



上海证券
SHANGHAI SECURITIES

龙头公司业绩优异，关注春节表现

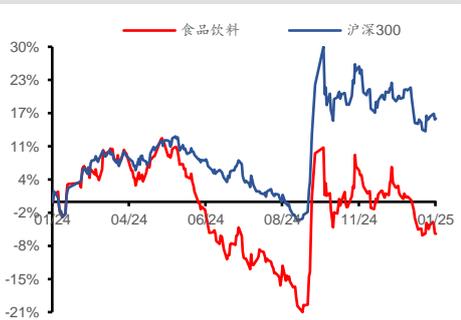
——食品饮料行业周报 20250120-20250126

增持（维持）

行业：食品饮料
日期：2025年01月26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

最近一年行业指数与沪深 300 比较



相关报告：

《头部企业赴港上市助力全球化发展，关注国内需求表现 ——食品饮料行业周报 20250113-20250119》

——2025年01月19日

《春节预热，关注动销表现 ——食品饮料行业周报 20250106-20250112》

——2025年01月12日

《茅台行稳致远，大众品齐头并进 ——食品饮料行业周报 20241230-20250105》

——2025年01月05日

■ 投资要点：

本周行业要闻：1) 2024年白酒产量414.5万千升：近日，国家统计局公布数据显示，2024年12月，白酒（折65度，商品量）产量47.4万千升，同比下降7.6%；2024年1-12月，白酒（折65度，商品量）产量累计414.5万千升，累计下降1.8%。

2) 2025年茅台酒省区经销商联谊会收官：2025年1月5日至20日，贵州茅台酒销售有限公司工作组前往31个省区开展“灵蛇祈福，荣耀同行”2025贵州茅台酒省区经销商联谊会，系统总结2024年市场工作情况，科学部署2025年重点工作任务。会议强调，当前全球经济呈现出逐步复苏与调整的态势，在此背景下，茅台作为白酒行业的领军企业，充分发挥引领作用，积极应对各种挑战。各经销商单位要始终秉持“以市场和消费者为中心”的核心理念，要进一步转型求变，切实做好三个转型，增强“拓客破圈”能力，满足消费者需求，要进一步强化内部建设，转换经营思路，加强销售团队建设，增强服务意识，适应市场变化，脚踏实地推动茅台营销事业朝着高质量发展的方向稳步迈进。

3) 泸州白酒产业园力争营收1540亿：1月22日，四川泸州白酒产业园区召开2024年度干部职工述职述廉大会暨年终总结大会，进一步明确园区发展目标：将酒业园区打造成为“三区一地”，全国首家白酒食品全产业链国家级经济技术开发区、国家级先进制造业和现代服务业融合发展示范区、世界级优质白酒产业集群核心区和世界级白酒文化旅游目的地，力争2025年实现营业收入1540亿元，到2030年突破2000亿级，成功打造“中国酒城·国酿半岛”靓丽IP。

4) 亳州2024年规上白酒总产值增长14.8%：1月20日上午，安徽省十四届人大三次会议在合肥开幕，安徽省省长王清宪作《政府工作报告》。其中提到，开展皖北重点产业集群建设协同攻坚。2024年，亳州市特色产业集聚成势，现代中医药产业规模达2103亿元，增长12%；规上白酒总产值263亿元，增长14.8%；农业产业化龙头企业增至650家，规上农产品加工业产值999.8亿元；六大新兴产业产值768亿元，占规上工业比重的47%。

5) 武跃飞深入汾酒生产一线调研：1月20日，汾酒集团党委副书记、副董事长、总经理武跃飞深入公司采供、酿酒、大曲生产一线调研并召开采供工作调研会。针对采供物流中心的下一步工作，武跃飞提出：一要坚守职业道德，树立大局观念，切实承担起汾酒复兴之责；二要强化团队协作，促进公平竞争，提高全员的工作积极性；三要强化纪律约束，维护良好风气，大力加强队伍建设。采供物流中心是汾酒实现复兴的关键环节，必须以更高的标准、更新的理念和更强的团队站稳汾酒产业链的前端，进一步推动汾酒发展实现新的跨越，助力汾酒复兴加速前进。

6) 曾从钦部署五粮液2025重点工作：1月15日，五粮液集团（股份）公司2024年度工作总结大会圆满举行。曾从钦在会上强调，2025年工作围绕7个方面重点发力：一是聚焦做强酒业主业，在统筹好“稳”与“进”中着力巩固和提升市场份额；二是聚焦做优非酒产业，在统筹好“破”与“立”中着力优化产业布局、提升发展效益；三是聚焦做大运营平台，在统筹好“新”与“旧”中着力强化企业管理保障、增添内生活力；四是聚焦做好重大项目，在统筹好“量”与

“质”中着力推动重大项目建成投用、达产达效；五是聚焦做细社会民生，在统筹好“点”与“面”中着力提升员工福祉、助力乡村振兴；六是聚焦做实安全屏障，在统筹好“内”与“外”中着力推进高水平安全体系建设；七是聚焦做深党建引领，在统筹好“前”与“后”中着力推动高质量党建引领企业高质量发展。

休闲零食：三只松鼠发布业绩预告，百亿目标顺利达成。1月21日，三只松鼠发布2024年度业绩预告，公司预计实现营收102-108亿，同比+43.37-51.80%；净利润4.0-4.2亿，同比+81.99-91.09%；扣非净利润3.0-3.3亿元，同比+195.31-224.84%。2024年度，公司坚决贯彻“高端性价比”总战略，坚守“全品类+全渠道”经营方式，坚定“制造型自有品牌零售商”的商业模式，并向“制造、品牌、零售”前后一体化的战略推进全面布局，如期达成2024年“重回百亿”总目标。我们认为，公司战略清晰，通过全品类集约供应基地与自主制造的渗透实现总成本领先，打造大单品推动全渠道均衡发展，多品牌矩阵梯次推进，业绩顺利实现高增，2025年势能仍有望延续。

啤酒：青啤上新新春礼盒，并与中青旅达成战略合作。春节将至，青啤上新多款新春礼盒，如经典1903礼盒、奥古特礼盒、国潮、生肖元素礼盒、蛇年版百年鸿运礼盒、包含多元口味的全家福礼盒等。此外，青啤文化传播有限公司于1月20日与中青旅联科（北京）数字营销有限公司达成战略合作，标志着行业“旅游+”和“+旅游”融合式发展的新尝试。双方将整合优势资源共同致力于推动啤酒文化与旅游产业的深度融合，为消费者带来更加多元、丰富的文化体验。我们认为，公司通过上新礼盒、开拓新消费场景等方式，有望受益于年节氛围带动提升销量。

软饮：东鹏饮料2024年归母净利润预增超五成，积极探索多品类发展。1月20日，东鹏饮料发布2024年年度业绩预增公告，业绩预告期间内，公司销售商品收到的现金超过200亿元，预计实现营业收入157.2亿元到161.0亿元，同比增长40%到43%；实现归母净利润在31.5亿元到34.5亿元之间，同比增加54%到69%。2024年公司始终“以动销指导相关的经营活动”作为公司的明确共识，持续推进全国化战略，通过精细化渠道管理，不断加强渠道运营能力，继续加强冰冻化建设，提高全品项产品的曝光率、拉动终端动销；同时，公司在夯实东鹏特饮基本盘，持续保持稳健增长的基础上，积极探索多品类发展，培育新的增长点，为公司的持续增长注入了新的活力，从而进一步带动收入的增长。

速冻：千味加码募投项目建设，自有资金追加投入助力升级。1月22日，千味发布公告称，将对芜湖百福源与鹤壁百顺源项目进行建设内容的扩充，并动用自有资金进行追加投入。此次调整是基于对项目实际需求的深入分析与精准把握，旨在通过优化厂区布局、提升土地与资源使用效率，进一步巩固和增强公司的生产能力与市场竞争力。我们认为，公司前瞻布局产能，不断优化资源配置，提升生产效率，充分展现公司的扩张决心。

调味品：中炬高新发布2024年度业绩公告，降本增效持续推进。中炬高新发布公告，预计2024年年度实现归母净利润约为6.79亿元至10.18亿元，同比减少约40%到60%。同时，预计扣非归母净利润约为6.29亿元至7.34亿元，较上年同期增加约1.05亿元至2.10亿元，同

比增幅约为 20%到 40%。公告指出，业绩预减的主要原因是由于与中山火炬工业联合公司就三起建设用地使用权转让合同纠纷案的和解，导致 2023 年冲回计提预计负债 11.78 亿元，从而影响了 2023 年归母净利润为 16.97 亿元，且每股收益为 2.201 元。诉讼事项未对本期业绩造成影响，且公司通过原材料采购单价下降和精细化管理实现了降本增效，推动了扣除非经常性损益后净利润的增长。

冷冻烘焙：立高食品发布 2024 年度业绩预告，盈利能力改善明显。1 月 20 日，立高食品发布 2024 年度业绩预告，预计实现营业收入 37.70 亿元到 39.30 亿元，同比增长 7.74%到 12.31%；实现归母净利润在 2.65 亿元到 2.85 亿元之间，同比增加 262.88%到 290.27%。报告期内，公司持续依托产品、渠道和服务等优势，对渠道覆盖力度增加，同时得益于公司稀奶油产品的稳健增长及公司对头部经销商的政策支持，公司营业总收入保持稳健增长。受益于公司稀奶油产品高自动化产线、全年保持高订单量带来的规模效益，以及公司精简产品 SKU，集中资源打造优质产品，公司盈利能力有所提高。同时公司建立了涵盖财务、供应链、营销等产业级数字化平台，实现产品、渠道、数字化三轮驱动，不断强化数字化运营体系建设，公司管理效能有所提升。

■ 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	6
1.1 周度观点	6
1.2 投资建议	8
2 本周市场表现回顾	10
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
3 行业重要数据跟踪	12
3.1 白酒板块	12
3.2 啤酒板块	12
3.3 乳制品板块	13
4 成本及包材端重要数据跟踪	14
4.1 肉制品板块	14
4.2 大宗原材料及包材相关	15
5 上市公司重要公告整理	16
6 行业要闻	17
7 风险提示	18

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: 指数成分股涨跌幅靠后 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: 白羽肉鸡主产区平均价	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) 2024 年白酒产量 414.5 万千升：近日，国家统计局公布数据显示，2024 年 12 月，白酒（折 65 度，商品量）产量 47.4 万千升，同比下降 7.6%；2024 年 1-12 月，白酒（折 65 度，商品量）产量累计 414.5 万千升，累计下降 1.8%。

2) 2025 年茅台酒省区经销商联谊会收官：2025 年 1 月 5 日至 20 日，贵州茅台酒销售有限公司工作组前往 31 个省区开展“灵蛇祈福，荣耀同行”2025 贵州茅台酒省区经销商联谊会，系统总结 2024 年市场工作情况，科学部署 2025 年重点工作任务。会议强调，当前全球经济呈现出逐步复苏与调整的态势，在此背景下，茅台作为白酒行业的领军企业，充分发挥引领作用，积极应对各种挑战。各经销商单位要始终秉持“以市场和消费者为中心”的核心理念，要进一步转型求变，切实做好三个转型，增强“拓客破圈”能力，满足消费者需求，要进一步强化内部建设，转换经营思路，加强销售团队建设，增强服务意识，适应市场变化，脚踏实地推动茅台营销事业朝着高质量发展的方向稳步迈进。

3) 泸州白酒产业园力争营收 1540 亿：1 月 22 日，四川泸州白酒产业园区召开 2024 年度干部职工述职述廉大会暨年终总结大会，进一步明确园区发展目标：将酒业园区打造成为“三区一地”，全国首家白酒食品全产业链国家级经济技术开发区、国家级先进制造业和现代服务业融合发展示范区、世界级优质白酒产业集群核心区和世界级白酒文化旅游目的地，力争 2025 年实现营业收入 1540 亿元，到 2030 年突破 2000 亿级，成功打造“中国酒城·国酿半岛”靓丽 IP。

4) 亳州 2024 年规上白酒总产值增长 14.8%：1 月 20 日上午，安徽省十四届人大三次会议在合肥开幕，安徽省省长王清宪作《政府工作报告》。其中提到，开展皖北重点产业集群建设协同攻坚。2024 年，亳州市特色产业集聚成势，现代中医药产业规模达 2103 亿元，增长 12%；规上白酒总产值 263 亿元，增长 14.8%；农业产业化龙头企业增至 650 家，规上农产品加工业产值 999.8 亿元；六大新兴产业产值 768 亿元，占规上工业比重的 47%。

5) 武跃飞深入汾酒生产一线调研：1 月 20 日，汾酒集团党委副书记、副董事长、总经理武跃飞深入公司采供、酿酒、大曲生产一线调研并召开采供工作调研会。针对采供物流中心的下一步工作，武跃飞提出：一要坚守职业道德，树立大局观念，切实承担起汾酒复兴之责；要强化团队协作，促进公平竞争，提高全员的工作积极性；要强化纪律约束，维护良好风气，大力加强队伍建设。采供物流中心是汾酒实现复兴的关键环节，必须以更高的标准、更新的理念和更强的团队站稳汾酒产业链的前端，进一步推

动汾酒发展实现新的跨越，助力汾酒复兴加速前进。

6) 曾从钦部署五粮液 2025 重点工作：1月15日，五粮液集团（股份）公司 2024 年度工作总结大会圆满举行。曾从钦在会上强调，2025 年工作围绕 7 个方面重点发力：一是聚焦做强酒业主业，在统筹好“稳”与“进”中着力巩固和提升市场份额；二是聚焦做优非酒产业，在统筹好“破”与“立”中着力优化产业布局、提升发展效益；三是聚焦做大运营平台，在统筹好“新”与“旧”中着力强化企业管理保障、增添内生活力；四是聚焦做好重大项目，在统筹好“量”与“质”中着力推动重大项目建成投用、达产达效；五是聚焦做细社会民生，在统筹好“点”与“面”中着力提升员工福祉、助力乡村振兴；六是聚焦做实安全屏障，在统筹好“内”与“外”中着力推进高水平安全体系建设；七是聚焦做深党建引领，在统筹好“前”与“后”中着力推动高质量党建引领企业高质量发展。

休闲零食：三只松鼠发布业绩预告，百亿目标顺利达成。1月21日，三只松鼠发布 2024 年度业绩预告，公司预计实现营收 102-108 亿，同比+43.37-51.80%；净利润 4.0-4.2 亿，同比+81.99-91.09%；扣非净利润 3.0-3.3 亿元，同比+195.31-224.84%。2024 年度，公司坚决贯彻“高端性价比”总战略，坚守“全品类+全渠道”经营方式，坚定“制造型自有品牌零售商”的商业模式，并向“制造、品牌、零售”前一体化的战略推进全面布局，如期达成 2024 年“重回百亿”总目标。我们认为，公司战略清晰，通过全品类集约供应基地与自主制造的渗透实现总成本领先，打造大单品推动全渠道均衡发展，多品牌矩阵梯次推进，业绩顺利实现高增，2025 年势能仍有望延续。

啤酒：青啤上新新春礼盒，并与中青旅达成战略合作。春节将至，青啤上新多款新春礼盒，如经典 1903 礼盒、奥古特礼盒、国潮、生肖元素礼盒、蛇年版百年鸿运礼盒、包含多元口味的全家福礼盒等。此外，青啤文化传播有限公司于 1 月 20 日与中青旅联科（北京）数字营销有限公司达成战略合作，标志着行业“旅游+”和“+旅游”融合式发展的新尝试。双方将整合优势资源共同致力于推动啤酒文化与旅游产业的深度融合，为消费者带来更加多元、丰富的文化体验。我们认为，公司通过上新礼盒、开拓新消费场景等方式，有望受益于年节氛围带动提升销量。

软饮：东鹏饮料 2024 年归母净利润预增超五成，积极探索多品类发展。1月20日，东鹏饮料发布 2024 年年度业绩预增公告，业绩预告期间内，公司销售商品收到的现金超过 200 亿元，预计实现营业收入 157.2 亿元到 161.0 亿元，同比增长 40%到 43%；实现归母净利润在 31.5 亿元到 34.5 亿元之间，同比增加 54%到 69%。2024 年公司始终“以动销指导相关的经营活动”作为公司的明确共识，持续推进全国化战略，通过精细化渠道管理，不断加强渠道运营

能力，继续加强冰冻化建设，提高全品项产品的曝光率、拉动终端动销；同时，公司在夯实东鹏特饮基本盘，持续保持稳健增长的基础上，积极探索多品类发展，培育新的增长点，为公司的持续增长注入了新的活力，从而进一步带动收入的增长。

速冻：千味加码募投项目建设，自有资金追加投入助力升级。1月22日，千味发布公告称，将对芜湖百福源与鹤壁百顺源项目进行建设内容的扩充，并动用自有资金进行追加投入。此次调整是基于对项目实际需求的深入分析与精准把握，旨在通过优化厂区布局、提升土地与资源使用效率，进一步巩固和增强公司的生产能力与市场竞争力。我们认为，公司前瞻布局产能，不断优化资源配置，提升生产效率，充分展现公司的扩张决心。

调味品：中炬高新发布 2024 年度业绩公告，降本增效持续推进。中炬高新发布公告，预计 2024 年年度实现归母净利润约为 6.79 亿元至 10.18 亿元，同比减少约 40%到 60%。同时，预计扣非归母净利润约为 6.29 亿元至 7.34 亿元，较上年同期增加约 1.05 亿元至 2.10 亿元，同比增幅约为 20%到 40%。公告指出，业绩预减的主要原因是由于与中山火炬工业联合公司就三起建设用地使用权转让合同纠纷案的和解，导致 2023 年冲回计提预计负债 11.78 亿元，从而影响了 2023 年归母净利润为 16.97 亿元，且每股收益为 2.201 元。诉讼事项未对本期业绩造成影响，且公司通过原材料采购单价下降和精细化管理实现了降本增效，推动了扣除非经常性损益后净利润的增长。

冷冻烘焙：立高食品发布 2024 年度业绩预告，盈利能力改善明显。1月20日，立高食品发布 2024 年度业绩预告，预计实现营业收入 37.70 亿元到 39.30 亿元，同比增长 7.74%到 12.31%；实现归母净利润在 2.65 亿元到 2.85 亿元之间，同比增加 262.88%到 290.27%。报告期内，公司持续依托产品、渠道和服务等优势，对渠道覆盖力度增加，同时得益于公司稀奶油产品的稳健增长及公司对头部经销商的政策支持，公司营业总收入保持稳健增长。受益于公司稀奶油产品高自动化产线、全年保持高订单量带来的规模效益，以及公司精简产品 SKU，集中资源打造优质产品，公司盈利能力有所提高。同时公司建立了涵盖财务、供应链、营销等产业级数字化平台，实现产品、渠道、数字化三轮驱动，不断强化数字化运营体系建设，公司管理效能有所提升。

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

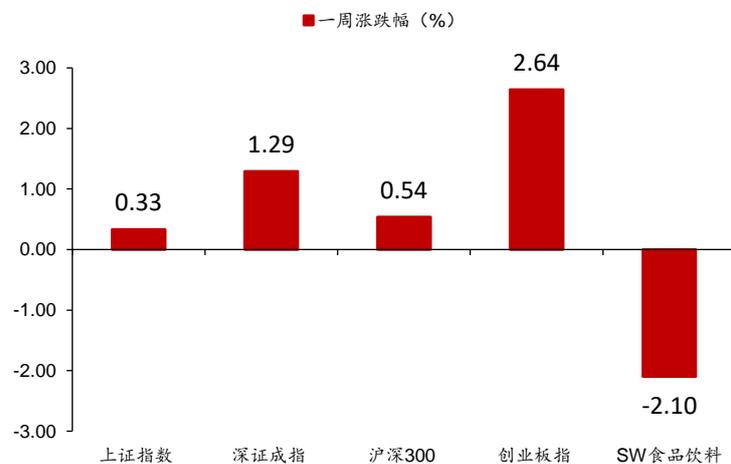
2.1 板块整体指数表现

本周 SW 食品饮料指数下跌 2.10%，相对沪深 300 跑输 2.64 个百分点。沪深 300 上涨 0.54%，上证指数上涨 0.33%，深证成指上涨 1.29%，创业板指上涨 2.64%。

在 31 个申万一级行业中，食品饮料排名第 30。

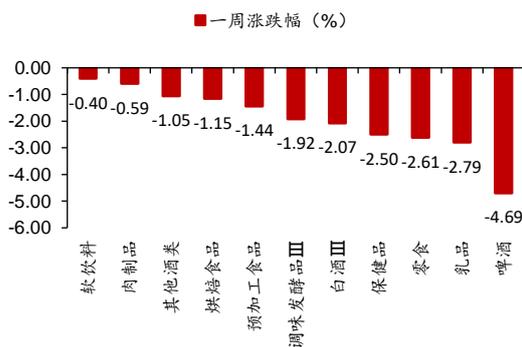
本周 SW 食品饮料各二级行业中，软饮料下跌 0.40%，肉制品下跌 0.59%，其他酒类下跌 1.05%，烘焙食品下跌 1.15%，预加工食品下跌 1.44%，调味发酵品 III 下跌 1.92%，白酒 III 下跌 2.07%，保健品下跌 2.50%，零食下跌 2.61%，乳品下跌 2.79%，啤酒下跌 4.69%。

图 1：本周市场表现 (%)



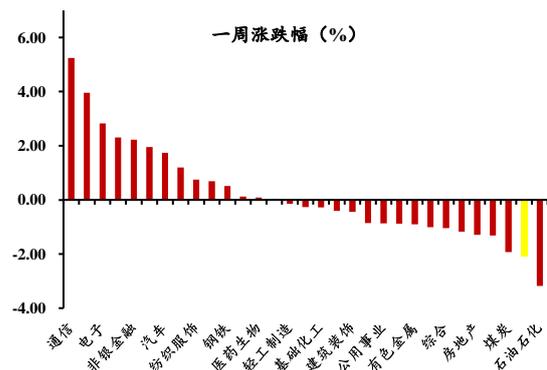
资料来源：Wind，上海证券研究所

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 (%)



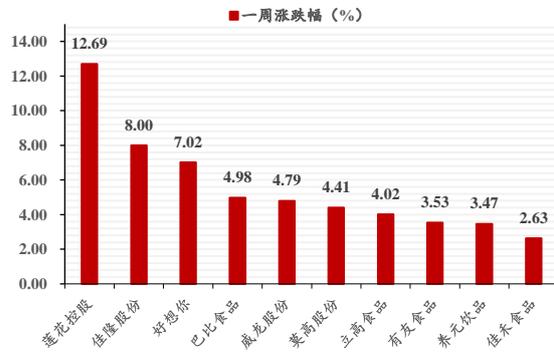
资料来源：Wind，上海证券研究所

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莲花控股上涨 12.69%、佳隆股份上涨 8.00%、好想你上涨 7.02%、巴比食品上请务必阅读尾页重要声明

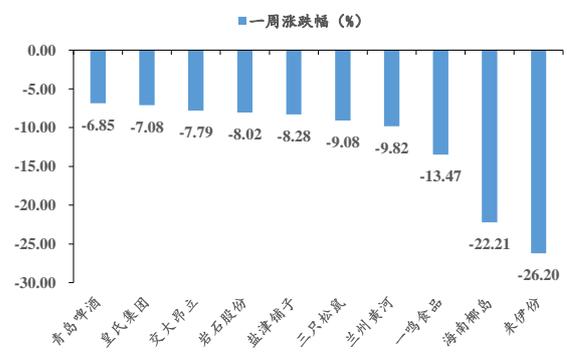
涨 4.98%、威龙股份上涨 4.79%；排名后五的个股为来伊份下跌 26.20%、海南椰岛下跌 22.21%、一鸣食品下跌 13.47%、兰州黄河下跌 9.82%、三只松鼠下跌 9.08%。

图 4：指数成分股涨幅 TOP10 (%)



资料来源：Wind，上海证券研究所

图 5：指数成分股涨跌幅靠后 TOP10 (%)



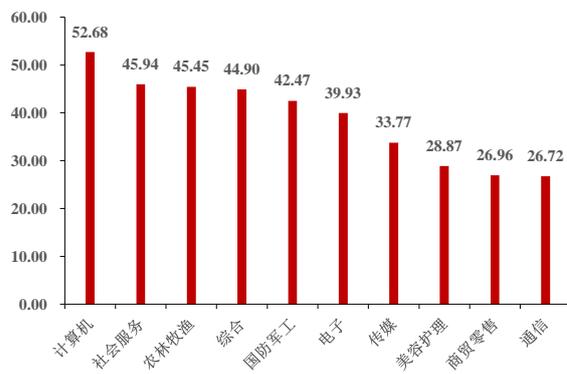
资料来源：Wind，上海证券研究所

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 23.14x，位居 SW 一级行业第 14。

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 40.62x，调味发酵品 34.38x，零食 29.59x。

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 2025 年 1 月 24 日，飞天茅台当年原装和散装批发参考价分别为 2275 元和 2240 元；截至 2025 年 1 月 24 日，五粮液普五（八代）批发参考价为 950 元。

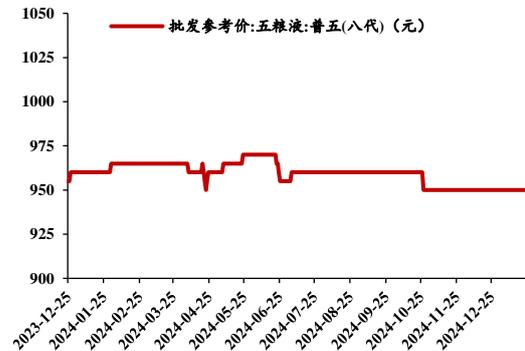
2024 年 12 月，全国白酒产量 47.40 万千升，当月同比下降 7.60%。2024 年 4 月全国 36 大中城市日用工业消费品白酒 500ml 左右 52 度高档平均价格 1218.13 元/瓶，白酒 500ml 左右 52 度中低档平均价格 178.30 元/瓶。

图 8：飞天茅台批价走势



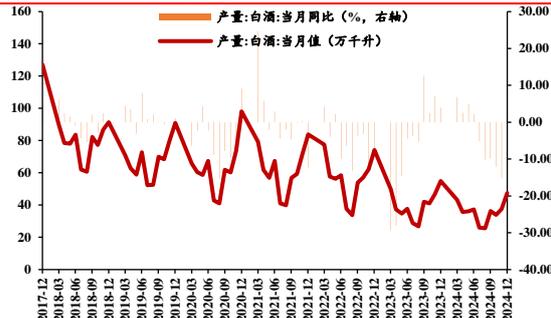
资料来源：Wind，上海证券研究所

图 9：五粮液批价走势



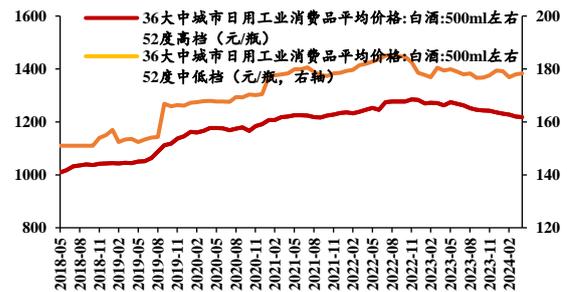
资料来源：Wind，上海证券研究所

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

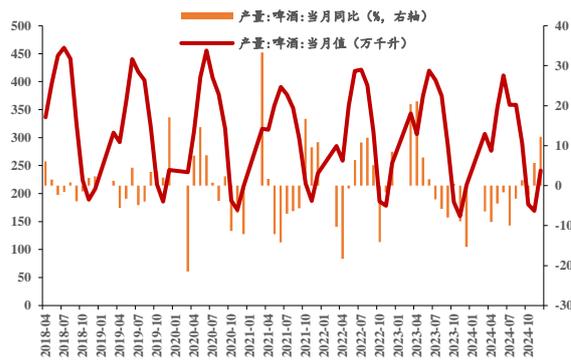


资料来源：Wind，国家发改委，上海证券研究所

3.2 啤酒板块

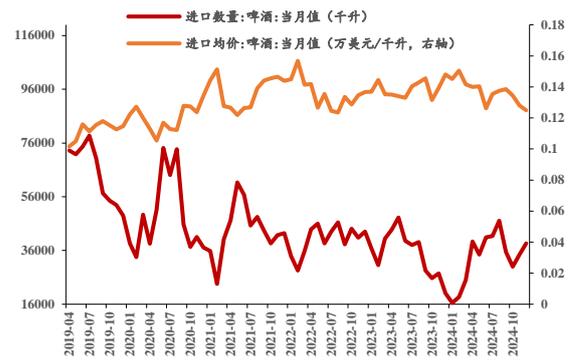
2024 年 12 月，全国啤酒产量 241.10 万千升，同比增长 12.20%。2024 年 12 月全国啤酒进口数量 3.86 万千升。2024 年 4 月全国 36 大中城市日用工业消费品啤酒罐装 350ml 左右平均价格 4.15 元/罐，啤酒瓶装 630ml 左右平均价格 5.15 元/瓶。

图 12: 啤酒月度产量跟踪



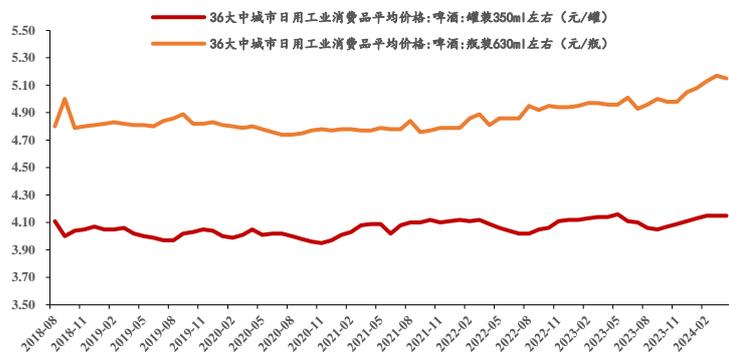
资料来源: Wind, 国家统计局, 上海证券研究所

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

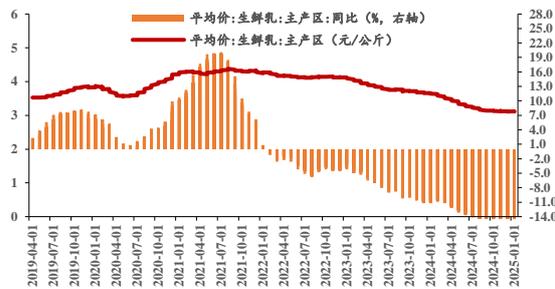


资料来源: Wind, 国家发改委, 上海证券研究所

3.3 乳制品板块

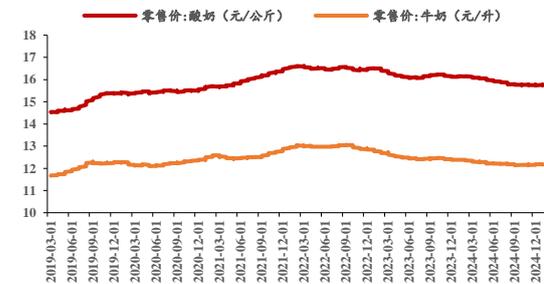
截至 2025 年 1 月 16 日, 全国生鲜乳主产区平均价格 3.11 元/公斤。截至 2025 年 1 月 17 日, 全国酸奶零售价 15.77 元/公斤, 牛奶零售价 12.17 元/升。截至 2025 年 1 月 17 日, 国产品牌婴幼儿奶粉零售价格 224.78 元/公斤, 国外品牌婴幼儿奶粉零售价格 270.75 元/公斤。

图 15: 生鲜乳价格指数跟踪



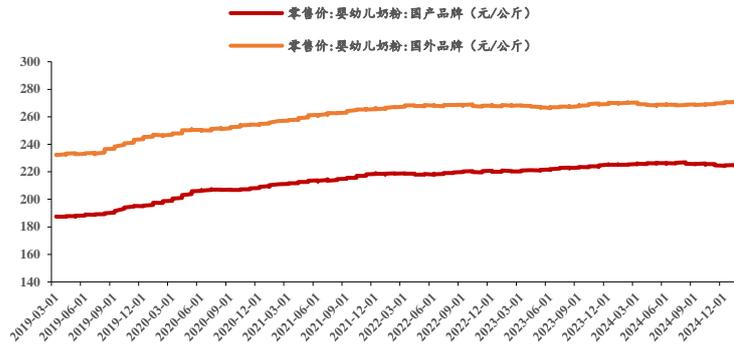
资料来源: Wind, 农业农村部, 上海证券研究所

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

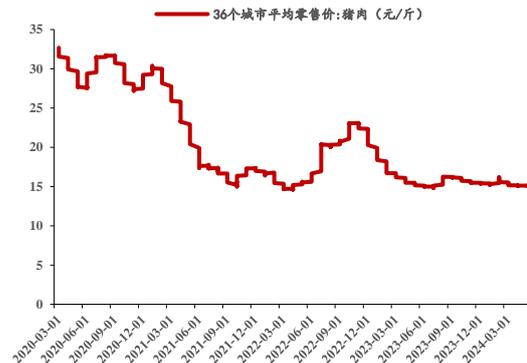
截至 2025 年 1 月 24 日, 全国猪肉平均批发价 22.95 元/公斤; 截至 2024 年 5 月 21 日, 全国 36 个城市猪肉平均零售价 15.12 元/500 克。截至 2025 年 1 月 24 日, 全国主产区白羽肉鸡平均价 7.22 元/公斤; 截至 2024 年 5 月 21 日, 全国 36 个城市鸡肉平均零售价 12.55 元/500 克。

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: 白羽肉鸡主产区平均价



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 2025 年 1 月 24 日, 全国大豆现货平均价格 3937.32 元/吨。截至 2025 年 1 月 20 日, 全国豆粕(粗蛋白含量 $\geq 43\%$)市场价 3054.80 元/吨。截至 2025 年 1 月 24 日, 英国布伦特 Dtd 原油现货价格 78.88 美元/桶。截至 2025 年 1 月 24 日, 中国塑料城价格指数 874.10。截至 2025 年 1 月 20 日, 全国瓦楞纸(AA 级 120g)市场价格 2918.10 元/吨。截至 2025 年 1 月 24 日, 我国华东市场箱板纸(130gA 级牛卡纸)市场价格 3400.00 元/吨。

图 22: 大豆价格跟踪



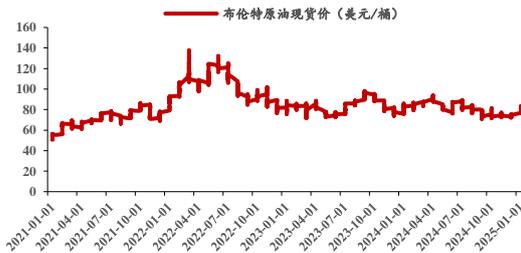
资料来源: Wind, 汇易网, 上海证券研究所

图 23: 豆粕价格跟踪



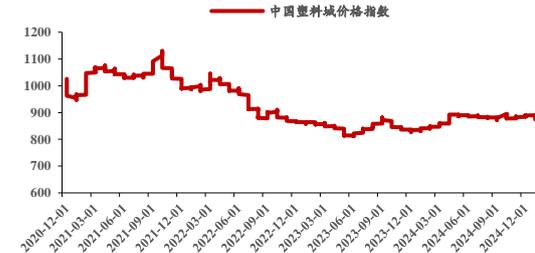
资料来源: Wind, 国家统计局, 上海证券研究所

图 24: 布伦特原油价格跟踪



资料来源: Wind, 金联创, 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

【中炬高新】2024 年年度业绩预减公告: 预计 2024 年年度实现归属于上市公司股东的净利润约 6.79 亿元到 10.18 亿元, 与上年同期相比, 减少约 6.79 亿元到 10.18 亿元, 减幅约 40%到 60%; 预计 2024 年年度归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润约 6.29 亿元到 7.34 亿元, 较上年同期增加约 1.05 亿元到 2.10 亿元, 同比增幅约 20%到 40%。

【天佑德酒】2024 年度业绩预告: 报告期内, 公司实现营业收入 12.71 亿元以内, 同比增长 5%以内。公司实现归属于上市公司股东的净利润 3,583.25 万元至 4,479.07 万元, 同比下降 50%-60%。公司加大了对终端、消费者的回馈, 同时加大了对重要战略产品的投放力度, 本年度市场费用同比增加 3,000 多万元; 加之, 公司实施 2023 年限制性股票激励计划需要进行股份支付记账处理, 对 2024 年归属于上市公司股东的净利润影响额为 -2,513.92 万元。

【舍得酒业】2024 年年度业绩预减公告: 预计 2024 年年度实现归属于母公司所有者的净利润 32,000.00 万元到 42,000.00 万元, 与上年同期相比, 将减少 145,130.44 万元到 135,130.44 万元, 同比减少 81.93%到 76.29%。

【龙大美食】2024 年度业绩预告: 归属于上市公司股东的净利润 1,600 万元-2,400 万元, 比上年同期增加 101.04%-101.56%。

【岩石股份】2024 年度业绩预亏公告: 预计 2024 年度实现营业收入为 26,000 万元至 29,000 万元、预计扣除与主营业务无关的业务收入和不具备商业实质的收入后的营业收入为 25,000 万元至 28,000 万元、归属于上市公司股东的净利润为 -18,000 万元至 -25,000 万元、归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润为 -13,000 万元至 -18,000 万元、归属于上市公司股东的净资产为 32,000 万元至 45,000 万元。

【汤臣倍健】2024 年年度业绩预告: 归属于上市公司股东的净利润 55,000 万元-78,000 万元, 比上年同期下降 55.33%至 68.51%。

【立高食品】2024 年度业绩预告: 归属于上市公司股东的净利润

26,500 万元至 28,500 万元，比上年同期增长 262.88%至 290.27%。

【东鹏饮料】2024 年年度业绩预增公告：预计 2024 年年度实现归属于母公司所有者的净利润在 315,000 万元到 345,000 万元之间，与上年同期（法定披露数据）相比，将增加 111,023 万元到 141,023 万元，增幅为 54%到 69%。

【三只松鼠】2024 年度业绩预告：报告期内，公司实现营业收入 102-108 亿元，同比增长 43.37-51.80%；净利润 4.0-4.2 亿元，同比增长 81.99-91.09%；扣非净利润 3.0-3.3 亿元，同比增长 195.31-224.84%。其中第四季度营业收入 30.31-36.31 亿元，同比增长 19.68-43.37%；净利润 0.59-0.79 亿元，同比增长 17.21-57.08%；扣非净利润 0.33-0.63 亿元，同比增长 108.52-295.84%。

【巴比食品】2024 年年度业绩快报公告：报告期内，公司实现营业收入 167,142.40 万元，同比增长 2.53%；实现归属于上市公司股东的净利润 27,705.58 万元，同比增长 29.64%；实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 21,011.64 万元，同比增长 18.02%。

【威龙股份】2024 年年度业绩预告：预计 2024 年年度实现归属于上市公司股东的净利润为 960 万元到 1,440 万元，预计归属于上市公司股东扣除非经常性损益后的净利润为 1,570 万元到 2,340 万元。

6 行业要闻

1、2024 年白酒产量 414.5 万千升：近日，国家统计局公布数据显示，2024 年 12 月，白酒（折 65 度，商品量）产量 47.4 万千升，同比下降 7.6%；2024 年 1-12 月，白酒（折 65 度，商品量）产量累计 414.5 万千升，累计下降 1.8%。（酒说）

2、亳州 2024 年规上白酒总产值增长 14.8%：1 月 20 日上午，安徽省十四届人大三次会议在合肥开幕，安徽省省长王清宪作《政府工作报告》。其中提到，开展皖北重点产业集群建设协同攻坚。2024 年，亳州市特色产业集聚成势，现代中医药产业规模达 2103 亿元，增长 12%；规上白酒总产值 263 亿元，增长 14.8%；农业产业化龙头企业增至 650 家，规上农产品加工业产值 999.8 亿元；六大新兴产业产值 768 亿元，占规上工业比重的 47%。（酒说）

3、泸州白酒产业园力争营收 1540 亿：1 月 22 日，四川泸州白酒产业园区召开 2024 年度干部职工述职述廉大会暨年终总结大会，进一步明确园区发展目标：将酒业园区打造成为“三区一地”，全国首家白酒食品全产业链国家级经济技术开发区、国家级先进制造业和现代服务业融合发展示范区、世界级优质白酒产业集群核心区和世界级白酒文化旅游目的地，力争 2025 年实现营业收入 1540 亿元，到 2030 年突破 2000 亿级，成功打造“中国酒城·国酿半岛”靓丽 IP。（酒说）

4、2025 年茅台酒省区经销商联谊会收官：2025 年 1 月 5 日至 20 日，贵州茅台酒销售有限公司工作组前往 31 个省区开展“灵蛇祈

请务必阅读尾页重要声明

福，荣耀同行”2025 贵州茅台酒省区经销商联谊会，系统总结 2024 年市场工作情况，科学部署 2025 年重点工作任务。会议强调，当前全球经济呈现出逐步复苏与调整的态势，在此背景下，茅台作为白酒行业的领军企业，充分发挥引领作用，积极应对各种挑战。各经销商单位要始终秉持“以市场和消费者为中心”的核心理念，要进一步转型求变，切实做好三个转型，增强“拓客破圈”能力，满足消费者需求，要进一步强化内部建设，转换经营思路，加强销售团队建设，增强服务意识，适应市场变化，脚踏实地推动茅台营销事业朝着高质量发展的方向稳步迈进。（酒说）

5、武跃飞深入汾酒生产一线调研：1月20日，汾酒集团党委副书记、副董事长、总经理武跃飞深入公司采供、酿酒、大曲生产一线调研并召开采供工作调研会。针对采供物流中心的下一步工作，武跃飞提出：一要坚守职业道德，树立大局观念，切实承担起汾酒复兴之责；要强化团队协作，促进公平竞争，提高全员的工作积极性；要强化纪律约束，维护良好风气，大力加强队伍建设。采供物流中心是汾酒实现复兴的关键环节，必须以更高的标准、更新的理念和更强的团队站稳汾酒产业链的前端，进一步推动汾酒发展实现新的跨越，助力汾酒复兴加速前进。（酒说）

6、曾从钦部署五粮液 2025 重点工作：1月15日，五粮液集团（股份）公司 2024 年度工作总结大会圆满举行。曾从钦在会上强调，2025 年工作围绕 7 个方面重点发力：一是聚焦做强酒业主业，在统筹好“稳”与“进”中着力巩固和提升市场份额；二是聚焦做优非酒产业，在统筹好“破”与“立”中着力优化产业布局、提升发展效益；三是聚焦做大运营平台，在统筹好“新”与“旧”中着力强化企业管理保障、增添内生活力；四是聚焦做好重大项目，在统筹好“量”与“质”中着力推动重大项目建成投用、达产达效；五是聚焦做细社会民生，在统筹好“点”与“面”中着力提升员工福祉、助力乡村振兴；六是聚焦做实安全屏障，在统筹好“内”与“外”中着力推进高水平安全体系建设；七是聚焦做深党建引领，在统筹好“前”与“后”中着力推动高质量党建引领企业高质量发展。（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

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。