



上海证券
SHANGHAI SECURITIES

春节需求平稳，库存逐步去化

——食品饮料行业周报 20240205-20240218

增持（维持）

行业： 食品饮料
日期： 2024年02月18日

分析师： 梁瑞
Tel: 021-53686409
E-mail: liangrui@shzq.com
SAC 编号: S0870523110001
联系人： 赖思琪
Tel: 021-53686180
E-mail: laisiqi@shzq.com
SAC 编号: S0870122080016
联系人： 袁家岗
Tel: 02153686249
E-mail: yuanjiagang@shzq.com
SAC 编号: S0870122070024

■ 投资要点：

2024 年农历春节假期收官，根据微酒数据，白酒出货量表现与去年基本相当，名优酒品牌仍具备较好的市场承接力，随着即将到来的元宵节，传统农历新年进入尾声，整体看市场库存逐步去化，我们认为市场后续表现仍值得期待。核心仍是关注超高端与地产酒的刚需价格带。

上期行业要闻：1) 贵州茅台官网改版上线：茅台集团、贵州茅台酒股份公司官网近日改版上线。“美”成为被突出的重点。在茅台集团官网上，“美酒，美链接，美生活”成为主线。这也印证了丁雄军在茅台集团第七届第二次职工代表大会的论述：推动茅台集团从“卖酒”到“卖生活”转变。

2) 五粮液浓香酒携手央视新闻推出贺岁视频：五粮液浓香酒公司携手央视新闻打造“年味浓起来”IP，邀请总台四大金牌主持人撒贝宁、任鲁豫、杨帆、陈伟鸿共创年味故事，拍摄演绎“年味浓起来”温情贺岁大片。

3) 五粮液明确七方面重点任务：2月5日，五粮液集团公司2023年度工作总结大会举行。大会强调，2024年要坚定不移做强主业、突出高端市场，以提升五粮液品牌价值为牵引，完善产品体系，创新营销模式，优化产业布局，注重新锐市场，创新求变、主动应变，积极培育新型消费群体，厚植未来增长动能；要勇担产区大旗，带动打造中国五粮浓香白酒核心产区，引领建设世界级优质白酒产业集群。

4) 五粮液亮相春晚送亿元好礼：近日，2024年总台春晚落下帷幕，五粮液以“和美好礼”独家互动合作伙伴身份亮相，通过5轮抽奖，向全球观众送出了总价值上亿元的五粮液和美好礼，与全球华人共度幸福中国年。

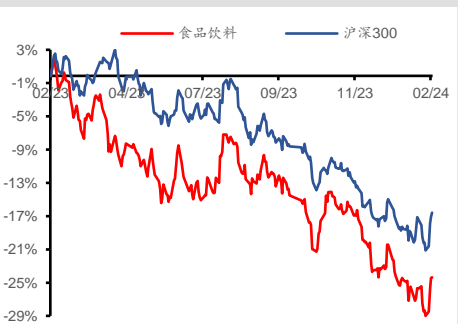
5) 泸州老窖 2023 年度总结表彰大会举行：2月5日，泸州老窖2023年度总结表彰大会在泸州举行。泸州老窖集团（股份）公司党委书记、董事长刘淼指出，2023年，泸州老窖锚定“十四五”战略目标，取得了良性快速发展新成效。2024年，全体泸州老窖国窖人要围绕“强引领、优布局、提质量、促发展”的发展主题，持续推动集团做大做实；围绕“坚定、攻坚、创新、协同”的发展主题，持续推动股份做专做强；按照“优势叠加、协同发展”的总体思路，弘扬“天地同酿，人间共生”企业哲学，同心同德、再接再厉，书写泸州老窖高质量发展发展的崭新篇章。

6) 古井贡酒连续多年冠名春晚：2月6日，古井贡酒官方公众号推文显示，年份原浆古20已连续13年独家冠名安徽卫视春晚，连续9年为总台春晚特约播出身份，连续5年独家冠名江苏卫视春晚，连续3年冠名央视戏曲春晚。

7) 陇酒销售预计突破 70 亿：在2月2日举行的2024陇酒发展年会上，甘肃省商务厅党组成员、副厅长邹军透露，2023年陇酒总销售额预计突破70亿元。

8) 金徽酒新提交“丝路金徽”商标注册申请：据企查查APP数据显示，近日，金徽酒股份有限公司新提交“丝路金徽”商标注册申请。今年以来，金徽酒股份有限公司新申请注册商标1件，截止目前，公司共持有注册商标722件，另有61件商标尚在注册申请中。

最近一年行业指数与沪深 300 比较



相关报告：

《五粮液提价落地，关注春节期间动销表现》
——食品饮料行业周报
20240129-20240204

——2024年02月04日

《行业春节备货冲刺阶段，软饮赛道业绩优异》
——食品饮料行业周报
20240122-20240128

——2024年01月28日

《进入春节备货期，行业有望迎来开门红》
——食品饮料行业周报 20240115-20240121

——2024年01月21日

9) 山西汾酒发布高级管理人员聘用公告: 2月5日晚间山西汾酒公告, 公司召开第八届董事会第四十五次会议, 审议通过了《关于聘任高级管理人员的议案》。其中, 聘任李沛洁为公司副总经理, 不再担任公司总经理助理职务; 聘任王怀为公司副总经理、总会计师; 聘任张永踊为公司副总经理, 不再担任公司总经理助理职务; 聘任宋亚鹏为公司总经理助理, 并辞任公司监事职务; 聘任许志峰为公司董事会秘书。

10) 古越龙山澳洲亮相 2024 澳中春晚: 2月11日晚, 澳中文化友好协会和澳视传媒共同举办了“龙腾四海 相约悉尼”2024年澳中春晚。古越龙山澳洲与澳视传媒携手, 为这场盛宴增添了绚丽的色彩。古越龙山澳作为澳视传媒的重要合作伙伴, 为本次春晚献上了珍贵的国酿1959系列三十年陈红玉作抽奖奖品, 并为晚宴准备了精美红包礼品。

休闲零食: 春节礼品市场升温, 线上线两旺。2024年货节, 三只松鼠持续践行“高端性价比”战略, 历史上首次布局全品类、全价位、全矩阵年礼。公司坚果心智礼盒及系列产品持续热销, 全渠道销售延续稳定增长趋势, 截至1月15日公告披露日, 2024年货节销售时间进程达三分之二, 全渠道销售已超去年年货节全周期总额。行业层面来看, 今年年货类的如坚果、巧克力、糖果、饼干、糕点等销售均向好, 特别是大包装、礼盒装的规格更受欢迎, 同时更多样化的消费场景拉动了年货销售。我们认为, 零食年货节销售表现优异, 静待一季度业绩兑现。

啤酒: 重啤发布业绩快报, 销量增长优于行业。2月7日晚间, 重庆啤酒披露2023年度业绩快报, 报告期内, 公司实现营业总收入148.15亿元, 比上年同期增加5.53%; 归属于上市公司股东的净利润13.37亿元, 比上年同期增长5.78%。得益于多元化的品牌组合及有效的定价策略, 2023年销量同比增长4.93%, 优于行业水平。面对外部宏观经济影响和竞争更加激烈的啤酒市场状况, 公司凭借优化产品组合、控费增效、持续市场投入等策略仍然保持了增长态势。我们认为, 随着消费信心渐进式恢复, 大麦双反政策取消, 成本端利好, 公司利润将有所优化。

软饮: 东鹏饮料积极备战, 蓄力春节开门红。春节期间, 东鹏饮料凭借“送东鹏财运爆鹏”及“中国好礼”的亮眼春节陈列, 铺满全国各省市、乡镇的商超、加油站、服务区等渠道, 烘托出红红火火的送礼氛围。此外, 春节前后一个月, 东鹏饮料布局全国14个重点省份高速大牌风暴, 以及高德地图语音包提示、分众电梯框架广告等, 集中宣传“春节开车回家, 备上东鹏”, 让返乡的人们感受到能量满满。春节高峰波段, 东鹏饮料还冠名卫视春晚、与国民级游戏“欢乐斗地主”植入互动, 并投放央视硬广为女篮冲击巴黎奥运加油, 线上线下高空陆地多维组合、重拳出击, 春节开门红势头确定性十足。

速冻: 行业扩产提能, 预制菜板块销量增长。速冻食品领军企业如安井、千味、三全等均在扩产方面频频行动, 整个行业向着“高标准、大产能、智能化、绿色化”的方向建设。同时, 预制菜板块酸菜鱼、猪肚鸡、狮子头、炸带鱼、佛跳墙、八宝饭等菜品成为热门, 部分菜品甚至刷新了销量。我们认为, 未来行业集中度将不断提高, 马太效应凸显, 供给侧改革推动产业高质量发展, 叠加预制菜国标即将出台落地, 消费者信心将有所提振带来新增量。

冷冻烘焙：新鲜、健康、营养助力行业发展。一方面，消费者对于健康的要求越来越高，对于营养搭配愈发重视，低糖低卡、原料成分保障、食品工艺升级、功能化等推动着烘焙食品向着健康化方向发展，全麦、粗粮等形式的烘焙食品成为热门趋势品类。另一方面，随着入局烘焙食品企业的增加，市场上的产品也逐渐变得越来越丰富，各式各样口味的烘焙产品，有颜值、有口味，更符合年轻人当下的生活状态。我们认为终端消费升温将继续带动冷冻烘焙产业链景气提升，看好冷冻烘焙行业在消费升级下渗透率提升逻辑。

■ 上期陆股通资金动向：

上期食品饮料行业陆股通持股占比排名前三的个股为洽洽食品 14.60%、伊利股份 12.61%、安井食品 11.35%。

上期食品饮料行业陆股通（外资）持股市值排名前三的个股为贵州茅台 1495.97 亿元、伊利股份 224.20 亿元、五粮液 223.22 亿元。

■ 投资建议：

白酒：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，受益春节后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 上期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 上期市场表现回顾	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
2.4 陆股通活跃个股表现情况	11
3 行业重要数据跟踪	12
3.1 白酒板块	12
3.2 啤酒板块	13
3.3 乳制品板块	14
4 成本及包材端重要数据跟踪	15
4.1 肉制品板块	15
4.2 大宗原材料及包材相关	16
5 上市公司重要公告整理	17
6 风险提示	18

图

图 1: 上期市场表现 (%)	10
图 2: 上期食品饮料子行业表现 (%)	10
图 3: 上期一级行业表现 (%)	10
图 4: 指数成分股涨幅 TOP10 (%)	11
图 5: 指数成分股跌幅 TOP10 (%)	11
图 6: 截至上期收盘 PE_ttm (x) 前十大一级行业	11
图 7: 截至上期收盘食品饮料子行业 PE_ttm (x)	11
图 8: 上期陆股通持股比例 TOP10	12
图 9: 上期外资持有市值 TOP10	12
图 10: 上期陆股通增减持比例 TOP10 (%)	12
图 11: 飞天茅台批价走势	13
图 12: 五粮液批价走势	13
图 13: 白酒产量月度跟踪	13
图 14: 白酒价格月度跟踪	13
图 15: 啤酒月度产量跟踪	13
图 16: 进口啤酒月度量价跟踪	13
图 17: 国内啤酒平均价格	14
图 18: 生鲜乳价格指数跟踪	14
图 19: 酸奶及牛奶零售价跟踪	14
图 20: 婴幼儿奶粉价格跟踪	15
图 21: 猪肉平均批发价	15
图 22: 猪肉平均零售价	15
图 23: 鸡肉平均批发价	16

图 24: 鸡肉平均零售价	16
图 25: 大豆价格跟踪	16
图 26: 豆粕价格跟踪	16
图 27: 布伦特原油价格跟踪	17
图 28: 塑料价格指数跟踪	17
图 29: 瓦楞纸价格跟踪	17
图 30: 箱板纸价格跟踪	17

1 上期周度观点及投资建议

1.1 周度观点

2024 年农历春节假期收官，根据微酒数据，白酒出货量表现与去年基本相当，名优酒品牌仍具备较好的市场承接力，随着即将到来的元宵节，传统农历新年进入尾声，整体看市场库存逐步去化，我们认为市场后续表现仍值得期待。核心仍是关注超高端与地产酒的刚需价格带。

上期行业要闻：1) 贵州茅台官网改版上线：茅台集团、贵州茅台酒股份公司官网近日改版上线。“美”成为被突出的重点。在茅台集团官网上，“美酒，美链接，美生活”成为主线。这也印证了丁雄军在茅台集团第七届第二次职工代表大会的论述：推动茅台集团从“卖酒”到“卖生活”转变。

2) 五粮液浓香酒携手央视新闻推出贺岁视频：五粮液浓香酒公司携手央视新闻打造“年味浓起来”IP，邀请总台四大金牌主持人撒贝宁、任鲁豫、杨帆、陈伟鸿共创年味故事，拍摄演绎“年味浓起来”温情贺岁大片。

3) 五粮液明确七方面重点任务：2月5日，五粮液集团公司2023年度工作总结大会举行。大会强调，2024年要坚定不移做强主业、突出高端市场，以提升五粮液品牌价值为牵引，完善产品体系，创新营销模式，优化产业布局，注重新锐市场，创新求变、主动应变，积极培育新型消费群体，厚植未来增长动能；要勇担产区大旗，带动打造中国五粮浓香白酒核心产区，引领建设世界级优质白酒产业集群。

4) 五粮液亮相春晚送亿元好礼：近日，2024年总台春晚落下帷幕，五粮液以“和美好礼”独家互动合作伙伴身份亮相，通过5轮抽奖，向全球观众送出了总价值上亿元的五粮液和美好礼，与全球华人共度幸福中国年。

5) 泸州老窖 2023 年度总结表彰大会举行：2月5日，泸州老窖2023年度总结表彰大会在泸州举行。泸州老窖集团（股份）公司党委书记、董事长刘淼指出，2023年，泸州老窖锚定“十四五”战略目标，取得了良性快速发展新成效。2024年，全体泸州老窖国窖人要围绕“强引领、优布局、提质量、促发展”的发展主题，持续推动集团做大做实；围绕“坚定、攻坚、创新、协同”的发展主题，持续推动股份做专做强；按照“优势叠加、协同发展”的总体思路，弘扬“天地同酿，人间共生”企业哲学，同心同德、再接再厉，书写泸州老窖高质量发展的崭新篇章。

6) 古井贡酒连续多年冠名春晚：2月6日，古井贡酒官方公众号推文显示，年份原浆古20已连续13年独家冠名安徽卫视春晚，连续9年为总台春晚特约播出身份，连续5年独家冠名江苏卫视春晚，连续3年冠名央视戏曲春晚。

7) 陇酒销售预计突破 70 亿：在 2 月 2 日举行的 2024 陇酒发展年会上，甘肃省商务厅党组成员、副厅长邹军透露，2023 年陇酒总销售额预计突破 70 亿元。

8) 金徽酒新提交“丝路金徽”商标注册申请：据企查查 APP 数据显示，近日，金徽酒股份有限公司新提交“丝路金徽”商标注册申请。今年以来，金徽酒股份有限公司新申请注册商标 1 件，截止目前，公司共持有注册商标 722 件，另有 61 件商标尚在注册申请中。

9) 山西汾酒发布高级管理人员聘用公告：2 月 5 日晚间山西汾酒公告，公司召开第八届董事会第四十五次会议，审议通过了《关于聘任高级管理人员的议案》。其中，聘任李沛洁为公司副总经理，不再担任公司总经理助理职务；聘任王怀为公司副总经理、总会计师；聘任张永踊为公司副总经理，不再担任公司总经理助理职务；聘任宋亚鹏为公司总经理助理，并辞任公司监事职务；聘任许志峰为公司董事会秘书。

10) 古越龙山澳洲亮相 2024 澳中春晚：2 月 11 日晚，澳中文化友好协会和澳视传媒共同举办了“龙腾四海 相约悉尼”2024 年澳中春晚。古越龙山澳洲与澳视传媒携手，为这场盛宴增添了绚丽的色彩。古越龙山澳作为澳视传媒的重要合作伙伴，为本次春晚献上了珍贵的国酿 1959 系列三十年陈红玉作抽奖奖品，并为晚宴准备了精美红包礼品。

休闲零食：春节礼品市场升温，线上线下两旺。2024 年货节，三只松鼠持续践行“高端性价比”战略，历史上首次布局全品类、全价位、全矩阵年礼。公司坚果心智礼盒及系列产品持续热销，全渠道销售延续稳定增长趋势，截至 1 月 15 日公告披露日，2024 年货节销售时间进程达三分之二，全渠道销售已超去年年货节全周期总额。行业层面来看，今年年货类的如坚果、巧克力、糖果、饼干、糕点等销售均向好，特别是大包装、礼盒装的规格更受欢迎，同时更多样化的消费场景拉动了年货销售。我们认为，零食年货节销售表现优异，静待一季度业绩兑现。

啤酒：重啤发布业绩快报，销量增长优于行业。2 月 7 日晚间，重庆啤酒披露 2023 年度业绩快报，报告期内，公司实现营业总收入 148.15 亿元，比上年同期增加 5.53%；归属于上市公司股东的净利润 13.37 亿元，比上年同期增长 5.78%。得益于多元化的品牌组合及有效的定价策略，2023 年销量同比增长 4.93%，优于行业水平。面对外部宏观经济影响和竞争更加激烈的啤酒市场状况，公司凭借优化产品组合、控费增效、持续市场投入等策略仍然保持了增长态势。我们认为，随着消费信心渐进式恢复，大麦双反政策取消，成本端利好，公司利润将有所优化。

软饮：东鹏饮料积极备战，蓄力春节开门红。春节期间，东鹏饮料凭借“送东鹏财运爆鹏”及“中国好礼”的亮眼春节陈列，铺

满全国各省市、乡镇的商超、加油站、服务区等渠道，烘托出红红火火的送礼氛围。此外，春节前后一个月，东鹏饮料布局全国14个重点省份高速大牌风暴，以及高德地图语音包提示、分众电梯框架广告等，集中宣传“春节开车回家，备上东鹏”，让返乡的人们感受到能量满满。春节高峰波段，东鹏饮料还冠名卫视春晚、与国民级游戏“欢乐斗地主”植入互动，并投放央视硬广为女篮冲击巴黎奥运加油，线上线下高空陆地多维组合、重拳出击，春节开门红势头确定性十足。

速冻：行业扩产提能，预制菜板块销量增长。速冻食品领军企业如安井、千味、三全等均在扩产方面频频行动，整个行业向着“高标准、大产能、智能化、绿色化”的方向建设。同时，预制菜板块酸菜鱼、猪肚鸡、狮子头、炸带鱼、佛跳墙、八宝饭等菜品成为热门，部分菜品甚至刷新了销量。我们认为，未来行业集中度将不断提高，马太效应凸显，供给侧改革推动产业高质量发展，叠加预制菜国标即将出台落地，消费者信心将有所提振带来新增量。

冷冻烘焙：新鲜、健康、营养助力行业发展。一方面，消费者对于健康的要求越来越高，对于营养搭配愈发重视，低糖低卡、原料成分保障、食品工艺升级、功能化等推动着烘焙食品向着健康化方向发展，全麦、粗粮等形式的烘焙食品成为热门趋势品类。另一方面，随着入局烘焙食品企业的增加，市场上的产品也逐渐变得越来越丰富，各式各样口味的烘焙产品，有颜值、有口味，更符合年轻人当下的生活状态。我们认为终端消费升温将继续带动冷冻烘焙产业链景气提升，看好冷冻烘焙行业在消费升级下渗透率提升逻辑。

1.2 投资建议

白酒：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，受益春节后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。

2 上期市场表现回顾

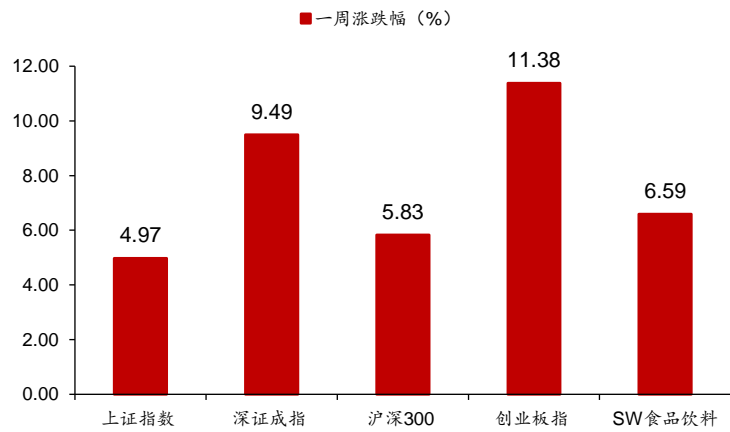
2.1 板块整体指数表现

上期 SW 食品饮料指数上涨 6.59%，相对沪深 300 跑赢 0.76pct。沪深 300 上涨 5.83%，上证指数上涨 4.97%，深证成指上涨 9.49%，创业板指上涨 11.38%。

在 31 个申万一级行业中，食品饮料排名第 21。

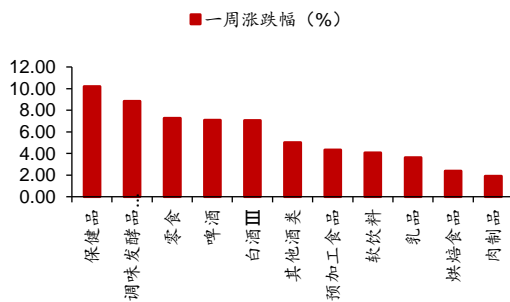
上期 SW 食品饮料各二级行业中，保健品上涨 10.18%，调味发酵品 III 上涨 8.84%，零食上涨 7.26%。

图 1：上期市场表现 (%)



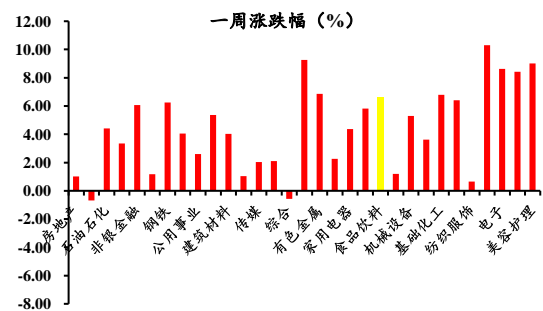
资料来源：Wind，上海证券研究所

图 2：上期食品饮料子行业表现 (%)



资料来源：Wind，上海证券研究所

图 3：上期一级行业表现 (%)



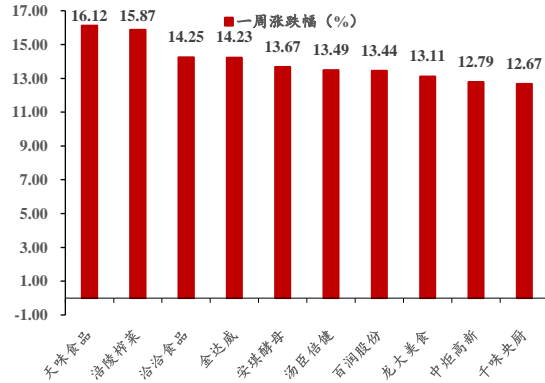
资料来源：Wind，上海证券研究所

2.2 个股行情表现

上期食品饮料行业涨幅排名前五的个股为天味食品上涨 16.12%、涪陵榨菜上涨 15.87%、洽洽食品上涨 14.25%、金达威

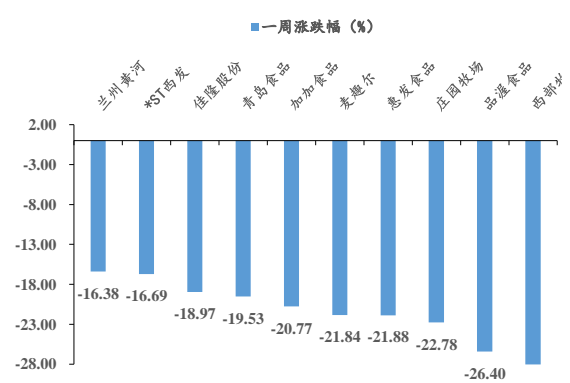
上涨 14.23%、安琪酵母上涨 13.67%；排名后五的个股为西部牧业下跌 28.03%、品渥食品下跌 26.4%、庄园牧场下跌 22.78%、惠发食品下跌 21.88%、麦趣尔下跌 21.84%。

图 4：指数成分股涨幅 TOP10 (%)



资料来源：Wind，上海证券研究所

图 5：指数成分股跌幅 TOP10 (%)



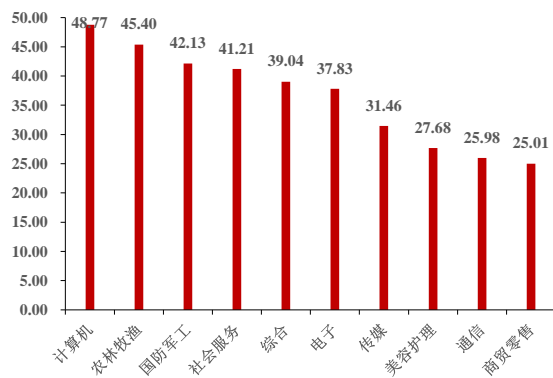
资料来源：Wind，上海证券研究所

2.3 板块及子行业估值水平

截至上期收盘，食品饮料板块整体估值水平在 23.94x，位居 SW 一级行业第 13。

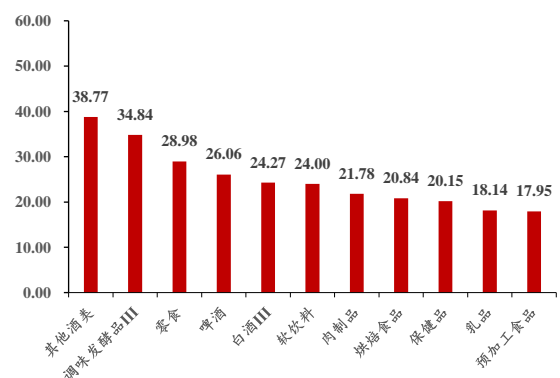
从食品饮料子行业来看，估值排名前三的子行业为其他酒类 38.77x，调味发酵品 III 34.84x，零食 28.98x。

图 6：截至上期收盘 PE_ttm (x) 前十大一级行业



资料来源：Wind，上海证券研究所

图 7：截至上期收盘食品饮料子行业 PE_ttm (x)



资料来源：Wind，上海证券研究所

2.4 陆股通活跃个股表现情况

上期食品饮料行业陆股通持股占比排名前三的个股为洽洽食品 14.60%、伊利股份 12.61%、安井食品 11.35%。

上期食品饮料行业陆股通（外资）持股市值排名前三的个股为贵州茅台 1495.97 亿元、伊利股份 224.20 亿元、五粮液 223.22

亿元。

图 8：上期陆股通持股比例 TOP10

股票	上期陆股通持股占比 (%)
洽洽食品	14.60
伊利股份	12.61
安井食品	11.35
东鹏饮料	7.92
贵州茅台	6.98
重庆啤酒	5.81
中炬高新	5.46
安琪酵母	5.21
涪陵榨菜	4.70
五粮液	4.30

资料来源：Wind，上海证券研究所

图 9：上期外资持有市值 TOP10

股票	外资持有市值 (亿元)
贵州茅台	1,495.97
伊利股份	224.20
五粮液	223.22
海天味业	80.07
泸州老窖	73.71
山西汾酒	58.03
洋河股份	42.61
双汇发展	29.77
洽洽食品	25.53
安井食品	25.50

资料来源：Wind，上海证券研究所

上期陆股通增持前三的个股为佳禾食品增持 1.31%、味知香增持 0.72%、李子园增持 0.71%；陆股通减持前三的个股为洽洽食品减持 0.76%、立高食品减持 0.48%、天味食品减持 0.29%。

图 10：上期陆股通增减持比例 TOP10 (%)

股票名称	上期陆股通增持比例 (%)	股票名称	上期陆股通减持比例 (%)
佳禾食品	1.31	洽洽食品	-0.76
味知香	0.72	立高食品	-0.48
李子园	0.71	天味食品	-0.29
泉阳泉	0.56	燕京啤酒	-0.29
欢乐家	0.53	广州酒家	-0.24
莲花健康	0.41	金徽酒	-0.23
老白干酒	0.39	天佑德酒	-0.19
均瑶健康	0.38	迎驾贡酒	-0.18
紫燕食品	0.36	巴比食品	-0.16
金种子酒	0.35	香飘飘	-0.12

资料来源：Wind，上海证券研究所

3 行业重要数据跟踪

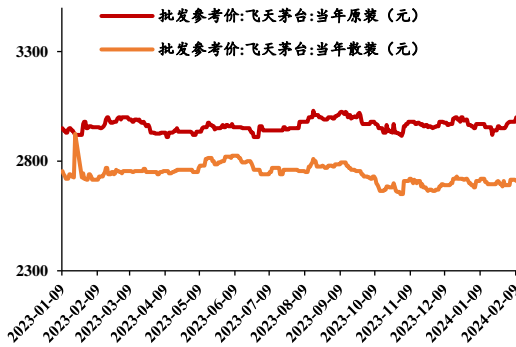
3.1 白酒板块

根据 wind 信息整理，截至 2024 年 2 月 9 日，飞天茅台当年原装和散装批发参考价分别为 3000 元和 2710 元；五粮液普五（八代）批发参考价为 965 元。

2023 年 12 月，全国白酒产量 54.90 万千升，当月同比上升 4.00%。2023 年 12 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 1236.37 元/瓶，白酒 500ml 左右 52 度中

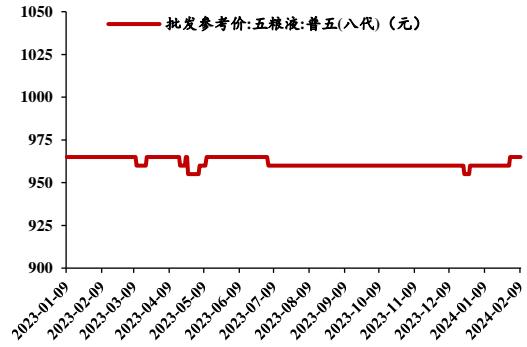
低档平均价格 179.42 元/瓶。

图 11: 飞天茅台批价走势



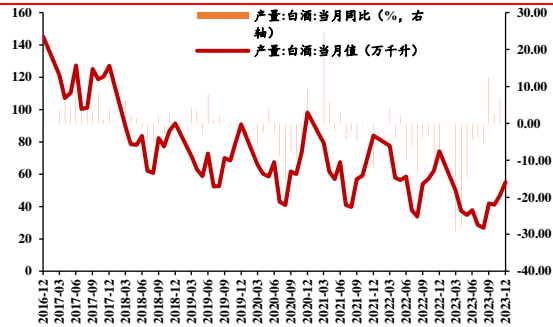
资料来源: Wind, 上海证券研究所

图 12: 五粮液批价走势



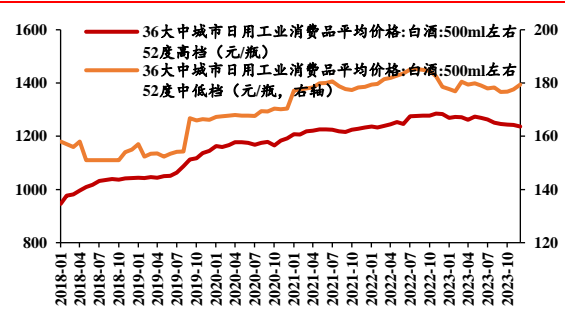
资料来源: Wind, 上海证券研究所

图 13: 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 14: 白酒价格月度跟踪

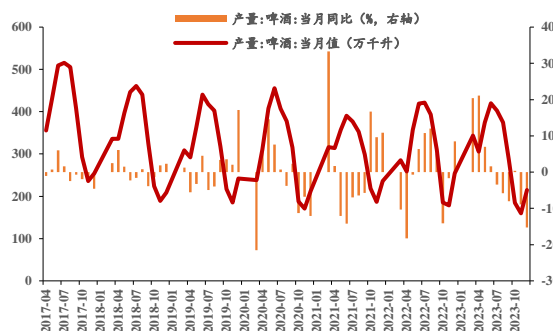


资料来源: Wind, 国家发改委, 上海证券研究所

3.2 啤酒板块

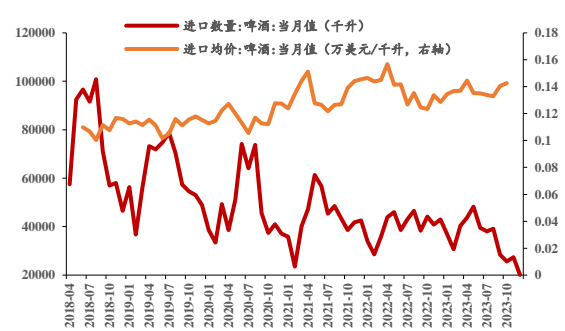
2023 年 12 月, 全国啤酒产量 214.80 万千升, 同比减少 15.30 %。2023 年 12 月全国啤酒进口数量 2.01 万千升。2023 年 12 月全国 36 大中城市日用工业消费品啤酒罐装 350ml 左右平均价格 4.11 元/罐, 啤酒瓶装 630ml 左右平均价格 5.05 元/瓶。

图 15: 啤酒月度产量跟踪



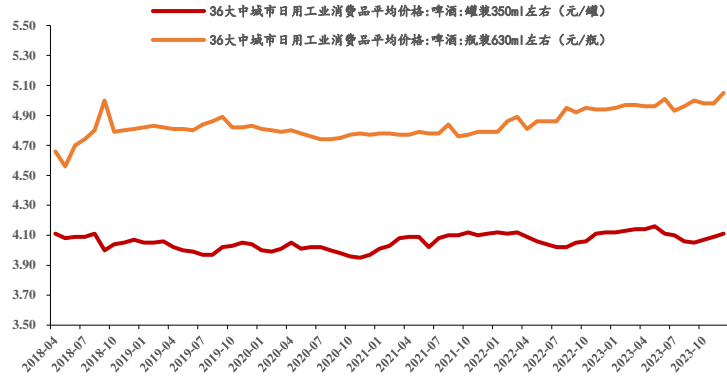
资料来源: Wind, 国家统计局, 上海证券研究所

图 16: 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 17: 国内啤酒平均价格

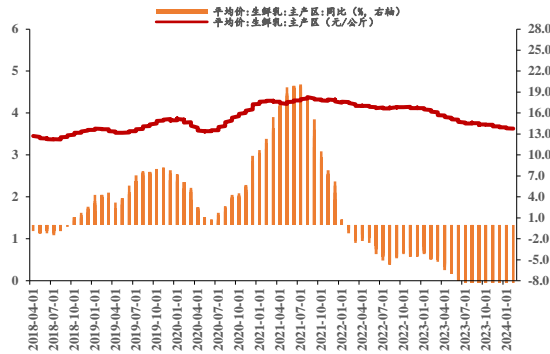


资料来源: Wind, 国家发改委, 上海证券研究所

3.3 乳制品板块

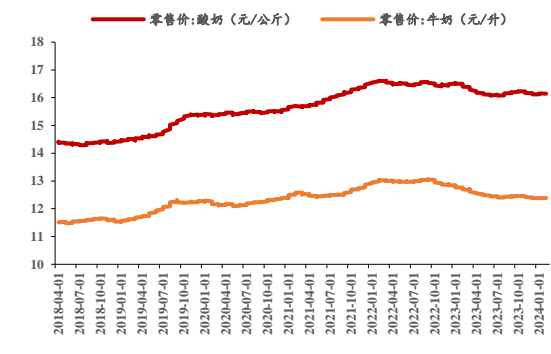
截至 2024 年 2 月 1 日, 全国生鲜乳主产区平均价格 3.63 元/公斤, 同比下降 10.80 %。截至 2024 年 2 月 2 日, 全国酸奶零售价 16.14 元/公斤, 牛奶零售价 12.38 元/升。截至 2024 年 2 月 2 日, 国产品牌奶粉零售价格 225.18 元/公斤, 国外品牌奶粉零售价格 270.13 元/公斤。

图 18: 生鲜乳价格指数跟踪



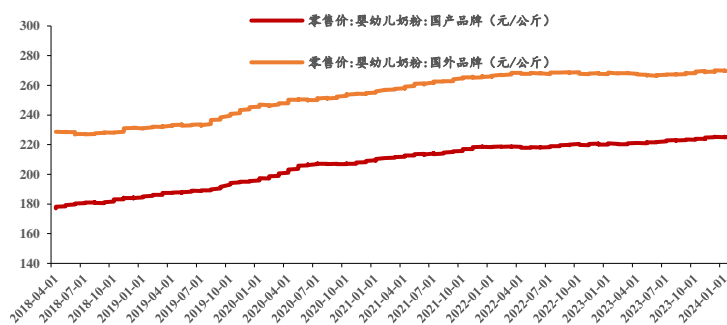
资料来源: Wind, 农业农村部, 上海证券研究所

图 19: 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 20：婴幼儿奶粉价格跟踪



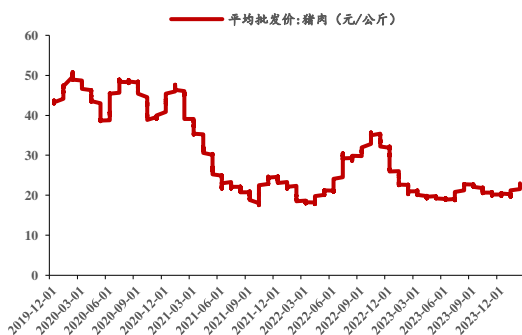
资料来源：Wind，商务部，上海证券研究所

4 成本及包材端重要数据跟踪

4.1 肉制品板块

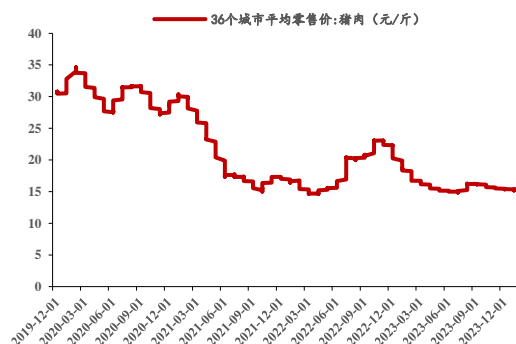
截至 2024 年 2 月 9 日，全国猪肉平均批发价 22.96 元/公斤；截至 2024 年 2 月 8 日，全国 36 个城市猪肉平均零售价 16.07 元/500 克。截至 2024 年 2 月 2 日，全国主产区白羽肉鸡平均价 8.04 元/公斤；截至 2024 年 2 月 8 日，全国 36 个城市鸡肉平均零售价 12.78 元/500 克。

图 21：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 22：猪肉平均零售价



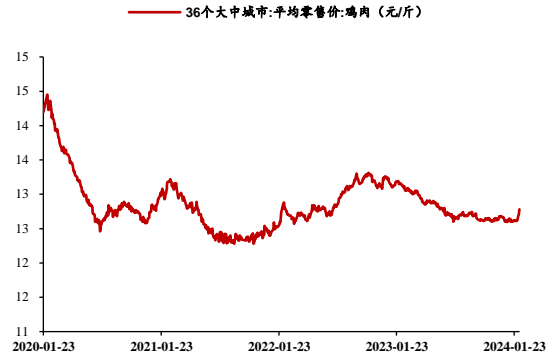
资料来源：Wind，国家发改委，上海证券研究所

图 23: 鸡肉平均批发价



资料来源: Wind, 博亚和讯, 上海证券研究所

图 24: 鸡肉平均零售价

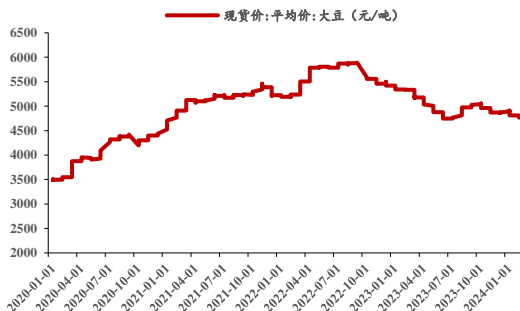


资料来源: Wind, 国家发改委, 上海证券研究所

4.2 大宗原材料及包材相关

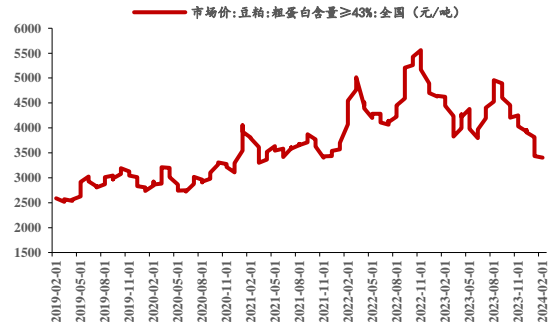
截至 2024 年 2 月 8 日, 全国大豆现货平均价格 4768.42 元/吨。截至 2024 年 2 月 10 日, 全国豆粕(粗蛋白含量 $\geq 43\%$)市场价 3404.10 元/吨。截至 2024 年 2 月 16 日, 英国布伦特 Dtd 原油现货价格 86.30 美元/桶。截至 2024 年 2 月 5 日, 中国塑料城价格指数 839.40。截至 2024 年 2 月 10 日, 全国瓦楞纸(AA 级 120g)市场价格 2867.50 元/吨。截至 2024 年 2 月 8 日, 我国华东市场箱板纸(130gA 级牛卡纸)市场价格 3300.00 元/吨。

图 25: 大豆价格跟踪



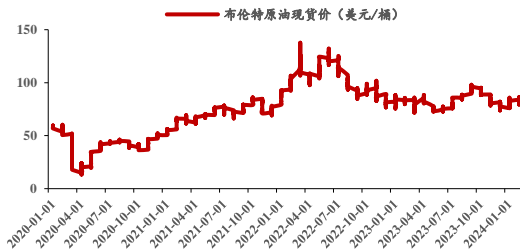
资料来源: Wind, 中国汇易, 上海证券研究所

图 26: 豆粕价格跟踪



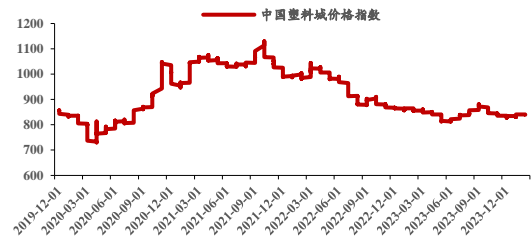
资料来源: Wind, 国家统计局, 上海证券研究所

图 27: 布伦特原油价格跟踪



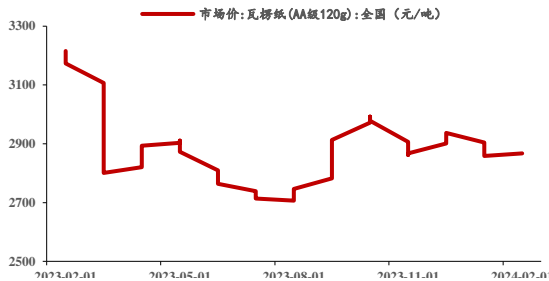
资料来源: Wind, 上海证券研究所

图 28: 塑料价格指数跟踪



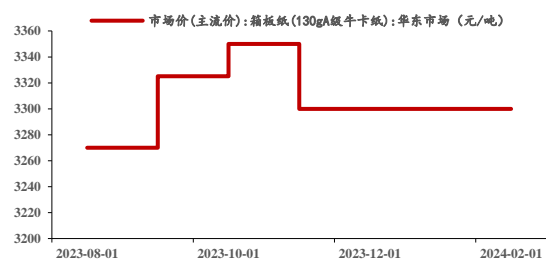
资料来源: Wind, 中塑在线, 上海证券研究所

图 29: 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 30: 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

【山西汾酒】关于聘任公司高级管理人员的公告：本次高级管理人员聘任情况如下，聘任李沛洁先生为公司副总经理，不再担任公司总经理助理职务；聘任王怀先生为公司副总经理、总会计师；聘任张永踊先生为公司副总经理，不再担任公司总经理助理职务；聘任宋亚鹏先生为公司总经理助理，并辞任公司监事职务；聘任许志峰先生为公司董事会秘书。

【李子园】2024 年员工持股计划（草案）：本员工持股计划拟募集资金总额不超过 6,375.00 万元，份数上限为 6,375.00 万份。股份来源为公司回购专用证券账户回购的李子园 A 股普通股股票。本计划合计受让的股份总数不超过 850.00 万股，占公司当前总股本 39,443.2143 万股的 2.15%。其中拟首次受让 750.20 万股，占本员工持股计划标的股票总量 88.26%，占公司当前股本总额的 1.90%；预留 99.80 万股，占本员工持股计划标的股票总量的 11.74%，占公司当前股本总额的 0.25%。

【重庆啤酒】2023 年度业绩快报公告：报告期内，公司实现

营业总收入 148.15 亿元，比上年同期增加 5.53%；归属于上市公司股东的净利润 13.37 亿元，比上年同期增长 5.78%。面对外部宏观经济影响和竞争更加激烈的啤酒市场状况，公司仍然保持了增长态势，2023 年销量优于行业水平，同比增长 4.93%，得益于多元化的品牌组合及有效的定价策略，营业总收入增长 5.53%。

【华统股份】2024 年 1 月畜禽销售情况简报：1、生猪销售情况：2024 年 1 月份，公司生猪销售数量 235,878 头（其中仔猪销售 22,391 头），环比变动 2.30%，同比变动 45.84%。2024 年 1 月份，公司生猪销售收入 35,711.18 万元，环比变动-4.55%，同比变动 33.91%。2024 年 1 月份，商品猪销售均价 13.81 元/公斤，比 2023 年 12 月份上升 0.07%。2024 年 1 月份生猪销售数量同比变动的主要原因为 2024 年产能释放，生猪出栏量增加所致。生猪销售收入同比变动的主要原因为销售量增加所致。

2、鸡销售情况：2024 年 1 月份鸡销售数量 178.68 万只，环比变动 56.79%，同比变动 223.40%。2024 年 1 月份鸡销售收入 1,924.89 万元，环比变动-9.46%，同比变动 108.95%。2024 年 1 月份鸡销售数量环比变动主要原因为外销鸡苗增加所致；鸡销售数量同比变动主要原因为外销鸡苗增加及公司投产鸡场增加鸡出栏量增加所致。鸡销售收入同比变动主要原因为 2024 年 1 月份公司鸡出栏量增加所致。

【好想你】关于回购公司股份比例达到 1%的进展公告：截至 2024 年 2 月 7 日，公司通过股份回购专用证券账户以集中竞价方式回购公司股份 6,960,204 股，回购股份数占公司目前总股本的 1.54%，最高成交价为 5.38 元/股，最低成交价为 4.92 元/股，回购总金额为 36,354,034.20 元（不包含交易费用）。

6 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。