



CONSUMER GOODS



消费品上市公司白皮书

WHITE PAPER FOR LISTED COMPANIES

2023

目 录

和君集团版权所有

总指导：潘松挺

总编写：范 磊

编 写：石大壮 余本钦 苟焕成 孙意真 陈 汉

校 对：汪金跃 姗 娜

01 引言

INTRODUCTION

02 总体概览

OVERALL OVERVIEW

02 数据来源

08 产业经营

05 分析框架

08 资本变化

09 行业构成

03 行业分布

INDUSTRIAL DISTRIBUTION

04 区域分布

REGIONAL DISTRIBUTION

12 公司数量变化

18 省份及城市分布情况

12 营收利润变化

20 创收和盈利情况

13 企业市值变化

22 主要地区近四年情况

05 市值分析

MARKET VALUE ANALYSIS

26 总体市值分层分析

27 市值 TOP50 公司

29 市值涨幅 TOP20

30 市值跌幅 TOP20

06 资本运作

CAPITAL OPERATION

32 上市融资

32 定向增发

33 发债融资

33 退市情况

07 核心结论

CORE CONCLUSION

36 核心结论

08 结束语

CONCLUSION

39 结束语

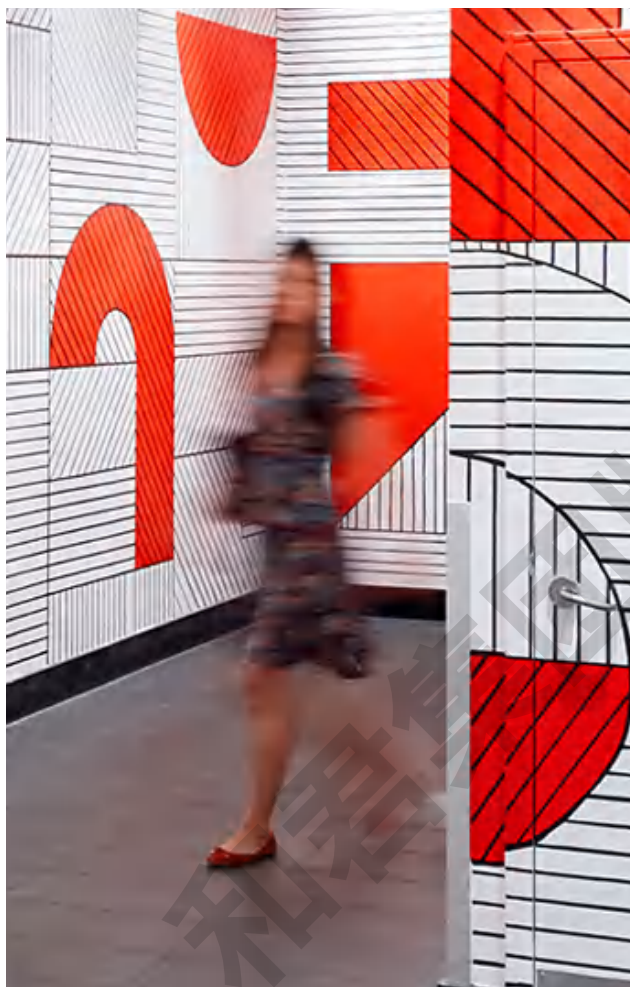


01

INTRODUCTION

引言

数据来源、分析框架



introduction

前言

2023 年，中国经济迈入复苏阶段，在促消费政策的持续推动下，国家统计局一季度经济数据显示，我国社会消费品零售总额同比增长 5.8%，最终消费对经济增长的贡献率达到 66.6%，消费市场继续保持复苏态势，对经济增长的拉动作用明显增强。

习近平总书记在党的二十大报告中强调，“着力扩大内需，增强消费对经济发展的基础性作用”。作为拉动经济增长的三驾马车之一，消费既影响宏观经济的走势，又影响着千家万户的生活。在加快构建新发展格局的背景下，消费是畅通国内大循环的关键环节和重要引擎，对经济发展具有持续推动作用，事关保障和改善民生。

2022 年全国上市公司营收总额超过 70 万亿元，约为全国 GDP 的 60%，上市公司是国民经济的主力军，是推动我国经济增长的“动力源”。和君咨询结合多年消费品行业的服务经验，从“资本 + 咨询”视角出发，以消费品行业的在 A 股上海交易所与深圳交易所上市的公司为研究主体，多维度分析消费品行业的发展现状，洞察消费行业的未来趋势。本次白皮书旨在为消费品行业从业人员和研究者总结行业概况，分析行业趋势，深化其对消费品行业的理解；为消费品企业提供业务发展与资本运作的专业判断，提升其决策的科学性与合理性；为政府提供消费品行业发展的新视角，丰富其在消费拉动增长、促进行业发展、刺激居民消费的思路。

数据来源 data sources

消费品定义

指面向最终消费者购买并用于个人或家庭使用的产品和服务。

消费品公司定义

指直接面向终端消费者的个人或家庭生产和销售产品及提供服务的公司。

白皮书研究对象

本次研究对象为在 A 股上海交易所与深圳交易所上市的消费品行业公司（不含北交所），共计 725 家。

行业分类结构

和君消费品行业分类标准划分为三个级别，分别为一级行业分类、二级行业分类和三级行业分类。目前共有 12 个一级行业、22 个二级行业、56 个三级行业。

行业划分办法

根据上市公司公告中不同业务的营业收入分类为主要依据，725 家上市公司行业划分原则如下：

（1）如果公司某项业务的收入占公司总收入的 50% 以上，原则上该公司归属该项业务对应的行业；

（2）如果公司没有一项收入占到总收入的 50% 以上，但某项业务的收入在所有业务中最高，原则上该公司归属该项业务对应的行业；

（3）极少数企业的主营业务虽不属于面向终端消费者的产品和服务，但其业务对细分行业有重要影响力，此类公司由和君专家组进一步研究和分析确定行业归属。

货币单位

本白皮书所涉及所有营收、利润、市值、资本运作等相关数据的货币单位均为人民币元。

数据获取时间

2023 年 4 月 28 日，即 A 股上市公司 2022 年年报最后一个披露日。

消费品行业分类标准

一级行业	二级行业	三级行业	行业释义
汽车	乘用车	乘用车	主要生产用于载运乘客及其随身行李和 / 或临时物品的汽车。
	摩托车及其他	摩托车及其他	生产摩托车、电瓶车摩托车或者三轮摩托拖车等其他个人交通设备的公司，不包括专门生产自行车的公司
	汽车经销商与汽车服务	汽车经销商	汽车经销商，包括汽车整车销售商与汽车零部件销售商。
		汽车服务	汽车维修以及护理服务提供商、汽车租赁服务提供商。
	家用汽车配件	汽车服务	生产家用汽车配件的公司，主要包括遮阳板、内外饰件、头枕、车身贴、功能膜等。
食品、饮料、酒水	酒水	白酒	生产白酒的公司。
		啤酒	生产啤酒和麦芽酒的公司。
		黄酒	生产黄酒的公司。
		葡萄酒及其他	生产葡萄酒以及其他酒精饮料的公司。
	软饮料	软饮料	生产包含矿泉水在内的不含酒精饮料的公司。
	食品	肉制品	生产肉类、禽类和鱼类包装食品的公司。
		水果生鲜	生产水果、果切、生鲜的公司。
		调味品与食用油	生产调味品、食用油的公司。
		乳制品	生产乳制品的公司，包含牛奶及酸奶、固态乳制品。
		休闲食品	生产休闲食品的公司，包括膨化食品、巧克力与糖果、卤制品、饼干糕点、坚果炒货等产品。
		其他食品	生产未归类于别处的其他食品的公司，包含速冻食品、保健食品、食品添加剂等产品。
餐饮服务	餐饮服务	餐饮服务	餐馆、酒吧、快餐或者外卖服务设施的业主和运营商。
消费电子	消费电子	电脑	生产电脑、服务器设备的公司。
		手机	生产手机的公司。
		周边电子产品	生产手机、电脑周边配件的公司，包含平板电脑、耳机、键盘、鼠标、打印机、声卡、显卡、数据存储部件等。

一级行业	二级行业	三级行业	行业释义
家居用品	家用电器	白色家电	主要从事制造空调、冰箱、洗衣机等用于替代人力家务劳动或改善物质生活水平的家用电器。
		黑色家电	主要从事制造电视机、音响、音箱等能够提供娱乐的家用电器。不包括归类于“消费电子”子行业中生产耳机、可穿戴设备的公司。
		小家电	主要从事制造功率和体积相对较小的家电，包括豆浆机、投影仪、电动牙刷、扫地机器人等产品。
		照明电器	主要从事制造各种家用照明灯具。
		厨卫电器	主要从事制造用于厨房和浴室的大型家电。
		家电零部件	主要从事制造家电零部件的公司
	家具用品	家具	主要从事制造具有坐卧、凭倚、贮藏、间隔等功能的家具。
		其他家居	主要从事制造家具以外的家居产品，包括家用五金、餐厨用具、家居装饰品、园艺用具等产品。
		休闲设备用品	休闲设备与用品的制造商，包括体育用品、健身器材、自行车、乐器和玩具等产品。
旅游	旅游	景点	主要从事对旅游景点的开发建设和经营管理以及提供景区相关服务的公司。
		旅游服务	从事旅行社、旅行团运营商以及相关的服务的公司。包含在线旅游代理商。不包括归类于“旅游零售”子行业中的公司
		旅游零售	通过旅游分销渠道（如机场免税店、航空公司、渡轮、邮轮、铁路、市区免税店等）内商店进行商品交易的零售商。
		酒店	酒店的业主和运营商。
文化娱乐休闲	文化娱乐休闲	影视动漫	从事制作、发行、播出、销售电影、影视、动漫相关产品与服务的公司。
		游戏	互动游戏产品的制作商和分销商，包括手机游戏。
		出版	报纸、杂志和书籍出版商，以印刷或电子格式提供信息的提供商，包括数字出版。
		广播与电视	提供电视或广播节目的制作、播放及其他相关活动。
		本地生活	主要提供餐饮、生活服务、休闲娱乐等商家服务信息聚合服务的平台型公司。
		其他休闲服务	体育与游乐设施的业主和运营商和其他休闲服务提供商，包括体育运动中心、健身中心、体育场、高尔夫球场、游乐园设施、赛事运营等。

一级行业	二级行业	三级行业	行业释义
美业	美业	生活美容	提供化妆品、美容用具、美容器械及按摩等非侵入性的美容专业手段，主要包括面部护理、身体护理和修饰美容。
		医疗美容	提供医学美容、美体、整形及医美信息平台服务的公司。包括医美手术整形和非手术护理（注射、光电、声波等）。
		化妆品	生产化妆品的公司。
珠宝鞋服	纺织服装	服装	服装制造商，不包括归类于“鞋帽与配饰”公司。
		家用纺织	主要从事制造家用纺织品，如床上用品、窗帘、地毯等。
		鞋帽与配饰	主要生产鞋类、帽类、箱包、服装配饰等。
	珠宝与奢侈品	珠宝与奢侈品	主要生产名设计师手提包、皮夹、行李箱、珠宝和手表等贵重商品的公司。
日用品	日用品	家庭用品	生产洗涤剂、肥皂、宠物食品以及卫生巾、纸尿裤等卫生纸品在内的家庭非耐用消费品的公司。
		办公用品	生产企业单位日常工作中所使用的辅助用品，包括文件档案用品、桌面用品、办公设备、财务用品、耗材等。
医疗服务与保健	家用医疗器械	医疗设备	生产医疗设备的公司，以血压仪、体温计、血糖仪和轮椅等家用设备为主。
	医疗服务	医疗服务	为终端消费者提供保健护理服务，包括眼科医院与口腔医院。
	药品零售	药品零售	药品零售店和药剂店的业主和运营商。
	保健品	保健品	生产保健药品的公司。
零售	一般零售	百货商店	百货商店的业主和运营商。
		超市与便利店	超市、大卖场以及出售食品和各类消费品的便利店。
	专营零售	专营零售	专门经营某一大类商品（如家用电器等）为主的专业专卖店。
	互联网零售	互联网零售	通过互联网提供零售服务的公司。

分析框架 analytical framework

本次白皮书分析从“资本 + 咨询”视角出发，结合和君咨询多年消费品行业研究经验，从宏观、中观两个层面构建分析体系。

在宏观层面，对消费品行业做了总体发展概述，从行业分布、区域分布两个维度出发，分析了不同区域和

不同消费品行业的整体经营情况和市值情况，整体形成对消费品行业的直观感受。

在中观层面，从资本角度出发，于“市值”和“资本运作”两个维度对消费品细分行业和区域的重点企业进行研究分析。市值分析重点分析了各细分行业和重点区域的核心企业在资本市场的市值表现，资本运作重点分析了消费品行业 2022 年在资本市场的重要动作和资本走向。两个维度凸显消费品细分行业和区域核心企业的发展趋势。

02

OVERALL OVERVIEW

总体概览

产业经营、资本变化、行业构成

总体概览

Overall Overview

(一) 产业经营

2022 年，A 股消费品行业上市公司共计 725 家，行业总营收达到 7.86 万亿元，净利润 4170 亿元，就业人员 535 万，整体行业利润率为 5.3%；消费品上市公司平均年营收达到 108.5 亿，平均利润为 5.8 亿。截至 2023 年 4 月 28 日，消费品行业在资本市场的总市值达到 15.3 万亿元。

与此同时，2022 年 A 股上市公司总共 4991 家，上市公司总营收达到 71.67 万亿元，总利润 5.64 万亿元，就业人数 2967.1 万，整体利润率为 7.8%；A 股上市公司平均年营收达到 143.6 亿，平均利润为 11.3 亿。截至 2023 年 4 月 28 日，A 股上市公司在资本市场的总市值达到 942174 亿元。从市值和营收来看，消费品行业上市公司市值和营收分别占到整个 A 股的 16% 和 11%，占比都超过了 10%。从盈利能力来看，消费品行业上市公司利润率为 A 股整体水平的 67%，显著低于沪深交易所上市公司整体情况。

从营收利润来看，2020 年到 2022 年，消费品上市公司总营收从 6.70 万亿增长到 7.87 万亿，总利润从 0.46 万亿下降到 0.42 万亿，三年复合增长率分别为 5.52% 和 -3.32%。A 股上市公司的总营收从 55.90 万亿增长到 71.67 万亿，总利润从 4.69 万亿增长到 5.64 万亿，三年复合增长率分别为 8.64% 和 6.34%。过去三年，消费品行业总营收和利润均低于 A 股整体情况，在总体营收平稳上升的情况下，行业利润率不断下滑。

2020-2022 年 A 股消费品上市公司营收与利润（万亿元）



(二) 资本变化

从上市公司数量上来看，2020 年到 2022 年，消费品上市公司从 626 家增长到 718 家，累计新增上市公司 92 家；A 股上市公司数量从 4076 家增长到 4911 家，累计新增上市公司 835 家。截至 2023 年 4 月 28 日，消费品行业新增上市公司 7 家，A 股整体新增上市公司 80 家。

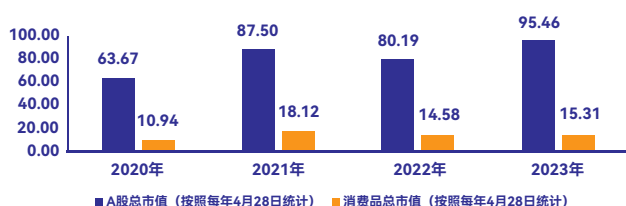
消费品行业新增上市公司数量三年复合增长率为 7.1%，A 股新增上市公司数量三年复合增长率为 9.8%。消费品行业新上市公司数量增长率低于 A 股的主要原因有两点：一是三年疫情影响，消费品企业生产经营全面收缩；二是证监会上市政策影响，所属消费品行业的食品、家电、家具、服装鞋帽、快消餐饮等企业上市受限。

2020-2022 年 A 股上市公司与消费品上市公司数量变化（家数）



从资本市场市值来看，2020 年 4 月 28 日到 2023 年 4 月 28 日，消费品上市公司总市值从 10.94 万亿上涨到 15.31 万亿，三年复合增长率为 8.77%。A 股上市公司总市值从 63.67 万亿上涨到 95.46 万亿，三年复合增长率为 10.65%。消费品上市公司市值三年复合增速不及 A 股整体市场。

2020 年 -2023 年 A 股及消费品上市公司
总市值变化 (万亿元)

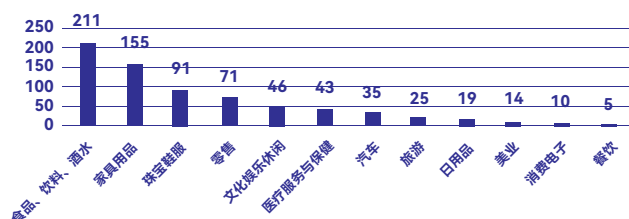


自 2020 年起，在疫情管控和上市政策限制的双重压力下，消费品行业新增上市公司数量和资本市场市值的表现均不及 A 股整体市场。随着疫情结束，市场进入复苏阶段，二十大后国家着力扩大内需，增强消费拉动经济作用，在“两只手”的共同作用下，消费品行业面临新机遇，预计未来三年消费品行业将迎来快速发展。

(三) 行业构成

截至 2023 年 4 月 28 日，A 股消费品行业上市公司共计 725 家。从数量上来看，消费品细分行业上市公司数量占居前三名的是食品 / 饮料 / 酒水行业、家居用品行业和珠宝鞋服行业，分别为 211、155 和 91 家；消费品细分行业上市公司数量后三名的为美业、消费电子和餐饮行业，分别为 5、10、和 14 家。

消费品细分行业上市公司分布



从整体比例上来看，排名细分行业前三名的食品 / 饮料 / 酒水行业、家居用品行业和珠宝鞋服行业分别占到消费品上市公司整体数量的 29%、21% 和 13%，排名细分行业后三名的美业、消费电子和餐饮行业分别占到消费品上市公司整体数量的 1.9%、1.4% 和 0.7%。



03

INDUSTRIAL DISTRIBUTION

行业分布

公司数量变化、营收利润变化、企业市值变化

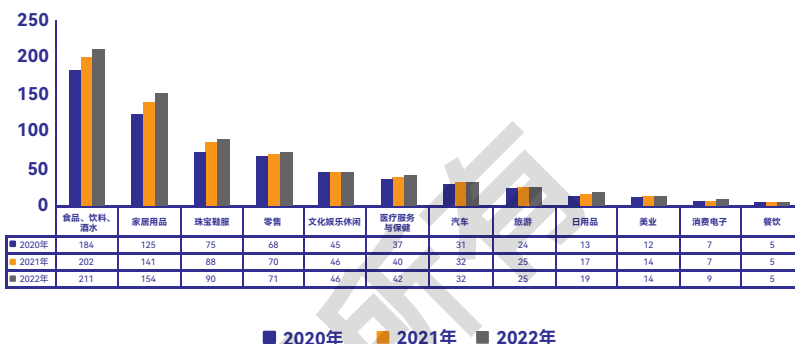
行业分布 industrial distribution

(一) 公司数量变化

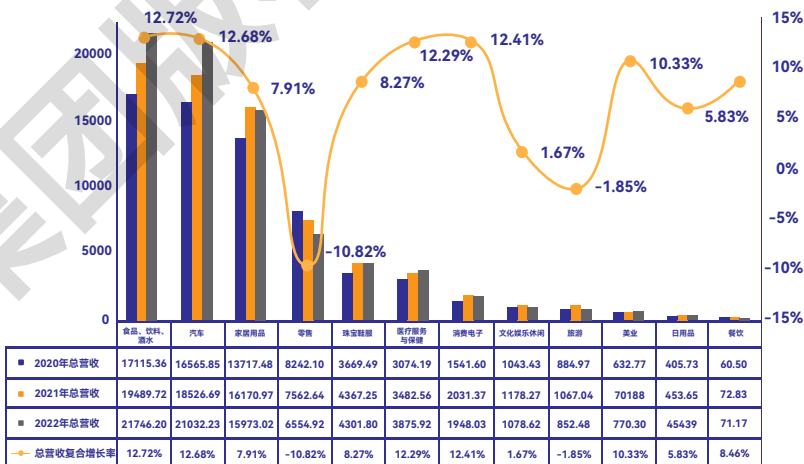
从 2020 年到 2022 年，消费品细分行业的上市公司数量出现了明显的分化现象，呈现“增长”与“不增长”两种状态，上市公司数量越多的细分行业，过去三年新增的上市公司数量越多。其中，家居用品行业上市公司数量增加最多，三年累计新增上市公司 29 家；食品 / 饮料 / 酒水行业位列第二，三年累计新增上市公司 27 家；珠宝鞋服位列第三，三年累计新增上市公司 15 家。

而零售、文化娱乐休闲、医疗服务与保健、汽车、旅游、美业、消费电子、餐饮八大细分行业上市公司数量三年处于“不增长”状态，行业内几无新增上市公司，从侧面也反映了过去三年这些行业的整体发展情况。

2020-2022 年 A 股消费品各细分行业上市公司数量



2020-2022A 股消费品上市公司总营收情况 (亿元)



(二) 营收利润变化

1. 细分行业营收情况

从细分行业营收量级上来看，消费品上市公司细分行业营收规模分层显著，食品 / 饮料 / 酒水行业、汽车行业、家居用品行业属于“万亿级”细分行业。2022 年食品 / 饮料 / 酒水行业和汽车行业上市公司营收同时跨过两万亿大关，家居用品行业营收也超过了一万五千亿。零售、珠宝鞋服、医疗服务与保健、消费电子、文化休闲娱乐五大行业属于千亿级细分行业。零售行业上市公司在 2020 年一度接近万亿大关，随后行业整体收缩，2022 年滑落至 6555 亿。文化休闲

娱乐行业过去三年一直在千亿门槛徘徊。旅游、美业、日用品、餐饮四大行业因为上市公司数量少，属于“百亿级”细分行业。旅游业在 2021 年达到千亿规模营收，随后下滑至 852 亿。日用品行业有望在 2023 年跨过五百亿营收门槛。餐饮行业有望在 2024 年跨过一百亿营收门槛。

从细分行业营收增速上来看，食品 / 饮料 / 酒水行业、汽车行业、医疗服务与保健、消费电子、美业五大行业过去三年的营收年复合增长率都超过了 10%，其中食品 / 饮料 / 酒水行业的增速最快，三年

复合增长达到了12.72%。家居用品、珠宝鞋服、餐饮、日用品四个行业过去三年复合增长率超过了5%；文化娱乐休闲行业过去三年复合增长率仅为1.67%；

零售行业和旅游行业营收过去三年经历了负增长，其中零售行业下滑最为明显，三年复合增长率为-10.82%。旅游行业营收下滑速度较为平缓，三年复合增长率为-1.85%。零售行业受疫情和业务模式冲击影响较大，业内永辉超市、美凯龙、苏宁易购和步步高大型零售集团营收都出现不同程度下滑。其中营收下滑最严重的为苏宁易购，2022年苏宁易购总营收714亿元，相比于2019年营收2692亿元共下滑了1978亿元。

2. 细分行业盈利情况

从细分行业利润量级上来看，消费品行业盈利能力分为了三个层级。食品/饮料/酒水行业和家居用品行业属于“千亿级”盈利水平。食品/饮料/酒水行业盈利能力最强，规模在2000亿左右。家居用品行业的盈利能力是食品/饮料/酒水行业的一半左右。汽车、医疗服务与保健、珠宝鞋服三个行业盈利能力属于“百亿级”水平。汽车行业过去三年利润规模超过了500亿，医疗服务与保健行业超过了300亿，珠宝鞋服行业在200亿左右徘徊。消费电子、美业、日用品、旅游、餐饮、文化娱乐休闲及零售七个行业的盈利能力属于“十亿级”水平，消费电子行业过去三年利润规模都超过了50亿，零售行业过去两年整体处于亏损状态，两年累计亏损高达532.4亿。

从细分行业利润增速上看，过去三年仅有汽车、医疗服务与保健、家居用品和旅游四个行业利润处于上升状态，三年复合增长率为正。其中汽车行业盈利能力最为耀眼，过去三年利润年复合增长率达到了

9.4%，其余三个行业利润增速平缓。而珠宝鞋服、消费电子、食品/饮料/酒水、美业和日用品五个行业利润虽然出现了下滑，但下滑程度有限，三年复合增长率保持在-20%以内，珠宝鞋服三年复合增长率在-1%，日用品为-16.1%。餐饮、文化娱乐休闲和零售三个行业过去三年经历了利润的滑铁卢，餐饮行业三年利润年复合增长率为-50.8%，行业从盈利下滑至接近盈亏持平状态。零售和文化娱乐休闲行业利润下滑严重，三年利润年复合增长率都超过了-350%，两个行业都从利润为正的状态变成了大幅亏损状态。

（三）企业市值变化

从资本市场市值表现来看，食品/饮料/酒水、家居用品和汽车三个行业市值均超过万亿，其中食品/饮料/酒水属于市值最高的行业，市值达到了74655亿；家居用品和汽车行业市值分别为20967亿和17213亿。医疗服务与保健、珠宝鞋服、文化娱乐休闲、旅游、零售五个行业属于第二梯队，行业市值都高于五千亿，其中医疗服务与保健行业即将突破万亿市值，零售行业在下降至五千亿市值后亦有机会触底反弹。美业、消费电子和日用品三个行业属于第三梯队，行业市值都高于一千亿，美业行业将成为下一个五千亿市值的行业。餐饮行业是消费品细分行业中市值最小的行业，市值仅为425亿。

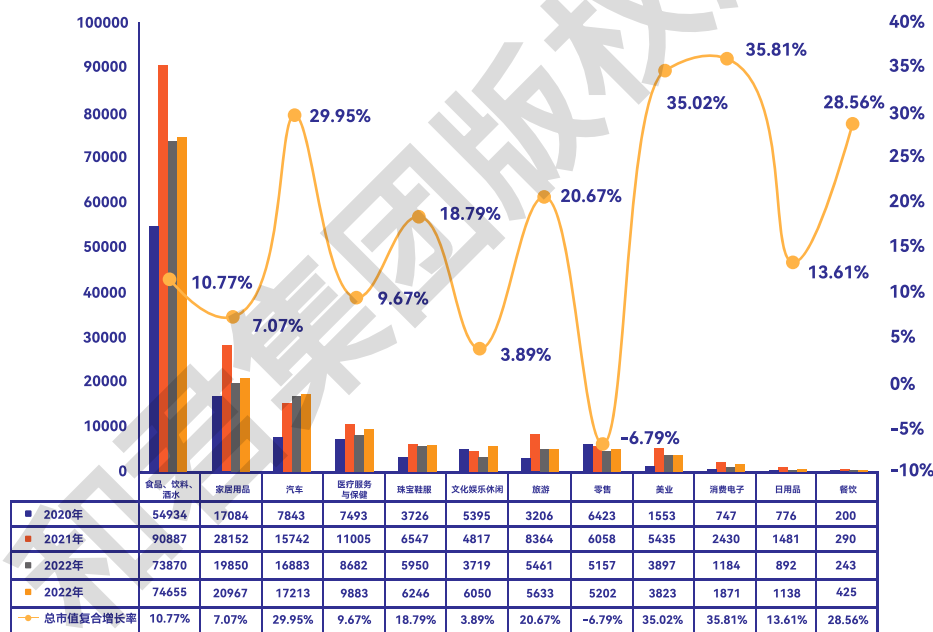
2020-2022A 股消费品上市公司总营收情况（亿元）



从资本市场市值增长率来看，消费品细分行业过去四年市值均出现了起伏波动，除零售行业以外，细分行业市值整体都处于上升状态。消费电子和美业行业由于市值基数小，盈利能力平稳，市值增长最快，市值分别从2020年的747亿和1553亿增长到了2023年的1871亿和3823亿，四年市值年复合增长率都超过了35%。汽车、餐饮、旅游、珠宝鞋服四个行业的过去四年市值年增长率都超过了15%，其中汽车行业达到了29.95%。日用品、食品/饮料/酒水、医疗保健与服务、家居用品、文化娱乐休闲五个行业过去四年市值年增长率都为正数，其中日用品行业达到了13.61%。

TOP3公司市值总和位列前茅。食品/饮料/酒水行业市值TOP3公司市值总和超过了三万亿，遥遥领先其他行业。三家公司主营业务都是白酒，其中贵州茅台更是A股上市公司中市值最高的公司。汽车行业市值TOP3公司市值总和超过了一万亿，三家公司主营业务都是以汽车生产销售为主，其中新能源汽车领军品牌比亚迪市值达到7448亿，是第二名长城汽车市值的3.2倍，第三名上汽集团市值的4.5倍。家居用品行业市值TOP3公司市值总和超过了7700亿，三家公司市值分布较为均匀。消费电子、文化娱乐休闲和珠宝鞋服三个行业市值TOP3公司市值总和均不超过2000亿，零售、日用品和餐饮三个行业市值

消费品上市公司总市值（亿元）



零售行业是过去四年消费品细分行业中唯一市值持续下滑的行业，从2020年的6423亿下滑至2023年的5202亿，四年市值年复合增长率为-6.79%。在三年时间内，零售行业经历了营收、利润、市值三个维度的同时下滑。

从行业市值TOP3公司市值总和来看，整个消费品细分行业市值在资本市场上处于两极分化状态，食品/饮料/酒水、汽车和家居用品三个行业市值

TOP3公司市值总和均不超过1000亿。

从个股表现来看，消费品行业市值排名前三的公司分别为贵州茅台（22116亿）、比亚迪（7448亿）和五粮液（6560亿），三家公司是市值均超过了5000亿，除此之外消费品行业再无市值超过5000亿的上市公司。值得注意的是，消费电子、文化娱乐休闲和珠宝鞋服三个行业尚未出现一家市值超过千亿元的上市公司，零售、日用品和餐饮三个行业尚未出现

一家市值过五百亿的上市公司。餐饮行业整体行业规模达到 4.7 万亿，由于政策原因，具备上市规模的公司更偏向于港股上市，目前内地在港上市公司共计 14 家，其中体量规模最大的是百胜中国，市值接近 2000 亿元，海底捞市值规模经历大幅下滑，整体规模为 1000 亿。

A 股消费品十二大细分行业前三名上市公司概况

行业	证券代码	公司名称	最新市值 (亿元)	2022 年 营业收入 (亿元)	2022 年 净利润 (亿元)	主营业务结构
食品、饮料、酒水	600519.SH	贵州茅台	22116	1275.5	653.8	茅台酒 :87.12%, 其他 :12.88%
	000858.SZ	五粮液	6560	739.7	279.7	酒类 :91.34%, 塑料制品 :4.33%,
	000568.SZ	泸州老窖	3330	251.2	104.1	中高档酒类 :88.09%, 其他酒类 :10.48%
家居用品	000333.SZ	美的集团	3987	3457.1	298.1	暖通空调 :49.25%, 消费电器 :40.96%, 机器人及自动化系统 :9.79%,
	600690.SH	海尔智家	2239	2435.1	147.3	电冰箱 :32.02%, 洗衣机 :23.81%, 空调 :16.52%, 厨卫电器 :15.98%, 装备部品 :5.97%, 小家电 :5.69%
	000651.SZ	格力电器	2215	1901.5	230.1	空调 :88.05%, 工业制品 :4.96%, 绿色能源 :3.07%,
汽车	002594.SZ	比亚迪	7448	4240.6	177.1	汽车、汽车相关产品及其他产品 :76.57%, 手机部件及组装等 :23.3%, 其他 :0.13%
	601633.SH	长城汽车	2279	1373.4	82.5	销售汽车收入 :90.48%, 销售零配件收入 :5.94%
	600104.SH	上汽集团	1650	7440.6	228.4	整车业务 :67.88%, 零部件业务 :22.65%
旅游	601888.SH	中国中免	3330	544.3	61.9	商品贸易 - 有税商品 :51.8%, 商品贸易 - 免税商品 :48.2%
	600754.SH	锦江酒店	572	110.1	2.5	酒店客房 :45.66%, 持续加盟及劳务派遣服务 :32.16%, 餐饮服务 :10.16%
	300144.SZ	宋城演艺	381	4.6	-0.2	1、杭州宋城旅游区 :45.52%, 2、丽江千古情景区 :18.62%, 3、三亚千古情景区 :11.94%, 3、电子商务手续费 :8.8%
美业	300896.SZ	爱美客	1177	19.4	12.7	溶液类注射产品 :66.68%, 凝胶类注射产品 :32.91%
	000963.SZ	华东医药	727	377.1	25.3	商业 :67.43%, 制造业 :29.89%
	300957.SZ	贝泰妮	483	50.1	10.5	护肤品 :90.89%, 医疗器械 :7.73%, 彩妆 :1.06%, 服务及其他 :0.32%
医疗服务与保健	600436.SH	片仔癀	1641	86.9	25.2	医药行业 :90.74%, 日用品、化妆品 :7.31%, 其他 :1.94%
	000538.SZ	云南白药	1046	364.9	28.4	批发零售 (药品) :64.8%, 工业产品 (自制) :35%, 其他 :0.13%, 其他服务 :0.05%, 农产品 :0%
	600085.SH	同仁堂	798	153.7	22.0	生产制造分布 :53.89%, 药品零售分布 :46.69%, 其他 :0.89%, 分部间抵销 : -17.56%

消费电子	688036.SH	传音控股	876	466.0	24.7	手机 :92.58%, 其他 :7.42%
	300866.SZ	安克创新	298	142.5	11.8	充电类 :48.25%, 智能创新类 :30.82%, 无线音频类 :19.8%, 其他 :1.13%
	000034.SZ	神州数码	178	1158.8	10.4	消费电子分销业务 :57.95%, 企业增值业务 :35.49%, 云服务 :4.33%
文化娱乐休闲	002555.SZ	三七互娱	681	164.1	29.1	手机游戏 :95.28%, 网络游戏 :3.65%
	002602.SZ	世纪华通	511	114.8	-70.8	移动网络游戏 :49.16%, PC端网络游戏 :25.69%, 汽车零部件 :13.98%, 铜杆加工件 :6.8%
	002624.SZ	完美世界	425	76.7	14.0	移动网络游戏 :66.91%, PC端网络游戏 :25.16%, 电视剧 :3.8%
珠宝首饰	300979.SZ	华利集团	515	205.7	32.3	运动休闲鞋 :90.03%, 户外靴鞋 :5.06%
	600612.SH	老凤祥	352	630.1	22.7	珠宝首饰 :80.11%, 黄金交易 :19.22%
	600177.SH	雅戈尔	318	148.2	50.7	品牌上衣 :13.1%, 衬衫 :11.48%, 西服 :8.04%, 品牌裤子 :5.84%
零售	601933.SH	永辉超市	310	900.9	-30.0	食品用品 (含服装) :49.09%, 生鲜及加工 :44.29%
	000564.SZ	ST 大集	293	14.1	-9.5	批发零售连锁经营商业业务 :75.49%, 地产业务 :23.92%
	000785.SZ	居然之家	272	129.8	17.2	租赁管理板块 :55.75%, 商品销售 :32.49%, 加盟管理板块 :4.85%
日用品	600315.SH	上海家化	199	71.1	4.7	个人护理用品 :37.63%, 婴幼儿喂哺类 :30.17%, 化妆品 :27.82%
	002511.SZ	中顺洁柔	157	85.7	3.5	成品 :97.59%, 其他 :1.97%, 半成品 :0.45%
	002292.SZ	奥飞娱乐	137	26.6	-1.7	婴童用品 :43.85%, 玩具销售类 :37.28%, 动漫影视类 :12.94%, 其他类 :2.78%
餐饮	603043.SH	广州酒家	175	41.1	5.3	月饼系列产品 :37.28%, 速冻食品 :25.96%, 餐饮业 :18.71%, 其他产品 :18.04%
	605108.SH	同庆楼	95	16.7	0.9	餐饮及住宿服务 :100%
	000721.SZ	西安饮食	79	4.8	-2.2	餐饮 :63.65%, 其他 :25.98%



04

REGIONAL DISTRIBUTION

区域分布

省份及城市分布情况、创收和盈利情况、主要地区近四年情况

区域分布

regional distribution

(一) 省份及城市分布情况

从省份分布上来看，中国 725 家 A 股消费品上市公司，除台湾、香港、澳门外，分布于 31 个省级行政区和直辖市，并均至少有一家 A 股消费品上市公司（注：唯一一家境外的上市公司是九号公司-WD，总部位于北京，注册于开曼群岛）。A 股消费品上市公司多集中于长三角及珠三角地区，江浙沪粤 A 股消费品上市公司数量占比超过 50%，市值占比超过 40%。

广东、浙江、上海、江苏消费品上市企业数量超过 50 家。消费品上市企业数量排名第一的是广东省 129 家，总市值 33797 亿元；排名第二的是浙江省，共有 122 家，总市值 11268 亿元；其次是上海市 57 家，总市值 10191 亿；再次是江苏省 55 家，总市值 6961 亿。其余省市消费品上市企业数量均低于 50 家，其中最多的山东 43 家，最少的贵州仅 1 家。

从上市公司数量来看，江苏、湖南、新疆的 A 股消费品上市公司数量与其经济体量和资本市场地位有较大差异。江苏 A 股上市公司总数量为 624 家，与浙江 654 家相近，但消费品上市公司仅为 55 家，不足浙江的一半。江苏上市公司以工业和原材料为主，在二产表现强劲，但消费品上市公司已与 GDP 体量相近的广东有较大差距。湖南 A 股

中国 A 股消费品上市公司概览
(按省份分布)

序号	省份	上市公司数量	占比	市值 (亿元)	占比
1	广东	129	17.79%	33797	22.07%
2	浙江	122	16.83%	11268	7.36%
3	上海	57	7.86%	10191	6.66%
4	江苏	55	7.59%	6961	4.55%
5	山东	43	5.93%	6884	4.50%
6	北京	39	5.38%	9780	6.39%
7	湖南	39	5.38%	3424	2.24%
8	福建	38	5.24%	5123	3.35%
9	安徽	24	3.31%	4659	3.04%
10	四川	22	3.03%	13030	8.51%
11	新疆	15	2.07%	869	0.57%
12	湖北	13	1.79%	1229	0.80%
13	江西	13	1.79%	1213	0.79%
14	辽宁	13	1.79%	847	0.55%
15	河南	12	1.66%	4143	2.71%
16	河北	11	1.52%	3469	2.27%
17	重庆	11	1.52%	3224	2.11%
18	广西	11	1.52%	490	0.32%
19	甘肃	9	1.24%	391	0.26%
20	云南	8	1.10%	2087	1.36%
21	海南	7	0.97%	371	0.24%
22	天津	5	0.69%	618	0.40%
23	吉林	5	0.69%	303	0.20%
24	内蒙古	4	0.55%	1998	1.30%
25	陕西	4	0.55%	460	0.30%
26	黑龙江	4	0.55%	434	0.28%

上市公司总数量为 136 家，与湖北 133 家相近，GDP 体量也相近，但湖南消费品上市公司高达 39 家，是湖北的三倍。湖南消费品企业多集中于长沙，得益于长沙市政府长期以来“抑房价，促消费”的政策导向以及网红旅游城市标签的不断强化。新疆 A 股上市公司总数量为 60 家，消费品上市公司高达 15 家，位列榜单第 11 名，显著高于其经济体量，得益于新疆独特的地理位置，农牧业的发展具备先天优势，15 家消费品上市公司中 12 家为食品和酒水。

31 个省（市）中，消费品上市公司数量占比与市值占比差异较大的省份有三个，分别是：浙江（16.83% vs 7.36%）、四川（3.03% vs 8.51%）、贵州（0.14% vs 14.44%）。浙江消费品上市公司以家居用品（47 家）和珠宝鞋服（24 家）为主，市值普遍偏低，缺少汽车、酒水、食品、饮料等容易拉高市值的龙头企业，因此呈现上市公司数量多但市值占比低的现象。四川市值排名前三的企业均为白酒企业，分别是五粮液（6000 亿+）、泸州老窖（3000 亿+）、舍得酒业（600 亿+），大幅提升了四川的市值占比。贵州唯一一家消费品上市公司为贵州茅台，市值超 2 万亿，极大的提升了其市值占比。

从城市分布来看，中国共有 293 个地级市、7 个地区、30 个自治州、3 个盟，合计 333 个地级区划（下统称为地级市），拥有上市公司的地级市为 149 个，占比 44.74%。20 个城市拥有 10 家以上消费品上市

27	山西	3	0.41%	3110	2.03%
28	西藏	3	0.41%	189	0.12%
29	青海	2	0.28%	119	0.08%
30	宁夏	2	0.28%	70	0.05%
31	贵州	1	0.14%	22116	14.44%
32	境外	1	0.14%	239	0.16%
合计		725	100.00%	153106	100.00%

公司，消费品上市公司数量排名前五的地级市是：深圳市 38 家、广州市 33 家、杭州市 30 家、长沙市 22 家、宁波市 16 家、绍兴市 16 家、金华市 16 家。

从数量上来看，深圳、广州、杭州可并称“消费产业三强”，拥有消费品上市公司数量均超过 30 家。“三强”的消费品上市公司涵盖行业广泛，且至少拥有 5 家 TOP100 的企业，头部效应显著。从市值来看，深圳（1.2 万亿）与广州（6000 亿）、杭州（4000 亿）已拉开较大差距。

广东超过 10 家消费品上市公司的城市有深圳、广州、佛山、汕头，除汕头外，均位于大湾区。浙江的消费品上市公司分布更为均匀，共 6 个城市上榜，浙江有杭州、宁波、嘉兴、绍兴，浙中有金华，浙南有温州。

消费品企业的均匀分布是浙江“块状经济”的一个缩影，块状经济是指在省内形成的一种产业集中、专业化极强的，同时又具有明显地方特色的区域性产业集群体的经济组织形式。客观上这为浙江建设共同富裕示范区打下良好基础。



（二）创收和盈利情况

从创收和盈利情况来看，725 家消费品上市公司总营收为 78636 亿元，净利润为 4171 亿元，净利率为 5.3%。平均营收和平均净利润分别为 108 亿元和 5.8 亿元。

从营收规模上看，各地区消费品上市公司营收排名前五的分别为：广东、上海、浙江、山东、四川。广东省以 21752 亿元的总营收位居榜首，占中国消费品上市公司总营收的 27.65%。其次是上海，总营收为 15213 亿元，占总营收的 19.34%。广东和上海市唯二营收超万亿的地区。随后的浙江、山东、四川分别以 5014 亿元、4641 亿元、3963 亿元的营收位列第三、四、五名。

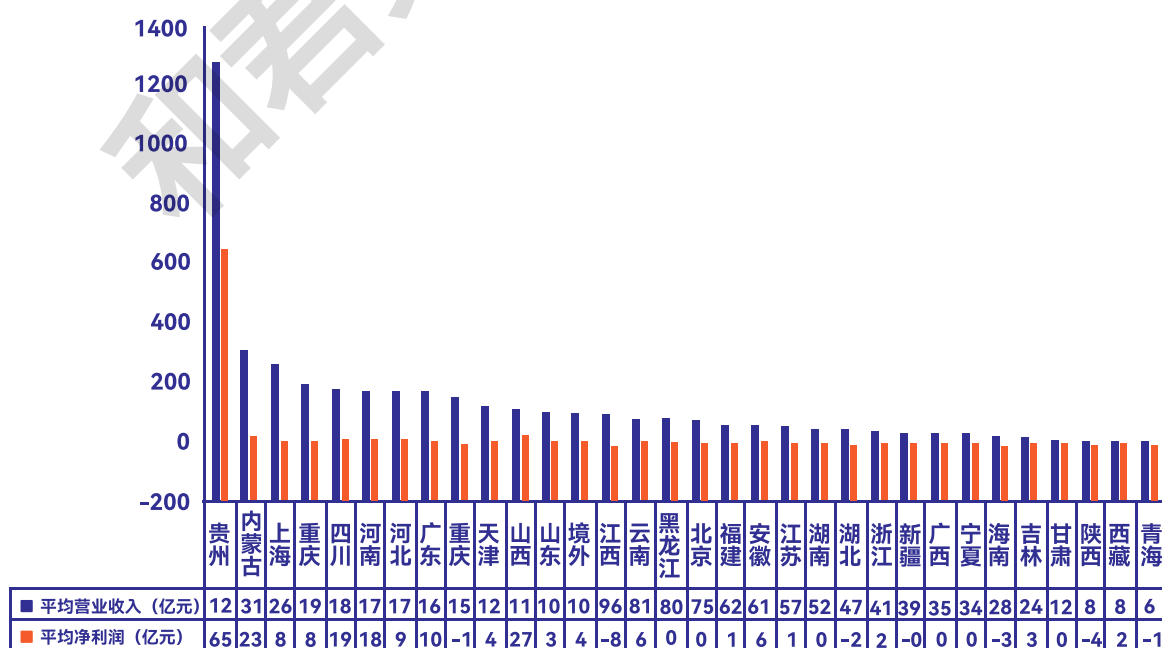
从净利润规模上看，各地区消费品上市公司利润排名前五的分别为：广东、上海、四川、浙江、山东。广东省以 1342 亿元的净利润位居榜首，占中国消费

品上市公司总净利润的 32.17%，是唯一利润超千亿元的地区。其次是上海，净利润为 483 亿元，占总净利润的 11.58%。四川、浙江、山东分别以 425 亿元、280 亿元、212 亿元的利润位列第三、四、五名。其中四川营收规模仅为上海的 30.5%、浙江的 92.4%，但净利润规模为上海的 80.1%，浙江的 151.8%。这说明四川省以五粮液等白酒企业为龙头的消费股 A 股上市公司盈利能力远超出市场平均水平。

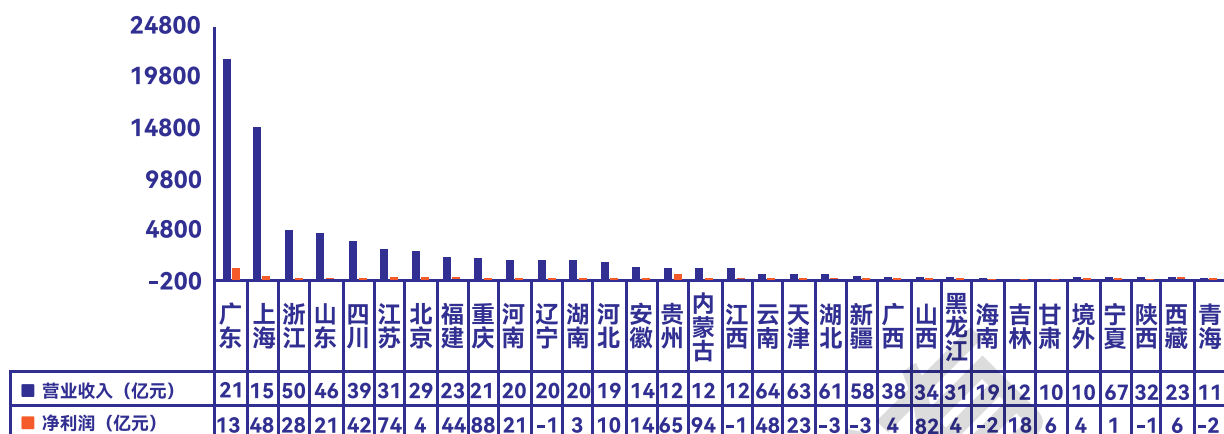
从平均营收上看，各地区消费品上市公司平均营收排名前五的分别为：贵州（1276 亿元）、内蒙古（317 亿元）、上海（267 亿元）、重庆（197 亿元）、四川（180 亿元）。

从平均净利润上看，各地区消费品上市公司平均净利润排名前五的分别为：贵州（653.8 亿元）、山西（27.4 亿元）、内蒙古（23.5 亿元）、四川（19.3 亿元）、河南（18 亿元）。

各省份 A 股消费品上市公司营业收入和净利润情况（亿元）



各省份 A 股消费品上市公司营业收入和净利润情况（亿元）



从净利率上看，各地区消费品上市公司净利率排名前五的分别为：贵州（51.2%）、西藏（27.2%）、山西（24.1%）、吉林（14.5%）、四川（10.7%）。（建议图表）

总体上看，各地区间的竞争格局呈现出一定的差异。平均营收、平均净利润、净利率三个指标均超过全国平均水平的省份有：广东、四川、河南、河北、贵州、内蒙古、山西。广东是由于综合实力强劲，其余各省则是由于省内龙头企业的营收和利润极为突

广东是消费品领域的绝对王者，总营收和总利润均领先第二名，平均营收、平均净利润、净利率也远超全国平均水平。浙江的消费品企业呈现的是“蚂蚁雄兵”态势，上市公司数量多，多为民营企业，其营收规模和利润水平偏低，不及全国平均水平的一半，利润率与全国平均水平相近。

中国 A 股消费品上市公司营收利润情况 (按省份分布)

序号	省份	营业收入 (亿元)	平均营收 (亿元)	净利润 (亿元)	平均净利润 (亿元)	净利率
1	广东	21752	169	1342	10.4	6.2%
2	上海	15213	267	483	8.5	3.2%
3	浙江	5014	41	280	2.3	5.6%
4	山东	4641	108	212	4.9	4.6%
5	四川	3963	180	425	19.3	10.7%
6	江苏	3131	57	74	1.4	2.4%
7	北京	2926	75	4	0.1	0.1%
8	福建	2362	62	44	1.1	1.8%
9	重庆	2166	197	88	8	4.0%
10	河南	2095	175	216	18	10.3%

11	辽宁	2010	155	-12	-1	-0.6%
12	湖南	2009	52	3	0.1	0.2%
13	河北	1924	175	107	9.8	5.6%
14	安徽	1458	61	148	6.2	10.1%
15	贵州	1276	1276	654	653.8	51.2%
16	内蒙古	1266	317	94	23.5	7.4%
17	江西	1245	96	-105	-8.1	-8.4%
18	云南	645	81	48	6.1	7.5%
19	天津	636	127	23	4.6	3.6%
20	湖北	615	47	-34	-2.6	-5.6%
21	新疆	582	39	-3	-0.2	-0.5%
22	广西	386	35	4	0.4	1.1%
23	山西	341	114	82	27.4	24.1%
24	黑龙江	319	80	4	0.9	1.1%
25	海南	199	28	-27	-3.8	-13.3%
26	吉林	121	24	18	3.5	14.5%
27	甘肃	107	12	6	0.7	5.6%
28	境外	101	101	4	4.5	4.4%
29	宁夏	67	34	1	0.4	1.1%
30	陕西	32	8	-16	-4	-50.6%
31	西藏	23	8	6	2.1	27.2%
32	青海	11	6	-2	-1.1	-19.5%
合计		78636	108	4171	5.8	5.3%

(三) 主要地区近四年情况

根据消费品上市公司数量、消费品上市公司总市值、及 GDP 体量三个维度，选取广东、浙江、上海、江苏、山东、北京六省市作为研究对象，分析近四年营收、利润、市值的变化情况（以疫情爆发前的 2019 年作为元年）。

从营收情况来看，广东、上海、浙江、山东近四年总营收整体呈现上涨态势，其中广东表现最佳，总营收涨幅为 45%；上海基本持平，涨幅为 2%。江苏和北

京总营收的下降是由于部分企业营收下滑较为严重，拉低总体水平。例如，江苏 ST 易购 2022 年营收相比于 2019 年下跌了 1979 亿；北京的王府井、北汽蓝谷、众信旅游近四年营收下跌均超过 100 亿元。

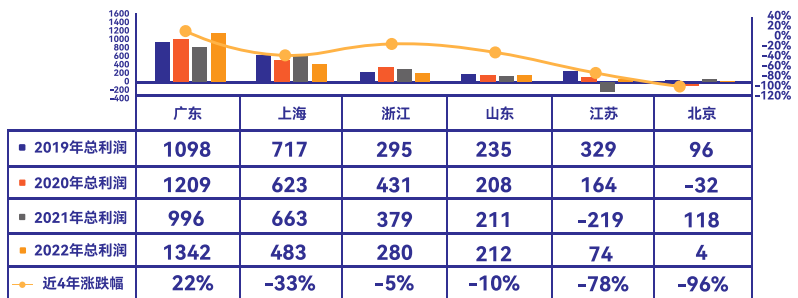
从利润情况来看，受疫情影响，除广东外，各省市消费品行业上市公司总利润均有不同程度的下滑。2022 年广东消费品上市公司总利润相比 2019 年增长 22%，其他五省（市）总利润跌幅最小的是浙江 5%，而江苏和北京总利润则大幅下降，降幅分别达 78% 和 96%。江苏的消费品上市企业中 ST 易购 2019 年-2022

年利润下跌高达 261 亿元，对江苏的总利润影响颇深。北京的消费品上市企业中北汽蓝谷和金一文化 2022 年利润相比于 2019 年分别下降了 54 亿和 38 亿，对总利润影响较大。

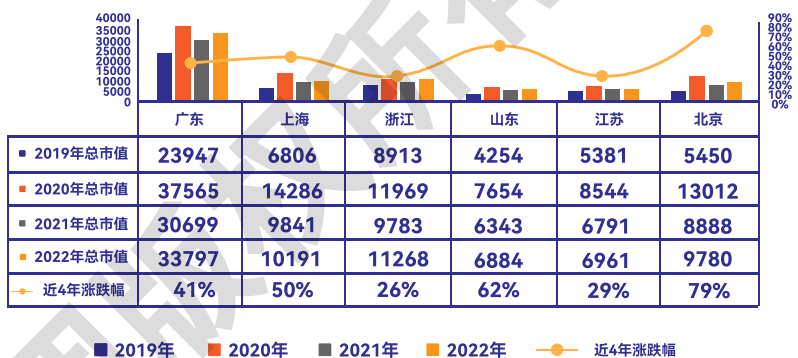
从市值情况来看，在总利润除广东外皆大幅度下滑的同时，近四年上述六省（市）总市值均大幅增长。其中北京市值增幅最高，达 79%；增幅最低的浙江也达成 26% 的总市值增长。这是由于头部六省近四年均新增不少上市公司，部分龙头企业上市对于市值影响显著。例如，广东 2021 年上市的华利集团（515 亿）和东鹏饮料（714 亿）、上海 2020 年上市的金龙鱼（2355 亿）、浙江 2020 年上市的公牛集团（891 亿）、北京 2020 年上市的爱美客（1177 亿）等。

总体来看，广东是唯一优等生，总营收、总利润、总市值均为正值。在上市进度和积极性上，浙江最为活跃，近四年新增 41 家消费品上市公司，广东则为 25 家，其余四省市均为 10 家左右。虽然浙江的消费品上市公司多为中小型企业，但侧面反映了浙江的资本市场活跃度高，企业对于资本的接纳意愿强。

头部六省（市）A 股消费品上市公司总利润近四年变化情况（亿元）



头部六省（市）A 股消费品上市公司总市值近四年变化情况（亿元）



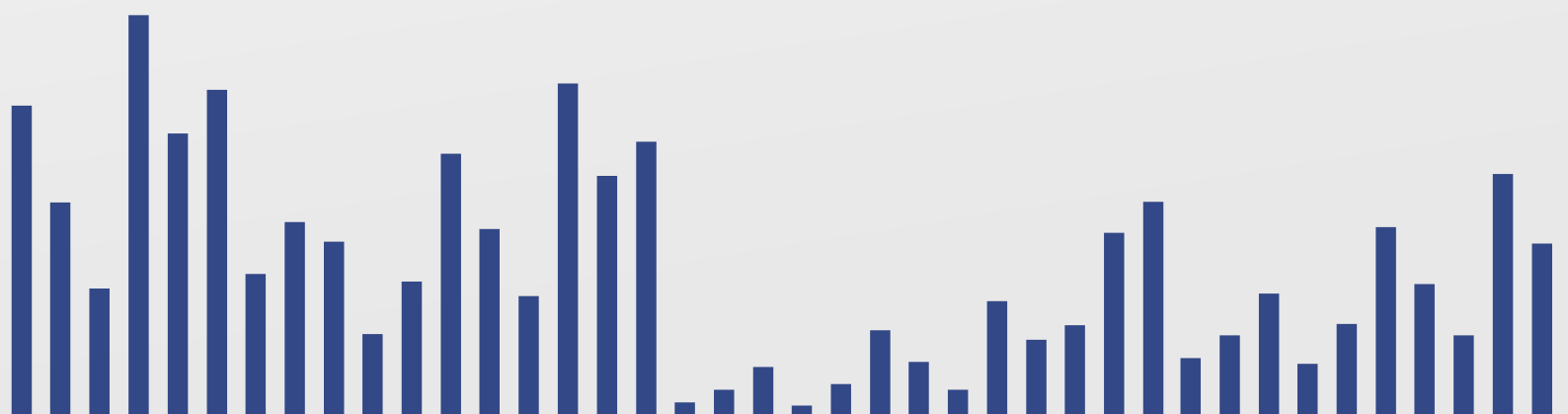
经营数据	总营收					总利润					总市值（截至每年 4 月 28 日收盘）				
年份	2019	2020	2021	2022	近 4 年涨跌幅	2019	2020	2021	2022	近 4 年涨跌幅	2020	2021	2022	2023	近 4 年涨跌幅
广东	14983	15648	19021	21754	45%	1098	1209	996	1342	22%	23947	37565	30699	33797	41%
上海	14958	13896	15059	15217	2%	717	623	663	483	-33%	6806	14286	9841	10191	50%
浙江	3908	4316	5006	5014	28%	295	431	379	280	-5%	8913	11969	9783	11268	26%
山东	4001	4104	4440	4641	16%	235	208	211	212	-10%	4254	7654	6343	6884	62%
江苏	4811	4511	3695	3131	-35%	329	164	-219	74	-78%	5381	8544	6791	6961	29%
北京	3338	2533	3200	2944	-12%	96	-32	118	4	-96%	5450	13012	8888	9780	79%

05

MARKET VALUE ANALYSIS

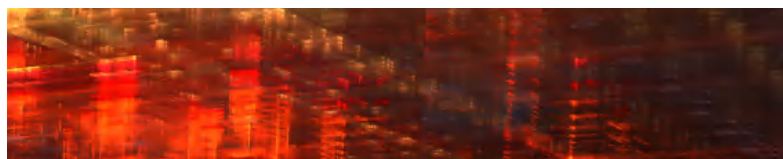
市值分析

总体市值分层分析、市值 TOP50 公司、市值涨幅 TOP20



市值分析

Market value analysis



725 家 A 股消费品上市公司市值分成 5 个梯队量级

A 股消费品上市公司市值分层统计表

	总数量截至		2022 年总营收		2022 年总利润		2022 年总市值	
市值	数量	数量占比	总营收	营收占比	总利润	利润占比	总市值	市值占比
0-30 亿	169	23.31%	1925	2.45%	-144	-3.45%	3713	2.43%
30-100 亿	344	47.45%	12250	15.57%	10	0.24%	18993	12.41%
100-500 亿	167	23.03%	22743	28.91%	702	16.83%	35423	23.14%
500-1000 亿	21	2.90%	8097	10.29%	477	11.44%	13900	9.08%
1000 亿以上	24	3.31%	33643	42.77%	3125	74.94%	81076	52.95%

(一) 总体市值分层分析

市值 0-30 亿之间的有 169 家，占比 23%，总营收、总利润、总市值占比分别为 2.45%、-3.45%、2.43%，占比极低，资本市场普遍不看好，部分企业面临退市危机。ST 股共计 25 只，其中 20 只的市值在此区间。做高利润避免退市风险是这一区间内不少企业的重点。

市值 30-100 亿之间的有 344 家，占比 47%，总营收、总利润、总市值占比分别为 15.57%、0.24%、12.41%。接近一半的消费品企业市值位于此区间。企业构成较为多元，有的是细分赛道的领导者，有的是某行业的区域龙头，有的正经历转型压力，有的饱受多元化困扰，也有少数企业面临退市风险。该区间内的企业估值逻辑差异较大。

市值 100-500 亿之间的有 167 家，占比 23%，总营收、总利润、总市值占比分别为 28.91%、16.83%、23.14%。这一区间的企业通常是各地的明

星企业，在品牌知名度、市场占有率、行业竞争力等方面已初具影响力，资本运作成熟度较高。资本市场对这一区间内多数企业的成长性抱有较高预期，利润占比仅为 17%，但市值占比高达 23%。

市值 500-1000 亿之间的有 21 家，占比 3%，总营收、总利润、总市值占比分别为 10.29%、11.44%、9.08%，三项数据基本持平。市值 500 亿以上的企业多为行业龙头企业，在创收和盈利水平上保持较高水平。

市值 1000 亿以上的有 24 家，占比 3%，总营收、总利润、总市值占比分别为 42.77%、74.94%、52.95%。这一区间的企业展现出极强的盈利能力，43% 的营收创造了 75% 的利润。千亿以上企业市值占比仅为 53%，与 75% 的创利水平有较大差距，侧面反映了资本市场并非以规模论英雄，更看重千亿龙头企业所属行业特性、资本周期、资本市场估值逻辑多因素。

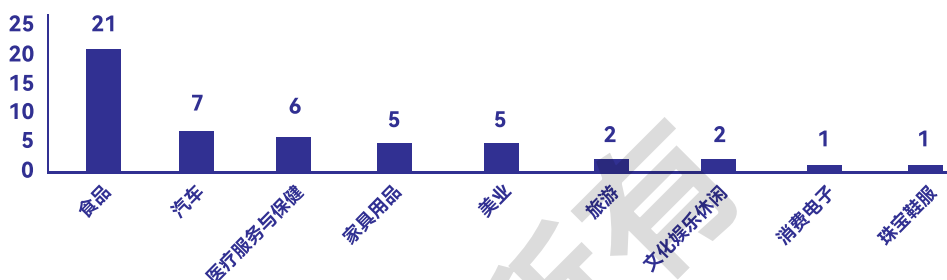
总体来看,725家A股消费品上市公司中,市值100亿以下的企业数量为513家,占比超70%,总利润为负值。2022年204家亏损企业中有176家位于此区间,消费品上市公司整体质量一般;市值500亿以上的企业数量为45家,占比为6%,创造55%的营收、85%的利润以及62%的市值,消费品企业头部效应明显,赢者通吃,市值和利润均向头部企业集中。

(二) 市值 TOP50 公司

按地域划分,广东省数量最多,有13家企业上榜,浙江、四川分别以5家和4家位列二、三名。广东的消费品上市公司涵盖汽车、食品/饮料/酒水、家居用品、消费电子、医疗服务与保健、珠宝鞋服六大行业,且头部效应明显。对比来看,浙江在汽车和食品/饮料/酒水两大赛道暂无头部企业,且排名第一的公牛集团市值不足千亿,市值缺乏头部效应。四川的四家上榜企业均属食品/饮料/酒水行业,在行业多样性上不如广东和浙江。

按行业划分,食品/饮料/酒水以21家高居第一,汽车和医疗服务与保健分别以7家和6家分列二、三名。

A股消费品市值 TOP50 上市公司的行业分布



A股消费品上市公司市值分层统计表

序号	证券代码	证券名称	省份	首发上市日	总市值 [截至 2023-4-28] [单位] 亿元	一级分类
1	600519.SH	贵州茅台	贵州	2001年8月	22116	食品、饮料、酒水
2	002594.SZ	比亚迪	广东	2011年6月	7448	汽车
3	000858.SZ	五粮液	四川	1998年4月	6560	食品、饮料、酒水
4	000333.SZ	美的集团	广东	2013年9月	3987	家居用品
5	601888.SH	中国中免	北京	2009年10月	3330	旅游
6	000568.SZ	泸州老窖	四川	1994年5月	3330	食品、饮料、酒水
7	603288.SH	海天味业	广东	2014年2月	3271	食品、饮料、酒水
8	600809.SH	山西汾酒	山西	1994年1月	3031	食品、饮料、酒水
9	002714.SZ	牧原股份	河南	2014年1月	2618	食品、饮料、酒水
10	300999.SZ	金龙鱼	上海	2020年10月	2355	食品、饮料、酒水
11	601633.SH	长城汽车	河北	2011年9月	2279	汽车
12	002304.SZ	洋河股份	江苏	2009年11月	2256	食品、饮料、酒水
13	600690.SH	海尔智家	山东	1993年11月	2239	家居用品
14	000651.SZ	格力电器	广东	1996年11月	2215	家居用品
15	600887.SH	伊利股份	内蒙古	1996年3月	1892	食品、饮料、酒水
16	600104.SH	上汽集团	上海	1997年11月	1650	汽车
17	600436.SH	片仔癀	福建	2003年6月	1641	医疗服务与保健
18	600600.SH	青岛啤酒	山东	1993年8月	1593	食品、饮料、酒水

19	000596.SZ	古井贡酒	安徽	1996 年 9 月	1447	食品、饮料、酒水
20	300498.SZ	温氏股份	广东	2015 年 11 月	1296	食品、饮料、酒水
21	000625.SZ	长安汽车	重庆	1997 年 6 月	1182	汽车
22	300896.SZ	爱美客	北京	2020 年 9 月	1177	美业
23	601238.SH	广汽集团	广东	2012 年 3 月	1115	汽车
24	000538.SZ	云南白药	云南	1993 年 12 月	1046	医疗服务与保健
25	002311.SZ	海大集团	广东	2009 年 11 月	913	食品、饮料、酒水
26	603195.SH	公牛集团	浙江	2020 年 2 月	891	家居用品
27	688036.SH	传音控股	广东	2019 年 9 月	876	消费电子
28	000895.SZ	双汇发展	河南	1998 年 12 月	864	食品、饮料、酒水
29	600085.SH	同仁堂	北京	1997 年 6 月	798	医疗服务与保健
30	603369.SH	今世缘	江苏	2014 年 7 月	750	食品、饮料、酒水
31	000963.SZ	华东医药	浙江	2000 年 1 月	727	美业
32	605499.SH	东鹏饮料	广东	2021 年 5 月	714	食品、饮料、酒水
33	603833.SH	欧派家居	广东	2017 年 3 月	701	家居用品
34	002555.SZ	三七互娱	安徽	2011 年 3 月	681	文化娱乐休闲
35	600702.SH	舍得酒业	四川	1996 年 5 月	609	食品、饮料、酒水
36	000876.SZ	新希望	四川	1998 年 3 月	590	食品、饮料、酒水
37	000999.SZ	华润三九	广东	2000 年 3 月	583	医疗服务与保健
38	600754.SH	锦江酒店	上海	1996 年 10 月	572	旅游
39	600332.SH	白云山	广东	2001 年 2 月	544	医疗服务与保健
40	002001.SZ	新和成	浙江	2004 年 6 月	528	医疗服务与保健
41	600741.SH	华域汽车	上海	1996 年 8 月	516	汽车
42	300979.SZ	华利集团	广东	2021 年 4 月	515	珠宝鞋服
43	603198.SH	迎驾贡酒	安徽	2015 年 5 月	512	食品、饮料、酒水
44	002602.SZ	世纪华通	浙江	2011 年 7 月	511	文化娱乐休闲
45	600132.SH	重庆啤酒	重庆	1997 年 10 月	504	食品、饮料、酒水
46	603345.SH	安井食品	福建	2017 年 2 月	498	食品、饮料、酒水
47	300957.SZ	贝泰妮	云南	2021 年 3 月	483	美业
48	688363.SH	华熙生物	山东	2019 年 11 月	479	美业
49	603605.SH	珀莱雅	浙江	2017 年 11 月	476	美业
50	601127.SH	赛力斯	重庆	2016 年 6 月	442	汽车



(三) 市值涨幅 TOP20

总体来看，想要实现市值三年三倍增长殊非易事，725 家企业达成此成就的仅有 12 家。大部分企业的增长是基于利润大幅增长，比较有代表性的如舍得酒业，其利润从 2019 年的 5 亿增长至 2022 年的 16 亿；比亚迪利润从 2019 年的 16 亿增长至 2022 年的 166 亿；春风动力利润从 2019 年的 1.8 亿增长至 2022 年的 7 亿。有个别企业的增长是基于重大收并购事件导

致的估值逻辑改变，如华润集团于 2022 年正式入主金种子酒（华润战略投资有限公司从阜阳投资发展集团有限公司获得了金种子集团 49% 股权），金种子酒在连年亏损的情况下市值仍有较大增幅。华润入主金种子导致其估值逻辑和市场预期有较大改变。同样，华润 2018 年以战投身份入局山西汾酒、2020 年竞标舍得酒业大股东股权，随后两家白酒企业在营收、利润、市值都有上佳表现。

过去三年市值增幅 TOP20

序号	证券代码	企业名称	当前市值	2020 年 4 月 28 日市值	市值增幅
1	002356.SZ	赫美集团	66	8	771%
2	002517.SZ	恺英网络	359	52	589%
3	600702.SH	舍得酒业	609	89	586%
4	300592.SZ	华凯易佰	84	13	554%
5	002354.SZ	天娱数科	98	16	512%
6	603477.SH	巨星农牧	152	31	396%
7	600199.SH	金种子酒	165	33	396%
8	002594.SZ	比亚迪	7448	1554	379%
9	601127.SH	赛力斯	442	98	349%
10	600576.SH	祥源文旅	94	22	328%
11	603129.SH	春风动力	205	50	306%
12	601777.SH	力帆科技	161	40	299%
13	603198.SH	迎驾贡酒	512	132	288%
14	002612.SZ	朗姿股份	121	31	284%
15	603486.SH	科沃斯	398	105	280%
16	000721.SZ	西安饮食	79	21	277%
17	600559.SH	老白干酒	295	78	276%
18	603398.SH	沐邦高科	96	26	267%
19	300494.SZ	盛天网络	120	34	253%
20	000799.SZ	酒鬼酒	363	106	241%

(四) 市值跌幅 TOP20

由于市场环境复杂，周期多变，竞争激烈，我们观察到近三年一些消费品企业市值下滑严重。市值跌幅最大的六家企业分别是 ST 中潜（-95%）、正邦科技（-82%）、杰美特（-79%）、帝欧家居（-78%）、ST 易购（-76%）和中胤时尚（-76%）；市值下跌额度最大的三家企业分别是永辉超市（-762 亿）、ST 易购（-579 亿）和正邦科技（-397 亿）。

市场发展的阶段性和周期性对企业市值影响是普遍的，以零售业和食品行业为例，受猪周期行情影响，正邦科技企业业绩 2 年内亏损 300 多亿元，市场估值大幅下滑；苏宁和永辉作为零售行业代表，近年来均在探索新零售发展道路，二者均围绕线下实体展开新零售布局，但在一轮轮线上平台电商、社区团购和到家电商的市场冲击以及疫情的双重影响下，二者的新零售战略均遭遇滑铁卢，业绩承压明显，市场估值严重下滑。

过去三年跌幅 TOP20

序号	证券代码	企业名称	当前市值	2020 年 4 月 28 日市值	市值跌幅
1	300526.SZ	*ST 中潜	9	194	-95%
2	002157.SZ	正邦科技	84	481	-82%
3	300868.SZ	杰美特	20	96	-79%
4	002798.SZ	帝欧家居	27	118	-78%
5	300901.SZ	中胤时尚	23	99	-76%
6	002024.SZ	ST 易购	182	761	-76%
7	300783.SZ	三只松鼠	85	333	-74%
8	300952.SZ	恒辉安防	26	95	-73%
9	601933.SH	永辉超市	310	1072	-71%
10	300089.SZ	*ST 文化	4	13	-71%
11	600136.SH	ST 明诚	14	47	-71%
12	300209.SZ	有棵树	15	51	-70%
13	300892.SZ	品渥食品	23	77	-70%
14	300955.SZ	嘉亨家化	22	71	-69%
15	002127.SZ	南极电商	108	350	-69%
16	300792.SZ	壹网壹创	72	231	-69%
17	300616.SZ	尚品宅配	43	134	-68%
18	600593.SH	大连圣亚	18	55	-66%
19	002776.SZ	ST 柏龙	14	39	-65%
20	300898.SZ	熊猫乳品	27	77	-65%

06 CAPITAL OPERATION 资本运作

上市融资、定向增发、发债融资、退市情况

资本运作

Capital operation

(一) 上市融资

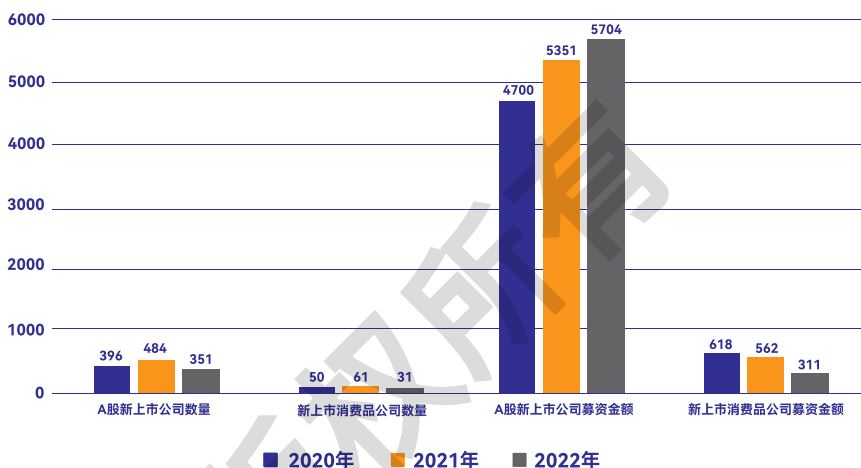
2020-2022 年新上市公司数量及募资金额 (亿元)

2020 年到 2023 年, 消费品行业 IPO 公司数量经历了急转直下的情况, IPO 公司从 2021 年的 61 家下降到了 2022 年的 31 家, 跌幅近 50%。由于 IPO 公司数量减少和缺少大体量高估值公司, 整个消费品行业 IPO 募资金额在过去三年处于持续下滑状态, 2020 年消费品行业募资金额为 618 亿, 2022 年大幅下滑至 311 亿, 仅为 2020 年消费品行业 IPO 募资金额的一半水平。

2020 年由于国务院推行注册制的落地, 2021 年 A 股超过七成的 IPO 以注册制方式发行, A 股 2021 年 IPO 数量同比增长了 22%。随即在 2022 年, A 股 IPO 数量也出现了严重下滑, 全年 IPO 数量较 2021 年减少了 131 家。与消费品行业不同的是, A 股过去三年虽在 IPO 数量上有波动, 但整体 IPO 募资金额呈现持续的上升状态, 2021 年和 2022 年同比分别上升了 13.8% 和 6.6%。

(二) 定向增发

2020 年到 2023 年, 消费品行业实施定向增发融资的上市公司数量经历了由升到降变化, 2021 年消费品行业定向增发的上市公司为 61 家, 2022 年仅为 38 家。与此同时, 消费品行业定向增发融资金额在过去三年经历了“过山车”式的变化, 2020 年行业定向增发融资金额为 547 亿, 2021 年激增到 980 亿, 同比大幅度增长 79%, 2022 年急速回落至 528 亿, 甚至低于 2020 年水平。



同样地, 2020 年到 2023 年, 整个 A 股市场无论是在发生定向增发的公司数量上, 还是在定向增发融资的金额上, 都经历了先扬后抑的现象。2021 年 A 股上市公司定向增发企业数量达到最高值 500 家, 定向增发金额合计达到了 9084 亿, 定向增发公司数量和金额合计同比分别增长了 57.7% 和 8.9%; 而到了 2022 年 A 股上市公司定向增发数量下滑至 333 家, 同比下滑了 33.4%, 定向增发金额合计为 7224 亿, 同比下滑了 20.4%。

2022 年, 消费品行业上市公司定向增发募资金额超过 50 亿的总共有三家企业, 分别是赛力斯、牧原股份和安井食品, 其中金额最大的是赛力斯, 共计定增募资 71.3 亿, 其次牧原股份和安井食品募资金额分别在 60 亿和 56.7 亿。2022 年, 消费品行业前十大上市公司定向增发募资金额最小的是傲农生物, 定增金额为 14.4 亿。

从十大定增募资金额公司行业分布来看, 有六家公司属于食品 / 饮料 / 酒水行业, 合计定增金额达到了

214.9 亿，其余四个行业分别是汽车、珠宝鞋服、旅游和医疗服务与保健行业。值得注意的是，2022 年，家居用品、美业、消费电子、文化娱乐休闲、零售、日用品和餐饮七个行业没有企业进入消费品行业上市公司定增融资总额的前十名。

发行债券总金额超 19 万亿，其中消费品企业 289 亿。

2022 年 7 家 A 股消费品上市公司通过发债募集资金，分别是美的集团、上汽集团、长城汽车、豫园股份、首旅酒店、禾丰股份、海立股份。发债金额最多的是上汽集团 202 亿元，最少的是长城汽车 4.78

2022 年消费品上市公司定增总额前十名

证券代码	证券名称	所属行业	2022 年增发实施次数	增发募资金额合计 (单位: 亿元)
601127.SH	赛力斯	汽车	1	71.3
002714.SZ	牧原股份	食品、饮料、酒水	1	59.9
603345.SH	安井食品	食品、饮料、酒水	1	56.7
600866.SH	星湖科技	食品、饮料、酒水	1	45.8
301071.SZ	力量钻石	珠宝鞋服	1	39.1
600576.SH	祥源文旅	文化娱乐休闲	2	19.32
002053.SZ	云南能投	食品、饮料、酒水	1	18.7
603883.SH	老百姓	医疗服务与保健	1	17.25
603363.SH	傲农生物	饲料	1	14.4
600929.SH	雪天盐业	食品、饮料、酒水	1	11.43

(三) 发债融资

总体来看，A 股消费品上市公司通过发债融资的比例较低，这与行业特性及中小企业偏多相关，发债多集中于银行和证券公司。2020 年 A 股发行债券的上市公司 194 家，其中消费品企业 12 家。2020 年 A 股发行债券总金额超 18 万亿，其中消费品企业 346 亿。2021 年 A 股发行债券的上市公司 167 家，其中消费品企业 7 家。2021 年 A 股发行债券总金额超 19 万亿，其中消费品企业 355 亿。2022 年 A 股发行债券的上市公司 170 家，其中消费品企业 7 家。2022 年 A 股

2020—2022 年 A 股上市公司发债只数概览

年份	2020 年	2021 年	2022 年
A 股发行债券只数	194	167	170
A 股消费品企业发行债券只数	12	7	7
占比	6.19%	4.19%	4.12%

亿元。除禾丰股份和海利股份外，其余五家均为 A 股消费品上市公司中排名前 100，市值超过 200 亿的企业，在一定程度上反映了资金向头部集中的趋势。

(四) 退市情况

从 2020 年 -2022 年 A 股共退市 82 家企业，近三年退市企业数量分别为 16、20、46 家，其中消费品退市公司分别为 6、8、21 家，分别占退市公司数量的 38%、40% 和 46%。随着退市规则逐步完善，A 股资本市场竞争加剧，消费品行业对比其他行业的估值空间较低，受政策、行业环境、产业链等波动影响

2020—2022 年 A 股上市公司发债金额概览

年份	2020 年	2021 年	2022 年
A 股发行债券金额合计	180759	194155	193028
A 股消费品行业发行债券金额合计	346	355	289
占比	0.19%	0.18%	0.15%

较大，公司退市数量和比例呈上升趋势。

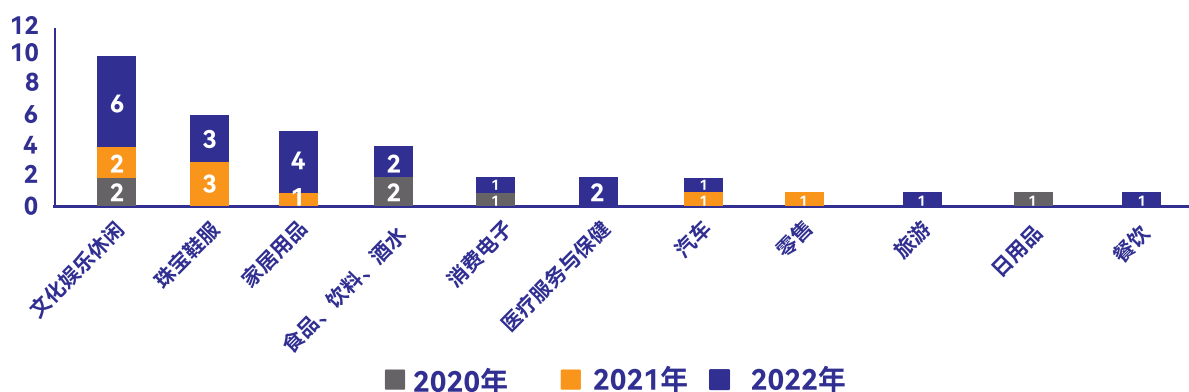
从 A 股消费品各细分行业退市公司数量来看，近三年退市公司最多的是文化娱乐休闲、珠宝鞋服和家居用品行业，分别退市 10 家、6 家和 5 家。从 2022 年退市数据来看，在疫情和退市新规双重压力下，退市公司数量激增的行业为文化娱乐休闲和家居用品，分别是 2021 年退市公司数量的 3 倍和 4 倍，上述两个行业的公司在未来股市中的角逐会更加激烈。

A 股消费品上市公司退市原因主要有财务类问题、面值问题退市、未在法定期限内披露年报、转创业板、重大违法强制退市、恢复上市申请未经同意和上市公司被吸收合并共 7 大类。从退市原因比例来看，财务问题是第一要素，相关退市企业共有 21 家，占比 60%；面值问题是第二要素，相关退市企业有 7 家，占比 20%。上市公司需重点加强企业经营能力，其次要做好股价面值管理，从而维持企业在市场中的竞争力。

2020—2022 年 A 股上市公司发债只数概览

证券代码	证券名称	所属行业	发债金额合计 (单位: 亿元)
000333.SZ	美的集团	家居用品	28.45196
600104.SH	上汽集团	汽车	202.4459
601633.SH	长城汽车	汽车	4.78
600655.SH	豫园股份	珠宝鞋服	5.5
600258.SH	首旅酒店	旅游	12.9955
603609.SH	禾丰股份	食品、饮料、酒水	14.921
600619.SH	海立股份	家居用品	20

2020-2022 年 A 股消费品各细分行业公司退市情况



07

CORE CONCLUSION

核心结论

结论 1：疫情后消费品企业盈利能力、市值都有待修复

过去三年，疫情成为制约消费品企业发展的最大因素。从盈利能力来看，A 股消费品行业盈利能力呈现下滑状态，行业总利润从 0.46 万亿下滑至 0.42 万亿，三年减少了 600 亿。与此同时，A 股上市公司总利润从 4.69 万亿增长至 5.64 万亿，三年增加了 0.95 万亿。从市值表现来看，A 股消费品行业市值表现呈现由热变冷状态，市值总额从 18.12 万亿下滑至 15.31 万亿，三年减少了 2.81 万亿。与此同时，A 股上市公司市值总额从 87.5 万亿增长至 95.46 万亿，三年增加了 7.96 万亿。

消费品行业在过去三年经历了盈利能力和市值的“双杀”，两大表现均低于 A 股上市公司平均水平。随着疫情结束、消费上升为拉动经济发展主要抓手及资本市场改革，在三股力量共同作用下，消费品行业将迎来复苏，消费品企业的盈利能力与市值会逐渐修复。

结论 2：消费品赛道水大鱼大，大行业孕育大的产业与资本机会

A 股消费品上市公司所处的行业规模庞大，前景良好。从消费品市场规模来看，截至 2023 年 4 月底，A 股上市的消费品十二大行业总营收合计超过 7 万亿元。A 股食品 / 酒水 / 饮料行业上市公司总营收 2.17 万亿，而国内市场规模约 10 万亿；餐饮和美业上市公司营收分别为 71.17 和 770.30 亿元，而国内整体市场规模分别为 4.7 万亿和 1 万亿。参考国外数据来看，美国餐饮和美业市场规模分别为 1.2 和 6 万亿人民币，国内消费品行业仍有较大发展空间，未来上市公司数量也有望大幅度增加。随着消费升级的进一步发展，人们对于美食、美容等消费需求的增加，这些领域的发展潜力十分巨大，未来业内会孕育出更多像

泸州老窖、贝泰妮以及广州酒家等大型上市公司。

结论 3：消费品上市公司在行业、区域、市值都呈现头部集聚效应

消费品公司“强者恒强”趋势明显，在行业、区域、市值都有呈现头部集聚效应。

从行业来看，头部公司通常拥有更高的市场份额和更广泛的品牌认知度，这使得它们在行业竞争中处于领先地位。这一现象可以归因于头部公司在产品质量、市场营销和供应链管理等方面的优势，使得它们能够更好地满足消费者需求并建立强大的品牌形象。

从区域来看，江浙沪粤 A 股消费品上市公司数量占比超过 50%，市值占比超过 40%。消费品公司更倾向于在经济发达、人口密集的地区集中。这些地区通常具有更多的消费者和更好的消费环境，使得头部公司更容易实现规模经济和市场扩张，

从市值角度来看，市值 500 亿以上的消费品企业数量为 45 家，占比为 6%，创造 55% 的营收、85% 的利润、以及 62% 的市值。消费品行业的头部公司往往具有更高的估值。这主要是由于投资者对这些公司的信心和期望，以及市场对其品牌价值和未来增长潜力的认可。头部公司通常在财务表现、市场份额等方面具备优势，因此能够吸引更多的投资和资本市场的关注，从而推动其市值的增长。

结论 4：流量见顶回归理性，存量竞争精研产品

随着拼多多、抖音、快手等渠道的快速发展，流量赛道打法逐渐从“争增量”转向“抢存量”，过往依靠流量红利爆发增长的时代已经悄然过去，互联网流量成本越来越高，流量玩法越来越成熟，仅靠流量运营优势很难维持消费品企业的持续增长。A 股一批靠互



联网流量快速发展的企业在营收、利润、市值方面均受到比较大的影响，而部分像珀莱雅这样化妆品头部企业深耕线下多年，建立了很深的渠道壁垒，近年来抓住了互联网红利，线上渠道快速发展，并且产品和品牌持续投入，迎来了营收与市值的高增长，过去5年市值增长了5倍以上。

另外，消费品企业从重营销开始往重研发创新转型，持续的研发投入与技术创新才是消费品企业的核心壁垒。例如美的5年累计研发投入超500亿元、海尔智家5年累计投入超300亿元等，维护巩固了自身行业龙头地位，维持了产业与市值的持续增长。未来拥有自主创新能力，掌握核心科技的企业受到市场垂青，更容易实现IPO，并具有更长久的竞争优势。

结论 5：资本热潮退却，构建核心壁垒方能穿越周期持续发展

过去三年，消费企业投资从热到冷转变明显。2020年消费品行业募资金额为618亿，2022年大幅下滑至311亿，仅为2020年消费品行业IPO募资金额的一半水平。无论是一级市场还是二级市场，消费企业投资数量和估值水平均明显下降，过去依靠高估值高融资额拉到业绩高增长的模式已不可持续。

回归理性后，消费品企业的持续增长关键还是在产品打磨、供应链完善、品牌建设、组织能力升级等方面的持续投入。在水大鱼大的消费品大行业，外部市场永远充满各种发展机会，不论资本市场还是宏观环境怎么变化，消费品企业更多需要关注的是内部核心能力建设与产业资源积累，只有构建了差异化的竞争优势，方能创越周期，实现持续增长。而这样的竞争壁垒需要企业摒弃短期利益，在长期竞争力打造上不断投入时间和资源，唯有深耕方能真正享受资本收益。

结论 6：全面注册制下退市成为常态，上市只是手段不是目的

在全面注册制下，退市已经成为了常态，而上市只是手段而不是目的。这意味着，企业需要更加注重自身的质量和效益，以实现可持续发展。2020-2022年A股消费品上市公司共退市35家企业。从2022年退市数据来看，在疫情和退市新规双重压力下，退市公司数量激增的行业为文化娱乐休闲和家居用品，分别是2021年退市公司数量的3倍和4倍，上述两个行业的公司在未来股市中的角逐会更加激烈。未来退市将逐步形成常态，每年将会有几十家企业上市，同时也会出现多家企业退市。

在全面注册制下，企业上市并不是目的，而是助推产业发展的一种手段。消费品企业需要以资本市场高标准来要求自身，在财税规范、管理提升上不断下功夫，在不断改善经营利润的同时优化商业模式，提升估值水平。不以短期上市融资或者市值涨跌为目标，而是以产业为本，金融为器的思维，借助资本力量培育更多民族品牌。



08

CLOSING REMARKS

结束语

和君集团版权所有

消费品行业是中国经济中最活跃的领域之一，庞大的市场体量蕴藏着丰富的宝藏。随着我国社会经济发展以及中产阶层和年轻消费群体崛起，好品牌消费和高品质消费所形成的消费升级需求将持续升温，新需求带来的机遇和挑战会推动中国消费品市场进入繁荣发展的新时代。

作为深耕消费品行业的专业团队，本次白皮书我们重点分析了A股（不含北交所）消费品上市公司的数据，侧重分析了消费品行业的产业结构、经营状况、市值变化、区域分布以及资本运作方面的情况。由于部分企业信息的缺失，研究的深入性还有提升空间，未来我们会持续跟进完善消费品上市公司白皮书的相关工作，向市场呈现更加丰富的研究成果。

我们看到，食品、饮料、酒水、家居和汽车等传统消费品行业后劲十足；美业、餐饮业等行业的发展潜能未来可期；浙江、广东等经济发达区域为消费品企业营造出更好的上市环境；

我们相信，消费品市场行情会在疫情后逐步修复，未来的消费品市场将呈现百花斗艳的繁荣景象。消费品十二大行业会随着资本市场发展和自身能力的提升而涌现出更多的行业明珠。

我们期待，中国的消费品企业能够充分借助国内市场需求和政策扶持来打造优质产品；各消费品行业也会进一步发挥自身的区位优势和行业空间优势，积极开创新的市场空间，实现企业与社会共赢，推动中国消费品市场的持续健康发展。



和君集團版權所有



和君咨询北京总部

地址:北京市朝阳区北苑路86号院E区213栋

联系电话: 010-84108866 (总机)

业务咨询: 400-093-2688 (免话费直拨)

和君咨询上海总部

地址:上海市黄浦区蒙自路763号丰盛创建大厦6层

联系电话: 021-63166999 (总机)

业务咨询: 400-920-0956 (免话费直拨)

和君咨询深圳总部

地址: 深圳市南山区南光路286号水木一方大厦6层

联系电话: 0755-89698520 (总机)

和君教育小镇

地址:江西省赣州市会昌和君教育小镇地

联系电话: 0797-5669955