

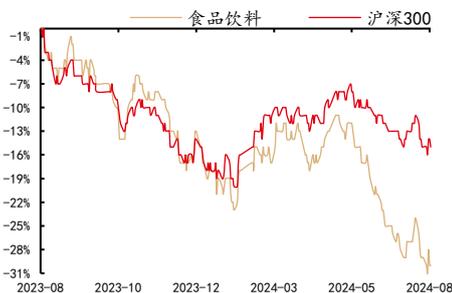
行业投资评级

强于大市|维持

行业基本情况

收盘点位	15740.93
52周最高	22552.69
52周最低	15602.61

行业相对指数表现



资料来源：聚源，中邮证券研究所

研究所

分析师:蔡雪昱
SAC 登记编号:S1340522070001
Email:caixueyu@cnpsec.com
分析师:华夏霖
SAC 登记编号:S1340522090003
Email:huaxialin@cnpsec.com
分析师:杨逸文
SAC 登记编号:S1340522120002
Email:yangyiwen@cnpsec.com
分析师:张子健
SAC 登记编号:S1340524050001
Email:zhangzijian@cnpsec.com

近期研究报告

《24Q2 食品饮料板块环比减仓，头部消费基金坚守优质龙头》 - 2024.07.29

食品饮料行业报告 (2024.07.29-2024.08.04)

政策积极提振需求，有助于投资情绪回暖

● 投资要点

本次政治局会议明确要以提振消费为重点扩大国内需求，经济政策的着力点要更多转向惠民生、促消费，要多渠道增加居民收入，增强中低收入群体的消费能力和意愿。要进一步调动民间投资积极性，扩大有效投资。

根据《国务院关于促进服务消费高质量发展的意见》具体内容看，其中与食品饮料板块直接相关的主要为挖掘餐饮住宿消费潜力。意见中重点提到支持地方开展特色餐饮促消费活动，同时也鼓励国际知名餐饮品牌在国内开设首店、旗舰店。而从近三次政治局会议关于拉动内需表述来看，我们认为从消费人群上，今年预计进一步将中低收入群体列为重点保障扶持对象。

根据政策趋势看，我们认为食品饮料板块未来主要受益逻辑为两大主线：

主线一：提振餐饮类服务型消费——下游连锁餐饮+中央厨房中上游制造型企业，连锁餐饮如百胜中国、海底捞、九毛九，餐饮供应链条线上我们认为调味品板块如天味食品、中炬高新、海天味业；预制食品 TOB 板块如安井食品、千味央厨、宝立食品、立高食品、巴比食品等，具备政策红利驱动，B 端餐饮供应链企业于 23 年下半年受到市场需求影响增速减弱，今年 Q3 起餐饮需求受政策性驱动+低基数效应将会带来改善。

主线二：促进中低收入阶层消费——基础民生类板块，如乳制品行业伊利股份、新乳业。其中伊利 7 月底起液奶渠道调整基本到位，终端产品的货龄和新鲜度改善显著，预计 7 月份的出货表现环比改善，下半年的同比表现预计较上半年更好。另外还有性价比消费折扣业态如万辰集团、及折扣业态上游供应链劲仔食品、盐津铺子、甘源食品、三只松鼠等。

另外，从 7 月抖音线上渠道数据看，零食整体表现平稳，啤酒保持高增。分品类看，7 月方便速食受天气原因增速环比上升；其余酒水饮料、零食坚果、乳品冲调等品类处于稳定增长。

根据抖音数据来看，线上规模较大的零食企业保持双位数以上高速增长；7 月三只松鼠月度增速环比提升。7 月盐津铺子/三只松鼠/洽洽食品/良品铺子分别实现抖音渠道收入 0.65/1.44/0.05/0.33 亿元，同比增长 34.65%/103.98%/-48.85%/9.74%，7 月销售额环比均实现了正增长。年初以来盐津铺子/三只松鼠/洽洽食品/良品铺子分别实现抖音渠道收入 4.98/15.63/0.57/3.4 亿元，同比增长 133.34%/274.27%/43.89%/99.56%。

7 月零食板块整体回调，新渠道动能延续，盐津/劲仔目前估值回调至 16/17x，维持推荐。

每日 免费 获取 报告



- ✓ 每日微信群内分享**7+**最新重磅报告;
- ✓ 行研报告均为公开版, 权利归原作者所有, 起点财经仅分发做内部学习。

扫一扫二维码 关注公众号 回复：“**研究报告**” 加入“起点财经”微信群

● **07月29日-08月02日行情回顾**

本周食品饮料板块表现不佳，申万食品饮料行业指数（801120.SL）本周区间涨跌幅为-1.39%，在30个申万一级行业中位列第28，较沪深300指数低0.66%，当前行业动态PE为19.62，处于历史偏低位置。

本周食品饮料行业的子板块表现欠佳，板块跌幅最高的为白酒（-2.49%）和乳品（-1.80%）。

从个股角度看，食品饮料板块本周101只个股收涨，20只个股收跌，涨幅前5分别为青海春天（+21.25%）、ST交昂（+14.11%）、岩石股份（+13.70%）、金字火腿（+11.37%）、品渥食品（+9.67%）；跌幅前五分别为今世缘（-6.22%）、泸州老窖（-4.99%）、古井贡酒（-3.84%）、山西汾酒（-2.93%）、迎驾贡酒（-2.83%）。

● **风险提示：**

食品安全的风险；行业竞争加剧的风险；需求复苏不及预期的风险；成本波动的风险。

目录

1 周度观察：政策积极需求改善在望，投资情绪预期升温.....	5
2 抖音7月数据跟踪：零食整体表现平稳，啤酒保持高增.....	6
3 行业重点公司跟踪.....	6
3.1 百润股份中报：收入调整中，利润下滑压力减缓.....	6
3.2 贵州茅台集团党委会：集中发力 Q3 营收工作，坚定实现全年目标.....	7
3.3 甘源食品中报：新渠道表现亮眼，新业务管理团队到位、期待下半年发力.....	7
3.4 瑞幸咖啡中报：门店杯量有显著提升，降本增效等改善利润率.....	9
4 食品饮料行业本周表现.....	9
5 本周公司重点公告.....	11
6 本周行业重要新闻.....	15
7 餐饮行业周度产业链数据追踪.....	17
8 风险提示.....	22

图表目录

图表 1: 申万行业周涨幅对比.....	10
图表 2: 申万食品饮料行业子板块周涨跌幅.....	10
图表 3: 食品饮料行业公司周涨幅前十个股.....	10
图表 4: 申万食品饮料指数过去一年 PE-Band.....	11
图表 5: 20240729-20240804 食品饮料行业公司重点公告.....	11
图表 6: 20240729-20240804 白酒、大众品相关新闻.....	15
图表 7: 20240729-20240804 食品饮料行业产业链相关数据跟踪.....	17
图表 8: 飞天茅台价格 (原箱)	18
图表 9: 飞天茅台价格 (散瓶)	18
图表 10: 五粮液普 5 价格.....	18
图表 11: 猪肉价格 (仔猪、猪肉、生猪)	18
图表 12: 进口猪肉数量.....	19
图表 13: 生猪屠宰数量.....	19
图表 14: 白条鸡价格.....	19
图表 15: 生鲜乳价格.....	19
图表 16: 进口奶粉数量.....	19
图表 17: GDT 乳制品拍卖价格	19
图表 18: 瓦楞纸价格.....	20
图表 19: 铝锭价格.....	20
图表 20: 浮法玻璃价格.....	20
图表 21: PET 价格	20
图表 22: 小麦价格.....	20
图表 23: 玉米价格.....	20
图表 24: 大豆价格.....	21
图表 25: 稻米价格.....	21
图表 26: 棕榈油价格.....	21
图表 27: 白砂糖价格.....	21
图表 28: 面粉价格.....	21
图表 29: 毛鸭价格.....	21

1 周度观察：政策积极需求改善在望，投资情绪预期升温

本次政治局会议明确要以提振消费为重点扩大国内需求，经济政策的着力点要更多转向惠民生、促消费，要多渠道增加居民收入，增强中低收入群体的消费能力和意愿，把服务消费作为消费扩容升级的重要抓手，支持文旅、养老、育幼、家政等消费。要进一步调动民间投资积极性，扩大有效投资。

根据《国务院关于促进服务消费高质量发展的意见》具体内容看，政策端主要从挖掘基础型消费潜力、激发改善型消费活力、培育壮大新型消费、增强服务消费动能、优化服务消费环境、强化政策保障六个维度去激发服务消费内生动能，培育服务消费新增长点。其中，与食品饮料板块直接相关的主要为挖掘餐饮住宿消费潜力。意见中提到，要提升餐饮服务品质，培育名菜、名小吃、名厨、名店。鼓励地方传承发扬传统烹饪技艺和餐饮文化，培育特色小吃产业集群，打造“美食名镇”、“美食名村”。办好“中华美食荟”系列活动，支持地方开展特色餐饮促消费活动。同时，也鼓励国际知名餐饮品牌在国内开设首店、旗舰店。

而从近三次政治局会议关于拉动内需表述来看，相较于 23 年 7 月（提振汽车、电子、家居等大宗消费），本次会议更加强调服务型消费，叠加 4 月及本次会议提出的 3000 亿国债以支持大规模设备更新及消费品以旧换新，我们认为实体消费刺激+服务型消费同步提振为下一步工作重点。从消费人群上，相较此前惠民生表态（提高低收入群体的收入水平，扩大中等收入群体的规模，努力打破社会阶层固化）来看，今年进一步将中低收入群体列为重点保障扶持对象。从以往来看，具体措施包括汽车、家电促销专项补贴、文旅消费惠民补贴、餐饮消费券、个人税费专项减免等。

根据政策趋势看，我们认为食品饮料板块未来主要受益逻辑为两大主线：

主线一：提振餐饮类服务型消费——下游连锁餐饮+中央厨房中上游制造业企业，连锁餐饮如百胜中国、海底捞、九毛九，餐饮供应链条线上我们认为调味品板块如天味食品、中炬高新、海天味业；预制食品 TOB 板块如安井食品、千味央厨、宝立食品、立高食品、巴比食品等，具备政策红利驱动，B 端餐饮供应链企业于 23 年下半年受到市场需求影响增速减弱，今年 Q3 起餐饮需求受政策性驱动+低基数效应将会带来改善。

主线二：促进中低收入阶层消费——基础民生类板块，如乳制品行业伊利股份、新乳业。其中伊利7月底起液奶渠道调整基本到位，终端产品的货龄和新鲜度改善显著，预计7月份的出货表现环比改善，下半年的同比表现预计较上半年更好。另外还有性价比消费折扣业态如万辰集团及上游供应链劲仔食品、盐津铺子、甘源食品、三只松鼠等。

2 抖音7月数据跟踪：零食整体表现平稳，啤酒保持高增

分品类看，7月方便速食受天气原因增速环比上升；其余酒水饮料、零食坚果、乳品冲调等品类处于稳定增长。7月方便速食/酒水饮料/粮油面米调味/零食坚果/乳品冲调分别同比增长17.54%/13.69%/23.29%/15.96%/53.14%。

根据抖音数据来看，线上规模较大的零食企业保持双位数以上高速增长；7月三只松鼠月度增速环比提升。7月盐津铺子/三只松鼠/洽洽食品/良品铺子分别实现抖音渠道收入0.65/1.44/0.05/0.33亿元，同比增长34.65%/103.98%/-48.85%/9.74%，7月销售额环比均实现了正增长。年初以来盐津铺子/三只松鼠/洽洽食品/良品铺子分别实现抖音渠道收入4.98/15.63/0.57/3.4亿元，同比增长133.34%/274.27%/43.89%/99.56%。

7月零食板块整体回调，新渠道动能延续，盐津/劲仔目前估值回调至16/17x，维持推荐。

3 行业重点公司跟踪

3.1 百润股份中报：收入调整中，利润下滑压力减缓

公司收入在调整中，折扣费用季度减少减缓利润下滑压力。公司上半年实现营业总收入/营业收入/归母净利润/扣非净利润16.28/16.28/4.02/3.92亿元，同比-1.38%/-1.38%/-8.36%/-9.2%。单Q2实现营业总收入/营业收入/归母净利润/扣非净利润8.26/8.26/2.33/2.3亿元，同比-7.25%/-7.25%/-7.28%/-5.7%。预调鸡尾酒（含气泡水等）/食用香精分别实现营收14.31/1.76亿元，分别同比-1.42%/+7.51%，线下/数字零售/即饮分别实现营收14.3/1.56/0.21亿元，分别

同比+7.03%/-35.68%/-42.69%。上半年微醺稳中有增，清爽增速最高，强爽在面
对尝鲜人群的回落后，目前回归到正常稳健的发展、上半年营收占比仍超过一半。

2024 上半年，公司毛利率/归母净利率为 70.08%/24.72%，分别同比
+4.19/-1.88pct；销售/管理/研发/财务费用率分别为
24.39%/6.16%/2.78%/0.79%，分别同比+4.32/+1.41/-0.06/+0.78pct。

24Q2,公司毛利率/归母净利率为 71.79%/28.2%,分别同比+5.53/-0.01pct;
销售/管理/研发/财务费用率分别为 19.52%/6.46%/2.56%/1.15%，分别同比
-0.06/+1.51/-0.3/+1.3pct。二季度毛利率提升较快主因商业折扣减少、后续折
扣策略需要根据市场需求而定。一季度营销动作较多、强爽加大投入，二季度销
售费用同比有所减少、季度间正常波动。管理费用增加主因烈酒板块扩充团队。
销售收现和经营现金流净额表现较弱，主因给予了资质好的经销商更多的账期。
当前库存良性。预计四季度推出威士忌、品牌推广为主，明年作为市场拓展的起
始年，预计优先开拓福建、广东等具备一定洋酒消费基础的市场。

3.2 贵州茅台集团党委会：集中发力 Q3 营收工作，坚定实现全年目 标

近期公司集团党委会中提出，集中发力做好公司三季度营收工作、坚定不移
实现全年发展目标。深化创新驱动发展，深入挖掘内需潜力，不断增强茅台的新
动能新优势。要坚决纠治形式主义、官僚主义的顽瘴痼疾，强化制度建设与执行，
引导广大党员干部树立正确政绩观，激励担当作为，为茅台高质量发展提供坚强
保障。

同时，公司也提出提高政治站位，深刻认识巡视整改整治的重要性和必要性。
严格对照省国资委巡视整改情况，严密组织推进，着眼标本兼治，加强巡视整改
和成果运用，为茅台高质量发展、现代化建设营造更好发展环境。要认真落实省
委、省政府决策部署，推动茅台稳定、健康、可持续发展。

3.3 甘源食品中报：新渠道表现亮眼，新业务管理团队到位、期待 下半年发力

公司 2024 年上半年实现营业总收入/营业收入/归母净利润/扣非净利润 10.42/10.42/1.67/1.44 亿元，同比+26.14%/+26.14%/+39.26%/+40.18%。单 Q2 实现营业总收入/营业收入/归母净利润/扣非净利润 4.56/4.56/0.75/0.61 亿元，同比+4.9%/+4.9%/+16.79%/+13.46%。

新渠道实现稳健增长，传统线下渠道受市场因素影响增速放缓。分品类看，综合果仁及豆果系列/青豌豆系列/瓜子仁系列/蚕豆系列/其他系列分别实现营业收入 3.42/2.38/1.38/1.22/1.97 亿元，分别同比+48.54%/+16.87%/+12.76%/+12%/+24.16%。分模式看，经销/电商/其他模式分别实现营业收入 8.69/1.36/0.33 亿元，分别同比+27.72%/+9.14%/+67.66%。从渠道结构来看，Q2 量贩渠道、海外市场均实现了翻倍以上的快速增长，线上分销渠道助力整体线上渠道上半年增速快于公司整体，新的管理团队于 5 月引进后期待下半年表现。大客户平稳增长，线下传统商超因市场需求偏淡、内部经营调整等原因二季度表现略逊于预期，三季度往后市场端将逐渐回温，维持此前全年规划。分地区看公司经销商，华东/华中/西南/华北/西北/东北/华南/境外地区 2024 年 6 月末数量为 831/499/431/271/253/192/264/20，分别同比+7.92%/+1.42%/+5.38%/-4.58%/+1.2%/-4%/+16.3%/81.82%。

24Q2 利润表现亮眼，净利率环比提升。2024 上半年，公司毛利率/归母净利率为 34.94%/15.98%，分别同比-0.66/+1.51pct；销售/管理/研发/财务费用率分别为 13.29%/3.76%/1.25%/-0.67%，分别同比+0.6/-0.59/+0/+0.18pct。24Q2，公司毛利率/归母净利率为 34.36%/16.49%，分别同比-0.57/+1.68pct；销售/管理/研发/财务费用率分别为 13.55%/4.11%/1.5%/-0.81%，分别同比+1.73/-0.27/+0.15/+0.24pct。二季度为公司传统经营淡季、单季度利润率普遍位于全年低位，今年公司在渠道费用投放上更加贴合收入规模增长节奏，整体投入偏向保守，成本维持稳定，因此 Q2 净利率环比 Q1 有进一步抬升。

24 年公司将聚焦产品创新、优化供应链效率、提升组织管理能力，短期市场影响不改全年目标，下半年预期有较好改善。从渠道角度来看：大客户将继续围绕高端会员店和大 B 定制化服务展开，深入与山姆、Costco 合作，Q2 末已经开展新品洽谈，如进展顺利或有新 SKU 进场；电商渠道新入职人员已经于 7 月正式接手业务开展、配合现有产品突破（不再局限于老三样），预计下半年有较大

增长空间；量贩渠道已基本实现主流品牌覆盖，今年随着市场本身扩容开店、增加进场 SKU 数量，月销保持稳健水平，可实现高速增长；传统渠道经过 23 年新中岛战略调整后，坪效有明显提升，今年将继续围绕高效能柜台做组合陈列、带动坪效持续提升。上半年市场需求较弱、叠加坚果炒货消化周期偏长，预期三季度开始市场将逐渐回暖，且内部经营于 6 月下旬回归正常运营，负面影响消散。运营角度，建立人才梯队、加强成本管控，持续提升物流、仓储配送及费控能力。棕榈油已在 Q1 提前锁价，后续仍将通过囤货锁价锁量方式平抑成本波动，24 年利润率有望持续向好。

3.4 瑞幸咖啡中报：门店杯量有显著提升，降本增效等改善利润率

随着行业进入消费旺季，瑞幸积极推出 30 款冰饮新品，同时公司有预见性地提前调整优化门店布局结构、门店杯量有显著提升，因此单 Q2 实现收入 84.03 亿人民币，同比增长 35.5%。利润端上公司通过降本增效等措施明显改善利润率，联营门店收入为 18.50 亿元，较 2023 年同期的 14.86 亿元增长 24.5%。成本方面，6 月公司与巴西签订未来 2 年 12 万吨咖啡豆采购协议，以确保未来长期咖啡豆供应稳定及成本控制。门店数量方面，截至二季度末，瑞幸咖啡门店总数达 19961 家，其中，自营门店 13056 家，联营门店 6905 家。7 月 18 日瑞幸咖啡店突破 2 万家。产品方面 Q2 积极推新，如椰皇拿铁、柠 C 美式、清咖超大杯系列。

4 食品饮料行业本周表现

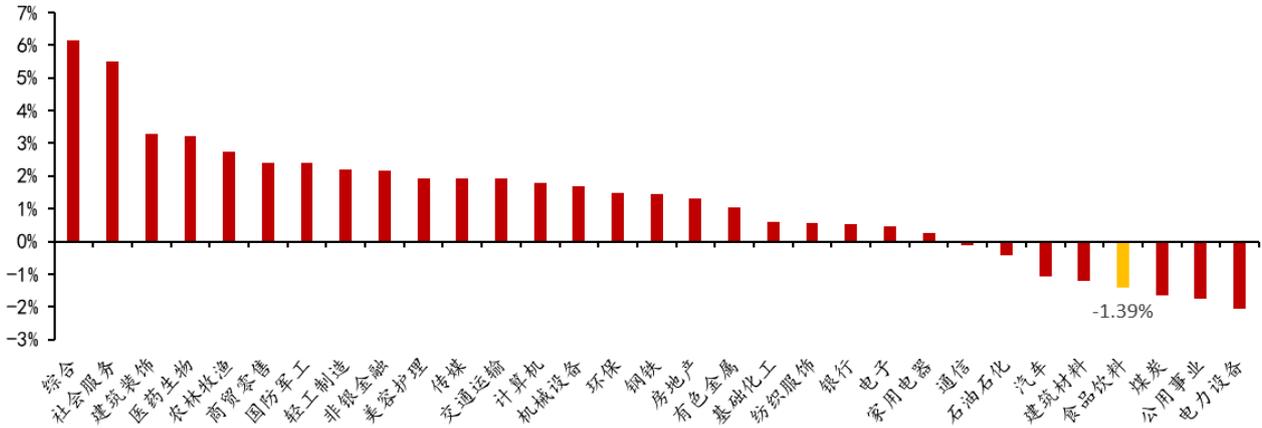
本周食饮板块表现不佳，申万食品饮料行业指数（801120.SL）本周区间涨跌幅为-1.39%，在 30 个申万一级行业中位列第 28，较沪深 300 指数低 0.66%，当前行业动态 PE 为 19.62，处于历史偏低位置。

本周食饮行业的子板块表现欠佳，板块跌幅最高的为白酒（-2.49%）和乳品（-1.80%）。

从个股角度看，食饮板块本周 101 只个股收涨，20 只个股收跌，涨幅前 5 分别为青海春天（+21.25%）、ST 交昂（+14.11%）、岩石股份（+13.70%）、金字

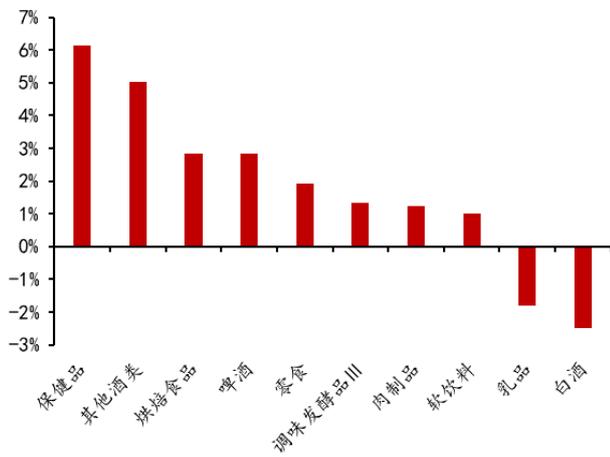
火腿 (+11.37%)、品渥食品 (+9.67%)；跌幅前五分别为今世缘 (-6.22%)、泸州老窖 (-4.99%)、古井贡酒 (-3.84%)、山西汾酒 (-2.93%)、迎驾贡酒 (-2.83%)。

图表1：申万行业周涨幅对比



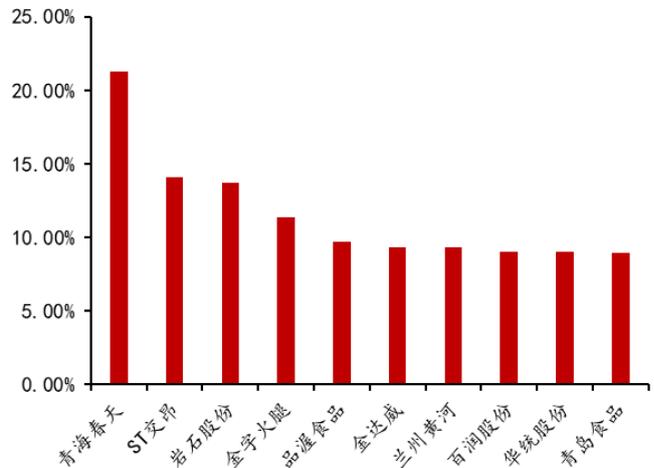
资料来源：iFinD，中邮证券研究所

图表2：申万食品饮料行业子板块周涨跌幅



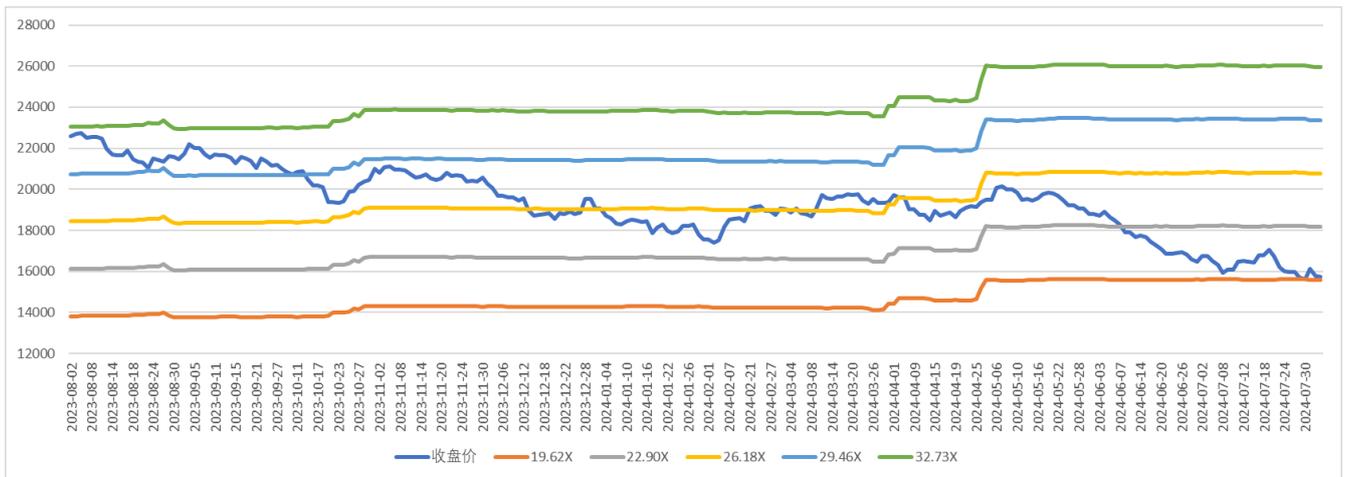
资料来源：iFinD，中邮证券研究所

图表3：食品饮料行业公司周涨幅前十个股



资料来源：iFinD，中邮证券研究所

图表4：申万食品饮料指数过去一年 PE-Band



资料来源：iFind，中邮证券研究所

5 本周公司重点公告

图表5：20240729-20240804 食品饮料行业公司重点公告

公司	公告
白酒	
金徽酒	截至2024年7月31日，公司累计回购股份971.41万股，已回购股份占公司总股本的比例为1.92%，已支付的总金额为1.81亿元（不含交易费）。
舍得酒业	公司于2024年2月6日审议通过了《关于以集中竞价交易方式回购公司股份方案的议案》。截至本公告披露日，公司已完成本次股份回购，实际回购股份185.4万股，占公司总股本的0.56%，回购最高价为83.00元/股，最低价为52.49元/股，回购均价为72.21元/股，使用资金总额为人民币1.34亿元（不含交易费用）。
迎驾贡酒	公司拟通过迎驾彩印收购物宝光电，进一步扩大迎驾彩印包装产能。2024年8月2日，公司全资子公司迎驾彩印与迎驾集团签订了《股权转让协议》。根据《股权转让协议》，迎驾彩印以自有资金1.257亿元收购迎驾集团持有的物宝光电100%股权。本次收购完成后，物宝光电成为迎驾彩印的全资子公司，将纳入公司合并报表范围，有利于减少公司的日常关联交易。
大众品	
好想你	2024年7月22日，公司召开第五届董事会第十九次会议和第五届监事会第十五次会议，审议通过了《关于2023年限制性股票激励计划首次授予限制性股票第一个解除限售期解除限售条件成就的议案》。本次解除限售的限制性股票的上市流通日为2024年7月31日，解除限售条件的激励对象共计133人，解除限售的限制性股票数量为353.2万股，占目前公司总股本的0.7794%。

公司审议通过了《关于回购注销 2021 年限制性股票激励计划部分限制性股票的议案》，鉴于公司 2021 年限制性股票激励计划首次授予激励对象 20 人因个人原因离职，已不符合激励条件。截至公告披露日，公司已经完成回购并注销其所持有的 20 人已获授但尚未解除限售的限制性股票，共计 32.2 万股（对应转增前 23 万股）。基于上述原因，根据公司可转换公司债券转股价格调整的相关条款，“百润转债”的转股价格将作相应调整，调整前“百润转债”转股价格为 46.95 元/股，调整后转股价格为 46.96 元/股，调整后的转股价格自 2024 年 7 月 30 日起生效。

百润股份

公司 2024 年上半年实现营业总收入/营业收入/归母净利润/扣非净利润 16.28/16.28/4.02/3.92 亿元，同比-1.38%/-1.38%/-8.36%/-9.2%。2024 上半年，公司毛利率/归母净利率为 70.08%/24.72%，分别同比+4.19%/-1.88pct；销售/管理/研发/财务费用率分别为 24.39%/6.16%/2.78%/0.79%，分别同比+4.32%/+1.41%/-0.06%/+0.78pct。

公司单 Q2 实现营业总收入/营业收入/归母净利润/扣非净利润 8.26/8.26/2.33/2.3 亿元，同比-7.25%/-7.25%/-7.28%/-5.7%。24Q2，公司毛利率/归母净利率为 71.79%/28.2%，分别同比+5.53%/-0.01pct；销售/管理/研发/财务费用率分别为 19.52%/6.46%/2.56%/1.15%，分别同比-0.06%/+1.51%/-0.3%/+1.3pct。

分品类看，预调鸡尾酒（含气泡水等）/食用香精分别实现营收 14.31/1.76 亿元，分别同比-1.42%/+7.51%。分渠道看，线下/数字零售/即饮分别实现营收 14.3/1.56/0.21 亿元，分别同比+7.03%/-35.68%/-42.69%。分地区看公司经销商，华北/华东/华南/华西地区 2024 年 6 月末数量为 486/503/621/506，分别同比+1%/-12%/-1%/+4%。

恒顺醋业

公司同意以 2024 年 7 月 17 日为授予日，以 3.85 元/股的价格向符合条件的 367 名激励对象授予 591.72 万股限制性股票。公司现对授予结果进行公告。授予实际情况如下：授予日为 2024 年 7 月 17 日，授予数量为 591.72 万股，授予人数为 367 名，授予价格为 3.85 元/股，股票来源为公司从二级市场回购的本公司人民币 A 股普通股股票。

万辰集团

公司发布 2024 年半年度业绩预告：24H1 实现营业收入为 108 亿元-112 亿元，同比增长 387.25%-405.3%，其中单 Q2 实现营业收入 59.7-63.7 亿元，同比增长 310.31%-337.8%。24H1 实现归属于上市公司股东的净利润为 80 万元-120 万元；其中单 Q2 实现归母净利润亏损 503.82-543.82 万元，减亏 0.55 亿元-0.56 亿元。24H1 扣非净利润预计亏损 220 万元-330 万元，单 Q2 亏损 418.08 万元-528.08 万元，减亏 0.527 亿元-0.53 亿元。从业务拆分来看，上半年量贩零食业务收入预计 105 亿元-110 亿元，同比增长 438.84%-464.50%，单 Q2 收入约 58 亿元-63 亿元。量贩零食业务剔除股份支付费用后，净利润预计 2.70 亿元-2.94 亿元，净利率约为 2.57%-2.67%（其中，2024 年第一季度净利率 2.50%，第二季度约为 2.63%-2.80%），量贩零食业务净利率持续环比稳步提升。

妙可蓝多

公司于 2024 年 6 月 28 日与相关各方签署了《关于内蒙古蒙牛奶酪有限责任公司之股权转让协议》、《商标使用许可合同》《业务支持框架合同》。根据《股权转让协议》的约定，公司已向内蒙蒙牛支付首期股权转让价款。近日，蒙牛奶酪已取得“（呼和林）变更登字[2024]第 00158044 号”《登记通知书》，完成本次交易相关的工商变更登记手续。本次变更登记完成后，公司持有蒙牛奶酪 100% 股权，蒙牛奶酪成为公司全资子公司。

安琪酵母

公司于 2023 年 12 月 6 日审议通过的《关于回购公司股份方案的议案》，现就 2024 年 7 月的回购进展进行公告：截至 2024 年 7 月 31 日，公司已累计回购股份 1094.4 万股，占公司目前总股本 8.69 亿股的 1.2599%，回购成交的最高价为 36.54 元/股、最低价为 31.50 元/股，已支付的资金总额为人民币 3.80 亿元（不含费用）。

三元股份

公司第八届董事会第十七次会议审议通过了《关于艾莱宏达减资退出艾莱发喜的议案》，同意艾莱宏达将持有的艾莱发喜剩余 5% 股权全部减资退出。截至评估基准日 2023 年 12 月 31 日，艾莱发喜净资产账面价值 10.72 亿元，股东全部权益价值为 23.22 亿元，评估增值 12.50 亿元，增值率 116.61%。因此，艾莱发喜 5% 股权对应的价值为 1.161 亿元。本次退出完成后，公司持有艾莱发喜的股权比例将由 95% 变更为 100%，艾莱发喜将成为公司全资子公司。

天味食品	公司于 2023 年 10 月 27 日审议通过《关于以集中竞价交易方式回购股份方案的议案》，现就回购进展进行公告：截至 2024 年 7 月 31 日，公司以集中竞价交易方式累计回购股份数量为 200.08 万股，占公司目前总股本比例为 0.1879%，成交最高价为 13 元/股，成交最低价为 11.17 元/股，支付总金额为人民币 2557.64 万元（不含交易费用）。
佳禾食品	公司于 2024 年 2 月 8 日审议通过《关于以集中竞价交易方式回购股份的方案》。截至 2024 年 7 月 31 日，公司已累计回购公司股份 447.05 万股，占公司总股本的比例为 1.12%，回购的最高价为 13.55 元/股，最低价为 12.73 元/股，支付的资金总额为人民币 5972.391 万元（不含交易费用）。
伊力特	公司于 2024 年 6 月 27 日审议通过 2023 年权益分派方案。本次利润分配以方案实施前的公司总股本 4.72 亿股为基数，每股派发现金红利 0.39 元（含税），共计派发现金红利 1.84 亿元。2023 年度不送红股，也不进行资本公积金转增股本。发放日为 2024 年 8 月 8 日。分派对象为 2024 年 8 月 7 日为止，在中国结算上海分公司登记在册的本公司全体股东。 因公司实施 2023 年年度权益分派，本公司将于 2024 年 7 月 31 日至 8 月 7 日期间，停止本可转债转股，8 月 8 日起恢复转股。“伊力转债”调整前价格为 15.59 元/股，调整后价格为 15.20 元/股。
仲景食品	公司 2024 年上半年实现营业总收入/营业收入/归母净利润/扣非净利润 5.38/5.38/1/0.98 亿元，同比+16.98%/+16.98%/+11.93%/+16.37%。2024 上半年，公司毛利率/归母净利率为 43.76%/18.64%，分别同比+3.14/-0.84pct；销售/管理/研发/财务费用率分别为 16.05%/4.43%/3.07%/-1.57%，分别同比+2.63/-0.24/+0.59/+0.35pct。 公司单 Q2 实现营业总收入/营业收入/归母净利润/扣非净利润 2.64/2.64/0.49/0.48 亿元，同比+11.51%/+11.51%/-2.16%/+5.68%。24Q2，公司毛利率/归母净利率为 42.99%/18.71%，分别同比+1.88/-2.61pct；销售/管理/研发/财务费用率分别为 15.28%/4.48%/3.31%/-1.25%，分别同比+0.55/-0.15/+0.75/+0.38pct。 分品类看，调味食品/调味配料分别实现营收 3.17/2.15 亿元，分别同比+17.89%/+13.6%。分模式看，经销/直销分别实现营收 2.24/3.08 亿元，分别同比-4.29%/+37.51%。分地区看公司经销商，华东/华中/华北/华南/西南/西北/东北地区 2024 年 6 月末数量为 723/547/415/176/102/83/49，分别同比+6.17%/+11.41%/+4.53%/+7.32%/+7.37%/+1.22%/+19.51%。
立高食品	截至 2024 年 7 月 31 日，公司累计回购股份数量为 181.38 万股，占公司目前总股本的 1.07%，成交总金额为 0.6 亿元（不含交易费）。
欢乐家	截至 2024 年 7 月 31 日，公司回购公司股份 0.23 亿股，占公司目前总股本的 5.04%，合计成交总金额为 3.06 亿元（不含交易费）。
李子园	截至 2024 年 7 月 31 日，公司累计回购公司股份 0.14 亿股，占公司目前总股本的比例为 3.49%，累计已支付的总金额为人民币 2.09 亿元（不含交易费）。
绝味食品	截至 2024 年 7 月 31 日，公司累计回购股份 644.4 万股，占公司总股本的比例为 1.04%，已支付资金总额为 1.07 亿元（不含交易费）。
伊利股份	截至 2024 年 7 月底，公司累计回购股份 0.12 亿股，占公司总股本的比例为 0.18%，已支付的总金额为 3 亿元人民币（不含交易费）。
海天味业	截至 2024 年 7 月 31 日，公司已累计回购股份 0.15 亿股，占公司总股本的比例约为 0.27%，已支付的总金额为 5.61 亿元（不含交易费）。
养元饮品	截至 2024 年 7 月 31 日，公司已累计回购股份 284.67 万股，占公司总股本的比例为 0.23%，已支付的资金总额为人民币 0.62 亿元（不含交易费）。
千味央厨	截至 2024 年 7 月 31 日，公司累计回购股份 210.27 万股，占公司总股本的 2.12%，成交总金额为 0.7 亿元（不含交易费）。
安井食品	截至 2024 年 7 月 31 日，公司累计回购公司股份 113.86 万股，占公司总股本的比例为 0.39%，已支付的总金额为 1.07 亿元（不含交易费）。

盐津铺子	<p>公司与长沙灿意企业管理有限公司共同出资新设立子公司湖南津香食品有限公司。津香食品注册资本 7999 万元，本次投资完成后津香食品成为公司的控股子公司。</p> <p>公司拟以自有资金，以集中竞价方式回购部分公司已发行的人民币普通股（A 股）股票，本次回购的股份将全部予以注销以减少注册资本。拟回购价格不超过人民币 68 元/股（不超过董事会审议通过本次回购股份决议前 30 个交易日公司股票交易均价的 150%），拟回购金额不低于人民币 5000 万元，不超过人民币 7000 万元。</p>
甘源食品	<p>公司 2024 年上半年实现营业总收入/营业收入/归母净利润/扣非净利润 10.42/10.42/1.67/1.44 亿元，同比 +26.14%/+26.14%/+39.26%/+40.18%。2024 上半年，公司毛利率/归母净利率为 34.94%/15.98%，分别同比 -0.66/+1.51pct；销售/管理/研发/财务费用率分别为 13.29%/3.76%/1.25%/-0.67%，分别同比 +0.6/-0.59/+0/+0.18pct。</p> <p>公司单 Q2 实现营业总收入/营业收入/归母净利润/扣非净利润 4.56/4.56/0.75/0.61 亿元，同比 +4.9%/+4.9%/+16.79%/+13.46%。24Q2，公司毛利率/归母净利率为 34.36%/16.49%，分别同比 -0.57/+1.68pct；销售/管理/研发/财务费用率分别为 13.55%/4.11%/1.5%/-0.81%，分别同比 +1.73/-0.27/+0.15/+0.24pct。</p> <p>分品类看，综合果仁及豆果系列/青豌豆系列/瓜子仁系列/蚕豆系列/其他系列分别实现营收 3.42/2.38/1.38/1.22/1.97 亿元，分别同比 +48.54%/+16.87%/+12.76%/+12%/+24.16%。分模式看，经销/电商/其他模式分别实现营收 8.69/1.36/0.33 亿元，分别同比 +27.72%/+9.14%/+67.66%。分地区看公司经销商，华东/华中/西南/华北/西北/东北/华南/境外地区 2024 年 6 月末数量为 831/499/431/271/253/192/264/20，分别同比 +7.92%/+1.42%/+5.38%/-4.58%/+1.2%/-4%/+16.3%/81.82%。</p>
张裕 A	<p>公司将为 2023 年限制性股票激励计划 172 名符合解除限售条件的激励对象办理限制性股票解除限售事宜，本次解除限售股份数量为 172.05 万股，占公司现有总股本 6.92 亿股的比例为 0.25%。本次股票上市流通日期为 2024 年 8 月 6 日。</p>
顺鑫农业	<p>公司于 2024 年 2 月 6 日披露了《关于控股股东增持公司股份及后续增持计划的公告》，现就实施结果进行公告：本次增持计划实施前，顺鑫控股持有公司股份 2.78 亿股，占公司总股本的 37.51%。自 2024 年 2 月 2 日至 2024 年 8 月 1 日收盘期间，顺鑫控股通过集中竞价交易方式累计增持公司股份 630.15 万股，占公司总股本的 0.8495%，增持金额为 1 亿元（不含交易费用）。截至公告披露日，本次增持计划已实施完成。</p>
甘源食品	<p>公司 2024 年半年度利润分配预案为：以公司现有总股本 9321.58 万股，扣除截至 2024 年 8 月 1 日回购专户上已回购股份 160.59 股后的股本总数 9161 万股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 10.92 元（含税），拟分配派发现金红利 1 亿元（含税），占 2024 年上半年归属于上市公司股东的净利润比例为 60.07%。不送红股，不进行资本公积金转增股本。</p>

资料来源：iFinD，中邮证券研究所整理

6 本周行业重要新闻

图表6: 20240729-20240804 白酒、大众品相关新闻

公司	公告
	白酒
皇台酒业	<p>8月1日,皇台酒业发布公告,公司于2024年7月25日召开了第九届董事会第七次会议,审议并通过了《关于公司对外投资设立控股子公司的议案》。本次对外投资项目尚有需要明确的事项,基于审慎性原则,经与交易对方充分沟通和友好协商,公司决定终止本次对外投资事项。</p>
贵州茅台	<p>7月31日,茅台集团党委书记、董事长张德芹与中信证券党委书记、董事长张佑君举行座谈,就进一步深化合作进行了沟通交流。张德芹表示,面向未来,茅台充满信心,将充分整合茅台根在第一产业、身在第二产业、消费表现在第三产业的各方资源,立足长远,坚持做久、做强再做大,以自身的稳定、健康、可持续发展,为广大投资者和相关方创造更大价值,实现互利共赢。希望双方继续深化合作,进一步坚定信心、携手共进,为企业自身和地方高质量发展作出新的更大贡献。张佑君表示,希望继续加大与茅台的合作,推动构建长期、稳定的战略合作关系,以充分发挥中信证券优势,结合茅台所拥有的丰富优质资源,共同探索更多创新性的合作领域与契合点,持续催生新的盈利增长点,以更卓越的业绩回馈投资者。</p>
五粮液	<p>7月29日,五粮液集团(股份)公司召开党委会。会议强调,三季度是“黄金季”、攻坚季,公司上下要以攻坚的姿态、安全的状态力拼三季度,为“全年红”“全年稳”打下坚实基础;要全力以赴抓好下半年重点工作,全面落实经济运行分析会各项部署,进一步固根基、扬优势、补短板,稳步推进高质量倍增工程等重点项项目,确保按期建成、按期投产,为圆满完成全年目标任务蓄势赋能</p>
川酒集团	<p>7月30日-31日,川酒集团党委书记、董事长曹勇带领集团领导班子前往甘孜州稻城县开展托底性帮扶工作并签订战略合作协议。川酒集团将打通当地特色农产品青稞销售通路,集采不低于30万斤青稞,拓宽农产品销售渠道,持续带动稻城县农业生产发展;结合稻城文化特色开发文创产品,并利用现有文旅资源和农业资源打造世界级酒庄,最大限度地释放稻城县的优势资源;在稻城县成立一家商贸公司,同时在酒城广场设立酒类产品展示中心,促进县域商贸经济和第三产业发展。</p>
酒鬼酒	<p>7月30日,酒鬼酒驻马店样板市场启动。驻马店是酒鬼酒今年打造的第15个样板市场,意味着酒鬼酒首批15座样板市场全部启动。在酒鬼酒公司启动的首批样板市场中,河南样板市场集中在豫南片区的南阳和驻马店两城。两座样板市场的打造,将起到市场引领作用,拉动整个河南大区的市场发展。据悉,驻马店在历史上曾是酒鬼酒在河南市场份额最高的市场之一,酒鬼酒在驻马店有着良好的消费基础。</p>
行业	<p>8月1日,宜宾市酒业发展局局长李剑伟一行到访中国酒类流通协会并开展座谈交流。李剑伟介绍,作为浓香型白酒的核心优势产区,宜宾市规上白酒企业2024年实现产量、营收、利润全面增长,全年营收总量有望突破2000亿元。宜宾市酒业发展局将立足产区和品质优势,充分发挥统筹协调等主要职能,打造头部品牌引领,腰部企业全面提升的产业架构;通过完善产区标准体系,聚焦重点市场,精准开拓目标市场;构建传播矩阵,深挖地理、历史、工艺、文化等核心价值,通过酒旅融合等举措,讲好产区故事,擦亮宜宾产区金字招牌。</p>
行业	<p>上半年,贵州省地区生产总值10738.32亿元,比上年同期增长5.3%。其中,第一产业增加值1140.57亿元,增长4.1%;第二产业增加值4100.03亿元,增长6.8%;第三产业增加值5497.72亿元,增长4.5%。贵州省规模以上工业增加值比上年同期增长8.3%。分行业来看,酒、饮料和精制茶制造业增长10.8%;分产品看,白酒增长13.3%。在投资方面,酒、饮料和精制茶制造业投资增长5.9%。今年一季度,贵州白酒规模以上工业增加值同比增长14.3%。</p>

行业

中共中央政治局7月30日召开会议，对备受投资者关注的宏观政策、提振消费、对外开放、房地产、资本市场等均提出明确要求。1. 及早储备并适时推出一批增量政策举措：要加强逆周期调节，实施好积极的财政政策和稳健的货币政策，更大力度推动大规模设备更新和大宗耐用消费品以旧换新。2. 以提振消费为重点扩大国内需求：经济政策的着力点要更多转向惠民生、促消费，要多渠道增加居民收入，要进一步调动民间投资积极性，扩大有效投资。3. 培育壮大新兴产业和未来产业：要有力有效支持发展瞪羚企业、独角兽企业。要强化行业自律，防止“内卷式”恶性竞争。4. 落实制造业领域外资准入限制措施“清零”要求，推出新一轮服务业扩大开放试点举措，促进利用外资企稳回升。5. 持续防范化解重点领域风险：要落实好促进房地产市场平稳健康发展的新政策，坚持消化存量和优化增量相结合，积极支持收购存量商品房用作保障性住房，进一步做好保交房工作，加快构建房地产发展新模式。

水井坊

7月29日上午，水井坊举行投资者交流会。会上，水井坊核心品事业部总经理蒋炜表示，今年上半年销售整体符合公司预期，公司预计全年能实现营收和净利润双增长。从产品来看，上半年水井坊核心单品——臻酿八号（位于300~400元价格带）依然保持增长势头，成为公司的核心增长驱动力；市场上，上半年公司八大核心市场引领了业绩的增长；新兴市场内蒙古增速很快，已进入到前八大市场。

行业

7月27日，中酒协发布数据显示，目前，吕梁市取得生产许可证的白酒企业230余户，占到山西省白酒企业总数的85%。全市已形成白酒产能40万吨，产量35万吨，占中国清香型白酒的25%以上，山西省白酒的85%。2023年，18户规上企业年实现白酒营收300亿元，同比增长25%，产业链整体实现营收400亿元。到“十四五”末，吕梁市将实现五个“5”的目标，即：白酒产能达到50万吨，产量50万千升，产值500亿元，年游客量500万人次，文旅产业年纯收入超过50亿元。

大众品

达能

达能2024年第二季度销售收入为69.38亿欧元，同比增长约4%，其中销量与组合贡献了约2.9%的增长，价格因素带动了约1%的增长。由此，上半年销售收入达137.57亿欧元，同比增长约4%，其中销量与组合贡献了约2.1%的增长，价格因素带动了约2%的增长。上半年，中国、北亚及大洋洲地区实现销售收入18.41亿欧元，同比增长8.6%。其他地区也有不同程度增长。欧洲地区实现销售收入47.83亿欧元，同比增长1.7%；北美地区实现销售收入33.31亿欧元，同比增长3.7%；拉美地区实现销售收入15.56亿欧元，同比增长4.6%；世界其他地区实现销售收入22.46亿欧元，同比增长5.6%。分业务看，专业特殊营养业务上半年销售收入44.14亿欧元，同比增长4.3%；饮用水和饮料业务销售收入25.57亿欧元，同比增长6%；基础乳制品和植物基业务销售收入67.85亿欧元，同比增长3.1%。中国市场方面，第二季度达能在中国、北亚及大洋洲地区实现销售收入10.01亿欧元，同比增长8.4%，其中销量与组合贡献了9.4%的增长，而价格因素带来了1%的降幅。在中国市场，生命早期营养品和医学营养品两大业务持续保持有竞争力的发展势头；脉动则在销售旺季实现了强劲开局。

行业

1-6月主要乳制品进口总量继续呈萎缩态势,月度/同比 2023/同比 2022 年均有 2 位数以上的跌幅,侧面反映了消费的低迷。进口牛奶主要是常温奶跌幅较大,毋庸多说,主要是国内奶源的压力。进口稀奶油当月虽然到货量下跌,但年度总量逆势上行,不过考虑到主要用户茶饮的生意每况愈下,很难说这种状态是否能够维持。脱脂奶粉当月跌幅继续位居前二,年度累计跌幅近四成,但由于国内主要生产用户销售额萎缩加上基本使用自喷粉,导致即使进口量跌幅如此巨大的情况下,现货依然没有起色。全脂奶粉当月进口量较少,据称有大型工业客户和贸易商到货推迟导致,不过即使如此,年度仅 10% 不到的进口减量,和目前高居不下的国产奶粉库存及方兴未艾的替代浪潮不相匹配,仍然相信奶粉在四季度有相当行情的人,估计还是需要保持一份谨慎的。黄油六月进口量猛增,主要增量来自于新西兰产地,由此可见大幅度到货后,餐饮品牌 7 月份开始主动下调价格有了动力。

行业

被称作“中式养生水”的饮料正在快速攻占高线城市的商超货架。2024 年前 5 个月,中式养生水销售额,比 2023 年同期增长了 94.5%。其次是,布局中式养生水的品牌、产品数量也有所提升。马上赢的监测数据显示,今年前五个月,中式养生水新品数量为 166 个,明显高于酸梅汤和凉茶,这两大同样以传统草本植物为主的品类。

农夫山泉

经历今年春天的舆论风波后,为了止住颓势,农夫山泉在 4 月推出绿瓶纯净水,低至 0.6 元/瓶的价格,大面积地全国铺开和营销投入,再次搅动风云。包装水之外,东方树叶也在即饮茶领域呈现出寸土不让的架势。随着更多玩家进入高速增长在即饮茶赛道,各方激烈竞争抢夺增量市场,价格战、营销战再次硝烟四起。东方树叶不仅推出了更便宜的 900ml 量贩大包装,在一些渠道该规格甚至可以打破 5 元/瓶的底价。在便利店等重要渠道,包括东方树叶、三得利等在内的即饮茶品牌都誓将第二瓶半价、第二瓶一元活动常态化。

fudi

不久前,国内仓储会员店品牌 fudi 计划走出北京,向外埠拓展。其外埠门店拟在华东、西南等多区域选址,目前正紧锣密鼓地开展新店筹备工作。如果 fudi 能从北京顺利走向全国,那么国内仓储会员店市场格局将会因此发生新的改变,因为从深耕北京到全国布局,背后不仅是发展战略选择考量这一个原因,最深层次的动力源自 fudi 对自身商业模式的笃定、对能力复制的自信。这代表了本土仓储会员店品牌的逐步崛起。

资料来源:各公司官方公众号、行业公众号(酒说、FBIF、乳业在线等),中邮证券研究所整理

7 食品饮料行业周度产业链数据追踪

图表7: 20240729-20240804 食品饮料行业产业链相关数据跟踪

品类	数据
农产品	
小麦	7月20日(截至目前最新),小麦价格为2471.5元/吨,同比-11.16%,环比+1.05%。
玉米	7月24日(截至目前最新),玉米价格为2.5元/公斤,同比-13.19%,环比+0.81%。
大豆	7月20日(截至目前最新),大豆价格为4493.5元/吨,同比-13.35%,环比-1.23%。
稻米	7月20日(截至目前最新),稻米价格为4076.9元/吨,同比+4.94%,环比-0.04%。
白砂糖	8月2日(截至目前最新),白砂糖价格为6720元/吨,同比-8.70%,环比+0.3%。
棕榈油	8月2日(截至目前最新),棕榈油价格为7953.33元/吨,同比+2.23%,环比-1.59%。
豆粕	2023年12月29日(截至目前最新),豆粕价格为4.36元/千克,同比-15.18%,环比持平。
面粉	7月26日(截至目前最新),面粉价格为4.25元/公斤,同比-0.23%,环比-0.47%。

畜牧产品

猪肉	8月2日(截至目前最新),猪肉价格为25.33/公斤,同比分别+29.57%,环比+5.06%。
白条鸡	8月2日(截至目前最新),白条鸡价格为17.56元/公斤,同比-3.78%,环比-0.85%。
生鲜乳	7月26日(截至目前最新),国内主产区生鲜乳价格为3.23元/公斤,同比-14.13%,环比-1.53%。
毛鸭	8月2日(截至目前最新),毛鸭主产区平均价为8.17元/公斤,同比-16.63%,环比-4.22%。

包装材料

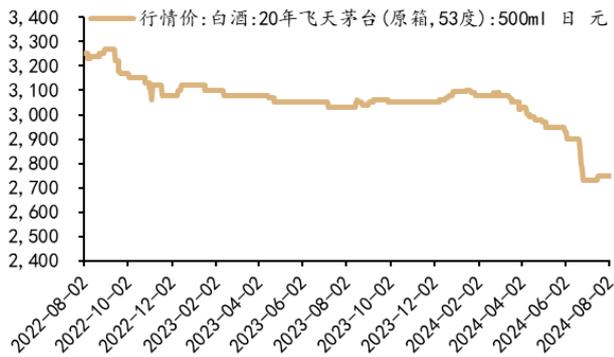
瓦楞纸	8月2日(截至目前最新),瓦楞纸价格为2598元/吨,同比-1.96%,环比-0.69%。
铝材	8月2日(截至目前最新),铝锭价格为19000元/吨,同比+2.48%,环比-6.77%
玻璃	7月20日(截至目前最新),浮法玻璃价格为1538.2元/吨,同比-11.16%,环比1.05%。
PET	8月2日(截至目前最新),PET价格为7137.5元/吨,同比-3.02%,环比+0.3%。

白酒批价

贵州茅台	8月2日(截至目前最新),飞天原箱批价2750元,同比价格-9.24%,环比价格+0.73%;散瓶批价2550元,同比价格-10.21%,环比价格+2%。
五粮液	8月2日(截至目前最新),五粮液普5批价930元,同比-1.06%,环比价格+0.54%

资料来源: iFinD, 中邮证券研究所整理

图表8: 飞天茅台价格(原箱)



资料来源: iFinD, 中邮证券研究所

图表9: 飞天茅台价格(散瓶)



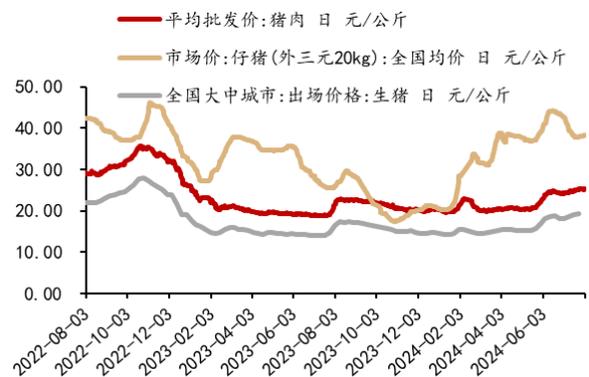
资料来源: iFinD, 中邮证券研究所

图表10: 五粮液普5价格

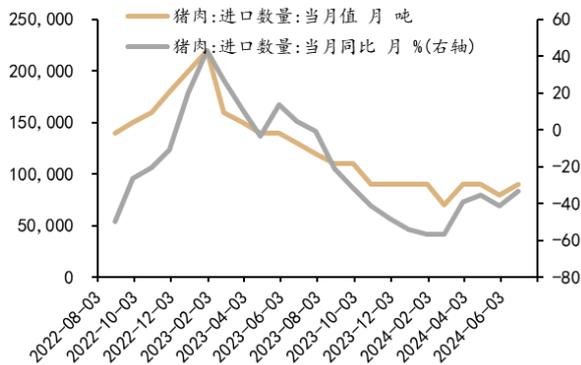


资料来源: iFinD, 中邮证券研究所

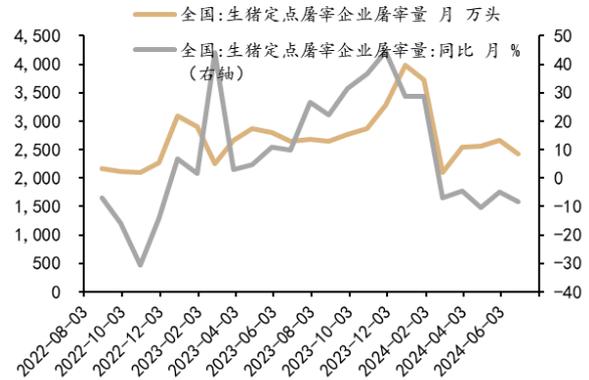
图表11: 猪肉价格(仔猪、猪肉、生猪)



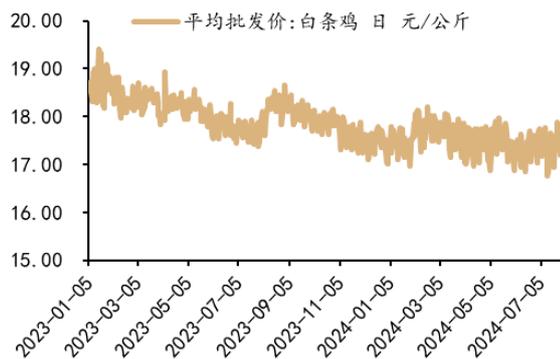
资料来源: iFinD, 中邮证券研究所

图表12: 进口猪肉数量


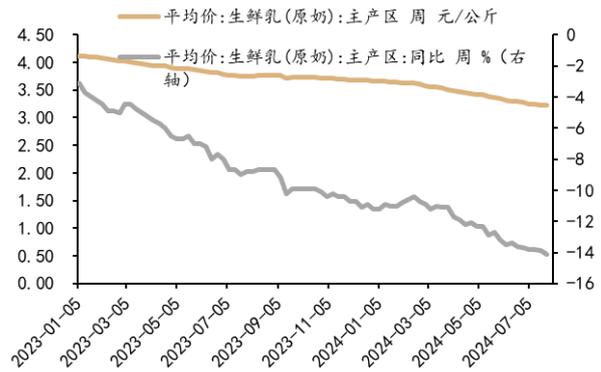
资料来源: iFinD, 中邮证券研究所

图表13: 生猪屠宰数量


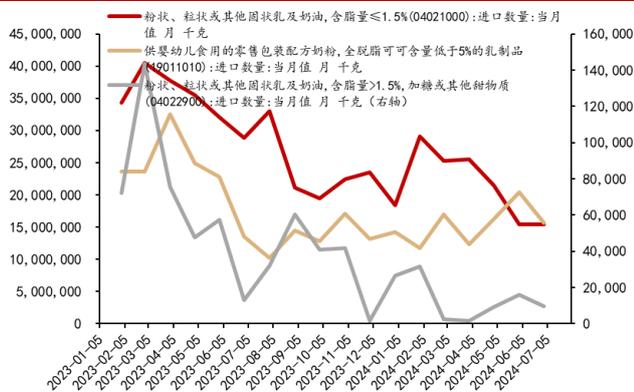
资料来源: iFinD, 中邮证券研究所

图表14: 白条鸡价格


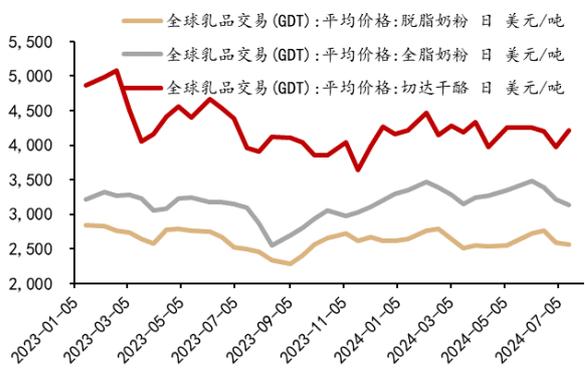
资料来源: iFinD, 中邮证券研究所

图表15: 生鲜乳价格


资料来源: iFinD, 中邮证券研究所

图表16: 进口奶粉数量


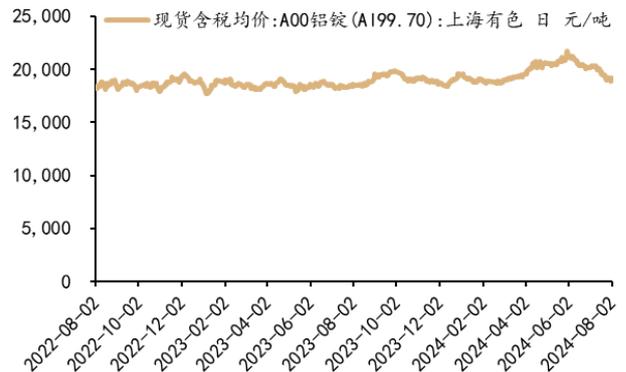
资料来源: iFinD, 中邮证券研究所

图表17: GDT 乳制品拍卖价格


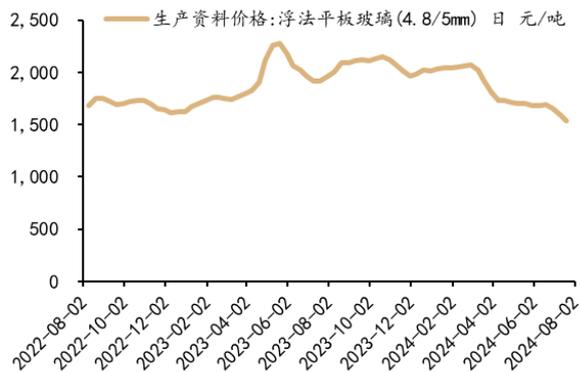
资料来源: iFinD, 中邮证券研究所

图表18: 瓦楞纸价格


资料来源: iFinD, 中邮证券研究所

图表19: 铝锭价格


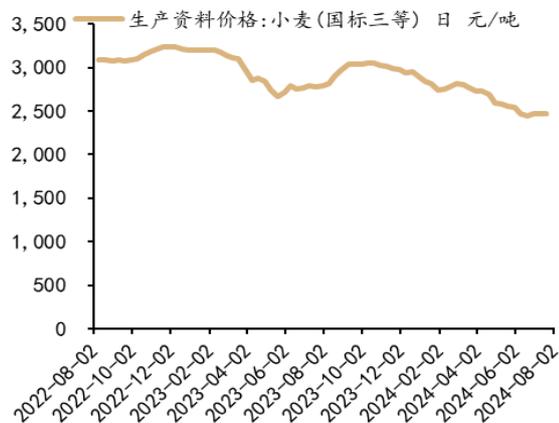
资料来源: iFinD, 中邮证券研究所

图表20: 浮法玻璃价格


资料来源: iFinD, 中邮证券研究所

图表21: PET 价格


资料来源: iFinD, 中邮证券研究所

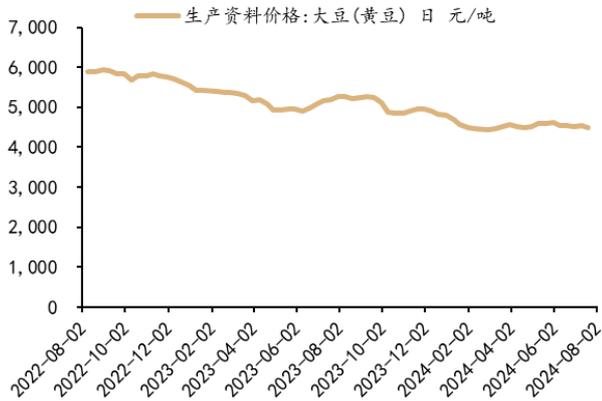
图表22: 小麦价格


资料来源: iFinD, 中邮证券研究所

图表23: 玉米价格

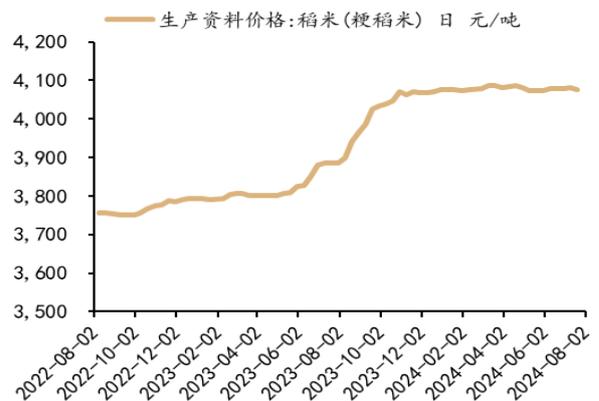

资料来源: iFinD, 中邮证券研究所

图表24：大豆价格



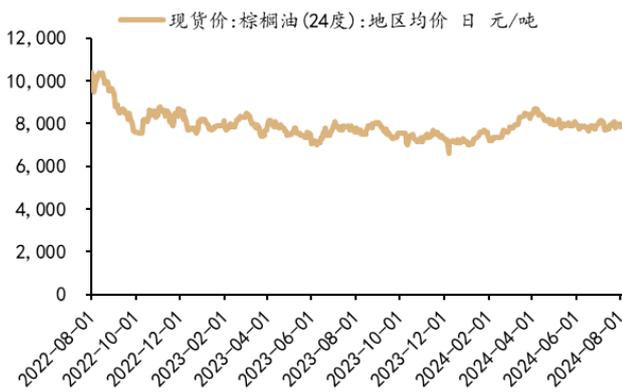
资料来源：iFinD，中邮证券研究所

图表25：稻米价格



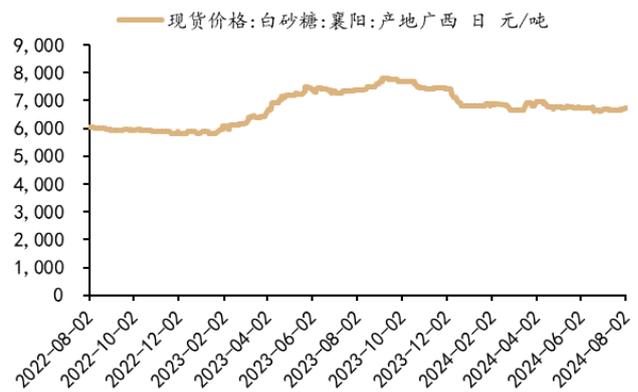
资料来源：iFinD，中邮证券研究所

图表26：棕榈油价格



资料来源：iFinD，中邮证券研究所

图表27：白砂糖价格



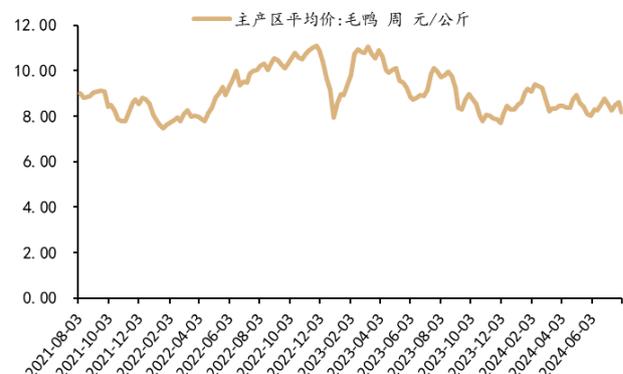
资料来源：iFinD，中邮证券研究所

图表28：面粉价格



资料来源：iFinD，中邮证券研究所

图表29：毛鸭价格



资料来源：iFinD，中邮证券研究所

8 风险提示

需求复苏不及预期的风险：国内经济形势整体向好，但需求仍处于弱复苏阶段，导致部分地区消费需求波动并影响相关行业及公司营收增长。

行业竞争加剧的风险：若行业竞争加剧，出现价格战等现象，公司盈利能力将受到影响。

食品安全的风险：食品安全事件将影响消费者信心，将对相关行业和公司造成影响。

成本波动的风险：餐饮行业中原材料、能源等成本波动将增加公司盈利不确定性。

中邮证券投资评级说明

投资评级标准	类型	评级	说明
报告中投资建议的评级标准： 报告发布日后的 6 个月内的 相对市场表现，即报告发布日后 的 6 个月内的公司股价（或行 业指数、可转债价格）的涨跌 幅相对同期相关证券市场基准 指数的涨跌幅。 市场基准指数的选取：A 股市 场以沪深 300 指数为基准；新 三板市场以三板成指为基准； 可转债市场以中信标普可转债 指数为基准；香港市场以恒生 指数为基准；美国市场以标普 500 或纳斯达克综合指数为基 准。	股票评级	买入	预期个股相对同期基准指数涨幅在 20%以上
		增持	预期个股相对同期基准指数涨幅在 10%与 20%之间
		中性	预期个股相对同期基准指数涨幅在-10%与 10%之间
		回避	预期个股相对同期基准指数涨幅在-10%以下
	行业评级	强于大市	预期行业相对同期基准指数涨幅在 10%以上
		中性	预期行业相对同期基准指数涨幅在-10%与 10%之间
		弱于大市	预期行业相对同期基准指数涨幅在-10%以下
	可转债 评级	推荐	预期可转债相对同期基准指数涨幅在 10%以上
		谨慎推荐	预期可转债相对同期基准指数涨幅在 5%与 10%之间
		中性	预期可转债相对同期基准指数涨幅在-5%与 5%之间
		回避	预期可转债相对同期基准指数涨幅在-5%以下

分析师声明

撰写此报告的分析师（一人或多人）承诺本机构、本人以及财产利害关系人与所评价或推荐的证券无利害关系。

本报告所采用的数据均来自我们认为可靠的目前已公开的信息，并通过独立判断并得出结论，力求独立、客观、公平，报告结论不受本公司其他部门和人员以及证券发行人、上市公司、基金公司、证券资产管理公司、特定客户等利益相关方的干涉和影响，特此声明。

免责声明

中邮证券有限责任公司（以下简称“中邮证券”）具备经中国证监会批准的开展证券投资咨询业务的资格。

本报告信息均来源于公开资料或者我们认为可靠的资料，我们力求但不保证这些信息的准确性和完整性。报告内容仅供参考，报告中的信息或所表达观点不构成所涉证券买卖的出价或询价，中邮证券不对因使用本报告的内容而导致的损失承担任何责任。客户不应以本报告取代其独立判断或仅根据本报告做出决策。

中邮证券可发出其它与本报告所载信息不一致或有不同结论的报告。报告所载资料、意见及推测仅反映研究人员于发出本报告当日的判断，可随时更改且不予通告。

中邮证券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计划提供投资银行、财务顾问或者其他金融产品等相关服务。

《证券期货投资者适当性管理办法》于 2017 年 7 月 1 日起正式实施，本报告仅供中邮证券客户中的专业投资者使用，若您非中邮证券客户中的专业投资者，为控制投资风险，请取消接收、订阅或使用本报告中的任何信息。本公司不会因接收人收到、阅读或关注本报告中的内容而视其为专业投资者。

本报告版权归中邮证券所有，未经书面许可，任何机构或个人不得存在对本报告以任何形式进行翻版、修改、节选、复制、发布，或对本报告进行改编、汇编等侵犯知识产权的行为，亦不得存在其他有损中邮证券商业性权益的任何情形。如经中邮证券授权后引用发布，需注明出处为中邮证券研究所，且不得对本报告进行有悖原意的引用、删节或修改。

中邮证券对于本申明具有最终解释权。

公司简介

中邮证券有限责任公司，2002年9月经中国证券监督管理委员会批准设立，注册资本50.6亿元人民币。中邮证券是中国邮政集团有限公司绝对控股的证券类金融子公司。

公司经营范围包括：证券经纪；证券自营；证券投资咨询；证券资产管理；融资融券；证券投资基金销售；证券承销与保荐；代理销售金融产品；与证券交易、证券投资活动有关的财务顾问。此外，公司还具有：证券经纪人业务资格；企业债券主承销资格；沪港通；深港通；利率互换；投资管理人受托管理保险资金；全国银行间同业拆借；作为主办券商在全国中小企业股份转让系统从事经纪、做市、推荐业务资格等业务资格。

公司目前已经在北京、陕西、深圳、山东、江苏、四川、江西、湖北、湖南、福建、辽宁、吉林、黑龙江、广东、浙江、贵州、新疆、河南、山西、上海、云南、内蒙古、重庆、天津、河北等地设有分支机构，全国多家分支机构正在建设中。

中邮证券紧紧依托中国邮政集团有限公司雄厚的实力，坚持诚信经营，践行普惠服务，为社会大众提供全方位专业化的证券投、融资服务，帮助客户实现价值增长，努力成为客户认同、社会尊重、股东满意、员工自豪的优秀企业。

中邮证券研究所

北京

邮箱：yanjiusuo@cnpsec.com
地址：北京市东城区前门街道珠市口东大街17号
邮编：100050

上海

邮箱：yanjiusuo@cnpsec.com
地址：上海市虹口区东大名路1080号邮储银行大厦3楼
邮编：200000

深圳

邮箱：yanjiusuo@cnpsec.com
地址：深圳市福田区滨河大道9023号国通大厦二楼
邮编：518048



START YOUR FINANCE



起点财经，网罗天下报告