

食品饮料

报告日期：2026年03月09日

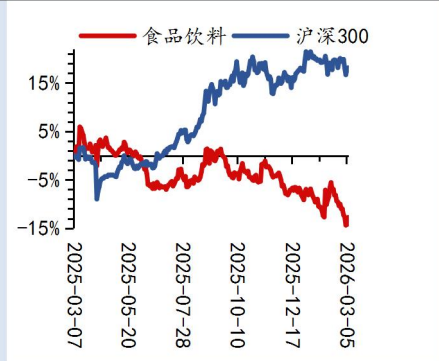
## 2026年政府工作报告强化推动消费持续增长，板块迎来政策利好

### ——食品饮料行业双周报

#### 华龙证券研究所

投资评级：推荐（维持）

#### 最近一年走势



分析师：王芳

执业证书编号：S0230520050001

邮箱：wangf@hlzq.com

#### 相关阅读

《茅台发布《市场化运营方案》，大众品关注细分板块龙头——食品饮料行业观点更新报告》2026.01.22

《低位蓄能，向新破局——食品饮料行业2026年度投资策略报告》2025.12.28

《白酒筑底，关注餐饮链复苏——食品饮料行业周报》2025.12.02

#### 摘要：

➤ 2026年2月23日-3月6日，申万食品饮料指数涨跌幅为-3.77%，在申万一级行业中排名第28位，跑输上证指数(+1.03%)4.80pct，子行业中SW熟食(+7.69%)、SW啤酒(+3.32%)、SW预加工食品(+2.51%)涨幅居前，SW软饮料(-7.38%)跌幅居前。2026年3月5日，第十四届全国人民代表大会第四次会议发布《政府工作报告》中提到2026年政府工作任务之一，着力建设强大国内市场。坚持内需主导，统筹促消费和扩投资，拓展内需增长新空间，更好发挥我国超大规模市场优势。深入实施提振消费专项行动。激发居民消费内生动力和促消费政策并举，推动消费持续增长。制定实施城乡居民增收计划，在促进低收入群体增收、增加居民财产性收入、完善薪酬和社保制度等方面推出一批务实举措。促进商品消费扩容升级，安排超长期特别国债2500亿元支持消费品以旧换新，优化政策实施机制。设立1000亿元财政金融协同促内需专项资金，组合运用贷款贴息、融资担保、风险补偿等方式，支持扩大内需。扩大个人消费贷款和服务业经营主体贷款贴息政策支持领域，提高贴息上限，延长实施期限。实施好一次性信用修复政策。实施服务消费提质惠民行动，打造一批带动面广、显示度高的消费新场景，加快培育消费新增长点。活跃线下消费，激发下沉市场消费活力。清理消费领域不合理限制措施，释放文旅、赛事、康养等领域消费潜力。支持有条件的地方推广中小学春秋假，落实职工带薪错峰休假制度。加强消费者权益保护。优化入境消费环境，打造“购在中国”品牌。中国证监会主席吴清表示，近期即将推出深化创业板改革方案，突出创业板功能定位，拓展制度包容性和覆盖面，增设一套更加精准、更加包容的上市标准，支持新产业、新业态、新技术企业的发展，支持新型消费、现代服务业等优质创新创业企业在创业板发行上市。根据国家统计局数据，2月份居民消费价格指数同比上涨1.3%，环比上涨1.0%，主要是受春节假期较长消费需求集中释放影响。我们认为当前消费板块估值已处于历史较低位置，已充分反映市场较低预期，后续伴随更多促消费的政策落地，板块有望迎来估值修复，建议关注成长性较好，估值较低的板块龙头，我们维持行业“推荐”评级。

➤ 白酒：3月2日，贵州茅台酒销售有限公司2026年春季市场工作会在茅台会议中心召开。会上，茅台集团党委书记、董事长陈华强调，2026年是“十五五”规划开局之年，明确将“以消费者为

中心、推进市场化转型”作为茅台酒市场营销工作的首要任务。这一系列市场化改革措施的目的，是让消费者能够公平、便捷、保真地买到茅台酒。据今世缘酒业消息，近年来，今世缘市场版图持续扩容：省内市场精耕细作，全区域、全品系稳步增长，市占率持续提升；省外市场聚焦环江苏、长三角板块，在山东、安徽、浙江等重点区域发力，亿元省级、千万元地级市场不断扩容，省外超千万地级板块已达40个。根据酒业家调研结果显示，2026年春节白酒动销超预期，库存持续出清，白酒行业库存状况有所改善。我们认为整个白酒行业仍处于库存去化的深度调整期，行业集中度提升，行业调整仍需要持续一段时间，估值的修复预计先于基本面的修复，中长期建议关注一是稳健的高端白酒贵州茅台、泸州老窖、五粮液；二是具备韧性的区域龙头山西汾酒、古井贡酒、金徽酒。

- **大众品：**燕京啤酒发布2025年度业绩预告，报告期内，燕京啤酒实现归母净利润15.84亿元-17.42亿元，同比增长50%-65%；扣非后净利润14.57亿元-15.61亿元，同比增长40%-50%。公司坚定推进大单品战略，围绕产品力、品牌力、渠道力积极探索创新路径，深化卓越管理体系建设，推行品牌年轻化、时尚化、高端化建设，实施梯度化市场开发策略，燕京U8继续保持稳健增长态势。珠江啤酒发布2025年度业绩快报，报告期内，公司产品结构优化升级，市场开拓稳中有进，渠道建设创新发力，品牌声誉持续放大，管理效能不断提升，持续推动企业高质量发展走深走实。2025年，公司实现啤酒销量146.24万吨，同比增长1.58%；实现营业总收入58.78亿元，同比增长2.56%；利润总额、归属于上市公司股东的净利润、扣除非经常性损益后的归属上市公司股东的净利润分别为10.57亿元、9.03亿元和8.32亿元，分别同比增长10.98%、11.42%和9.25%，基本每股收益同比增长10.81%。大众品建议关注一是受益于出行超预期的餐饮供应链，二是渠道红利和品类红利共振的零食，三是原奶周期和肉牛周期有望迎来共振的乳品板块，关注个股：安井食品、盐津铺子、西麦食品、海天味业、燕京啤酒、伊利股份、新乳业。
- **风险提示：**食品安全风险；消费复苏不及预期；成本上行；业绩增速不及预期；行业竞争加剧；宏观经济政策出台和落地不及预期的风险；第三方数据统计偏差风险。

**表：重点关注公司及盈利预测**

股票代码	股票简称	2026/03/06	EPS (元)				PE				投资评级
		股价 (元)	2024A	2025E	2026E	2027E	2024A	2025E	2026E	2027E	
600519.SH	贵州茅台	1,402.00	68.64	74.38	80.86	88.39	22.2	18.8	17.3	15.9	增持
600809.SH	山西汾酒	160.71	10.04	10.00	10.60	11.57	18.4	16.1	15.2	13.9	未评级
000568.SZ	泸州老窖	105.98	9.18	8.09	8.38	9.10	13.7	13.1	12.6	11.6	未评级
000596.SZ	古井贡酒	113.98	10.44	8.61	9.19	10.32	16.6	13.2	12.4	11.0	未评级
002847.SZ	盐津铺子	62.06	2.36	2.97	3.61	4.31	26.7	20.9	17.2	14.4	未评级
000858.SZ	五粮液	102.40	8.21	6.74	6.92	7.38	17.1	15.2	14.8	13.9	未评级
603288.SH	海天味业	37.02	1.14	1.26	1.40	1.57	40.2	29.4	26.4	23.6	增持
002956.SZ	西麦食品	27.14	0.60	0.79	1.05	1.31	27.9	34.4	25.8	20.7	未评级
603345.SH	安井食品	92.13	5.08	4.29	4.79	5.29	16.1	21.7	19.5	17.6	未评级
600887.SH	伊利股份	26.21	1.33	1.77	1.92	2.07	22.7	14.8	13.7	12.7	未评级
603919.SH	金徽酒	19.99	0.77	0.74	0.80	0.90	25.6	27.1	24.8	22.2	未评级
000729.SZ	燕京啤酒	13.06	0.38	0.56	0.66	0.73	32.1	23.3	19.8	17.9	增持
002946.SZ	新乳业	19.90	0.62	0.82	0.98	1.13	23.2	24.2	20.4	17.6	未评级

数据来源：iFinD，华龙证券研究所（贵州茅台、海天味业、燕京啤酒盈利预测来源于华龙证券研究所，其他数据来源于 iFinD 一致预期）。

## 内容目录

1 市场行情 .....	1
2 主要价格波动 .....	2
3 行业要闻 .....	4
4 重点上市公司公告 .....	6
5 行业观点 .....	7
6 风险提示 .....	9

## 图目录

图 1: 申万一级行业涨跌幅一览 (%) .....	1
图 2: 食饮各子板块涨跌幅度一览 (%) .....	1
图 3: 食饮股票涨幅前五 (%) .....	1
图 4: 食饮股票涨幅后五 (%) .....	1
图 5: 飞天茅台批价 (元) .....	2
图 6: 普五 (八代) 和国窖 1573 批价 (元) .....	2
图 7: 生鲜乳均价 (元/公斤) .....	3
图 8: 大麦进口均价 (美元/吨) .....	3
图 9: 白糖 (一级) 经销价 (元/吨) .....	3
图 10: 大豆 (黄豆) 价格 (元/吨) .....	3
图 11: 包材 (瓦楞纸) 出厂价 (元/吨) .....	3
图 12: 包材 (聚酯瓶片) 现货价 (元/吨) .....	3

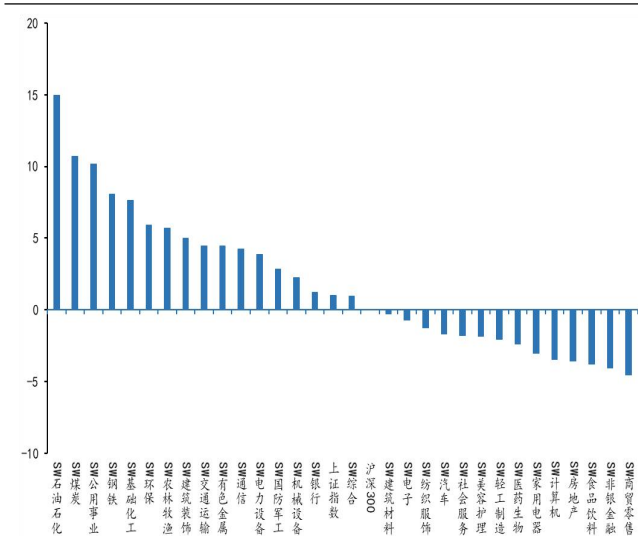
## 表目录

表 1: 重点关注公司及盈利预测 .....	9
------------------------	---

## 1 市场行情

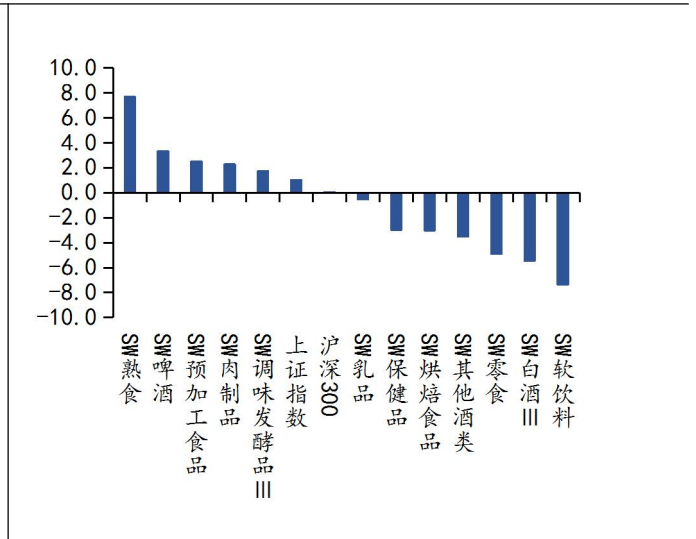
2026年02月23日-03月06日，申万食品饮料指数涨跌幅为-3.77%，在申万一级行业中排名第28位，申万31个行业涨跌幅排名前三的行业分别为石油石化(+14.96%)、煤炭(+10.72%)和公用事业(+10.17%)。全部子行业涨跌幅分别为，熟食(+7.69%)、啤酒(+3.32%)、预加工食品(+2.51%)、肉制品(+2.27%)、调味品(+1.72%)、乳品(-0.54%)、保健品(-2.97%)、烘焙食品(-3.03%)、其他酒类(-3.53%)、零食(-4.90%)、白酒(-5.46%)、软饮料(-7.38%)，同期上证指数涨跌幅为+1.03%，沪深300涨跌幅为+0.001%。个股方面，紫燕食品(+20.30%)、三全食品(+9.95%)、新乳业(+7.57%)涨幅居前；古井贡酒(-11.72%)跌幅居前。

图1：申万一级行业涨跌幅一览(%)



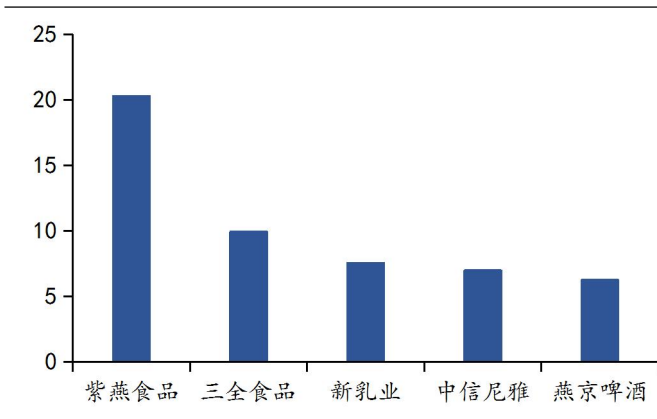
数据来源：Wind，华龙证券研究所

图2：食饮各子板块涨跌幅度一览(%)



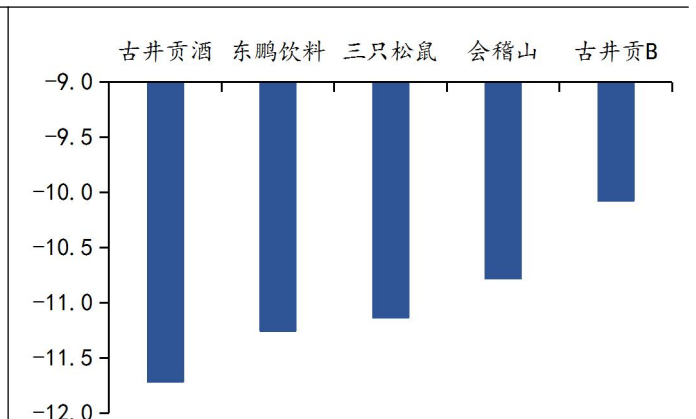
数据来源：Wind，华龙证券研究所

图3：食饮股票涨幅前五(%)



数据来源：Wind，华龙证券研究所

图4：食饮股票涨幅后五(%)



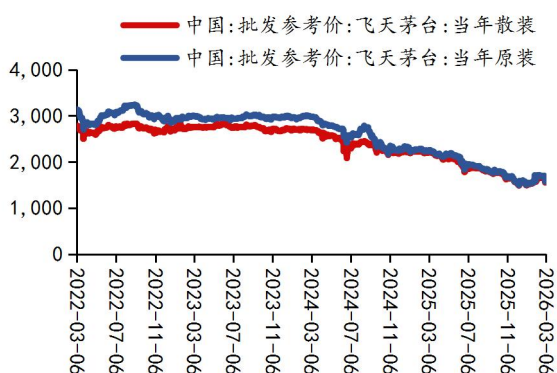
数据来源：Wind，华龙证券研究所

## 2 主要价格波动

### 2.1 白酒批价

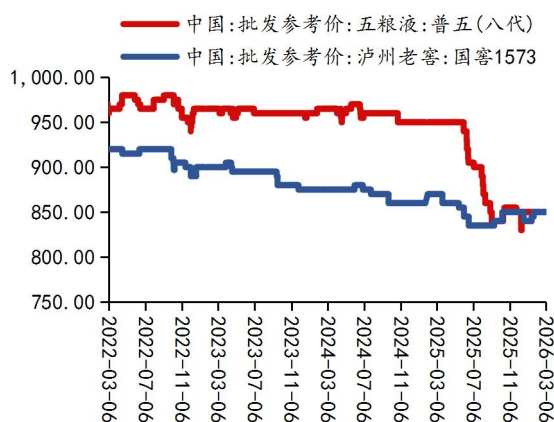
2026年02月23日-03月06日，飞天茅台（散瓶）批价从1650元/瓶下跌100元/瓶至1550元/瓶（2026年3月4日价格），2026年3月5日批价回升，2026年3月6日批价为1580元/瓶；飞天茅台（原装）批价从1700元/瓶下跌130元/瓶至1570元/瓶（2026年3月4日价格），2026年3月5日起批价回升，截至2026年3月6日，批价为1600元/瓶。普五（八代）52度批价维持850元/瓶，国窖1573批价维持850元/瓶。

图 5：飞天茅台批价（元）



数据来源：Wind，华龙证券研究所

图 6：普五（八代）和国窖1573批价（元）

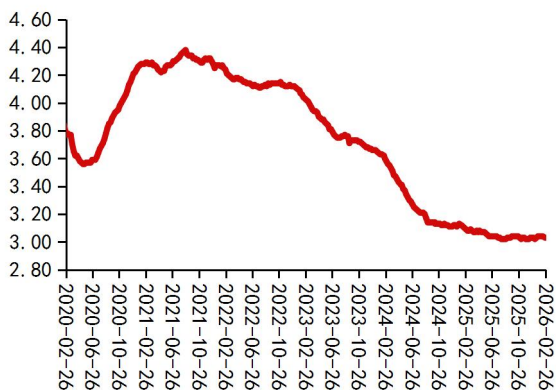


数据来源：Wind，华龙证券研究所

### 2.2 主要成本价格变动

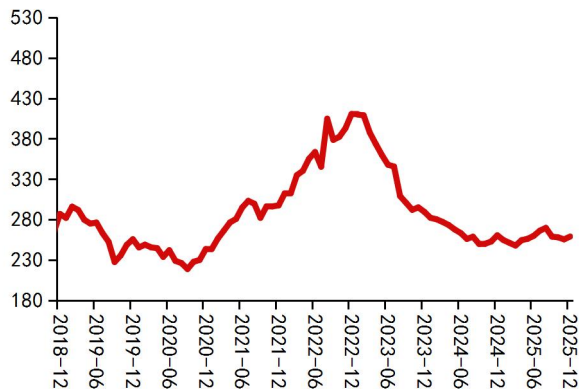
生鲜乳价格在低位震荡，截至2026年2月26日，生鲜乳价格为3.03元/公斤，同比下降1.90%，降幅收窄；2025年12月，大麦进口平均单价为258.88美元/吨，同比下降0.58%；2026年3月6日，白糖（一级）经销价为5360元/吨，同比下滑13.77%；2026年2月28日，大豆价格为4,313.20元/吨，同比提升6.44%；2026年3月6日，包材瓦楞纸出厂平均价3460元/吨，同比提升4.53%；2026年3月6日，包材聚酯瓶片现货价为7030元/吨，同比提升15.25%。

图 7: 生鲜乳平均价 (元/公斤)



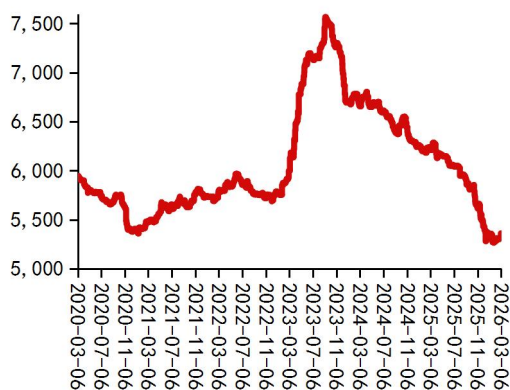
数据来源: Wind, 华龙证券研究所

图 8: 大麦进口均价 (美元/吨)



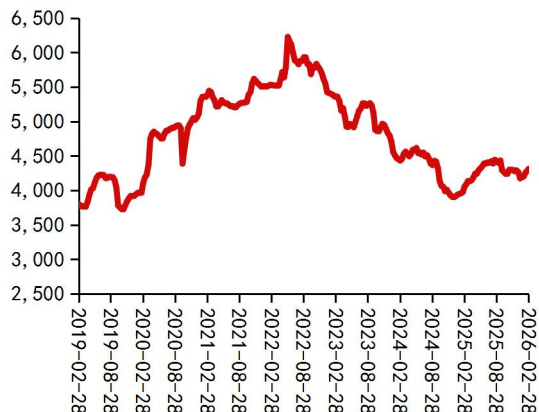
数据来源: Wind, 华龙证券研究所

图 9: 白糖 (一级) 经销价 (元/吨)



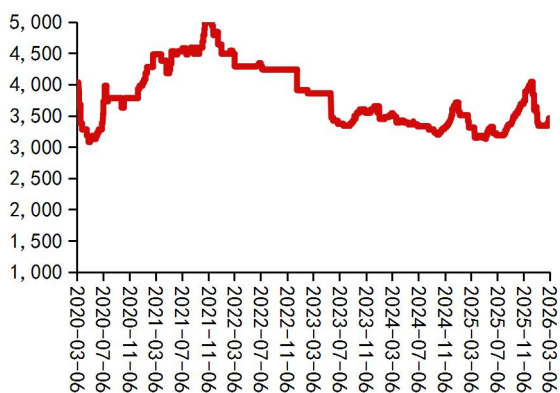
数据来源: Wind, 华龙证券研究所

图 10: 大豆 (黄豆) 价格 (元/吨)



数据来源: Wind, 华龙证券研究所

图 11: 包材 (瓦楞纸) 出厂价 (元/吨)



数据来源: Wind, 华龙证券研究所

图 12: 包材 (聚酯瓶片) 现货价 (元/吨)



数据来源: Wind, 华龙证券研究所

### 3 行业要闻

#### 【2026年3月5日，全国人民代表大会政府工作报告发布，着力建设强大国内市场】

2026年3月5日，第十四届全国人民代表大会第四次会议发布的《政府工作报告》中提到2026年政府工作任务之一，着力建设强大国内市场。坚持内需主导，统筹促消费和扩投资，拓展内需增长新空间，更好发挥我国超大规模市场优势。深入实施提振消费专项行动。激发居民消费内生动力和促消费政策并举，推动消费持续增长。制定实施城乡居民增收计划，在促进低收入群体增收、增加居民财产性收入、完善薪酬和社保制度等方面推出一批务实举措。促进商品消费扩容升级，安排超长期特别国债2500亿元支持消费品以旧换新，优化政策实施机制。设立1000亿元财政金融协同促内需专项资金，组合运用贷款贴息、融资担保、风险补偿等方式，支持扩大内需。扩大个人消费贷款和服务业经营主体贷款贴息政策支持领域，提高贴息上限，延长实施期限。实施好一次性信用修复政策。实施服务消费提质惠民行动，打造一批带动面广、显示度高的消费新场景，加快培育消费新增长点。活跃线下消费，激发下沉市场消费活力。清理消费领域不合理限制措施，释放文旅、赛事、康养等领域消费潜力。支持有条件的地方推广中小学春秋假，落实职工带薪错峰休假制度。加强消费者权益保护。优化入境消费环境，打造“购在中国”品牌。（来源：甘肃省发展与改革委员会官网）

#### 【吴清：近期将推出深化创业板改革方案】

中国证券监督管理委员会主席吴清表示，近期即将推出深化创业板改革方案，突出创业板功能定位，拓展制度包容性和覆盖面，增设一套更加精准、更加包容的上市标准，支持新产业、新业态、新技术企业的发展，支持新型消费、现代服务业等优质创新创业企业在创业板发行上市。（来源：证券时报）

【白酒渠道库存最新调研：超八成酒商压力缓解，普降超30%，部分已低于2019年同期】经过2025全年消化以及2026的“春节助攻”，目前渠道库存情况如何？近日，酒业家调研广东、河南、山东、湖北、广东等多地市场获悉：渠道库存堰塞湖已现进一步好转，与2025年相比，80%以上的酒商库存压力有所减缓，普遍下降超30%，库存周转维持在3个月左右，部分茅台、五粮液经销商甚至出现零库存。值得关注的是，多位经销商向酒业家表示，当前库存水平已低于2019年时同期。这也意味着，尽管行业仍陷于“结构性堰塞湖”，但整体趋于良性的时间或不久。

酒业家调研结果显示，随着2026年春节动销超预期，八成以上经销商库存迎来好转，部分已优于2019年同期水平。其中，不少茅台经销商已处于零库存，渠道缺货现象开始显现；不少五粮液经销商库存周转已控制在1.5-2个月，春节期间渠道动销增长超20%。

对于白酒库存的判断，和合共识咨询机构创始人张晓丽提到，2025年

第三季度是白酒行业库存层面的关键节点，彼时酒企已达到向渠道压货的极限，渠道完全无法承接，这也直接导致多家上市公司业绩大幅下滑，其中便包含了企业主动出清库存的因素。在行业三年的调整周期中，2025年全年的压力尤为集中。这一方面源于渠道承接能力的枯竭，另一方面也有部分企业主动进行战略调整的考量。她强调，那些率先主动调整，或因渠道承压、信心不足而被动去库的企业，已有部分实现了库存与价格的双重见底。张晓丽判断：春节期间动销表现较好的，都是库存和价格见底之后的复苏。但就大多数企业个体而言，库存其实还没有见底。

尽管白酒行业库存状况较此前有所改善，市场上也出现了行业已迎来库存拐点的声音，但多数经销商并不认同这一判断。他们普遍认为，库存边际改善并不意味着行业真正迎来拐点，当前白酒行业并未摆脱调整周期，渠道库存依旧呈现结构性堰塞湖的特征，整体库存压力尚未得到根本性缓解。从行业整体来看，库存去化进程尚未结束，全面出清仍需要较长时间，行业筑底与调整仍将持续。（来源：酒业家）

### 【年份原浆·轻度古7上市】

据古井贡酒年份原浆消息，年份原浆·轻度古7正式上市，酒精度为26度，容量500ml/瓶。瓶型承袭年份原浆造型精髓，采用琥珀流光玻璃渐变工艺，以轻盈剔透的感官美学重塑瓶身比例，更灵动，更轻盈。（来源：酒业家）

### 【古越龙山召开食药同源露酒发展战略研讨会】

据古越龙山消息，3月6日，古越龙山食药同源露酒发展战略研讨会在中国黄酒博物馆举行。研讨会上，绍兴黄酒集团（古越龙山）党委书记、董事长孙爱保表示，在传统四大酒种之外，露酒正成为酒业增长的新赛道。目前，古越龙山在坚守黄酒主业的同时，正积极谋划布局露酒新赛道，已与五粮液、泸州老窖、劲牌、汾酒、海南椰岛一同跻身中国露酒发展TOP6企业行列。研讨交流后，孙爱保董事长为中国中医科学院首席研究员、博士生导师、国务院特殊津贴专家叶祖光颁发“古越龙山露酒首席顾问”聘书。（来源：酒业家）

### 【陈华再谈茅台酒、系列酒市场化改革】

3月2日，贵州茅台酒销售有限公司2026年春季市场工作会在茅台会议中心召开。会上，茅台集团党委书记、董事长陈华强调，2026年是“十五五”规划开局之年，明确将“以消费者为中心、推进市场化转型”作为茅台酒市场营销工作的首要任务。这一系列市场化改革措施的目的，是让消费者能够公平、便捷、保真地买到茅台酒。全体干部员工要深刻认识到，市场化改革既是顺应外部经济环境、行业发展趋势的必然选择，也是茅台实现自身长远发展目标，迈向世界500强的关键路径，必须从思想上、行动上真正接受和认同。（来源：酒业家）

### 【今世缘省外超千万地级板块已达40个】

据今世缘酒业消息，近年来，今世缘市场版图持续扩容：省内市场精

耕细作，全区域、全品系稳步增长，市占率持续提升；省外市场聚焦环江苏、长三角板块，在山东、安徽、浙江等重点区域发力，亿元省级、千万地级市场不断扩容，省外超千万地级板块已达 40 个。（来源：酒业家）

**【京东发布 2025 年全年业绩：收入 13,091 亿元，较 2024 年加速至双位数增长】**

3 月 5 日，京东集团发布了 2025 年四季度及全年业绩。2025 年四季度，京东集团收入 3,523 亿元；全年收入 13,091 亿元，较 2024 年加速至双位数增长。其中，带电品类市场优势依旧巩固，尽管受高基数影响依旧保持全年收入同比增长 7.1%；日百品类连续 5 个季度双位数增长，全年收入同比增长 15.3%，占商品收入比例超四成创年度新高，商超品类已实现连续 8 个季度双位数增长；服务收入全年同比增 23.6%，占收入比例达到 21.8% 创年度新高。

2025 年全年非美国通用会计准则下(Non-GAAP)净利润 270 亿元；2025 年京东零售经营利润同比实现双位数增，经营利润率为 4.6%。用户规模及活跃度继续保持强劲增长。2025 年的年度活跃用户数增至超 7 亿，季度活跃用户数和用户购物频次同比增长超 30%。（来源：Foodaily）

**【叮咚买菜 2025 年第四季度营收增长 5.7%】**

3 月 4 日，叮咚买菜发布 2025 年第四季度财报公告。据公告，叮咚买菜在 2025 年第四季度实现了 62.4 亿的营收，同比增长 5.7%，连续八个季度保持增长。GMV 同比增长 2.4% 至人民币 67 亿，总订单量同比增加 3.4%。GAAP 净利润为人民币 3360 万，非 GAAP 净利润为人民币 5080 万。（来源：Foodaily、叮咚买菜）

**【鸣鸣很忙布局新鲜零食赛道，“有.推荐”首店开武汉】**

近日，据悉，鸣鸣很忙（零食很忙+赵一鸣）已入场新鲜零食赛道，当下正在低调“测试”其的新鲜零食品牌项目——有.推荐。有.推荐到目前为止只开了一家店，该店开在武汉武商梦时代购物中心负一层 B 区，于 2026 年 1 月 22 日正式开门营业。从有.推荐的形态来看，其与同样来自湖南的金粒门、几多全的形态类似，都是做一个宽类窄品、精选推荐、多温层商品引入、现制表演、产品自控、倡导健康功能理念、高中低频场景都覆盖、打造短保鲜品冷链供应链，及拉零食消费升级的新鲜零食赛道。（来源：Foodaily、商业观察家）

## 4 重点上市公司公告

**【广州酒家发布 2025 年业绩快报：营收 53.82 亿元，归母净利润同比微降 1.19%】**

3 月 6 日，广州酒家（SH603043）发布 2025 年度业绩快报。公司全年实现营业收入 53.82 亿元，同比增长 5.04%；利润总额 6.59 亿元，增长

3.08%；归母净利润 4.88 亿元，同比下降 1.19%。面对外部经济环境变化，公司坚持“餐饮+食品”双轮驱动战略，推动高质量发展。

### 【涪陵榨菜发布 2025 年业绩，净利润实现 7.68 亿元】

涪陵榨菜发布业绩快报，2025 年度实现营业总收入 24.32 亿元，同比增长 1.88%；归母净利润 7.68 亿元，同比下降 3.93%。报告期内，为巩固成熟品类市场地位、加速新品上市与新渠道开拓，公司适度加大销售费用投入，全年销售费用同比增长 18.33%。围绕“迎新开门红”“品类互动促销大会战”“旺季上量活动”“秋收行动”四大营销档期，在重点市场与渠道精准开展品销联动，有效夯实品牌影响力，销售量同比增长约 1500 吨，达成稳住榨菜存量市场、拓展新兴渠道、助推新品上市的战略目标。

### 【贵州茅台关于回购股份实施进展的公告】

2026 年 2 月，公司累计回购股份 155,650 股，占公司总股本的比例为 0.0124%，购买的最高价为 1,499.74 元/股、最低价为 1,456.12 元/股，支付的金额为 229,973,618.71 元。截至 2026 年 2 月底，公司已累计回购股份 572,503 股，占公司总股本的比例为 0.0457%，购买的最高价为 1,499.74 元/股、最低价为 1,322.60 元/股，已支付的总金额为 801,023,304.38 元（不含交易费用）。

### 【珠江啤酒发布 2025 年度业绩快报】

2025 年度，公司产品结构优化升级，市场开拓稳中有进，渠道建设创新发力，品牌声量持续放大，管理效能不断提升，持续推动企业高质量发展走深走实。2025 年，公司实现啤酒销量 146.24 万吨，同比增长 1.58%；实现营业总收入 58.78 亿元，同比增长 2.56%；利润总额、归属于上市公司股东的净利润、扣除非经常性损益后的归属上市公司股东的净利润分别为 10.57 亿元、9.03 亿元和 8.32 亿元，分别同比增长 10.98%、11.42%和 9.25%，基本每股收益同比增长 10.81%。本报告期末资产总额、归属于上市公司股东的所有者权益分别为 160.66 亿元、110.36 亿元，分别比本报告期初增长 1.00%、5.00%。

### 【燕京啤酒发布 2025 年度业绩预告】

2025 年度，燕京啤酒实现归母净利润 15.84 亿元-17.42 亿元，同比增长 50%-65%；扣非后净利润 14.57 亿元-15.61 亿元，同比增长 40%-50%。公司坚定推进大单品战略，围绕产品力、品牌力、渠道力积极探寻创新路径，深化卓越管理体系建设，推行品牌年轻化、时尚化、高端化建设，实施梯度化市场开发策略，燕京 U8 继续保持稳健增长态势。

## 5 行业观点

2026 年 2 月 23 日-3 月 6 日，申万食品饮料指数涨跌幅为-3.77%，在申万一级行业中排名第 28 位，跑输上证指数（+1.03%）4.80pct，子行业

中 SW 熟食 (+7.69%)、SW 啤酒 (+3.32%)、SW 预加工食品 (+2.51%) 涨幅居前，SW 软饮料 (-7.38%) 跌幅居前。2026 年 3 月 5 日，第十四届全国人民代表大会第四次会议发布《政府工作报告》中提到 2026 年政府工作任务之一，着力建设强大国内市场。坚持内需主导，统筹促消费和扩投资，拓展内需增长新空间，更好发挥我国超大规模市场优势。深入实施提振消费专项行动。激发居民消费内生动力和促消费政策并举，推动消费持续增长。制定实施城乡居民增收计划，在促进低收入群体增收、增加居民财产性收入、完善薪酬和社保制度等方面推出一批务实举措。促进商品消费扩容升级，安排超长期特别国债 2500 亿元支持消费品以旧换新，优化政策实施机制。设立 1000 亿元财政金融协同促内需专项资金，组合运用贷款贴息、融资担保、风险补偿等方式，支持扩大内需。扩大个人消费贷款和服务业经营主体贷款贴息政策支持领域，提高贴息上限，延长实施期限。实施好一次性信用修复政策。实施服务消费提质惠民行动，打造一批带动面广、显示度高的消费新场景，加快培育消费新增长点。活跃线下消费，激发下沉市场消费活力。清理消费领域不合理限制措施，释放文旅、赛事、康养等领域消费潜力。支持有条件的地方推广中小学春秋假，落实职工带薪错峰休假制度。加强消费者权益保护。优化入境消费环境，打造“购在中国”品牌。中国证监会主席吴清表示，近期即将推出深化创业板改革方案，突出创业板功能定位，拓展制度包容性和覆盖面，增设一套更加精准、更加包容的上市标准，支持新产业、新业态、新技术企业的发展，支持新型消费、现代服务业等优质创新创业企业在创业板发行上市。根据国家统计局数据，2 月份居民消费价格指数同比上涨 1.3%，环比上涨 1.0%，主要是受春节假期较长消费需求集中释放影响。我们认为当前消费板块估值已处于历史较低位置，已充分反映市场较低预期，后续伴随更多促消费的政策落地，板块有望迎来估值修复，建议关注成长性较好，估值较低的板块龙头，我们维持行业“推荐”评级。

**白酒：**3 月 2 日，贵州茅台酒销售有限公司 2026 年春季市场工作会在茅台会议中心召开。会上，茅台集团党委书记、董事长陈华强调，2026 年是“十五五”规划开局之年，明确将“以消费者为中心、推进市场化转型”作为茅台酒市场营销工作的首要任务。这一系列市场化改革措施的目的，是让消费者能够公平、便捷、保真地买到茅台酒。据今世缘酒业消息，近年来，今世缘市场版图持续扩容：省内市场精耕细作，全区域、全品系稳步增长，市占率持续提升；省外市场聚焦环江苏、长三角板块，在山东、安徽、浙江等重点区域发力，亿元省级、千万元地级市场不断扩容，省外超千万地级板块已达 40 个。根据酒业家调研结果显示，2026 年春节白行动销超预期，库存持续出清，白酒行业库存状况有所改善。我们认为整个白酒行业仍处于库存去化的深度调整期，行业集中度提升，行业调整仍需要持续一段时间，估值的修复预计先于基本面的修复，中长期建议关注一是稳健的高端白酒贵州茅台、泸州老窖、五粮液；二是具备韧性的区域龙头山西汾酒、古井贡酒、金徽酒。

**大众品：**燕京啤酒发布 2025 年度业绩预告，报告期内，燕京啤酒实现归母净利润 15.84 亿元-17.42 亿元，同比增长 50%-65%；扣非后净利润 14.57 亿元-15.61 亿元，同比增长 40%-50%。公司坚定推进大单品战略，围绕产

品力、品牌力、渠道力积极探寻创新路径，深化卓越管理体系建设，推行品牌年轻化、时尚化、高端化建设，实施梯度化市场开发策略，燕京 U8 继续保持稳健增长态势。珠江啤酒发布 2025 年度业绩快报，报告期内，公司产品结构优化升级，市场开拓稳中有进，渠道建设创新发力，品牌声量持续放大，管理效能不断提升，持续推动企业高质量发展走深走实。2025 年，公司实现啤酒销量 146.24 万吨，同比增长 1.58%；实现营业总收入 58.78 亿元，同比增长 2.56%；利润总额、归属于上市公司股东的净利润、扣除非经常性损益后的归属上市公司股东的净利润分别为 10.57 亿元、9.03 亿元和 8.32 亿元，分别同比增长 10.98%、11.42%和 9.25%，基本每股收益同比增长 10.81%。大众品建议关注一是受益于出行超预期的餐饮供应链，二是渠道红利和品类红利共振的零食，三是原奶周期和肉牛周期有望迎来共振的乳品板块，关注个股：安井食品、盐津铺子、西麦食品、海天味业、燕京啤酒、伊利股份、新乳业。

表 1：重点关注公司及盈利预测

股票代码	股票简称	2026/03/06	EPS (元)				PE				投资评级
		股价 (元)	2024A	2025E	2026E	2027E	2024A	2025E	2026E	2027E	
600519.SH	贵州茅台	1,402.00	68.64	74.38	80.86	88.39	22.2	18.8	17.3	15.9	增持
600809.SH	山西汾酒	160.71	10.04	10.00	10.60	11.57	18.4	16.1	15.2	13.9	未评级
000568.SZ	泸州老窖	105.98	9.18	8.09	8.38	9.10	13.7	13.1	12.6	11.6	未评级
000596.SZ	古井贡酒	113.98	10.44	8.61	9.19	10.32	16.6	13.2	12.4	11.0	未评级
002847.SZ	盐津铺子	62.06	2.36	2.97	3.61	4.31	26.7	20.9	17.2	14.4	未评级
000858.SZ	五粮液	102.40	8.21	6.74	6.92	7.38	17.1	15.2	14.8	13.9	未评级
603288.SH	海天味业	37.02	1.14	1.26	1.40	1.57	40.2	29.4	26.4	23.6	增持
002956.SZ	西麦食品	27.14	0.60	0.79	1.05	1.31	27.9	34.4	25.8	20.7	未评级
603345.SH	安井食品	92.13	5.08	4.29	4.79	5.29	16.1	21.7	19.5	17.6	未评级
600887.SH	伊利股份	26.21	1.33	1.77	1.92	2.07	22.7	14.8	13.7	12.7	未评级
603919.SH	金徽酒	19.99	0.77	0.74	0.80	0.90	25.6	27.1	24.8	22.2	未评级
000729.SZ	燕京啤酒	13.06	0.38	0.56	0.66	0.73	32.1	23.3	19.8	17.9	增持
002946.SZ	新乳业	19.90	0.62	0.82	0.98	1.13	23.2	24.2	20.4	17.6	未评级

数据来源：iFinD，华龙证券研究所（贵州茅台、海天味业、燕京啤酒盈利预测来源于华龙证券研究所，其他数据来源于 iFinD 一致预期）。

## 6 风险提示

**食品安全风险：**食品安全事件对公司和行业发展影响深远，若出现较大的食品安全问题，将对消费者需求产生不利影响。

**消费复苏不及预期风险：**消费复苏受宏观经济环境、居民人均可支配收入、就业率等因素影响，未来若消费复苏不及预期，影响食品饮料企业下游需求。

**成本上行风险：**食品饮料行业上游是农产品、包材等原材料，受到大

宗商品价格波动影响，若未来原材料成本上行，对公司利润产生不利影响。

**业绩增速不及预期风险：**公司营业收入增速和成本变化，费用率的变化均存在不确定性，若需求减弱、成本上升、费用率上行，可能对公司业绩增速产生不利影响。

**行业竞争加剧风险：**当前行业竞争激烈，未来若竞争进一步加剧，造成企业之间价格战等情况，对公司发展经营产生不利影响。

**宏观经济政策出台和落地不及预期的风险：**白酒是顺周期行业，其发展与宏观经济息息相关，若后续增量政策的出台和政策落地不及预期，或对行业发展产生不利影响。

**第三方数据统计偏差风险：**本报告部分数据引自第三方平台，若第三方平台提供的统计数据存在错误，可能会导致本报告中引用和分析的数据错误。

## 免责及评级说明部分

### 分析师声明：

本人具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格并注册为证券分析师，以勤勉尽责的职业态度，独立、客观、公正地出具本报告。不受本公司相关业务部门、证券发行人、上市公司、基金管理公司、资产管理公司等利益相关者的干涉和影响。本报告清晰准确地反映了本人的研究观点。本人在预测证券品种的走势或对投资证券的可行性提出建议时，已按要求进行相应的信息披露，在自己所知情的范围内本公司、本人以及财产上的利害关系人与所评价或推荐的证券不存在利害关系。本人不会因本报告中的具体推荐意见或观点而直接或间接收到任何形式的补偿。据此入市，风险自担。

### 投资评级说明：

投资建议的评级标准	类别	评级	说明
报告中投资建议所涉及的评级分为股票评级和行业评级（另有说明的除外）。评级标准为报告发布日后的6-12个月内公司股价（或行业指数）相对同期相关证券市场代表性指数的涨跌幅。其中：A股市场以沪深300指数为基准。	股票评级	买入	股票价格变动相对沪深300指数涨幅在10%以上
		增持	股票价格变动相对沪深300指数涨幅在5%至10%之间
		中性	股票价格变动相对沪深300指数涨跌幅在-5%至5%之间
		减持	股票价格变动相对沪深300指数跌幅在-10%至-5%之间
		卖出	股票价格变动相对沪深300指数跌幅在-10%以上
	行业评级	推荐	基本面向好，行业指数领先沪深300指数
		中性	基本面稳定，行业指数跟随沪深300指数
		回避	基本面向淡，行业指数落后沪深300指数

### 免责声明：

华龙证券股份有限公司（以下简称“本公司”）具有中国证监会许可的证券投资咨询业务资格。本报告仅供本公司的客户使用。本公司不会因为任何机构或个人接收到报告而视其为当然客户。本报告信息均来源于公开资料，本公司对这些信息的准确性和完整性不作任何保证。本报告所载的意见、评估及预测仅反映报告发布当日的观点和判断。在不同时期，本公司可能会发出与本报告所载意见、评估及预测不一致的研究报告，但本公司没有义务和责任及时更新本报告所涉及的内容并通知客户。同时，本报告所指的证券或投资标的的价格、价值及投资收入可能会波动。以往表现并不能指引未来，未来回报并不能得到保证，并存在损失本金的可能。本报告仅为参考之用，并不构成对具体证券或金融工具在具体价位、具体时点、具体市场表现的投资建议，也不构成对所述金融产品、产品发行或管理人作出任何形式的保证。在任何情况下，本公司仅承诺以勤勉的职业态度，独立、客观地出具本报告以供投资者参考，但不就本报告中的任何内容对任何投资作出任何形式的承诺或担保。据此投资所造成的任何一切后果或损失，本公司及相关研究人员均不承担任何形式的法律责任。在法律许可的情况下，本公司及所属关联机构可能会持有报告中提及的公司所发行证券的头寸并进行证券交易，也可能为这些公司提供或正在争取提供投资银行、财务顾问或金融产品等相关服务。本公司的资产管理部、自营部门以及其他投资业务部门可能独立做出与本报告中的意见或建议不一致的投资决策。本公司的员工可能担任本报告所提及的公司的董事。客户应充分考虑可能存在的利益冲突，勿将本报告作为投资决策的唯一参考依据。

### 版权声明：

本报告版权归华龙证券股份有限公司所有，本公司对本报告保留一切权利。未经本公司事先书面授权，本报告的任何部分均不得以任何方式制作任何形式的拷贝、复印件或复制品，或再次分发给任何其他人，或以任何侵犯本公司版权的其他方式使用。

### 华龙证券研究所

北京	兰州	上海	深圳
地址：北京市东城区安定门外大街189号天鸿宝景大厦西配楼F4层 邮编：100033	地址：兰州市城关区东岗西路638号文化大厦21楼 邮编：730030 电话：0931-4635761	地址：上海市浦东新区浦东大道720号11楼 邮编：200000	地址：深圳市福田区民田路178号华融大厦辅楼2层 邮编：518046