

食饮基本面强劲，业绩预期乐观

行业评级：增 持

报告日期：2021-03-14

主要观点：

● 市场表现

上周食品饮料板块指数整体下跌 2.80%，在申万一级子行业排名倒数第十，分别落后沪深 300 指数、上证综指 0.59%、1.41%。子行业中，肉制品（-7.71%）、调味发酵品（-5.90%）、啤酒（-5.32%）、乳品（-4.41%）、软饮料（-4.33%）、葡萄酒（-2.85%）、食品综合（-2.46%）、其他酒类（-2.31%）、白酒（-2.03%）呈下跌态势，黄酒（2.17%）呈上涨态势。

● 投资推荐

白酒：上周白酒板块震荡幅度较大，连续下跌后白酒板块整体估值水平随之降低，一些长期经营确定性高的白酒公司虽然估值位于历史中枢之上，但是已经有配置接受度。2021 年进入春节后淡季批价整体仍保持稳定，供需紧张格局不变，近期精品、生肖提价预期带动非标茅台批价大涨。从近期披露的汾酒快报等来看，白酒公司的业绩强劲，基本面景气度高，我们认为市场短期的波动为购入优质白酒上市公司提供契机，建议继续关注高端茅台、五粮液，次高端地产酒龙头山西汾酒、今世缘、洋河股份。大众品：调味品公司具有护城河高、现金流稳定的特点，我们认为这一阶段的回调将会给调味品公司提供更稳健的估值水平。中炬高新发布业绩快报，预计 2020 年收入 51.23 亿元，同比增长 9.6%；归母净利润 8.90 亿元，同比增长 24.0%；扣非净利 8.97 亿元，同比增长 30.1%。建议关注海天味业、中炬高新。

● 行业重点数据

白酒方面：本周茅台酒整箱批价延续 3200 元上方震荡，散瓶方面，本周散瓶飞天批价延续 2400 元上方震荡，近期精品、生肖提价预期带动非标茅台批价大涨；五粮液批价稳于 970 元上方，近期加推高价位非标产品计划外配额，国窖 1573 批价稳于 860 元/瓶。

食品方面：3 月 12 日，小麦价格为 2,589 元/吨，玉米价格为 2,975 元/吨，大豆价格为 4,983 元/吨，3 月 11 日，白砂糖价格为 5.3 元/公斤。3 月 12 日，仔猪、生猪、猪肉价格分别为 109 元/吨、28 元/吨、43 元/吨。3 月 3 日，生鲜乳价格为 4.3 元/公斤，奶粉价格基本维持不变。

● 产业新闻

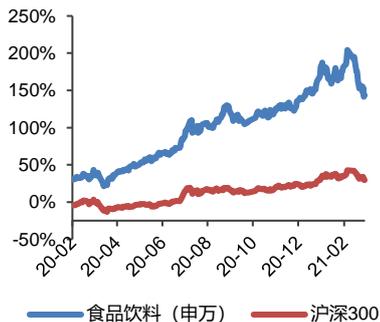
渠道数字化成为啤酒行业在疫情期间实现旺季仍旺的关键所在。2020 年 2 月，天猫平台啤酒销售额同比增长 48.2%，销售量同比增长 42.5%，线上均价同比上升 4%。

认养一头牛推出春日新品法式风味常温酸奶，产品目前已于认养一头牛天猫旗舰店售卖，售价为 79.9 元/10 瓶，每瓶净含量 230g。

● 风险提示

国内疫情防控长期化的风险；重大食品安全事件的风险；重大农业疫情风险

行业指数与沪深 300 走势比较



分析师：文献

执业证书号：S0010520060002

邮箱：wenxian@hazq.com

联系人：姚启璠

执业证书号：S0010120040033

邮箱：yaoqf@hazq.com

联系人：余璇

执业证书号：S0010119070016

邮箱：yuxuan@hazq.com

正文目录

1 市场表现	4
1.1 板块表现	4
1.2 个股表现	5
2 投资推荐	6
2.1 投资建议	6
2.2 核心跟踪公司最新观点	6
2.2.1 洋河股份：十三五平稳收官，十四五正待起航	6
2.2.2 克明面业：成本蓄势，品类并进，重回增长快车道	6
2.2.3 山西汾酒：利润端超预期增长，十四五青花有望持续发力	7
3 产业链数据	8
4 公司动态	13
5 行业要闻	14
健康消费市场释放红利，啤酒行业进入调整趋稳期	14
认养一头牛推出春日新品法式风味常温酸奶	14
2021年中国水果罐头行业出口，浙江为最大货源地	14
茅台管理层预测酱香型白酒发展趋势	15
6 重大事项更新：重要公告/限售解禁/定期报告/股东会/定增进度	16
6.1 未来一月重要事件备忘：财报披露/限售股解禁/股东会	16
6.2 公司定增状态备忘	17
风险提示：	17

图表目录

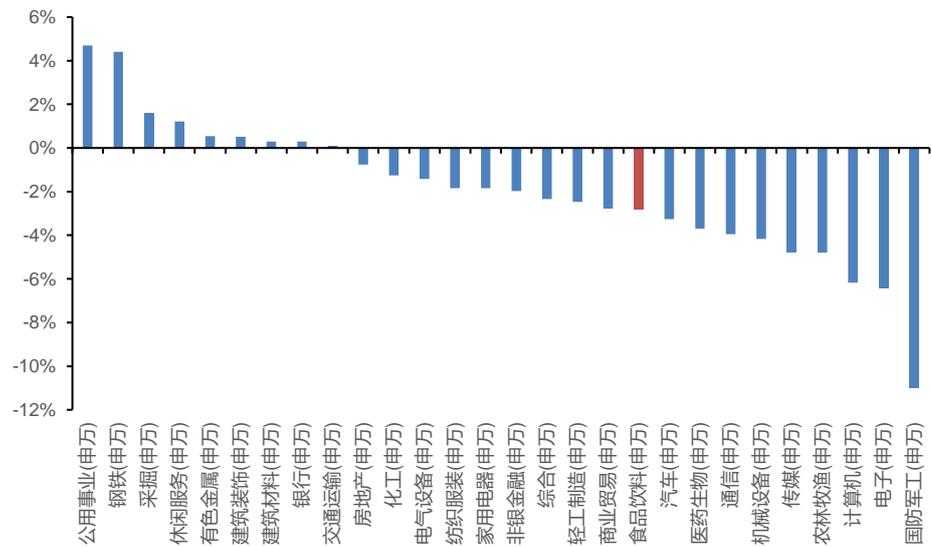
图表 1 行业周涨幅对比 (%)	4
图表 2 行业子版块周涨幅对比 (%)	4
图表 3 PE 比值	5
图表 4 周涨幅前十个股 (%)	5
图表 5 周涨幅后十个股 (%)	5
图表 6 产业链数据整理	8
图表 7 飞天茅台批价 (元/瓶)	8
图表 8 八代普五/国窖 1573 批价 (元/瓶)	8
图表 9 进口葡萄酒数量 (千升)	9
图表 10 进口葡萄酒单价 (元/千升)	9
图表 11 小麦价格 (元/吨)	9
图表 12 玉米价格 (元/吨)	9
图表 13 国内/国际大豆价格 (元/吨)	10
图表 14 白砂糖价格 (元/公斤)	10
图表 15 猪价(元/公斤)	10
图表 16 生猪定点屠宰企业屠宰量 (万头)	10
图表 17 进口猪肉数量 (万吨)	11
图表 18 白条鸡价格 (元/公斤)	11
图表 19 生鲜乳价格 (元/公斤)	11
图表 20 奶粉价格(元/公斤)	11
图表 21 进口奶粉数量 (万吨)	12
图表 22 进口奶粉价格(元/公斤)	12
图表 23 主要包装材料价格 (元/吨)	12
图表 24 公司重要公告汇总	13
图表 25 未来一月重要事件备忘录	16
图表 26 食品公司定向增发最新进度	17

1 市场表现

1.1 板块表现

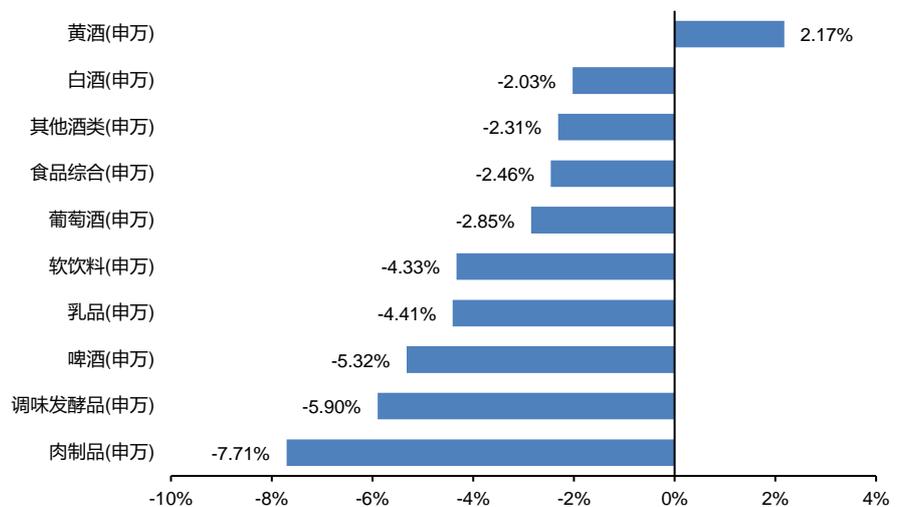
上周食品饮料板块指数整体下跌 2.80%，在申万一级子行业排名倒数第十，分别落后沪深 300 指数、上证综指 0.59%、1.41%。子行业中，肉制品 (-7.71%)、调味发酵品 (-5.90%)、啤酒 (-5.32%)、乳品 (-4.41%)、软饮料 (-4.33%)、葡萄酒 (-2.85%)、食品综合 (-2.46%)、其他酒类 (-2.31%)、白酒 (-2.03%) 呈下跌态势，黄酒 (2.17%) 呈上涨态势。沪深 300 的 PE 值为 15.85，非白酒食品饮料的 PE 值 49.76，白酒的 PE 值 54.01。

图表 1 行业周涨幅对比 (%)



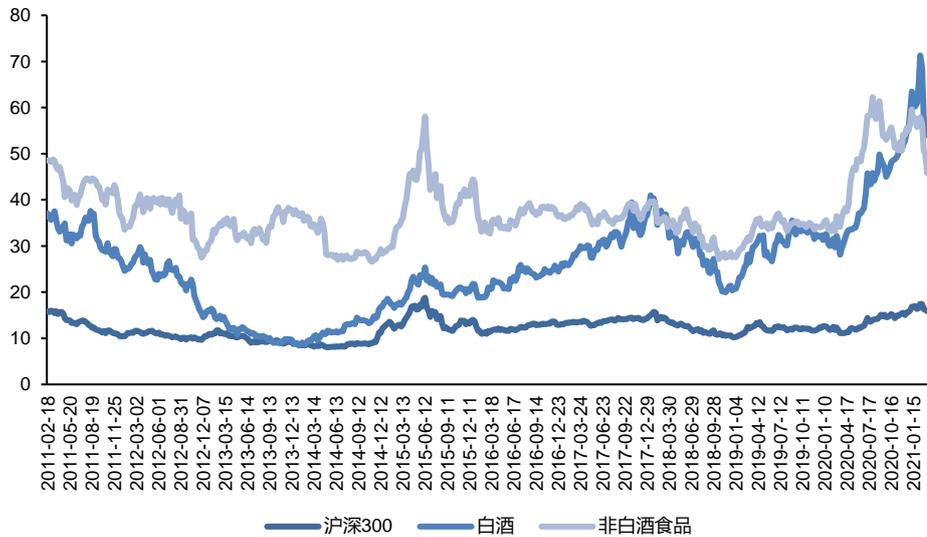
资料来源：wind，华安证券研究所

图表 2 行业子版块周涨幅对比 (%)



资料来源：wind，华安证券研究所

图表 3 PE 比值

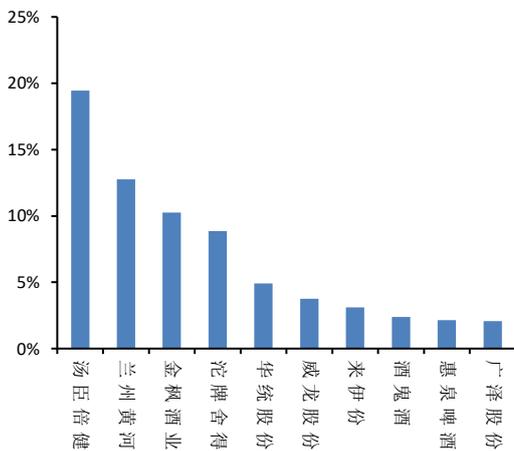


资料来源：wind，华安证券研究所

1.2 个股表现

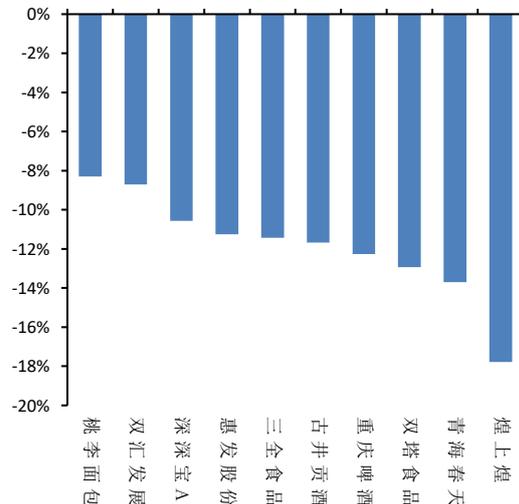
上周，汤臣倍健 (19.44%)、兰州黄河 (12.76%)、金枫酒业 (10.26%) 涨幅靠前，煌上煌 (-17.18%)、青海春天 (-13.70%)、双塔食品 (-12.93%) 跌幅靠前。

图表 4 周涨幅前十个股 (%)



资料来源：wind，华安证券研究所

图表 5 周涨幅后十个股 (%)



资料来源：wind，华安证券研究所

2 投资推荐

2.1 投资建议

白酒：上周白酒板块震荡幅度较大，连续下跌后白酒板块整体估值水平随之降低，一些长期经营确定性高的白酒公司虽然估值位于历史中枢之上，但是已经有配置接受度。2021年进入春节后淡季批价整体仍保持稳定，供需紧张格局不变，近期精品、生肖提价预期带动非标茅台批价大涨。从近期披露的汾酒快报等来看，白酒公司的业绩强劲，基本面景气度高，我们认为市场短期的波动为购入优质白酒上市公司提供契机，建议继续关注高端茅台、五粮液，次高端地产酒龙头山西汾酒、今世缘、洋河股份。

大众品：调味品公司具有护城河高、现金流稳定的特点，我们认为这一阶段的回调将会给调味品公司提供更稳健的估值水平。中炬高新发布业绩快报，预计2020年收入51.23亿元，同比增长9.6%；归母净利润8.90亿元，同比增长24.0%；扣非净利8.97亿元，同比增长30.1%，预告扣非利润略超我们预期，估值已回落至布局区间。建议关注海天味业、中炬高新。

2.2 核心跟踪公司最新观点

2.2.1 洋河股份：十三五平稳收官，十四五正待起航

公司2020年收入利润端整体符合预期，分产品看，预计千元以上M9与手工班延续受益于千元价格带扩容实现双位数增长，M6+销售额已基本实现对老M6完全替代，M3受制于4Q新产品上市控量略有下滑，天之蓝、海之蓝仍处于调整期或仍有一定幅度下滑；展望2021年，M6+换代基本可以判定成功，根据调研了解，M6+新品推广节奏符合预期，2021年1月M6+销售已超过老M6同期水平。展望2021年，江苏省内消费升级或进一步加速，带动600~700元+价格带加速扩容，M6+有望持续受益；M3水晶版招商铺市基本完成，已进入动销阶段，1月M3水晶版已达到老M3约70%体量，参考M6+培育节奏，后续中秋旺季有望实现放量。后续天之蓝、海之蓝预计分别于年中、年末进行换代升级，实现洋河各主导产品均进入新一轮产品周期。

详情请见：2021/2/27《洋河股份(002304.SZ)：十三五平稳收官，十四五正待起航》

2.2.2 克明面业：成本蓄势，品类并进，重回增长快车道

2011-2018年，中高端挂面驱动，克明量利年复合增速超过16%。2018-2020年，新管理层重建了供应链，产能依托原料地，面粉基本自供，打造成本竞争力，抢占中低端挂面市场战略2021年将加速，品牌、渠道、团队优势合力，应能快速收割行业集中度提升红利。非油炸方便面、湿面布局初成，品类组合符合趋势，空间广阔。夯实中低端市场基础，将提升长期竞争力，战略、战术探索中，管理层更成熟，财务指标或正随投入产出波动走出低谷，低估值带来高安全边际，虽行业和公司不显眼，未来亦值得期待，买入。

挂面消费基数大，龙头企业有望推进行业整合。挂面消费基础广泛，市场容量约1,000万吨。销售渠道以传统渠道为主，现代渠道、线上渠道保持增长。行业集中度低，领先企业将依靠规模和渠道优势逐步获取地方企业的市场份额，发展空间广阔。

公司当下战略重心是加速提升挂面市占率。(1)供应端，规模稳居第一梯队，成本优势逐步确立。公司挂面产能达到60万吨，其中优质小麦产区50万吨，另有超过40万吨产能规划。为增强高性价比产品的竞争优势，公司一方面自建面粉加工能力，2021年自供比例超过80%，一方面加速产能汰旧换新，压控制造费用，初步测算可降低生产成

本 3 个百分点；(2) 市场端，销售渠道扬长补短，品牌势能提升动销。挂面传统渠道规模大，市场分散，随着公司发力高性价比产品，发展经销商深耕传统渠道，有望带动规模快速成长，提升公司整体市占率。公司在现代渠道有绝对优势，挂面的销额份额和单点卖力保持大幅领先，分别达到 21% 和 24%，长期来看享受现代渠道增长红利。公司借助快消品的营销理念，大力投入品牌宣传，致力于打造“挂面第一品牌”，消费者忠诚度保持领先，有助于全渠道动销。

详情请见：2021/2/19《克明面业（002661.SZ）：成本蓄势，品类并进，重回增长快车道》

2.2.3 山西汾酒：利润端超预期增长，十四五青花有望持续发力

公司发布业绩快报，2020 年实现营收 140 亿元，同增 17.7%，实现归母净利润 31.1 亿元，同增 57.8%。4Q 实现营收 36.2 亿元，同增 31.5%，实现归母净利润 6.4 亿元，同增 165%，收入端符合预期，利润端超预期。

利润超预期增长。公司 4Q 营收增长符合预期，利润超预期增长，或系青花系列提价及占比提升贡献利润弹性。至 2020 年末，公司终端数量达 85 万家，管理水平大幅提升，营销组织结构进一步下沉，已形成 30 个省区+40 个管理区的区域营销组织架构。2020 年是公司改革巩固年，分产品看，抓两头青花、玻汾快速增长，2020 年青花同增约 30~35% 至约 40 亿元规模，玻汾同增约 25~30%，老白汾基本持平；分区域看，2020 年 1+3 重点板块持续发力，省内大个位数增长、基本盘稳固，环山西市场同增约 20%，其中山东/河南分别同增约 20%/30%+，延续快速增长，长江以南同增 50% 以上、低基数下高速增长，全国范围内亿元市场过半，1357 全国化布局逐步形成，省内外占比已提升至约 40:60，泛区域化向全国化稳步推进。

十四五营销三阶段发展，推行 13344 营销改革计划。公司将十四五营销分为三阶段，分别是：1) 2021 年解决经销商结构、实现品牌聚焦、及提升经销商利润；2) 2022~2023 年实现省外高质量发展、尤其是长江以南市场显著突破、实现杏花村规模质量双升、及开拓国际市场；3) 2024~2025 年实现青花规模加速发展、实现汾酒杏花村相互支撑、全面实现 135 市场建设、并在国际市场形成品牌力。营销战略方面推进 13344 计划，其中重点是成立汾酒营销中心聚焦营销改革，聚焦圈层营销、品牌聚焦、国际化发展，品牌上抓两头强腰部，强化核心终端建设与团购意见领袖维护工作，持续提升经销商利润，加强品牌能见度。此外，十四五期间公司着力打造竹叶青品牌，推进速度及效果仍待持续观察。

详情请见：2021/2/26《山西汾酒（600809.SH）：利润端超预期增长，十四五青花有望持续发力》

3 产业链数据

图表 6 产业链数据整理

品种	最新数据
白酒	本周茅台酒整箱批价延续 3200 元上方震荡，散瓶方面，本周散瓶飞天批价延续 2400 元上方震荡，近期精品、生肖提价预期带动非标茅台批价大涨；五粮液批价稳于 970 元上方，近期加推高价位非标产品计划外配额，国窖 1573 批价稳于 860 元/瓶。
葡萄酒	2020 年 12 月，进口葡萄酒数量为 48,480 千升，同比下降 23%，环比增长 32%；进口葡萄酒价格为 48,597 元/千升，同比增长 31%，环比下降 14%。
小麦	3 月 12 日，小麦价格为 2,589 元/吨，同比增长 7%，环比增长 0.2%。
玉米	3 月 12 日，玉米价格为 2,975 元/吨，同比增长 53%，环比下降 0.9%。
大豆	3 月 12 日，大豆价格为 4,983 元/吨，同比增长 40%，环比不变。
食糖	3 月 13 日，白砂糖价格为 5.4 元/公斤，同比下降 7%，环比增长 2%。
猪肉	3 月 12 日仔猪、生猪、猪肉的批发均价分别为 109.3 元/千克、28.2 元/千克、42.9 元/千克，同比分别变化-15%、-18%、-14%，环比分别变化 3%、-4.5%、-3%。2020 年 12 月，进口猪肉数量为 44 万吨，同比增长 35%，环比增长 68%。2021 年 1 月，生猪定点屠宰企业屠宰量 1,952 万头，同比增长 34%，环比下降 5%。
白条鸡	3 月 12 日，白条鸡价格为 18 元/公斤，同比上升 8%，环比上升 1%。
生鲜乳	3 月 3 日，国内主产区生鲜乳价格为 4.3 元/公斤，同比上升 13.8%，环比不变。2020 年 12 月，进口奶粉数量 11 万吨，进口奶粉平均单价 42 元/公斤。
包装材料	2 月 28 日，玻璃、铝锭、瓦楞纸价格分别为 2,115 元/吨、17,005 元/吨、4,230 元/吨，同比分别增长 22%、25%、19%，环比分别变化-1%、11%、5%。

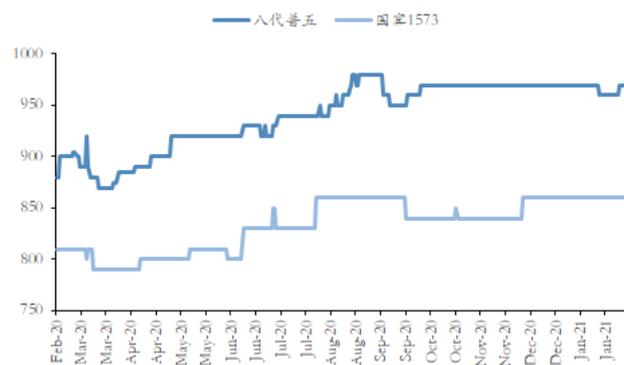
资料来源：wind，华安证券研究所

图表 7 飞天茅台批价（元/瓶）



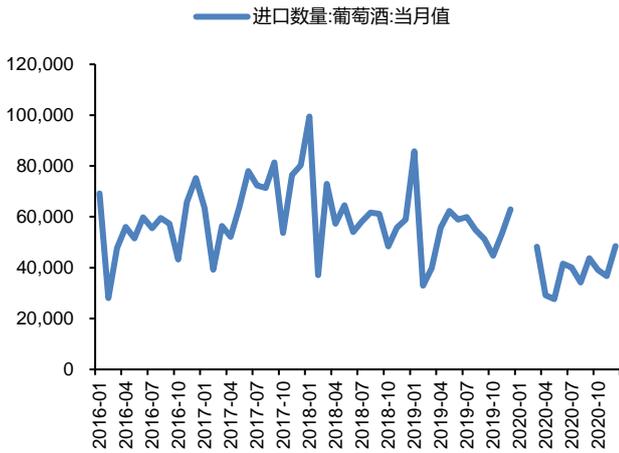
资料来源：wind，华安证券研究所

图表 8 八代普五/国窖 1573 批价（元/瓶）



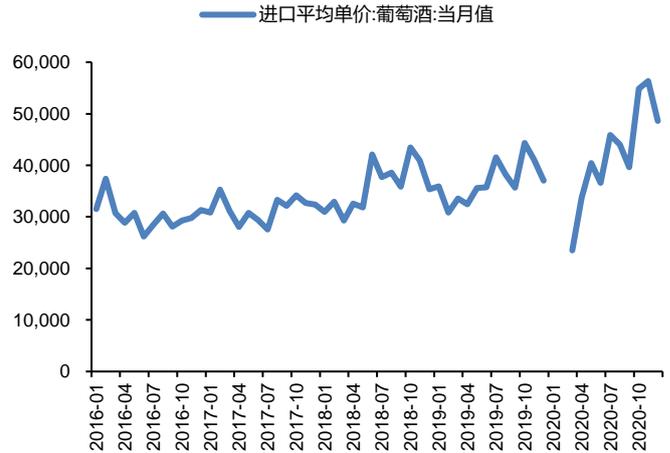
资料来源：wind，华安证券研究所

图表9 进口葡萄酒数量 (千升)



资料来源: wind, 华安证券研究所

图表10 进口葡萄酒单价 (元/千升)



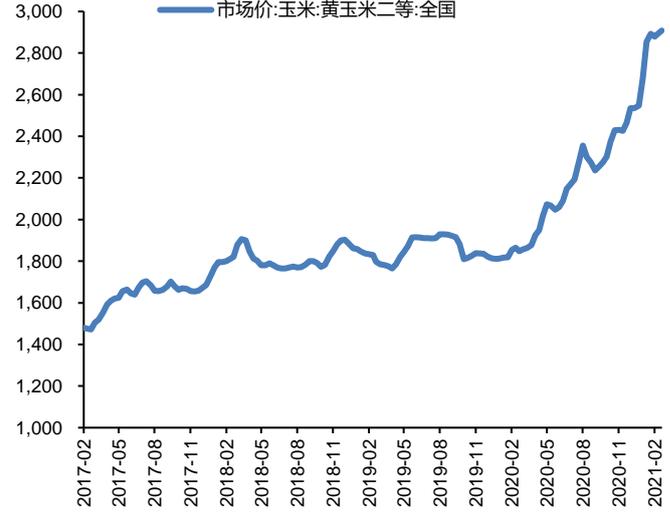
资料来源: wind, 华安证券研究所

图表11 小麦价格 (元/吨)



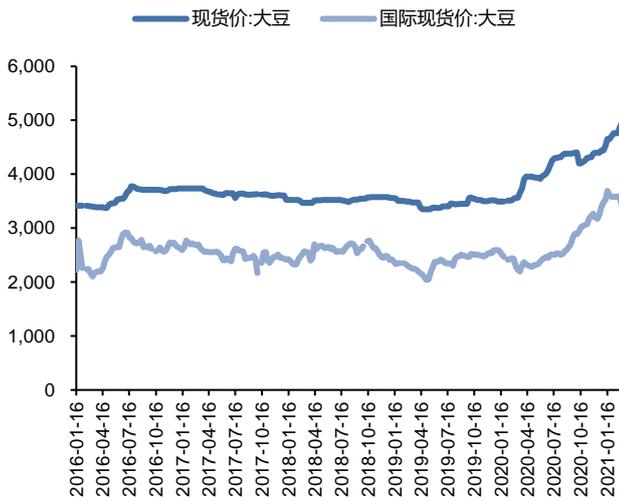
资料来源: wind, 华安证券研究所

图表12 玉米价格 (元/吨)



资料来源: wind, 华安证券研究所

图表 13 国内/国际大豆价格 (元/吨)



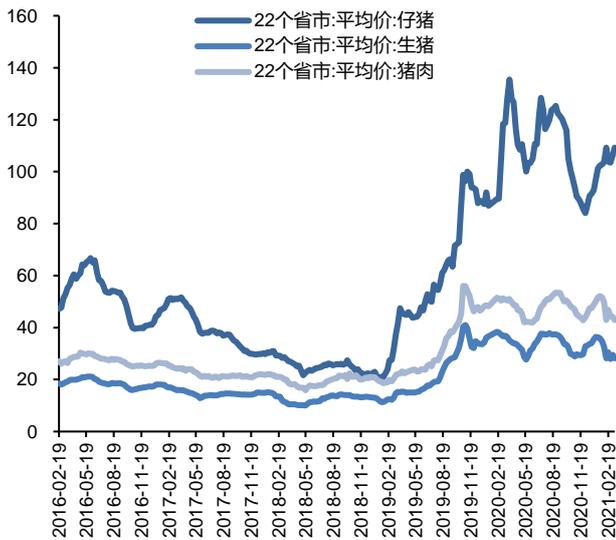
资料来源: wind, 华安证券研究所

图表 14 白砂糖价格 (元/公斤)



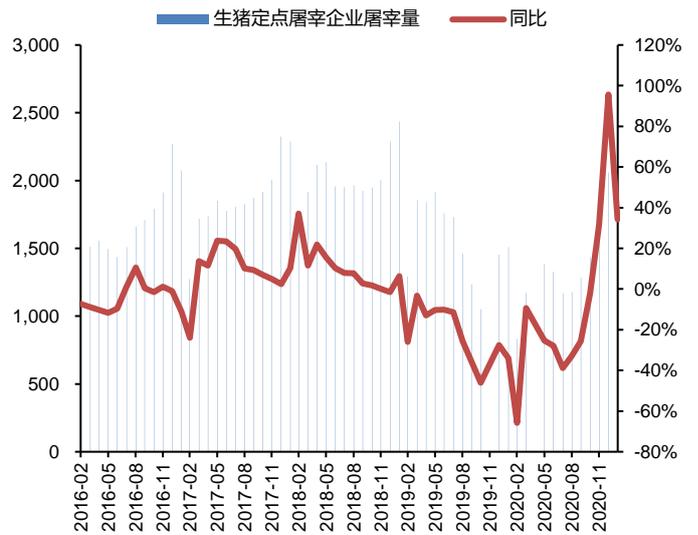
资料来源: wind, 华安证券研究所

图表 15 猪价(元/公斤)



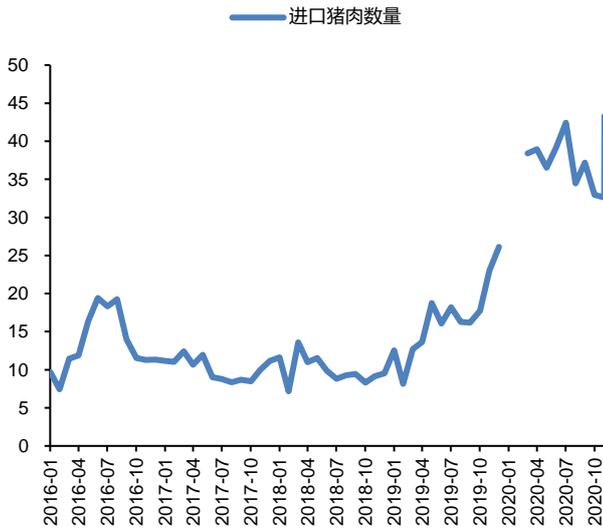
资料来源: wind, 华安证券研究所

图表 16 生猪定点屠宰企业屠宰量 (万头)



资料来源: wind, 华安证券研究所

图表 17 进口猪肉数量 (万吨)



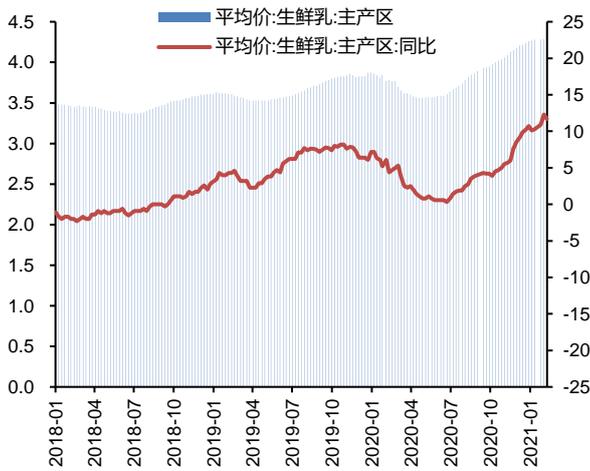
资料来源: wind, 华安证券研究所

图表 18 白条鸡价格 (元/公斤)



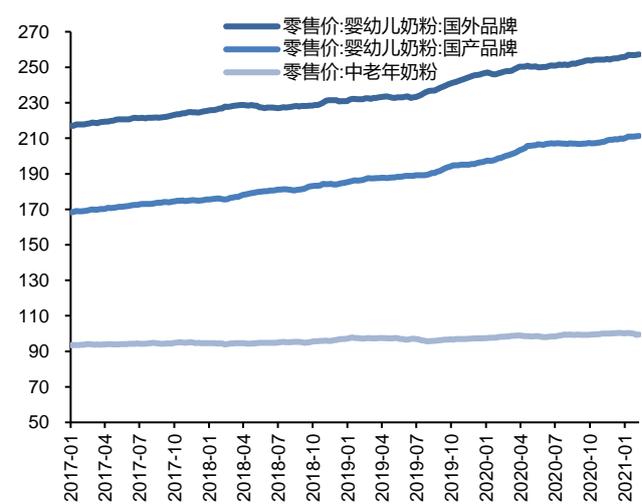
资料来源: wind, 华安证券研究所

图表 19 生鲜乳价格 (元/公斤)



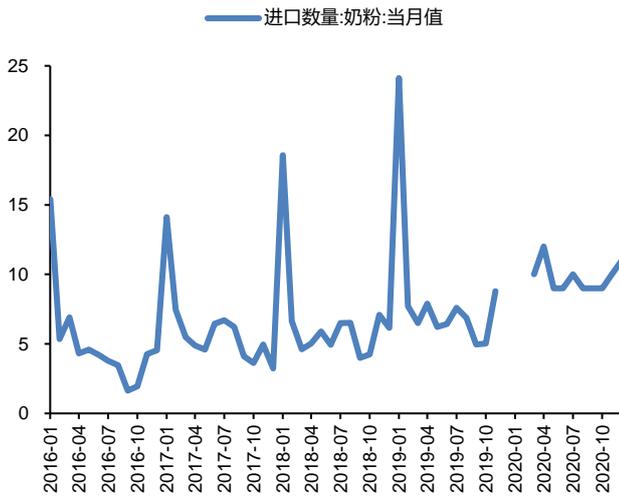
资料来源: wind, 华安证券研究所

图表 20 奶粉价格(元/公斤)



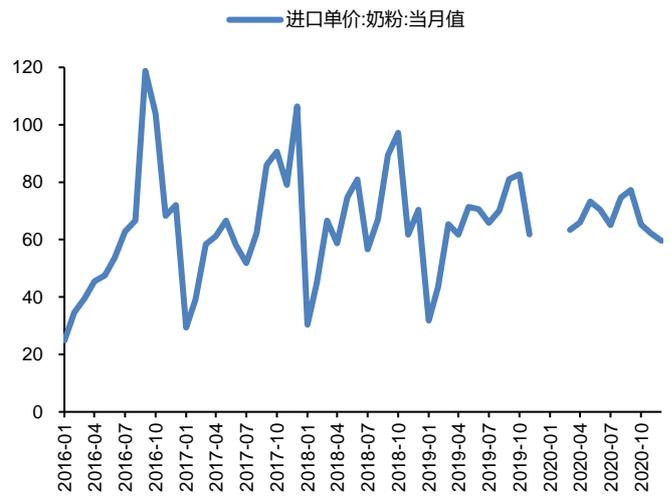
资料来源: wind, 华安证券研究所

图表 21 进口奶粉数量 (万吨)



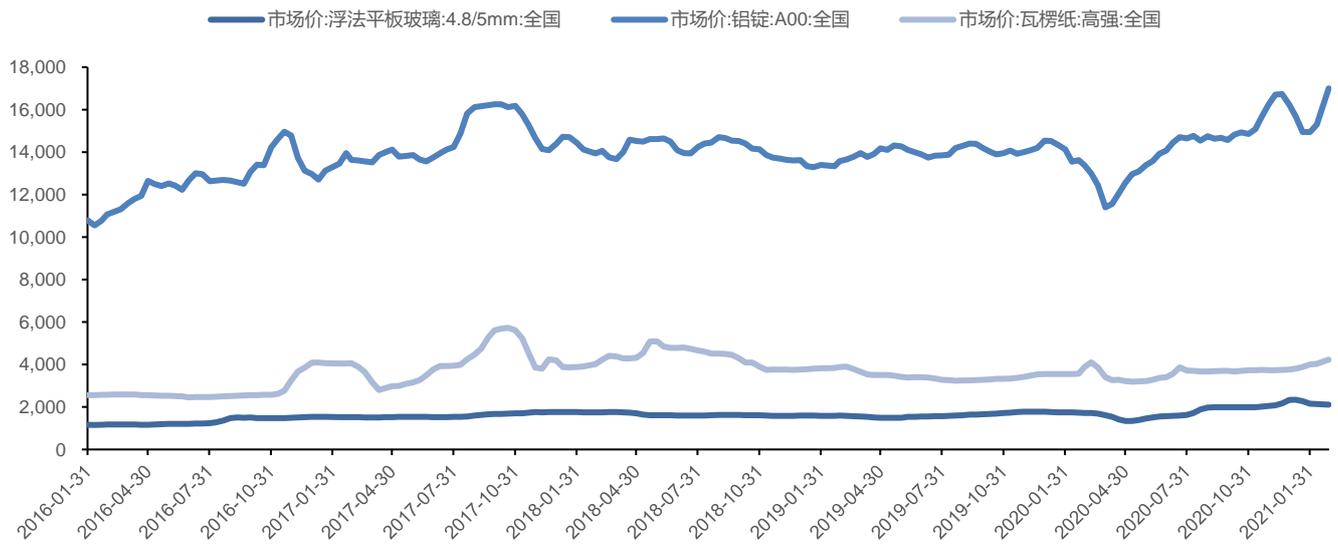
资料来源: wind, 华安证券研究所

图表 22 进口奶粉价格(元/公斤)



资料来源: wind, 华安证券研究所

图表 23 主要包装材料价格 (元/吨)



资料来源: wind, 华安证券研究所

4 公司动态

图表 24 公司重要公告汇总

公司	公告时间	摘要	公告概要
山西汾酒	2021/3/9	业绩快报	报告期内，公司全年实现营业总收入 13,996,326,967.87 元，同比增长 17.69%；实现归属于上市公司股东的净利润 3,105,893,157.13 元，同比增长 57.75%。报告期末，公司资产总额 19,832,562,897.18 元，比本报告期初增长 18.62%，归属于上市公司股东的所有者权益 9,804,169,753.686 元，比本报告期初增长 28.29%。
好想你	2021/3/13	股东减持	好想你健康食品股份有限公司（以下简称“公司”）于 2021 年 3 月 11 日收到持股 5% 以上股东杭州浩红实业有限公司（以下简称“杭州浩红”）《关于股份减持比例达到 1% 的告知函》，杭州浩红于 2020 年 12 月 2 日至 2021 年 3 月 11 日累计减持公司股份 5,156,800 股，占公司总股本比例 1.00%。
香飘飘	2021/3/13	质押解除	安徽志周合道企业管理合伙企业（有限合伙）（以下简称“安徽志周合道”，原“宁波志同道合投资管理合伙企业（有限合伙）”）持有香飘飘食品股份有限公司（以下简称“公司”）股份数量为 34,965,720 股，占公司总股本 41,645.06 万股的比例为 8.40%。截至本公告披露日，本次股份解除质押后，安徽志周合道持有的公司股份不存在质押情况。 2019 年 3 月 12 日，公司股东安徽志周合道通过招商证券股份有限公司将其持有的公司 9,800,000 股有限售条件流通股股票（该部分股份于 2020 年 11 月 30 日解除限售）办理股票质押式回购。具体内容详见公司于 2019 年 3 月 14 日披露的《香飘飘食品股份有限公司关于持股 5% 以上股东股份质押的公告》（公告编号：2019-008）。
惠发食品	2021/3/10	年度报告	报告期内，公司实现营业总收入 1,409,232,387.79 元，较上年增加 16.48%；实现归属于上市公司股东的净利润 23,075,588.51 元，较上年增长 287.73%；基本每股收益 0.14 元，较上年增长 250%。2020 年，公司总资产 1,421,125,739.60 元，较上年增长 16.05%；归属于上市公司股东的净资产 670,338,314.16 万元，较上年增长 4%。
中炬高新	2021/3/13	业绩快报	报告期内，公司全年实现营业总收入 5,123,374,813.83 元，同比增长 9.59%；实现归属于上市公司股东的净利润 889,931,677.24 元，同比增长 23.96%。报告期末，公司资产总额 6,658,923,560.27 元，比本报告期初增长 11.84%，归属于上市公司股东的所有者权益 4,615,875,380.59 元，比本报告期初增长 16.89%。

资料来源：wind、华安证券研究所

5 行业要闻

健康消费市场释放红利，啤酒行业进入调整趋稳期

中国酒业协会数据显示，2019 年我国啤酒产量完成 3765.3 万千升，比 2018 年同期（调整数 3724.9 万千升）增长 1.1%，产量净增长 40.4 万千升。人均占有量为 26.9 升，比 2018 年下降 0.4 升。

价格方面，啤酒销售收入与啤酒消费量相除初步可知全国啤酒销售价格趋势，2019 年全国啤酒销售价格上涨明显。这与我国啤酒行业逐渐向小微化、中高端化产品趋势发展有关。根据各大啤酒上市企业可知，2019 年啤酒行业各啤酒企业纷纷通过调整产品结构、推出高端产品，逐鹿高端啤酒市场，中高端啤酒销量上升明显，整个消费层面的结构变化是消费需求向高端方面延伸。

需求方面，我国是全球啤酒消费大国，自 2013 年消费需求到顶后，国内啤酒销量呈波动震荡下滑态势。根据中国酒业协会啤酒分会的统计数据，2019 年啤酒总消费量为 3796.3 万千升，同比增长 0.8%，人均消费量为 27.1 升，同比上升 0.4 升。

利润方面，2019 年我国啤酒行业实现利润总额增长 10.0%，单位产品利润上升 8.8%。利润水平连续两年得到提升，也是近几年啤酒行业利润水平最好的一年。

2020 年，我国啤酒行业进入新周期，行业发展继续呈现出量平价升的趋势，啤酒行业品类创新升级加快，产品结构不断优化，中高档需求增长，叠加进口啤酒冲击，吨酒毛利提升，啤酒生产企业市场竞争程度进一步加剧，整体竞争属性从价格竞争向价值竞争转变。

渠道数字化也成为在疫情期间实现旺季仍旺的关键所在。疫情期间消费者在综合电商购物比例增长 54.6%，其他线上方式增长 47.9%。2020 年 2 月，天猫平台啤酒销售额同比增长 48.2%，销售量同比增长 42.5%，线上均价同比上升 4%。（资料来源：中国报告大厅）

认养一头牛推出春日新品法式风味常温酸奶

近日，认养一头牛推出春日新品法式风味常温酸奶。新品共有两种口味，桃花瓶春意盎然，特别添加白桃与燕麦；青春瓶酸甜适宜，感受原味的自然。为了保证清爽顺滑的口感，新品原料采用生牛乳搭配独特益生菌种发酵。另外，每百克酸奶蛋白质高达 3.1g。产品目前已于认养一头牛天猫旗舰店售卖，售价为 79.9 元/10 瓶，每瓶净含量 230g。（资料来源：中国经济网）

2021 年中国水果罐头行业出口，浙江为最大货源地

2020 年 1-12 月，中国水果罐头出口总量 50.45 万吨，总金额 5.75 亿美元。与 2019 年同期相比，数量增长 4%，金额提高 5%。其中，浙江省出口量最多，为 21.10 万吨，占水果罐头出口总量的 42%

从品种看，桔子罐头为主要出口品种。2020 年 1-12 月，中国桔子罐头出口 25.36 万吨，占水果罐头出口总量的 50%，数量同比减少 5%；中国桃子罐头出口 15.78 万吨，占水果罐头出口总量的 31%，数量同比增长 18%；中国梨罐头出口 5.91 万吨，占水果罐头出口总量的 12%，数量同比增长 20%。

水果罐头主要出口于美国。2020 年 1-12 月，中国水果罐头出口的 113 个国家及地区中，出口量排名前十位的国家和地区是：美国、日本、泰国、智利、德国、加拿大、马

来西亚、俄罗斯联邦、墨西哥和澳大利亚。其中，美国居首位，出口量 21.90 万吨，占水果罐头出口总量 43%；出口额为 26592 万美元，占出口总额的 46%。

从出口来源地来看，2020 年中国有 24 个省市从事水果罐头出口，出口总量超 5000 吨的省市有浙江、山东、安徽、福建、湖北、江苏、湖南、河北、北京和辽宁。其中，浙江省出口量最多，为 21.10 万吨，占水果罐头出口总量的 42%。（资料来源：前瞻产业研究院）

茅台管理层预测酱香型白酒发展趋势

对于第一个发展趋势—品牌集中化，她以 2020 年前三季度 19 家白酒上市公司的利润报表对比为例子，指出白酒上市公司之间的利润“悬殊”：茅台前三季度的利润 380 多亿，甚至超过了剩下 18 家白酒上市公司的利润总和；而利润总额排名第二的五粮液、利润总额排名第三的洋河、利润排名总额排名第四的泸州老窖，彼此间的利润差距都比较大。钟丽认为，这说明中国白酒的品牌已经是非常大的一个集中化了，大品牌大企业往往竞争力比较强。

第二个则是品类的酱香化。钟丽表示，不同区域的热度不同，从全国范围来看，品类酱香化最热的就是中国的河南地区，而且高中低端品牌的酱香酒一起热；其次，广东、山东和江苏市场的中高端的酱酒品牌的热度目前也比较明显。

第三个发展趋势则是经营的数字化。“几乎所有传统酒厂都在做产供销的数字化。”她说道，目前注意到饮料和化妆品市场已有产品在互联网上实现了销售奇迹，未来传统酒厂一定也是在做数字化、互联网，包括经销商也是在做数字化平台，否则没法儿和厂家做链接。（资料来源：中国经济周刊）

6 重大事项更新：重要公告/限售解禁/定期报告/股东会/定增进度

6.1 未来一月重要事件备忘：财报披露/限售股解禁/股东会

图表 25 未来一月重要事件备忘录

时间	限售股解禁	年报披露	股东会
2021/3/15		ST 加加	国家级宁乡经济技术开发区
2021/3/15		有友食品	重庆市璧山区
2021/3/18		皇氏集团	广西南宁市高新区
2021/3/18		庄园牧场	甘肃省兰州市城关区
2021/3/19		贝因美	浙江省杭州市滨江区
2021/3/22		华康股份	浙江省衢州市开化县
2021/3/25		承德露露	公司技术中心二楼会议室
2021/3/25		金字火腿	浙江省金华市工业园区
2021/3/25		李子园	浙江省金华市金东区
2021/3/26		汤臣倍健	广州市天河区
2021/4/1		惠发食品	公司会议室
2021/3/16	泉阳泉	78.69%	
2021/3/24	仙乐健康	28.00%	
2021/3/24	品渥食品	23.71%	
2021/4/6	老白干酒	97.71%	
2021/3/6		汤臣倍健	
2021/3/10		惠发食品	
2021/3/16		爱普股份	
2021/3/18		*ST 麦趣	
2021/3/19		天润乳业	
2021/3/20		华宝股份	
2021/3/20		金徽酒	
2021/3/24		ST 椰岛	
2021/3/24		中炬高新	
2021/3/24		桃李面包	
2021/3/25		珠江啤酒	
2021/3/25		桂发祥	
2021/3/27		煌上煌	
2021/3/29		青岛啤酒	
2021/3/30		龙大肉食	
2021/3/30		庄园牧场	
2021/3/30		恒顺醋业	
2021/3/30		光明乳业	
2021/3/30		金枫酒业	
2021/3/30		良品铺子	

2021/3/30	嘉必优
2021/3/31	双汇发展
2021/3/31	贝因美
2021/3/31	盐津铺子
2021/3/31	华文食品
2021/3/31	上海梅林
2021/3/31	莲花健康
2021/3/31	贵州茅台
2021/3/31	伊利股份
2021/3/31	海天味业
2021/3/31	天味食品
2021/3/31	华康股份
2021/4/9	金禾实业
2021/4/13	安井食品

资料来源：wind、华安证券研究所

6.2 公司定增状态备忘

图表 26 食品公司定向增发最新进度

时间	预案公告日	股东会通过议案	证监会批准增发
西王食品	2020-08-21		
星湖科技		2020-05-16	
来伊份		2020-06-25	
贝因美		2020-09-16	
克明面业		2020-12-11	
古井贡酒		2020-12-12	
妙可蓝多		2020-12-30	
爱普股份		2021-02-02	
ST 舍得			2020-06-17
莲花健康			2020-12-12
涪陵榨菜			2021-01-14
龙大肉食			2021-01-16
青青稞酒			2021-01-26
惠发食品			2021-03-13

资料来源：wind、华安证券研究所

风险提示：

1. 国内疫情防控长期化的风险：国内疫情过程中反复，或外部输入风险长期化，消费行为或再受抑制；
2. 重大食品安全事件的风险：消费者对食品安全问题尤为敏感，若发生重大食品安全事故，短期内消费者对某个品牌、品类乃至整个子行业信心降至冰点且信心重塑需

要很长一段时间，从而造成业绩不达预期；

3. 重大农业疫情风险：畜禽疫病的发生容易导致畜禽生产成本的上升，从而影响生产成本和市场供应。疫病的蔓延容易引起消费者心理恐慌，造成整个市场需求的迅速萎缩，致使畜禽养殖企业面临较大的销量与销售价格压力。

重要声明

分析师声明

本报告署名分析师具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格，以勤勉的执业态度、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，本报告所采用的数据和信息均来自市场公开信息，本人对这些信息的准确性或完整性不做任何保证，也不保证所包含的信息和建议不会发生任何变更。报告中的信息和意见仅供参考。本人过去不曾与、现在不与、未来也将不会因本报告中的具体推荐意见或观点而直接或间接收受任何形式的补偿，分析结论不受任何第三方的授意或影响，特此声明。

免责声明

华安证券股份有限公司经中国证券监督管理委员会批准，已具备证券投资咨询业务资格。本报告中的信息均来源于合规渠道，华安证券研究所力求准确、可靠，但对这些信息的准确性及完整性均不做任何保证。在任何情况下，本报告中的信息或表述的意见均不构成对任何人的投资建议。在任何情况下，本公司、本公司员工或者关联机构不承诺投资者一定获利，不与投资者分享投资收益，也不对任何人因使用本报告中的任何内容所引致的任何损失负任何责任。投资者务必注意，其据此做出的任何投资决策与本公司、本公司员工或者关联机构无关。华安证券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并进行交易，还可能为这些公司提供投资银行服务或其他服务。

本报告仅向特定客户传送，未经华安证券研究所书面授权，本研究报告的任何部分均不得以任何方式制作任何形式的拷贝、复印件或复制品，或再次分发给任何其他人，或以任何侵犯本公司版权的其他方式使用。如欲引用或转载本文内容，务必联络华安证券研究所并获得许可，并需注明出处为华安证券研究所，且不得对本文进行有悖原意的引用和删改。如未经本公司授权，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。本公司并保留追究其法律责任的权利。

投资评级说明

以本报告发布之日起 6 个月内，证券（或行业指数）相对于同期沪深 300 指数的涨跌幅为标准，定义如下：

行业评级体系

- 增持—未来 6 个月的投资收益率领先沪深 300 指数 5%以上；
- 中性—未来 6 个月的投资收益率与沪深 300 指数的变动幅度相差-5%至 5%；
- 减持—未来 6 个月的投资收益率落后沪深 300 指数 5%以上；

公司评级体系

- 买入—未来 6-12 个月的投资收益率领先市场基准指数 15%以上；
- 增持—未来 6-12 个月的投资收益率领先市场基准指数 5%至 15%；
- 中性—未来 6-12 个月的投资收益率与市场基准指数的变动幅度相差-5%至 5%；
- 减持—未来 6-12 个月的投资收益率落后市场基准指数 5%至；
- 卖出—未来 6-12 个月的投资收益率落后市场基准指数 15%以上；

无评级—因无法获取必要的资料，或者公司面临无法预见结果的重大不确定性事件，或者其他原因，致使无法给出明确的投资评级。市场基准指数为沪深 300 指数。