

飞天茅台自营店限购 8 月宏观消费数据发布

——食品饮料行业研究周报



申港证券
SHENGANG SECURITIES

投资摘要:

每周一谈：飞天茅台自营店限购 8 月宏观消费数据发布

渠道反馈名酒节前价格企稳回升，飞天茅台自营店限购。中秋国庆旺季前活动热度与消费理性并存，名酒在节前价格企稳回升，根据微酒调研，双节增长来源已从节前集中压货，转向场景运营和库存周转。渠道反馈茅台、五粮液、泸州老窖在节前普遍涨价，今日酒价数据显示，飞天茅台整箱和散瓶批价分别为 1750/1730 元/瓶，公司对自营店个人和企业购酒进行限购，维护旺季渠道价格。渠道反馈预计今年中秋名酒和高性价比产品通过推广动销较好，部分传统中高价位产品动销一般，整体动销水平与去年相比整体平稳。

展望三季度，高端酒旺季前挺价、管控价格体系，有利于稳定旺季渠道预期，减少价格内卷，显示龙头企业仍有余力进行量价关系调整，目前白酒行业调整或逐步筑底，低基数下行业报表或逐步修复。报表压力释放后，龙头提价、批价上行或引领白酒板块预期走好，市场和渠道信心预计得以强化。

我们认为，白酒作为大消费重要子板块配置价值凸显，龙头酒企重点产品如批价上行、新渠道突破，有助于带动行情企稳和估值修复。当前股价位置下板块行情或先于基本面企稳回升，建议关注后续基数效应下的季报预期改善，中秋国庆渠道备货和批价表现，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关注结构性机会。

8 月宏观消费数据披露，黄酒有望享有渠道扩张和产品渗透率提高红利，建议关注大众品超跌和成长品类。根据国家统计局，8 月社零同比增长 0.4%，其中商品零售额同比增长 0.3%，餐饮收入同比增长 1.1%，同比增速较 7 月降速。其中 8 月烟酒类、饮料类社零同比增速较上月提高，粮油食品类较上月有所降低。居民消费价格温和回升，8 月 CPI 同比上涨 0.8%、涨幅比上月扩大 0.3 个百分点，食品烟酒及在外餐饮价格同比下降 0.7%。上周黄酒类上市公司涨幅领先，我们认为，黄酒有望迎来逻辑催化，品类符合低度化饮酒需求，行业有望享有渠道扩张和产品渗透率提高红利，龙头企业进行产品结构提升、持续产品和人群培育后放量增长可期，后续报表端或获得持续提振。截至 9 月 10 日，原奶（生鲜乳）价格回升至 3.07 元/公斤、同比增长 1.3%，我们看好原奶周期回升，牧业及乳品公司有望迎来修复机会。预计在整体食品饮料行情修复下，超跌的乳业、调味品、啤酒等传统消费品类以及健康食品等品类有望相对较优。

投资策略:

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，竞争格局利好的、区域势能及空间较大的区域酒企，有望受益经济复苏预期的次高端酒等。

建议关注调味品等具备红利属性、价格管理能力和成本消化能力强的公司。建议关注传统消费类目的改善拐点和估值性价比，重点关注餐饮供应链、乳业、啤酒等修复回升机会。建议关注黄酒、代糖、保健食品、休闲食品、软饮料等具有新消费属性的大众品板块。

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。

评级

增持（维持）

2026 年 09 月 23 日

王伟

分析师

SAC 执业证书编号：S1660524100001

行业基本资料

股票家数	122
行业平均市盈率	20.6
市场平均市盈率	13.4

行业表现走势图



资料来源: wind, 申港证券研究所

相关报告

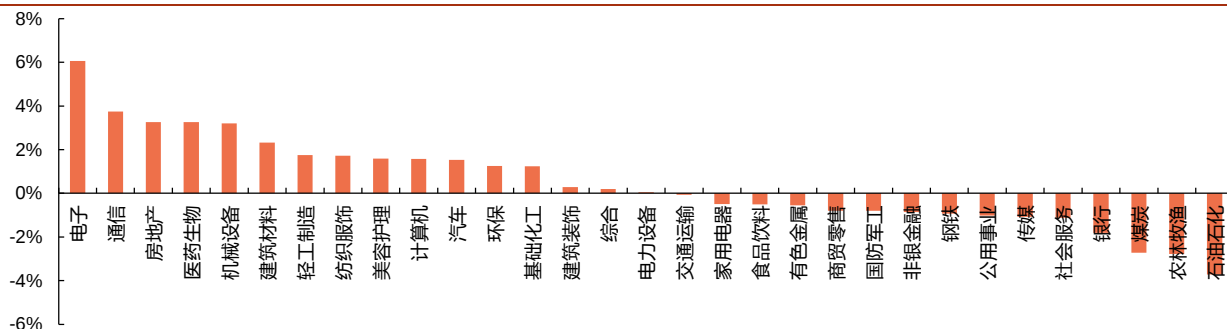
- 1、《食品饮料行业研究周报：白酒关注旺季备货和批价表现 黄酒推进结构升级和扩渠道》2026-09-10
- 2、《食品饮料行业研究周报：白酒二季度业绩承压 黄酒渠道扩张明显》2026-09-03
- 3、《食品饮料行业研究周报：贵州茅台直销占比提高 酵母蛋白快速上量》2026-08-20

1. 市场回顾

上周(9.14-9.18)食品饮料指数下跌0.51%，在申万31个行业中排名第19，跑输沪深300指数0.45%。

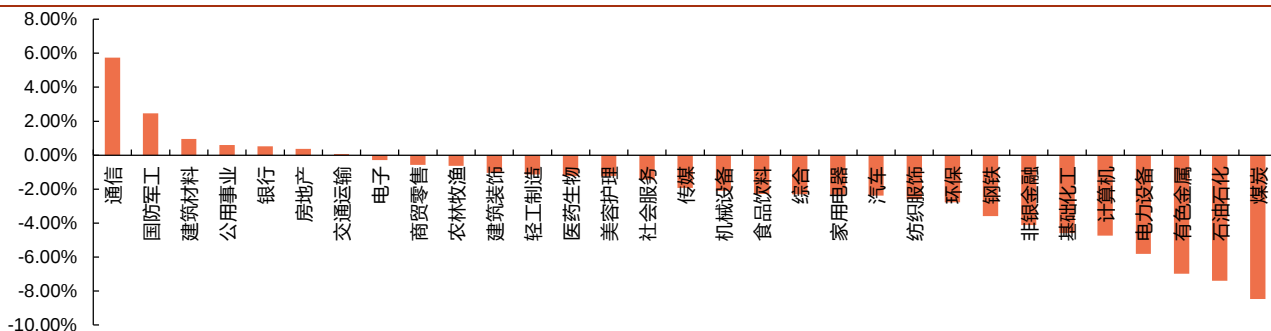
本月至今(9.1-9.18)食品饮料指数下跌2.29%，在申万31个行业中排名第18，跑赢沪深300指数0.26%。年初至今(1.1-9.18)食品饮料指数下跌16.47%，在申万31个行业中排名第25，跑输沪深300指数13.82%。

图1：申万一级行业上周涨跌幅



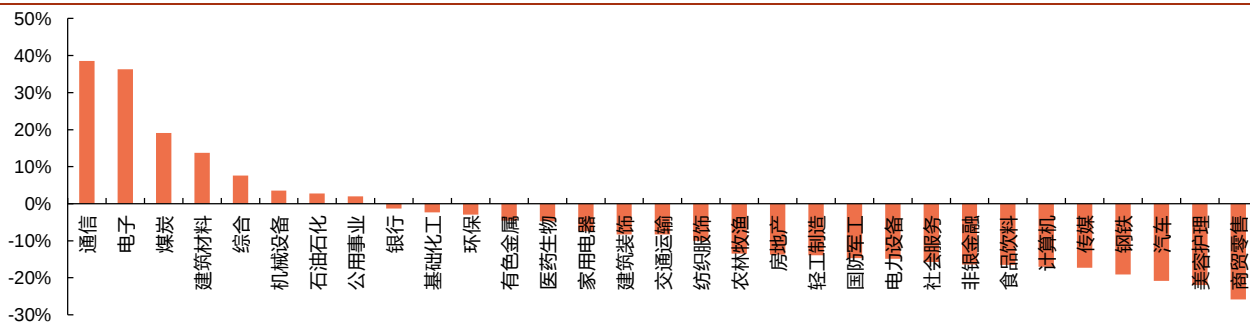
资料来源：wind，申港证券研究所

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

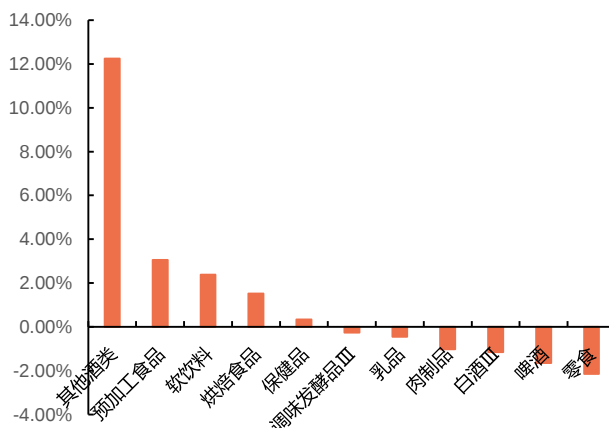
图3：申万一级行业年初至今涨跌幅



资料来源：wind，申港证券研究所

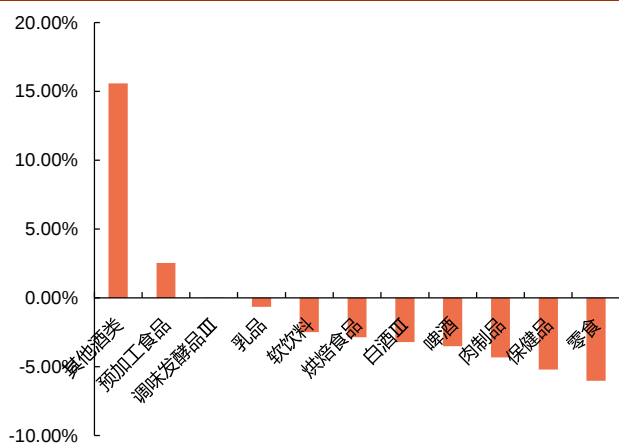
上周(9.14-9.18)食品饮料各子行业中其他酒类、预加工食品、软饮料、烘焙食品、保健品表现相对靠前，分别跑赢沪深300指数12.31%、3.12%、2.45%、1.59%、0.40%。

图4：食品饮料子行业上周涨跌幅



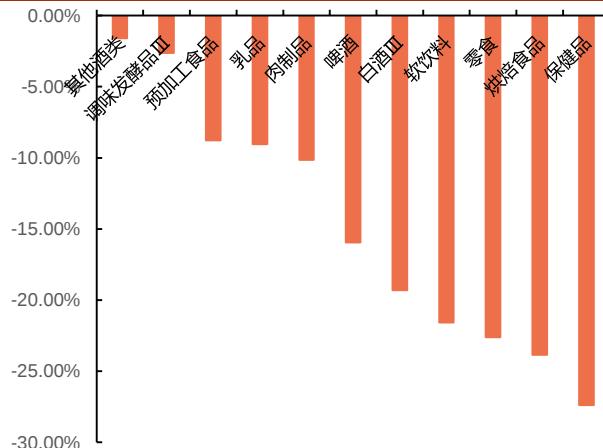
资料来源：wind，申港证券研究所

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



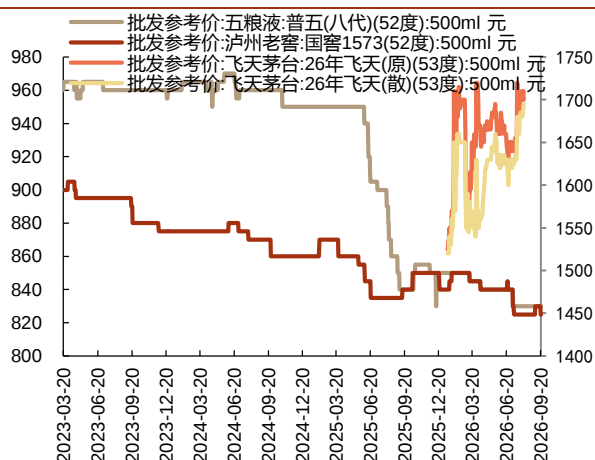
资料来源：wind，申港证券研究所

2. 每周一谈：飞天茅台自营店限购 8 月宏观消费数据披露

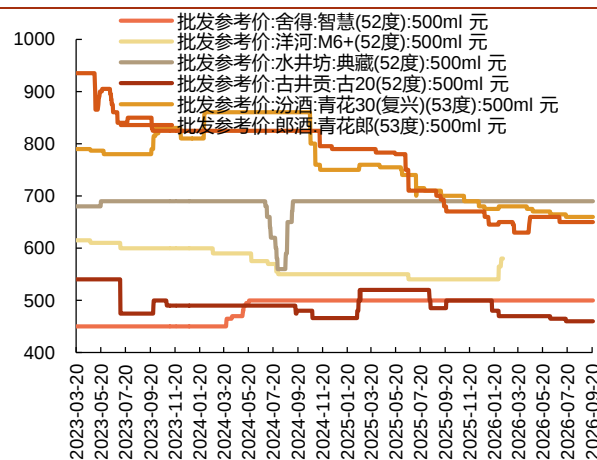
渠道反馈名酒节前价格企稳回升，飞天茅台自营店限购。中秋国庆旺季前活动热度与消费理性并存，名酒在节前价格企稳回升，根据微酒调研，双节增长来源已从节前集中压货，转向场景运营和库存周转。渠道反馈茅台、五粮液、泸州老窖在节前普遍涨价，今日酒价数据显示，飞天茅台整箱和散瓶批价分别为 1750/1730 元/瓶，公司对自营店个人和企业购酒进行限购，维护旺季渠道价格。渠道反馈预计今年中秋名酒和高性价比产品通过推广动销较好，部分传统中高价位产品动销一般，整体动销水平与去年相比整体平稳。

展望三季度，高端酒旺季前挺价、管控价格体系，有利于稳定旺季渠道预期，减少价格内卷，显示龙头企业仍有余力进行量价关系调整，目前白酒行业调整或逐步筑底，低基数下行业报表或逐步修复。报表压力释放后，龙头提价、批价上行或引领白酒板块预期走好，市场和渠道信心预计得以强化。

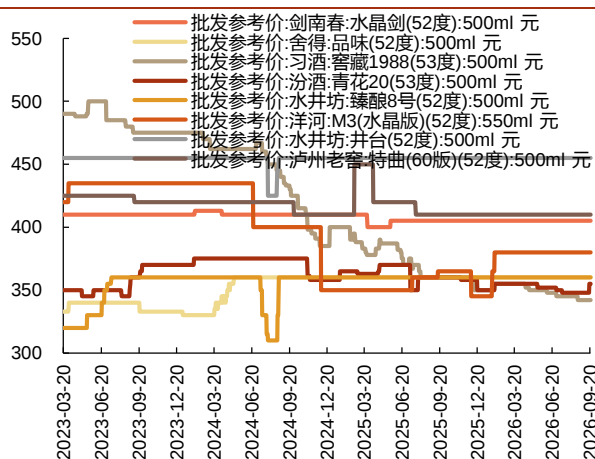
我们认为，白酒作为大消费重要子板块配置价值凸显，龙头酒企重点产品如批价上行、新渠道突破，有助于带动行情企稳和估值修复。当前股价位置下板块行情或先于基本面企稳回升，建议关注后续基数效应下的季报预期改善，中秋国庆渠道备货和批价表现，优先从渠道出清、经营改善、场景承接、股息率角度寻找白酒投资关注结构性机会。

图7：高端酒批发参考价


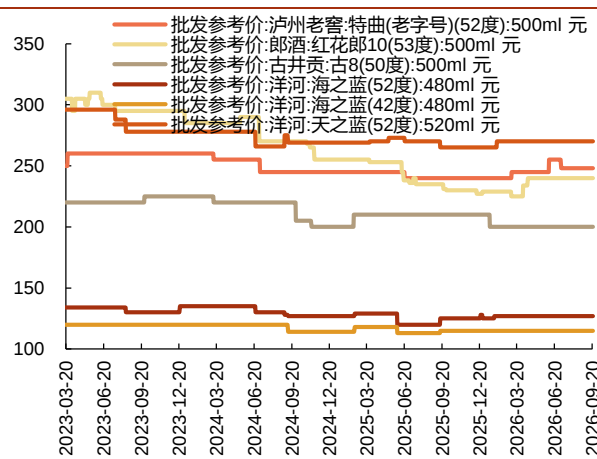
资料来源：ifind，申港证券研究所

图8：次高端升级价位产品批发参考价


资料来源：ifind，申港证券研究所

图9：次高端产品批发价


资料来源：ifind，申港证券研究所

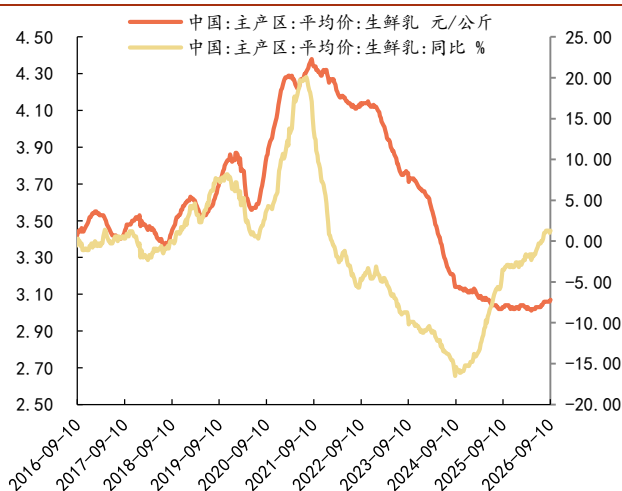
图10：中档价位产品批发价


资料来源：ifind，申港证券研究所

8月宏观消费数据披露，黄酒龙头推进结构升级和扩渠道，建议关注大众品超跌和成长品类。根据国家统计局，8月社零同比增长0.4%，其中商品零售额同比增长0.3%，餐饮收入同比增长1.1%，同比增速较7月降速。其中8月烟酒类、饮料类社零同比

增速较上月提高，粮油食品类较上月有所降低。居民消费价格温和回升，8月CPI同比上涨0.8%、涨幅比上月扩大0.3个百分点，食品烟酒及在外餐饮价格同比下降0.7%。上周黄酒类上市公司涨幅领先，我们认为，黄酒有望迎来逻辑催化，品类符合低度化饮酒需求，行业有望享有渠道扩张和产品渗透率提高红利，龙头企业进行产品结构提升、持续产品和人群培育后放量增长可期，后续报表端或获得持续提振。截至9月10日，原奶（生鲜乳）价格回升至3.07元/公斤、同比增长1.3%，我们看好原奶周期回升，牧业及乳品公司有望迎来修复机会。预计在整体食品饮料行情修复下，超跌的乳业、调味品、啤酒等传统消费品类以及健康食品等品类有望相对较优。

图11：生鲜乳价格回升至同比正增长



资料来源: wind, 农业农村部, 申港证券研究所

投资策略：

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，竞争格局利好的、区域势能及空间较大的区域酒企，有望受益经济复苏预期的次高端酒等。

建议关注调味品等具备红利属性、价格管理能力和成本消化能力强的公司。建议关注传统消费品类的改善拐点和估值性价比，重点关注餐饮供应链、乳业、啤酒等修复回升机会。建议关注黄酒、代糖、保健食品、休闲食品、软饮料等具有新消费属性的大众品板块。

3. 行业动态

1-8 月白酒产量同比下降 3.8%

近日，国家统计局发布数据显示，8 月，白酒（折 65 度，商品量）产量 19.1 万千升，同比增长 2.1%；1-8 月，白酒（折 65 度，商品量）产量累计 207.9 万千升，累计下降 3.8%。8 月，啤酒产量 334.2 万千升，同比下降 6.5%；1-8 月，啤酒产量累计 2612.8 万千升，累计下降 2.1%。8 月，葡萄酒产量 0.6 万千升，同比增长 20.0%；1-8 月，葡萄酒产量累计 5.4 万千升，与上年同期持平。（来源：酒业家）

1-8 月烟酒类零售总额同比增长 12.4%

9 月 15 日，国家统计局发布数据显示，1-8 月，社会消费品零售总额 327569 亿元，同比增长 1.1%。其中，1-8 月份烟酒类零售总额 4437 亿元，同比增长 12.4%。8 月，烟酒类零售总额 475 亿元，同比增长 12.5%。（来源：酒业家）

茅台自营店限购

9 月 18 日，据媒体报道，茅台自营店个人购 500ml 飞天茅台单日限购 1 箱；企业购酒单日限购 5 箱，要求当天打款当天提货。价格层面，500ml 飞天茅台 1766 元/瓶、五星茅台 1756 元/瓶、1L 装飞天茅台 3291 元/瓶、丙午马年茅台 1951 元/瓶、茅台精品 2410 元/瓶、15 年陈年茅台 4279 元/瓶。（来源：酒业家）

百润股份：未来 4-5 年将陈酿桶储备提升至 100 万桶

9 月 16 日，百润股份在投资者关系活动中表示，公司烈酒业务以“重点发展威士忌，占位高品质烈酒，成为中国本土威士忌行业龙头”为战略指引，规划未来 4—5 年将陈酿桶储备提升至 100 万桶，进一步扩大规模优势与风味多样性；同时依托先发产能与全产业链优势，占位高品质烈酒，应对国际品牌竞争，构筑公司业务新的增长曲线。（来源：酒业家）

中国威士忌产业最新数据发布

9 月 19 日，2026 年威士忌文化交流大会暨第三届千岛湖威士忌嘉年华在杭州千岛湖举行。酒业家现场获悉，中国威士忌酒厂项目（含已投产/在建）已增至 64 家，同比去年增加 9 家，实现产能产值规模约 158.5 亿元；行业远期规划产能 30 万千升，已实现设计产能 13 万千升，实际蒸馏产能 7 万千升。市场方面，主销价格带集中在 300-500 元，市场份额占比 55%，是品牌竞争的核心战场。（来源：酒业家）

汾酒四方面布局年轻化

9 月 16 日，山西汾酒召开 2026 年半年度业绩说明会，公司党委书记、董事长袁清茂从四个方面阐述了汾酒年轻化布局。具体来看，一是产品年轻化，开发 100 毫升及以下轻量装小瓶汾酒、竹叶青酒、杏花村酒，打开年轻消费渠道；二是场景年轻化，借鉴“观汾思维”，将专卖店、终端店、餐馆、酒吧等升级为与年轻消费者共创的场所，结合生活方式变迁探索新消费场景；三是 IP 年轻化，持续打造“大家都爱汾酒”等与年轻消费者共创的 IP 活动，每月推出新 IP；四是系统年轻化，以“与

年轻消费者共创”为主线，持续推进产品、营销、管理等系统创新，支撑年轻化战略落地。（来源：酒业家）

国窖 1573 推最新渠道激励方案

9 月 16 日消息，近期泸州老窖针对高度国窖 1573 调整渠道政策，对新增开箱给予“到店”福利配额券，意在奖励终端真实本地消费。（来源：微酒）

盐津铺子上新“双脆贡菜魔芋”

日前，盐津铺子旗下大魔王品牌正式上新双脆贡菜魔芋。新品以“魔芋+贡菜”的食材搭配，打造“双脆”口感概念。据称，响脆贡菜甄选源自云南高山的高品质贡菜，30%贡菜含量。此次上新依托盐津铺子成熟大单品孵化体系，是继大魔王“麻酱素毛肚”之后推出的第二支战略大单品。未来大魔王也将持续沿用“超级食材+经典风味”的产品创新模式持续丰富产品矩阵。（来源：食业家）

农夫山泉在山姆渠道再推新品

2024 年底，农夫山泉落地山姆渠道推出 17.5° 橙汁新品，上市 60 天动销突破 8000 万元，成为渠道爆款。依托 17.5° 系列在山姆积累的市场基础，农夫山泉近期再度在该渠道上新，推出 17.5° 超级浆果汁。新品采用花香蓝莓、黑果桑葚、蓝靛果三重浆果压榨制作，聚焦高价值浆果原料，进一步丰富 17.5° 产品线。（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。）