



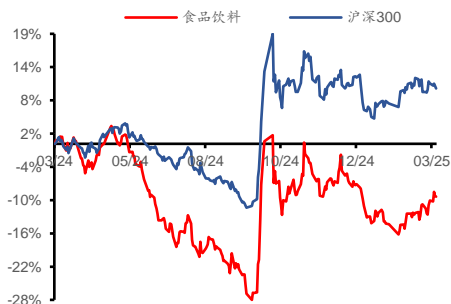
上海证券
SHANGHAI SECURITIES

增持（维持）

行业：食品饮料
日期：2025年03月16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：

《稳步经营，把握结构性机会——食品饮料行业周报 20250303-20250309》

——2025 年 03 月 09 日

《具备经营韧性，板块有望逐步修复——食品饮料行业周报 20250224-20250302》

——2025 年 03 月 02 日

《板块分化，关注结构性机会——食品饮料行业周报 20250217-20250223》

——2025 年 02 月 23 日

政策加码提振信心，把握布局机会

——食品饮料行业周报 20250310-20250316

■ 投资要点：

本周行业要闻：1）2024 仁怀市规模白酒工业总产值达千亿元：据今日仁怀公众号，2024 年，仁怀市规模白酒工业总产值达 1157.1 亿元，同比增长 10.69%。同年，仁怀接待游客 1036.47 万人次、增长 8.6%，实现旅游综合收入 128.57 亿元、增长 8.9%。2025 年，仁怀市委、市政府将持续加大企业扶持力度，持续落实助企纾困政策，切实减轻企业负担，着力强化要素保障，服务企业稳产达产。同时，政企携手共同发力，大力培育产区品牌，强化产区产品宣传推介，推动产销精准衔接，助力企业拓展市场。

2）汾酒召开营销数智化变革启动会：3 月 10 日，汾酒召开营销数智化变革启动会。汾酒股份公司副总经理、汾酒销售公司总经理张永踊作汾酒营销数智化变革项目动员讲话，他表示，当前汾酒营销数智化变革正处于黄金窗口期，要力争三年实现汾酒营销数智化管理体系在行业内“追赶、超越、领先”的三步跨越，从而支撑“打造汾酒成为全球具有影响力品牌”的战略目标。针对汾酒营销数智化相关工作落实，张永踊提出三点要求，一要建立跨部门协同与组织效能保障机制；二要以考核促进项目落实，以激励促进人才动能的释放；三要引入项目监理机制，确保项目建设推进可控。他强调，要以数据驱动、技术赋能为核心，以部门协同为保障，以考核激励为动力，夯实基础，优化资源配置，提升核心竞争力，全面推进营销数智化变革升级。

3）老窖集团拟贷款超 2 亿元增持公司股份：3 月 14 日，泸州老窖发布增持股份计划公告。公告显示，公司控股股东泸州老窖集团有限责任公司计划在公告披露之日起的 6 个月内，通过集中竞价交易的方式增持公司股份，增持金额不低于 1.5 亿元，不超过 3 亿元。中国建设银行泸州分行承诺为泸州老窖集团提供不高于 2.7 亿元且贷款比例不超过增持金额 90%的增持专项贷款，贷款期限不超过 36 个月。

4）合肥白酒市场名酒猛攻，徽酒稳守：根据酒业家的调研显示，合肥白酒市场容量在 90 亿以上，徽酒品牌占比近 70%，外来品牌占比逾 30%。具体来看，外来品牌中，茅台、五粮液市场份额均在 10-15 亿，剑南春、洋河、泸州老窖、汾酒等品牌份额则处于 1-5 亿区间；徽酒品牌中，古井贡酒、迎驾贡酒、口子窖“一超二强”占据合肥 60%以上市场份额。全国名酒方面，汾酒、剑南春在合肥攻势最猛。

乳制品：呼和浩特公布育儿补贴政策，乳制品需求有望逐步改善。3 月 13 日，呼和浩特市卫生健康委根据《呼和浩特市人民政府关于促进人口集聚推动人口高质量发展的实施意见》文件精神，公布了发放育儿补贴实施细则。为了提升生育意愿，自 2021 年至今，已有包括攀枝花、杭州、长沙、济南、呼和浩特等 20 座城市发布了育儿补贴政策。2024 年国务院发布 13 条具体举措，从 4 个方面提出系列生育支持措施。其中，提出要建立生育补贴制度，指导地方做好政策衔接，积极稳妥抓好落实。2025 年，政府工作报告中明确提出，制定促进生育政策，发放育儿补贴。在十四届全国人大三次会议江苏代表团开放团组会议上，国家卫生健康委主任雷海潮透露，国家卫生健康委正会同有关部门起草育儿补贴相关操作方案，届时将在育儿补贴方面有直接的惠民措施和相应的政策安排。我们认为，生育补贴政策的全国性落地

有望直接拉动婴幼儿配方奶粉及儿童营养乳制品的消费需求，叠加家庭育儿成本降低带来的消费能力提升，行业中长期扩容空间有望进一步打开。

休闲零食：万辰集团签约门店突破 15000 家，引发量贩零食的“效率革命”与“行业变局”。近日，零食量贩品牌“好想来”母公司——万辰集团宣布签约门店总数突破 15000 家，成为国内首个通过权威机构灼识咨询“万店认证”的连锁品牌。业内观点认为，万辰集团突破 15000 家门店，标志着中国零食量贩行业从“野蛮生长”迈入“效率制胜”的新阶段。其意义远超单一企业的规模扩张，更代表了一种本土零售创新模式的成熟——通过极致供应链效率、数据化运营与规模化网络，在低价与品质间找到平衡点。我们认为，零售业通过不断重构人、货、场的连接方式，仍有巨大的价值释放空间，零食企业有望通过加深与量贩模式的合作带动业绩增长。

啤酒：各酒企新品频出，静待旺季到来。3月3日消息，喜力啤酒公司已将其墨菲黑啤酒（Murphy's）以瓶装和罐装的形式重新摆上英国商店的货架，四瓶装和十瓶装墨菲黑啤酒（酒精含量为 4%）将很快在超市上市，售价分别约为 5 英镑和 10 英镑。此外，还将推出 440 毫升罐装墨菲黑啤酒。百威中国官微揭晓百威新装，据称，新包装“更红，更带感”，标志性领结符号更突出。三得利将于 4 月 30 日限量发售“万志啤酒大师之梦限量版#18”。酒精度为 4.5%，一罐 350mL 的售价约为 265 日元（不含税）。我们认为，啤酒行业当前处于淡季，各酒企通过发布新品等方式提升自身的竞争力，静待旺季到来。

软饮：香飘飘新品反馈积极，第二座“超级茶园”落地杭州。3月12日，香飘飘发布投资者关系活动记录表。公司推出的“原叶现泡轻乳茶”“原叶现泡奶茶”（黑糖珍珠/糯糯红豆）奶茶新品，开创“原叶现泡”奶茶新品类。“原叶现泡”系列产品是在之前的“如鲜”燕麦奶茶的产品基础上，继续沿着品牌年轻化、品类健康化方向进行升级的产品。目前，两款新品在线上 and 线下的部分区域进行试销，原叶现泡轻乳茶线上销售占比较大，原叶现泡奶茶在线下部分区域进行销售，旺季礼品市场小范围探测反馈积极，填补了高价格带礼品装的市场空间，未来还将对其内容物与包装做进一步优化。近日，香飘飘在杭州龙井核心产区落地第二座“超级茶园”，宣布将特级明前龙井茶纳入原料体系。此前，香飘飘已在云南临沧沧源落成了首座“超级茶园”，据透露，未来香飘飘将继续深耕原料原产地，布局柠檬、杏、桃等水果核心产区，为消费者带去原产地风味。

速冻：安井食品与鼎味泰签订股份收购协议，挺进冷冻烘焙赛道。近日，安井食品集团股份有限公司与江苏鼎味泰实际控制人谭国林、其控股股东上海海鳕润食品有限公司以及员工持股平台连云港莱卡尔咨询管理合伙企业等主体就收购鼎味泰 70%股份正式签订了股份收购协议。鼎味泰主营高端速冻关东煮产品和速冻火锅料产品。2024 年 3 月，鼎味泰收购全球领先的新鲜即食食品供应商百卡弗集团（Bakkavor）旗下中国冷冻烘焙业务。本次安井拟以 4.445 亿元收购鼎味泰 70%股权，以期实现产品、渠道和品牌的优势互补、赋能增效。我们认为，安井在继续做强速冻食品主业的基础上，持续推进品牌中高端化路线及销售渠道丰富完善，此次携手鼎味泰进一步实现品类扩充，有望凭借新业务获得增量。

调味品：《火锅产业发展报告 2025》发布，四大趋势推动火锅赛道发展。3月11日—12日，2025中国餐饮产业节在成都成功举办，在2025火锅产业发展论坛上，红餐产业研究院和重庆火锅底料龙头企业聚慧餐调联合发布了《火锅产业发展报告 2025》，对火锅赛道发展趋势、产业链发展情况以及火锅消费者洞察等方面进行分析总结。2024年火锅市场保持稳定增长，红餐大数据显示，2024年全国火锅市场规模达6,175亿元，同比增长5.6%，高于餐饮行业整体的增速。预计2025年火锅市场规模达到6,500亿元。火锅赛道呈现出、求新、求鲜、主打性价比、重视体验等趋势，众多火锅品牌围绕这些趋势不断推陈出新，为赛道带来了蓬勃的生机。我们认为，火锅行业四大趋势有望推动调味品行业的技术升级与市场扩容，调味品行业有望迎来新的发展机遇。

冷冻烘焙：南侨食品发布 2024 年年报，产品结构有所优化。3月10日，南侨食品发布2024年年报，公司全年实现营业收入31.59亿元，同比增长2.49%；归属于母公司股东的净利润2.01亿元，同比下降13.34%。从业务结构看，烘焙应用油脂仍是核心支柱，贡献营收15.42亿元，占总收入的48.8%；乳制品营收增长6.49%，毛利率提升5.51个百分点至20.82%；预制烘焙品营收增长14.72%，达3.80亿元。这两大板块的崛起，显示出公司产品结构优化的战略初见成效。特别是乳制品板块，通过引进比利时富比威发酵黄油等高端产品，成功抓住烘焙市场升级需求，成为毛利率改善的关键推手。

■ 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	17

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 仁怀市规模白酒工业总产值达千亿元：据今日仁怀公众号，2024 年，仁怀市规模白酒工业总产值达 1157.1 亿元，同比增长 10.69%。同年，仁怀接待游客 1036.47 万人次、增长 8.6%，实现旅游综合收入 128.57 亿元、增长 8.9%。2025 年，仁怀市委、市政府将持续加大企业扶持力度，持续落实助企纾困政策，切实减轻企业负担，着力强化要素保障，服务企业稳产达产。同时，政企携手共同发力，大力培育产区品牌，强化产区产品宣传推介，推动产销精准衔接，助力企业拓展市场。

2) 汾酒召开营销数智化变革启动会：3 月 10 日，汾酒召开营销数智化变革启动会。汾酒股份公司副总经理、汾酒销售公司总经理张永踊作汾酒营销数智化变革项目动员讲话，他表示，当前汾酒营销数智化变革正处于黄金窗口期，要力争三年实现汾酒营销数智化管理体系在行业内“追赶、超越、领先”的三步跨越，从而支撑“打造汾酒成为全球具有影响力品牌”的战略目标。针对汾酒营销数智化相关工作落实，张永踊提出三点要求，一要建立跨部门协同与组织效能保障机制；二要以考核促进项目落实，以激励促进人才动能的释放；三要引入项目监理机制，确保项目建设推进可控。他强调，要以数据驱动、技术赋能为核心，以部门协同为保障，以考核激励为动力，夯实基础，优化资源配置，提升核心竞争力，全面推进营销数智化变革升级。

3) 老窖集团拟贷款超 2 亿元增持公司股份：3 月 14 日，泸州老窖发布增持股份计划公告。公告显示，公司控股股东泸州老窖集团有限责任公司计划在公告披露之日起的 6 个月内，通过集中竞价交易的方式增持公司股份，增持金额不低于 1.5 亿元，不超过 3 亿元。中国建设银行泸州分行承诺为泸州老窖集团提供不高于 2.7 亿元且贷款比例不超过增持金额 90%的增持专项贷款，贷款期限不超过 36 个月。

4) 合肥白酒市场名酒猛攻，徽酒稳守：根据酒业家的调研显示，合肥白酒市场容量在 90 亿以上，徽酒品牌占比近 70%，外来品牌占比逾 30%。具体来看，外来品牌中，茅台、五粮液市场份额均在 10-15 亿，剑南春、洋河、泸州老窖、汾酒等品牌份额则处于 1-5 亿区间；徽酒品牌中，古井贡酒、迎驾贡酒、口子窖“一超二强”占据合肥 60%以上市场份额。全国名酒方面，汾酒、剑南春在合肥攻势最猛。

乳制品：呼和浩特公布育儿补贴政策，乳制品需求有望逐步改善。3 月 13 日，呼和浩特市卫生健康委根据《呼和浩特市人民政府关于促进人口集聚推动人口高质量发展的实施意见》文件精神，公

请务必阅读尾页重要声明

布了发放育儿补贴实施细则。为了提升生育意愿，自 2021 年至今，已有包括攀枝花、杭州、长沙、济南、呼和浩特等 20 座城市发布了育儿补贴政策。2024 年国务院发布 13 条具体举措，从 4 个方面提出系列生育支持措施。其中，提出要建立生育补贴制度，指导地方做好政策衔接，积极稳妥抓好落实。2025 年，政府工作报告中明确提出，制定促进生育政策，发放育儿补贴。在十四届全国人大三次会议江苏代表团开放团组会议上，国家卫生健康委主任雷海潮透露，国家卫生健康委正会同有关部门起草育儿补贴相关操作方案，届时将在育儿补贴方面有直接的惠民措施和相应的政策安排。我们认为，生育补贴政策的全国性落地有望直接拉动婴幼儿配方奶粉及儿童营养乳制品的消费需求，叠加家庭育儿成本降低带来的消费能力提升，行业中长期扩容空间有望进一步打开。

休闲零食：万辰集团签约门店突破 15000 家，引发量贩零食的“效率革命”与“行业变局”。近日，零食量贩品牌“好想来”母公司——万辰集团宣布签约门店总数突破 15000 家，成为国内首个通过权威机构灼识咨询“万店认证”的连锁品牌。业内观点认为，万辰集团突破 15000 家门店，标志着中国零食量贩行业从“野蛮生长”迈入“效率制胜”的新阶段。其意义远超单一企业的规模扩张，更代表了一种本土零售创新模式的成熟——通过极致供应链效率、数据化运营与规模化网络，在低价与品质间找到平衡点。我们认为，零售业通过不断重构人、货、场的连接方式，仍有巨大的价值释放空间，零食企业有望通过加深与量贩模式的合作带动业绩增长。

啤酒：各酒企新品频出，静待旺季到来。3 月 3 日消息，喜力啤酒公司已将其墨菲黑啤酒（Murphy's）以瓶装和罐装的形式重新摆上英国商店的货架，四瓶装和十瓶装墨菲黑啤酒（酒精含量为 4%）将很快在超市上市，售价分别约为 5 英镑和 10 英镑。此外，还将推出 440 毫升罐装墨菲黑啤酒。百威中国官微揭晓百威新装，据称，新包装“更红，更带感”，标志性领结符号更突出。三得利将于 4 月 30 日限量发售“万志啤酒大师之梦限量版#18”。酒精度为 4.5%，一罐 350mL 的售价约为 265 日元（不含税）。我们认为，啤酒行业当前处于淡季，各酒企通过发布新品等方式提升自身的竞争力，静待旺季到来。

茶饮：香飘飘新品反馈积极，第二座“超级茶园”落地杭州。3 月 12 日，香飘飘发布投资者关系活动记录表。公司推出的“原叶现泡轻乳茶”“原叶现泡奶茶”（黑糖珍珠/糯糯红豆）奶茶新品，开创“原叶现泡”奶茶新品类。“原叶现泡”系列产品是在之前的“如鲜”燕麦奶茶的产品基础上，继续沿着品牌年轻化、品类健康化方向进行升级的产品。目前，两款新品在线上 and 线下的部分区域进行试销，原叶现泡轻乳茶线上销售占比较大，原叶现泡奶茶在线下部分区域进行销售，旺季礼品市场小范围探测反馈积极，

填补了高价格带礼品装的市场空间，未来还将对其内容物与包装做进一步优化。近日，香飘飘在杭州龙井核心产区落地第二座“超级茶园”，宣布将特级明前龙井茶纳入原料体系。此前，香飘飘已在云南临沧沧源落成了首座“超级茶园”，据透露，未来香飘飘将继续深耕原料原产地，布局柠檬、杏、桃等水果核心产区，为消费者带去原产地风味。

速冻：安井食品与鼎味泰签订股份收购协议，挺进冷冻烘焙赛道。

近日，安井食品集团股份有限公司与江苏鼎味泰实际控制人谭国林、其控股股东上海海鳕润食品有限公司以及员工持股平台连云港莱卡尔咨询管理合伙企业等主体就收购鼎味泰 70%股份正式签订了股份收购协议。鼎味泰主营高端速冻关东煮产品和速冻火锅料产品。2024 年 3 月，鼎味泰收购全球领先的新鲜即食食品供应商百卡弗集团（Bakkavor）旗下中国冷冻烘焙业务。本次安井拟以 4.445 亿元收购鼎味泰 70%股权，以期实现产品、渠道和品牌的优势互补、赋能增效。我们认为，安井在继续做强速冻食品主业的基础上，持续推进品牌中高端化路线及销售渠道丰富完善，此次携手鼎味泰进一步实现品类扩充，有望凭借新业务获得增量。

调味品：《火锅产业发展报告 2025》发布，四大趋势推动火锅赛道

发展。3 月 11 日—12 日，2025 中国餐饮产业节在成都成功举办，在 2025 火锅产业发展论坛上，红餐产业研究院和重庆火锅底料龙头企业聚慧餐调联合发布了《火锅产业发展报告 2025》，对火锅赛道发展趋势、产业链发展情况以及火锅消费者洞察等方面进行分析总结。2024 年火锅市场保持稳定增长，红餐大数据显示，2024 年全国火锅市场规模达 6,175 亿元，同比增长 5.6%，高于餐饮行业整体的增速。预计 2025 年火锅市场规模达到 6,500 亿元。火锅赛道呈现出、求新、求鲜、主打性价比、重视体验等趋势，众多火锅品牌围绕这些趋势不断推陈出新，为赛道带来了蓬勃的生机。我们认为，火锅行业四大趋势有望推动调味品行业的技术升级与市场扩容，调味品行业有望迎来新的发展机遇。

冷冻烘焙：南侨食品发布 2024 年年报，产品结构有所优化。3 月 10 日，南侨食品发布 2024 年年报，公司全年实现营业收入 31.59 亿元，同比增长 2.49%；归属于母公司股东的净利润 2.01 亿元，同比下降 13.34%。从业务结构看，烘焙应用油脂仍是核心支柱，贡献营收 15.42 亿元，占总收入的 48.8%；乳制品营收增长 6.49%，毛利率提升 5.51 个百分点至 20.82%；预制烘焙品营收增长 14.72%，达 3.80 亿元。这两大板块的崛起，显示出公司产品结构优化的战略初见成效。特别是乳制品板块，通过引进比利时富比威发酵黄油等高端产品，成功抓住烘焙市场升级需求，成为毛利率改善的关键推手。

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。

2 本周市场表现回顾

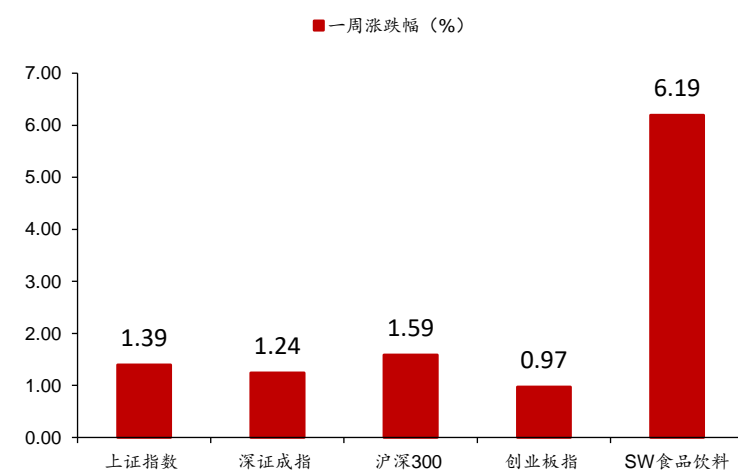
2.1 板块整体指数表现

本周 SW 食品饮料指数上涨 6.19%，相对沪深 300 跑赢 4.61 个百分点。沪深 300 上涨 1.59%，上证指数上涨 1.39%，深证成指上涨 1.24%，创业板指上涨 0.97%。

在 31 个申万一级行业中，食品饮料排名第 2。

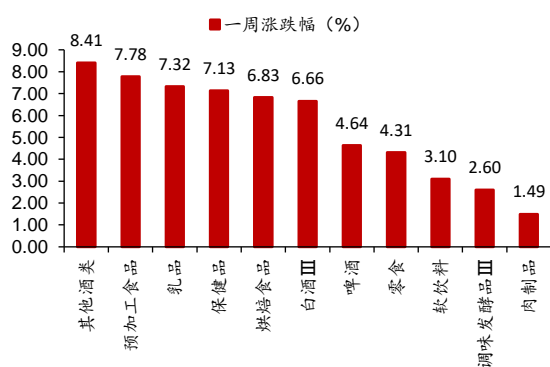
本周 SW 食品饮料各二级行业中，其他酒类上涨 8.41%，预加工食品上涨 7.78%，乳品上涨 7.32%。

图 1：本周市场表现 (%)



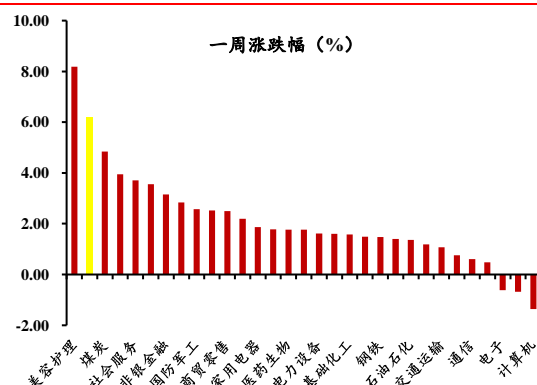
资料来源：Wind，上海证券研究所

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 (%)

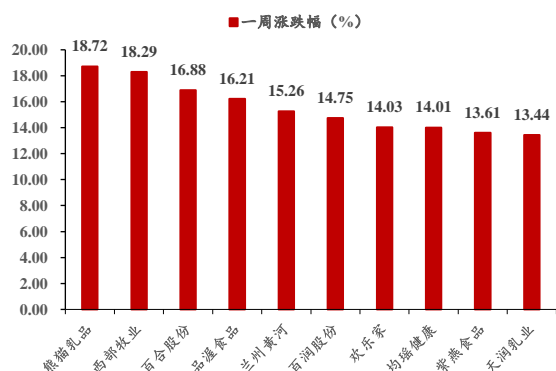


资料来源：Wind，上海证券研究所

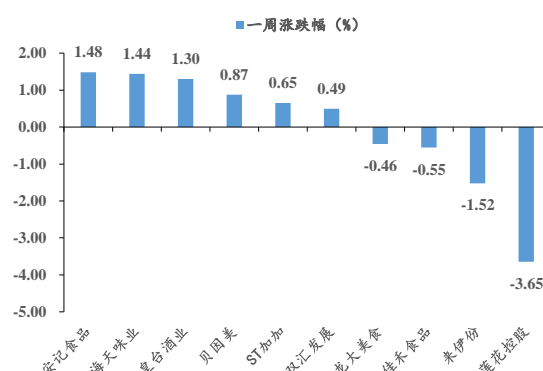
2.2 个股行情表现

本周食品饮料行业涨幅排名前五的个股为熊猫乳品上涨 18.72%、西部牧业上涨 18.29%、百合股份上涨 16.88%、品渥食品

品上涨 16.21%、兰州黄河上涨 15.26%；排名后五的个股为莲花控股下跌 3.65%、来伊份下跌 1.52%、佳禾食品下跌 0.55%、龙大美食下跌 0.46%、双汇发展上涨 0.49%。

图 4：指数成分股涨幅 TOP10 (%)


资料来源：Wind，上海证券研究所

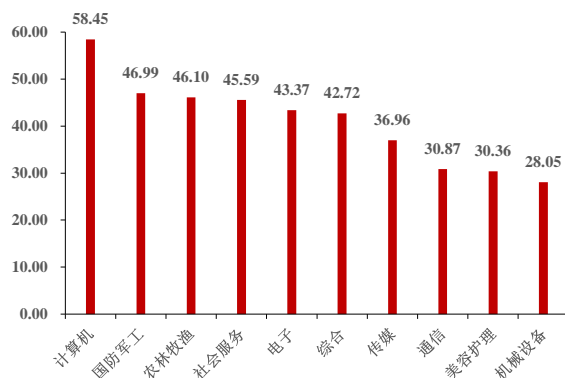
图 5：指数成分股涨跌幅靠后 TOP10 (%)


资料来源：Wind，上海证券研究所

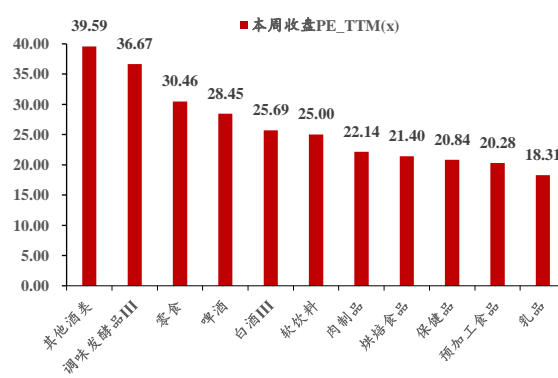
2.3 板块及子行业估值水平

截至本周收盘，食品饮料板块整体估值水平在 25.19x，位居 SW 一级行业第 15。

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 39.59x，调味发酵品 36.67x，零食 30.46x。

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 3 月 14 日，飞天茅台当年原装和散装批发参考价分别为 2225 元和 2200 元；截至 2025 年 3 月 14 日，五粮液普五（八代）批发参考价为 950 元。

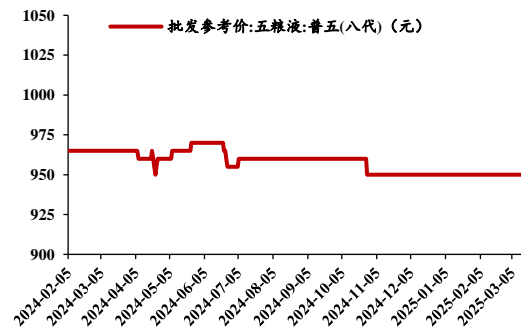
2024 年 12 月，全国白酒产量 47.40 万千升，当月同比下降 7.60%。2024 年 4 月全国 36 大中城市日用工业消费品白酒 500ml 左右 52 度高档平均价格 1218.13 元/瓶，白酒 500ml 左右 52 度中低档平均价格 178.30 元/瓶。

图 8：飞天茅台批价走势



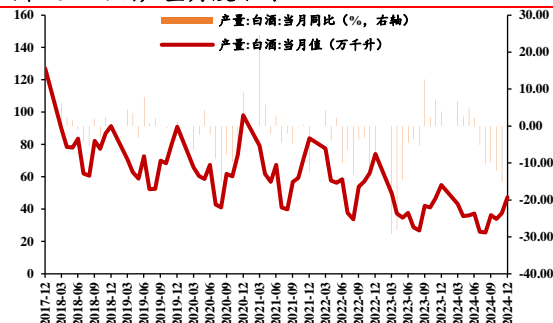
资料来源：Wind，上海证券研究所

图 9：五粮液批价走势



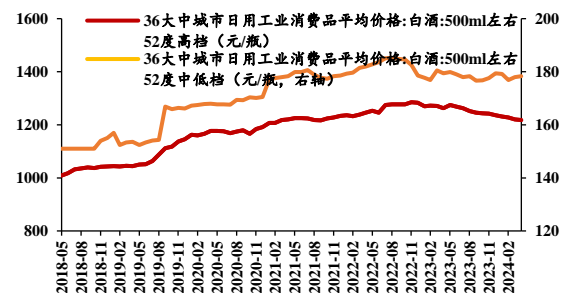
资料来源：Wind，上海证券研究所

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

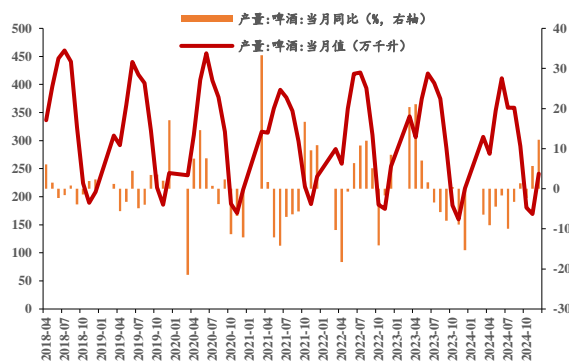


资料来源：Wind，国家发改委，上海证券研究所

3.2 啤酒板块

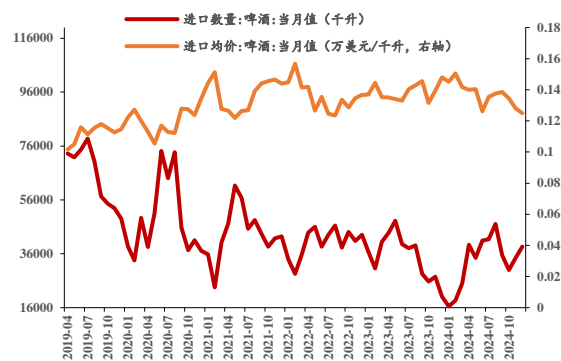
2024 年 12 月，全国啤酒产量 241.10 万千升，同比增长 12.20%。2024 年 12 月全国啤酒进口数量 3.86 万千升。2024 年 4 月全国 36 大中城市日用工业消费品啤酒罐装 350ml 左右平均价格 4.15 元/罐，啤酒瓶装 630ml 左右平均价格 5.15 元/瓶。

图 12: 啤酒月度产量跟踪



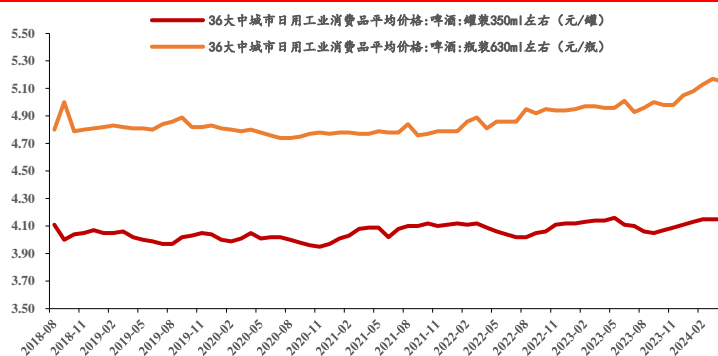
资料来源: Wind, 国家统计局, 上海证券研究所

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

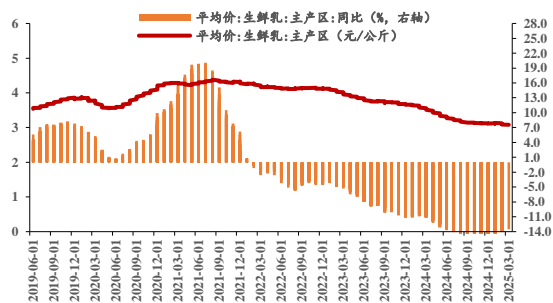


资料来源: Wind, 国家发改委, 上海证券研究所

3.3 乳制品板块

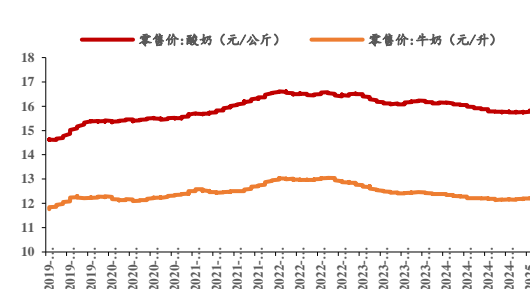
截至 2025 年 3 月 6 日, 全国生鲜乳主产区平均价格 3.08 元/公斤。截至 2025 年 3 月 7 日, 全国酸奶零售价 15.81 元/公斤, 牛奶零售价 12.20 元/升。截至 2025 年 3 月 7 日, 国产品牌婴幼儿奶粉零售价格 225.24 元/公斤, 国外品牌婴幼儿奶粉零售价格 270.61 元/公斤。

图 15: 生鲜乳价格指数跟踪



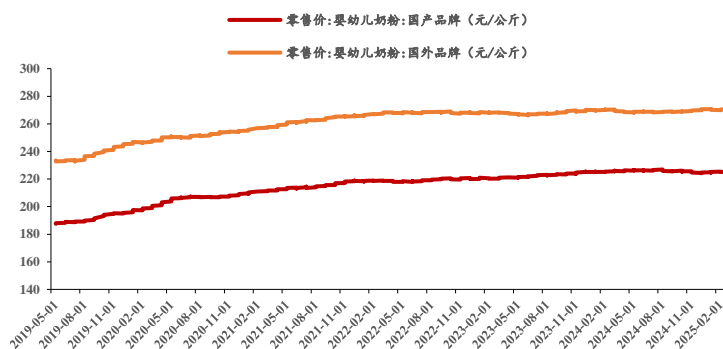
资料来源: Wind, 农业农村部, 上海证券研究所

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

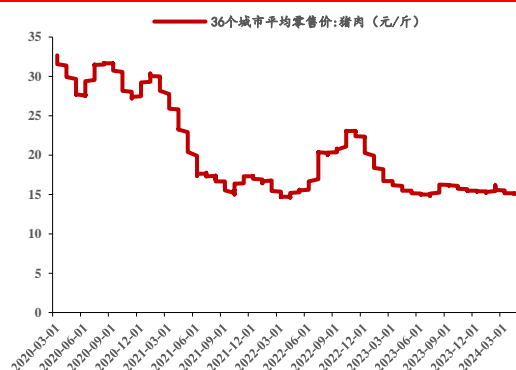
截至 2025 年 3 月 14 日, 全国猪肉平均批发价 20.79 元/公斤;
 截至 2024 年 5 月 21 日, 全国 36 个城市猪肉平均零售价 15.12 元/500 克。截至 2025 年 3 月 14 日, 全国主产区白羽肉鸡平均价 7.11 元/公斤; 截至 2024 年 5 月 21 日, 全国 36 个城市鸡肉平均零售价 12.55 元/500 克。

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



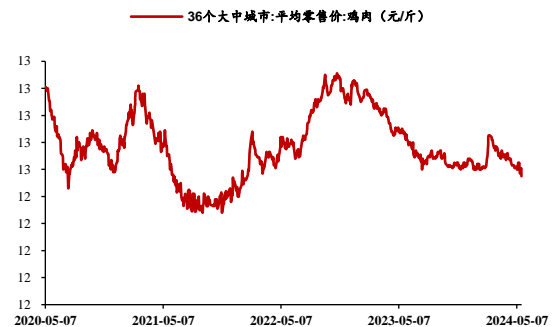
资料来源: Wind, 国家发改委, 上海证券研究所

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

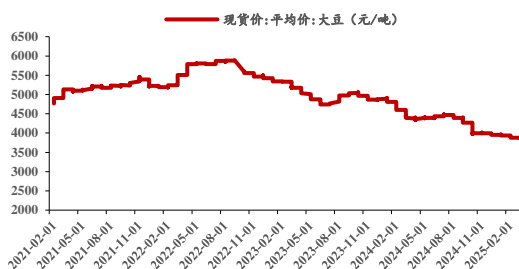


资料来源: Wind, 国家发改委, 上海证券研究所

4.2 大宗原材料及包材相关

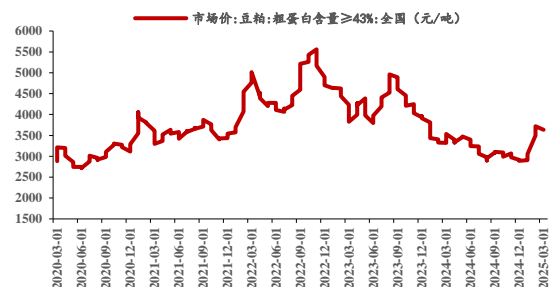
截至 2025 年 3 月 14 日, 全国大豆现货平均价格 3856.79 元/吨。截至 2025 年 3 月 10 日, 全国豆粕(粗蛋白含量 $\geq 43\%$)市场价 3635.60 元/吨。截至 2025 年 3 月 14 日, 英国布伦特 Dtd 原油现货价格 71.67 美元/桶。截至 2025 年 3 月 14 日, 中国塑料城价格指数 862.41。截至 2025 年 3 月 10 日, 全国瓦楞纸(AA 级 120g)市场价格 2763.20 元/吨。截至 2025 年 3 月 14 日, 我国华东市场箱板纸(130gA 级牛卡纸)市场价格 3300.00 元/吨。

图 22: 大豆价格跟踪



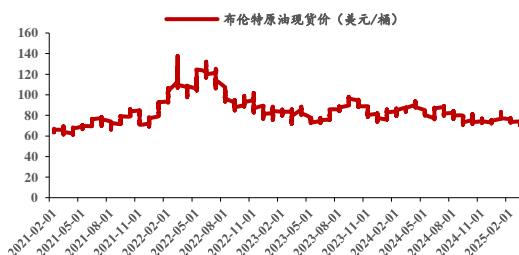
资料来源: Wind, 汇易网, 上海证券研究所

图 23: 豆粕价格跟踪



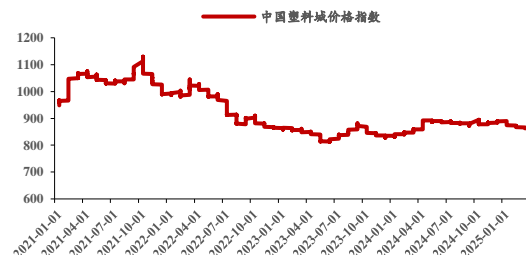
资料来源: Wind, 国家统计局, 上海证券研究所

图 24: 布伦特原油价格跟踪



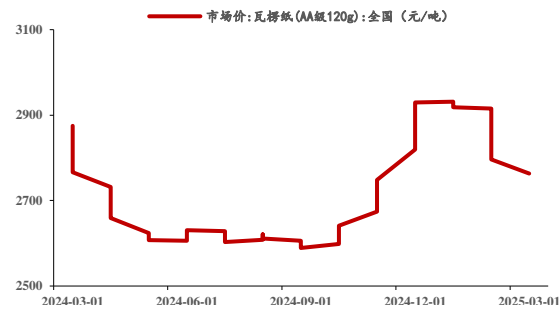
资料来源: Wind, 金联创, 上海证券研究所

图 25: 塑料价格指数跟踪



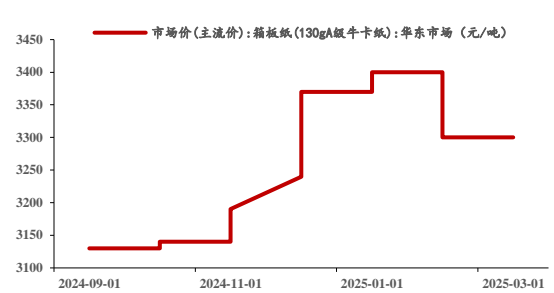
资料来源: Wind, 中塑在线, 上海证券研究所

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

【泸州老窖】关于控股股东以增持专项贷款和自有资金增持公司股份计划的公告：泸州老窖股份有限公司控股股东泸州老窖集团有限责任公司计划自本公告披露之日起的 6 个月内，以增持专项贷款及自有资金通过集中竞价交易的方式增持公司股份，增持金额不低于 15,000 万元，不超过 30,000 万元。本次增持计划不设定价格区间，老窖集团将根据资本市场整体趋势及对公司股票价值的合理判断，逐步实施。

【百龙创园】股东减持股份计划公告：公司于近日收到股东青岛开金及一致行动人嘉兴开金、郭恩元的《减持股份计划告知函》，青岛开金及一致行动人嘉兴开金自本公告披露之日起十五个交易日后的未来三个月内预计所减持股份数量合计将不超过 15,992,700 股，即不超过公司总股本的 4.95%（其中青岛开金 13,569,600 股，占公司总股本的 4.20%，嘉兴开金 2,423,100 股，占公司总股本的 0.75%）。青岛开金和嘉兴开金已在中国证券投资基金业协会完成备案的私募基金，已向中国证券投资基金业协会成功申请了创业投资基金股东的减持政策，其投资期限在 48 个月以上但不满 60 个月，减持比例遵循《上海证券交易所上市公司创业投资基金股东减持股份实施细则（2020 年修订）》的有关规定：通过大宗交易方式减持的在任意连续 30 日内减持股份总数不得超过公司股份总数的 2%。若在减持计划实施期间公司发生送股、资本公积金转增股本、配股等股份变动事项，减持股份数将进行相应调整。

【贝因美】关于子公司投资建设年产 3000 吨营养米粉项目的公告：贝因美股份有限公司于 2025 年 3 月 13 日召开了第九届董事会第七次会议，审议通过了《关于子公司投资建设年产 3000 吨营养米粉项目的议案》，为进一步夯实主业，保持及扩大优势产品的市场占有率，提升可持续发展能力，公司全资子公司宜昌贝因美食品科技有限公司拟投资建设“年产 3000 吨湿法米粉生产线及配套云仓项目”，项目总投资额共计 8000 万元，最终投资金额以项目建设实

际投入为准。

6 行业要闻

1、2024 仁怀市规模白酒工业总产值达千亿元：据今日仁怀公众号，2024 年，仁怀市规模白酒工业总产值达 1157.1 亿元，同比增长 10.69%。同年，仁怀接待游客 1036.47 万人次、增长 8.6%，实现旅游综合收入 128.57 亿元、增长 8.9%。2025 年，仁怀市委、市政府将持续加大企业扶持力度，持续落实助企纾困政策，切实减轻企业负担，着力强化要素保障，服务企业稳产达产。同时，政企携手共同发力，大力培育产区品牌，强化产区产品宣传推介，推动产销精准衔接，助力企业拓展市场。（今日仁怀）

2、汾酒召开营销数智化变革启动会：3 月 10 日，汾酒召开营销数智化变革启动会。汾酒股份公司副总经理、汾酒销售公司总经理张永踊作汾酒营销数智化变革项目动员讲话，他表示，当前汾酒营销数智化变革正处于黄金窗口期，要力争三年实现汾酒营销数智化管理体系在行业内“追赶、超越、领先”的三步跨越，从而支撑“打造汾酒成为全球具有影响力品牌”的战略目标。针对汾酒营销数智化相关工作落实，张永踊提出三点要求，一要建立跨部门协同与组织效能保障机制；二要以考核促进项目落实，以激励促进人才动能的释放；三要引入项目监理机制，确保项目建设推进可控。他强调，要以数据驱动、技术赋能为核心，以部门协同为保障，以考核激励为动力，夯实基础，优化资源配置，提升核心竞争力，全面推进营销数智化变革升级。（酒说）

3、老窖集团拟贷款超 2 亿元增持公司股份：3 月 14 日，泸州老窖发布增持股份计划公告。公告显示，公司控股股东泸州老窖集团有限责任公司计划在公告披露之日起的 6 个月内，通过集中竞价交易的方式增持公司股份，增持金额不低于 1.5 亿元，不超过 3 亿元。中国建设银行泸州分行承诺为泸州老窖集团提供不高于 2.7 亿元且贷款比例不超过增持金额 90%的增持专项贷款，贷款期限不超过 36 个月。（微酒）

4、合肥白酒市场名酒猛攻，徽酒稳守：根据酒业家的调研显示，合肥白酒市场容量在 90 亿以上，徽酒品牌占比近 70%，外来品牌占比逾 30%。具体来看，外来品牌中，茅台、五粮液市场份额均在 10-15 亿，剑南春、洋河、泸州老窖、汾酒等品牌份额则处于 1-5 亿区间；徽酒品牌中，古井贡酒、迎驾贡酒、口子窖“一超二强”占据合肥 60%以上市场份额。全国名酒方面，汾酒、剑南春在合肥攻势最猛。（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。