



CICC
中国国际金融有限公司
CHINA INTERNATIONAL CAPITAL
CORPORATION LIMITED

行业动态
研究报告

2011 年 8 月 4 日

食品饮料

研究部

袁霏阳

分析员, SAC 执业证书编号:
S0080511030012

yuanfy@cicc.com.cn

孙轶佳

分析员, SAC 执业证书编号:
S0080511010026

sunyj@cicc.com.cn

金志耀

分析员, SAC 执业证书编号:
S0080511010037

jinzy@cicc.com.cn

消费市场追踪

2011 年 6 月食品饮料行业零研月报

投资建议:

行业及龙头企业表现回顾与投资启示:

- 1. A 股市场进入白酒板块传统表现季, 港股市场继续重推蒙牛、中国食品和张裕 B:** 中秋、国庆消费旺季渐次到来, 秋交会前后产品提价萌动以及盈利与估值向来年展望使得历年 8、9 两月成为 A 股市场白酒板块传统表现季, 因此一二线白酒龙头组合(五粮液、茅台、泸州老窖、山西汾酒、洋河股份)成为未来两月我们 A 股食品饮料板块推荐中的重中之重。港股推荐我们继续秉承中期业绩达到或超过预期、下半年前景展望无虞并且具有来年估值安全边际的蒙牛乳业、中国食品和张裕 B。
- 2. 高端白酒价格坚挺、中高端白酒销量增长强势不改:** 6 月, 高端白酒(指商超渠道零售单价达到 500 元/瓶以上产品)四强中除茅台环比持平外, 五粮液、国窖 1573 和水井坊于商超渠道内的零售单价继续创出历史新高, 显示强劲需求。同期, 100-200 元/瓶、200-400 元/瓶和 400-500 元/瓶中高端白酒于商超渠道内录得的营收同比增长强势不改, 增幅分别为 24.6%、49.7%和 9.3%, 1-6 月营收同比增幅分别为 39.1%、37.9%和 24.3%。1-6 月, 商超渠道 100-500 元/瓶白酒销量占比 7.8%, 营收占比 30.8%, 分别高出去年同期 2.5 个和 4.1 个百分点, 显示白酒消费结构“宽腰窄底”趋势继续演进。一二线白酒龙头组合(五粮液、茅台、泸州老窖、山西汾酒、洋河股份)因此成为我们下半年 A 股食品饮料板块推荐重点。
- 3. 张裕、长城继续引领行业增长, 王朝改善仍需时间:** 尽管与 3-5 月相比, 6 月商超渠道葡萄酒营收增幅略有放缓, 但张裕、长城表现稳健, 并继续引领行业增长。6 月, 两者于商超渠道内的营收同比增幅分别为 18.5%和 13.5%, 均高出行业同期 10.1%的增幅; 1-6 月, 两者营收同比增幅分别为 19.8%和 11.9%, 亦高出同期行业 10.5%的增幅。1-6 月, 两者于商超渠道录得的零售价同比涨幅分别为 8.6%和 16.3%, 产品结构提升战略得以继续。王朝因受渠道改革拖累, 2 月以来公司产品于商超渠道每月均录得销量与营收同比下滑。1-6 月, 公司累计销量同比下滑 16.2%, 营收同比下滑 7.5%, 业绩改善尚需时间。我们因此于港股市场续推中国食品(拥有长城品牌)和张裕 B, 并提示王朝股价短期压力。
- 4. 6 月啤酒营收增速下滑, 龙头企业表现出现分化:** 6 月, 商超渠道啤酒销量与营收增幅分别为 5.3%和 13.2%, 均低于 3-5 月水平。三强表现与行业趋势一致, 但华润与青啤营收依然保持 20.5%和 14.9%的较快增长, 而同期燕京营收增幅迅速滑落至 2.8%, 低于同期行业平均。尽管啤麦期价已见松动, 但已提前锁定的高昂进价仍会使啤酒企业下半年原料成本处在高压阶段。
- 5. 液奶与酸奶消费增长强劲, 龙头企业表现稳定:** 6 月, 商超渠道乳品营收同比增长 16.9%, 增速环比上扬, 其中液奶与酸奶消费增长强劲。1-6 月, 商超渠道奶粉营收虽同比下滑 2.5%, 但内资前五大品牌中, 伊利市场份额仍有 1.1 个百分点的同比上扬, 并使其奶粉营收保持 7.9%的同比增长, 贝因美和雅士利营收同比跌幅也于二季度呈现逐月收窄的趋势。6 月, 乳业三强(蒙牛、伊利、光明)于商超渠道内录得的营收同比增幅分别高达 20%、23.3%和 51%, 均明显高出行业平均, 显示龙头企业表现持续稳定。结合估值安全边际, 我们继续于两地市场分别推荐蒙牛和伊利。
- 6. 6 月方便面营收增幅环比下滑, 塑化剂影响有待进一步观察:** 6 月, 商超渠道方便面营收同比增长 28.1%, 增速环比下滑, 其中袋装面营收增速跌幅尤甚。同期, 行业两强康师傅和统一营收增幅分别为 27.4%和 92.7%,

请仔细阅读在本报告尾部的重要法律声明

增速亦较5月有所回落。6月增速回落是否受到塑化剂余波影响仍有待观察，尤其是在下半年进入方便面传统消费旺季之时。

7. **粽子优势使三全6月营收市占率于年内同比首度上扬：**依靠产品结构中粽子发力，6月三全于商超渠道录得产品零售均价环比劲升15.5%，营收同比上涨25.3%，并使其当月营收市占率高达24.2%，于年内首度同比上扬。1-6月，行业四强（三全、思念、湾仔码头、龙凤）于商超渠道内录得的营收市占率同比上扬2.8个百分点至62.3%，零售均价同比涨幅中三全最大，达到10.8%，湾仔码头其次，为5.5%；思念与龙凤均价则分别小幅下降1.9%和1.6%。目前，三全仍是我们A股市场重点推荐的金盾组合成员之一。
8. **从价格趋势中可以嗅到本年度饮料行业夏季促销力度有所收敛：**6月进入饮料传统消费旺季，茶饮于商超渠道营收同比增幅维持5月水平，低于1-4月平均。当月龙头企业零售均价除统一外均有回升，这与往年趋势不同，显示成本压力或使本年度饮料行业夏季促销力度有限。同期，果汁与果汁饮料营收同比增幅亦与4、5两月相仿，龙头企业中零售均价除汇源产品环比跌去9.2%（公司早早宣布降价10%促销）外，统一价格环比小跌1.2%，顶益与可乐则分别有3.5%和2.3%的环比上涨。包装水营收同比增幅5、6两月持续下降，龙头企业无一例外呈现零售均价向上趋势。蛋白类饮料营收同比增幅于二季度逐月保持稳定，龙头企业中露露表现最为差强人意，二季度营收几乎逐月保持近50%的同比跌幅。

数据点评：

白酒：6月，商超渠道白酒营收同比增长19%，销量同比增长11.2%。高端白酒四强（茅台、五粮液、老窖1573、水井坊）零售均价分别为1248.9元/瓶、791.3元/瓶、702.6元/瓶和694.8元/瓶。除茅台环比持平外，较5月均价均有提升。6月，四大高端白酒于商超渠道内录得的营收同比增幅分别为18.4%、16.2%、64.3%和52.7%。销量同比增幅分别为-16.1%、3.2%、39.6%和32.4%。1-6月，商超渠道白酒营收同比增长18.3%，销量同比微增2.4%。高端白酒四强零售均价分别为1190.5元/瓶、755.2元/瓶、741.2元/瓶和647.3元/瓶。同比分别上涨41.1%、14.7%、30.2%和13.4%。1-6月，四大高端白酒于商超渠道内录得的营收同比增幅分别为6.2%、25.8%、83.5%和37.7%，销量同比增幅分别为-24.7%、9.7%、41%和21.4%。

葡萄酒：6月，商超渠道葡萄酒营收同比增长10.1%，销量同比下降5.4%。三大主导品牌（张裕、长城、王朝）于商超渠道内录得的营收同比增幅分别为18.5%、13.5%和-10.5%，销量同比增幅分别为17.5%、0%和-15.3%，零售均价同比升幅分别为0.9%、13.4%和5.6%，三者零售均价分别为48.35元/瓶、54.51元/瓶和45.5元/瓶。1-6月，商超渠道葡萄酒营收同比增长10.5%，销量同比下降8.3%。三大主导品牌于商超渠道内录得的营收同比增幅分别为19.8%、11.9%和-7.5%，零售均价同比升幅分别为8.6%、16.3%和10.3%，三者零售均价分别为52.24元/瓶、58.23元/瓶和47.18元/瓶。

黄酒：6月，商超渠道黄酒营收同比增长19.9%，销量同比增长17.6%；其中饮用型黄酒营收同比增长9.7%，销量同比下降1.7%。同期，金枫旗下石库门、金色年华及和酒营收同比增长-9.6%、58.3%和1.6%；古越龙山营收同比增长48.9%。1-6月，商超渠道黄酒营收同比增长8.8%，销量同比下降3.4%；其中饮用型黄酒营收同比增长9.6%，销量同比下降1.3%。同期，金枫旗下石库门、金色年华及和酒营收同比增长14.5%、72.2%和0.4%；古越龙山营收同比增长20.9%。

啤酒：6月，商超渠道啤酒营收同比增长13.2%，销量同比增长5.3%。行业三强青岛（统计包括青岛、汉斯、崂山、山水和银麦等5个品牌）、燕京（统计包括燕京、漓泉、惠泉和雪鹿等4个品牌）与华润（统计包括雪花、零点、蓝剑、黑狮、行吟阁、中华、圣泉、黄山饱和扎西德勒等9个品牌）于商超渠道内录得的营收同比增幅分别为14.9%、2.8%和20.5%，销量同比增幅分别为9.1%、-7.1%和12.6%。1-6月，商超渠道啤酒营收同比增长19.1%，销量同比增长8%。行业三强青岛、燕京与华润于商超渠道内录得的营收同比增幅分别为22.4%、25.3%和23.4%，销量同比增幅分别为12%、11.5%和17.6%。

乳品：6月，商超渠道乳品营收同比增长16.9%，其中奶粉、液奶和酸奶同比增幅分别为-8.6%、24.2%和44.4%。同期，商超渠道伊利产品营收同比增长23.3%，其中奶粉、液奶和酸奶同比增幅分别为7.9%、23.4%和42.8%；蒙牛产品营收同比增长20%，其中奶粉、液奶和酸奶同比增幅分别为-0.7%、18.2%和26.4%；光明产品营收同比增长51%，其中奶粉、液奶和酸奶同比增幅分别为-54.7%、51.1%和53.8%。1-6月，商超渠道乳品营收同比增长15%，其中奶粉、液奶和酸奶同比增幅分别为-2.5%、18.7%和40.8%。同期，商超渠道伊利产品营收同比增长17%，其中奶粉、液奶和酸奶同比增幅分别为3%、16%和46.3%；蒙牛产品营收同比增长19.7%，其中奶粉、液奶和酸奶同比增幅分别为8.7%、17.4%和28.7%；光明产品营收同比增长33.3%，其中奶粉、液奶和酸奶同比增幅分别为-22%、22.5%和44.3%。

方便面：6月，商超渠道方便面营收同比增长28.1%，其中容器面和袋装面同比增幅分别为35.3%和25.1%。同期，统一方便面于商超渠道营收同比增长92.7%，康师傅方便面同比增长27.4%。1-6月，商超渠道方便面营收同比增长24.6%，其中容器面和袋装面同比增幅分别为33.3%和21.1%。同期，统一方便面于商超渠道营收同比增长92.5%，康师傅方便面同比增长21.5%。

速冻米面食品：6月，商超渠道速冻米面食营收同比增长19.7%，其中汤圆、水饺、面食和粽子类产品同比分别增长-2.6%、18.6%、1.2%和32.1%。同期，商超渠道三全产品营收同比增长24.2%，四大主导品牌（三全、思念、湾仔码头、龙凤）累计市占率（按营收计）达到55.1%，同比上升4.3个百分点。1-6月，商超渠道速冻米面食营收同比增长17.3%，其中汤圆、水饺、面食和粽子类产品同比分别增长10.9%、13%、9.9%和66.1%。同期，商超渠道三全产品营收同比增长12.2%，四大主导品牌累计市占率达到62.3%，同比上升2.8个百分点。

茶饮料、果汁饮料、包装水和蛋白类饮料：6月，商超渠道茶饮料营收同比增长18.2%，统一和康师傅产品同比分别增长27.1%和19.1%；果汁及果汁饮料营收同比增长23.2%，其中百分百果汁和其他果汁饮料同比分别增长8.5%和24.9%，统一、康师傅、汇源和可口可乐果汁类产品同比分别增长16.2%、40.4%、2.9%和36.6%；包装水营收同比增长20.9%，统一和康师傅产品同比分别增长8.8%和27.9%；蛋白类饮料营收同比增长13.1%，露露、椰岛、娃哈哈、蒙牛和伊利产品同比分别增长-46.5%、14.5%、1.3%、4%和7.2%。1-6月，商超渠道茶饮料营收同比增长16.4%，统一和康师傅产品同比分别增长46%和11.7%；果汁及果汁饮料营收同比增长11.1%，其中百分百果汁和其他果汁饮料同比分别增长16.5%和10.5%，统一、康师傅、汇源和可口可乐果汁类产品同比分别增长21.3%、23.8%、0.6%和7.4%；包装水营收同比增长21.7%，统一和康师傅产品同比分别增长25.9%和24%；蛋白类饮料营收同比增长7.1%，露露、椰岛、娃哈哈、蒙牛和伊利产品同比分别增长-8.1%、11.9%、1.2%、-5.3%和-3.8%。

风险：

1. 零售点抽样代表性欠佳以及样本期间调整可能导致总量推断结果产生偏差（有关此份报告的数据统计方法说明详见附录1）；
2. 由于商超并非某些产品的主销渠道，因此根据商超渠道对端此类产品整体销售变化趋势可能有失偏颇（有关此份报告中各类产品超市销售代表性比较详见附录2）。

图表 1：覆盖的 A/H 食品股估值表

公司	代码	投资评级	当前股价 2011-8-3	市盈率				市净率				净资产收益率(%)				股息收益率(%)				EV/EBITDA			
				2009	2010	2011E	2012E	2009	2010	2011E	2012E	2009	2010	2011E	2012E	2009	2010	2011E	2012E	2009	2010	2011E	2012E
可选消费类																							
贵州茅台	600519.SH	推荐	201.79	48.6	41.5	26.3	18.7	14.5	11.4	8.7	6.3	29.8	27.5	32.9	33.6	0.5	1.0	1.0	1.4	32.0	27.1	17.1	11.7
五粮液	000858.SZ	推荐	37.82	44.2	32.7	24.8	18.4	10.1	7.9	6.3	4.9	22.7	24.3	25.4	26.8	0.4	0.8	1.0	1.4	26.6	19.4	14.9	10.8
泸州老窖	000568.SZ	推荐	47.55	39.6	30.1	22.1	16.8	15.6	12.0	10.3	8.7	39.4	40.0	46.8	52.0	1.6	2.1	3.2	4.2	34.5	24.5	16.5	12.7
水井坊	600779.SH	审慎推荐	23.30	35.6	48.5	44.7	49.2	7.6	7.8	7.2	6.6	21.4	16.1	16.0	13.5	2.3	1.0	1.1	1.0	21.4	29.7	27.4	28.1
洋河股份	002304.SZ	审慎推荐	139.70	100.3	57.0	35.5	26.1	12.4	9.1	12.6	8.9	12.4	15.9	35.4	34.1	0.0	0.7	1.1	1.5	72.2	38.0	22.7	16.2
山西汾酒	600809.SH	推荐	78.82	96.1	69.0	37.0	23.6	20.7	17.7	13.0	9.9	21.5	25.7	35.0	42.1	0.6	0.6	1.9	3.0	47.3	34.8	20.2	12.9
金种子酒	600199.SH	审慎推荐	17.89	65.4	69.4	33.5	23.9	7.1	12.5	9.3	7.0	10.9	18.0	27.9	29.3	0.0	0.6	1.3	1.8	89.5	47.1	23.2	16.2
顺鑫农业	000860.SZ	无评级	18.68	51.0	23.0	8.9	7.1	3.4	1.8	1.5	1.2	6.7	7.9	17.0	17.7	0.0	0.0	0.0	0.0	40.7	15.0	11.9	7.6
张裕A	000869.SZ	审慎推荐	115.50	54.0	42.5	33.1	26.6	20.0	15.9	12.3	9.8	37.1	37.4	37.2	36.9	1.0	1.2	1.7	2.1	39.1	29.8	23.2	18.5
金枫酒业	600616.SH	审慎推荐	11.89	35.8	39.7	23.0	19.7	5.4	4.7	4.2	3.7	15.0	11.9	18.2	18.6	0.0	1.3	1.7	1.7	23.0	21.7	13.7	11.6
古越龙山	600059.SH	中性	12.40	102.9	65.4	64.1	62.1	5.9	5.6	5.4	5.2	5.7	8.6	8.4	8.3	0.4	0.8	0.8	0.8	57.5	34.9	33.5	31.4
ST皇台	000995.SZ	无评级	17.39	438.9	n.m.	144.7	63.7	13.4	15.9	14.4	10.0	3.0	n.m.	9.9	15.7	0.0	0.0	0.1	1.9	n.m.	120.5	67.7	36.6
可选消费类平均				92.7	47.1	41.5	29.7	11.3	10.2	8.8	6.9	18.8	21.2	25.8	27.4	0.6	0.8	1.2	1.7	44.0	36.9	24.3	17.9
可选消费类平均(剔除古越龙山和ST皇台)				57.1	45.3	28.9	23.0	11.7	10.1	8.5	6.7	21.7	22.5	29.2	30.5	0.6	0.9	1.4	1.8	42.7	28.7	19.1	14.6
低价快消类																							
三全食品	002216.SZ	推荐	39.10	82.4	59.2	42.8	30.2	7.8	7.1	6.3	5.2	9.5	11.9	14.6	17.1	0.5	0.5	0.0	0.0	61.5	49.0	26.2	16.8
承德露露	000848.SZ	审慎推荐	18.67	49.1	38.2	27.9	20.2	10.6	9.1	8.1	7.0	21.5	23.9	28.9	34.4	2.1	3.2	2.2	3.0	26.9	23.0	16.6	11.8
青岛啤酒	600600.SH	审慎推荐	37.20	40.1	33.1	27.9	22.8	6.1	5.2	4.5	3.8	15.2	15.8	16.1	16.9	0.4	0.5	0.6	0.7	20.7	17.3	11.5	9.1
燕京啤酒	000729.SZ	推荐	17.08	32.9	26.9	21.3	17.7	2.8	2.5	2.3	2.1	8.5	9.4	10.9	12.0	0.9	1.2	1.5	1.8	14.5	11.8	9.6	7.4
伊利股份	600887.SH	推荐	19.33	47.7	39.8	24.5	20.3	9.0	7.3	5.9	5.4	18.8	18.4	24.1	26.4	0.0	0.0	0.8	1.0	22.9	24.1	14.1	9.9
光明乳业	600597.SH	回避	9.31	79.2	50.2	58.8	54.3	4.6	4.3	4.1	3.9	5.8	8.6	7.0	7.3	0.0	0.5	0.9	11.6	23.0	16.3	14.9	13.2
ST南方	000716.SZ	无评级	9.57	n.m.	10.5	49.0	20.7	12.9	5.8	5.2	4.1	n.m.	55.1	10.6	20.1	0.0	0.0	0.0	0.0	46.2	50.3	20.7	17.2
低价快消类平均				55.2	36.8	36.0	26.6	7.7	5.9	5.2	4.5	13.2	20.5	16.0	19.2	0.6	0.8	0.8	2.6	30.8	27.4	16.2	12.2
低价快消类平均(剔除光明乳业)				50.5	34.6	32.2	22.0	8.2	6.2	5.4	4.6	14.7	22.4	17.5	21.1	0.7	0.9	0.8	1.1	32.1	29.2	16.4	12.0
A股覆盖总体平均				80.2	43.1	39.5	28.5	10.0	8.6	7.4	6.0	17.0	20.9	22.2	24.4	0.6	0.8	1.1	2.0	38.9	33.4	21.3	15.8
A股覆盖总体平均(剔除龙山、皇台和光明)				54.9	41.3	30.2	22.6	10.4	8.6	7.4	5.9	19.4	22.4	24.8	27.0	0.7	0.9	1.2	1.5	38.7	28.9	18.1	13.7

公司 H股/B股	代码	当前股价 2011-8-3	目标价	投资评级	市盈率				市净率				净资产收益率(%)				股息收益率(%)				EV/EBITDA			
					2009	2010	2011E	2012E	2009	2010	2011E	2012E	2009	2010	2011E	2012E	2009	2010	2011E	2012E	2009	2010	2011E	2012E
蒙牛乳业	2319.HK	26.50	32.29	推荐	34.7	31.3	23.6	18.9	4.5	4.0	3.5	3.0	17.1	13.5	15.7	17.1	0.6	0.7	0.9	1.2	18.1	16.7	12.1	9.4
中国食品	506.HK	6.76	8.11	推荐	33.2	44.1	26.2	21.0	3.4	3.2	2.9	2.6	10.4	7.2	11.0	12.6	1.1	0.8	1.4	1.7	15.4	16.8	12.5	10.2
张裕B	200869.SZ	96.80	109.56	推荐	39.0	30.7	23.9	19.3	14.5	11.5	8.9	7.1	37.1	37.4	37.2	36.9	1.4	1.7	2.3	2.9	27.8	21.2	16.5	13.4
青岛啤酒	168.HK	47.65	55.89	推荐	43.3	35.7	30.2	24.3	6.2	4.9	4.9	4.1	15.2	15.8	16.1	16.9	0.4	0.5	0.5	0.7	19.9	15.2	12.4	10.0
统一企业	220.HK	4.70	4.50	待审	20.2	27.4	27.5	17.2	2.2	2.1	2.0	1.9	10.9	7.8	7.4	10.9	2.5	1.1	1.1	1.7	10.0	12.6	11.8	7.6
顶益	322.HK	24.30	27.28	审慎推荐	45.4	36.5	31.2	24.0	11.9	9.6	8.1	6.7	28.7	29.0	28.2	30.6	1.1	1.4	1.6	2.1	21.3	17.3	13.5	10.3
王朝酒业	828.HK	2.18	3.28	审慎推荐	17.4	17.1	15.1	13.1	1.5	1.4	1.3	1.2	8.5	8.0	8.7	9.6	2.7	2.8	3.2	3.7	6.5	6.2	5.4	4.5
华宝国际	336.HK	6.83	待审	待审	16.1	13.4	12.0	9.9	7.8	4.3	3.6	2.9	35.4	32.0	29.8	29.8	2.2	3.7	4.1	5.0	17.5	10.3	8.5	6.6
雨润食品	1068.HK	22.90	23.24	中性	23.8	15.2	13.0	11.0	4.9	2.9	2.4	2.1	20.8	18.8	18.8	18.9	1.3	1.7	1.7	2.4	19.7	11.6	9.8	8.1
中国旺旺	151.HK	6.82	7.33	中性	37.0	32.2	26.6	21.5	11.7	10.8	9.6	8.3	31.6	33.4	35.9	38.4	2.4	2.6	3.0	3.7	27.5	22.6	18.5	14.6
H股覆盖总体平均					31.0	28.4	22.9	18.0	6.9	5.4	4.7	4.0	21.6	20.3	20.9	22.2	1.6	1.7	2.0	2.5	18.4	15.1	12.1	9.5

来源：彭博资讯、万德资讯、中金公司研究部

图表2：年初至今全国各地区超市白酒销售情况

2011年1月—6月	白酒销售额（万元）		白酒销量（吨）		白酒均价（元/500ml）	
	年初至今销售额	同比	年初至今销售量	同比	年初至今均价	同比
全国	1,311,539.8	18.3%	144,356.2	2.4%	45.43	15.5%
北京市	134,310.4	7.5%	24,382.2	-5.8%	27.54	14.1%
天津市	58,717.4	9.7%	7,847.8	-5.5%	37.41	16.1%
河北省	49,907.9	11.8%	6,964.5	-2.9%	35.83	15.1%
山西省	38,958.2	-8.2%	4,527.9	-30.5%	43.02	32.1%
辽宁省	54,053.8	21.2%	4,173.0	-9.9%	64.77	34.6%
黑龙江	22,072.2	13.8%	4,631.3	45.7%	23.83	-21.9%
上海市	86,778.5	26.1%	7,040.4	-29.1%	61.63	77.9%
江苏省	99,500.7	12.9%	12,100.1	16.9%	41.12	-3.4%
浙江省	68,651.7	16.5%	9,146.2	27.7%	37.53	-8.8%
山东省	128,378.5	10.6%	18,440.0	6.4%	34.81	4.0%
河南省	48,929.8	3.6%	3,721.2	-10.6%	65.75	15.9%
湖北省	86,933.4	30.4%	6,244.3	15.2%	69.61	13.2%
湖南省	43,141.6	10.1%	2,543.6	18.6%	84.81	-7.2%
广东省	98,489.8	31.8%	9,355.5	34.6%	52.64	-2.1%
四川省	60,133.4	56.1%	3,508.3	27.1%	85.70	22.8%
陕西省	21,300.8	66.1%	1,254.2	23.8%	84.92	34.2%
西北四省	29,638.2	0.4%	1,977.7	-7.2%	74.93	8.2%
其他	181,643.4	31.3%	16,498.2	3.5%	55.05	26.8%

资料来源：商务部

图表3：年初至今全国各地区超市葡萄酒销售情况

2011年1月—6月	葡萄酒销售额（万元）		葡萄酒销量（吨）		葡萄酒均价（元/750ml）	
	年初至今销售额	同比	年初至今销售量	同比	年初至今均价	同比
全国	359,176.2	10.5%	54,413.8	-8.3%	49.51	20.5%
北京市	29,240.5	8.5%	4,845.5	-7.1%	45.26	16.9%
天津市	12,253.4	8.8%	2,039.3	-10.8%	45.07	22.0%
河北省	9,448.4	-8.7%	1,519.1	-24.0%	46.65	20.2%
辽宁省	12,892.3	12.8%	2,694.2	4.1%	35.89	8.4%
黑龙江	4,444.7	14.7%	1,504.3	41.5%	22.16	-19.0%
上海市	33,468.6	-0.2%	5,791.2	-0.3%	43.34	0.1%
江苏省	20,098.8	-8.0%	2,981.1	-22.7%	50.57	19.0%
浙江省	33,592.3	8.6%	5,313.7	16.1%	47.41	-6.5%
山东省	28,745.1	8.4%	4,548.8	-15.6%	47.39	28.5%
河南省	8,670.0	-9.8%	1,604.3	-27.1%	40.53	23.7%
湖北省	19,212.8	-10.0%	2,592.8	-38.5%	55.58	46.2%
湖南省	12,814.3	21.9%	1,696.2	-3.3%	56.66	26.0%
广东省	51,445.4	29.3%	3,718.1	0.3%	103.77	29.0%
四川省	16,793.9	47.4%	1,975.9	1.7%	63.75	44.9%
陕西省	5,569.2	14.4%	1,070.5	12.7%	39.02	1.4%
西北四省	7,890.6	-13.2%	1,707.5	-1.6%	34.66	-11.8%
其他	52,595.9	26.0%	8,811.4	-12.1%	44.77	43.3%

资料来源：商务部

图表 4: 年初至今全国各地区超市黄酒销售情况

2011年1月-6月	黄酒销售额 (万元)		黄酒销量 (吨)		黄酒均价 (元/500ml)	
	年初至今销售额	同比	年初至今销售量	同比	年初至今均价	同比
全国	103,674.4	8.8%	101,906.2	-3.4%	5.09	12.6%
北京市	6,099.8	16.2%	7,703.8	7.4%	3.96	8.2%
天津市	3,856.5	26.5%	4,546.1	9.2%	4.24	15.9%
河北省	1,530.3	26.6%	1,939.7	17.5%	3.94	7.8%
辽宁省	1,811.1	3.8%	1,916.9	-8.5%	4.72	13.5%
黑龙江	1,086.8	8.2%	1,247.1	4.5%	4.36	3.5%
上海市	37,044.8	7.3%	31,082.7	-9.0%	5.96	17.9%
江苏省	14,072.8	-6.4%	16,496.1	-11.4%	4.27	5.7%
浙江省	14,292.8	13.7%	14,891.2	6.8%	4.80	6.4%
山东省	4,207.3	20.4%	4,276.9	12.1%	4.92	7.4%
河南省	1,449.4	-21.3%	1,728.8	-26.8%	4.19	7.5%
湖北省	2,151.7	-10.6%	1,843.7	-22.1%	5.84	14.8%
湖南省	1,293.3	21.3%	1,269.0	12.0%	5.10	8.3%
广东省	3,211.1	52.6%	1,847.9	42.0%	8.69	7.5%
四川省	1,781.7	90.6%	1,245.0	29.9%	7.16	46.7%
陕西省	660.1	-17.5%	730.2	-34.2%	4.52	25.2%
西北四省	1,443.4	-9.3%	1,555.8	2.1%	4.64	-11.2%
其他	7,681.8	15.2%	7,585.5	-4.1%	5.06	20.1%

资料来源: 商务部

图表 5: 年初至今全国各地区超市啤酒销售情况

2011年1月-6月	啤酒销售额 (万元)		啤酒销量 (吨)		啤酒均价 (元/500ml)	
	年初至今销售额	同比	年初至今销售量	同比	年初至今均价	同比
全国	282,776.2	19.1%	385,056.3	8.0%	3.67	10.3%
北京市	23,995.8	20.8%	33,187.0	11.6%	3.62	8.2%
天津市	9,517.5	30.2%	13,195.9	11.3%	3.61	16.9%
河北省	10,752.4	20.3%	15,316.9	12.0%	3.51	7.4%
辽宁省	12,235.3	21.3%	15,458.8	14.5%	3.96	5.9%
黑龙江	7,159.1	22.6%	10,634.3	-15.1%	3.37	44.4%
上海市	25,642.7	19.0%	30,833.4	-3.1%	4.16	22.9%
江苏省	19,261.2	16.4%	29,494.5	12.6%	3.27	3.4%
浙江省	19,747.6	14.7%	24,727.8	7.4%	3.99	6.8%
山东省	21,441.2	22.2%	38,860.8	12.1%	2.76	9.1%
河南省	11,387.3	16.5%	15,252.0	7.9%	3.73	7.9%
湖北省	12,164.3	12.8%	15,896.2	3.8%	3.83	8.8%
湖南省	5,768.9	22.0%	7,326.3	7.2%	3.94	13.8%
广东省	34,839.1	16.8%	45,344.2	7.5%	3.84	8.7%
四川省	12,683.9	19.6%	18,229.7	24.2%	3.48	-3.7%
陕西省	5,219.9	19.6%	7,053.6	-10.3%	3.70	33.3%
西北四省	5,634.5	22.5%	7,003.9	14.2%	4.02	7.3%
其他	45,325.4	19.5%	57,241.2	9.1%	3.96	9.5%

资料来源: 商务部

图表6：年初至今全国各地区超市乳品销售情况

2011年1月-6月	乳品销售额（万元）		乳品销量（吨）		乳品均价（元/kg）	
	年初至今销售额	同比	年初至今销售量	同比	年初至今均价	同比
全国	3,312,477.7	15.0%	2,179,084.3	15.9%	15.20	-0.8%
北京市	277,263.1	23.7%	262,804.5	37.6%	10.55	-10.1%
天津市	101,379.6	3.4%	87,461.7	-0.9%	11.59	4.4%
河北省	99,146.5	7.4%	75,284.0	5.3%	13.17	2.0%
辽宁省	163,511.0	32.9%	122,828.8	24.3%	13.31	6.9%
黑龙江	99,363.2	11.2%	78,966.8	6.1%	12.58	4.8%
上海市	269,653.9	19.0%	167,265.7	2.5%	16.12	16.1%
江苏省	205,427.5	13.9%	129,863.9	7.5%	15.82	6.0%
浙江省	154,596.5	-3.8%	87,490.1	1.2%	17.67	-4.9%
山东省	251,917.1	16.0%	193,776.8	20.7%	13.00	-3.9%
河南省	135,312.8	-1.1%	92,801.3	-7.9%	14.58	7.4%
湖北省	161,935.3	-5.1%	78,103.6	-8.8%	20.73	4.0%
湖南省	100,174.8	2.0%	50,956.8	8.4%	19.66	-5.9%
广东省	351,329.8	19.0%	190,513.4	42.5%	18.44	-16.5%
四川省	170,459.4	25.6%	94,933.9	30.4%	17.96	-3.7%
陕西省	82,866.1	15.5%	49,700.5	7.3%	16.67	7.7%
西北四省	88,818.2	21.8%	61,054.0	14.7%	14.55	6.2%
其他	599,322.6	22.7%	355,278.5	24.3%	16.87	-1.3%

资料来源：商务部

图表7：年初至今全国各地区超市方便面销售情况

2011年1月-6月	方便面销售额（万元）		方便面销量（吨）		方便面均价（元/100g）	
	年初至今销售额	同比	年初至今销售量	同比	年初至今均价	同比
全国	500,379.0	24.6%	261,322.4	4.1%	1.91	19.7%
北京市	39,743.3	18.5%	20,975.2	1.2%	1.89	17.1%
天津市	16,240.1	13.2%	10,838.8	7.8%	1.50	5.0%
河北省	19,217.7	16.1%	11,323.3	-6.2%	1.70	23.8%
辽宁省	23,433.6	23.3%	12,746.0	8.1%	1.84	14.0%
黑龙江	14,352.3	45.9%	7,940.0	25.6%	1.81	16.2%
上海市	35,871.6	26.2%	17,141.9	-0.9%	2.09	27.2%
江苏省	33,614.2	31.8%	17,094.5	11.9%	1.97	17.7%
浙江省	26,917.1	18.9%	12,487.4	2.6%	2.16	15.9%
山东省	40,143.7	18.3%	23,100.0	-1.8%	1.74	20.5%
河南省	24,544.8	12.1%	13,428.4	-15.1%	1.83	32.1%
湖北省	24,789.5	17.4%	12,596.9	-0.6%	1.97	18.1%
湖南省	12,986.9	18.3%	7,039.5	9.0%	1.84	8.5%
广东省	54,939.5	40.5%	25,269.6	17.2%	2.17	19.9%
四川省	19,787.0	40.0%	8,784.7	13.2%	2.25	23.7%
陕西省	11,096.6	27.6%	6,257.7	6.7%	1.77	19.5%
西北四省	14,906.9	25.5%	7,667.8	3.7%	1.94	21.0%
其他	87,794.1	25.3%	46,630.7	5.0%	1.88	19.3%

资料来源：商务部

图表 8：年初至今全国各地区超市速冻米面食品销售情况

2011年1月—6月	速冻米面食品销售额（万元）		速冻米面食品销量（吨）		速冻米面食品均价（元/500g）	
	年初至今销售额	同比	年初至今销售量	同比	年初至今均价	同比
全国	693,675.4	17.3%	378,864.5	4.5%	9.15	12.3%
北京市	72,141.9	15.8%	42,679.9	2.6%	8.45	12.9%
天津市	15,887.0	5.6%	8,413.9	-11.6%	9.44	19.5%
河北省	16,135.5	19.6%	9,776.8	2.6%	8.25	16.5%
辽宁省	24,089.2	15.7%	13,338.0	5.0%	9.03	10.2%
黑龙江	12,182.5	21.8%	7,480.4	10.4%	8.14	10.3%
上海市	68,563.0	12.9%	33,087.3	2.1%	10.36	10.6%
江苏省	42,617.5	-0.3%	24,093.2	-4.6%	8.84	4.5%
浙江省	58,152.9	18.3%	32,193.0	17.9%	9.03	0.3%
山东省	40,528.4	21.9%	23,697.9	11.2%	8.55	9.6%
河南省	20,455.0	-3.5%	13,072.7	-8.6%	7.82	5.6%
湖北省	29,910.4	17.4%	16,744.5	3.0%	8.93	14.0%
湖南省	20,366.7	12.8%	11,543.5	-0.7%	8.82	13.6%
广东省	105,889.8	19.6%	49,989.5	5.7%	10.59	13.2%
四川省	27,012.9	35.6%	15,680.3	7.8%	8.61	25.8%
陕西省	14,495.8	32.1%	7,270.2	18.8%	9.97	11.2%
西北四省	16,399.8	20.9%	9,006.2	5.7%	9.10	14.5%
其他	108,847.2	26.2%	60,797.3	5.5%	8.95	19.5%

资料来源：商务部

图表 9：年初至今全国各地区超市茶饮料销售情况

2011年1月—6月	茶饮料销售额（万元）		茶饮料销量（吨）		茶饮料均价（元/500ml）	
	年初至今销售额	同比	年初至今销售量	同比	年初至今均价	同比
全国	274,693.4	16.4%	477,808.7	19.9%	2.87	-3.0%
北京市	22,229.3	7.8%	43,578.8	17.6%	2.55	-8.3%
天津市	7,926.9	14.1%	13,959.2	5.7%	2.84	8.0%
河北省	7,575.7	25.2%	14,216.2	23.0%	2.66	1.8%
辽宁省	13,983.7	10.6%	31,421.3	32.1%	2.23	-16.3%
黑龙江	7,066.0	37.9%	14,874.0	45.8%	2.38	-5.4%
上海市	29,903.2	14.9%	46,367.4	9.6%	3.22	4.9%
江苏省	22,482.2	30.3%	39,623.9	32.7%	2.84	-1.8%
浙江省	14,405.8	4.3%	23,081.5	11.9%	3.12	-6.8%
山东省	11,816.4	48.7%	19,981.0	46.0%	2.96	1.8%
河南省	11,338.5	3.8%	20,926.1	8.2%	2.71	-4.0%
湖北省	8,017.9	-19.2%	13,219.8	-17.6%	3.03	-2.0%
湖南省	5,761.4	49.9%	9,063.8	67.2%	3.18	-10.4%
广东省	40,387.7	14.8%	65,139.9	16.9%	3.10	-1.8%
四川省	11,203.4	34.3%	17,594.0	27.6%	3.18	5.2%
陕西省	5,081.0	-6.0%	8,741.3	-4.7%	2.91	-1.4%
西北四省	8,241.9	7.2%	14,486.9	11.6%	2.84	-3.9%
其他	47,272.2	23.5%	81,533.8	28.1%	2.90	-3.6%

资料来源：商务部

图表 10: 年初至今全国各地区超市果汁饮料销售情况

2011年1月—6月	果汁饮料销售额 (万元)		果汁饮料销量 (吨)		果汁饮料均价 (元/500ml)	
	年初至今销售额	同比	年初至今销售量	同比	年初至今均价	同比
全国	477,511.6	11.1%	796,550.3	6.6%	3.00	4.2%
北京市	47,516.3	10.7%	76,396.4	13.6%	3.11	-2.5%
天津市	16,581.5	5.6%	26,533.7	-4.2%	3.12	10.2%
河北省	21,010.9	35.6%	35,976.2	25.6%	2.92	7.9%
辽宁省	31,163.9	42.3%	50,570.4	41.3%	3.08	0.7%
黑龙江	15,498.1	33.9%	26,468.6	30.1%	2.93	3.0%
上海市	40,464.2	-10.3%	68,610.4	-3.5%	2.95	-7.0%
江苏省	29,456.4	-1.2%	49,801.9	-9.5%	2.96	9.1%
浙江省	17,717.4	-20.0%	31,753.5	-18.4%	2.79	-1.9%
山东省	37,668.9	11.2%	60,195.8	3.9%	3.13	7.0%
河南省	22,078.6	7.7%	40,545.2	5.0%	2.72	2.6%
湖北省	14,005.8	-11.6%	24,637.4	-11.3%	2.84	-0.4%
湖南省	10,148.0	22.4%	16,519.1	16.6%	3.07	5.0%
广东省	39,869.5	4.7%	61,794.7	-7.2%	3.23	12.7%
四川省	16,011.5	30.8%	28,159.3	17.8%	2.84	11.1%
陕西省	16,620.4	57.6%	28,505.2	68.3%	2.92	-6.3%
西北四省	15,544.0	31.5%	26,222.1	14.2%	2.96	15.2%
其他	86,156.1	16.6%	143,860.5	7.7%	2.99	8.2%

资料来源: 商务部

图表 11: 年初至今全国各地区超市包装水销售情况

2011年1月—6月	包装水销售额 (万元)		包装水销量 (吨)		包装水均价 (元/500ml)	
	年初至今销售额	同比	年初至今销售量	同比	年初至今均价	同比
全国	134,981.9	21.7%	606,178.6	12.6%	1.11	8.1%
北京市	13,057.3	25.8%	66,060.7	33.2%	0.99	-5.6%
天津市	4,230.6	25.5%	25,412.3	38.2%	0.83	-9.1%
河北省	4,401.9	8.7%	20,890.9	4.3%	1.05	4.2%
辽宁省	8,184.7	35.6%	33,710.7	27.7%	1.21	6.1%
黑龙江	2,925.3	36.6%	13,406.1	25.5%	1.09	8.8%
上海市	12,059.9	25.0%	47,073.5	-7.1%	1.28	34.5%
江苏省	9,077.2	19.5%	38,677.3	2.0%	1.17	17.1%
浙江省	7,587.8	9.1%	39,118.2	7.8%	0.97	1.3%
山东省	8,121.7	12.4%	41,141.5	16.7%	0.99	-3.7%
河南省	4,178.1	13.0%	19,636.2	6.0%	1.06	6.6%
湖北省	4,296.8	5.9%	18,787.1	-1.2%	1.14	7.2%
湖南省	3,720.4	39.5%	14,623.9	34.6%	1.27	3.6%
广东省	18,676.3	37.0%	79,105.0	21.4%	1.18	12.8%
四川省	6,266.5	18.0%	26,005.2	-2.2%	1.20	20.6%
陕西省	2,893.2	18.8%	12,727.1	23.1%	1.14	-3.5%
西北四省	2,994.4	21.0%	14,781.2	20.5%	1.01	0.4%
其他	22,309.9	15.9%	95,021.8	4.8%	1.17	10.6%

资料来源: 商务部

图表 12：年初至今全国各地区超市蛋白质及含乳饮料销售情况

2011年1月-6月	蛋白质及含乳饮料销售额（万元）		蛋白质及含乳饮料销量（吨）		蛋白质及含乳饮料均价（元/500ml）	
	年初至今销售额	同比	年初至今销售量	同比	年初至今均价	同比
全国	672,138.8	7.1%	708,416.9	-0.5%	4.74	7.6%
北京市	47,144.7	32.3%	42,854.6	21.6%	5.50	8.8%
天津市	15,529.3	14.7%	15,892.0	-11.6%	4.89	29.7%
河北省	23,362.9	3.0%	23,987.7	-3.6%	4.87	6.9%
辽宁省	31,597.2	30.3%	31,355.8	19.6%	5.04	8.9%
黑龙江	19,473.5	22.6%	22,559.5	10.6%	4.32	10.9%
上海市	55,959.3	16.2%	45,157.3	-1.3%	6.20	17.8%
江苏省	54,246.8	0.6%	56,922.3	-5.1%	4.76	6.1%
浙江省	38,659.7	-17.9%	43,953.2	-17.8%	4.40	-0.1%
山东省	53,531.5	22.9%	62,747.0	32.2%	4.27	-7.1%
河南省	35,500.1	10.5%	38,188.8	-11.0%	4.65	24.2%
湖北省	27,211.9	-10.6%	30,530.7	-12.0%	4.46	1.6%
湖南省	19,938.3	-14.3%	20,309.3	-17.6%	4.91	4.1%
广东省	81,032.8	0.7%	81,924.4	-9.8%	4.95	11.7%
四川省	21,057.3	0.7%	28,852.0	-6.9%	3.65	8.2%
陕西省	14,782.7	91.2%	16,778.2	96.1%	4.41	-2.5%
西北四省	17,057.3	36.3%	18,756.1	37.4%	4.55	-0.8%
其他	116,053.5	0.5%	127,648.0	-4.9%	4.55	5.6%

资料来源：商务部

附录 1：数据统计方法说明

数据范围

报告数据覆盖了全国所有 659 个县级以上城市，其中一类城市（直辖市+副省级城市 19 个）；二类城市（地级市 258 个）；三类城市（县级市 382 个）

数据反映的仅是超市渠道，不包括批发、农贸市场、非连锁单体杂货店、餐饮等渠道

全国超市数据是通过监测样本店数据推算而得。

监测样本和抽样原理

在每个省市，从不同业态超市中各选择一定比例店铺作为监测样本店，各业态比例尽可能均衡，并将样本分群、分层。目前监测超市超过 5000 家，门店面积超过 470 万平方米。

按区域经济发展水平差异把全国按 30 个省市自然分区，按照不同规模超市的销售差异又把超市划分为大超市（3000 平方米以上）、超市（500-3000 平方米）、便利店（500 平方米以下）三个业态类型。

抽样方法举例（以北京为例）

超市类型	超市总体	样本店		样本占总体比例（%）
	面积（m ² ）	个数	面积（m ² ）	
大型超市	797,338	21	162,200	20.34
超市	1,044,048	174	118,862	17.13
便利店	154,947	188	34,160	22.05
合计	1,996,332	383	375,222	18.8

数据来源：商务部

全国数据推算方法

某产品（品种合计、品牌或单品）在大型超市的销售额 = 大型超市样本店销售额总和 ÷ 大型超市样本店总面积 × 该地区大型超市总面积

普通超市和便利店总销售额推算方法同上

某产品超市渠道总销售额 = 该产品在三个业态超市销售额之和

* 分地区中的“西北四省”具体是指甘肃、宁夏、青海、新疆四省/自治区，“其他”是指除北京、天津、河北、辽宁、黑龙江、上海、江苏、浙江、山东、河南、湖北、湖南、广东、四川、陕西、甘肃、宁夏、青海、新疆以外的省/自治区。

附录 2：产品超市销售代表性比较

由于本数据仅披露超市渠道销售情况，而食品饮料营销通路中传统批发市场、餐饮等仍占较大比重。因此在采用本数据源作为分析基础前，我们先对超市渠道的数据在样本产品所有销售通路中的代表性做评价测试。

具体品牌数据比较：

行业	产品	2010年 超市渠道	2010年生产企业			超市销售占整体终端销售的比重
		销售额（亿元）	企业销售额（亿元）	通路利润率估算	终端销售额估算（亿元）	
		a	b	c	d=b*(1+c)	e=a/d
白酒	53度茅台	26.1	98.3	80%	176.9	15%
	52度五粮液	26.9	109.0	40%	152.6	18%
	国窖1573	0.82	20.9	40%	29.3	3%
	水井坊	2.2	14.0	40%	19.6	11%
	汾酒	7.5	29.7	40%	41.6	18%
葡萄酒	张裕	13.3	49.8	80%	89.6	15%
	长城	13.8	26.5	80%	47.6	29%
	王朝	5.9	13.7	80%	24.7	24%
黄酒	古越龙山	1.47	10.8	40%	15.1	10%
	石库门、金色年华、和酒	1.65	9.8	40%	13.7	12%
啤酒	青岛啤酒	13.2	199.0	30%	258.7	5%
	燕京啤酒	3.8	103.0	30%	133.9	3%
	华润啤酒	5.2	183.0	30%	237.9	2%
乳品	伊利	118.6	296.6	30%	385.6	31%
	蒙牛	174.4	302.7	30%	393.4	44%
	光明	37.3	95.7	30%	124.4	30%
	贝因美	17.1	40.3	40%	56.4	30%
	雅士利	10.9	29.5	40%	41.3	26%
	飞鹤	8.6	16.7	40%	23.4	37%
	圣元	10.5	19.4	40%	27.2	38%
	澳优	2.1	5.8	40%	8.1	26%
	环球乳业	0.9	9.2	40%	12.9	7%
方便面	统一	7.7	35.5	30%	46.2	17%
	康师傅	34.5	196.5	30%	255.5	13%
速冻米面	三全	22.5	19.2	70%	32.6	69%
	思念	16.3	19.2	70%	32.6	50%
茶饮料、果汁饮料、包装水	统一茶饮料	9.6	50	50%	75.0	13%
	统一果汁饮料、包装水	6.54	37.9	50%	56.9	12%
	康师傅茶饮料、果汁饮料、包装水	30.58	236.6	50%	354.9	9%
	汇源果汁饮料	16.1	37	50%	55.5	29%
蛋白质及含乳饮料	承德露露	12.8	18.16	50%	27.2	47%

整体行业数据比较：

行业	2010年1-11月 超市渠道	2010年1-11月生产企业			超市销售占整体终端销售的比重
	销售额（亿元）	企业销售额（亿元）	通路利润率估算	终端销售额估算（亿元）	
	a	b	c	d=b*(1+c)	e=a/d
白酒行业	180.7	2421.6	30%	3148.1	6%
葡萄酒行业	50.0	285.8	80%	514.4	10%
黄酒行业	15.3	89.6	40%	125.4	12%
啤酒行业	42.9	1223.8	30%	1590.9	3%
乳品行业	547.3	1725.9	30%	2243.7	24%
方便面行业	76.3	847.0	30%	1101.1	7%
速冻米面行业	84.8	301.6	70%	512.7	17%
茶饮料行业	50.9	529.8	50%	794.7	6%
果汁饮料行业	76.1	656.4	50%	984.6	8%
包装水行业	27.1	563.9	50%	845.9	3%
蛋白质及含乳饮料行业	111.7	430.9	50%	646.4	17%

我们这里将**代表性**定义为超市渠道销售额数据在样本产品所有销售通路中的销售额占比，以反映超市渠道在该产品销售渠道中的重要程度。根据上述测算，我们得出：

- ▶ 白酒行业代表性为 6%，其中 53 度茅台为 15%，52 度五粮液为 18%，国窖 1573 为 3%，水井坊为 11%，汾酒为 18%。白酒行业在餐饮、团购等渠道中的销售比重较大；
- ▶ 葡萄酒行业代表性为 10%，其中张裕为 15%，长城为 29%，王朝为 24%。葡萄酒行业在餐饮、团购等渠道中的销售比重也较大；
- ▶ 黄酒行业代表性为 12%，其中古越龙山为 10%，金枫酒业旗下品牌为 12%。黄酒行业在超市渠道中的销售比重同样较小；
- ▶ 啤酒行业代表性为 3%，其中青啤为 5%，燕京为 3%，华润为 2%。
- ▶ 乳品行业代表性为 24%，其中伊利为 31%，蒙牛为 44%，光明为 30%，三个主要品牌的代表性差异相对较小。奶粉企业中贝因美为 30%，雅士利为 26%，飞鹤为 37%，圣元为 38%，澳优为 26%，环球乳业为 7%。
- ▶ 方便面行业代表性为 7%，其中统一为 17%，康师傅为 13%。方便面行业仍有很大比重依赖传统销售渠道；
- ▶ 速冻米面行业代表性为 17%，其中三全为 69%，思念为 50%。数据表明超市是三全、思念品牌最主要的销售渠道，但速冻米面行业整体对传统经销商渠道的依赖度依然较高；
- ▶ 茶饮料行业、果汁饮料行业和包装水行业代表性分别为 6%、8%和 3%，其中统一和康师傅品牌产品代表性均在 15%以下，显示传统销售渠道仍占主导。汇源果汁代表性为 29%；
- ▶ 蛋白质及含乳饮料行业代表性为 17%，其中露露为 47%，表明超市是露露产品最主要销售渠道之一。

法律声明

一般声明

本报告由中国国际金融有限公司（已具备中国证监会批复的证券投资咨询业务资格）制作。本报告中的信息均来源于我们认为可靠的已公开资料，但中国国际金融有限公司及其关联机构（以下统称“中金公司”）对这些信息的准确性及完整性不作任何保证。本报告中的信息、意见等均仅供投资者参考之用，不构成所述证券买卖的出价或征价。该等信息、意见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任何人的个人推荐。投资者应当对本报告中的信息和意见进行独立评估，并应同时考量各自的投资目的、财务状况和特定需求，必要时就法律、商业、财务、税收等方面咨询专业财务顾问的意见。对依据或者使用本报告所造成的一切后果，中金公司及/或其关联人员均不承担任何法律责任。

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，中金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。

中金公司的销售人员、交易人员以及其他专业人士可能会依据不同假设和标准、采用不同的分析方法而口头或书面发表与本报告意见及建议不一致的市场评论和/或交易观点。中金公司没有将此意见及建议向报告所有接收者进行更新的义务。中金公司的资产管理部门、自营部门以及其他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。

本报告亦可由受香港证券和期货委员会监管的中国国际金融香港证券有限公司于香港提供。

本报告亦可由受新加坡金融管理局监管的中国国际金融（新加坡）有限公司（“中金新加坡”）仅向符合新加坡《证券期货法》及《财务顾问法》定义下的认可投资者及/机构投资者提供。提供本报告于此类投资者，有关财务顾问将无需根据新加坡之《财务顾问法》第36条就任何利益及/或其代表就任何证券利益进行披露。有关本报告之任何查询，在新加坡获得本报告的人员可向中金新加坡提出。

本报告亦可由受英国金融服务监管局监管的中国国际金融（英国）有限公司（“中金英国”）仅向中金英国分类为专业投资者及/或合格对手方的客户提供，本报告并未提供或者打算提供给任何他人使用。

中金公司亦可依据其他国家或地区的法律法规和监管要求于该国家或地区提供本报告。

特别声明

在法律许可的情况下，中金公司可能会持有本报告中提及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争取提供投资银行业务服务。因此，投资者应当考虑到中金公司及/或其相关人员可能存在影响本报告观点客观性的潜在利益冲突。投资者请勿将本报告视为投资或其他决定的唯一信赖依据。

研究报告评级分布可从 <http://www.cicc.com.cn/CICC/chinese/operation/page4-4.htm> 获悉。

评级标准：分析员估测 12 个月之内绝对收益 20% 以上为“推荐”、10%~20% 为“审慎推荐”、-10%~-10% 为“中性”、-20%~-10% 为“减持”、-20% 以下为“回避”。

本报告的版权仅为中金公司所有，未经书面许可任何机构和个人不得以任何形式转发、翻版、复制、刊登、发表或引用。

北京
中国国际金融有限公司
中国银行股份有限公司
北京建国门外大街1号
邮编: 100000
电话: (86-10) 65051166
传真: (86-10) 65051166

Singapore
China International Capital
Corporation (Singapore) Pte. Limited
China International Capital
Corporation (Singapore) Pte. Limited
Corporation (Singapore) Pte. Limited
Limited (65) 657-049999
#39-01, 16 Batten Road
Singapore 049 0037-1278
Tel: (65) 6572-1999
Fax: (65) 6327-1278

北京建国门外大街证券营业部
北京建国门外大街甲6号

北京建国门外大街证券营业部
北京建国门外大街甲6号
SK 电话: (86-10) 8567-9238
邮编: 100022
传真: (86-10) 8567-9235
杭州教工路证券营业部
杭州教工路108号

杭州教工路证券营业部
杭州教工路108号
杭州教工路证券营业部
杭州教工路108号
杭州教工路证券营业部
杭州教工路108号
杭州教工路证券营业部
杭州教工路108号

成都滨江东路证券营业部
成都滨江东路108号
成都滨江东路证券营业部
成都滨江东路108号
成都滨江东路证券营业部
成都滨江东路108号
成都滨江东路证券营业部
成都滨江东路108号

武汉解放大道证券营业部
武汉解放大道108号
武汉解放大道证券营业部
武汉解放大道108号
武汉解放大道证券营业部
武汉解放大道108号
武汉解放大道证券营业部
武汉解放大道108号

上海
中国国际金融有限公司上海分公司
中国银行股份有限公司上海分公司
上海浦东新区陆家嘴环路1233号
邮编: 200220
电话: (86-21) 5888-8976
传真: (86-21) 5888-8976

United Kingdom
China International Capital
Corporation (UK) Limited
China International Capital
Corporation (UK) Limited
Corporation (UK) Limited
Limited (44-20) 7367-5719
London EC2M 4AR, United Kingdom
Tel: (44-20) 7367-5719
Fax: (44-20) 7367-5719

上海淮海中路证券营业部

上海淮海中路证券营业部
上海淮海中路1000号
上海淮海中路证券营业部
上海淮海中路1000号
上海淮海中路证券营业部
上海淮海中路1000号
上海淮海中路证券营业部
上海淮海中路1000号

南京中山北路证券营业部
南京中山北路100号
南京中山北路证券营业部
南京中山北路100号
南京中山北路证券营业部
南京中山北路100号
南京中山北路证券营业部
南京中山北路100号

南京中山北路证券营业部
南京中山北路100号
南京中山北路证券营业部
南京中山北路100号
南京中山北路证券营业部
南京中山北路100号
南京中山北路证券营业部
南京中山北路100号

厦门莲岳路证券营业部
厦门莲岳路100号
厦门莲岳路证券营业部
厦门莲岳路100号
厦门莲岳路证券营业部
厦门莲岳路100号
厦门莲岳路证券营业部
厦门莲岳路100号

厦门莲岳路证券营业部
厦门莲岳路100号
厦门莲岳路证券营业部
厦门莲岳路100号
厦门莲岳路证券营业部
厦门莲岳路100号
厦门莲岳路证券营业部
厦门莲岳路100号

重庆洪湖西路证券营业部
重庆洪湖西路100号
重庆洪湖西路证券营业部
重庆洪湖西路100号
重庆洪湖西路证券营业部
重庆洪湖西路100号
重庆洪湖西路证券营业部
重庆洪湖西路100号

重庆洪湖西路证券营业部
重庆洪湖西路100号
重庆洪湖西路证券营业部
重庆洪湖西路100号
重庆洪湖西路证券营业部
重庆洪湖西路100号
重庆洪湖西路证券营业部
重庆洪湖西路100号

天津蓝纬路证券营业部
天津蓝纬路100号
天津蓝纬路证券营业部
天津蓝纬路100号
天津蓝纬路证券营业部
天津蓝纬路100号
天津蓝纬路证券营业部
天津蓝纬路100号

天津蓝纬路证券营业部
天津蓝纬路100号
天津蓝纬路证券营业部
天津蓝纬路100号
天津蓝纬路证券营业部
天津蓝纬路100号
天津蓝纬路证券营业部
天津蓝纬路100号

香港
中国国际金融(香港)有限公司
中国银行股份有限公司
香港中环皇后大道中1号
邮编: 999099
电话: (852) 2872-2000
传真: (852) 2872-2100

深圳福华一路证券营业部

深圳福华一路证券营业部
深圳福华一路100号
深圳福华一路证券营业部
深圳福华一路100号
深圳福华一路证券营业部
深圳福华一路100号
深圳福华一路证券营业部
深圳福华一路100号

广州天河路证券营业部
广州天河路100号
广州天河路证券营业部
广州天河路100号
广州天河路证券营业部
广州天河路100号
广州天河路证券营业部
广州天河路100号

广州天河路证券营业部
广州天河路100号
广州天河路证券营业部
广州天河路100号
广州天河路证券营业部
广州天河路100号
广州天河路证券营业部
广州天河路100号

青岛香港中路证券营业部
青岛香港中路100号
青岛香港中路证券营业部
青岛香港中路100号
青岛香港中路证券营业部
青岛香港中路100号
青岛香港中路证券营业部
青岛香港中路100号

青岛香港中路证券营业部
青岛香港中路100号
青岛香港中路证券营业部
青岛香港中路100号
青岛香港中路证券营业部
青岛香港中路100号
青岛香港中路证券营业部
青岛香港中路100号

长沙三一大道证券营业部
长沙三一大道100号
长沙三一大道证券营业部
长沙三一大道100号
长沙三一大道证券营业部
长沙三一大道100号
长沙三一大道证券营业部
长沙三一大道100号

长沙三一大道证券营业部
长沙三一大道100号
长沙三一大道证券营业部
长沙三一大道100号
长沙三一大道证券营业部
长沙三一大道100号
长沙三一大道证券营业部
长沙三一大道100号

大连金马路证券营业部
大连金马路100号
大连金马路证券营业部
大连金马路100号
大连金马路证券营业部
大连金马路100号
大连金马路证券营业部
大连金马路100号

大连金马路证券营业部
大连金马路100号
大连金马路证券营业部
大连金马路100号
大连金马路证券营业部
大连金马路100号
大连金马路证券营业部
大连金马路100号



中国国际金融有限公司
CHINA INTERNATIONAL CAPITAL
CORPORATION LIMITED
CORPORATION LIMITED