

食品饮料

报告日期：2026 年 07 月 27 日

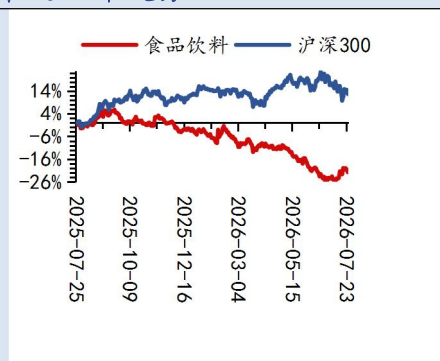
白酒估值修复，原奶价格同比回升

——食品饮料行业周报

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

《估值筑底，关注中报业绩预告催化——食品饮料行业周报》2026.07.14
《估值筑底，关注基本面稳健的龙头——食品饮料行业周报》2026.07.07
《餐饮供应链温和复苏，白酒筑底持续出清——食品饮料行业 2025 年报和 2026 一季报综述》2026.05.24

摘要：

➤ 2026 年 07 月 20 日-7 月 24 日，申万食品饮料指数涨跌幅为+1.48%，在申万一级行业中排名第 11 位，申万 31 个行业涨跌幅排名前三的行业分别为石油石化（+6.69%）、有色金属（+5.31%）和煤炭（+4.10%）。全部子行业涨跌幅分别为，白酒（+2.76%）、啤酒（+1.77%）、软饮料（+0.78%）、乳品（+0.72%）、肉制品（-0.01%）、调味品（-1.12%）、预加工食品（-2.86%）、其他酒类（-3.91%）、熟食（-5.26%）、零食（-5.44%）、烘焙食品（-6.21%）、保健品（-8.54%），同期上证指数涨跌幅为+1.33%，沪深 300 涨跌幅为+2.65%。个股方面，古井贡 B（+8.63%）、燕京啤酒（+5.79%）涨幅居前；朱老六（-17.41%）跌幅居前。2026 年 6 月，社会消费品零售总额同比提升 1.00%，环比改善，7 月/8 月迎来暑期出行旺季，消费场景增多，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：**i 茅台 7 月 21 日发布消息称，茅台 1935 “顺天应时·共赴山河”第四季主题营销活动第三站将于 7 月 23 日在郑州举行，同期在 i 茅台 APP 上线开展限时优惠促销活动（至 2026 年 7 月 31 日）。此次促销活动期间，多款茅台 1935 酒系列产品推出优惠，最高单瓶立减 590 元。其中，《中国国家地理》联名标准版/喜逢大运河版文创酒活动价 798 元（原价 1388 元），分别限量 8496 瓶/21240 瓶；北纬 30° 版文创酒活动价 898 元（原价 1198 元），限量 31860 瓶；基础款 500ml 茅台 1935 酒活动价 688 元（原价 738 元）。此外，茅台 1935 酒（尊享）还推出买赠活动，每购 1 瓶赠五壶十杯酒具套装（限量 5000 套）。古井贡酒超级大单品，古井贡酒·年份原浆系列将全线升级，并于近期上线。此次焕新上市的产品包括古 5、古 8、古 16、古 20 和轻度古 20，焕新的主要方向是品质升级，并将保持现有的价格体系。白酒板块仍然处于深度调整期，需求端偏弱，中长期建议关注一是稳健的高端白酒贵州茅台；二是具备韧性的区域龙头迎驾贡酒、山西汾酒、古井贡酒。

➤ **大众品：**7 月 20 日，现代牧业（1117.HK）公告收购中国圣牧要约定达成无条件。叠加原有持股及本次接纳股份，现代牧业及其一致行动人持有中国圣牧绝大部分股份，收购正式落地，中国圣牧归入现代牧业产业体系，展开新里程。交易落地后，集团整体奶

牛存栏规模突破 61 万头，原奶年产能超 400 万吨，特色有机奶占比提升至 20% 以上，资产规模与原奶结构实现双重迭代。7 月 21 日，鸣鸣很忙集团官方宣布，截至 2026 年 7 月 20 日，集团旗下签约门店总数超 30000 家，成为国内首家迈入 3 万店规模的休闲食品饮料连锁企业。秉持“开好店、多开店”的长期主义战略，鸣鸣很忙实现规模增长与经营质量同步提升。2025 年全年 GMV 达 935.69 亿元，经调整净利润 26.92 亿元，存货周转、加盟商多店率等指标领先行业。这一里程碑标志着行业从规模扩张，迈向“比拼经营质量、驱动规模增长”的高质量发展阶段。大众品建议关注安井食品、海天味业、燕京啤酒、伊利股份、新乳业、妙可蓝多。

- **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	2026/07/24	EPS (元)				PE				投资评级
		股价 (元)	2025A	2026E	2027E	2028E	2025A	2026E	2027E	2028E	
600519.SH	贵州茅台	1,297.41	65.66	68.70	72.45	76.03	21.0	18.9	17.9	17.0	未评级
600809.SH	山西汾酒	120.56	10.04	9.69	10.33	11.29	17.1	12.4	11.7	10.7	未评级
000596.SZ	古井贡酒	87.52	6.71	6.86	7.37	8.25	19.7	12.6	11.7	10.6	未评级
603288.SH	海天味业	35.85	1.20	1.34	1.48	1.63	30.8	26.8	24.2	22.0	增持
603345.SH	安井食品	84.60	4.40	4.74	5.26	6.79	19.4	17.8	16.1	12.5	增持
600887.SH	伊利股份	27.04	1.83	1.96	2.11	2.25	15.6	13.8	12.8	12.0	增持
000729.SZ	燕京啤酒	12.42	0.60	0.73	0.87	0.98	18.9	17.0	14.3	12.7	增持
002946.SZ	新乳业	15.43	0.85	1.02	1.21	1.41	21.8	15.1	12.8	10.9	买入
603198.SH	迎驾贡酒	34.96	2.48	2.59	2.85	3.17	15.9	13.5	12.3	11.0	未评级
600882.SH	妙可蓝多	20.43	0.24	0.66	0.91	1.14	108.2	30.7	22.3	17.8	未评级

数据来源：iFinD，华龙证券研究所（海天味业、新乳业、伊利股份、燕京啤酒盈利预测来源于华龙证券研究所，安井食品 2026 年和 2027 年盈利预测来源于华龙证券，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	3
4 重点上市公司公告	6
5 行业观点	7
6 风险提示	8

图目录

图 1: 申万一级行业涨跌幅一览 (%)	1
图 2: 食品饮料各子板块涨跌幅度一览 (%)	1
图 3: 食品饮料股票涨幅前五 (%)	1
图 4: 食品饮料股票涨幅后五 (%)	1
图 5: 社会消费品零售总额当月同比 (%)	2
图 6: 中国消费者信心指数	2
图 7: 生鲜乳平均价 (元/公斤)	2
图 8: 大麦进口均价 (美元/吨)	2
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

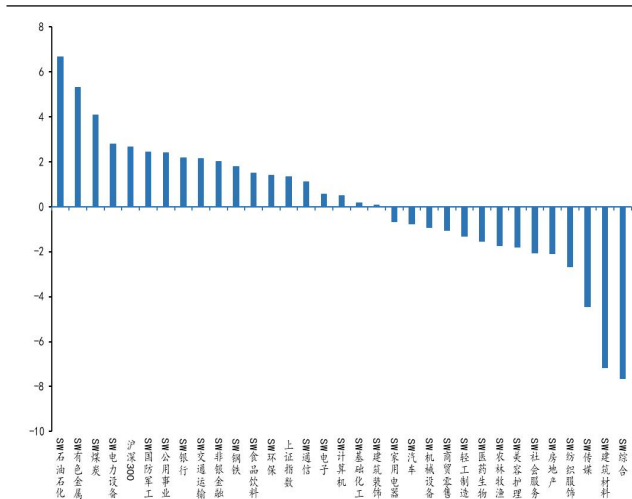
表目录

表 1: 重点关注公司及盈利预测	8
------------------------	---

1 市场行情

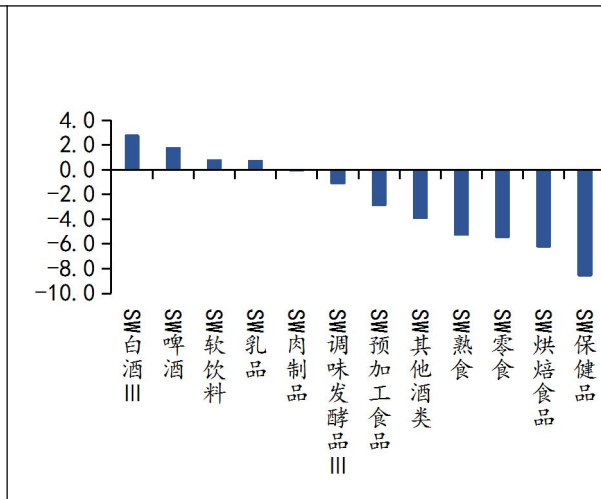
2026年07月20日-07月24日，申万食品饮料指数涨跌幅为+1.48%，在申万一级行业中排名第11位，申万31个行业涨跌幅排名前三的行业分别为石油石化(+6.69%)、有色金属(+5.31%)和煤炭(+4.10%)。全部子行业涨跌幅分别为，白酒(+2.76%)、啤酒(+1.77%)、软饮料(+0.78%)、乳品(+0.72%)、肉制品(-0.01%)、调味品(-1.12%)、预加工食品(-2.86%)、其他酒类(-3.91%)、熟食(-5.26%)、零食(-5.44%)、烘焙食品(-6.21%)、保健品(-8.54%)，同期上证指数涨跌幅为+1.33%，沪深300涨跌幅为+2.65%。个股方面，古井贡B(+8.63%)、燕京啤酒(+5.79%)涨幅居前；朱老六(-17.41%)跌幅居前。

图 1：申万一级行业涨跌幅一览（%）



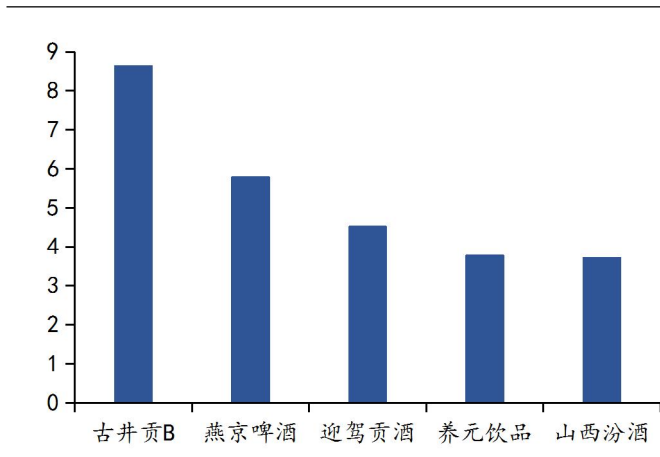
数据来源：Wind，华龙证券研究所

图 2：食品饮料各子板块涨跌幅度一览（%）



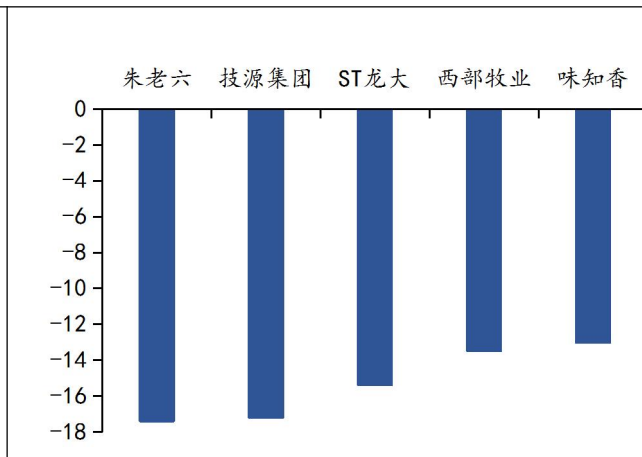
数据来源：Wind，华龙证券研究所

图 3：食品饮料股票涨幅前五（%）



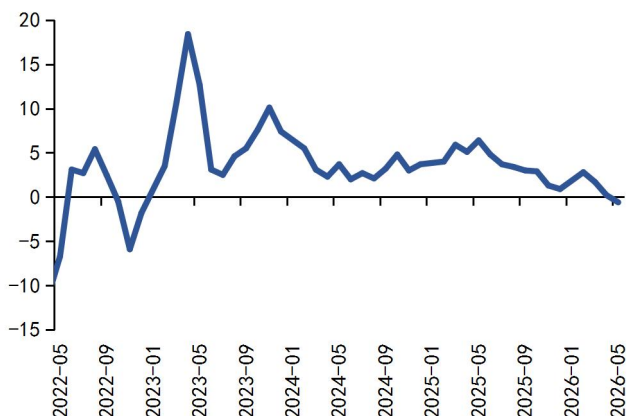
数据来源：Wind，华龙证券研究所

图 4：食品饮料股票涨幅后五（%）



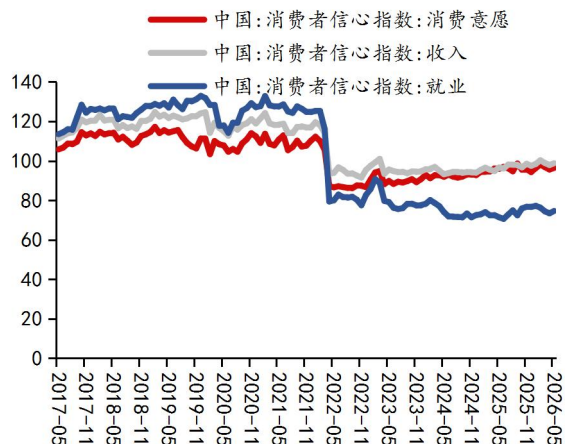
数据来源：Wind，华龙证券研究所

图 5：社会消费品零售总额当月同比 (%)



数据来源：Wind，华龙证券研究所

图 6：中国消费者信心指数

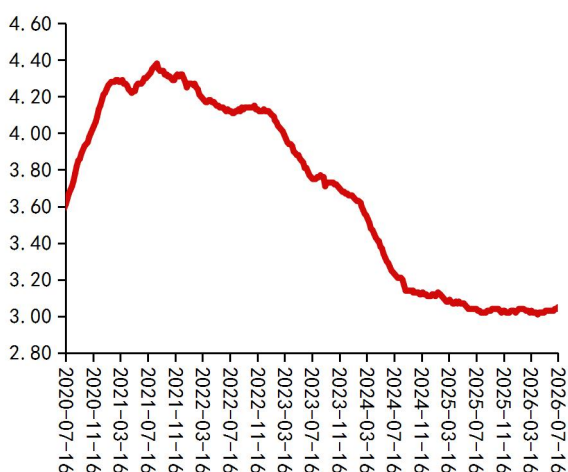


数据来源：Wind，华龙证券研究所

2 主要价格波动

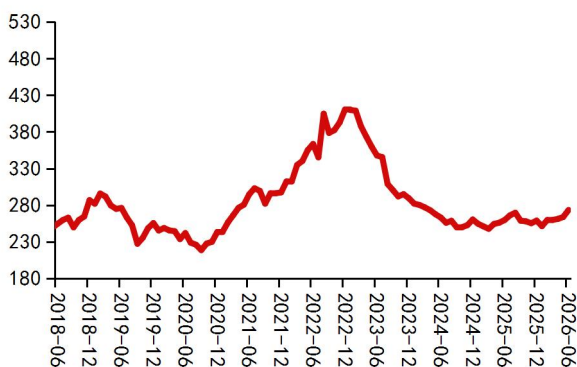
生鲜乳价格同比回升，截至 2026 年 7 月 16 日，生鲜乳价格为 3.05 元/公斤，同比提升 0.30%，2026 年 06 月，大麦进口平均单价为 273.40 美元/吨，同比提升 5.26%；2026 年 7 月 24 日，白糖（一级）经销价为 5213.33 元/吨，同比下滑 13.73%；2026 年 7 月 20 日，大豆价格为 4494.60 元/吨，同比提升 2.18%；2026 年 7 月 24 日，包材瓦楞纸出厂平均价 3930 元/吨，同比提升 23.20%；2026 年 7 月 24 日，包材聚酯瓶片现货价为 7595 元/吨，同比提升 26.48%

图 7：生鲜乳平均价（元/公斤）



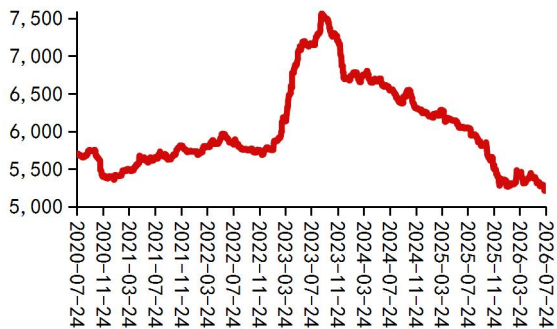
数据来源：Wind，华龙证券研究所

图 8：大麦进口均价（美元/吨）



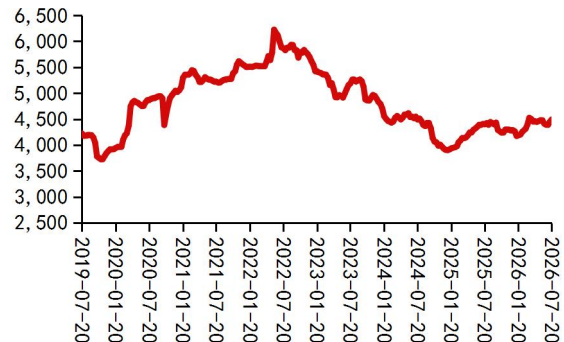
数据来源：Wind，华龙证券研究所

图 9：白糖（一级）经销价（元/吨）



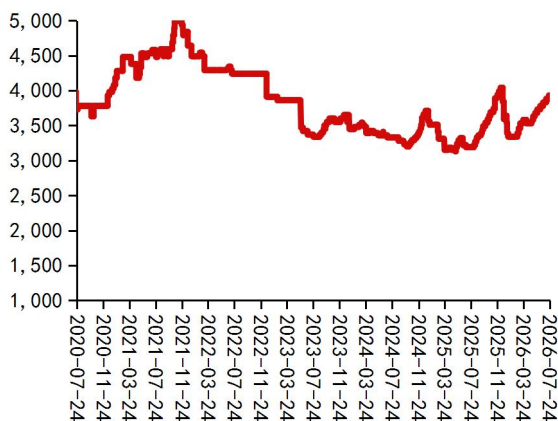
数据来源：Wind，华龙证券研究所

图 10：大豆（黄豆）价格（元/吨）



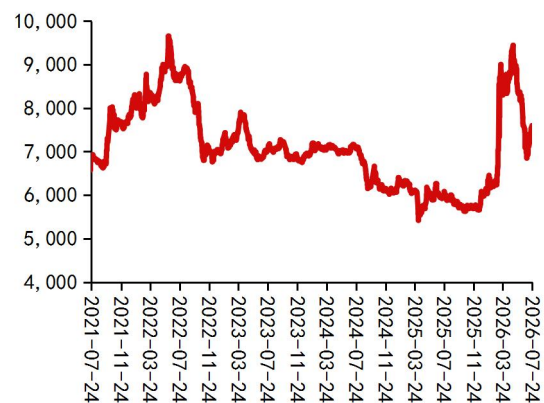
数据来源：Wind，华龙证券研究所

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

【口子窖持续深化渠道改革】

7月20日下午，安徽口子酒业股份有限公司召开2025年度暨2026年第一季度业绩说明会。会上，口子窖表示，2026年公司将自主持续深化渠道改革，重点聚焦渠道提质、厂商协同、经销商赋能三大方向。

在产品未来公司将顺应消费多元趋势，进一步夯实基本盘产品，同时围绕年轻化、自饮等新兴场景需求，针对性推出适配产品，实现各价格带协同互补，提升省内市场整体竞争力与抗风险能力。（来源：酒说）

【天佑德明确三大长期战略定力】

7月18日，青海互助天佑德青稞酒股份有限公司2026年供应商恳谈

会召开。会上，轮值总经理冯声宝明确公司三大长期战略定力，坚守品质底线、深耕品牌升级、推进科学降本增效，同时，秉持诚信透明的合作原则，搭建双向赋能机制，开放企业学习资源，倡议共建本地供应链卫星工厂，助力地方产业发展。未来，公司将优化供应商分级评价与利益共享机制，以制度化保障深化长期稳定合作。（来源：酒说）

【i 茅台多款茅台 1935 酒限时促销】

i 茅台 7 月 21 日发布消息称，茅台 1935“顺天应时·共赴山河”第四季主题营销活动第三站将于 7 月 23 日在郑州举行，同期在 i 茅台 APP 上线开展限时优惠促销活动（至 2026 年 7 月 31 日）。

此次促销活动期间，多款茅台 1935 酒系列产品推出优惠，最高单瓶立减 590 元。其中，《中国国家地理》联名标准版/喜逢大运河版文创酒活动价 798 元（原价 1388 元），分别限量 8496 瓶/21240 瓶；北纬 30° 版文创酒活动价 898 元（原价 1198 元），限量 31860 瓶；基础款 500ml 茅台 1935 酒活动价 688 元（原价 738 元）。此外，茅台 1935 酒（尊享）还推出买赠活动，每购 1 瓶赠五壶十杯酒具套装（限量 5000 套）。（来源：酒说）

【古井贡酒·年份原浆系列将全线升级】

据悉，古井贡酒超级大单品，古井贡酒·年份原浆系列将全线升级，并于近期上线。此次焕新上市的产品包括古 5、古 8、古 16、古 20 和轻度古 20，焕新的主要方向是品质升级，并将保持现有的价格体系。（来源：酒说）

【蜜雪冰城咖啡业务提速，单店日均销 177 杯】

据报道，今年 3 月起蜜雪冰城启动咖啡产品线迭代试点，分区域、有节奏地将传统滴滤咖啡升级为全自动现磨咖啡。同步配套短保鲜烘咖啡豆、冷链鲜牛奶等原料升级，平价基础上全面提升产品口感与品质。据了解，自近期试点上线现磨咖啡以来，蜜雪冰城门店咖啡产品销量增长明显。数据显示，多家试点门店日均咖啡销售占比超过 20%。有试点门店上新 53 天卖出超 9000 杯咖啡，日均咖啡销量达到 177 杯。值得关注的是，早在 2025 年上半年，蜜雪冰城全国门店咖啡销量就已突破 2 亿杯，咖啡产品正成长为推动门店增长的核心品类之一。（来源：Foodaily、咖门）

【洽洽首座魔芋智能工厂落地云南曲靖，旨在深耕健康休闲食品赛道】

7 月 22 日，洽洽食品首座魔芋智能工厂——云南洽洽老魔坊魔芋生物科技有限公司魔芋生产基地，于云南省曲靖市马龙区正式举行竣工投产开业仪式。这标志着洽洽在健康休闲食品赛道完成重要产业链布局，正式开启魔芋产品源头取材、本地化智能生产的新阶段。据悉，该工厂占地 30 亩，是洽洽魔芋系列产品的核心生产基地。项目完全投产后，预计年产值可达 5 亿元，具备可观的产能规模与经济效益。基地核心生产原料全部取材于云南本地新鲜魔芋。云南是我国优质魔芋核心产区，在此选址建厂，能够最大限度保障鲜芋原料的新鲜度，锁住原生口感与营养，同时大幅降低长途运输损耗，实现就近取材、就地加工，优化从田间到车间的供应链

前端，从源头为高品质魔芋零食筑牢品质根基。此次洽洽魔芋智能工厂的落地投产，是洽洽整合优质产业资源、深耕健康休闲食品赛道的重要战略布局。（来源：Foodaily、洽洽发布）

【雀巢集团发布 2026 年上半年财报，净利润约 291.55 亿元】

7 月 23 日，雀巢集团发布 2026 年上半年财报。数据显示，集团销售有机增长率为 3.6%，财报总销售额为 431 亿瑞士法郎（折合人民币约 3588.32 亿元），净利润为 35 亿瑞士法郎（折合人民币约 291.55 亿元），实际内部增长率为 1.5%，定价贡献率为 2.1%。2026 年第二季度有机增长率为 3.7%，实际内部增长率提高至 1.8%，定价贡献率为 1.9%。第二季度所有大区、全球直管业务及各产品品类均实现有机正增长。

新兴市场上半年表现强劲；除中国以外的新兴市场有机增长率达 7.1%，实际内部增长率为 3.9%。中国市场已经企稳，原定渠道中去库存计划已经完成。发达市场增长稳健，上半年有机增长率为 2.3%，实际内部增长率为 0.6%。美国零售终端表现强劲，欧洲消费需求维持稳定。自由现金流为 34 亿瑞士法郎（折合人民币约 28.32 亿元），体现出集团提升现金流的多种举措已见成效。（来源：Foodaily、雀巢）

【百菲乳业向港交所提交上市申请书】

7 月 22 日，广西百菲乳业股份有限公司向港交所提交上市申请书，独家保荐人为广发证券。据公开资料整理，百菲乳业核心品牌百菲酪在中国水牛乳制品行业排名第一，市场份额为 30.1%。公司此前已在全国中小企业股份转让系统挂牌，并于近期发布多项上市后适用制度，包括境外发行证券及上市相关的保密及档案管理制度等。信息显示，公司拟申请在香港联交所主板发行 H 股，初始发行数量不超过发行后总股本的 25%，所得款项拟用于智慧牧场建设、产能提升等。本次发行尚需股东会及监管机构审批，存在不确定性。（来源：Foodaily、财经网）

【均瑶健康推出「J26 纤美液态益生菌」新品】

7 月 21 日，均瑶健康推出「J26 纤美液态益生菌」新品。据官方介绍，新品以水、生牛乳为主要原料，使用植物乳植杆菌 J26、植物乳植杆菌 Lp-G18 等 7 种均瑶明星益生菌，其核心菌株植物乳植杆菌 J26 分离自内蒙古通辽传统发酵酸奶。此外，该产品还添加低聚果糖、低聚异麦芽糖、低聚木糖、聚葡萄糖 4 大益生元。包装上，新品采用三层包埋技术提供多层保护，结合科技冻干技术，出厂时活菌数 ≥ 800 亿 CFU/瓶（以净含量 200ml 计），口感清爽微甜，适宜体重管理人群。

目前，新品已上架奥乐齐官方门店，售价为 12.9 元/瓶。（来源：Foodaily、均瑶健康）

【仙乐健康拟投建泰国二期工程，加码东南亚】

近日，仙乐健康发布公告，公司在泰国现有厂区内统筹规划建设二期项目，包含饮品车间、软胶囊车间和片剂车间，投资金额不超过 3800 万美元。公告提到，该项目继续由仙乐控股（亚洲）有限公司持股的仙乐健康

科技（泰国）有限公司作为项目实施主体，沿用现有泰国项目公司架构。公司认为，在泰国投资建设生产基地二期工程是公司深化国际化、完善亚太供应链布局的关键举措，可抢抓东南亚市场和澳新市场增量，承接客户海外需求，缓解国内产能瓶颈，对冲地缘与贸易政策风险，提升整体盈利水平，契合公司全球化发展战略。（来源：Foodaily、营养品观察）

【现代牧业成功收购中国圣牧】

7月20日，现代牧业（1117.HK）公告收购中国圣牧要约达成无条件。叠加原有持股及本次接纳股份，现代牧业及其一致行动人持有中国圣牧绝大部分股份，收购正式落地，中国圣牧归入现代牧业产业体系，展开新里程。交易落地后，集团整体奶牛存栏规模突破61万头，原奶年产能超400万吨，特色有机奶占比提升至20%以上，资产规模与原奶结构实现双重迭代。（来源：Foodaily、新浪财经）

【鸣鸣很忙门店突破30000家】

7月21日，鸣鸣很忙集团官方宣布，截至2026年7月20日，集团旗下签约门店总数超30000家，成为国内首家迈入3万店规模的休闲食品饮料连锁企业。秉持“开好店、多开店”的长期主义战略，鸣鸣很忙实现规模增长与经营质量同步提升。2025年全年GMV达935.69亿元，经调整净利润26.92亿元，存货周转、加盟商多店率等指标领先行业。这一里程碑标志着行业从规模扩张，迈向“比拼经营质量、驱动规模增长”的高质量发展阶段。（来源：Foodaily、新零售财经）

【达美乐公布2026年第二季度财务业绩，净利润同比增长3.6%】

7月20日，达美乐披萨公布2026年第二季度财务业绩：总营收为11.944亿美元（折合人民币约81.11亿元），同比增长4.3%；净利润为1.358亿美元（折合人民币约9.22亿元），同比增长3.6%。（来源：Foodaily、界面新闻）

【洽洽推出「鲜碧根果仁」新品】

7月20日，洽洽推出「鲜碧根果仁」新品。据官方介绍，新品选用洽洽北纬32°自有碧根果园，当季鲜采、鲜果现剥，使用采用四重锁鲜技术（充氮包装、保温袋、冰袋、泡沫外箱），全程0-4°C冷链直达，不添加调味，口感天然清甜，适合酸奶碗、减脂沙拉、活力果昔等多种吃法。（来源：Foodaily、洽洽）

4 重点上市公司公告

【燕京啤酒发布投资者关系活动记录表】

公司新品燕京A10的策略，2026年3月，公司重磅推出全新单品燕京A10，依托原料技术与工艺创新的双重突破，使产品表达出兼具浓郁醇厚与柔和爽口的“满分口感”。作为企业“十五五”开局之年上市的一款全麦旗

舰新品，燕京 A10 承载着强化品牌影响力、加速高端化进程、构建新的增长极的战略作用。公司将以高端化、全国化、场景化为方向，重点覆盖中高端餐饮等高价值渠道，推动高势能市场布局，坚持高标准品质与稳定供应，致力于将燕京 A10 打造成为继燕京 U8 之后又一全国性标杆单品。

【口子窖发布投资者关系活动记录表】

当前白酒消费呈现零散化、多元化和场景分化趋势，渠道终端日益丰富多样。公司顺应变化，围绕不同价格带和消费场景进行多元化产品布局，各价位产品按自身定位稳步推进，整体运行平稳。未来公司将顺应消费多元趋势，进一步夯实基本盘产品，同时围绕年轻化、自饮等新兴场景需求，针对性推出适配产品，实现各价格带协同互补，提升省内市场整体竞争力与抗风险能力。省外规模化招商是公司全国化布局的长期战略举措，具备明显阶段性特征。新增省外经销商多处于市场导入、团队搭建、终端铺市培育阶段，前期以品牌建设、网点开发为主，短期难以释放规模营收。同时公司主动摒弃传统粗放批发模式，推动渠道向终端精细化运营、场景化动销转型，渠道盈利模型处于重构阶段，单商短期营收出现阶段性波动。长期来看，随着省外市场持续深耕，渠道增量潜力将逐步释放。

5 行业观点

2026 年 07 月 20 日-7 月 24 日，申万食品饮料指数涨跌幅为+1.48%，在申万一级行业中排名第 11 位，申万 31 个行业涨跌幅排名前三的行业分别为石油石化（+6.69%）、有色金属（+5.31%）和煤炭（+4.10%）。全部子行业涨跌幅分别为，白酒（+2.76%）、啤酒（+1.77%）、软饮料（+0.78%）、乳品（+0.72%）、肉制品（-0.01%）、调味品（-1.12%）、预加工食品（-2.86%）、其他酒类（-3.91%）、熟食（-5.26%）、零食（-5.44%）、烘焙食品（-6.21%）、保健品（-8.54%），同期上证指数涨跌幅为+1.33%，沪深 300 涨跌幅为+2.65%。个股方面，古井贡 B（+8.63%）、燕京啤酒（+5.79%）涨幅居前；朱老六（-17.41%）跌幅居前。2026 年 6 月，社会消费品零售总额同比提升 1.00%，环比改善，7 月/8 月迎来暑期出行旺季，消费场景增多，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：i 茅台 7 月 21 日发布消息称，茅台 1935“顺天应时·共赴山河”第四季主题营销活动第三站将于 7 月 23 日在郑州举行，同期在 i 茅台 APP 上线开展限时优惠促销活动（至 2026 年 7 月 31 日）。此次促销活动期间，多款茅台 1935 酒系列产品推出优惠，最高单瓶立减 590 元。其中，《中国国家地理》联名标准版/喜逢大运河版文创酒活动价 798 元（原价 1388 元），分别限量 8496 瓶/21240 瓶；北纬 30° 版文创酒活动价 898 元（原价 1198 元），限量 31860 瓶；基础款 500ml 茅台 1935 酒活动价 688 元（原价 738 元）。此外，茅台 1935 酒（尊享）还推出买赠活动，每购 1 瓶赠五壶十杯酒具套装（限量 5000 套）。古井贡酒超级大单品，古井贡酒·年份原浆系

列将全线升级，并于近期上线。此次焕新上市的产品包括古 5、古 8、古 16、古 20 和轻度古 20，焕新的主要方向是品质升级，并将保持现有的价格体系。酒板块仍然处于深度调整期，需求端偏弱，中长期建议关注一是稳健的高端白酒贵州茅台；二是具备韧性的区域龙头迎驾贡酒、山西汾酒、古井贡酒。

大众品：7 月 20 日，现代牧业（1117.HK）公告收购中国圣牧要约达成无条件。叠加原有持股及本次接纳股份，现代牧业及其一致行动人持有中国圣牧绝大部分股份，收购正式落地，中国圣牧归入现代牧业产业体系，展开新里程。交易落地后，集团整体奶牛存栏规模突破 61 万头，原奶年产能超 400 万吨，特色有机奶占比提升至 20% 以上，资产规模与原奶结构实现双重迭代。7 月 21 日，鸣鸣很忙集团官方宣布，截至 2026 年 7 月 20 日，集团旗下签约门店总数超 30000 家，成为国内首家迈入 3 万店规模的休闲食品饮料连锁企业。秉持“开好店、多开店”的长期主义战略，鸣鸣很忙实现规模增长与经营质量同步提升。2025 年全年 GMV 达 935.69 亿元，经调整净利润 26.92 亿元，存货周转、加盟商多店率等指标领先行业。这一里程碑标志着行业从规模扩张，迈向“比拼经营质量、驱动规模增长”的高质量发展阶段。大众品建议关注安井食品、海天味业、燕京啤酒、伊利股份、新乳业、妙可蓝多。

表 1：重点关注公司及盈利预测

股票代码	股票简称	2026/07/24	EPS（元）				PE				投资评级
		股价（元）	2025A	2026E	2027E	2028E	2025A	2026E	2027E	2028E	
600519.SH	贵州茅台	1,297.41	65.66	68.70	72.45	76.03	21.0	18.9	17.9	17.0	未评级
600809.SH	山西汾酒	120.56	10.04	9.69	10.33	11.29	17.1	12.4	11.7	10.7	未评级
000596.SZ	古井贡酒	87.52	6.71	6.86	7.37	8.25	19.7	12.6	11.7	10.6	未评级
603288.SH	海天味业	35.85	1.20	1.34	1.48	1.63	30.8	26.8	24.2	22.0	增持
603345.SH	安井食品	84.60	4.40	4.74	5.26	6.79	19.4	17.8	16.1	12.5	增持
600887.SH	伊利股份	27.04	1.83	1.96	2.11	2.25	15.6	13.8	12.8	12.0	增持
000729.SZ	燕京啤酒	12.42	0.60	0.73	0.87	0.98	18.9	17.0	14.3	12.7	增持
002946.SZ	新乳业	15.43	0.85	1.02	1.21	1.41	21.8	15.1	12.8	10.9	买入
603198.SH	迎驾贡酒	34.96	2.48	2.59	2.85	3.17	15.9	13.5	12.3	11.0	未评级
600882.SH	妙可蓝多	20.43	0.24	0.66	0.91	1.14	108.2	30.7	22.3	17.8	未评级

数据来源：iFinD，华龙证券研究所（海天味业、新乳业、伊利股份、燕京啤酒盈利预测来源于华龙证券研究所，安井食品 2026 年和 2027 年盈利预测来源于华龙证券，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，在自己所知道的范围内本公司、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做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