



食品饮料行业 9 月阿里平台线上销售数据分析报告：白酒延续量减价增 大众品销售乏力



9月阿里系线上销售数据公布，各品类销售额同比齐跌，主要系9月消费相对疲软，去年同期基数高以及渠道分流影响。酒类中白酒延续量减价增，啤酒量价齐跌；大众品中休闲零食均价维稳、乳制品均价提升，多因素叠加使线上销量均同比下滑。我们看好中长期各板块龙头品牌线上增长，建议关注顺应渠道融合大趋势，发力布局线上渠道，且定价能力较强的细分板块龙头。

投资要点：

白酒9月线上延续量减价增，行业集中度提高。9月白酒线上销售同比降幅扩大，销售额7.63亿元（YOY-32.99%），销量168.79万件（YOY-38.09%），均价为452.25元（YOY+8.24%），延续量减价增态势，CR3为41.21%（MoM+4.76pct）。9月茅台实现线上销售额1.47亿元（YoY-47.10%），市占率为19.32%（MoM+1.04pct），五粮液实现线上销售额0.94亿元（YoY-10.99%），市占率为12.34%（MoM-0.26pct）。洋河、汾酒、剑南春等次高端龙头品牌线上市占率分别为9.56%（MoM+5.26pct）、5.87%（MoM+0.29pct）、3.12%（MoM+0.83pct）。

啤酒量价齐跌表现平淡，市场集中度回升。9月啤酒线上销售额1.41亿元（YoY-16.08%），销量182.20万件（YoY-3.67%），均价77.16元（YoY-12.88%），CR3为32.36%（MoM+10.40pct），市场集中度本月回升。珠江啤酒销售额增速较快，同比+112.18%；哈尔滨啤酒市占率跃居行业第三，为8.25%（MoM+3.61pct）。

休闲零食销售额降幅扩大，龙头市占率下降。9月线上销售额为61.63亿元 (YoY-30.29%)，销量为1.79亿件 (YoY-29.59%)，均价为34.34元 (YoY-1.00%)。9月糕点板块线上销售额28.32亿元，占比45.94% (MoM+14.62pct)，CR3环比下降1.06pct至13.84%。三只松鼠、百草味、良品铺子9月成交均价同比分别变化-5.71%、-10.60%、+0.82%，销售额分别为3.37、2.76、2.40亿元，同比-38.19%、-28.84%、-16.04%。

龙头品类策略分化，三只松鼠回归主干坚果品类，良品铺子多品类均衡发力、推进“高端零食”战略。

乳制品行业量减价增，集中度延续上行。9月乳制品行业线上销售额为12.74亿元 (YoY-15.88%)，销售量2009.30万件 (YoY-24.73%)，平均产品价格63.38元 (YoY+11.76%)。纯牛奶份额提升，销售额为7.76亿元，占比60.95% (MoM+2.27pct)；酸奶销售额为2.08亿元，占比16.36% (MoM+0pct)。9月伊利阿里渠道实现销售额2.55亿元 (YoY-12.81%)，销量为339.00万件 (YoY-27.05%)；蒙牛实现销售额2.70亿元 (YoY+17.84%)，销量379.70万件 (YoY+4.97%)。9月乳制品线上CR3为47.31% (MoM+1.78pct)，较1月提高10.05%。

风险因素：1.政策风险 2.食品安全风险 3.疫情经济风险 4.不及预期风险。

关键词: 疫情 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_27845

