



食品饮料专题研究：线上： 白酒价格上涨 大众品修复



8 月白酒延续量减价增，大众品多数行业有所修复据淘数据（含天猫/淘宝/天猫超市/天猫国际），8 月线上销售表现分化，白酒延续量减价增，销售额同比-17%；啤酒旺季量增价减，销售额同比-15%；8 月休闲食品/乳制品销售额同比增速较 7 月+14/+27pct，休闲食品销售额降幅环比收窄，乳制品量价齐升；保健品销售额同比+20%，延续增长；调味品销售额同比-16%，其中日常调味品销售额同比+10%，有所回暖。当前流量去中心化、渠道多元化的影响仍在，但受影响较大的大众品销售环比有所修复，客单价多呈上涨态势（8 月休闲食品/乳制品/调味品/保健品客单价同比+6%/+15%/-2%/+16%），价格竞争逐步回归理性。

酒类：白酒延续量减价增，啤酒旺季销量小幅增长白酒：8 月阿里渠道全网销售额 4.5 亿元，同比-17%，销量/客单价同比-36%/+30%，自 4 月开始销量延续同比下滑趋势，结构升级为主线，21 年来每月客单价均保持较快增长。分品牌，茅台/五粮液/泸州老窖/洋河/汾酒销售额 0.82/0.56/0.19/0.19/0.25 亿，同比-48%/+66%/-33%/-9%/+24%，茅台市占率稳居第一，五粮液/汾酒增长表现亮眼。啤酒：8 月阿里渠道全网销售额 1.8 亿，同比-15%，销量/客单价同比+1%/-15%，青岛/百威/乌苏啤酒销售额同比-17%/-47%/-4%，市占率 10.2%/7.1%/3.3%。

休闲食品：销售额降幅环比收窄，量增价减，龙头表现有所分化休闲食品 8 月阿里渠道全网销售额 51.5 亿元，同比-8.9%，跌幅较上月（同比-23.2%）明显收窄，其中销量/客单价同比-14.2%/+6.2%，线上多渠道分

流对其影响有所减弱、均价回升。8月线上销售额 TOP5 子品类为糕点/饼干/卤味零食/坚果/蜜饯，销售额 16.1/8.2/7.6/5.8/4.3 亿元，占比 31%/16%/15%/11%/8%。分品牌看，三只松鼠/百草味/良品铺子实现销售 2.84/2.72/2.11 亿元，同比 -19%/+4%/-10%，市占率为 5.5%/5.3%/4.1%。

乳制品：量价齐升表现强劲，高基数下奶酪增速持续回落乳制品 8 月阿里渠道销售额 14.2 亿元，同比 +22.6%；其中销量/客单价同比 +6.3%/+15.4%，量价齐升；8 月伊利/蒙牛/光明分别实现线上销售额 2.9/2.8/0.7 亿元，同比 +29%/118%/38%，销售均价为 74.4/73.9/63.5 元/件，同比 +25.0%/+46.8%/+9.5%，蒙牛 8 月阿里渠道销售表现亮眼。8 月奶酪销售额 0.90 亿，同比 +18%，其中销量/客单价同比 +17%/+1%；品牌端，伊利/百吉福/妙可蓝多 8 月销售额 853/1351/2088 万元，同比 -20%/-37%/+158%，妙可蓝多 8 月阿里渠道销售额增长表现强势。

其他：保健品延续较快增长，调味品行业中日常调味品有所恢复保健品：8 月阿里渠道销售额 31.3 亿，同比 +20.1%，销量/客单价同比 +4%/+16%，延续较快增长势头，8 月海外保健品销售额 15.29 亿，同比 +31.9%，销量/客单价同比 +7%/+23%。调味品：8 月阿里渠道全网销售额 9.1 亿，同比 -16.4%，其中销量/客单价同比 -14.8%/-2.0%，8 月日常调味品行业销售额为 1.6 亿元，同比 +10%；复合调味料行业销售额为 3.3 亿元，同比 -25.8%，日常调味品销售表现有所回暖，复合调味品仍处于承

压状态。RIO 鸡尾酒 8 月阿里渠道销售额 2997 万元，同比下滑 4%。

风险提示：宏观经济下滑，行业竞争加剧，食品安全风险。

关键词：白酒 食品安全

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_27195

