

# 消费需求持续回暖，头部企业线上销售表现亮眼



川财证券  
CHUANCAI SECURITIES

——食品饮料行业 5 月线上数据分析专题（20200612）

## ❖ 白酒：同比量价齐升，茅台直营渠道持续放量

5 月阿里渠道白酒销售额为 5.27 亿元，同比增长 157.25%，环比减少 23.49%，销售量同比增长 100.44%，均价同比增长 28.34%；高端酒方面，贵州茅台、五粮液、泸州老窖销售额分别为 2.07、0.26、0.27 亿元，分别同比增长 793.93%、37.95%、147.72%，销量分别同比增长 320.39%、-4.72%、52.37%，其中贵州茅台受益于加大直营渠道投放，销售额实现大幅提升。市场集中度方面，白酒 CR3 线上市占率从 19 年 5 月的 27.13% 大幅提升至 20 年 5 月的 49.46%，其中贵州茅台市占率从 11.31% 提升至 39.30%。

## ❖ 啤酒：同比量价齐升，百威啤酒市占率跃居第一

5 月阿里渠道啤酒销售额为 2.37 亿元，同比增长 87.58%，销售量同比增长 87.17%，均价同比增长 0.22%。市场集中度方面，青岛啤酒、百威、哈尔滨啤酒持续保持线上领先地位。整体来看，啤酒行业 CR3 线上市占率从 19 年 5 月的 27.0% 提升到 20 年 5 月的 36.5%，集中度持续提升。其中百威市占率从 8.7% 提升至 15.1%，青岛啤酒市占率从 12.2% 小幅下滑至 12.0%，哈尔滨啤酒市占率从 6.1% 提升至 9.4%。此外，雪花、喜力市占率小幅抬升，而科罗娜、福佳市占率有所下滑。

## ❖ 调味品：销量持续翻倍增长，海天市占率稳居第一

5 月阿里渠道日常调味品销售额为 1.60 亿元，同比增长 97.81%，销售量同比增长 105.43%，均价同比下降 3.71%，其中酱油、食盐、料酒销售额增长明显。具体来看，海天、千禾、李锦记、厨邦销售额分别同比增长 148.30%、205.45%、127.37%、117.10%，销量分别同比增长 109.76%、238.33%、98.70%、116.40%，主要头部企业销量持续翻倍增长。市场集中度方面，日常调味品 CR3 的线上市占率从 19 年 5 月的 29.37% 提升至 20 年 5 月的 37.67%，其中海天市占率从 16.31% 提升至 20.47%，千禾市占率从 6.90% 提升至 10.66%。

## ❖ 膳食营养补充剂：销量持续快增长，汤臣市占率位列第一

5 月阿里渠道膳食营养补充剂大类销售额为 21.62 亿元，同比增长 39.65%，销售量同比增长 48.72%，均价同比下降 6.10%。市场集中度方面，行业分化趋势明显，其中汤臣倍健持续保持线上领先地位。具体来看，汤臣倍健线上市占率从 19 年 5 月的 7.57% 小幅提升至 20 年 5 月的 7.96%，同期 Swisse 从 5.61% 下降至 4.78%。此外，姿美堂市占率略有提升，而修正、MuscleTech/麦斯泰克、澳佳宝、康宝莱市占率有所下滑。

风险提示：宏观经济增长持续低于预期，原材料价格波动风险。

本报告由川财证券有限责任公司编制 谨请参阅尾页的重要声明

## 📄 证券研究报告

所属部门	行业公司部
报告类别	行业月报
所属行业	食品饮料
报告时间	2020/06/12

## 👤 分析师

欧阳宇剑  
证书编号：S1100517020002  
ouyangyujian@cczq.com

## 👤 联系人

郭晓东  
证书编号：S1100119080011  
guoxiaodong@cczq.com

## 📄 川财研究所

北京	西城区平安里西大街 28 号 中海国际中心 15 楼， 100034
上海	陆家嘴环路 1000 号恒生大厦 11 楼，200120
深圳	福田区福华一路 6 号免税商务大厦 32 层，518000
成都	中国（四川）自由贸易试验区成都市高新区交子大道 177 号中海国际中心 B 座 17 楼，610041

## 正文目录

一、白酒：同比量价齐升，茅台直营渠道持续放量 .....	4
二、啤酒：同比量价齐升，百威啤酒市占率跃居第一 .....	8
三、调味品：销量持续翻倍增长，海天市占率稳居第一 .....	11
四、膳食补充剂：销量持续快增长，汤臣市占率位列第一 .....	14
风险提示 .....	16

## 图表目录

图 1:	茅台销售额及同比增速.....	5
图 2:	五粮液销售额及同比增速.....	5
图 3:	泸州老窖销售额及同比增速.....	5
图 4:	洋河销售额及同比增速.....	5
图 5:	汾酒销售额及同比增速.....	6
图 6:	古井贡销售额及同比增速.....	6
图 7:	青岛啤酒销售额及同比增速.....	9
图 8:	哈尔滨啤酒销售额及同比增速.....	9
图 9:	燕京啤酒销售额及同比增速.....	9
图 10:	重庆啤酒销售额及同比增速.....	9
图 11:	20 年 5 月啤酒品牌市占率情况.....	10
图 12:	19 年 5 月啤酒品牌市占率情况.....	10
图 13:	海天销售额及同比增速.....	12
图 14:	千禾销售额及同比增速.....	12
图 15:	李锦记销售额及同比增速.....	12
图 16:	厨邦销售额及同比增速.....	12
图 17:	20 年 5 月调味品企业市占率情况.....	13
图 18:	19 年 5 月调味品企业市占率情况.....	13
图 19:	汤臣倍健销售额及同比增速.....	14
图 20:	SWISSE 销售额及同比增速.....	14
图 21:	20 年 5 月膳食营养补充剂企业市占率情况.....	15
图 22:	19 年 5 月膳食营养补充剂企业市占率情况.....	15
表格 1.	5 月酒类行业销售额及增速一览.....	4
表格 2.	5 月白酒企业销售额及增速一览.....	4
表格 3.	5 月白酒企业销量及增速一览.....	5
表格 4.	5 月白酒企业线上均价一览.....	6
表格 5.	5 月阿里渠道贵州茅台销售额 TOP10 产品一览.....	7
表格 6.	5 月白酒企业线上销售额占比一览.....	7
表格 7.	5 月阿里渠道白酒销售额 TOP10 排行榜.....	8
表格 8.	5 月啤酒品牌销售额及增速一览.....	8
表格 9.	5 月啤酒品牌销量及增速一览.....	9
表格 10.	5 月各啤酒品牌线上均价一览.....	10
表格 11.	5 月阿里渠道啤酒类销售额 TOP10 排行榜.....	11
表格 12.	5 月调味品行业线上销售额及增速一览.....	11
表格 13.	5 月调味品行业线上均价一览.....	13
表格 14.	5 月阿里渠道海天味业热销产品.....	13
表格 15.	5 月膳食营养补充剂行业线上销售额及增速一览.....	14
表格 16.	5 月膳食营养补充剂行业线上均价一览.....	15
表格 17.	5 月阿里渠道汤臣倍健热销产品.....	16

## 一、白酒：同比量价齐升，茅台直营渠道持续放量

5月阿里渠道白酒销售额为5.27亿元,同比增长157.25%,环比减少23.49%,销售量同比增长100.44%,均价同比增长28.34%。高端酒方面,贵州茅台、五粮液、泸州老窖销售额分别为2.07、0.26、0.27亿元,分别同比增长793.93%、37.95%、147.72%,受益于加大直营渠道投放,贵州茅台销售额实现大幅提升;次高端酒方面,汾酒、水井坊、酒鬼酒、舍得销售额分别为1966.12、419.84、230.65、185.86万元,分别同比增长75.25%、-6.38%、18.71%、75.56%;区域酒方面,洋河、古井贡、今世缘、口子窖销售额分别为1582.47、873.08、70.95、51.20万元,分别同比增长19.00%、67.03%、64.59%、39.26%;三四线酒方面,牛栏山、老白干、伊力特、迎驾贡、金种子销售额分别为1105.79、153.72、152.82、63.99、19.57万元,分别同比增长60.28%、112.37%、48.48%、-0.89%、60.03%。

表格 1. 5月酒类行业销售额及增速一览

	销售额 (亿元)	同比增速	环比增速
酒类行业	11.90	86.39%	-7.21%
白酒	5.27	157.25%	-23.49%
啤酒	2.37	87.58%	41.89%
葡萄酒	1.83	6.10%	-2.95%
配制酒/果酒	0.34	71.56%	-4.13%

资料来源：阿里平台数据，川财证券研究所

表格 2. 5月白酒企业销售额及增速一览

		销售额 (万元)	同比增速	环比增速
高端酒	茅台	20716.01	793.93%	-38.18%
	五粮液	2637.45	37.95%	-2.24%
	泸州老窖	2717.53	147.72%	8.68%
次高端	汾酒	1966.12	75.25%	13.54%
	水井坊	419.84	-6.38%	21.31%
	酒鬼酒	230.65	18.71%	29.17%
	舍得	185.86	75.56%	5.84%
区域龙头	洋河	1582.47	19.00%	-14.14%
	古井贡	873.08	67.03%	-6.21%
	今世缘	70.95	64.59%	-9.12%
	口子窖	51.20	39.26%	58.44%
三四线	牛栏山	1105.79	60.28%	-21.26%
	老白干	153.72	112.37%	121.53%
	伊力特	152.82	48.48%	-17.34%
	迎驾贡	63.99	-0.89%	-12.64%
	金种子	19.57	60.03%	19.90%

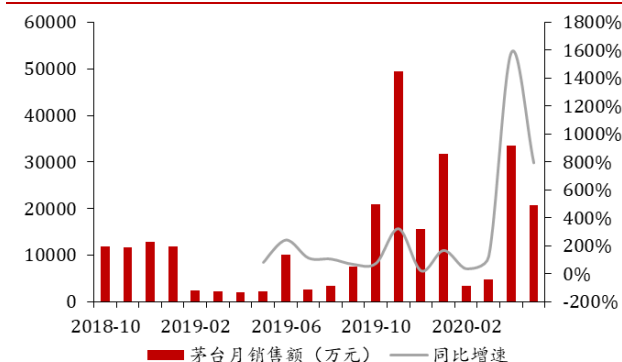
资料来源：阿里平台数据，川财证券研究所

表格 3. 5 月白酒企业销量及增速一览

		销量 (件)	同比增速	环比增速
高端酒	茅台	117412	320.39%	-31.48%
	五粮液	41882	-4.72%	-0.94%
	泸州老窖	49301	52.37%	0.36%
次高端	汾酒	54652	30.38%	3.27%
	水井坊	4035	-13.45%	18.99%
	酒鬼酒	3996	6.82%	12.31%
	舍得	2521	40.21%	-1.25%
区域龙头	洋河	29728	-1.66%	-18.10%
	古井贡	23157	16.68%	4.31%
	今世缘	1471	74.70%	26.27%
	口子窖	935	78.10%	36.10%
三四线	牛栏山	90470	67.14%	-23.30%
	老白干	3390	38.71%	66.67%
	伊力特	4755	121.68%	-28.06%
	迎驾贡	2351	-5.85%	-4.97%
	金种子	755	61.67%	29.50%

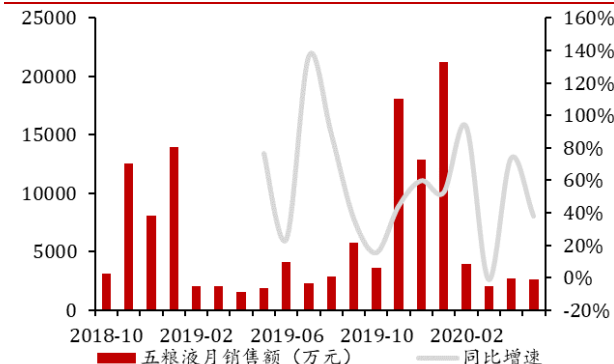
资料来源：阿里平台数据，川财证券研究所

图 1： 茅台销售额及同比增速



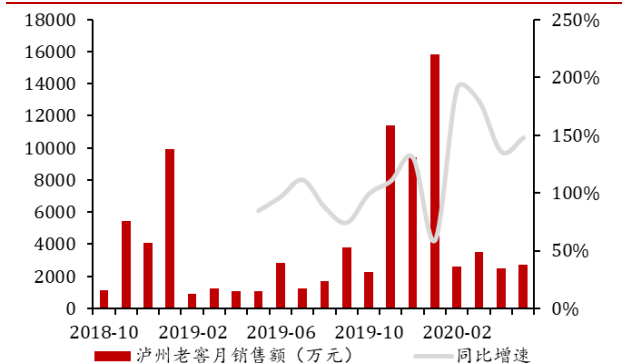
资料来源：阿里平台数据，川财证券研究所

图 2： 五粮液销售额及同比增速



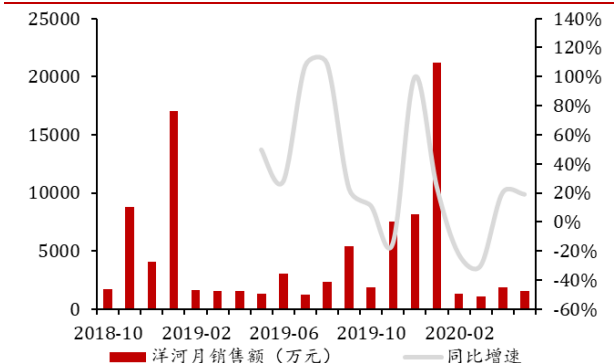
资料来源：阿里平台数据，川财证券研究所

图 3： 泸州老窖销售额及同比增速



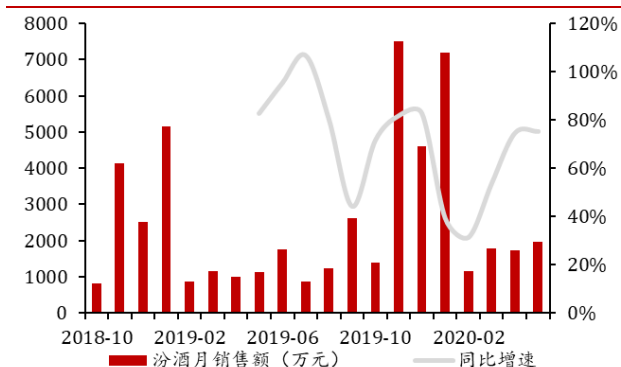
资料来源：阿里平台数据，川财证券研究所

图 4： 洋河销售额及同比增速



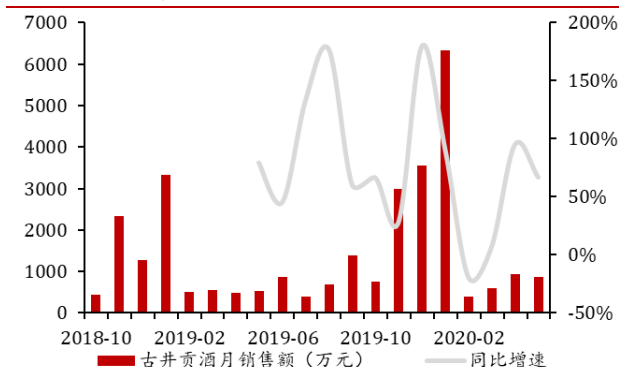
资料来源：阿里平台数据，川财证券研究所

图 5: 汾酒销售额及同比增速



资料来源: 阿里平台数据, 川财证券研究所

图 6: 古井贡销售额及同比增速



资料来源: 阿里平台数据, 川财证券研究所

均价方面, 白酒均价同比增长 28.34%, 环比减少 42.87%, 其中高端白酒均价显著提升, 次高端白酒均价稳步提升, 区域白酒及三四线白酒有所分化。具体来看, 高端白酒贵州茅台(包含系列酒)、五粮液、泸州老窖均价分别为 1764.39 元/件、629.73 元/件、551.21 元/件, 分别同比增长 112.64%、44.77%、62.58%; 次高端白酒水井坊、舍得、酒鬼酒、汾酒均价分别为 1040.50 元/件、737.26 元/件、577.21 元/件、359.75 元/件, 分别同比增长 8.16%、25.21%、11.13%、34.41%; 区域白酒口子窖、洋河、今世缘、古井贡均价分别同比增长-21.81%、21.02%、-5.79%、43.14%, 三四线白酒老白干、伊力特、迎驾贡、金种子、牛栏山均价分别同比增长 53.10%、-33.02%、5.26%、-1.01%、-4.10%。

表格 4. 5 月白酒企业线上均价一览

		5月均价 (元/件)	较去年同期增减	较上月同期增减
高端酒	茅台	1764.39	112.64%	-9.78%
	五粮液	629.73	44.77%	-1.32%
	泸州老窖	551.21	62.58%	8.29%
次高端	水井坊	1040.50	8.16%	1.95%
	舍得	737.26	25.21%	7.19%
	酒鬼酒	577.21	11.13%	15.02%
	汾酒	359.75	34.41%	9.95%
	口子窖	547.54	-21.81%	16.42%
区域龙头	洋河	532.32	21.02%	4.84%
	今世缘	482.33	-5.79%	-28.03%
	古井贡	377.03	43.14%	-10.08%
	老白干	453.44	53.10%	32.92%
三四线	伊力特	321.39	-33.02%	14.90%
	迎驾贡	272.20	5.26%	-8.06%
	金种子	259.18	-1.01%	-7.42%
	牛栏山	122.23	-4.10%	2.66%

资料来源: 阿里平台数据, 川财证券研究所

**表格 5. 5 月阿里渠道贵州茅台销售额 Top10 产品一览**

5月	单品名称	成交均价(元/件)	销售量(件)	销售金额(万元)
1	贵州茅台酒飞天53%vol500ml(带杯)酱香型	1499	51292	7689
2	53%vol500ml陈年贵州茅台酒(15)	4999	5570	2784
3	53度500ml贵州茅台酒(庚子鼠年)酱香型	2599	8938	2323
4	贵州茅台酒精品53度500ml酱香型	3199	3655	1169
5	贵州茅台酒(己亥猪年)53度500ml酱香型	2699	3797	1025
6	53度375ml贵州茅台酒飞天茅台酱香型	1888	2367	447
7	贵州茅台酒53度飞天茅台500ml酱香型	2296.43	1727	397
8	茅台飞天43度500ml*2瓶酱香型白酒	2196	589	129
9	53度茅台飞天(2019年)500ml*6酱香白酒	16796	75	126
10	贵州茅台酒生肖纪念酒狗年53度500ml酱香型白酒	4467	279	125

资料来源：阿里平台数据，川财证券研究所

市场集中度方面，得益于茅台市占率的显著提升，白酒行业 CR3 线上市占率从 19 年 5 月的 27.13%大幅提升至 20 年 5 月的 49.46%。具体来看，贵州茅台市占率从 11.31%提升至 39.30%，五粮液市占率从 9.33%下降至 5.00%，泸州老窖市占率从 5.35%下降至 5.16%。

**表格 6. 5 月白酒企业线上销售额占比一览**

排序	白酒总销售额(亿元)	2020年5月	排序	白酒总销售额(亿元)	2019年5月
	白酒总销售额(亿元)	5.27		白酒总销售额(亿元)	2.05
1	贵州茅台	39.30%	1	贵州茅台	11.31%
2	泸州老窖	5.16%	2	五粮液	9.33%
3	五粮液	5.00%	3	洋河	6.49%
4	汾酒	3.73%	4	汾酒	5.48%
5	洋河	3.00%	5	泸州老窖	5.35%
6	牛栏山	2.10%	6	牛栏山	3.37%
7	古井贡	1.66%	7	古井贡	2.55%
8	水井坊	0.80%	8	水井坊	2.19%
9	酒鬼酒	0.44%	9	酒鬼酒	0.95%
10	舍得	0.35%	10	舍得	0.52%
11	老白干	0.29%	11	伊力特	0.50%
12	伊力特	0.29%	12	老白干	0.35%
13	今世缘	0.13%	13	迎驾贡	0.32%
14	迎驾贡	0.12%	14	今世缘	0.21%
15	口子窖	0.10%	15	口子窖	0.18%
16	金种子	0.04%	16	金种子	0.06%
17	金徽	0.02%	17	金徽	0.03%

资料来源：阿里平台数据，川财证券研究所



表格 7. 5 月阿里渠道白酒销售额 Top10 排行榜

排名	单品名称	品牌	销售金额(万元)
1	贵州茅台酒飞天53%vol500ml (带杯) 酱香型	茅台	7688.67
2	53%vol500ml 陈年贵州茅台酒 (15)	茅台	2784.44
3	53度500ml 贵州茅台酒 (庚子鼠年) 酱香型	茅台	2322.99
4	贵州茅台酒精品53度500ml 酱香型	茅台	1169.23
5	贵州茅台酒 (己亥猪年) 53度500ml 酱香型	茅台	1024.81
6	53度375ml 贵州茅台酒飞天茅台酱香型	茅台	446.89
7	贵州茅台酒53度飞天茅台500ml 酱香型	茅台	396.59
8	贵州酱香型白酒53度纯粮酿造整箱特价15年坤沙老酒	帝府王酒	315.67
9	侠客竹酒 竹筒酒原生态青竹竹子酒	侠客传奇	270.67
10	中国梦白酒52度整箱特价礼盒装500ml*6	乾赐	246.76

资料来源：阿里平台数据，川财证券研究所

## 二、啤酒：同比量价齐升，百威啤酒市占率跃居第一

5 月阿里渠道啤酒销售额为 2.37 亿元，同比增长 87.58%，销售量同比增长 87.17%，均价同比增长 0.22%。细分来看，销售额方面，百威、青岛啤酒、哈尔滨啤酒、科罗娜、福佳、喜力、华润雪花、燕京啤酒、重庆啤酒销售额分别为 3571.10、2840.46、2227.48、1160.76、969.43、754.90、681.40、450.22、19.95 万元，分别同比增长 226.78%、84.46%、189.62%、49.14%、25.50%、93.51%、99.99%、144.30%、-19.95%。

表格 8. 5 月啤酒品牌销售额及增速一览

	销售额 (万元)	同比增速	环比增速
啤酒	23668.01	87.58%	41.89%
百威	3571.10	226.78%	230.49%
青岛啤酒	2840.46	84.46%	45.48%
哈尔滨啤酒	2227.48	189.62%	20.86%
科罗娜	1160.76	49.14%	-17.87%
福佳	969.43	25.50%	64.93%
喜力	754.90	93.51%	52.38%
华润雪花	681.40	99.99%	-34.14%
燕京啤酒	450.22	144.30%	256.10%
重庆啤酒	19.95	-19.95%	61.09%

资料来源：阿里平台数据，川财证券研究所

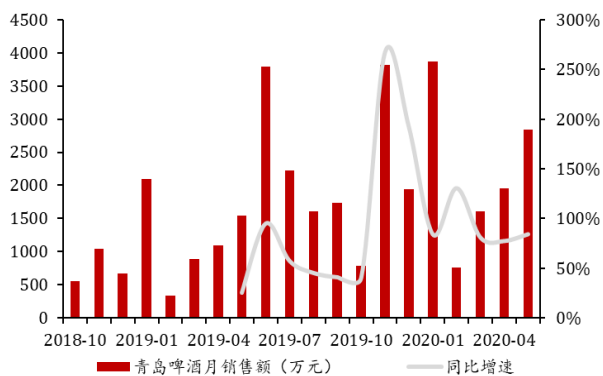


表格 9. 5 月啤酒品牌销量及增速一览

	销量 (件)	同比增速	环比增速
百威	272203	167.01%	185.09%
青岛啤酒	291826	64.22%	46.07%
哈尔滨啤酒	288176	87.07%	14.39%
科罗娜	70795	16.47%	-19.60%
福佳	75919	41.72%	66.85%
喜力	42083	72.10%	56.27%
华润雪花	163098	101.33%	17.62%
燕京啤酒	61137	171.89%	198.56%
重庆啤酒	4189	-20.60%	50.09%

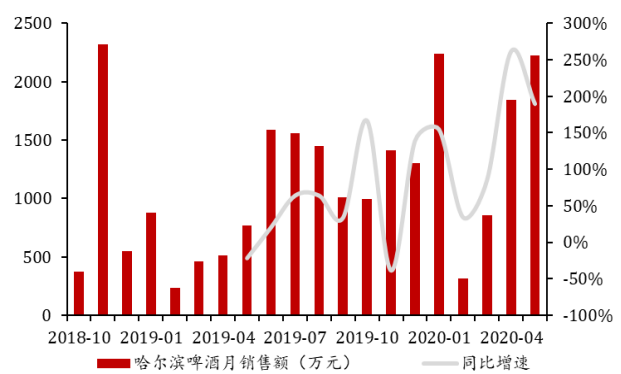
资料来源：阿里平台数据，川财证券研究所

图 7： 青岛啤酒销售额及同比增速



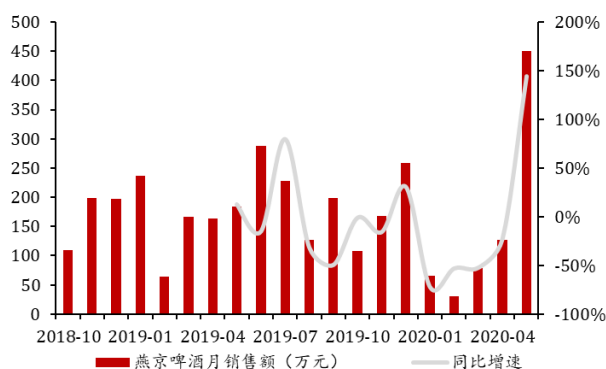
资料来源：阿里平台数据，川财证券研究所

图 8： 哈尔滨啤酒销售额及同比增速



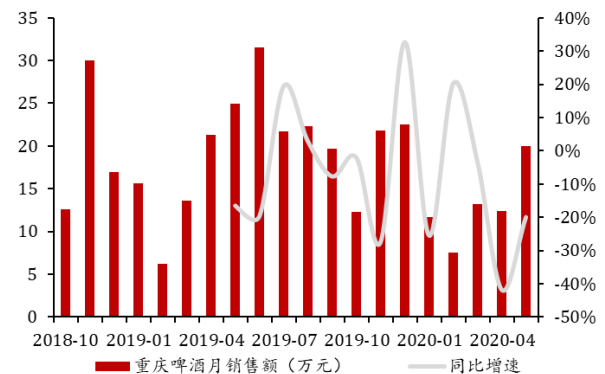
资料来源：阿里平台数据，川财证券研究所

图 9： 燕京啤酒销售额及同比增速



资料来源：阿里平台数据，川财证券研究所

图 10： 重庆啤酒销售额及同比增速



资料来源：阿里平台数据，川财证券研究所

均价方面，啤酒线上均价同比增长 0.22%，环比下降 2.83%。具体来看，喜力、科罗娜、百威、福佳、青岛啤酒、哈尔滨啤酒、燕京啤酒、重庆啤酒、华润雪花均价分别同比增长 12.44%、28.04%、22.39%、-11.44%、12.33%、54.82%、-10.15%、0.82%、-0.67%。此外，5 月阿里渠道啤酒单品销售额排行榜中青岛经典 1903、青岛经典均上榜。

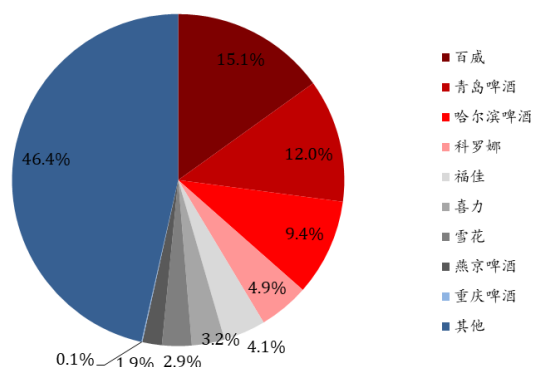
表格 10. 5 月各啤酒品牌线上均价一览

	5月均价（元/件）	较去年同期增减	较上月同期增减
啤酒	86.79	0.22%	-2.83%
喜力	179.38	12.44%	-2.49%
科罗娜	163.96	28.04%	2.15%
百威	131.19	22.39%	15.93%
福佳	127.69	-11.44%	-1.15%
青岛啤酒	97.33	12.33%	-0.40%
哈尔滨啤酒	77.30	54.82%	5.66%
燕京啤酒	73.64	-10.15%	19.27%
重庆啤酒	47.62	0.82%	7.33%
华润雪花	41.78	-0.67%	-44.01%

资料来源：阿里平台数据，川财证券研究所

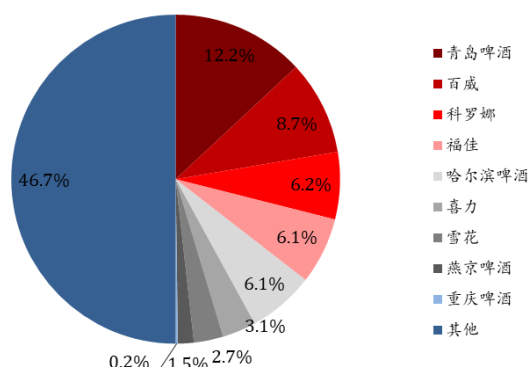
市场集中度方面，青岛啤酒、百威、哈尔滨啤酒持续保持线上领先地位。整体来看，啤酒行业 CR3 线上市占率从 19 年 5 月的 27.0% 提升到 20 年 5 月的 36.5%，集中度持续提升。其中百威市占率从 8.7% 提升至 15.1%，青岛啤酒市占率从 12.2% 小幅下滑至 12.0%，哈尔滨啤酒市占率从 6.1% 提升至 9.4%。此外，雪花、喜力市占率小幅抬升，而科罗娜、福佳市占率有所下滑。

图 11：20 年 5 月啤酒品牌市占率情况



资料来源：阿里平台数据，川财证券研究所

图 12：19 年 5 月啤酒品牌市占率情况



资料来源：阿里平台数据，川财证券研究所

表格 11. 5 月阿里渠道啤酒类销售额 Top10 排行榜

排名	单品名称	品牌	销售金额(万元)
1	Harbin Beer/哈尔滨哈啤啤酒小麦王550*20听	哈尔滨	1080.93
2	百威Pulse魄斯啤酒定制268ml*12瓶	百威	882.66
3	Budweiser/百威小麦醇正啤酒550ml*12听	百威	521.08
4	HarbinBeer/哈尔滨醇爽9度330ml*24听	哈尔滨	477.12
5	百威啤酒英超联名定制限量500ml*12大罐	百威	456.82
6	CORONA科罗娜墨西哥风味拉格特级啤酒330ml*12瓶	科罗娜	358.66
7	青岛啤酒经典1903国潮罐精酿啤酒500ml*18听	青岛啤酒	271.96
8	Corona/科罗娜啤酒330ml*24瓶	科罗娜	248.95
9	青岛啤酒经典啤酒500ml*24听	青岛啤酒	244.10
10	百威啤酒整箱经典醇正550ml*15大罐	百威	241.57

资料来源：阿里平台数据，川财证券研究所

### 三、调味品：销量持续翻倍增长，海天市占率稳居第一

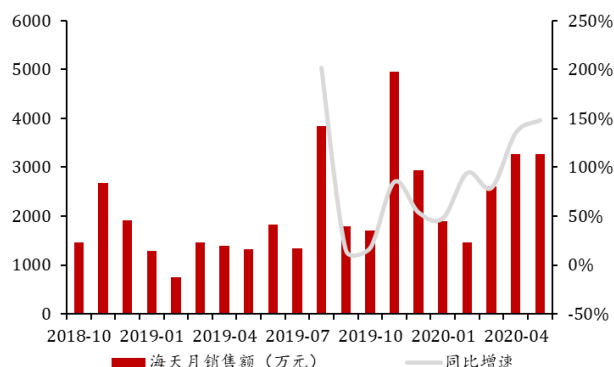
5 月阿里渠道日常调味品销售额为 1.60 亿元，同比增长 97.81%，销售量同比增长 105.43%，均价同比下降 3.71%，其中酱油、食盐、料酒销售额增长明显。具体来看，海天、千禾、李锦记、厨邦销售额分别为 0.33、0.17、0.10、0.06 亿元，分别同比增长 148.30%、205.45%、127.37%、117.10%，主要品牌销售额增速均高于行业增速，头部企业集中度持续提升。

表格 12. 5 月调味品行业线上销售额及增速一览

	销售额(亿元)	同比增速	环比增速
日常调味品	1.60	97.81%	-1.95%
酱油	0.78	129.98%	-5.22%
醋制品	0.30	66.50%	10.28%
鸡精/味精	0.26	39.89%	13.62%
食盐	0.17	177.49%	-16.28%
料酒	0.09	107.90%	-13.48%
海天	0.33	148.30%	0.25%
千禾	0.17	205.45%	-16.32%
李锦记	0.10	127.37%	0.46%
厨邦	0.06	117.10%	-21.16%

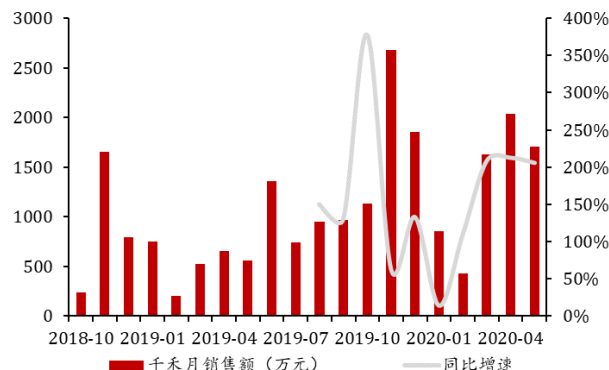
资料来源：阿里平台数据，川财证券研究所

图 13：海天销售额及同比增速



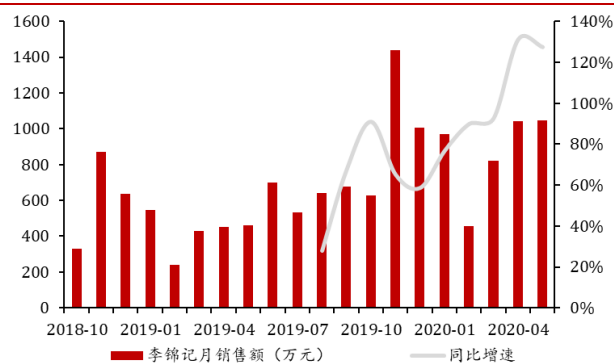
资料来源：阿里平台数据，川财证券研究所

图 14：千禾销售额及同比增速



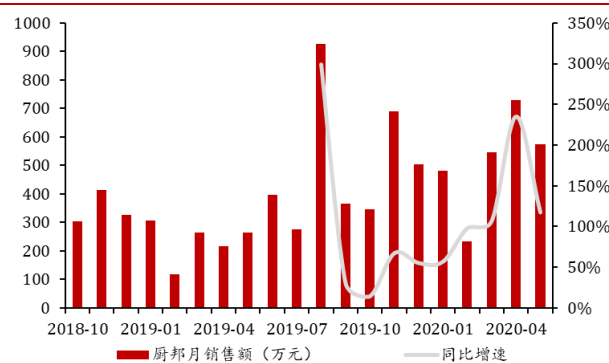
资料来源：阿里平台数据，川财证券研究所

图 15：李锦记销售额及同比增速



资料来源：阿里平台数据，川财证券研究所

图 16：厨邦销售额及同比增速



资料来源：阿里平台数据，川财证券研究所

均价方面，日常调味品均价同比下降 3.71%，环比增长 4.91%。具体来看，千禾味业均价最高，5 月均价为 38.40 元/件，同比下降 9.72%；厨邦、海天、李锦记 5 月均价分别为 28.44、23.86、22.70 元/件，分别同比增长 0.32%、18.37%、14.43%。

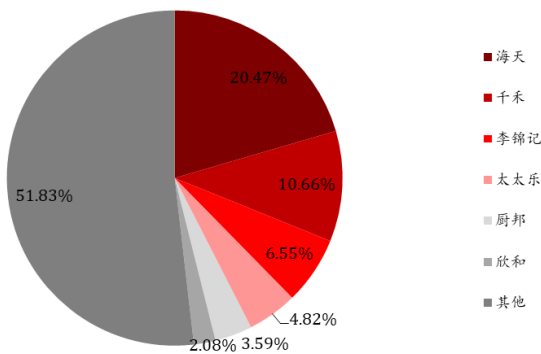
市场集中度方面，日常调味品 CR3 的线上市占率从 19 年 5 月的 29.37% 提升至 20 年 5 月的 37.67%，市场集中度提升明显。具体来看，海天市占率从 16.31% 提升至 20.47%，千禾市占率从 6.90% 提升至 10.66%，李锦记市占率从 5.70% 提升至 6.55%，厨邦市占率从 3.27% 提升至 3.59%，而太太乐市占率从 6.16% 下降至 4.82%，欣和市占率从 3.46% 下降至 2.08%。

表格 13. 5 月调味品行业线上均价一览

	5 月均价（元/件）	同比增速	环比增速
日常调味品	23.90	-3.71%	4.91%
酱油	29.93	11.80%	3.06%
鸡精/味精	30.07	7.63%	5.35%
醋制品	22.45	-0.88%	1.01%
料酒	16.42	4.65%	3.80%
食盐	12.85	-45.59%	2.71%
千禾	38.40	-9.72%	5.94%
厨邦	28.44	0.32%	6.83%
海天	23.86	18.37%	8.43%
李锦记	22.70	14.43%	7.15%

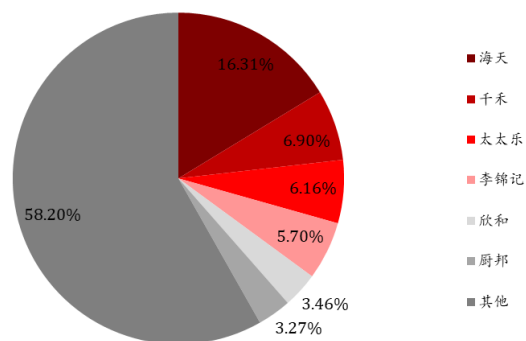
资料来源：阿里平台数据，川财证券研究所

图 17： 20 年 5 月调味品企业市占率情况



资料来源：阿里平台数据，川财证券研究所

图 18： 19 年 5 月调味品企业市占率情况



资料来源：阿里平台数据，川财证券研究所

表格 14. 5 月阿里渠道海天味业热销产品

排名	产品	销量（件）	均价（元/件）	销售额（万元）
1	海天金标生抽1.28L*2+白米醋450ml+耗油260g	59107	49.90	294.94
2	海天简盐酱油1.28L薄盐生抽简盐酱油	45881	49.90	228.95
3	海天酱油金标生抽蚝油 古道料酒	50053	39.90	199.71
4	海天招牌红蚝油685g调味品	76222	19.90	151.68
5	海天精选生抽1750ml酿造酱油	70057	15.90	111.39
6	海天简盐酱油1.28L*2+招牌红蚝油685g薄盐生抽简盐酱油	18068	54.90	99.19
7	海天古道料酒450ml	119483	8.00	95.59
8	超定制-海天味极鲜1.9L*2+蚝油700g*2	16043	58.80	94.33
9	海天简盐酱油1280ml+黄豆酱800g家庭套装	20910	39.90	83.43
10	海天金标生抽1.28L*2+上等蚝油520g	20564	35.90	73.82

资料来源：阿里平台数据，川财证券研究所

#### 四、膳食补充剂：销量持续快增长，汤臣市占率位列第一

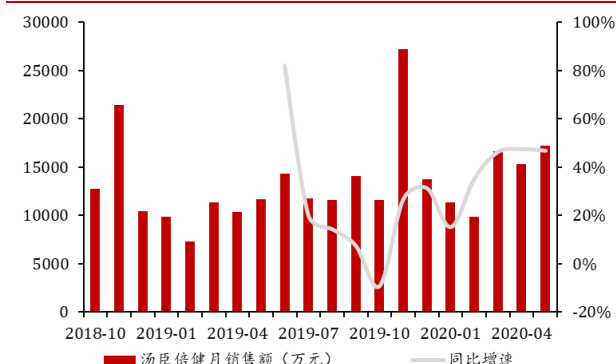
5月阿里渠道膳食营养补充剂大类销售额为21.62亿元，同比增长39.65%，销售量同比增长48.72%，均价同比下降6.10%。具体来看，销售额方面，汤臣倍健、Swisse、姿美堂、Muscletech、修正、澳佳宝、康宝莱销售额分别为1.72、1.03、0.48、0.45、0.36、0.27、0.23亿元，分别同比增长46.88%、19.12%、114.31%、-6.95%、-0.62%、5.86%、23.04%。整体来看，膳食营养补充剂行业线上销售额保持快速增长态势。

表格 15. 5月膳食营养补充剂行业线上销售额及增速一览

	销售额（亿元）	同比增速	环比增速
膳食营养补充剂大类	21.62	39.65%	2.43%
普通膳食营养食品	9.38	89.68%	6.54%
海外膳食营养补充食品	9.31	30.12%	-1.75%
保健食品	2.88	-14.28%	4.36%
特殊用途膳食食品	0.06	102.94%	-23.54%
汤臣倍健	1.72	46.88%	12.49%
Swisse	1.03	19.12%	-10.44%
姿美堂	0.48	114.31%	13.32%
Muscletech/麦斯泰克	0.45	-6.95%	19.45%
修正	0.36	-0.62%	-2.95%
澳佳宝	0.27	5.86%	28.89%
康宝莱	0.23	23.04%	21.24%

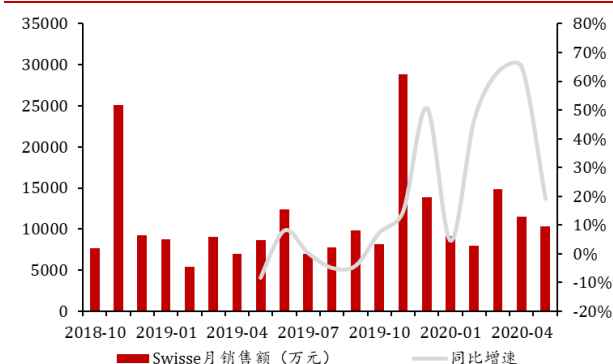
资料来源：阿里平台数据，川财证券研究所

图 19：汤臣倍健销售额及同比增速



资料来源：阿里平台数据，川财证券研究所

图 20：Swisse 销售额及同比增速



资料来源：阿里平台数据，川财证券研究所

均价方面,膳食营养补充剂大类均价同比下降 6.10%,环比下降 0.56%。具体来看,康宝莱均价最高,5月均价为 299.99 元/件,同比下降 1.00%;Muscletech/麦斯泰克、Swisse、汤臣倍健、澳佳宝、姿美堂、修正 5 月均价分别为 271.57、150.34、135.45、130.11、87.93、73.69 元/件,分别同比增长-9.99%、8.46%、-15.37%、-3.04%、-18.85%、-5.74%。

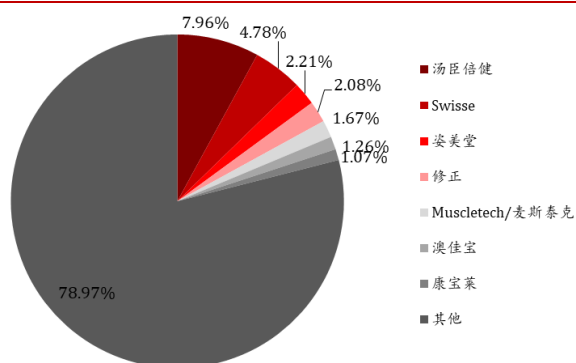
市场集中度方面,行业分化趋势明显,其中汤臣倍健持续保持线上领先地位。具体来看,汤臣倍健线上市占率从 19 年 5 月的 7.57%小幅提升至 20 年 5 月的 7.96%,同期 Swisse 从 5.61%下降至 4.78%。此外,姿美堂市占率略有提升,而修正、Muscletech/麦斯泰克、澳佳宝、康宝莱市占率有所下滑。

表格 16. 5 月膳食营养补充剂行业线上均价一览

	5月均价(元/件)	同比增速	环比增速
膳食营养补充剂大类	132.18	-6.10%	-0.56%
特殊用途膳食食品	398.71	-23.33%	9.87%
海外膳食营养补充食品	172.92	4.21%	0.13%
普通膳食营养食品	116.32	-12.24%	-0.54%
保健食品	99.28	-12.69%	2.56%
康宝莱	299.99	-1.00%	1.64%
Muscletech/麦斯泰克	271.57	-9.99%	-0.39%
Swisse	150.34	8.46%	0.35%
汤臣倍健	135.45	-15.37%	-1.14%
澳佳宝	130.11	-3.04%	-0.63%
姿美堂	87.93	-18.85%	-0.23%
修正	73.69	-5.74%	-3.83%

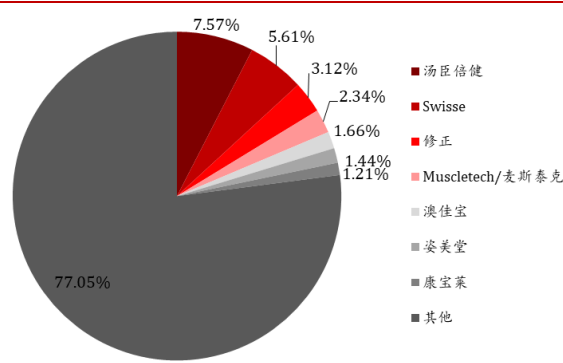
资料来源:阿里平台数据,川财证券研究所

图 21: 20 年 5 月膳食营养补充剂企业市占率情况



资料来源:阿里平台数据,川财证券研究所

图 22: 19 年 5 月膳食营养补充剂企业市占率情况



资料来源:阿里平台数据,川财证券研究所



**表格 17. 5 月阿里渠道汤臣倍健热销产品**

排名	产品	店铺名称	销量 (件)	均价 (元/件)	销售额 (万元)
1	汤臣倍健钙片青少年成人孕妇乳母补钙柠檬酸钙	喜多保健食品专营店	122806	131.57	1615.78
2	汤臣倍健维生素C咀嚼片vc含片	喜多保健食品专营店	54770	132.56	726.05
3	汤臣倍健乳清蛋白质粉	汤臣倍健佰健专卖店	25490	246.57	628.52
4	4件308汤臣倍健蛋白粉	汤臣倍健健领专卖店	16782	298.68	501.24
5	汤臣倍健蛋白粉高蛋白质营养粉	汤臣倍健健领专卖店	17915	246.36	441.35
6	汤臣倍健维生素C咀嚼片维c含片	喜多保健食品专营店	27280	131.25	358.05
7	汤臣倍健胶原蛋白口服液	汤臣倍健众华朗臣专卖店	9978	344.60	343.85
8	汤臣倍健增肌粉乳清蛋白质粉	汤臣倍健官方旗舰店	11554	262.76	303.60
9	汤臣倍健健力多氨糖软骨素加钙片碳酸钙	汤臣倍健众华朗臣专卖店	14964	194.85	291.57
10	汤臣倍健蛋白粉高蛋白质营养粉	汤臣倍健众华朗臣专卖店	11797	244.85	288.85

资料来源：阿里平台数据，川财证券研究所

## 风险提示

### 宏观经济增长持续低于预期

若宏观经济增速放缓，居民消费增长乏力，将对消费类板块上市公司业绩持续增长带来压力。

### 原料价格波动风险

气候变化、自然灾害、动物疫情等不可抗力因素导致的农作物、肉类、蔬菜、乳品等原材料价格波动，将侵蚀食品饮料板块上市公司盈利能力。

## 分析师声明

本人具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格并注册为证券分析师，以勤勉尽责的职业态度、专业审慎的研究方法，使用合法合规的信息，独立、客观地出具本报告。本人薪酬的任何部分过去不曾与、现在不与、未来也不会与本报告中的具体推荐意见或观点直接或间接相关。

## 行业公司评级

证券投资评级：以研究员预测的报告发布之日起6个月内证券的绝对收益为分类标准。30%以上为买入评级；15%-30%为增持评级；-15%-15%为中性评级；-15%以下为减持评级。

行业投资评级：以研究员预测的报告发布之日起6个月内行业相对市场基准指数的收益为分类标准。30%以上为买入评级；15%-30%为增持评级；-15%-15%为中性评级；-15%以下为减持评级。

## 重要声明

本报告由川财证券有限责任公司（已具备中国证监会批复的证券投资咨询业务资格）制作。本报告仅供川财证券有限责任公司（以下简称“本公司”）客户使用。本公司不因接收人收到本报告而视其为客户，与本公司无直接业务协议关系的阅读者不是本公司客户，本公司不承担适当性职责。本报告在未经本公司公开披露或者同意披露前，系本公司机密材料，如非本公司客户接收到本报告，请及时退回并删除，并予以保密。

本报告基于本公司认为可靠的、已公开的信息编制，但本公司对该等信息的真实性、准确性及完整性不作任何保证。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。在不同时期，本公司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。同时，本报告所指的证券或投资标的的价格、价值及投资收入可能会波动。本公司不保证本报告所含信息保持在最新状态。对于本公司其他专业人士（包括但不限于销售人员、交易人员）根据不同假设、研究方法、即时动态信息及市场表现，发表的与本报告不一致的分析评论或交易观点，本公司没有义务向本报告所有接收者进行更新。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。

本公司力求报告内容客观、公正，但本报告所载的观点、结论和建议仅供投资者参考之用，并非作为购买或出售证券或其他投资标的的邀请或保证。该等观点、建议并未考虑到获取本报告人员的具体投资目的、财务状况以及特定需求，在任何时候均不构成对客户私人投资建议。根据本公司《产品或服务风险等级评估管理办法》，上市公司价值相关研究报告风险等级为中低风险，宏观政策分析报告、行业研究分析报告、其他报告风险等级为低风险。本公司特此提示，投资者应当充分考虑自身特定状况，并完整理解和使用本报告内容，不应视本报告为做出投资决策的唯一因素，必要时可就法律、商业、财务、税收等方面咨询专业财务顾问的意见。本公司以往相关研究报告预测与分析的准确，也不预示与担保本报告及本公司今后相关研究报告的表现。对依据或者使用本报告及本公司其他相关研究报告所造成的一切后果，本公司及作者不承担任何法律责任。

本公司及作者在自身所知情的范围内，与本报告所指的证券或投资标的不存在法律禁止的利害关系。投资者应当充分考虑到本公司及作者可能存在影响本报告观点客观性的潜在利益冲突。在法律许可的情况下，本公司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，也可能为之提供或者争取提供投资银行、财务顾问或者金融产品等相关服务。本公司的投资业务部门可能独立做出与本报告中的意见或建议不一致的投资决策。

对于本报告可能附带的其它网站地址或超级链接，本公司不对其内容负责，链接内容不构成本报告的任何部分，仅为方便客户查阅所用，浏览这些网站可能产生的费用和风险由使用者自行承担。

本公司关于本报告的提示（包括但不限于本公司工作人员通过电话、短信、邮件、微信、微博、博客、QQ、视频网站、百度官方贴吧、论坛、BBS）仅为研究观点的简要沟通，投资者对本报告的参考使用须以本报告的完整版本为准。

本报告版权仅为本公司所有。未经本公司书面许可，任何机构或个人不得以翻版、复制、发表、引用或再次分发他人等任何形式侵犯本公司版权。如征得本公司同意进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“川财证券研究所”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节和修改。如未经川财证券授权，私自转载或者转发本报告，所引起的一切后果及法律责任由私自转载或转发者承担。本公司保留追究相关责任的权利。所有本报告中使用的商标、服务标记及标记均为本公司的商标、服务标记及标记。

本提示在任何情况下均不能取代您的投资判断，不会降低相关产品或服务的固有风险，既不构成本公司及相关从业人员对您投资本金不受损失的任何保证，也不构成本公司及相关从业人员对您投资收益的任何保证，与金融产品或服务相关的投资风险、履约责任以及费用等将由您自行承担。

本公司具有中国证监会核准的“证券投资咨询”业务资格，经营许可证编号为：000000000857

本报告由川财证券有限责任公司编制 谨请参阅本页的重要声明 C0004