

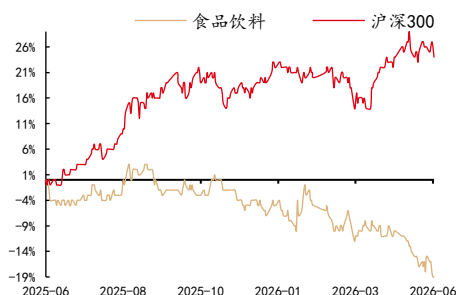
行业投资评级

强于大市|维持

行业基本情况

收盘点位	14085.68
52周最高	17980.62
52周最低	14085.68

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: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

《关注休闲零食板块投资机会：三重红利共振，估值底部蓄势》- 2026.05.20

食品饮料行业周报 (2026.06.01-2026.06.07)

新鲜零食赛道崛起，关注零食终端业态新变革

● 投资要点

2025 年新鲜零食概念加速出圈。这一被资本市场视为零食行业下一个万亿级风口的赛道，以短保、现制、健康为三大核心标签，正在重写千亿级休闲零食市场的底层规则。进入 2026 年，赛道竞争从模式验证升级为资本竞速，头部品牌纷纷推出激进的拓店计划，金粒门、几多全、一栗三大头部品牌均处于 A 轮融资接洽阶段。本周我们对南京金粒门、几多全、一栗 NUT CO. 三家代表性门店进行实地调研，以期捕捉赛道竞争态势及品牌战略演进。

建议关注具备供应链全链路自控能力与单店模型反复验证的金粒门，持续跟踪其跨区域复制过程中店效模型的一致性；审慎评估过度依赖加盟扩张的品牌在短保非标品管控上的长期挑战；对绝味新鲜零食建议保持跟踪，关注其首批直营门店的运营数据和模式成熟度。

三元跟踪：2024 年 4 月三元完成高层换届，启动深度国企改革，推动管理层年轻化、转变经营作风，确立“深根筑基、韧性增长”基调，侧重长期发展。公司聚焦北京及京津冀市场，落地 T 字型战略与低温鲜奶路线，依托自有优质奶源打造核心单品，同步升级产品矩阵、布局乳品深加工，深耕优质特渠。目前北京低温市占率有较大提升空间，在新渠道拓展、提升终端执行力等多方面具备机会，公司正通过精细化终端管理、新零售布局等补齐竞争要素。省外保留优质渠道，等待时机复制本土成功模式。企业推行超额激励、吸纳青年人才，现阶段八喜、特渠、电商业务表现亮眼，我们估计二季度经营趋势较平稳。后续三元将持续夯实各项基础，发力终端与品牌升级，谋求区域市场份额提升与长期发展。

6 月 1 日-6 月 5 日行情回顾

本周食品饮料板块整体跌幅较大，申万食品饮料行业指数（801120.SL）本周区间涨跌幅为-4.59%，在 30 个申万一级行业中位列第 28，跑输沪深 300 指数 3.05 个百分点，当前行业动态 PE 为 21.18。

本周食品饮料行业的 10 个子板块均收跌，板块跌幅最低的为肉制品（-1.13%）。

从个股角度看，食品饮料板块本周 14 只个股收涨，涨幅前 5 分别为元祖股份（+16.1%）、贝因美（+12.22%）、金字火腿（+8.62%）、煌上煌（+5.41%）、海南椰岛（+3.64%）。

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 本周行业/公司跟踪.....	5
1.1 新鲜零食市场调研反馈.....	5
1.2 三元股份：深度改革筑基，持续看好三元复兴.....	10
2 食品饮料行业本周表现.....	10
3 本周公司重点公告.....	12
4 本周行业重要新闻.....	13
5 食品饮料行业周度产业链数据追踪.....	13
6 风险提示.....	18

图表目录

图表 1: 主要头部新鲜零食品牌对比	5
图表 2: 金粒门客流量饱满	7
图表 3: 金粒门 SKU 中可见山姆成熟单品且小规格化	7
图表 4: 几多全外观	8
图表 5: 几多全内部产品布局	8
图表 6: 一栗门头展示	9
图表 7: 一栗强调现烤现制	9
图表 8: 申万行业周涨幅对比	11
图表 9: 申万食品饮料行业子板块周涨跌幅	11
图表 10: 食品饮料行业公司周涨幅前十个股	11
图表 11: 申万食品饮料指数过去一年 PE-Band	11
图表 12: 20260601-20260607 白酒、大众品相关公告	12
图表 13: 20260601-20260607 白酒、大众品相关新闻	13
图表 14: 20260601-20260607 食品饮料行业产业链相关数据跟踪	13
图表 15: 飞天茅台价格（原箱）	14
图表 16: 飞天茅台价格（散瓶）	14
图表 17: 五粮液普 5 价格	14
图表 18: 猪肉价格（仔猪、猪肉、生猪）	14
图表 19: 进口猪肉数量	15
图表 20: 生猪屠宰数量	15
图表 21: 白条鸡价格	15
图表 22: 生鲜乳价格	15
图表 23: 进口奶粉数量	15
图表 24: GDT 乳制品拍卖价格	15
图表 25: 瓦楞纸价格	16
图表 26: 铝锭价格	16
图表 27: 浮法玻璃价格	16
图表 28: PET 价格	16
图表 29: 小麦价格	16
图表 30: 玉米价格	16
图表 31: 大豆价格	17
图表 32: 稻米价格	17
图表 33: 棕榈油价格	17
图表 34: 白砂糖价格	17
图表 35: 面粉价格	17

图表 36: 冻鸡爪价格.....	17
-------------------	----

1 本周行业/公司跟踪

1.1 新鲜零食市场调研反馈

2025 年新鲜零食概念加速出圈。这一被资本市场视为零食行业下一个万亿级风口的赛道，以短保、现制、健康为三大核心标签，正在重写千亿级休闲零食市场的底层规则。其底层逻辑不再追求生产即库存的高周转，而是以消费定生产的反向模式，将产品保质期从数月压缩至 3-7 天，甚至当天现制当天售罄。

进入 2026 年，赛道竞争从模式验证升级为资本竞速，头部品牌纷纷推出激进的拓店计划。本周我们对南京金粒门、几多全、一栗 NUT CO. 三家代表性门店进行实地调研，以期捕捉赛道竞争态势及品牌战略演进。

图表1：主要头部新鲜零食品牌对比

	金粒门	几多全	一栗 NUT CO.	绝味新鲜零食
品牌起源	前身板栗连锁“金栗门”，2021 年转型新鲜零食业态，将山姆、盒马已验证的大单品拆解为更小、更轻量化的规格，填补大众精致零食消费空白	2025 年 3 月由旗下拥有黑色经典臭豆腐的伍爱集团孵化，依托集团十五年的研发与零售积淀，定位净配方新鲜零食，现已独立连锁运营	2008 年成立于沈阳的手作轻零食品牌，从东北起家逐步走进一线、新一线城市核心商圈，以新鲜本味自然食材，美味健康轻零食为核心定位	2026 年五一期间由卤味龙头绝味食品孵化推出的全新子品牌，定位为多品类一站式新鲜零食消费空间。此前在长沙进行过小规模业态测试
门店数量	直营门店超 20 家	截至 2026 年 5 月 20 日全国门店达 109 家，	全国直营门店 100 家左右	今年五一在湖南长沙雨花凯德店与四川成都来福士店双店首开
区域布局	以长沙为大本营，拓展至武汉、衡阳、株洲等湘鄂核心城市；2026 年 5 月 29 日南京新街口 IFCX 开出华东首店（超 400 m²）；深圳、广州、杭州、合肥等城市首店已完成签约；深圳、常州工厂同步布局	自长沙起步，遍及 9 省（市）20 余个核心城市；2026 年 4 月大规模拓展南京、深圳、合肥、杭州等新一线城市；南京、广州、重庆三地工厂即将投产	覆盖北京、天津、南京、苏州、沈阳、哈尔滨等城市，选址集中于购物中心 A 类场，已在核心商圈建立较强品牌认知	首店设于长沙雨花凯德广场（200 m²）与成都来福士广场（300 m²）；计划 7 月启动全国扩张，首批覆盖南昌、武汉、郑州、南京、北京五城，前期以直营打磨模型

未来规划	依托基地直采+中央厨房+门店现制全链条体系，多地自建工厂支撑门店扩张与供应链深耕双轮驱动	2026 年计划新增 600 门店	现阶段聚焦打磨可盈利、适配加盟商的标准化门店模型，优化商品结构；待模型成熟后，依托全国庞大经销商与加盟体系复制放大
		2027 年约新开 50 家	

资料来源：36 氪，ZAKER，商业观察家，中邮证券研究所

➤ 金粒门（南京 IFCX 新力场店）

金粒门南京华东首店于 2026 年 5 月 29 日正式开业，选址南京新街口 IFCX 商场 B1 层，客流量爆满，与长沙国金街的客群结构高度匹配。

客流与销售表现：开业当天门店火爆异常，人流相比长沙有增不减，单品销售前三名分别为咔咔虾片、鲜奶茉莉冰酿和芭乐莓莓酸奶昔，最受欢迎的商品类目依次为现制茶饮、辣卤和休闲零食。

空间布局逻辑：门店采用由鲜入常递进式动线，将短保属性突出的烘焙、鲜卤、现制饮品等鲜食置于入口黄金位置，先用新鲜感建立信任；中长保类零食干果规划于店内纵深区域，用中长保类产品完成客单价拉升。

商品结构特点：SKU 更为丰富，比 2026 年 2 月长沙调研的有所扩容，覆盖水果、饮品、烘焙、卤味、炒货、冻干等几大核心品类。其选品策略呈现对标成熟爆款但做小规格和更高质价比的特点。

选品策略：一是在对标山姆、盒马成熟爆款的基础上，将产品规格做小并定价更具质价比。烘焙类烘焙保质期仅 3 天，现烤猪肉脯保质期仅 3 天；多数短保产品价格为山姆、盒马的 5-9 折，单个产品价格普遍保持 8-20 元/份，质价比突出，更适合年轻小家庭和单身人群。二是以 1 天保质期的鲜榨果汁、现制饮品、魔芋丝、酱板鸭等区域辣卤特色产品形成自身差异化，强化本地认同感并制造稀缺体验。金粒门将山姆已验证的单品以更小规格和更低价格下沉，让消费者体验到质价比。

供应链保障：为支撑跨区域扩张，金粒门已同步将常州、深圳工厂于5月投产，布局华东、华南市场。其门店在售商品多为自有品牌，且绝大多数为独家研发。

图表2：金粒门客流量饱满



图表3：金粒门 SKU 中可见山姆成熟单品且小规格化



资料来源：中邮证券研究所

资料来源：中邮证券研究所

对比我们年前对长沙金粒门门店调研情况而言，存在一定系统性升级。1) 产品 SKU 与品类结构显著扩容。长沙国金街店 SKU 在烘焙、卤味品类的深度相对有限，主要以坚果果干和短保烘焙为核心。南京 IFCX 华东首店 SKU 更为丰富，烘焙、卤味、包装长保等品类均有明显扩品。其中短保烘焙在门店整体陈列面积中的占比进一步提升，保质期 1-5 天的高频消费品类 SKU 占比较多。同时南京店开始出现量贩大包装自有品牌零食，如大袋装坚果、大罐装炒货等，产品规格从单一的中小包装向大小包装并行演进，进一步向山姆模式靠拢。选品策略上，南京店保留了对标山姆、盒马成熟爆款并进行小规格化、低价化的核心逻辑，同时增加了更多区域特色辣卤产品和现制饮品 SKU，强化了本地化差异化。2) 门店拓展从区域深耕进入全国化复制阶段。2 月时金粒门约 20 余家门店集中分布在湖南湖北两省核心城市，为区域模型运行积累了深度数据，单店模型已打磨成熟。6 月南京华东首店正式开业，面积超 400 平米，选址南京新街口 IFCX 核心商圈，

门店动线和空间设计在保留由鲜入常递进式逻辑的基础上，结合更大面积进行了优化分区，为全国化复制提供了一个更完善的成熟模板。

➤ 几多全（南京雨花万象天地店）

商品结构与品类分布。几多全 SKU 覆盖鲜食麻辣、膨化糕点、坚果果干、烘焙西点、时令鲜果及现制饮品等品类。调研门店专门布局了冲调茶包、本地特产、香辣酱等品类。其中，水果、罐装奶茶、品质鲜卤等短保类、肉类卤味占比较多，预计与母公司黑色经典在卤味品类的既有供应链基础高度相关。几多全对传统零食店的运营模式做了大量精简，将核心聚焦于鲜辣卤味、短保烘焙、零防腐坚果三大类，产品保质期普遍控制在 3 至 7 天。

空间布局与引流：几多全的引流逻辑同样是以冰鲜烘焙、辣卤等短保品类引流入口。但相较金粒门，其客流分布相对更不均匀，客流多集中于冰鲜烘焙、辣卤等短保产品区，特产、餐桌配菜区的顾客驻足率与停留时间相对偏低。黑色经典现制臭豆腐档口在部分门店保留，与短保卤味形成互补引流体系。门店同设有黑色经典现制档口，结合短保引流和母公司品牌 IP 放大吸引力。

图表4：几多全外观



资料来源：中邮证券研究所

图表5：几多全内部产品布局



资料来源：中邮证券研究所

➤ 一栗 NUT CO.（南京新六百店）

商品结构：一栗的 SKU 结构极为克制。门店融合了现炒板栗、现烤面包、现制冰淇淋、坚果果酱现磨展示、甜品奶茶等多种业态，品类覆盖极广（烘焙、干果、休闲零食、坚果炒货、果酱、乳制品、奶茶果汁、甜点冰淇淋八大品类），但每个品类下的 SKU 经过严格精选：烘焙约 30 款，其他品类基本控制在 10 款以

内。这种宽类窄品的精细化选品策略既满足年轻消费者的新鲜感需求，又通过单品集中采购、规模化生产降低原料损耗与库存压力，实现供应链效率最大化。一栗的 SKU 结构本质是把山姆、奥乐齐的精选逻辑从单一品类扩展到跨品类集成——用宽的品类覆盖制造逛购的丰富趣味，用窄的单品控制保障单品周转效率。

门店结构：门店约 100 平米，门店自制与手作品占比多，剩余为工厂直配标品。产品端，一栗以现场制作为核心差异化能力：每日按照新鲜时刻表出品，出品间隔精确到分钟。一栗在运营上构建了清晰的消费漏斗：前端用甜点和冰淇淋吸引客流，中段用烘焙、奶茶等高频率续购品类留住顾客，通过坚果、零食等低频商品完成消费延伸和客单价拉升，叠加当天现制和现场透明操作让消费者直观感受加工过程，建立信任链条。

图表6：一栗门头展示



资料来源：中邮证券研究所

图表7：一栗强调现烤现制



资料来源：中邮证券研究所

新鲜零食赛道正处于从模式验证向资本竞速的关键跃迁期。金粒门、几多全、一栗三大头部品牌均处于 A 轮融资接洽阶段。建议关注具备供应链全链路自控能力与单店模型反复验证的金粒门，持续跟踪其跨区域复制过程中店效模型的一致性；审慎评估过度依赖加盟扩张的品牌在短保非标品管控上的长期挑战；对绝味新鲜零食建议保持跟踪，关注其首批七城直营门店的运营数据和模式成熟度。

1.2 三元股份：深度改革筑基，持续看好三元复兴

2024 年 4 月三元完成高层换届，开启深度国企改革，推进管理层全员年轻化，转变国企经营作风，确立“深根筑基、韧性增长”年度基调，以长期发展为先、调低短期损益目标。公司聚焦北京及京津冀核心市场，推行 T 字型战略与真鲜活低温路线，坚守优质自有奶源，采用先进巴氏杀菌技术，打造北京鲜等核心大单品，新品增速领跑行业，同时升级酸奶、高端乳品矩阵，布局干酪、乳清蛋白等深加工业务，深耕麦当劳、喜茶等头部特渠。当前北京低温市占率距离目标仍有提升空间，在新渠道拓展、提升终端执行力等多方面具备机会，公司正通过网络终端管控、新零售布局、常态化试吃推广补齐竞争要素。省外依托山东、河南、广西自有工厂保留优质渠道，蓄力后续复制北京成熟打法。改革配套超额利润激励，向销售、生产一线倾斜薪资与资源，吸纳青年人才搭建骨干团队。目前八喜冰淇淋、特渠业务增长亮眼，电商 618 战绩突出，Q2 经营态势稳健。未来公司将持续夯实产品、渠道、组织基础，推进全品类升级、终端卡位与品牌年轻化，力争提升京津冀市占率，实现长期稳健增长。

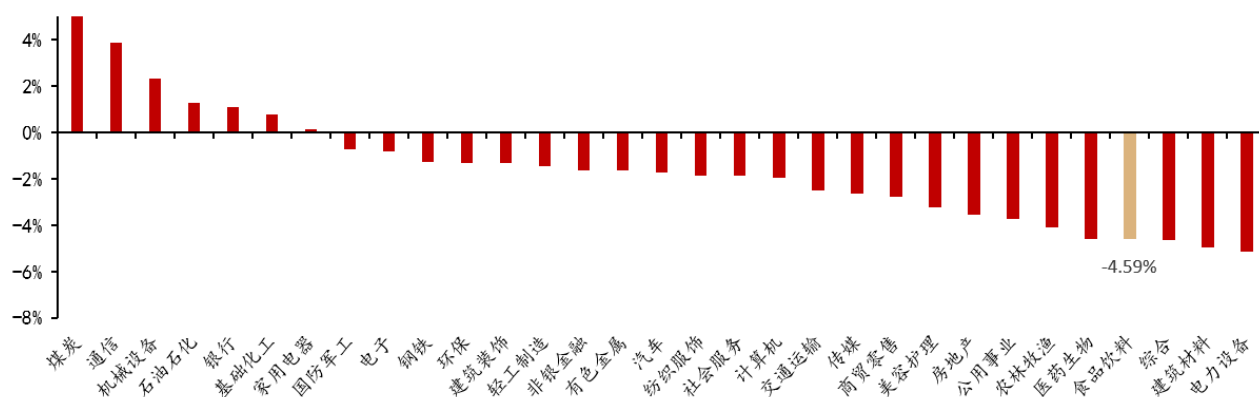
2 食品饮料行业本周表现

本周食品饮料板块整体跌幅较大，申万食品饮料行业指数（801120.SL）本周区间涨跌幅为-4.59%，在 30 个申万一级行业中位列第 28，跑输沪深 300 指数 3.05 个百分点，当前行业动态 PE 为 21.18。

本周食品饮料行业的 10 个子板块均收跌，板块跌幅最低的为肉制品（-1.13%）。

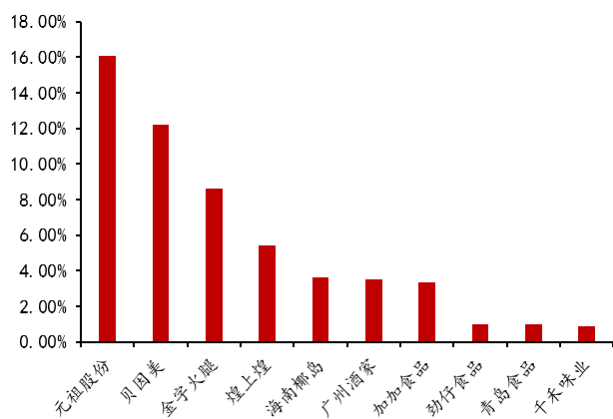
从个股角度看，食品饮料板块本周 14 只个股收涨，涨幅前 5 分别为元祖股份（+16.1%）、贝因美（+12.22%）、金字火腿（+8.62%）、煌上煌（+5.41%）、海南椰岛（+3.64%）。

图表8：申万行业周涨幅对比



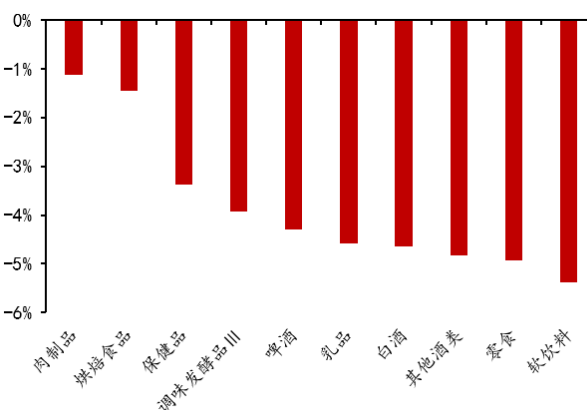
资料来源：iFinD，中邮证券研究所

图表9：申万食品饮料行业子板块周涨跌幅



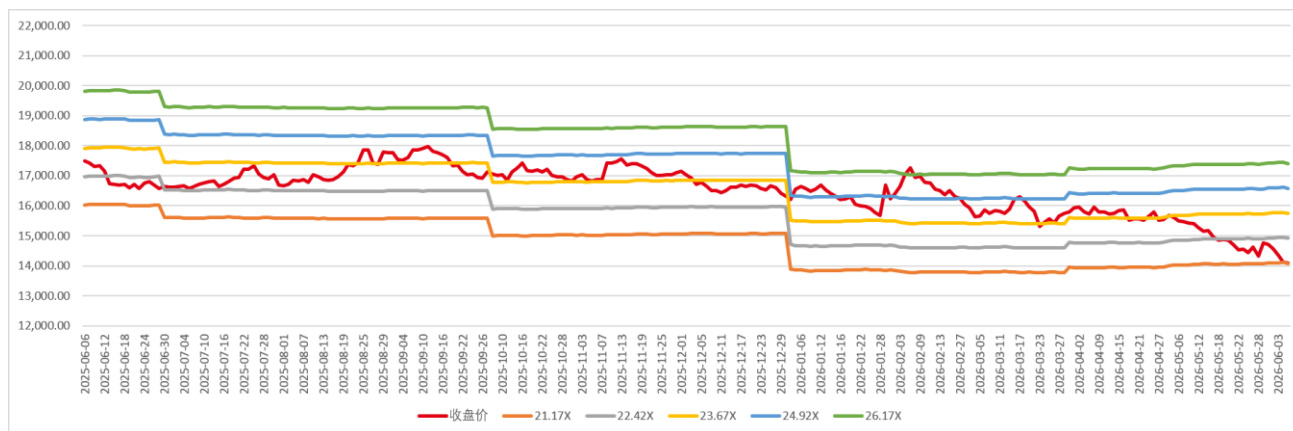
资料来源：iFinD，中邮证券研究所

图表10：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11：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

3 本周公司重点公告

图表12：20260601-20260607 白酒、大众品相关公告

公司	公告
白酒	
水井坊	公司于2026年6月1日召开十一届董事会2026年第二次临时会议。会议通过了《关于聘任总经理的议案》，同意自 2026年6 月1日起聘任于晓峰先生为公司总经理，任期同本届董事会。
大众品	
仙乐健康	美国当地时间 2026 年 5 月 29 日，PC 公司与买方RIE, LLC签署《资产购买协议》，以 300 万美元的价格向买方转让个人护理产品合同制造、配方开发、包装及销售业务相关的机器设备、应收账款、知识产权、存货等核心特定资产，交易不构成关联交易及重大资产重组。同日，公司顺利收到首期 200 万美元款项，交割工作高效完成。 公司已顺利完成控股子公司Best Formulations PC LLC（简称“PC公司”）个人护理业务核心资产出售交割工作，标志着公司正式卸下亏损业务负担，全面聚焦营养健康食品解决方案主业，为企业稳健经营、高质量发展注入强劲动能。
汤臣倍健	公司近日签署合伙协议，以自有资金1.3亿元投资天津砺思星灵创业投资合伙企业(有限合伙)，基金总规模6.8亿元，公司出资比例19.1176%。该基金募集资金拟专项用于标的项目投资，公司拟通过该基金间接投资项目，以投资金额为限享有投资收益和承担投资风险。本次投资属于财务性投资，不构成关联交易及重大资产重组。
劲仔食品	未来12个月内将通过集中竞价交易方式回购部分股份，回购资金总额为不低于5000万元（含）、不超过1亿元（含），回购的股份将用于注销，减少注册资本，有效维护全体股东权益。
妙可蓝多	妙可蓝多披露高管增持公告，王宇新、刘扬、李辉、付学飞四名副总经理，5月29 日-6月1日以自有资金竞价增持7.5万股，占总股本0.0147%，合计耗资 142.33万元。管理层出于看好公司长期发展、认可个股价值自主买入，本次增持不触发权益变动，不会改变股东结构，相关人员暂无后续增持计划。
乖宝宠物	北京君联晟源合计通过大宗交易方式和集中竞价方式减持公司股份5,288,000股，珠海君联博远合计通过大宗交易方式和集中竞价方式减持公司股份2,322,000股，两家累计减持公司股份7,610,000股，占公司总股本的1.90%，减持计划实施完毕。

资料来源：iFind，中邮证券研究所整理

4 本周行业重要新闻

图表13：20260601-20260607 白酒、大众品相关新闻

公司	相关新闻
白酒/酒类	
行业	1-4月进口方面，烈酒进口额4.89亿美元，同比增长28.09%；进口量2870.18万升，同比下降2.27%。葡萄酒进口额4.37亿美元，同比下降3.73%；进口量6499.39万升，同比下降13.07%。啤酒进口额1.80亿美元，同比增长22.66%；进口量1.19亿升，同比增长6.11%。
贵州茅台	i茅台App显示，“53%vol 100ml×6茅台礼盒”零售价上调至1819元/盒，较此前的1799元/盒上涨20元。据悉，100ml小茅台于2022年正式上线i茅台平台，是该平台独家定制产品。产品定位为“老友小酒”，适合老友相聚时的品饮需要。
大众品	
零食行业	万辰集团与鸣鸣很忙集团先后发布官方声明，共同呼吁行业“反对无序内卷和不正当竞争”、“坚持理性发展、稳健经营”。两家头部企业发声，标志着两大龙头企业各自坚守理性发展、质量优先的经营思路，以长期主义守护行业生态。
良品铺子	新业态“鲜生活”目前尚处打磨探索阶段，今年公司将进一步发挥供应链规模化优势，推动经营质量改善。‘鲜生活’是公司围绕现有消费场景进行延伸性探索的新业务，目前开业一家，处于打磨探索阶段。
京东	京东折扣超市全国第十一家门店已确定进驻淮南市田家庵区万达广场，计划于6月底正式营业，这也将是淮南市首个硬折扣超市品牌。公开信息显示，京东折扣超市自去年8月开出全国首店以来，目前已在北京、河北、江苏、安徽等多地落地十家门店。

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

5 食品饮料行业周度产业链数据追踪

图表14：20260601-20260607 食品饮料行业产业链相关数据跟踪

品类	数据
农产品	
小麦	5月20日（截至目前最新），小麦价格为2532.3元/吨，同比4.21%，环比-1.11%。
玉米	5月27日（截至目前最新），玉米价格为2.38元/公斤，同比1.71%，环比0%。
大豆	5月31日（截至目前最新），大豆价格为4469.6元/吨，同比3.42%，环比0.18%。
稻米	5月31日（截至目前最新），稻米价格为4009.1元/吨，同比-0.46%，环比-0.1%。
棕榈油	6月6日（截至目前最新），棕榈油价格为9421.67/吨，同比8.32%，环比-5.26%。
面粉	5月29日（截至目前最新），面粉价格为4.18/公斤，同比-0.48%，环比0.24%。
小麦	5月20日（截至目前最新），小麦价格为2532.3元/吨，同比4.21%，环比-1.11%。
畜牧产品	
猪肉	6月7日（截至目前最新），猪肉价格为14.39/公斤，同比-25.98%，环比-2.44%。
白条鸡	6月7日（截至目前最新），白条鸡价格为16.48/公斤，同比-4.02%，环比-1.55%。
生鲜乳	5月29日（截至目前最新），国内主产区生鲜乳价格为3.03/公斤，同比-0.66%，环比0.33%。
冻鸡爪	2026年4月（截至目前最新），主要产区价格为3.14/公斤，同比-59.9%，环比-57.04%。
包装材料	
瓦楞纸	6月6日（截至目前最新），瓦楞纸价格为2901/吨，同比9.47%，环比5.41%。
铝材	6月6日（截至目前最新），铝锭价格为24200/吨，同比18.22%，环比-1.14%。
玻璃	5月31日（截至目前最新），浮法玻璃价格为1140.1/吨，同比-18.86%，环比-1.25%。
PET	6月6日（截至目前最新），PET价格为8265/吨，同比35.99%，环比-11.84%。

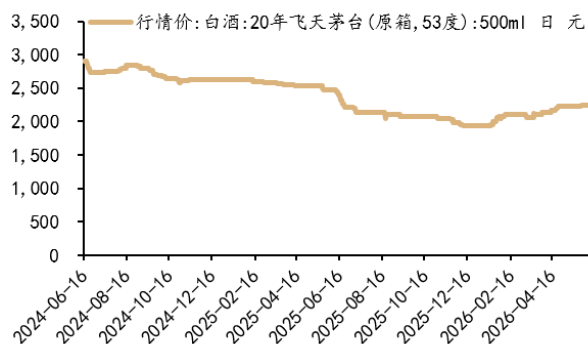
白酒批价

贵州茅台 6月6日(截至目前最新),飞天原箱批价2250元,同比价格-8.16%,环比0.9%;散瓶批价2100元,同比价格-7.89%,环比-2.33%。

五粮液 6月6日(截至目前最新),五粮液普5批价750元,同比-16.67%,环比-3.85%。

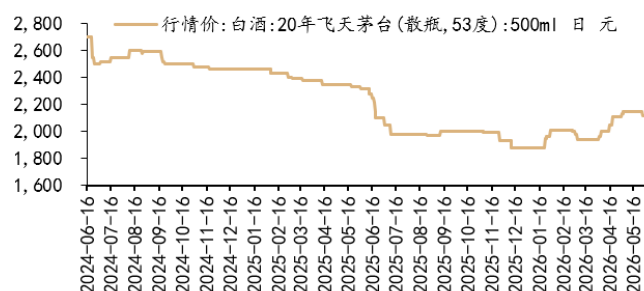
资料来源: iFinD, 中邮证券研究所整理

图表15: 飞天茅台价格(原箱)



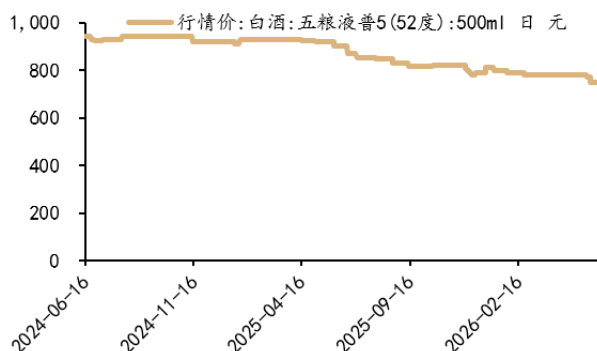
资料来源: iFinD, 中邮证券研究所

图表16: 飞天茅台价格(散瓶)



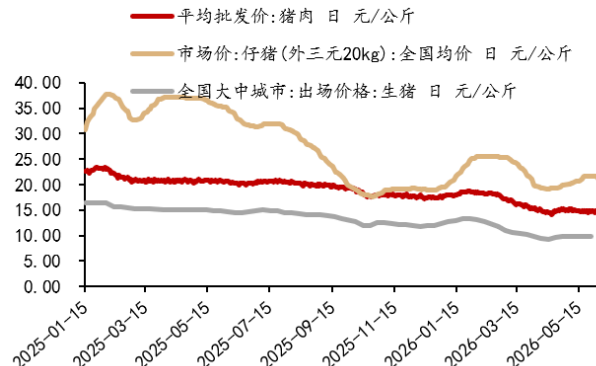
资料来源: iFinD, 中邮证券研究所

图表17: 五粮液普5价格



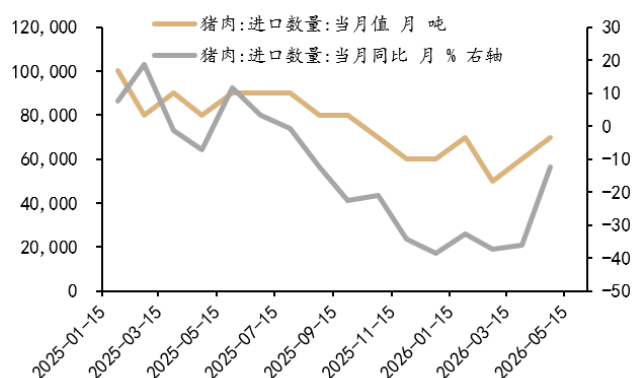
资料来源: iFinD, 中邮证券研究所

图表18: 猪肉价格(仔猪、猪肉、生猪)



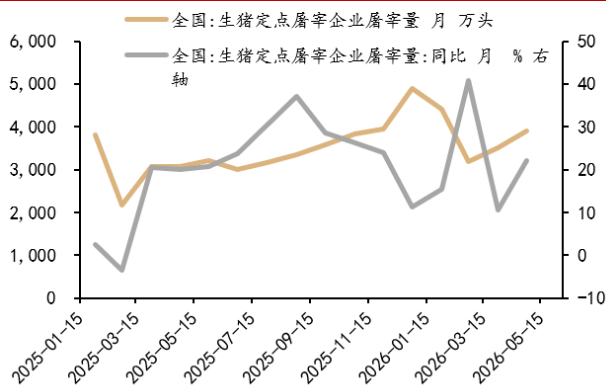
资料来源: iFinD, 中邮证券研究所

图表19：进口猪肉数量



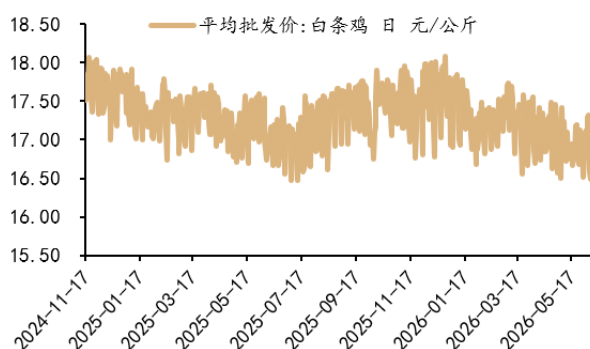
资料来源：iFinD，中邮证券研究所

图表20：生猪屠宰数量



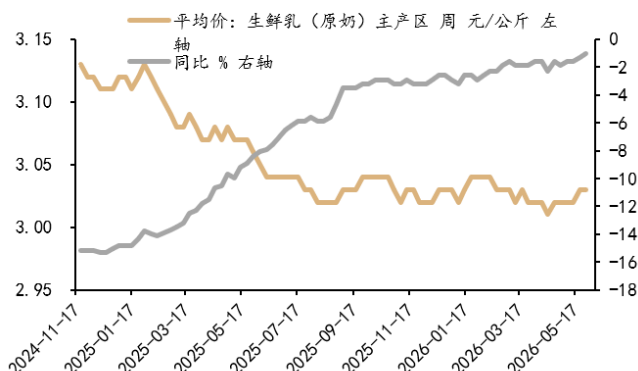
资料来源：iFinD，中邮证券研究所

图表21：白条鸡价格



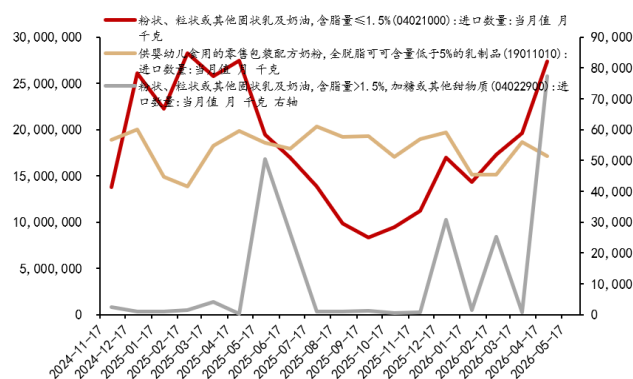
资料来源：iFinD，中邮证券研究所

图表22：生鲜乳价格



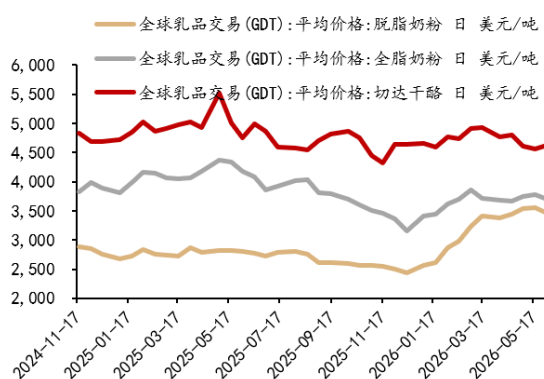
资料来源：iFinD，中邮证券研究所

图表23：进口奶粉数量



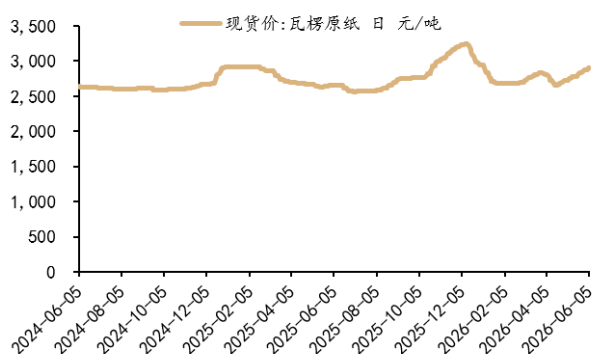
资料来源：iFinD，中邮证券研究所

图表24：GDT 乳制品拍卖价格



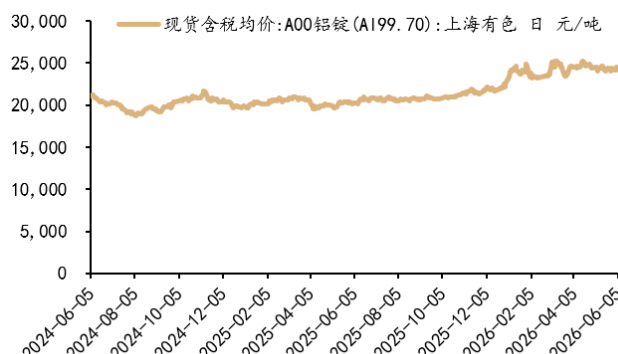
资料来源：iFinD，中邮证券研究所

图表25：瓦楞纸价格



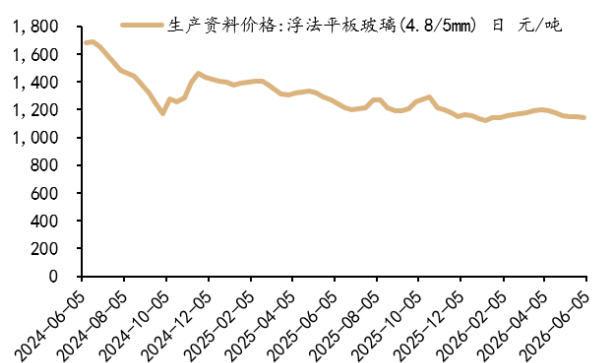
资料来源：iFind，中邮证券研究所

图表26：铝锭价格



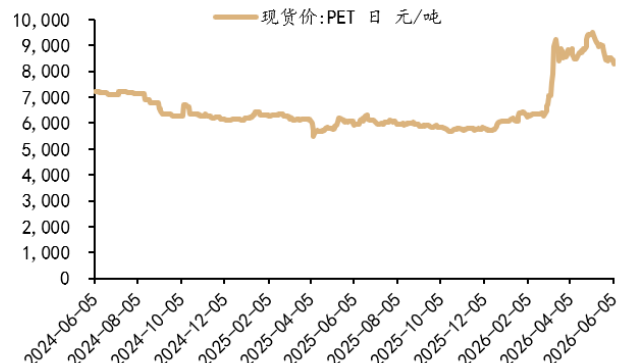
资料来源：iFind，中邮证券研究所

图表27：浮法玻璃价格



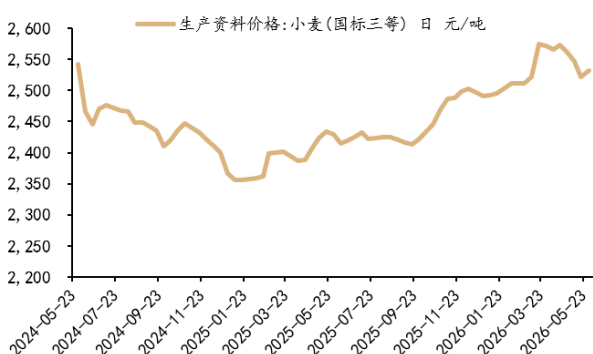
资料来源：iFind，中邮证券研究所

图表28：PET 价格



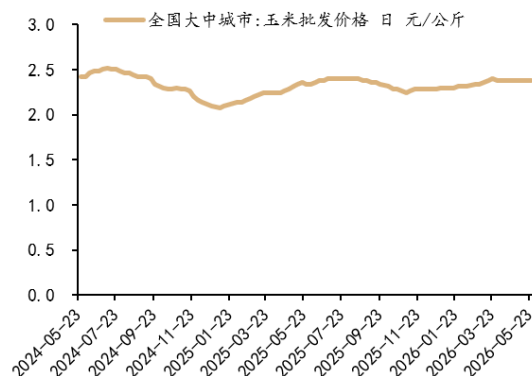
资料来源：iFind，中邮证券研究所

图表29：小麦价格



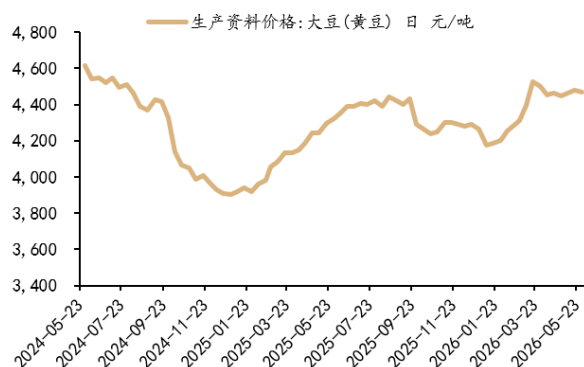
资料来源：iFind，中邮证券研究所

图表30：玉米价格



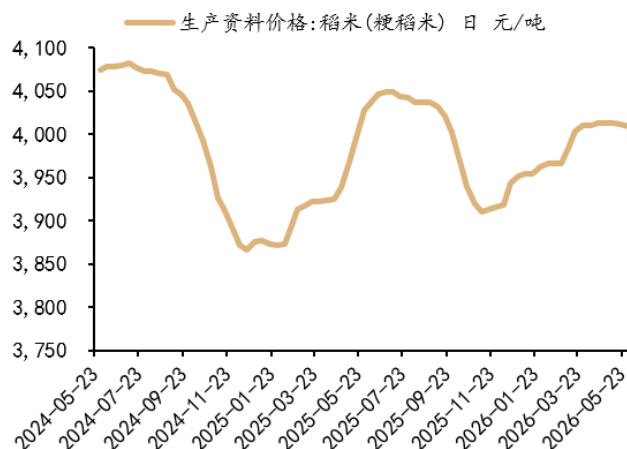
资料来源：iFind，中邮证券研究所

图表31：大豆价格



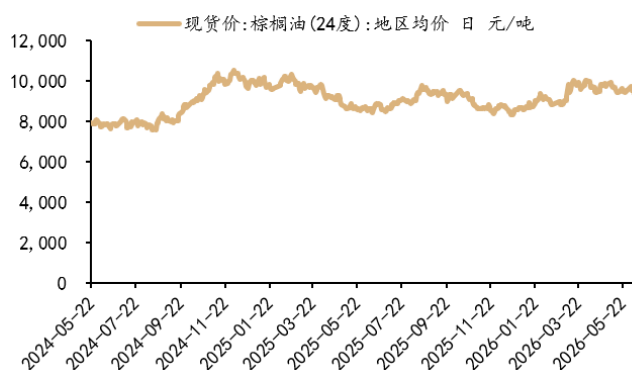
资料来源：iFind，中邮证券研究所

图表32：稻米价格



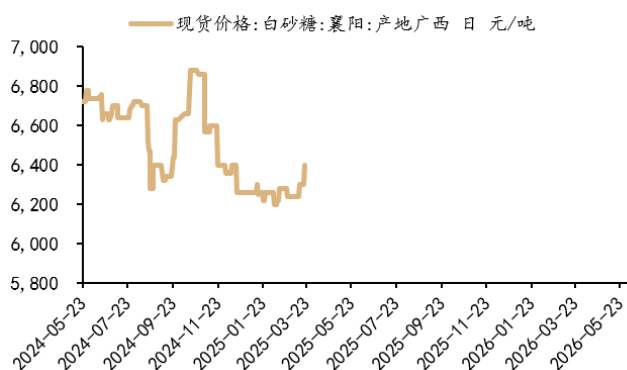
资料来源：iFind，中邮证券研究所

图表33：棕榈油价格



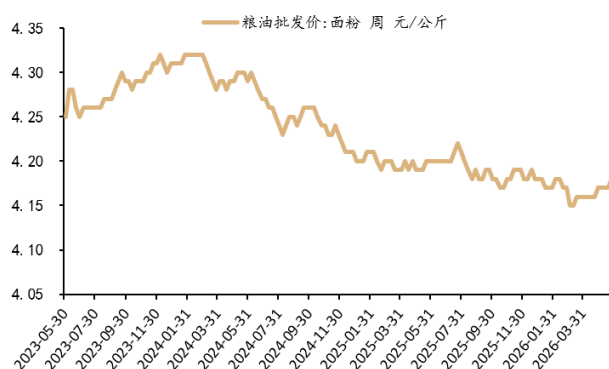
资料来源：iFind，中邮证券研究所

图表34：白砂糖价格



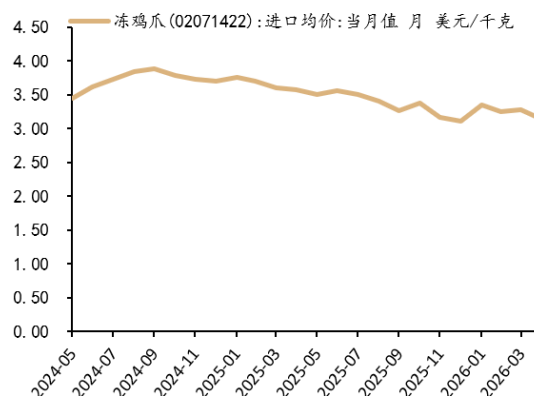
资料来源：iFind，中邮证券研究所

图表35：面粉价格



资料来源：iFind，中邮证券研究所

图表36：冻鸡爪价格



资料来源：iFind，中邮证券研究所

6 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，对相关行业和公司造成影响。

成本波动的风险：食品饮料行业中原材料、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。

本报告所载的意见、评估及预测仅为本报告出具日的观点和判断。该等意见、评估及预测无需通知即可随时更改。过往的表现亦不应作为日后表现的预示和担保。在不同时期，中邮证券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。

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签约客户使用，若您非中邮证券签约客户，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签约客户。

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于 2002 年 9 月经中国证券监督管理委员会批准设立,公司注册资本 61.68 亿元人民币,是中国邮政集团有限公司绝对控股的证券类金融子公司,公司是中邮创业基金管理股份有限公司的第二大股东。

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,具备展业的各项资格。截至 2025 年 10 月底,公司在全国设有 58 家分支机构(含 29 家分公司、29 家营业部),1 家资产管理分公司和 1 家另类投资子公司。

中邮证券紧密依托中国邮政集团有限公司的雄厚实力,通过强化“自营+协同”发展模式,实现快速发展,当前服务的经纪客户已超过 260 万人。公司始终坚持诚信经营、践行金融为民,为社会大众提供全方位专业化的证券投融资服务,努力成为员工自豪、股东放心、客户信赖、社会尊重的优秀企业,打造契合中国邮政资源禀赋和市场地位的特色精品券商。

中邮证券研究所

北京

邮箱: yanjiusuo@cnpsec.com

地址: 北京市丰台区北甲地路 2 号院 6 甲 1 号, 玺萌大厦南塔

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