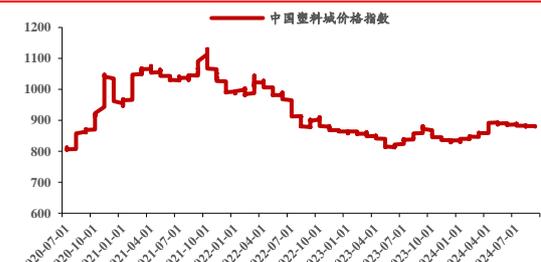
资料来源: Wind, 国家统计局, 上海证券研究所

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



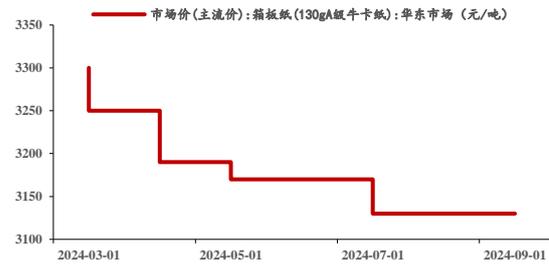
资料来源: Wind, 中塑在线, 上海证券研究所

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

**【劲仔食品】**关于公司 2023 年员工持股计划首次授予部分第一个锁定期届满的公告: 截至 2024 年 9 月 6 日, 公司 2023 年员工持股计划首次授予部分第一个锁定期届满, 达到解锁条件, 可解锁数量为首次授予部分 39.6 万股的 50%, 即 19.8 万股, 对应可解锁比例为本次员工持股计划总数的 37.36%, 占公司当前总股本的 0.0439%。

**【口子窖】**关于股东部分股份解除质押的公告: 刘安省先生持有安徽口子酒业股份有限公司 (以下简称“本公司”) 股份数量为 63,473,529 股, 占公司总股本比例为 10.58%; 本次解除质押 6,800,000 股后, 刘安省先生持有本公司股份累计质押数量为 26,793,900 股, 占其持股数量比例为 42.21%。

**【威龙股份】**关于持股 5%以上股东股权质押的公告: 威龙葡萄酒股份有限公司持股 5%以上股东浙江斐尼克斯企业管理合伙企业 (有限合伙) 持有公司股份总数为 26,619,932 股, 占公司总股本比例 8.02%。斐尼克斯本次股份质押数量为 16,000,000 股, 占其持股数量比例的 60.11%, 占公司总股本的 4.82%。

**【三只松鼠】**关于持股 5%以上股东减持股份的预披露公告: 近日, 三只松鼠股份有限公司收到公司持股 5%以上股东 NICEGROWTHLIMITED 的《减持计划告知函》, 其拟减持公司股份。截至本公告披露日, NICEGROWTHLIMITED 持有公司股份 20,038,800 股 (占公司总股本比例 5.0006%)。NICEGROWTHLIMITED 计划在自本公告披露之日起 15 个交易日后的 3 个月内通过集中竞价交易或大宗交易等深圳证券交易所认可的合法方式减持公司股份合计不超过 3,200,000 股, 即不超过公司总股本的 0.80%。

**【华统股份】**关于控股股东增持公司股份计划的公告: 浙江华统肉制品股份有限公司控股股东华统集团有限公司拟自 2024 年 9 月 4 日起未来 6 个月内, 增持公司股份不低于人民币 5,000 万元且不

超过人民币 1 亿元。

## 6 行业要闻

1、茅台集团 2024 年“质量月”活动启动：9 月 2 日，茅台集团 2024 年“质量月”活动启动大会在茅台会议中心召开。茅台集团党委书记、董事长张德芹讲话并宣布“质量月”活动正式启动，党委副书记、总经理王莉主持会议，集团领导段建桦、万波、刘刚、涂华彬、王晓维出席会议。围绕茅台质量工作，张德芹做了分享：一是质量是茅台的根基；二是质量是一份责任；三是质量是一份信念。就抓好“质量月”活动，王莉指出，一要赓续优良传统，坚定不移强化全员、全过程的质量意识；二要永葆茅台质量特色，持续对外输出质量标准典范；三要持续夯基垒台，全方位、多维度筑牢茅台的质量基础。（酒说）

2、茅台获全球品牌建设奖：9 月 2 日晚，由凤凰卫视、凤凰网发起的“2024 凤凰之星上市公司评选”颁奖典礼举行，贵州茅台获得“A 股全球品牌建设奖”。贵州茅台酒销售广东省区域经理张爽表示，公司将以此为契机，坚守质量是生命之魂，不断地深耕国内市场，发力国际市场，以自身稳定、健康、可持续的发展为中国资本市场注入活力与信心，同时携手各界开创更加美好的未来。（酒说）

3、五粮液国际化布局：近日，中国（四川）—丹麦经贸合作推介交流会、中国（四川）—芬兰科技经贸合作对接会举办。五粮液作为川酒领头羊和中国特色企业精彩亮相，积极融入全省产业发展大局，加快中国白酒国际化步伐，以美酒搭建东方大国与童话之国、千湖之国商贸互通、产业交流、文化互鉴的桥梁。五粮液相关负责人表示，他们将加速布局国际市场，全力提升中国白酒文化的国际知名度和影响力，助力中国白酒融入全球产业链、价值链高端，书写中国民族品牌闪耀全球的“和美”篇章。（中国酒业协会 CADA）

4、今世缘产能持续提升：9 月 2 日，今世缘方面表示，南厂区新建 1.8 万吨浓香型产能已于今年 3 月投料，今年预计产原酒 5000 吨左右，当前产能为 5.8 万吨。2025 年，公司新建 2 万吨清雅酱香型产能也将全面投产，届时总产能将达到 7.8 万吨。（酒说）

5、六大产区联合发布宣言：9 月 3 日，2024（贵州·仁怀）布鲁塞尔国际烈性酒大奖赛开幕式上，遵义仁怀、四川宜宾、四川泸州、江苏宿迁、山西汾阳、安徽亳州等六大白酒产区协会共同发布《中国烈性酒产区建设联合宣言》，提出要坚持传承创新、加强开放合作交流、推动生态环保、维护市场诚信、加强对外推广、珍视产区荣誉、助力民族复兴。（酒说）

6、郎牌郎（经典 1984）上市：9 月 5 日，红花郎微信公众号发文称，郎牌郎（经典 1984）2024 特别版上市。产品致敬 1984 年郎酒荣获国家产品质量金质奖章，首获“中国名酒”称号。作为郎牌

请务必阅读尾页重要声明

郎专属版纪念酒，产品限量一次性生产仅投放3万件，建议零售价349元/瓶（500mL），9月5日起至9月25日24:00全面申购中。

7、洋河窖池群获吉尼斯世界纪录：9月4日，中国高端年份白酒价值论坛——梦之蓝手工班全球行·南京站召开。活动现场，吉尼斯世界纪录认证官宣布洋河的7万口窖池和2020口明清老窖，正式被吉尼斯世界纪录认证为“最大规模的白酒窖池群”。梦之蓝手工班的高端年份白酒价值再次被认证，成为业内首个由“中国酒业协会授权”、由第三方认证机构权威认证的“中国高端年份白酒”。（酒说）

8、2024首届国际烈酒品评技能大赛开幕：9月3日，由中国酒业协会主办，泸州老窖股份有限公司承办的2024首届国际烈酒品评技能大赛在成都拉开帷幕。中国酒业协会理事长宋书玉表示，在白酒加快国家化的背景之下，非常需要构建起国际烈酒感官标准体系和评价体系；同时国际烈酒感官品评职业技能标准、感官品评技能人才培养也迫在眉睫。希望通过本次大赛构建国际烈酒感官评价标准体系，以感官品评技能进步推动国际烈酒产业和市场的繁荣发展。（酒说）

9、陇酒三强累计营收54.68亿元：中国甘肃网消息，近日，甘肃省工商业联合会发布2024甘肃民营企业100强，其中金徽酒、红川酒业和滨河集团2023年营收分别为25.48亿元、14.74亿元、14.46亿元。（酒业家）

## 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。