

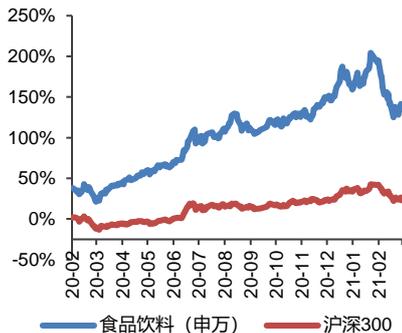
白酒板块企稳，五粮液批价上行

行业评级：增 持

报告日期：2021-03-23

主要观点：

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

● 市场表现

上周食品饮料板块指数整体下跌 0.70%，在申万一级子行业排名第十五，分别落后沪深 300 指数、上证综指 2.01%、0.71%。子行业中，黄酒(-4.41%)、调味发酵品(-1.61%)、乳品(-1.19%)、肉制品(-0.82%)、白酒(-0.81%)、软饮料(-0.43%)、食品综合(-0.14%)呈下跌态势，葡萄酒(1.89%)、啤酒(4.82%)、其他酒类(5.28%)呈上涨态势。

● 投资推荐

白酒：白酒板块经过近一个月的下跌，目前逐步企稳，市场对流动性收缩、美债利率上升等信息的敏感性降低，白酒业绩快报的披露也有利于维持板块信心。高端酒批价稳步上行，五粮液批价已经涨至千元以上，白酒消费景气度处于高位。一季报高端酒确定性仍强，建议关注高端茅台、五粮液、泸州老窖，及次高端地产酒龙头洋河股份、山西汾酒。

大众品：经历一段时间的调整后，虽然板块目前估值仍需消化，但具有长期投资价值和业绩稳健的公司值得关注，我们认为可以从以下两点去考虑：一，选择长期护城河高、具有强现金流的商业模式，对应的调味品公司有海天味业、中炬高新；二，布局高成长性、快速扩容的赛道，建议关注安井食品、绝味食品。

● 行业重点数据

白酒方面：本周茅台酒整箱批价延续 3100 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、整体保持稳定，供需紧张格局不变；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 19 日，小麦价格为 2,576 元/吨，玉米价格为 2,932 元/吨，大豆价格为 4,983 元/吨，3 月 18 日，白砂糖价格为 5.3 元/公斤。3 月 19 日，仔猪、生猪、猪肉价格分别为 108 元/吨、28 元/吨、43 元/吨。3 月 10 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

2010-2020 年，中国宠物食品市场份额逐年增加，从 2010 年的 1% 增加到 2020 年的 6.9%，中国宠物市场有着巨大的潜力，未来，中国宠物食品市场份额将会进一步扩大。

至 2021 年 3 月 17 日，好想你健康食品股份有限公司以集中竞价交易方式累计回购股份数量为 10,876,000 股，占公司目前总股本的 2.11%，成交总金额为 129,217,123.26 元。

● 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

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
啤酒行业复苏，1-2月规模以上啤酒企累计产量增长61%	14
2021年中国白酒行业市场现状与发展趋势分析	14
疫情之下宠物食品行业逆势生长	14
青花郎战略定位升级 郎酒上市仍在推进中	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：	18

图表目录

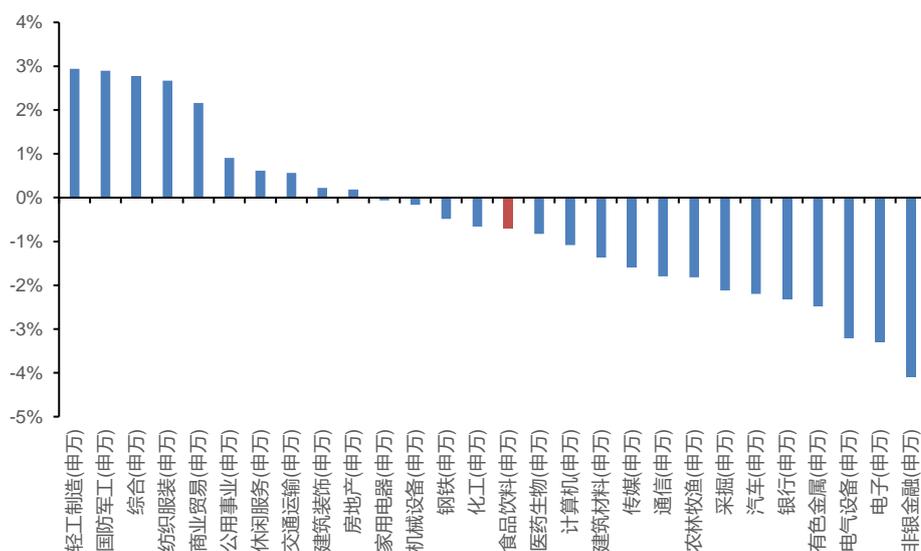
图表 1 行业周涨幅对比 (%)	4
图表 2 行业子版块周涨幅对比 (%)	4
图表 3 PE 比值	5
图表 4 周涨幅前十个股 (%)	5
图表 5 周涨幅后十个股 (%)	5
图表 6 产业链数据整理	8
图表 7 飞天茅台批价 (元/瓶)	8
图表 8 八代普五/国窖 1573 批价 (元/瓶)	8
图表 9 进口葡萄酒数量 (千升)	9
图表 10 进口葡萄酒单价 (元/千升)	9
图表 11 小麦价格 (元/吨)	9
图表 12 玉米价格 (元/吨)	9
图表 13 国内/国际大豆价格 (元/吨)	10
图表 14 白砂糖价格 (元/公斤)	10
图表 15 猪价(元/公斤)	10
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

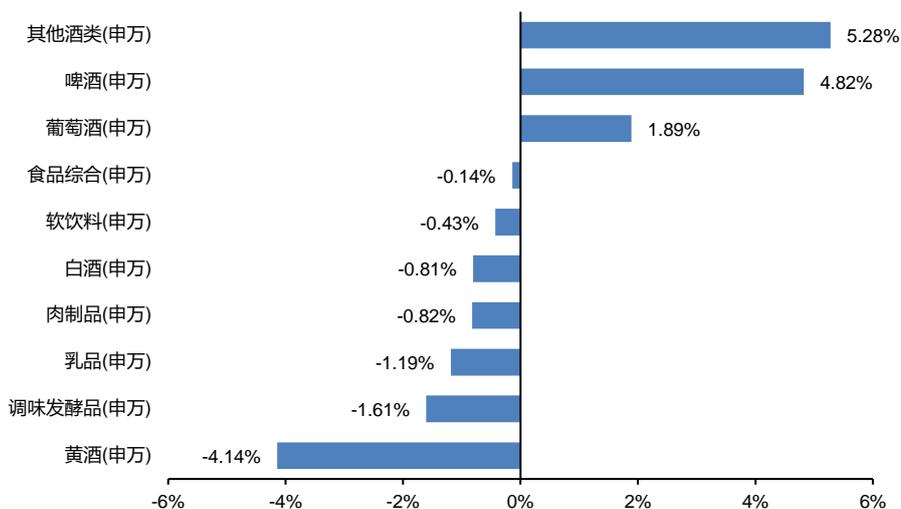
上周食品饮料板块指数整体下跌 0.70%，在申万一级子行业排名第十五，分别落后沪深 300 指数、上证综指 2.01%、0.71%。子行业中，黄酒（-4.41%）、调味发酵品（-1.61%）、乳品（-1.19%）、肉制品（-0.82%）、白酒（-0.81%）、软饮料（-0.43%）、食品综合（-0.14%）呈下跌态势，葡萄酒（1.89%）、啤酒（4.82%）、其他酒类（5.28%）呈上涨态势。沪深 300 的 PE 值为 15.44，非白酒食品饮料的 PE 值 45.52，白酒的 PE 值 53.54。

图表 1 行业周涨幅对比 (%)



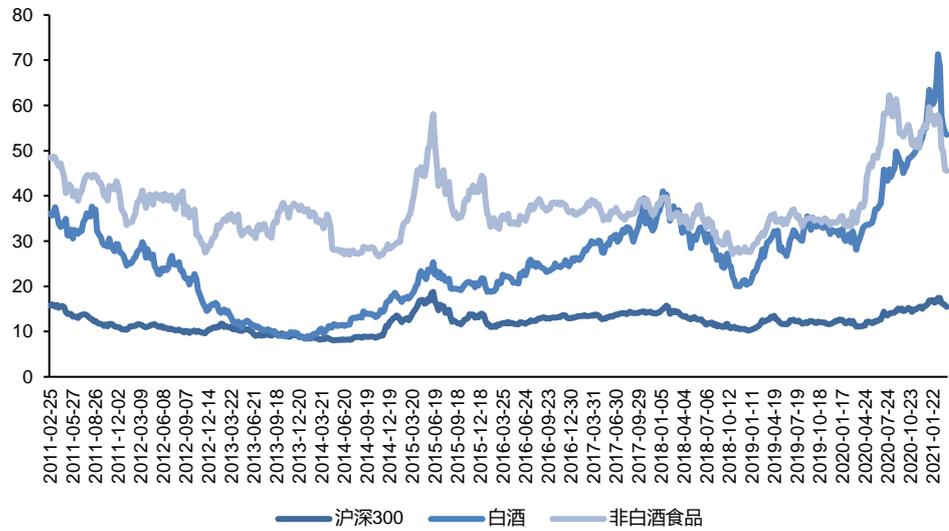
资料来源：wind，华安证券研究所

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

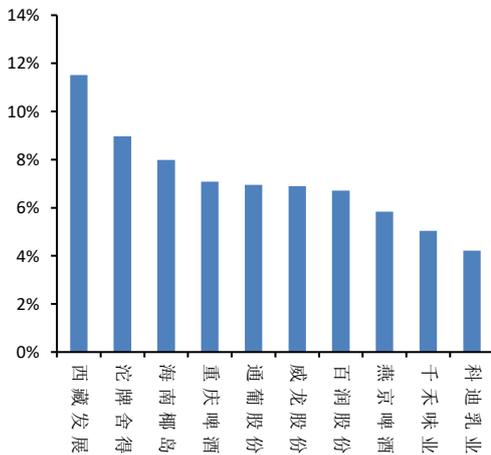


资料来源：wind，华安证券研究所

1.2 个股表现

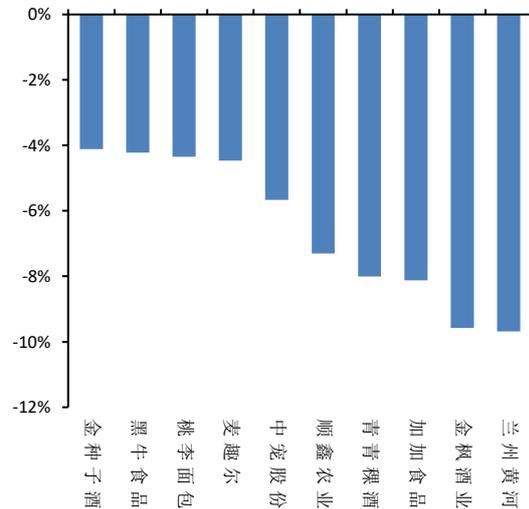
上周，西藏发展 (11.51%)、沱牌舍得 (8.96%)、海南椰岛 (7.98%) 涨幅靠前，兰州黄河 (-9.68%)、金枫酒业 (-9.57%)、加加食品 (-8.12%) 跌幅靠前。

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：白酒板块经过近一个月的下跌，目前逐步企稳，市场对流动性收缩、美债利率上升等信息的敏感性降低，白酒业绩快报的披露也有利于维持板块信心。高端酒批价稳步上行，五粮液批价已经涨至千元以上，白酒消费景气度处于高位。一季报高端酒确定性仍强，建议关注高端茅台、五粮液、泸州老窖，及次高端地产酒龙头洋河股份、山西汾酒。

大众品：经历一段时间的调整后，虽然板块目前估值仍需消化，但具有长期投资价值 and 业绩稳健的公司值得关注，我们认为可以从以下两点去考虑：一，选择长期护城河高、具有强现金流的商业模式，对应的调味品公司有海天味业、中炬高新；二，布局高成长性、快速扩容的赛道，建议关注安井食品、绝味食品。

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

模快速增长，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 3100 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，整体保持稳定，供需紧张格局不变；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 19 日，小麦价格为 2,576 元/吨，同比增长 7%，环比下降 0.5%。
玉米	3 月 19 日，玉米价格为 2,932 元/吨，同比增长 51%，环比下降 1.4%。
大豆	3 月 19 日，大豆价格为 4,983 元/吨，同比增长 40%，环比不变。
食糖	3 月 20 日，白砂糖价格为 5.4 元/公斤，同比下降 7%，环比增长 0.5%。
猪肉	3 月 19 日仔猪、生猪、猪肉的批发均价分别为 108.5 元/千克、27.9 元/千克、42.7 元/千克，同比分别变化-14%、-18%、-12%，环比分别变化-1%、-1%、-1%。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 19 日，白条鸡价格为 17 元/公斤，同比上升 5%，环比下降 4%。
生鲜乳	3 月 10 日，国内主产区生鲜乳价格为 4.3 元/公斤，同比上升 13.2%，环比下降 0.2%。2021 年 2 月，进口奶粉数量 9 万吨。
包装材料	3 月 10 日，玻璃、铝锭、瓦楞纸价格分别为 2,211 元/吨、17,223 元/吨、4,231 元/吨，同比分别增长 29%、29%、9%，环比分别变化 4.6%、1.3%、不变。

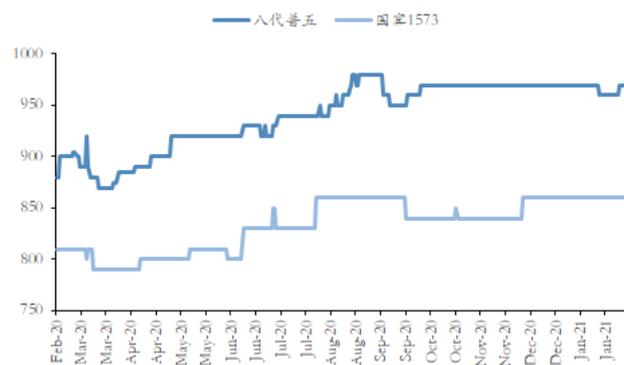
资料来源：wind，华安证券研究所

图表7 飞天茅台批价（元/瓶）



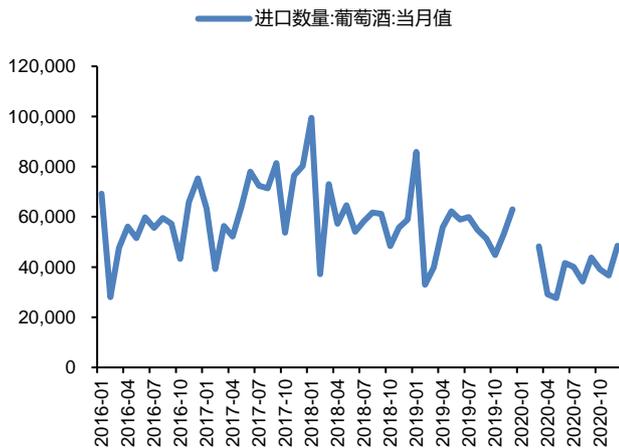
资料来源：wind，华安证券研究所

图表8 八代普五/国窖 1573 批价（元/瓶）



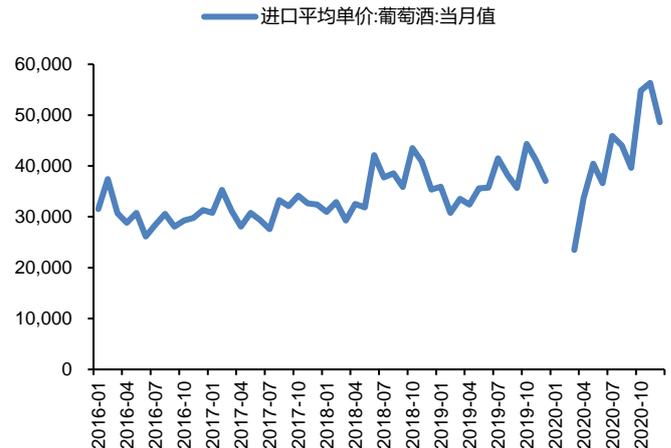
资料来源：wind，华安证券研究所

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)



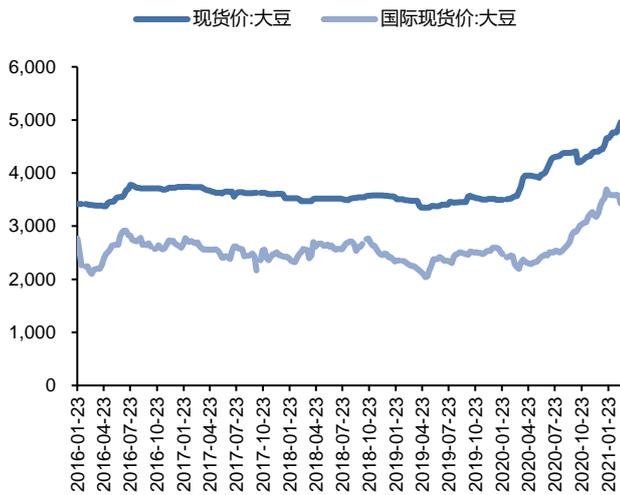
资料来源: wind, 华安证券研究所

图表12 玉米价格 (元/吨)



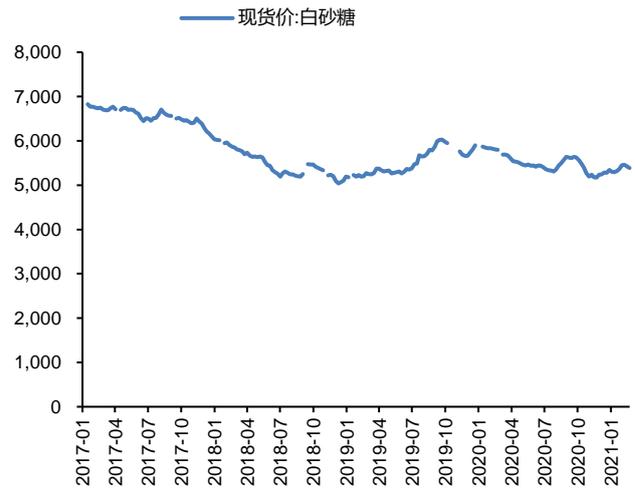
资料来源: wind, 华安证券研究所

图表 13 国内/国际大豆价格 (元/吨)



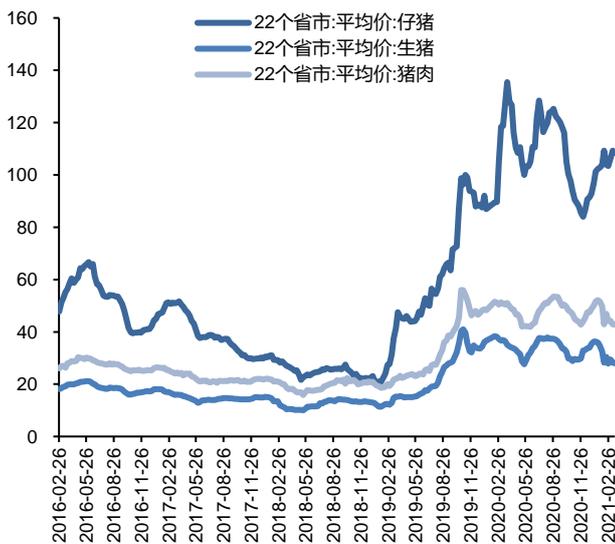
资料来源: wind, 华安证券研究所

图表 14 白砂糖价格 (元/公斤)



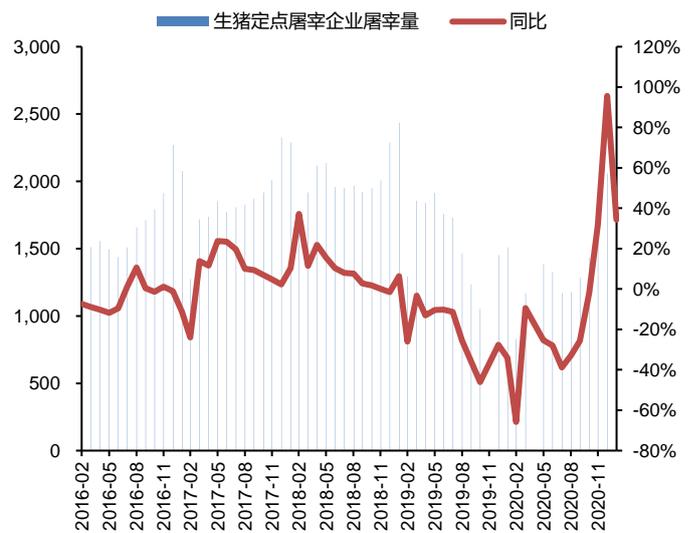
资料来源: wind, 华安证券研究所

图表 15 猪价(元/公斤)



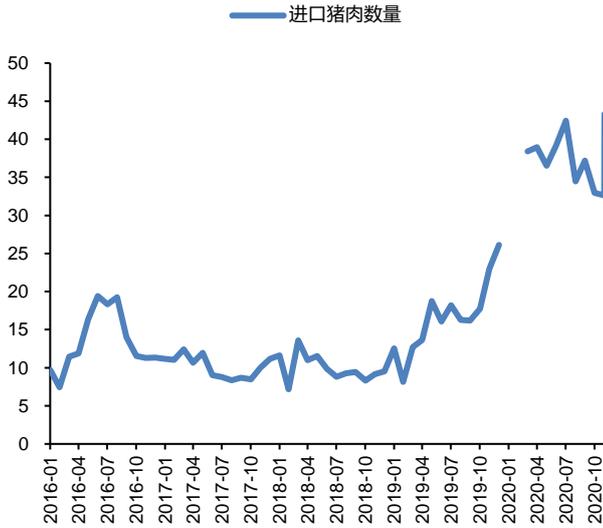
资料来源: wind, 华安证券研究所

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)



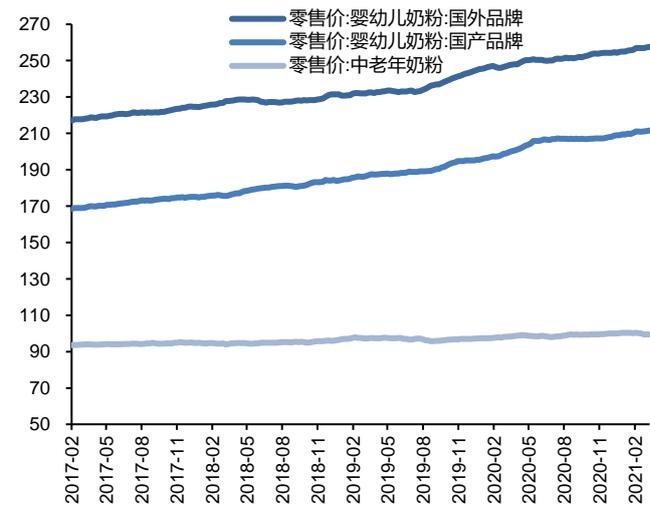
资料来源: wind, 华安证券研究所

图表 19 生鲜乳价格 (元/公斤)



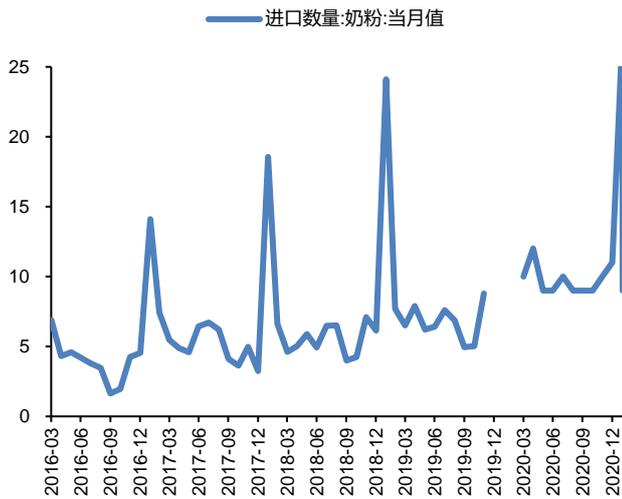
资料来源: wind, 华安证券研究所

图表 20 奶粉价格(元/公斤)



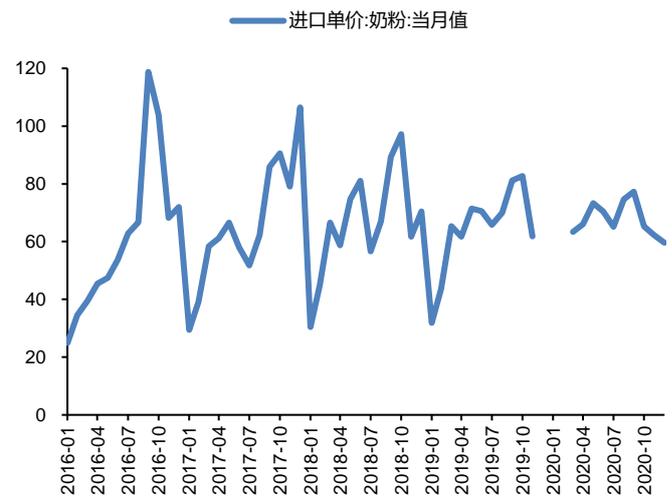
资料来源: wind, 华安证券研究所

图表 21 进口奶粉数量 (万吨)



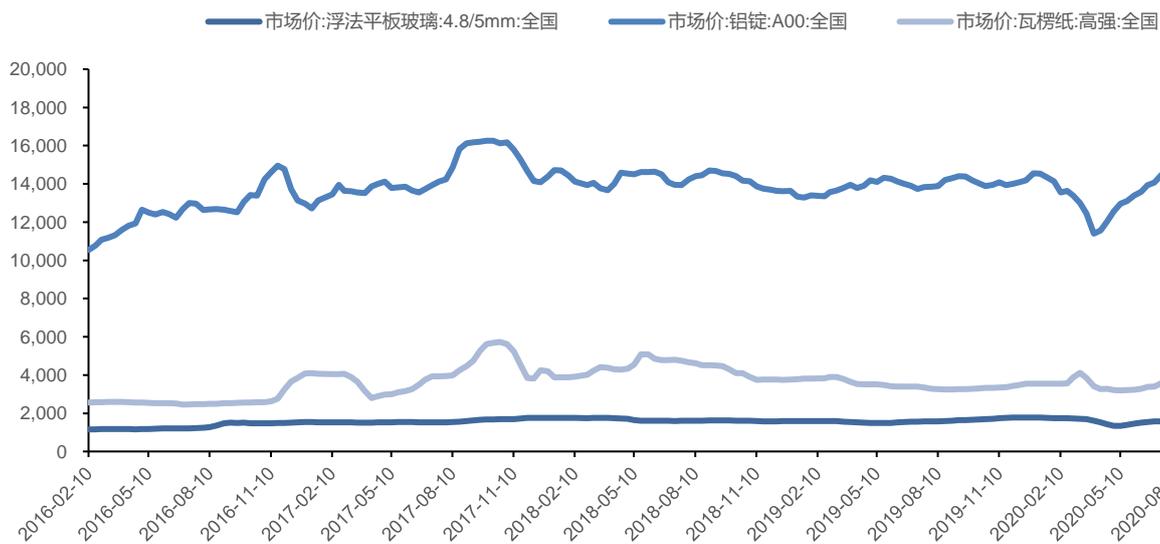
资料来源: wind, 华安证券研究所

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
天润乳业	2021/3/19	年度报告	报告期内，公司全年实现营业总收入 1,767,673,596.18 元，同比增长 8.67%；实现归属于上市公司股东的净利润 147,434,228.38 元，同比增长 5.62%。报告期末，公司资产总额 2,590,315,396.00 元，比本报告期初增长 27.93%，归属于上市公司股东的净资产 1,568,334,707.06 元，比本报告期初增长 52.81%。
金徽酒	2021/3/20	年度报告	报告期内，公司全年实现营业总收入 1,730,671,339.32 元，同比增长 5.89%；实现归属于上市公司股东的净利润 331,317,332.77 元，同比增长 22.44%。报告期末，公司资产总额 3,531,948,502.03 元，比本报告期初增长 11.12%，归属于上市公司股东的净资产 2,778,257,219.21 元，比本报告期初增长 9.32%。 公司拟以截至 2020 年 12 月 31 日的总股本 507,259,997 股为基数，向利润分配预案实施时股权登记日登记在册的全体股东每 10 股派发现金股利人民币 2.40 元（含税），不送红股，不以公积金转增股本，共计派发现金股利 121,742,399.28 元（含税）。股利派发后，公司剩余未分配利润 920,963,429.67 元结转下一年度。
香飘飘	2021/3/17	质押冻结	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，安徽志周合道持有的公司股份中累计质押数量为 980 万股，占其持股数量比例为 28.03%，占公司总股本比例为 2.35%。
华宝股份	2021/3/20	年度报告	报告期内，公司实现营业收入 2,094,459,854 元，较上年减少 4.16%；实现归属于上市公司股东的净利润 1,180,204,657 元，较上年减少 4.45%；基本每股收益 1.92 元，较上年减少 4.48%。2020 年，公司资产 8,349,999,362 元，较上年减少 0.35%；归属于上市公司股东的净资产 7,722,651,979 元，较上年减少 0.64%。
好想你	2021/3/19	回购股权	好想你健康食品股份有限公司（以下简称“公司”）于 2020 年 6 月 5 日召开的第四届董事会第十四次会议和 2020 年 6 月 24 日召开的 2020 年第二次临时股东大会审议通过了《关于回购公司股份方案的议案》。 公司拟使用自有资金以集中竞价交易方式回购公司部分人民币普通股 A 股股份（以下简称“本次回购股份”）。本次回购的股份数量不低于 11,300 万股（含），不超过 22,600 万股（含），占目前公司总股本的比例不低于 21.91%，不超过 43.83%。回购价格不超过人民币 13.00 元/股（含）。本次回购股份的用途是减少注册资本。回购股份的实施期限为自股东大会审议通过本次回购股份方案之日起不超过 12 个月。 截至 2021 年 3 月 17 日，公司以集中竞价交易方式累计回购股份数量为 10,876,000 股，占公司目前总股本的 2.11%，最高成交价为 13.00 元/股，最低成交价为 10.93 元/股，成交总金额为 129,217,123.26 元（不含交易费用）。

资料来源：wind、华安证券研究所

5 行业要闻

啤酒行业复苏，1-2月规模以上啤酒企累计产量增长61%

据国家统计局数据，2021年1-2月，中国规模以上啤酒企业累计产量504.7万千升，同比增长61%。公开资料显示，2020年1-2月，中国规模以上啤酒企业产量315.9万千升。随着疫情逐渐得到控制，中国各行各业都开始恢复正常，中国啤酒行业也开始复苏。数据显示，2020年1-12月，中国规模以上啤酒企业累计产量3411.11万千升，同比下降7.04%。

出口啤酒数据显示，2020年12月，中国出口啤酒3.581万千升，同比下降10.0%；金额为1.4303亿元人民币，同比下降14.7%。2020年1-12月，中国累计出口啤酒38.674万千升，同比下降7.4%；金额为16.8115亿元人民币，同比下降4.5%。

进口啤酒数据显示，2020年12月，中国进口啤酒3.712万千升，同比下降24.1%；金额为3.2892亿元人民币，同比下降16.7%。2020年1-12月，中国累计进口啤酒58.423万千升，同比下降20.2%；金额为48.1839亿元人民币，同比下降14.7%。

不过值得注意的是，与2019年同期539.0万千升相比，2021年啤酒企业累计产量同比下降了6%。很显然，中国啤酒行业产量还处于下滑的大趋势中。备注：规模以上啤酒企业起点标准为年主营业务收入2000万元。（资料来源：中华网酒业）

2021年中国白酒行业市场现状与发展趋势分析

最近茅台酒价格连创新高、限价、推广直营、股价波动、院士评选等引起广泛关注。3月12日参加茅台专家顾问座谈，针对茅台发展以及社会各界和资本市场关注点，任泽平博士发表几点看法。针对茅台酒定价问题，其认为茅台适合奢侈品牌定价条件。

2016-2019年，贵州茅台酒产销小幅增长，2019年，茅台累计产量4.99万吨，销量3.46万吨。2020年度，公司生产茅台酒基酒5万吨，系列酒基酒2.5万吨；其中贵州茅台酱香酒营销有限公司预计实现营业总收入94亿元左右(含税销售额106亿元左右)。

国外市场份额潜力或将提升。2019-2020年前三季度，贵州茅台酒消费量96%以上都集中在国内，国外份额不超过4%，且变动幅度不大。长期消费集中在国内，与东西方文化密不可分。但未来如果走高端奢侈品路线，国外市场潜力空间或将提升。

纪念酒上涨幅度较大。2021年3月14日，飞天茅台散瓶单价达2470元，较前一日上涨10元，除此之外，2017-2019年原箱就系列出现部分下跌，生肖纪念版系列出现不同程度上涨。（资料来源：前瞻研究院）

疫情之下宠物食品行业逆势生长

全球宠物市场已逐步成熟，宠物食品作为宠物行业的一个重要分支，是宠物市场最大的“蛋糕”。从2016-2020年，全球宠物食品市场占整个宠物行业的比重逐年增加，从2016年的62.1%增加到2020年的71%左右。尽管，2020年的新冠疫情爆发导致全球经济发展遭遇重创，整体经济下滑；然而宠物食品行业的市场份额却上升。这是因为宠物食品属于刚需消费品，宠物的其他额外用品与服务消费会跟随主人经济状况变化，然而宠物食品的特性使得它几乎不会受宠物主人收入变化的影响。

疫情下宠物食品市场销售收入增长3.6%。Package Facts在2020年发布预测，认为全年宠物产品和服务总额会下降，但宠物食品的零售额预计2020年还会继续增长。在海外疫情持续蔓延的情况下，疫情下的刚需型行业，消费者需求旺盛，商家库存告急，全球

宠物食品市场价格将上涨。在全球最大的宠物市场美国，宠物食品在很多年前就被奉为萧条时代的救命稻草。在 2001 年的 911 和 2008 年的经济危机中，均得到了宠物食品行业抗衰退有力的验证。根据欧睿公布数据显示，2020 年全球宠物食品行业市场规模达 980.7 亿美元，同比增长 3.6%，近 10 年全球宠物食品行业市场规模年均复合增长率达 3.3%。从长远来看，宠物食品高端化和人性化趋势仍将是预测期内市场增长的主要驱动力。

2019 年美国、澳大利亚和加拿大等发达国家，宠物渗透率在 50% 以上，英国德国日本等多家宠物渗透率也为 25% 以上。而中国宠物渗透率目前为 22%，渗透率仅有美国的三分之一，与发达国家的渗透率相距甚远，但也从另一方面反映出我国宠物渗透率提升空间广阔。

由于欧美地区宠物市场发展较早，现在市场已基本成熟，所以一直以来欧美地区在全球宠物食品市场中占比最大，亚太地区市场份额较低，仅有日本的宠物市场发展较为成熟，其他地区均有较大发展空间。根据欧睿公布的数据显示，从全球宠物食品消费市场区域分布情况来看，2010-2020 年美国宠物食品市场占全球市场份额均在 35% 左右浮动，远远高于其他国家和地区；在 2018 年以前，日本宠物食品市场份额高于中国，近十年均占全球的 5% 左右；2010-2020 年，中国宠物食品市场份额逐年增加，从 2010 年的 1% 增加到 2020 年的 6.9%，中国宠物市场有着巨大的潜力，未来，中国宠物食品市场份额将会进一步扩大。根据欧睿公布的数据，2020 年，中国、日本、美国宠物食品市场占全球市场份额分别为 6.9%、4.3%、38%。（资料来源：前瞻产业研究院）

青花郎战略定位升级 郎酒上市仍在推进中

3 月 19 日，青花郎战略定位升级发布会在郎酒庄园举行。会上，郎酒集团董事长汪俊林宣布，青花郎战略定位由“中国两大酱香白酒之一”升级为“赤水河左岸庄园酱酒”，依托对标世界顶级酒庄打造的郎酒庄园，青花郎正式迈入“庄园酱酒”时代。

这是自 2017 年 7 月 15 日启用“中国两大酱香白酒之一”战略定位以来，郎酒首次以“庄园酱酒”全新战略定位，展现郎酒独有的庄园化发展路径。汪俊林表示，打造世界级酒庄为载体，塑造世界级产品，是郎酒在十多年前已经确定并开始实施的发展路径。

经过 13 年努力，郎酒庄园已初步呈现，预计 2023 年全面落成。在品质上，随着郎酒庄园落成，青花郎基酒年份全部提升至 7 年以上，未来还将提升至 10 年以上。在产能储能上，随着 2020 年郎酒庄园吴家沟生态酿酒区的启用，将郎酒酱酒年产能从 3 万吨提升至 4 万吨，未来全部投产后达到 5 万吨；当前，郎酒酱香老酒储存量 13 万吨，未来将实现 30 万吨。

2020 年 6 月 5 日，郎酒发布的招股说明书显示，郎酒产品分为高端、次高端、中端以及中低端，出厂价大于等于 500 元/500ml 为高端产品，以青花郎为核心代表；出厂价 300 元至 500 元/500ml 为次高端，以红花郎为核心代表。2017 年至 2019 年，上述两大品类产品总计销售收入分别为 20.4 亿元、38.31 亿元、53.28 亿元，整体占比分别为 40.09%、51.46%、64.07%。

提到上市进度时，汪俊林表示，上市仍在正常推进中。市值不是郎酒的追求，品质才是。郎酒和茅台有差距，但要各具特色。在庄园打造上，郎酒暂时取得领先；在规模上，茅台目前领先郎酒。希望同为赤水河畔明珠的茅台、习酒、郎酒，能携起手来带动整个区域的高质量发展。（资料来源：中证网）

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
2021/3/22		华康股份	浙江省衢州市
2021/3/25		承德露露	公司技术中心
2021/3/25		金字火腿	浙江省金华市
2021/3/25		李子园	浙江省金华市
2021/3/26		汤臣倍健	广州市天河区
2021/3/31		星湖科技	广东省肇庆市
2021/4/1		惠发食品	公司会议室
2021/4/2		皇氏集团	广西南宁市高新区
2021/4/9		*ST 麦趣	新疆昌吉市麦趣尔大道
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%	
2021/4/16	熊猫乳品	21.34%	
2021/4/19	五粮液	97.79%	
2021/4/20	双汇发展	38.78%	
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
2021/4/14	顺鑫农业
2021/4/15	三全食品
2021/4/15	金字火腿
2021/4/15	新乳业
2021/4/15	甘源食品
2021/4/15	广州酒家
2021/4/16	黑芝麻
2021/4/16	洽洽食品
2021/4/16	华统股份
2021/4/16	熊猫乳品
2021/4/16	会稽山
2021/4/16	千禾味业
2021/4/16	一鸣食品
2021/4/16	均瑶健康
2021/4/19	今世缘
2021/4/20	得利斯
2021/4/20	双塔食品
2021/4/20	克明面业
2021/4/20	祖名股份
2021/4/20	泉阳泉
2021/4/20	元祖股份

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
汤臣倍健	2021-03-19

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。