



**上海证券**  
SHANGHAI SECURITIES

## 白酒春节预热，大众食品新品频出

——食品饮料行业周报 20241202-20241208

### 增持（维持）

行业： 食品饮料  
日期： 2024年12月08日

分析师： 王慧林  
Tel: 15951919467  
E-mail: wanghuilin@shzq.com  
SAC 编号: S0870524040001  
分析师： 赖思琪  
Tel: 021-53686180  
E-mail: laisiqi@shzq.com  
SAC 编号: S0870524090001  
分析师： 袁家岗  
Tel: 02153686249  
E-mail: yuanjiagang@shzq.com  
SAC 编号: S0870524090003

#### ■ 投资要点：

本周行业要闻：1) 贵州 2027 形成 3000 亿级酱香白酒产业集群：近日，中共贵州省委贵州省人民政府发布关于全面推进美丽贵州建设的实施意见。其中，在加快培育壮大绿色产业方面提到，到 2027 年，形成资源精深加工、新能源电池材料、现代能源 3 个 5000 亿元级产业集群，酱香白酒、大数据电子信息、先进装备制造 3 个 3000 亿元级产业集群。

2) 仁怀前三季度白酒产值增长 12.95%：据贵州日报，前三季度，仁怀市 133 家白酒企业累计完成工业产值 853.09 亿元，同比增长 12.95%，全市在库白酒工业项目 61 个，总投资 596.28 亿元。

3) 五粮液与智利干露葡萄酒合作：12 月 5 日，五粮液集团与智利干露葡萄酒集团合作备忘录签署暨“融合之礼”创新产品发布会在“2024 中国智利周”成都站开幕式期间举行。礼盒中选取两款高端酒：五粮液·紫气东来和干露魔爵。五粮液通过跨界合作，打造契合多元消费需求创新产品，持续深化国际市场的品牌认知及白酒文化推广。

4) 泸州老窖 60 版特曲正在川渝部分地区试点线下全渠道运营：泸州老窖 60 版特曲过去主要依靠团购渠道培育口碑和拓展市场，目前正在川渝部分地区试点线下全渠道运营。在川渝外继续以团购模式为主，积累口碑，进一步提高 60 版特曲的品牌知名度和美誉度，不断拓展 60 版特曲的发展空间。

5) 汾酒经销商大会召开：12 月 2 日，以“越山海砥砺复兴，聚力行继往开来”为主题的 2024 汾酒全球经销商大会在山西太原召开。会上，汾酒党委书记、董事长袁清茂表示，汾酒复兴的纲领就是超越自己、做好自己。未来汾酒将以“一个目标、两个践行、三力合一、四维突破、五力支撑”为指引，保证“复兴”的高质量和战略定力。

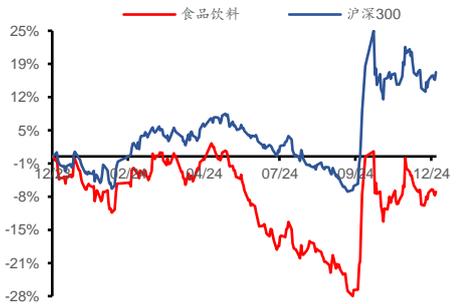
6) “青花汾酒 26·复兴”全球首发：12 月 2 日，2024 汾酒全球经销商大会召开。会上，“青花汾酒 26·复兴”正式官宣全球首发。据悉，“青花汾酒 26·复兴”的终端指导价为 718 元，作为定位在青花汾酒 20 和青花汾酒 30 之间的核心产品，“青花汾酒 26·复兴”填补了汾酒在这一价位段的产品空白。

7) 古井贡酒独家特约 2025 央视春晚：12 月 2 日，中央广播电视总台 2025 乙巳蛇年《春节联欢晚会》独家特约项目签约仪式举行，古井贡酒与中央广播电视总台春晚正式签约，这是古井贡酒连续十年特约播出中央广播电视总台春晚。

8) 青花郎开启开盖扫码活动：近日，青花郎宣布，在 2024 年 12 月 1 日-2025 年 12 月 31 日期间，购买第五代青花郎打开瓶盖扫码，即可参与抽奖，且综合中奖率 100%，据悉，其中最高奖品为红运郎 500ml 装一瓶。

休闲零食：上新品扩渠道，休闲零食企业备战年货节。12 月中旬，零食行业预计将迎来销售旺季，多家公司已启动年货节仓库备货，并通过营销发力，以确保充分满足年货节期间的市场需求。劲仔针对元旦和春节，公司将在线下开展万场规模的品牌营销活动，包括主题店打造、迷你秀、品牌活动、试吃推广等，营造良好的节日氛围和购物体验。产品端，公司将劲仔深海鳀鱼、七个博士鹤鹑蛋产品与节日相融合，推出多款“年年有鱼”和“团团圆圆”礼盒，传递“吉祥”鱼文

#### 最近一年行业指数与沪深 300 比较



#### 相关报告：

《龙头白酒积极分红，食品公司加快产品布局 ——食品饮料行业周报 20241125-20241201》

——2024 年 12 月 01 日

《酒行业缩量竞争，关注龙头企业表现 ——食品饮料行业周报 20241118-20241124》

——2024 年 11 月 24 日

《社零回暖，双十一拉动消费增长 ——食品饮料行业周报 20241111-20241117》

——2024 年 11 月 17 日

化和“团圆”的美好期盼。来伊份推出全新新年联名款“新鲜优果”系列礼盒，如“新年暴富”“好事发生”等。好想你坚持线上引领、线下扎根的全渠道运营策略，以山姆会员店、永辉商超为渠道标杆，引领线下渠道加速拓展。我们认为，即将步入零食旺季，行业景气度提升，企业积极布局礼盒产品、拓展渠道，伴随年节氛围带动有望实现销量高增。

**啤酒：精酿啤酒再上新，京A推出“烤肉大师波特”。**12月6日，京A全门店上新京A和本垒合酿的冬日暖身酒“烤肉大师波特”。这款浓郁的波特使用了铸铁偏置式烟熏炉和本垒标志性白色橡木熏制的麦芽，巧克力和雪茄盒的香气与烟熏基调交织在一起，创造出一种复杂的、黑曜石般的烟熏波特啤酒，造就独特的味觉体验。我们认为，京A近期连续上新紫苏桃子西打啤酒、烟熏啤酒等新品，有望通过线下门店带动业绩增量。

**软饮：元气森林2024年销售业绩披露，新品陆续亮相。**近日，元气森林在珠海隆重举办2024年经销商大会。会上，唐彬森不仅分享了元气森林在今年的业绩表现，还正式发布了一系列战略新品。唐彬森在演讲中透露：“元气森林今年增长绝对值仅次于2021年”。本次经销商大会上，元气森林为2025年准备了充足的“弹药”，既有经典产品的升级，又有全新产品的亮相。其中，外星人维B水、冷泡茉莉、冰乳苏打等新品，都是在行业内的首次曝光，公司还明确提出2025年要“加码餐饮”，并围绕汽水产品类推出更多新品，包括维生素汽水、能量汽水、果汁汽水。

**速冻：安井出海新进展，稳步推进国际化布局。**12月2日晚间，安井发布公告称筹划发行H股股票并在香港联合交易所上市。募集资金拟用于全球销售网络建设、全球供应链体系建设等。通过H股上市，安井食品可以进一步拓展国际市场，提升品牌影响力。我们认为，安井通过出海寻找增量，境外收入快速拓张，同时依然持续加码速冻食品领域的烤肠、烧麦、牛羊肉卷等产品，看好公司长远稳健发展。

**调味品：厨邦公司成为中炬高新全资孙公司，助力健康食品产业统一布局。**近日，中炬高新全资孙公司阳西美味鲜与朗天慧德签订《股权转让合同》，朗天慧德将其持有的厨邦公司20%股权无偿转让给阳西美味鲜。股权变更登记已于2024年12月5日完成。本次交易不涉及关联交易，也不构成重大资产重组。交易完成后，厨邦公司成为中炬高新的全资孙公司。通过本次受让厨邦公司少数股权，厨邦公司即成为公司的全资孙公司，有利于公司统筹管理，进一步提升管理决策效率，持续推进内部资源整合，促进公司高质量发展，符合公司战略发展规划。健康食品产业的全部投资均来自中炬高新，更有利于产业的统一布局，聚焦公司新的战略目标，为健康食品主业的持续健康增长奠定了坚实的基础。

**冷冻烘焙：低GI逐渐兴起，盼盼引领健康烘焙新风尚。**近些年，受健康风潮的影响，消费者对健康饮食越发重视，既能帮助人体平稳血糖甚至还能补充更多能量的低GI食品迅速走上台前成为大健康市场上的一条高潜力赛道，低GI食品不再是特殊人群的专属，而是已经从细分人群的青睐逐渐成为大众需求。为了满足消费者对健康食品的多元化需求，盼盼食品发挥自身创新优势发力低GI赛道，打造出了涵盖低GI饼干、低GI营养欧包等产品的低GI矩阵，为消费者带来全新的健康

美味体验，此外，盼盼低 GI 法式小面包、低 GI 蛋糕也将实现创新突破，或将在不久之后正式上市，助力更多消费圈层解锁美味低 GI 生活。

### ■ 投资建议：

**白酒：**建议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

<b>1 本周周度观点及投资建议</b> .....	<b>6</b>
1.1 周度观点 .....	6
1.2 投资建议 .....	8
<b>2 本周市场表现回顾</b> .....	<b>10</b>
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
<b>3 行业重要数据跟踪</b> .....	<b>12</b>
3.1 白酒板块 .....	12
3.2 啤酒板块 .....	12
3.3 乳制品板块 .....	13
<b>4 成本及包材端重要数据跟踪</b> .....	<b>14</b>
4.1 肉制品板块 .....	14
4.2 大宗原材料及包材相关 .....	15
<b>5 上市公司重要公告整理</b> .....	<b>16</b>
<b>6 行业要闻</b> .....	<b>17</b>
<b>7 风险提示</b> .....	<b>19</b>

## 图

图 1: 本周市场表现 (%) .....	10
图 2: 本周食品饮料子行业表现 (%) .....	10
图 3: 本周一级行业表现 (%) .....	10
图 4: 指数成分股涨幅 TOP10 (%) .....	11
图 5: 指数成分股涨跌幅靠后 TOP10 (%) .....	11
图 6: 截至本周收盘 PE_ttm (x) 前十大一级行业 .....	11
图 7: 截至本周收盘食品饮料子行业 PE_ttm (x) .....	11
图 8: 飞天茅台批价走势 .....	12
图 9: 五粮液批价走势 .....	12
图 10: 白酒产量月度跟踪 .....	12
图 11: 白酒价格月度跟踪 .....	12
图 12: 啤酒月度产量跟踪 .....	13
图 13: 进口啤酒月度量价跟踪 .....	13
图 14: 国内啤酒平均价格 .....	13
图 15: 生鲜乳价格指数跟踪 .....	13
图 16: 酸奶及牛奶零售价跟踪 .....	13
图 17: 婴幼儿奶粉价格跟踪 .....	14
图 18: 猪肉平均批发价 .....	14
图 19: 猪肉平均零售价 .....	14
图 20: 鸡肉平均批发价 .....	15
图 21: 鸡肉平均零售价 .....	15
图 22: 大豆价格跟踪 .....	15
图 23: 豆粕价格跟踪 .....	15

---

图 24: 布伦特原油价格跟踪 .....	15
图 25: 塑料价格指数跟踪 .....	15
图 26: 瓦楞纸价格跟踪 .....	16
图 27: 箱板纸价格跟踪 .....	16

## 1 本周周度观点及投资建议

### 1.1 周度观点

#### 本周行业要闻：1) 贵州 2027 形成 3000 亿级酱香白酒产业集群：

近日，中共贵州省委贵州省人民政府发布关于全面推进美丽贵州建设的实施意见。其中，在加快培育壮大绿色产业方面提到，到 2027 年，形成资源精深加工、新能源电池材料、现代能源 3 个 5000 亿元级产业集群，酱香白酒、大数据电子信息、先进装备制造 3 个 3000 亿元级产业集群。

2) 仁怀前三季度白酒产值增长 12.95%：据贵州日报，前三季度，仁怀市 133 家白酒企业累计完成工业产值 853.09 亿元，同比增长 12.95%，全市在库白酒工业项目 61 个，总投资 596.28 亿元。

3) 五粮液与智利干露葡萄酒合作：12 月 5 日，五粮液集团与智利干露葡萄酒集团合作备忘录签署暨“融合之礼”创新产品发布会在“2024 中国智利周”成都站开幕式期间举行。礼盒中选取两款高端酒：五粮液·紫气东来和干露魔爵。五粮液通过跨界合作，打造契合多元消费需求的创新产品，持续深化国际市场的品牌认知及白酒文化推广。

4) 泸州老窖 60 版特曲正在川渝部分地区试点线下全渠道运营：泸州老窖 60 版特曲过去主要依靠团购渠道培育口碑和拓展市场，目前正在川渝部分地区试点线下全渠道运营。在川渝外继续以团购模式为主，积累口碑，进一步提高 60 版特曲的品牌知名度和美誉度，不断拓展 60 版特曲的发展空间。

5) 汾酒经销商大会召开：12 月 2 日，以“越山海砥砺前行，聚力行继往开来”为主题的 2024 汾酒全球经销商大会在山西太原召开。会上，汾酒党委书记、董事长袁清茂表示，汾酒复兴的纲领就是超越自己、做好自己。未来汾酒将以“一个目标、两个践行、三力合一、四维突破、五力支撑”为指引，保证“复兴”的高质量和战略定力。

6) “青花汾酒 26·复兴”全球首发：12 月 2 日，2024 汾酒全球经销商大会召开。会上，“青花汾酒 26·复兴”正式官宣全球首发。据悉，“青花汾酒 26·复兴”的终端指导价为 718 元，作为定位在青花汾酒 20 和青花汾酒 30 之间的核心产品，“青花汾酒 26·复兴”填补了汾酒在这一价位段的产品空白。

7) 古井贡酒独家特约 2025 央视春晚：12 月 2 日，中央广播电视总台 2025 乙巳蛇年《春节联欢晚会》独家特约项目签约仪式举行，古井贡酒与中央广播电视总台春晚正式签约，这是古井贡酒连续十年特约播出中央广播电视总台春晚。

8) 青花郎开启开盖扫码活动：近日，青花郎宣布，在 2024 年 12 月 1 日-2025 年 12 月 31 日期间，购买第五代青花郎打开瓶盖扫码，即可参与抽奖，且综合中奖率 100%，据悉，其中最高奖品为红运

请务必阅读尾页重要声明

郎 500ml 装一瓶。

**休闲零食：上新品扩渠道，休闲零食企业备战年货节。**12月中旬，零食行业预计将迎来销售旺季，多家公司已启动年货节仓库备货，并通过营销发力，以确保充分满足年货节期间的市场需求。劲仔针对元旦和春节，公司将在线下开展万场规模的品牌营销活动，包括主题店打造、迷你秀、品牌活动、试吃推广等，营造良好的节日氛围和购物体验。产品端，公司将劲仔深海鳀鱼、七个博士鹌鹑蛋产品与节日相融合，推出多款“年年有鱼”和“团团圆圆”礼盒，传递“吉祥”鱼文化和“团圆”的美好期盼。来伊份推出全新新年联名款“新鲜优果”系列礼盒，如“新年暴富”“好事发生”等。好想你坚持线上引领、线下扎根的全渠道运营策略，以山姆会员店、永辉商超为渠道标杆，引领线下渠道加速拓展。我们认为，即将步入零食旺季，行业景气度提升，企业积极布局礼盒产品、拓展渠道，伴随年节氛围带动有望实现销量高增。

**啤酒：精酿啤酒再上新，京A推出“烤肉大师波特”。**12月6日，京A全门店上新京A和本垒合酿的冬日暖身酒“烤肉大师波特”。这款浓郁的波特使用了铸铁偏置式烟熏炉和本垒标志性白色橡木熏制的麦芽，巧克力和雪茄盒的香气与烟熏基调交织在一起，创造出一种复杂的、黑曜石般的烟熏波特啤酒，造就独特的味觉体验。我们认为，京A近期连续上新紫苏桃子西打啤酒、烟熏啤酒等新品，有望通过线下门店带动业绩增量。

**软饮：元气森林 2024 年销售业绩披露，新品陆续亮相。**近日，元气森林在珠海隆重举办 2024 年经销商大会。会上，唐彬森不仅分享了元气森林在今年的业绩表现，还正式发布了一系列战略新品。唐彬森在演讲中透露：“元气森林今年增长绝对值仅次于 2021 年”。本次经销商大会上，元气森林为 2025 年准备了充足的“弹药”，既有经典产品的升级，又有全新产品的亮相。其中，外星人维 B 水、冷泡茉莉、冰乳苏打等新品，都是在行业内的首次曝光，公司还明确提出 2025 年要“加码餐饮”，并围绕汽水产品类推出更多新品，包括维生素汽水、能量汽水、果汁汽水。

**速冻：安井出海新进展，稳步推进国际化布局。**12月2日晚间，安井发布公告称筹划发行H股股票并在香港联合交易所上市。募集资金拟用于全球销售网络建设、全球供应链体系建设等。通过H股上市，安井食品可以进一步拓展国际市场，提升品牌影响力。我们认为，安井通过出海寻找增量，境外收入快速拓张，同时依然持续加码速冻食品领域的烤肠、烧麦、牛羊肉卷等产品，看好公司长远稳健发展。

**调味品：厨邦公司成为中炬高新全资孙公司，助力健康食品产业统一布局。**近日，中炬高新全资孙公司阳西美味鲜与朗天慧德签

订《股权转让合同》，朗天慧德将其持有的厨邦公司 20%股权无偿转让给阳西美味鲜。股权变更登记已于 2024 年 12 月 5 日完成。本次交易不涉及关联交易，也不构成重大资产重组。交易完成后，厨邦公司成为中炬高新的全资孙公司。通过本次受让厨邦公司少数股权，厨邦公司即成为公司的全资孙公司，有利于公司统筹管理，进一步提升管理决策效率，持续推进内部资源整合，促进公司高质量发展，符合公司战略发展规划。健康食品产业的全部投资均来自中炬高新，更有利于产业的统一布局，聚焦公司新的战略目标，为健康食品主业的持续健康增长奠定了坚实的基础。

**冷冻烘焙：低 GI 逐渐兴起，盼盼引领健康烘焙新风尚。**近些年，受健康风潮的影响，消费者对健康饮食越发重视，既能帮助人体平稳血糖甚至还能补充更多能量的低 GI 食品迅速走上台前成为大健康市场上的一条高潜力赛道，低 GI 食品不再是特殊人群的专属，而是已经从细分人群的青睐逐渐成为大众需求。为了满足消费者对健康食品的多元化需求，盼盼食品发挥自身创新优势发力低 GI 赛道，打造出了涵盖低 GI 饼干、低 GI 营养欧包等产品的低 GI 矩阵，为消费者带来全新的健康美味体验，此外，盼盼低 GI 法式小面包、低 GI 蛋糕也将实现创新突破，或将在不久之后正式上市，助力更多消费圈层解锁美味低 GI 生活。

## 1.2 投资建议

**白酒：**建议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 本周市场表现回顾

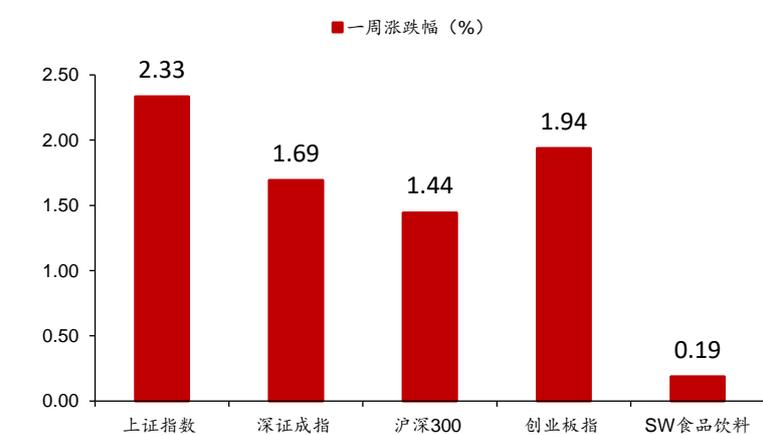
### 2.1 板块整体指数表现

本周 SW 食品饮料指数上涨 0.19%，相对沪深 300 跑输 1.26pct。沪深 300 上涨 1.44%，上证指数上涨 2.33%，深证成指上涨 1.69%，创业板指上涨 1.94%。

在 31 个申万一级行业中，食品饮料排名第 31。

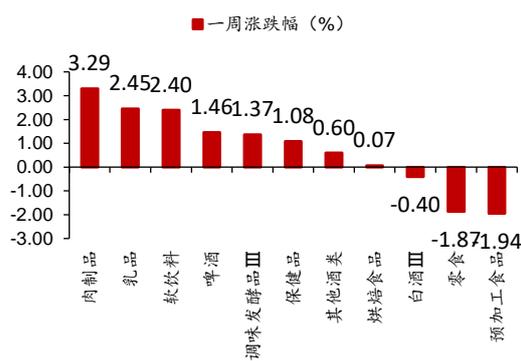
本周 SW 食品饮料各二级行业中，肉制品上涨 3.29%，乳品上涨 2.45%，软饮料上涨 2.40%。

图 1：本周市场表现 (%)



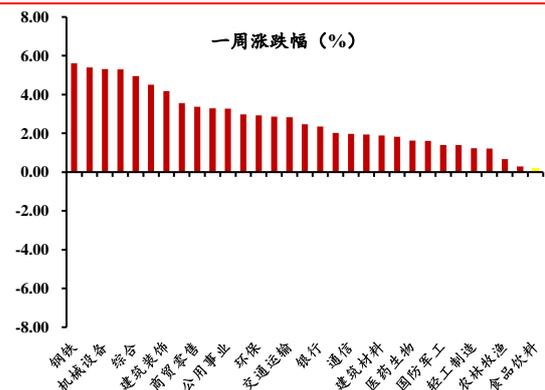
资料来源：Wind，上海证券研究所

图 2：本周食品饮料子行业表现 (%)



资料来源：Wind，上海证券研究所

图 3：本周一级行业表现 (%)



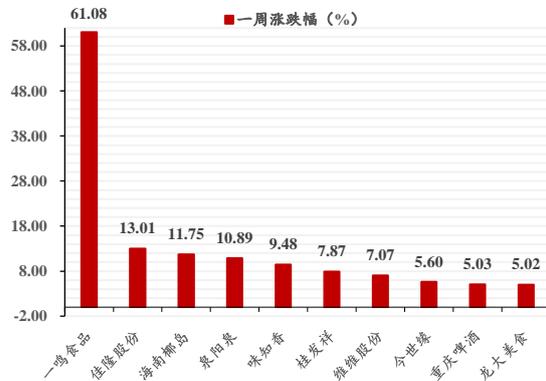
资料来源：Wind，上海证券研究所

### 2.2 个股行情表现

本周食品饮料行业涨幅排名前五的个股为一鸣食品上涨 61.08%、佳隆股份上涨 13.01%、海南椰岛上涨 11.75%、泉阳泉

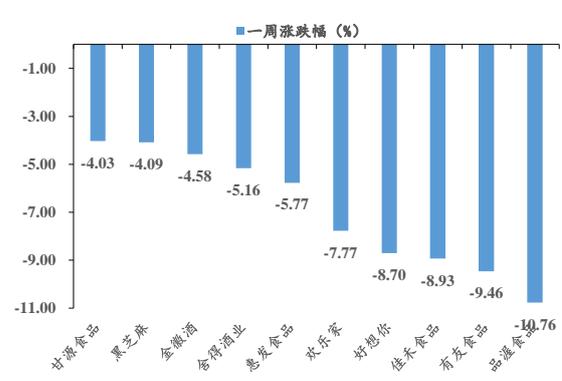
上涨 10.89%、味知香上涨 9.48%；排名后五的个股为品渥食品下跌 10.76%、有友食品下跌 9.46%、佳禾食品下跌 8.93%、好想你下跌 8.7%、欢乐家下跌 7.77%。

图 4：指数成分股涨幅 TOP10 (%)



资料来源：Wind，上海证券研究所

图 5：指数成分股涨跌幅靠后 TOP10 (%)



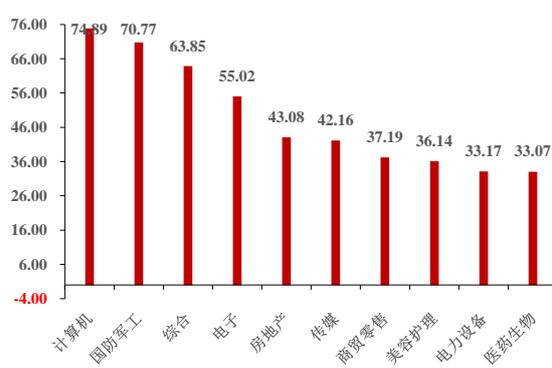
资料来源：Wind，上海证券研究所

### 2.3 板块及子行业估值水平

截至本周收盘，食品饮料板块整体估值水平在 21.19x，位居 SW 一级行业第 21。

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 48.78x，保健品 33.71x，零食 31.74x。

图 6：截至本周收盘 PE\_ttm (x) 前十大一级行业



资料来源：Wind，上海证券研究所

图 7：截至本周收盘食品饮料子行业 PE\_ttm (x)



资料来源：Wind，上海证券研究所

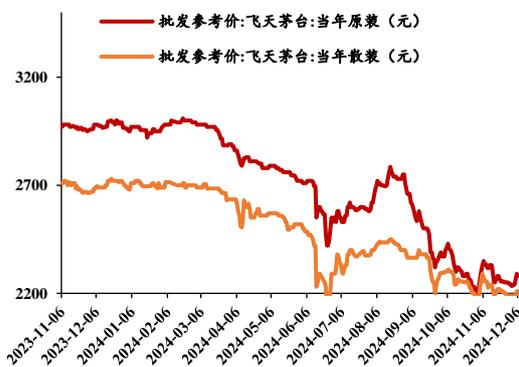
### 3 行业重要数据跟踪

#### 3.1 白酒板块

根据 wind 信息整理，截至 2024 年 12 月 6 日，飞天茅台当年原装和散装批发参考价分别为 2280 元和 2210 元；截至 2024 年 12 月 6 日，五粮液普五（八代）批发参考价为 950 元。

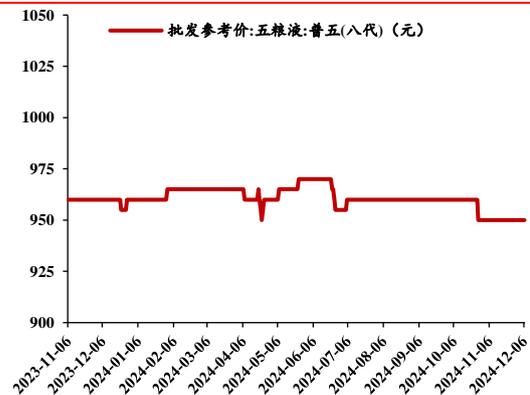
2024 年 10 月，全国白酒产量 34.00 万千升，当月同比下降 12.10%。2024 年 4 月全国 36 大中城市日用工业消费品白酒 500ml 左右 52 度高档平均价格 1218.13 元/瓶，白酒 500ml 左右 52 度中低档平均价格 178.30 元/瓶。

图 8：飞天茅台批价走势



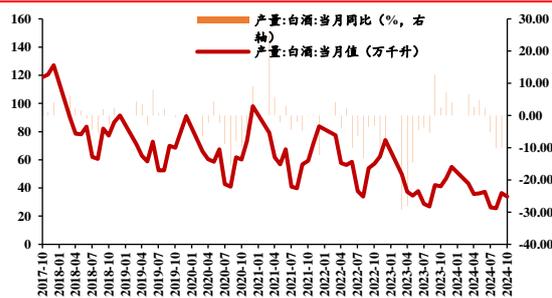
资料来源：Wind，上海证券研究所

图 9：五粮液批价走势



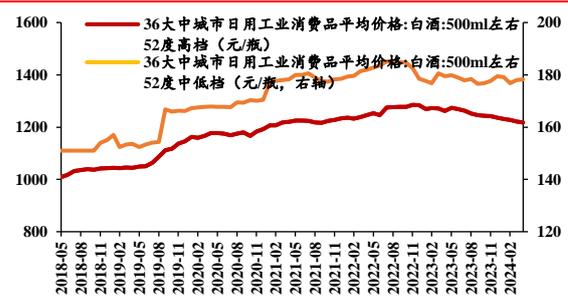
资料来源：Wind，上海证券研究所

图 10：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 11：白酒价格月度跟踪

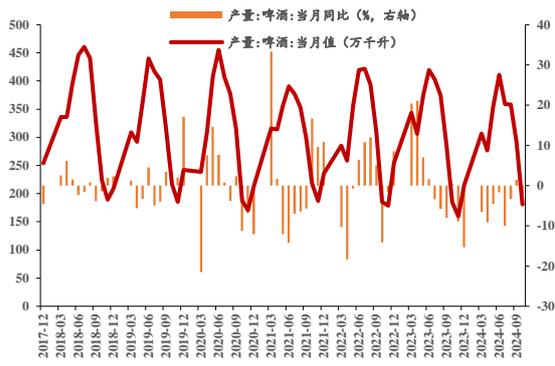


资料来源：Wind，国家发改委，上海证券研究所

#### 3.2 啤酒板块

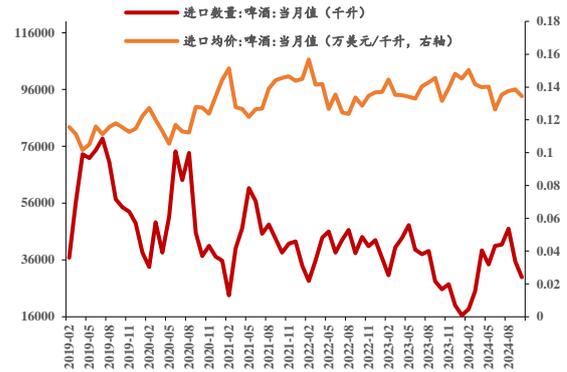
2024 年 10 月，全国啤酒产量 180.70 万千升，同比减少 2.30%。2024 年 10 月全国啤酒进口数量 3.00 万千升。2024 年 4 月全国 36 大中城市日用工业消费品啤酒罐装 350ml 左右平均价格 4.15 元/罐，啤酒瓶装 630ml 左右平均价格 5.15 元/瓶。

图 12: 啤酒月度产量跟踪



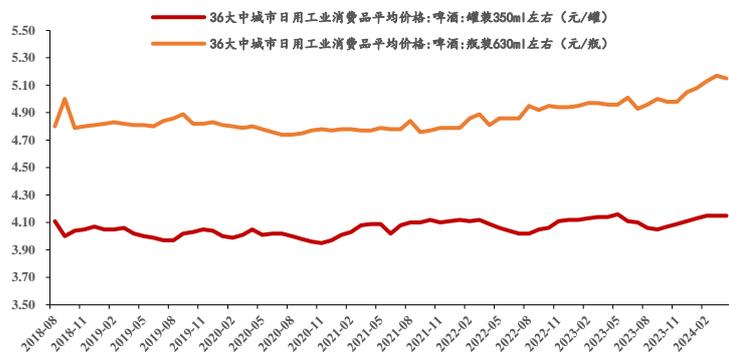
资料来源: Wind, 国家统计局, 上海证券研究所

图 13: 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 14: 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

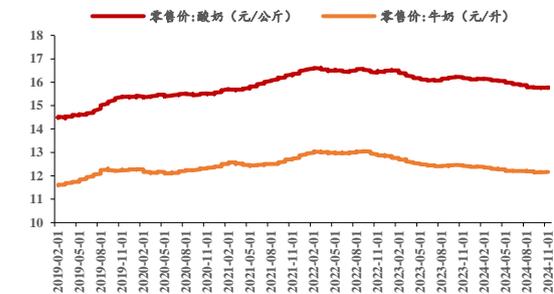
截至 2024 年 11 月 27 日, 全国生鲜乳主产区平均价格 3.12 元/公斤。截至 2024 年 11 月 29 日, 全国酸奶零售价 15.75 元/公斤, 牛奶零售价 12.16 元/升。截至 2024 年 11 月 29 日, 国产品牌奶粉零售价格 224.73 元/公斤, 国外品牌奶粉零售价格 269.69 元/公斤。

图 15: 生鲜乳价格指数跟踪



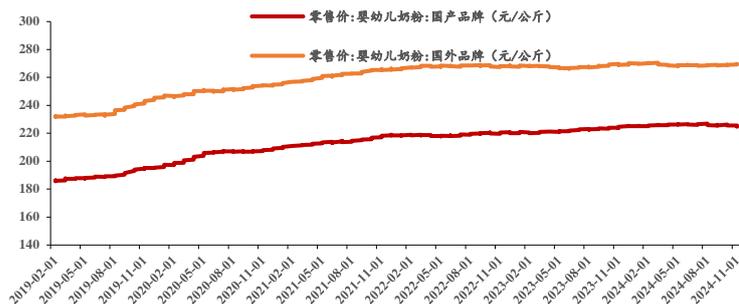
资料来源: Wind, 农业农村部, 上海证券研究所

图 16: 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 17: 婴幼儿奶粉价格跟踪



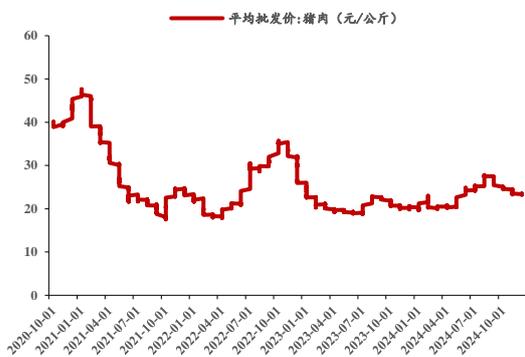
资料来源: Wind, 商务部, 上海证券研究所

## 4 成本及包材端重要数据跟踪

### 4.1 肉制品板块

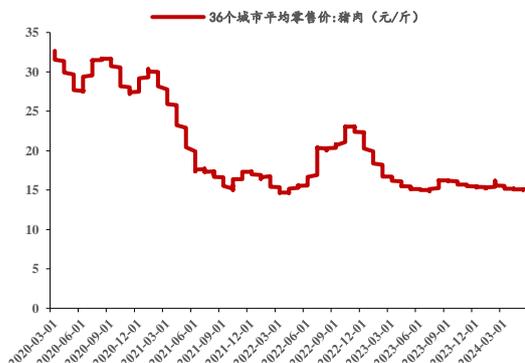
截至 2024 年 12 月 6 日, 全国猪肉平均批发价 23.13 元/公斤; 截至 2024 年 5 月 21 日, 全国 36 个城市猪肉平均零售价 15.12 元/500 克。截至 2024 年 12 月 6 日, 全国主产区白羽肉鸡平均价 7.55 元/公斤; 截至 2024 年 5 月 21 日, 全国 36 个城市鸡肉平均零售价 12.55 元/500 克。

图 18: 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 19: 猪肉平均零售价



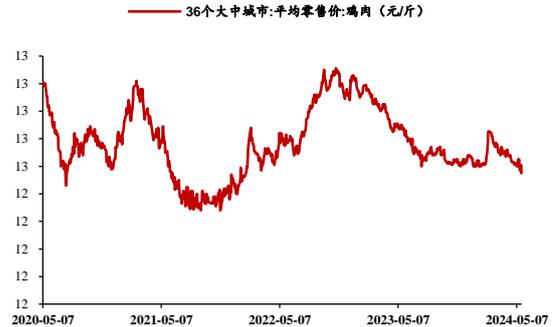
资料来源: Wind, 国家发改委, 上海证券研究所

图 20: 鸡肉平均批发价



资料来源: Wind, 博亚和讯, 上海证券研究所

图 21: 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 12 月 6 日, 全国大豆现货平均价格 3997.89 元/吨。截至 2024 年 11 月 30 日, 全国豆粕(粗蛋白含量 $\geq 43\%$ )市场价 2972.20 元/吨。截至 2024 年 12 月 6 日, 英国布伦特 Dtd 原油现货价格 72.83 美元/桶。截至 2024 年 12 月 6 日, 中国塑料城价格指数 887.05。截至 2024 年 11 月 30 日, 全国瓦楞纸(AA 级 120g)市场价格 2748.30 元/吨。截至 2024 年 12 月 6 日, 我国华东市场箱板纸(130gA 级牛卡纸)市场价格 3240.00 元/吨。

图 22: 大豆价格跟踪



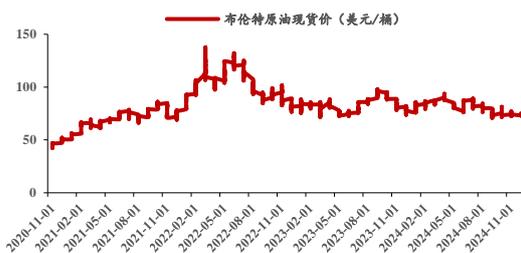
资料来源: Wind, 中国汇易, 上海证券研究所

图 23: 豆粕价格跟踪



资料来源: Wind, 国家统计局, 上海证券研究所

图 24: 布伦特原油价格跟踪



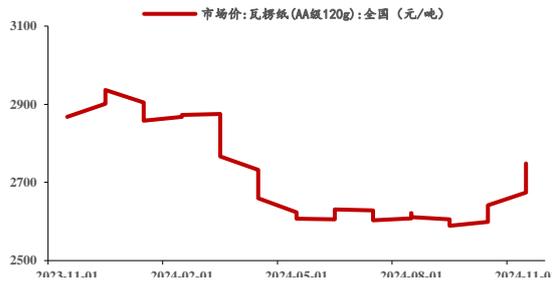
资料来源: Wind, 上海证券研究所

图 25: 塑料价格指数跟踪



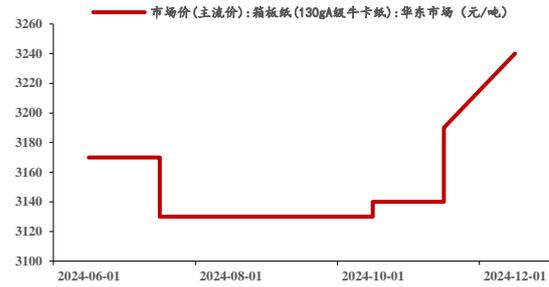
资料来源: Wind, 中塑在线, 上海证券研究所

图 26: 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 27: 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

【安井食品】2024 年前三季度利润分配方案公告: 公司拟向全体股东每股派发现金红利 0.95 元 (含税)。截至 2024 年 10 月 25 日公司发布《安井食品关于股份回购实施结果暨股份变动的公告》, 公司回购专用证券账户的股份数为 1,160,900 股, 以公司总股本 293,294,232 股扣减回购专用证券账户股份数, 以此计算合计拟派发现金红利 277,526,665.40 元 (含税)。

【天味食品】关于设立杭州分公司的公告: 天味食品于 2024 年 12 月 3 日召开第五届董事会第三十六次会议, 审议通过《关于设立杭州分公司的议案》, 分公司不具有独立企业法人资格, 拟经营范围: 许可项目: 食品销售; 食品互联网销售。一般项目: 互联网销售 (除销售需要许可的商品); 货物进出口; 技术进出口; 企业管理咨询。

【西部牧业】关于公司自产生鲜乳销售情况的公告: 2024 年 11 月, 公司自产生鲜乳生产量 2962.10 吨, 环比+3.18%。

【绝味食品】关于聘任高级管理人员的公告: 公司于 2024 年 12 月 4 日召开第五届董事会第二十三次会议, 审议通过了《关于聘任高级管理人员的议案》, 同意聘任廖凯先生为公司副总经理 (副总裁), 其任期自本次董事会审议通过之日起至本届董事会任期届满之日止。

【良品铺子】关于召开 2024 年第三季度业绩说明会的公告: 时间: 2024 年 12 月 13 日 (星期五) 10:00-11:00; 地点: 上海证券交易所上证路演中心 (<http://roadshow.sseinfo.com>)。

【仙乐健康】关于在泰国投资建设生产基地进展的公告: 截至 2024 年 12 月 6 日, 公司已经完成泰国项目公司的注册手续。泰国项目公司的信息如下: 公司名称: 仙乐健康科技 (泰国) 有限公司; 注册日期: 2024 年 11 月 29 日; 注册资本: 5,000,000.00 泰铢; 经营范围: 食品和膳食补充剂产品制造、销售各类食品、产品和技术 (包括成品和原材料) 进出口、贸易、分销和商业化等。

请务必阅读尾页重要声明

## 6 行业要闻

1、1-10月亳州酒饮茶制造业增长9.7%：12月2日，亳州市统计局消息，1—10月，全市29个工业行业类别中，18个行业增加值实现正增长。其中，酒、饮料和精制茶制造业增长9.7%。（酒业家）

2、泸州老窖获评智能制造标杆企业：近日，工业和信息化部下属中国电子技术标准化研究院发布“智能制造标杆企业（第九批）”名单，泸州老窖位列其中，成为白酒行业首家国家级智能制造标杆企业。（酒业家）

3、“青花汾酒26·复兴”正式发布：12月2日，2024汾酒全球经销商大会召开。大会面向全球发布“青花汾酒26·复兴”。公开信息显示，“青花汾酒26·复兴”卡位青花汾酒20/30之间，肩负着承上启下的重任，填补了汾酒产品线空白，上承经典青花系列高端占位，下拓新兴消费群体，以差异化竞争优势，为全球市场注入新活力，剑指国际高端白酒阵营，助力汾酒品牌价值再拔升。（云酒头条）

4、河套酒业2024年度销售增长13.5%：11月30日，河套酒业2025营销规划暨2024表彰大会在首府呼和浩特市举行。河套酒业集团党委书记、董事长严伟在会议上指出，2024年是河套酒业深化改革、爬坡上坎、迈上新台阶的关键之年。面临新一轮行业调整期，河套酒业全力以赴攻坚克难、千方百计推动发展，立足产区，立足产能，立足产品、立足文化，立足营销，立足服务，全方位发力，2024年实现了营销年度销售订单同比增长13.5%的喜人成绩。（酒业家）

5、四川消费券带动泸州白酒销售超9000万：据泸州融媒报道，在9月30日至10月31日开展的“蜀里安逸·天府有礼”四川特色产品消费券发放活动中，泸州市泸州老窖、郎酒、川酒集团、潭酒等多家酒企品牌成效显著。截至活动结束，京东、天猫两大活动平台累计完成泸州白酒消费券核销超过1713万元，直接带动泸州销售收入超过9088万元。据统计，泸州老窖、郎酒、川酒集团、潭酒四大品牌在天猫平台消费券总核销金额超过1073万元，直接带动销售收入超过6621万元。（酒业家）

6、洋河·汉酒在武汉上市：12月1日，梦之蓝手工班全球行（武汉站）暨汉酒上市发布会在武汉开启。汉酒采用独特的“123工艺密码”，拥有品质优势。在外在表现上，汉酒通过意境深远的美学设计，以“汉代青铜觚”瓶型的灵感来源、汉隶字体的徽标运用，完美展现了意境美、符号美与工艺美。（云酒头条）

7、澳门首家茅台文化体验馆开馆：据茅台时空消息，12月2日，澳门茅台文化体验馆及澳门第三代茅台专卖店开幕庆典在澳门氹仔举行。这是茅台在澳门授牌成立的首家茅台文化体验馆。

澳门茅台文化体验馆将成为一个重要的文化交流平台，吸引更多的海内外消费者和文化爱好者走进体验馆参观学习，为推动茅台文化出海提供新的动力。（酒业家）

8、华夏十二圣·文圣酒上市：12月1日，由泸州老窖养生酒业有限责任公司、泸州绿豆大曲健康酒业有限公司举办的，华夏十二圣·文圣酒孔庙崇圣祈福大典暨文圣酒上市发布会在圣城曲阜举行。作为泸州老窖推出的国内首套圣贤纪念限量酒的首款佳作，华夏十二圣·文圣酒沿用绿豆大曲家族式“豆型瓶”，以陶瓷烧制，瓶身处绘有竹筒、论语元素，蕴含了对文圣孔子的无限敬仰与崇敬。（酒说）

9、泸州老窖 60 版特曲试点线下全渠道运营：12月4日，泸州老窖回复投资者问称，60版特曲过去主要依靠团购渠道培育口碑和拓展市场，目前正在川渝部分地区试点线下全渠道运营。在川渝外继续以团购模式为主，积累口碑，进一步提高60版特曲的品牌知名度和美誉度，不断拓展60版特曲的发展空间。（酒业家）

10、肯德基/瑞幸微醺上新：日前，肯德基、瑞幸推出微醺新品。其中肯德基旗下咖啡品牌肯悦咖啡KCOFFEE推出朗姆葡萄生巧风味摩卡。新品突出朗姆葡萄果香浓郁特点，不含酒精，堂食专享价12.9元/杯。瑞幸则与原神游戏联名推出枫丹红酒美式，其灵感源自经典热红酒，含解百纳红葡萄酒，在轻柔酒香中散发阵阵橙香。资料显示，新品添加热红酒风味调味糖浆，酒精度低于0.5%vol。（云酒头条）

11、古蔺发布 339.9 亿酒类投资项目：12月4日，古蔺招商官微发布多个涉酒项目。其中古蔺县茅溪天龙湾（田湾）酱酒项目位于茅溪镇天富村，占地面积约1600亩，酿造制曲区1200亩、储酒和配套区共400亩，总投资约120亿元。建成后年产酱酒3万吨、制曲7万吨、储酒15万吨。项目达产后，预计将实现年销售收入100亿元，年利润30亿元。（酒说）

12、茅台酱香酒招募京东、天猫旗舰店运营商：12月3日，贵州茅台酱香酒营销有限公司发布《关于招募京东、天猫平台茅台酱香酒旗舰店运营商的公告》，公告显示，为更好地做好茅台酱香系列酒的线上营销工作，现决定面向社会公开招聘茅台酱香酒京东、天猫旗舰店运营商。据悉，茅台酱香酒公司计划为旗舰店提供11款自营产品，2025年单个店铺合同计划金额为1亿元。同时，2025年，公司根据运营商的打款金额的10%给予费用支持旗舰店的运营以及促销推广。（酒业家）

13、古井智能化酿造入选工信部 5G 工厂：12月5日，据古井集团微信公众号消息，工业和信息化部日前公示《2024年5G工厂名录》，古井贡酒股份有限公司申报的“固态白酒智能化酿造5G工厂”项目入选。（酒业家）

14、洋河·梦之蓝春节礼盒上市：12月5日，洋河·梦之蓝“小龙行大运”春节礼盒上市，礼盒整体设计以洋河蓝为主色调，巧妙融入火箭腾空、蔚蓝地球等现代元素，与富有中国传统文化特色的小龙图腾交相辉映，再以金色“小龙行大运”字样点睛，

构成了一幅极具中国新年风格的插画。礼盒包含2瓶40.8度260ml梦之蓝定制酒、1个梦之蓝龙年定制马克杯、还创新性地加入1枚梦之蓝车载香薰。(酒说)

## 7 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

<b>股票投资评级：</b>	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
<b>行业投资评级：</b>	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。