

名酒节前动销超预期 预制菜新国标推动市场集中

——食品饮料行业研究周报



投资摘要：

每周一谈：名酒节前动销超预期 预制菜新国标推动市场集中

名酒节前动销超预期，整体动销同比仍有压力。根据酒业家调查，今年白酒需求在春节前一月放量，名酒经销商整体动销情况超预期。整体经销渠道反馈出货量下滑幅度在10%-20%，部分经销商业绩同比持平或增长，与近年白酒承压下春节动销节奏偏慢相比有所好转。分区域来看，山东、安徽等地整体下滑幅度约20%，经济情况及饮酒氛围较好的河南、四川及华东等地约下滑10%左右。分品牌看，动销进一步向茅台等名酒集中，飞天、普五等名酒大单品动销热。部分茅台经销商开售3月飞天茅台配额。在春节自饮、礼赠、聚餐等旺盛需求拉动下，高端与大众价格带动销相对平稳，次高端价格带承压加剧，下滑20%左右。批价方面，以茅系产品为首，飞天茅台、青花郎、水晶剑、习酒窖藏1988等多款名白酒流通品批价相较1月初，价格上浮2%到10%不等。从价格带看，100-200元价位与800元以上高端价位成为动销主流，而次高端价格带则显著承压。

wind 数据显示截至2月8日，散瓶/整箱批价周环比分别回升10/80元/瓶至1660/1710元/瓶。我们认为，今年春节前白酒名酒动销情况好转，库存或进一步去化，节后终端补货、经销商进货或仍有好转空间。白酒作为大消费重要子板块配置价值凸显。节前白酒进货动销正在进行中，根据上述调研情况渠道动销好转，节后或可观察聚饮、宴席、礼赠等各消费场景需求变化。预计酒企渠道库存、批价、报表业绩慢于需求改善，后续渠道库存、批价等动销或业绩改善的指标有望催化板块行情。当前股价位置下板块行情或先于基本面企稳回升，建议关注结构性机会，优先从渠道出清、经营改善、场景承接、股息率角度寻找白酒投资标的。

预制菜新国标推动市场集中，关注春节假期带来的餐饮供应链等传统消费品类底部改善机会。今年春节较往年更晚、假期更长，渠道备货时间充足、假期消费时长更长，大众品中节庆相关的餐饮供应链、休闲食品、乳品等或较同期有更好的渠道出货和动销。根据每日经济新闻消息，2月6日，国家卫生健康委发布《食品安全国家标准预制菜》(征求意见稿)，面向社会公开征求意见。《征求意见稿》明确中央厨房制作的菜肴、主食类食品等不算预制菜，同时规定预制菜不得使用防腐剂、保质期不应超一年等。预制菜行业新国标，或规范行业发展，保护消费者知情权和选择权，推动行业规范化发展，加速行业集中，有利于速冻板块龙头公司市场集中度提升。大众品板块建议关注成长品类和基本面拐点品类，调味品、速冻等餐饮供应链等有望受益于宏观经济指标回升、餐饮场景消费提升，成长品类中零食等或迎来春节备货催化。传统消费品类有望迎来基本面拐点和政策催化的双重利好。建议关注传统消费类品的改善拐点和估值性价比，重点关注餐饮供应链、乳业等修复回升机会。另外，大众品企业经营层面品类创新、新渠道进入成为核心增长举措，为消费品企业贡献业绩成长增量。建议关注休闲食品、软饮料、代糖、啤酒等具有新消费属性的大众品板块。

投资策略：

1、建议从渠道出清、经营改善、场景承接、分红率提升角度寻找白酒投资标的。建议关注确定性强的高端白酒贵州茅台、五粮液，势能较好的山西汾酒，竞争格局利好的今世缘，区域势能及空间较大的古井贡酒、迎驾贡酒，有望受益经济复苏预期的次高端酒舍得酒业、酒鬼酒等。2、建议关注休闲食品、啤酒、软饮料、代糖等具有新消费属性的大众品板块，关注盐津铺子、有友食品、

评级

增持(维持)

2026年02月10日

王伟

分析师

SAC 执业证书编号：S1660524100001

行业基本资料

| | |
|---------|------|
| 股票家数 | 124 |
| 行业平均市盈率 | 21.6 |
| 市场平均市盈率 | 14.2 |

行业表现走势图



资料来源：申港证券研究所

相关报告

- 1、《食品饮料行业研究周报：白酒名酒大单品批价有所回升 关注传统消费品类或底部改善机会》2026-01-29
- 2、《食品饮料行业研究周报：CPI连续三月同比涨幅扩大 传统消费品类或底部改善》2026-01-14
- 3、《食品饮料行业研究周报：商务部对欧盟进口乳制品启动反补贴调查》2025-12-31

东鹏饮料、百龙创园、燕京啤酒、乐惠国际、会稽山、欢乐家等，3、建议关注餐饮供应链、乳业等修复回升机会，关注安井食品、伊利股份、千味央厨、立高食品、海天味业、安琪酵母等。

风险提示

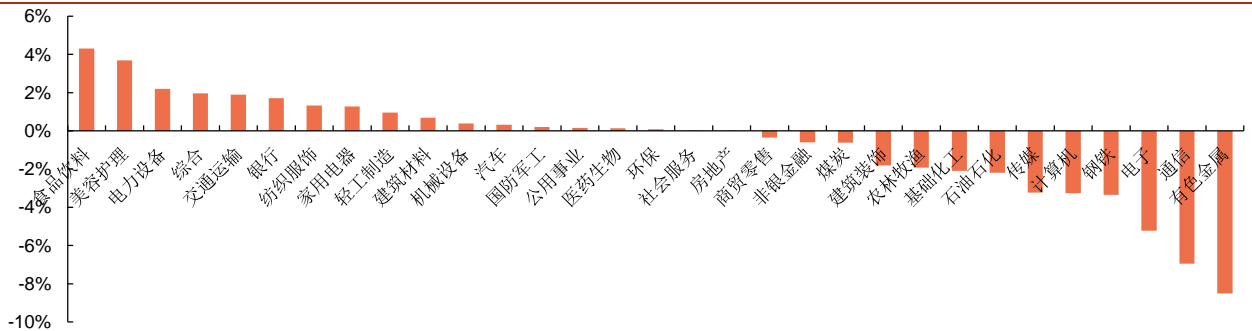
需求持续不振、食品质量及食品安全、市场竞争加剧、原材料价格变动等。

1. 市场回顾

上周（2.2-2.6）食品饮料指数上涨 4.31%，在申万 31 个行业中排名第 1，跑赢沪深 300 指数 5.65%。

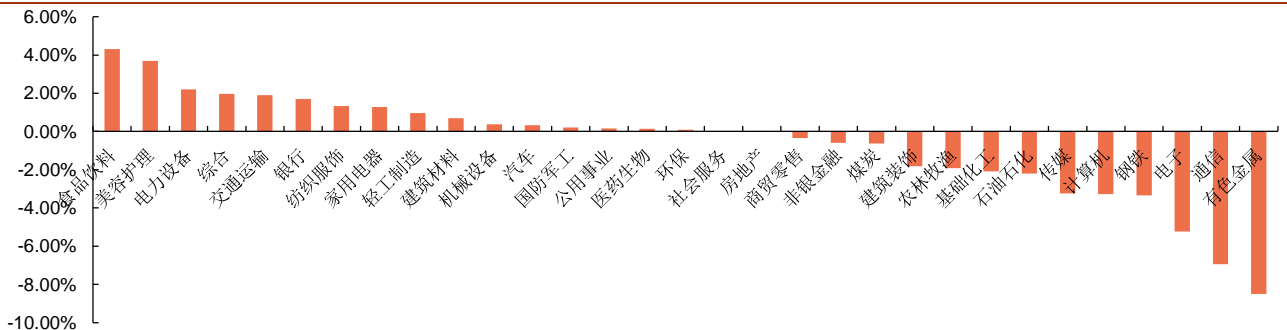
本月（2.1-2.6）食品饮料指数上涨 4.31%，在申万 31 个行业中排名第 1，跑赢沪深 300 指数 5.65%。

图1：申万一级行业上周涨跌幅



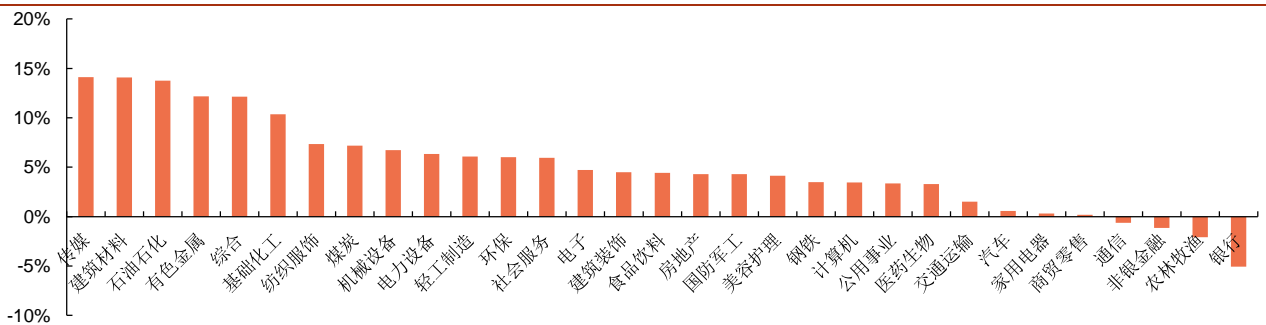
资料来源：wind，申港证券研究所

图2：申万一级行业本月以来涨跌幅



资料来源：wind，申港证券研究所

图3：申万一级行业年初至今涨跌幅

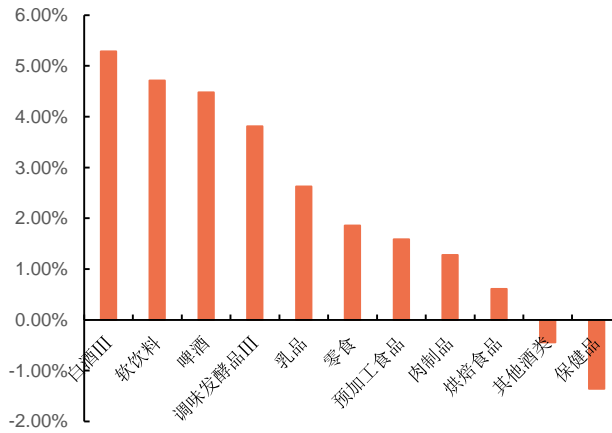


资料来源：wind，申港证券研究所

上周（2.2-2.6）食品饮料各子行业中白酒Ⅲ、软饮料、啤酒、调味发酵品Ⅲ、乳

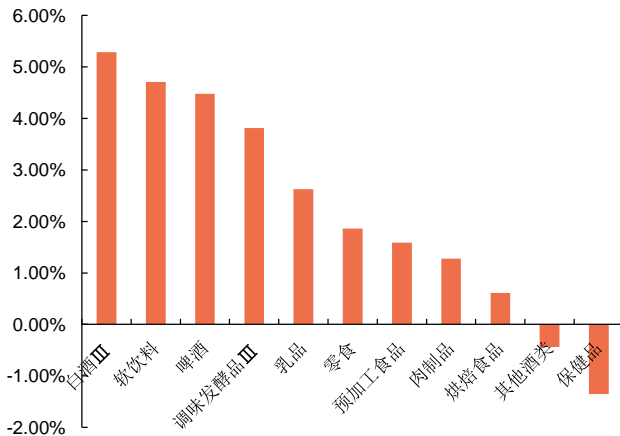
品涨跌幅表现相对靠前，相对沪深 300 指数涨跌幅为 6.62%、6.04%、5.81%、5.15%、3.96%。

图4：食品饮料子行业上周涨跌幅



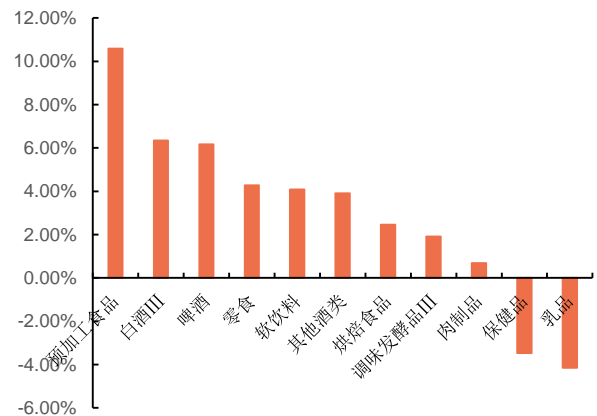
资料来源：wind，申港证券研究所

图5：食品饮料子行业本月涨跌幅



资料来源：wind，申港证券研究所

图6：食品饮料子行业年初至今涨跌幅



资料来源：wind，申港证券研究所

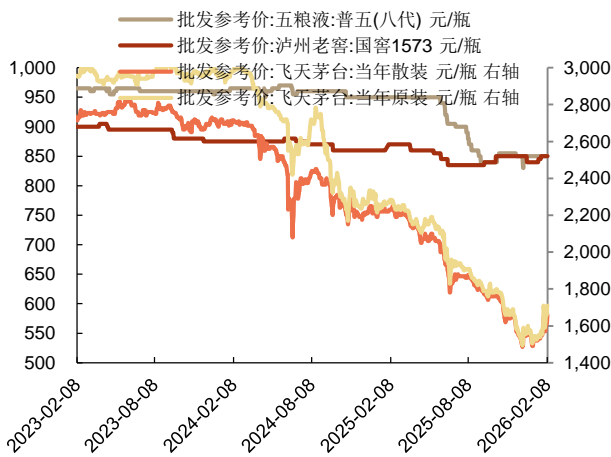
2. 每周一谈：名酒节前动销超预期 预制菜新国标推动市场集中

名酒节前动销超预期，整体动销同比仍有压力。根据酒业家调查，今年白酒需求在春节前一月放量，名酒经销商整体动销情况超预期。整体经销渠道反馈出货量下滑幅度在 10%-20%，部分经销商业绩同比持平或增长，与近年白酒承压下春节动销节奏偏慢相比有所好转。分区域来看，山东、安徽等地整体下滑幅度约 20%，经济情况及饮酒氛围较好的河南、四川及华东等地约下滑 10%左右。分品牌看，动销进一步向茅台等名酒集中，飞天、普五等名酒大单品动销热。部分茅台经销商开售 3 月飞天茅台配额。在春节自饮、礼赠、聚餐等旺盛需求拉动下，高端与大众价格带动销相对平稳，次高端价格带承压加剧，下滑 20%左右。批价方面，以茅系产品为首，

飞天茅台、青花郎、水晶剑、习酒窖藏1988等多款名白酒流通品批价相较1月初，价格上浮2%到10%不等。从价格带看，100-200元价位与800元以上高端价位成为动销主流，而次高端价格带则显著承压。

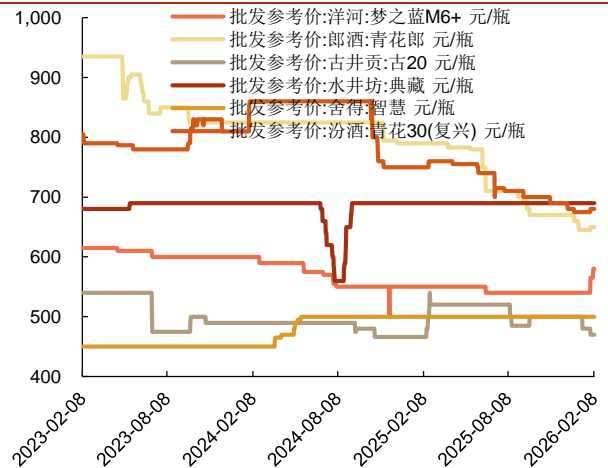
wind 数据显示截至2月8日，散瓶/整箱批价周环比分别回升10/80元/瓶至1660/1710元/瓶。我们认为，今年春节前白酒名酒动销情况好转，库存或进一步去化，节后终端补货、经销商进货或仍有好转空间。白酒作为大消费重要子板块配置价值凸显。节前白酒进货动销正在进行中，根据上述调研情况渠道动销好转，节后或可观察聚饮、宴席、礼赠等各消费场景需求变化。预计酒企渠道库存、批价、报表业绩慢于需求改善，后续渠道库存、批价等动销或业绩改善的指标有望催化板块行情。当前股价位置下板块行情或先于基本面企稳回升，建议关注结构性机会，优先从渠道出清、经营改善、场景承接、股息率角度寻找白酒投资标的。

图7：高端酒批发参考价



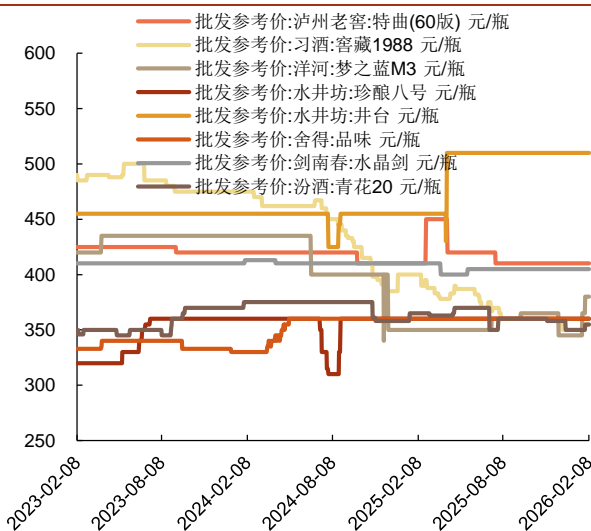
资料来源: wind, 申港证券研究所

图8：次高端升级价位产品批发参考价



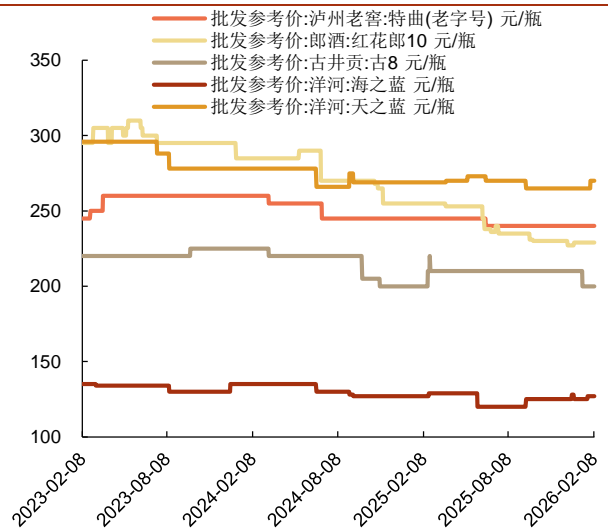
资料来源: wind, 申港证券研究所

图9：次高端产品批发价



资料来源: wind, 申港证券研究所

图10：中档价位产品批发价



资料来源: wind, 申港证券研究所

预制菜新国标推动市场集中，关注春节假期带来的餐饮供应链等传统消费品类底部改善机会。今年春节较往年更晚、假期更长，渠道备货时间充足、假期消费时长更长，大众品中节庆相关的餐饮供应链、休闲食品、乳品等或较同期有更好的渠道出货和动销。根据每日经济新闻消息，2月6日，国家卫生健康委发布《食品安全国家标准预制菜》（征求意见稿），面向社会公开征求意见。《意见稿》明确中央厨房制作的菜肴、主食类食品等不算预制菜，同时规定预制菜不得使用防腐剂、保质期不应超一年等。预制菜行业新国标，或规范行业发展，保护消费者知情权和选择权，推动行业规范化发展，加速行业集中，有利于速冻板块龙头公司市场集中度提升。大众品板块建议关注成长品类和基本面拐点品类，调味品、速冻等餐饮供应链等有望受益于宏观经济指标回升、餐饮场景消费提升，成长品类中零食等或迎来春节备货催化。传统消费品类有望迎来基本面拐点和政策催化的双重利好。建议关注传统消费类品类的改善拐点和估值性价比，重点关注餐饮供应链、乳业等修复回升机会。另外，大众品企业经营层面品类创新、新渠道进入成为核心增长举措，为消费品企业贡献业绩成长增量。建议关注休闲食品、软饮料、代糖、啤酒等具有新消费属性的大众品板块。

投资策略：

1、建议从渠道出清、经营改善、场景承接、分红率提升角度寻找白酒投资标的。建议关注确定性强的高端白酒贵州茅台、五粮液，势能较好的山西汾酒，竞争格局利好的今世缘，区域势能及空间较大的古井贡酒、迎驾贡酒，有望受益经济复苏预期的次高端酒舍得酒业、酒鬼酒等。2、建议关注休闲食品、啤酒、软饮料、代糖等具有新消费属性的大众品板块，关注盐津铺子、有友食品、东鹏饮料、百龙创园、燕京啤酒、乐惠国际、会稽山、欢乐家等，3、建议关注餐饮供应链、乳业等修复回升机会，关注安井食品、伊利股份、千味央厨、立高食品、海天味业、安琪酵母等。

3. 行业动态

部分茅台经销商3月首批飞天配额售罄

市场反馈，部分茅台经销商自愿申报的3月首批飞天茅台配额已售罄，该批次货源以1×4规格（一箱四瓶装）为主，目前第二批追加配额已申报。此前受春节旺季消费需求提振，茅台多个区域货源偏紧，部分茅台经销商开售3月飞天茅台配额。

价格方面，飞天茅台经过多日持续上涨后，目前批价在1600元以上。春节假期将至，市场普遍认为茅台节前批价已经趋于稳定。（来源：微酒）

枝江酒业2025年电商销售增长89.33%

据湖北枝江酒业2月5日消息，2025年公司“稳的态势巩固延续”，“进的步伐坚实有力”。其中，电商销售实现89.33%的高增长，成为公司重要的增长引擎，直营渠道迅猛发力，中高端产品占比显著提升。（来源：微酒）

宋书玉：鼓励企业研发小规格、低度化、多元化产品

2月4日，美团闪购生鲜食品总经理周南一行到访中国酒业协会，双方举行了座谈交流。周南表示，美团闪购酒饮业务合作线下门店超10万家，平台用户年轻化、中高消费力特征显著，覆盖了家庭、餐饮、休闲、商务等多元场景。目前，酒饮是美团闪购核心品类之一，白酒、精酿啤酒、潮饮等品类均保持强劲增长，平台也在积极拓展低度酒、小容量酒品等年轻化、多元化产品。（来源：微酒）

国窖1573（四喜盈樽）新品上市

2月3日泸州老窖官微显示，国窖1573（四喜盈樽）新品上市。据悉，国窖53经典装·四喜盈樽礼盒为52%vol 500ml*4（内含酒具），京东官方旗舰店年货节特惠价为3800元/盒，详情以官方价格为准。（来源：微酒）

京东超市发布25年度浓香白酒成交额TOP榜

2月3日消息，近日，京东超市发布2025年度浓香白酒成交额TOP榜，五粮液位居榜首，随后依次为泸州老窖、洋河、剑南春、古井贡酒、水井坊、舍得、牛栏山、小糊涂仙、伊力特。（来源：微酒）

茅台1月累计4.51亿元回购股份

2月3日，贵州茅台发布公告表示，2026年1月，公司累计回购股份329,794股，占公司总股本的比例为0.0263%，购买的最高价为1,418.37元/股、最低价为1,322.60元/股，支付的金额为450,946,692.58元。截至2026年1月底，公司已累计回购股份416,853股，占公司总股本的比例为0.0333%，购买的最高价为1,418.37元/股、最低价为1,322.60元/股，已支付的总金额为571,049,685.67元（不含交易费用）。（来源：微酒）

人头马君度第三季度重返增长

法国时间1月29日，法国人头马君度集团发布2025-2026财年第三季度（2025年10月至12月）销售报告。报告显示，人头马君度集团第三季度实现销售收入2.458亿欧元（约合人民币：20.45亿元），同比下滑3.3%，但剔除汇率及并购等影响的有机销售额则同比增长2.8%。（来源：微酒）

保乐力加推出辛辣伏特加

近日，保乐力加旗下的绝对伏特加与辣椒酱品牌Tabasco合作，推出一款辛辣伏特加Absolut Tabasco。据介绍，这款产品将于2月起在美国和英国等主要市场推出。这两家公司表示，该产品旨在提供调酒时可控的温热效果，同时保留血腥玛丽鸡尾酒和辣味柠檬水等鸡尾酒应用所需的中性风味。（来源：微酒）

美团收购叮咚买菜

2月5日，美团宣布以7.17亿美元初始对价收购叮咚买菜中国业务全部股权。叮咚买菜旗下超过1000个前置仓、超700万月度购买用户及85%生鲜源头直采的供应链体系将并入美团即时零售网络。此次收购被视为美团巩固其即时零售护城河的防御性战略，旨在防止竞争对手获取叮咚买菜的成熟基础设施，并将行业竞争焦点从流量争夺转向供应链与履约效率的深度比拼。（来源：食业家）

锅圈食汇引入宋河酒业

2月4日，锅圈食品（02517.HK）发布公告，与宋河酒业股份有限公司及其附属公司订立采购框架协议，计划在旗下全国门店体系内引入并销售宋河酒业产品，这标志着锅圈“餐+饮”生态扩展的重要一步正式启动。锅圈加码“酒饮到家”，并非简单增加SKU，而是通过引入高质量品类，驱动集团与门店盈利能力的同步提升。同时，这也标志着其核心的“社区央厨”战略，正从解决吃饭问题，向构建完整家庭餐桌体验纵深演进。（来源：食业家）

东鹏饮料港股上市

2月3日，东鹏饮料正式在香港联交所主板挂牌交易，成为国内首家“A+H”上市的功能饮料企业。此次发行价为248港元，开盘总市值约1100亿港元。公司2025年业绩预告显示，全年营收有望突破207.6亿元，净利润预计达43.4亿至45.9亿元。港股上市将为其全球化布局提供资本助力，目前产品已出口超30个国家和地区，印尼、越南等海外子公司已投入运营。（来源：食业家）

4. 风险提示

需求持续不振、食品质量及食品安全、市场竞争加剧、原材料价格变动等。

分析师承诺

负责本研究报告全部或部分内容的每一位证券分析师，在此申明，本报告的观点、逻辑和论据均为分析师本人独立研究成果，引用的相关信息和文字均已注明出处，不受任何第三方的影响和授意。本报告依据公开的信息来源，力求清晰、准确地反映分析师本人的研究观点。本人薪酬的任何部分过去不曾与、现在不与、未来也将不会与本报告中的具体推荐或观点直接或间接相关。

风险提示

本证券研究报告所载的信息、观点、结论等内容仅供投资者决策参考。在任何情况下，本公司证券研究报告均不构成对任何机构和个人的投资建议，任何形式的分享证券投资收益或者分担证券投资损失的书面或口头承诺均为无效。市场有风险，投资者在决定投资前，务必要审慎。投资者应自主作出投资决策，自行承担投资风险。

免责声明

申港证券股份有限公司（简称“本公司”）是具有合法证券投资咨询业务资格的机构。

本报告所载资料的来源被认为是可靠的，但本公司不保证其准确性和完整性，也不保证所包含的信息和建议不会发生任何变更。

申港证券研究所已力求报告内容的客观、公正，但报告中的观点、结论和建议仅供参考，不构成所述证券的买卖出价或征价，不构成其他投资标的的要约和邀请，亦不构成任何合约或承诺的基础。投资者不应单纯依靠本报告而取代自身独立判断，应自主作出投资决策并自行承担投资风险，投资者据此做出的任何投资决策与本公司和作者无关。本公司并不对使用本报告所包含的材料产生的任何直接或间接损失或与此相关的其他任何损失承担任何责任。

本报告所载资料、意见及推测仅反映申港证券研究所于发布本报告当日的判断，本报告所指证券或投资标的的价格、价值及投资收入可能会产生波动，在不同时期，申港证券研究所可能会对相关的分析意见及推测做出更改。本公司及其所属关联机构可能会持有报告中提到的公司所发行的证券头寸并进行交易，也可能为这些公司提供或者争取提供投资银行、财务顾问或者金融产品等相关服务。

本报告仅面向申港证券客户中的专业投资者及风险承受能力为 C3、C4、C5 的普通投资者，本公司不会因接收人收到本报告而视其为当然客户。本报告版权归本公司所有，未经事先许可，任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制和发布。如转载或引用，需注明出处为申港证券研究所，且不得对本报告进行有悖原意的引用、删节和修改，否则由此造成的一切不良后果及法律责任由私自翻版、复制、发布、转载和引用者承担。

投资评级说明

申港证券行业评级说明：增持、中性、减持

| | |
|----|---------------------------------------|
| 增持 | 报告日后的 6 个月内，相对强于市场基准指数收益率 5% 以上 |
| 中性 | 报告日后的 6 个月内，相对于市场基准指数收益率介于 -5%~+5% 之间 |
| 减持 | 报告日后的 6 个月内，相对弱于市场基准指数收益率 5% 以上 |

（基准指数说明：A 股市场基准为沪深 300 指数；香港市场基准为恒生指数；美国市场基准为标普 500 指数或纳斯达克指数。）

申港证券公司评级说明：买入、增持、中性、减持

| | |
|----|---------------------------------------|
| 买入 | 报告日后的 6 个月内，相对强于市场基准指数收益率 15% 以上 |
| 增持 | 报告日后的 6 个月内，相对强于市场基准指数收益率 5%~15% 之间 |
| 中性 | 报告日后的 6 个月内，相对于市场基准指数收益率介于 -5%~+5% 之间 |
| 减持 | 报告日后的 6 个月内，相对弱于市场基准指数收益率 5% 以上 |

（基准指数说明：A 股市场基准为沪深 300 指数；香港市场基准为恒生指数；美国市场基准为标普 500 指数或纳斯达克指数。）