

食品饮料行业周报(2024年第40周)

摘要

市场行情回顾：9月23日至9月27日，沪深300涨跌幅约15.7%，大盘大幅回升；沪深300周成交额约16492.9亿元。食品饮料板块涨幅约26.1%，一级子行业排名第1；成交额约2316.6亿元。截止9月27日，食品饮料行业估值有所修复但整体仍处于历史估值低位。

行业高频数据跟踪：1) 8月社零同比+2.1%，其中城镇消费品零售额同比+1.8%，乡村消费品零售额同比+3.9%。2) 9月27日，花旗中国经济意外指数为-35.4，较9月20日(上一周)上升3.7，有所回升。3) 白酒：8月中国白酒当月产量达25.6万千升，同比-10.2%。4) 乳制品：9月19日，中国主产区生鲜乳平均价为3.14/公斤，环比上周(9月12日)持平，同比-15.8%，我国生鲜乳价格持续呈现下降趋势。5) 肉制品：8月，中国牛肉价格当月同比-12.9%，呈现下降趋势；猪肉价格同比+16.1%，有所上升。6) 啤酒：8月中国啤酒当月产量为358.5万千升，同比-3.3%。1-8月累计产量为2637.6万千升，同比-1.2%。

行业新闻：1) 水井坊拟从10月1日起对水井坊52度/42度/38度臻酿八号的500ml*6和500ml*4两个规格的T1进货价和门店进货价，均建议增幅10元/瓶。2) 近期世界品牌实验室揭晓了本年度的《亚洲品牌500强》排行榜。中国的食品饮料类别共有22个品牌跻身榜单，其中酒类共有8个品牌荣登榜单。3) 2024年9月26日，以“敬天、爱人、传承”为主题的汾酒封藏大典在山西杏花村的汾酒文化园隆重举办。

公司公告：1) 水井坊：公司决定将2021年回购的且尚未使用的85.82万股股份用于注销并相应减少注册资本”。若无其他变动，注销后公司股份将从48836.14万股减至48750.32万股，注册资本相应减少。2) 东鹏饮料：公司股东君正投资累计卖出公司股份436.45万股，占公司总股本的1.09%，该次权益变动后君正投资持有公司股份1563.60万股，占公司总股本3.91%。3) 麦趣尔：上海金融法院公开拍卖麦趣尔集团所持有的麦趣尔股份部分无限售流通股1483.51万股股票，占公司总股本的8.52%；竞买人上海楷巨信息科技有限公司竞得拍卖标的741.76万股，竞买人王泽涛竞得拍卖标的741.76万股。

本周观点：本周沪深300指数大幅回升，食品饮料板块表现强劲，涨幅约26.1%，我们维持行业“优于大市”评级，看好政策催化下板块估值修复。本周行业新闻及公司公告方面，水井坊计划对臻酿八号提价，建议增幅10元/瓶，持续稳固其品牌定位；近期水井坊、贵州茅台等多家食品饮料板块公司回购公司股份、减少注册资本，有利于增强投资者信心。

风险提示：宏观经济波动风险、原材料价格波动风险、食品安全风险、市场竞争加剧风险、政策法规变动风险。

评级：优于大市(维持)

麦高证券 研究发展部

分析师：刘林

资格证书：S0650524070001

联系邮箱：liulin@mgzq.com

联系电话：13918548966

分析师：胡晓璐

资格证书：S0650523100002

联系邮箱：huxiaolu@mgzq.com

联系电话：15821110817

相关研究

《食品饮料行业周报(2024年第38周)》2024.09.18

《食品饮料行业周报(2024年第37周)》2024.09.11

正文目录

一、市场行情回顾	4
1.1 行业涨跌幅	4
1.2 行业估值回顾	5
二、行业高频数据跟踪	6
2.1 社会及经济相关指标	6
• 社会消费品零售总额	6
• 花旗中国经济意外指数	6
2.2 行业跟踪指标	7
• 白酒	7
• 乳制品	7
• 肉制品	7
• 啤酒	8
三、行业新闻和公司公告总结	9
3.1 行业新闻	9
3.2 公司公告	9
四、风险提示	10

图表目录

图表 1: 申万一级行业指数周涨跌幅表现	4
图表 2: 食品饮料申万二级行业周涨跌幅表现	4
图表 3: 食品饮料申万二级行业表现	5
图表 4: 食品饮料 PB-ROE 分位	5
图表 5: 食品饮料 PB-ROE 分位	5
图表 6: 中国社零总额月同比	6
图表 7: 中国社零总额城镇和乡村当月同比	6
图表 8: 花旗中国经济意外指数	6
图表 9: 中国白酒当月产量和同比增速	7
图表 10: 白酒京东商城价格 (元/瓶)	7

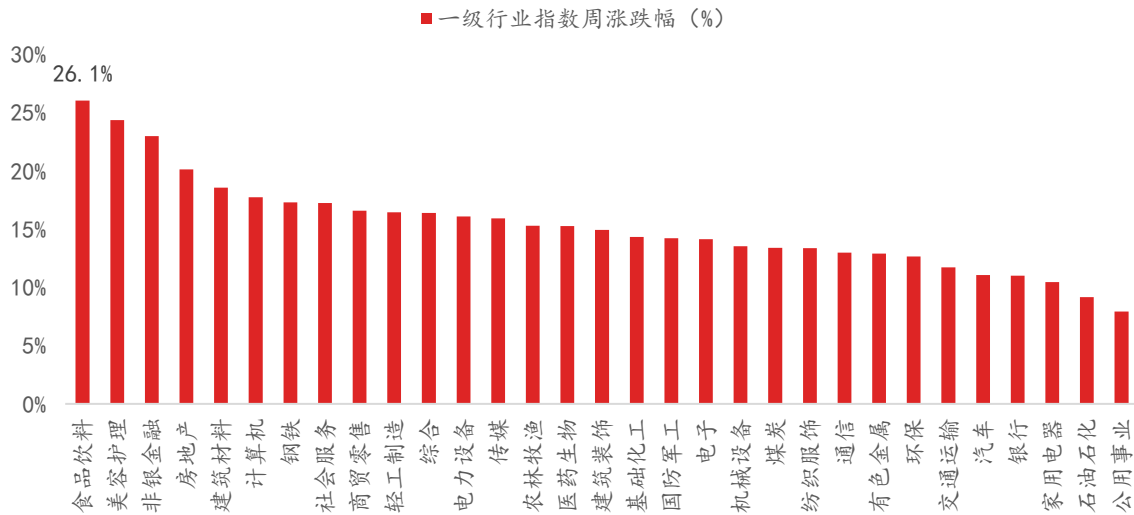
图表 11: 中国主产区生鲜乳平均价格	7
图表 12: 中国 CPI 牛肉和猪肉分项当月同比	8
图表 13: 中国啤酒当月产量和同比增速	8
图表 14: 中国进出口啤酒当月数量和均价	8

一、市场行情回顾

1.1 行业涨跌幅

9月23日至9月27日，沪深300涨跌幅约15.7%，大盘大幅回升；沪深300周成交额约16492.9亿元。食品饮料板块涨幅约26.1%，一级子行业排名第1；成交额约2316.6亿元。

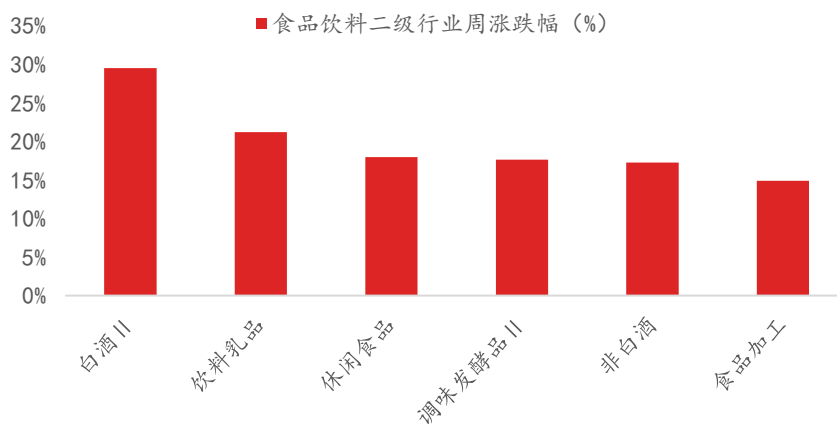
图表 1：申万一级行业指数周涨跌幅表现



资料来源：Wind、麦高证券研究发展部

食品饮料二级行业表现来看，1) **白酒II和饮料乳品领涨**：白酒II、饮料乳品、休闲食品、调味发酵品II、非白酒、食品加工5日涨幅为29.5%、21.2%、18.0%、17.6%、17.2%、14.9%。2) **白酒II和饮料乳品周成交额较高**：白酒II、饮料乳品、调味发酵品II、食品加工、非白酒、休闲食品周成交额分别达1541.0、244.2、146.5、133.4、129.2、122.4亿元。

图表 2：食品饮料申万二级行业周涨跌幅表现



资料来源：Wind、麦高证券研究发展部

图表 3：食品饮料申万二级行业表现

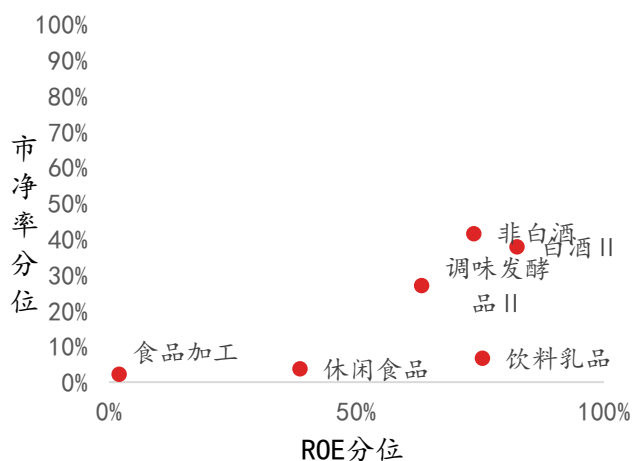
行业代码	行业名称	涨跌幅	涨跌幅 (5日)	周成交额 (亿元)	周换手率	换手率 分位	市盈率 TTM	市净率	市净率 分位
801125.SI	白酒II	7.9%	29.5%	1541.0	11.0%	66.4%	21.2	6.0	37.8%
801127.SI	饮料乳品	7.0%	21.2%	244.2	8.7%	79.2%	17.8	3.2	6.7%
801128.SI	休闲食品	5.0%	18.0%	122.4	7.4%	65.7%	25.5	2.3	3.7%
801129.SI	调味发酵品II	5.4%	17.6%	146.5	7.7%	71.6%	21.7	4.1	26.9%
801126.SI	非白酒	5.5%	17.2%	129.2	7.1%	69.7%	29.4	3.1	41.5%
801124.SI	食品加工	5.3%	14.9%	133.4	10.1%	93.1%	24.2	2.3	2.2%

资料来源：Wind、麦高证券研究发展部，注：分位数采取 2010-01-01 至 2024-09-27 分位数据

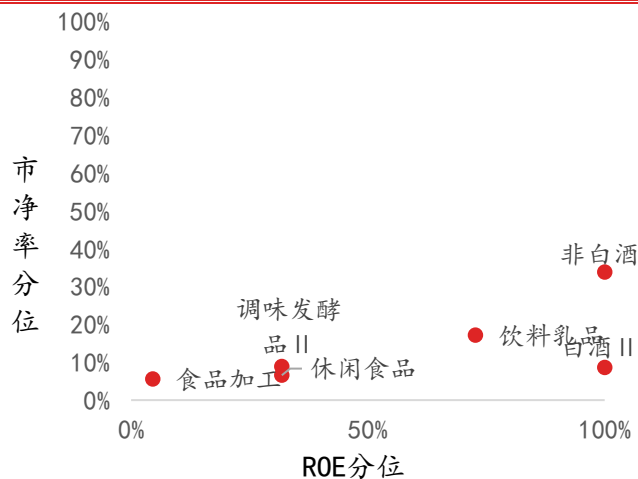
1.2 行业估值回顾

截止 9 月 27 日，食品饮料行业估值有所修复但整体仍处于历史估值低位。2010 年 1 月 1 日至 2024 年 9 月 27 日的白酒 II、饮料乳品、非白酒、调味发酵品 II、休闲食品、食品加工 ROE 分位分别为 82.5%、75.4%、73.7%、63.2%、38.6%、2.0%；PB 分位分别为 37.8%、6.7%、41.5%、26.9%、3.7%、2.2%。2018 年 12 月 31 日至 2024 年 9 月 27 日的非白酒、白酒 II、饮料乳品、调味发酵品 II、休闲食品、食品加工 ROE 分位分别为 100.0%、100.0%、72.7%、31.8%、31.8%、4.5%；PB 分位分别为 33.8%、8.6%、17.2%、8.9%、6.6%、5.6%。

图表 4：食品饮料 PB-ROE 分位


 资料来源：Wind、麦高证券研究发展部
 注：分位数采取 2010-01-01 至 2024-09-27 分位数据

图表 5：食品饮料 PB-ROE 分位


 资料来源：Wind、麦高证券研究发展部整理
 注：分位数采取 2018-12-31 至 2024-09-27 分位数据

二、行业高频数据跟踪

2.1 社会及经济相关指标

④ 社会消费品零售总额

社会消费品零售总额是指企业（单位、个体户）通过交易售给个人、社会集团非生产、非经营用的实物商品金额，以及提供餐饮服务所取得的收入金额。

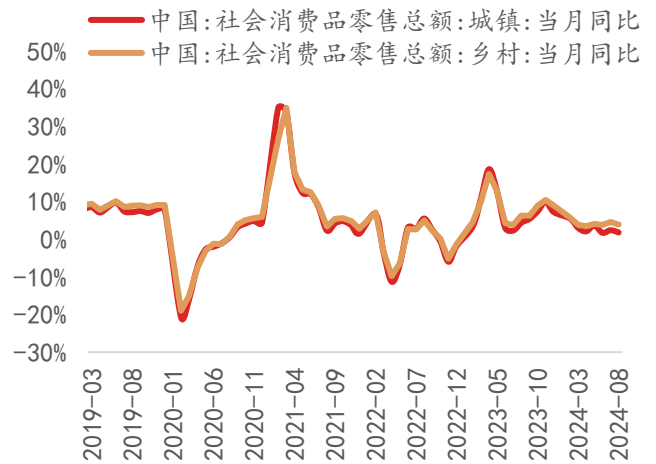
近期国家统计局披露最新的社零数据，8月社零同比+2.1%，总体呈现增长趋势；其中城镇消费品零售额同比+1.8%，乡村消费品零售额同比+3.9%。

图表 6：中国社零总额月同比



资料来源：Wind、麦高证券研究发展部

图表 7：中国社零总额城镇和乡村当月同比



资料来源：Wind、麦高证券研究发展部整理

④ 花旗中国经济意外指数

花旗中国经济意外指数系衡量实际公布的经济数据与经济学家预期之间的差距的指标，计算方法为将实际公布的经济数据与市场预期进行比较，如果实际数据好于预期，指数上升；反之则下降。

9月27日，花旗中国经济意外指数为-35.4，较9月20日（上一周）上升3.7，有所回升。

图表 8：花旗中国经济意外指数



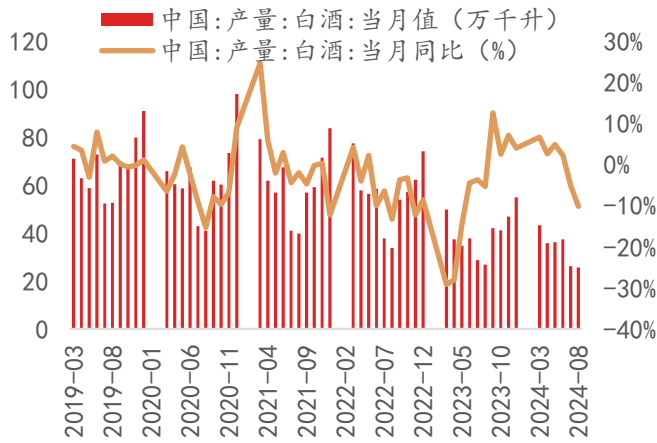
资料来源：Wind、麦高证券研究发展部

2.2 行业跟踪指标

白酒

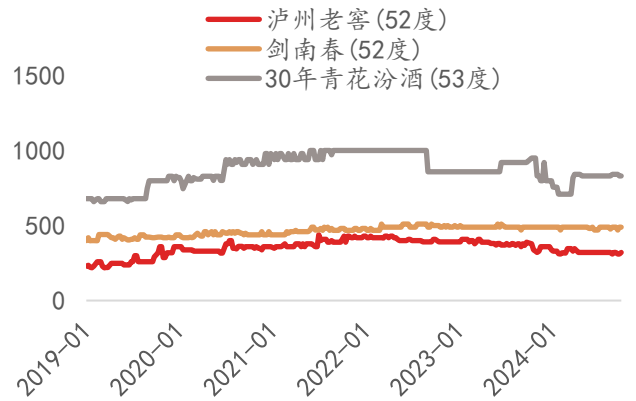
8月中国白酒当月产量达25.6万千升，同比-10.2%；1-8月累计产量达261.9万千升，同比-2.1%。9月27日泸州老窖(52度)京东商城价格为320元/瓶，同比去年(2023年9月22日)-68元/瓶，环比上周(2024年9月20日)+10元/瓶；剑南春(52度)价格为489元/瓶，同比持平，环比持平；30年青花汾酒(53度)价格为830元/瓶，同比-89元/瓶，环比持平。

图表 9: 中国白酒当月产量和同比增速



资料来源: Wind、麦高证券研究发展部

图表 10: 白酒京东商城价格(元/瓶)

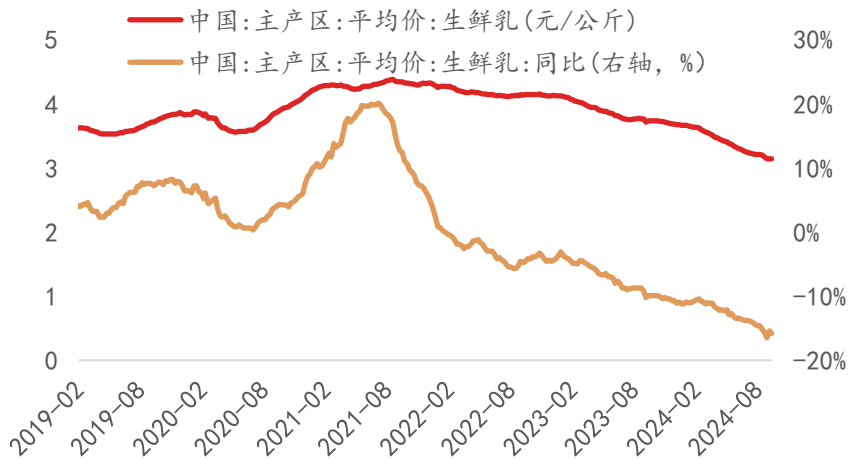


资料来源: Wind、麦高证券研究发展部整理, 注: 均为500ml/瓶

乳制品

9月19日, 中国主产区生鲜乳平均价为3.14元/公斤, 环比上周(9月12日)持平, 同比-15.8%, 我国生鲜乳价格持续呈现下降趋势。

图表 11: 中国主产区生鲜乳平均价格

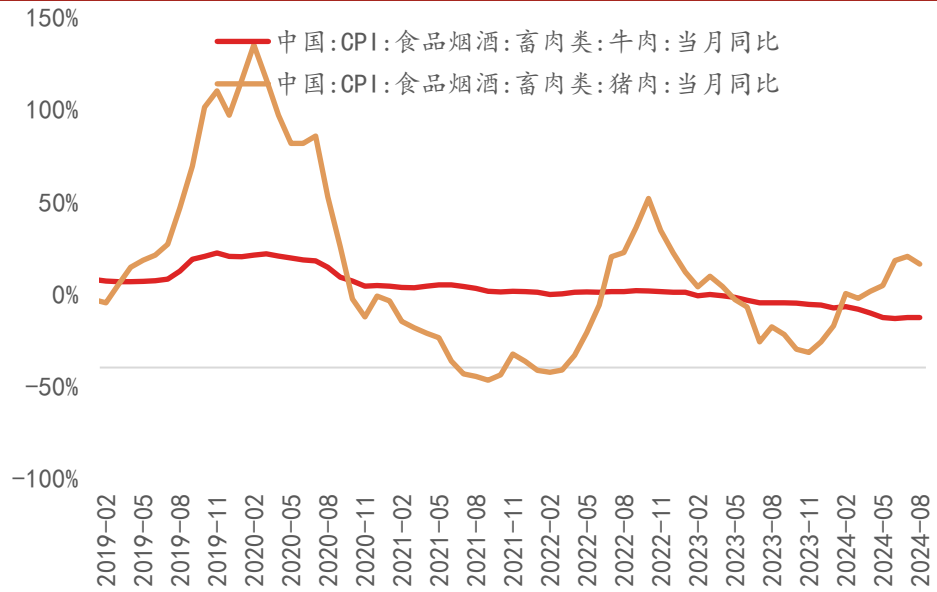


资料来源: Wind、麦高证券研究发展部

肉制品

8月, 中国牛肉价格当月同比-12.9%, 呈现下降趋势; 猪肉价格同比+16.1%, 有所上升。

图表 12: 中国 CPI 牛肉和猪肉分项当月同比



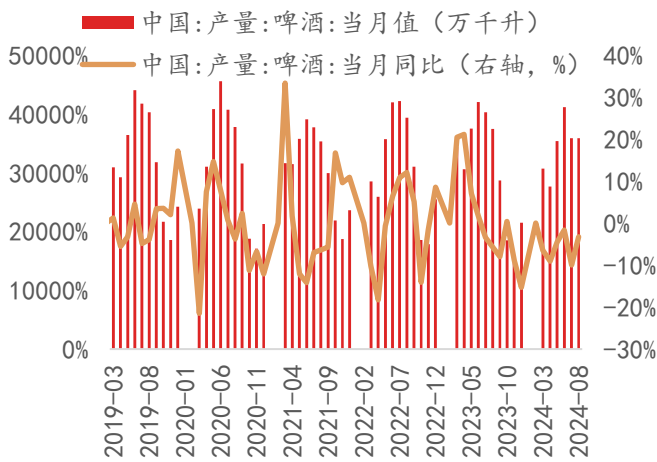
资料来源: Wind、麦高证券研究发展部

啤酒

8月中国啤酒当月产量为358.5万千升,同比-3.3%。1-8月累计产量为2637.6万千升,同比-1.2%。

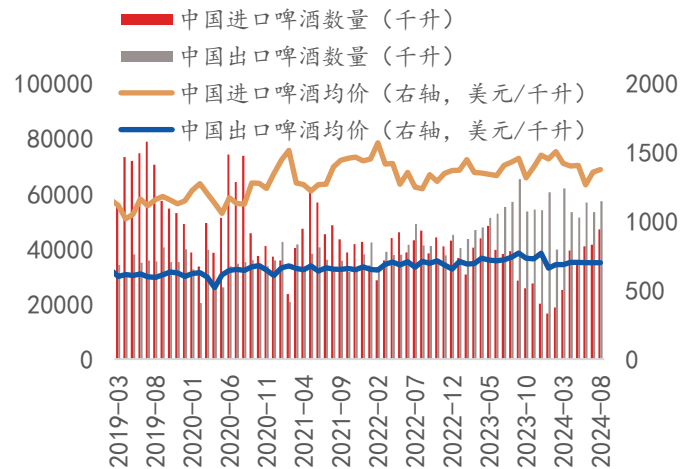
1) 进口: 8月中国进口数量为4.7万千升,同比+20.1%;进口金额为0.65亿美元,同比+15.6%;均价为1374.7美元/千升。1-8月累计进口啤酒数量为26.3万千升,同比-16.8%;进口金额3.64亿美元,同比-16.4%。2) 出口: 8月中国出口数量为5.7万千升,同比-3.7%;出口金额为0.4亿美元,同比-5.2%;均价为697.8美元/千升。1-8月累计出口啤酒数量为43.4万千升,同比+10.0%;出口金额3.0亿美元,同比+6.3%。

图表 13: 中国啤酒当月产量和同比增速



资料来源: Wind、麦高证券研究发展部

图表 14: 中国进出口啤酒当月数量和均价



资料来源: Wind、麦高证券研究发展部整理,注:均为500ml/瓶

三、行业新闻和公司公告总结

3.1 行业新闻

1. 水井坊发布臻酿八号价格调整通知。公司发布公告称，10月1日起，拟对水井坊52度/42度/38度臻酿八号的500ml*6和500ml*4两个规格的T1进货价和门店进货价，均建议增幅10元/瓶。

点评：水井坊提价策略为小幅多次提价，国庆前涨价有望持续稳固其品牌定位。

2. 8家酒企上榜《亚洲品牌500强》。近期世界品牌实验室（World Brand Lab）揭晓了本年度的《亚洲品牌500强》排行榜。在众多入选品牌中，中国的食品饮料类别尤为引人注目，共有22个品牌跻身榜单。在食品饮料行业领域，酒类品牌表现尤为突出，共有8个品牌荣登榜单。具体来看，中国著名的白酒品牌茅台、五粮液和青岛啤酒分别占据了该类别的前三甲，分别位于榜单第29位、30位、50位。此外，燕京、洋河、泸州老窖、汾酒以及竹叶青等品牌也均榜上有名，分别位于榜单的第111位、第164位、第199位、第279位和第438位。

点评：这一成绩不仅展示了中国食品饮料品牌在亚洲乃至全球的品牌影响力，也反映了中国企业在全球品牌建设方面取得的显著成就。

3. 汾酒封藏大典顺利举办。2024年9月26日，以“敬天、爱人、传承”为主题的汾酒封藏大典在山西杏花村的汾酒文化园隆重举办。在这场盛大的典礼中，共有36位特邀嘉宾参与了汾酒秋酿首批18坛原浆汾酒的签名封藏仪式。此外，在纪念酒发布的环节中，汾酒集团以汾酒历史上的首个注册商标——“高粱穗”的起源为背景，推出了具有纪念意义的“汾酒1924”纪念酒。

点评：汾酒封藏大典现已成为彰显汾酒文化、品牌及品质自信的标志性活动。这一盛典不仅是对汾酒悠久酿造工艺传承和积淀的体现，更是汾酒人对卓越品质不懈追求的象征。

3.2 公司公告

1. 水井坊：公司决定调整2021年回购的且尚未使用的85.82万股股份的用途，由原计划的“用于员工持股计划”变更为“用于注销并相应减少注册资本”。若公司股份总数无其他变动，注销后公司股份将从48836.14万股减至48750.32万股，注册资本也将相应减少。

2. 东鹏饮料：公司股东君正投资于2024年7月25日至2024年9月24日期间通过集中竞价及大宗交易方式累计卖出公司股份436.45万股，占公司总股本的1.09%，该次权益变动后君正投资持有公司股份1563.60万股，占公司总股本3.91%。

3. 麦趣尔：上海金融法院于2024年8月28日在阿里拍卖平台公开拍卖麦趣尔集团所持有的麦趣尔股份部分无限售流通股1483.51万股股票，占公司总股本的8.52%；经公开竞价，竞买人上海楷巨信息科技有限公司竞得拍卖标的741.76万股，竞买人王泽涛竞得拍卖标的741.76万股。

四、风险提示

1. **宏观经济波动风险：**宏观经济增速波动可能影响消费需求、行业表现和盈利水平。
2. **原材料价格波动风险：**食品饮料行业主要原材料价格波动可能影响企业利润。
3. **食品安全风险：**食品安全事件可能对相关企业和行业造成重大负面影响，面临声誉风险。
4. **市场竞争加剧风险：**行业竞争日益激烈，新进入者和跨界竞争可能导致市场份额变化。
5. **政策法规变动风险：**食品安全标准提高、环保要求趋严等政策变化可能增加企业合规成本。

【投资评级说明】

本报告中投资建议所涉及的评级分为公司评级和行业评级（另有说明的除外）。评级标准为报告发布日后6个月内的相对市场表现，即：以报告发布日后6个月内公司股价（或行业指数）相对于同期相关证券市场代表性指数的涨跌幅作为基准。其中：A股市场以沪深300指数为基准；香港市场以恒生指数为基准；美国市场以纳斯达克综合指数或标普500指数为基准。

我们在此提醒您，不同机构采用不同的评级术语及评级标准，我们采用的是相对评级体系，表示投资的相对比重。

公司评级

买入：未来6个月内，个股相对于同期基准指数涨幅在15%以上；

增持：未来6个月内，个股相对于同期基准指数涨幅在5%到15%之间；

中性：未来6个月内，个股相对于同期基准指数涨幅在-5%到5%之间；

减持：未来6个月内，个股相对于同期基准指数涨幅在-15%到-5%之间；

卖出：未来6个月内，个股相对于同期基准指数涨幅在-15%以下。

行业评级

优于大市：未来6个月内，行业相对于同期基准指数涨幅在5%以上；

同步大市：未来6个月内，行业相对于同期基准指数涨幅在-5%到5%之间；

弱于大市：未来6个月内，行业相对于同期基准指数涨幅在-5%以下。

【分析师承诺】

本报告署名分析师具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格，并在中国证券业协会注册登记为证券分析师。本报告所采用的数据、资料的来源合法、合规，分析师基于独立、客观、专业、审慎的原则出具本报告，并对本报告的内容和观点负责。报告结论未受任何第三方的授意或影响。分析师承诺不曾、不因、也将不会因报告中的具体推荐意见或观点而直接或间接获取任何形式补偿。

【重要声明】

麦高证券有限责任公司（以下简称“本公司”）具有中国证券监督管理委员会核准的证券投资咨询业务资格。

本公司与作者在自身所知范围内，与本报告中所评价或推荐的证券不存在法律法规要求披露或采取限制、静默措施的利益冲突。本公司或关联机构可能会持有报告中提到的公司所发行的证券并进行交易，并在法律许可的情况下不进行披露；可能为这些公司提供或争取提供投资银行或财务顾问服务。

本报告中的信息均来源于公开资料，本公司对这些信息的准确性、完整性或可靠性不作任何保证。本报告所载的资料、意见及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价格、价值及投资收入可升可跌，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、意见及推测不一致的报告，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。

本报告仅供参考，不构成出售或购买证券或其他投资标的的要约或邀请。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见均不构成对任何人的证券买卖建议。投资者应结合自己的投资目标和财务状况自行判断是否采用本报告所载信息和意见并自行承担风险。本公司及其雇员不承诺投资者一定获利，不与投资者分享投资收益，在任何情况下，本公司及其雇员对任何人使用本报告及其内容所引发的任何直接或间接损失概不负责。

本报告仅供本公司签约客户使用，若您并非本公司签约客户，为控制投资风险，请取消接收、订阅或使用本报告中的任何信息。本公司也不会因接收人收到、阅读或关注自媒体推送本报告中的内容而视其为客户。若本公司客户（以下称“该客户”）向第三方发送本报告，则由该客户独自为此发送行为负责。提醒通过此途径获得本报告的投资者注意，本公司不对通过此种途径获得本报告所引起的任何损失承担任何责任。

本报告版权归本公司所有，未经本公司书面许可，任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制发表或引用。如征得本公司同意进行引用、刊发的，须在本公司允许的范围内使用，且不得对本报告及附录进行有悖原意的引用、删节和修改，并注明本报告的发布人和发布日期，提示使用本报告的风险。未经授权刊载或者转发本报告的，本公司将保留向其追究法律责任的权利。

麦高证券有限责任公司研究发展部

	沈阳	上海
地址	沈阳市沈河区热闹路 49 号	上海市浦东新区滨江大道 257 弄 10 号
邮编	110014	陆家嘴滨江中心 T1 座 801 室

麦高证券机构销售团队

区域	姓名	职务	手机	邮箱
北京	刘惠莹	机构销售	17860610172	liuhuiying@mgzq.com
上海	刘珍妮	机构销售	13537517107	liuzhenni@mgzq.com
深圳	罗礼智	机构销售	18502313729	luolizhi@mgzq.com