

# 消费力持续旺盛，白酒景气仍高

——食品饮料行业月报及二季度策略展望（20210405）



川财证券  
CHUANCAI SECURITIES

## ❖ 白酒需求旺盛，春糖反馈积极

白酒需求旺盛，春糖反馈积极。2021 年一季度白酒头部企业动销情况良好，叠加 4 月春季糖酒会产业情况反馈较为积极，酒鬼酒一季度业绩超预期等事件，提振整体市场情绪。展望二季度市场，白酒产业景气度依旧较高，淡季白酒批价未明显下跌，目前飞天茅台散瓶批价稳定在 2400-2600 元/瓶左右，五粮液批价部分区域挺价至千元，据草根调研来看，白酒整体库存压力不大，五粮液库存约为 1 个月左右，老窖、汾酒等其他酒企经销商反馈积极，同时受去年一季度的低基数以及今年就地过年政策的影响，预计整体白酒企业一季报增长表现良好，从估值上来看，白酒板块整体不便宜，在海外市场企稳的背景下，配置上我们建议选择未来业绩确定性较高或者增长较快的白酒企业，建议关注，贵州茅台，五粮液，泸州老窖，山西汾酒。

## ❖ 啤酒行业高端化趋势持续

啤酒行业高端化趋势持续，优势企业强者恒强。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%，规模以上企业销量增长超 60%。疫情影响逐渐消退，特别是春节期间提倡就地过年，餐饮端消费需求持续增长，啤酒行业将实现恢复性增长。啤酒行业高端化趋势持续，一季度是啤酒淡季，高端啤酒消费较多，据渠道调研显示，预计青啤 Q1 销量增速同比增长 35%，3 月单月增速 32%，其中高端增速更快，高端化趋势持续加强。展望二季度，啤酒行业将迎来疫情恢复后行业竞争改善以及高端化趋势下的双重改善，高端化进展、区域下沉、动销速度将成为头部企业业绩持续增长的重要因素。头部厂商在高档啤酒领域具备品牌、渠道、产品等先发优势，仍将呈现马太效应下的强者恒强，建议关注：青岛啤酒。

## ❖ 功能食品行业快速成长

人口老龄化和人均医疗保健消费支出持续增长为我国保健品行业提供发展机会。我国人均保健品消费支出仍低于欧美，市场集中度较低，2019 年 CR3 为 13.8%，具备较大发展潜力。2019 年监管趋严，保健品市场规范进一步加强，2021 年保健品行业开始实现恢复性增长。据阿里线上数据，1-2 月膳食营养补充剂大类销售额分别同比增长 78.04%、23.06%，销量分别同比增长 61.56%、11.19%。随着行业规范性加强，国民消费观念、健康意识不断提升，功能饮品、软糖等新剂型被越来越多的年轻消费者所接受，保健食品行业有望保持快速增长，拥有较强研发能力和充足产能的企业有望实现快速增长。建议关注：仙乐健康。

## ❖ 千亿茶饮市场竞争要素拆解

无论是低端茶饮或高端茶饮，行业本身的低壁垒使得茶饮企业出现了无数爆红网络但是不够持久的企业，茶叶行业从前端销售到后端供应链都展现出了

## 📌 证券研究报告

|      |            |
|------|------------|
| 所属部门 | 行业公司部      |
| 报告类别 | 行业月报       |
| 所属行业 | 食品饮料       |
| 报告时间 | 2021/04/05 |

## 📌 分析师

欧阳宇剑  
证书编号：S1100517020002  
ouyangyujian@cczq.com

## 📌 川财研究所

|    |                                                     |
|----|-----------------------------------------------------|
| 北京 | 西城区平安里西大街 28 号<br>中海国际中心 15 楼，<br>100034            |
| 上海 | 陆家嘴环路 1000 号恒生大厦 11 楼，200120                        |
| 深圳 | 福田区福华一路 6 号免税商务大厦 32 层，518000                       |
| 成都 | 中国（四川）自由贸易试验区成都市高新区交子大道 177 号中海国际中心 B 座 17 楼，610041 |

高度竞争的局面使得整体竞争格局极度分散，但行业的大行业小公司格局亦给出行业优秀企业较大的整合空间。结合上文分析，我们可以得到几个结论，小程序的发展带来了前端销售的技术红利，由此行业进行快速发展，前端销售的发展使得企业能够进行大量规模化生产，高端产品的高客单价使得所用原材料以及物流都将能够被盈利所覆盖，物流以及成本费用的降低使得企业能够在销售端拥有更大的余地。由此我们可以判断出，茶饮市场的分析框架，由优秀的终端销售开始推动生产以及运输进行快速发展，推动供应链快速运转、提质，建设中央厨房以及仓储物流中心进行周转。

**投资建议：**在高端消费力旺盛以及行业竞争格局优化的背景下，春糖白酒产业反馈积极，在去年低基数以及今年就地过年政策影响下，预计整体白酒企业一季报增长表现良好，从估值上来看，白酒板块整体不便宜，在海外市场企稳的背景下，配置上我们建议选择未来业绩确定性较高或者增长较快的白酒企业，建议关注，贵州茅台，五粮液，泸州老窖，山西汾酒。啤酒行业步入量稳价升的高端机遇期，头部厂商在高档啤酒领域具备品牌、渠道、产品等先发优势，仍将呈现马太效应下的强者恒强，建议关注：青岛啤酒。随着行业规范性加强，国民消费观念、健康意识不断提升，功能饮品、软糖等新剂型被越来越多的年轻消费者所接受，保健食品行业有望保持快速增长，拥有较强研发能力和充足产能的企业有望实现快速增长，建议关注：仙乐健康。无论是低端茶饮或高端茶饮，行业本身的低壁垒使得茶饮企业出现了无数爆红网络但是不够持久的企业，茶叶行业从前端销售到后端供应链都展现出了高度竞争的局面使得整体竞争格局极度分散，但行业的大行业小公司格局亦给出行业优秀企业较大的整合空间，茶饮市场的分析框架，由优秀的终端销售开始推动生产以及运输进行快速发展，推动供应链快速运转、提质，建设中央厨房以及仓储物流中心进行周转，相关标的：奈雪的茶。

**风险提示：**宏观经济增长持续低于预期，原材料价格波动风险。

## 正文目录

|                              |    |
|------------------------------|----|
| 一、川财月度专题.....                | 6  |
| 1.1 茶饮市场空间广阔，线上技术推动新发展.....  | 6  |
| 1.1.1 茶饮市场空间广阔，消费升级趋势明显..... | 6  |
| 1.1.2 线上技术推动新茶饮行业快速发展.....   | 8  |
| 1.2 竞争激烈的茶饮行业核心要素.....       | 9  |
| 二、月度行情回顾.....                | 10 |
| 三、月度行业估值.....                | 12 |
| 四、月度行业数据跟踪.....              | 13 |
| 重点白酒价格走势.....                | 13 |
| 重点葡萄酒价格走势.....               | 14 |
| 重点啤酒价格走势.....                | 14 |
| 重点乳品价格走势.....                | 15 |
| 五、月度行业动态.....                | 16 |
| 六、月度重要公告.....                | 17 |
| 风险提示.....                    | 20 |

## 图表目录

|       |                           |    |
|-------|---------------------------|----|
| 图 1:  | 现制茶饮快速增长                  | 6  |
| 图 2:  | 预计 2020 年新式茶饮门店达为 48 万家   | 6  |
| 图 3:  | 新茶饮自 15 年以来呈爆发式增长         | 6  |
| 图 4:  | 新茶饮呈爆发式增长                 | 6  |
| 图 5:  | 新茶饮代表性城市百万人口门店渗透率仍有较大发展空间 | 7  |
| 图 6:  | 茶饮消费升级趋势明显                | 8  |
| 图 7:  | 现制茶饮线上销售快速增长              | 8  |
| 图 8:  | 线上技术带动行业发展                | 8  |
| 图 9:  | 茶饮的需求很旺盛                  | 9  |
| 图 10: | 新茶饮线上下单占比大                | 9  |
| 图 11: | 消费者最关注口感、品质和产品            | 9  |
| 图 12: | 茶饮市场的分析框架                 | 10 |
| 图 13: | 一级行业月涨跌幅                  | 11 |
| 图 14: | 食品饮料细分行业月涨跌幅              | 11 |
| 图 15: | 本月个股涨跌幅排名                 | 11 |
| 图 16: | 食品饮料行业估值走势 PE (TTM, 周)    | 12 |
| 图 17: | 酒类细分行业估值走势 PE (TTM, 周)    | 12 |
| 图 18: | 软饮料、乳品估值走势 PE (TTM, 周)    | 12 |
| 图 19: | 其他细分行业估值走势 PE (TTM, 周)    | 12 |
| 图 20: | 五粮液出厂价、一批价走势              | 13 |
| 图 21: | 贵州茅台出厂价、一批价走势             | 13 |
| 图 22: | 高端酒价格走势                   | 13 |
| 图 23: | 次高端酒价格走势                  | 13 |
| 图 24: | 洋河梦之蓝(M3)价格走势             | 13 |
| 图 25: | 白酒月度产量及同比增速走势             | 13 |
| 图 26: | 国产葡萄酒价格走势                 | 14 |
| 图 27: | 海外葡萄酒价格走势                 | 14 |
| 图 28: | LIV-EX100 红酒指数走势          | 14 |
| 图 29: | 葡萄酒月度产量及同比增速走势            | 14 |
| 图 30: | 海外啤酒零售价走势                 | 14 |
| 图 31: | 国产啤酒零售价走势                 | 14 |
| 图 32: | 啤酒月度产量及同比增速走势             | 15 |
| 图 33: | 啤酒月度进口量及进口平均单价走势          | 15 |
| 图 34: | 生鲜乳均价及同比增速走势              | 15 |
| 图 35: | 芝加哥牛奶现货价走势                | 15 |
| 图 36: | 牛奶及酸奶零售价走势                | 15 |
| 图 37: | 婴幼儿奶粉零售价走势                | 15 |

|       |              |   |
|-------|--------------|---|
| 表格 1: | 茶饮行业已经升级至第三代 | 7 |
|-------|--------------|---|

本报告由川财证券有限责任公司编制 谨请参阅尾页的重要声明

|       |                       |    |
|-------|-----------------------|----|
| 表格 2. | 本月食品饮料行业资讯.....       | 16 |
| 表格 3. | 本月食品饮料板块上市公司重要公告..... | 17 |

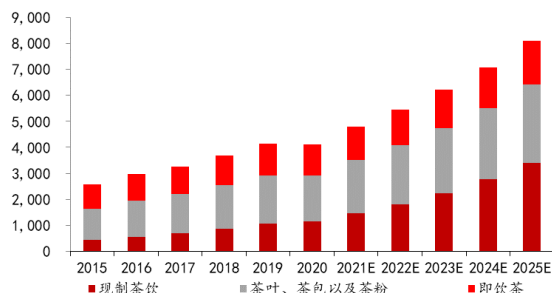
## 一、川财月度专题

### 1.1 茶饮市场空间广阔，线上技术推动新发展

#### 1.1.1 茶饮市场空间广阔，消费升级趋势明显

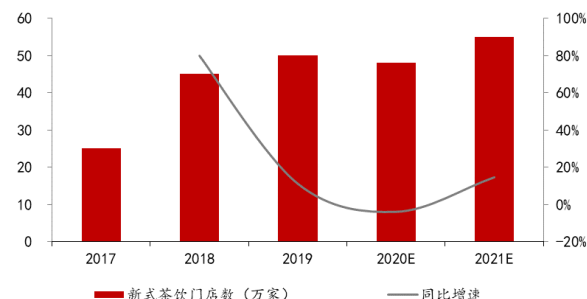
茶饮市场快速成长，市场规模超千亿。新式茶饮主要指采用优质天然原料、优质的茶叶萃取，加入新鲜水果以及鲜奶进行组合调味。据灼识咨询数据显示，2020 年我国茶行业市场市场规模为 4107 亿元，2015-2020 年 CAGR 为 9.8%，其中新式茶饮在 2016 年开始快速增长，2020 年市场规模达 1136 亿元（2015-2020 年 CAGR 为 21.9%），预计 2025 年将达到 3400 亿元（2020-2025 年 CAGR 预计为 24.5%），新式茶饮将成为茶行业规模最大的细分行业。根据 CBNDData 数据显示，新式茶饮门店数快速增长，预计 2020 年新式茶饮门店数为 48 万家，随着疫情逐渐消退，未来门店数量将继续恢复增长。从增长情况来看，新茶饮在 2015 年开始快速增长，在各线城市中都呈现爆发式增长，参考星巴克门店渗透率，目前新茶饮市场渗透率仍有较大发展空间。

图 1：现制茶饮快速增长



资料来源：灼识咨询，川财证券研究所

图 2：预计 2020 年新式茶饮门店达为 48 万家



资料来源：CBNDData，川财证券研究所

图 3：新茶饮自 15 年以来呈爆发式增长

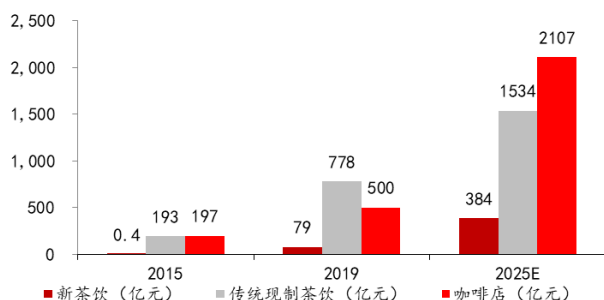
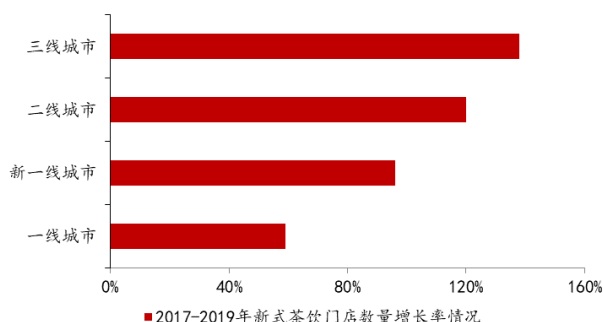


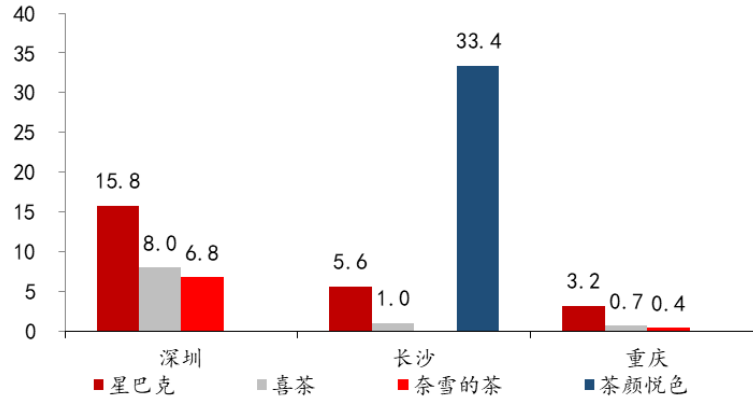
图 4：新茶饮呈爆发式增长



资料来源：中国茶叶流通协会，沙利文，川财证券研究所

资料来源：美团点评，艾媒，川财证券研究所

图 5：新茶饮代表性城市百万人口门店渗透率仍有较大发展空间



资料来源：沙利文，川财证券研究所

注：渗透率=门店数/百万人口数

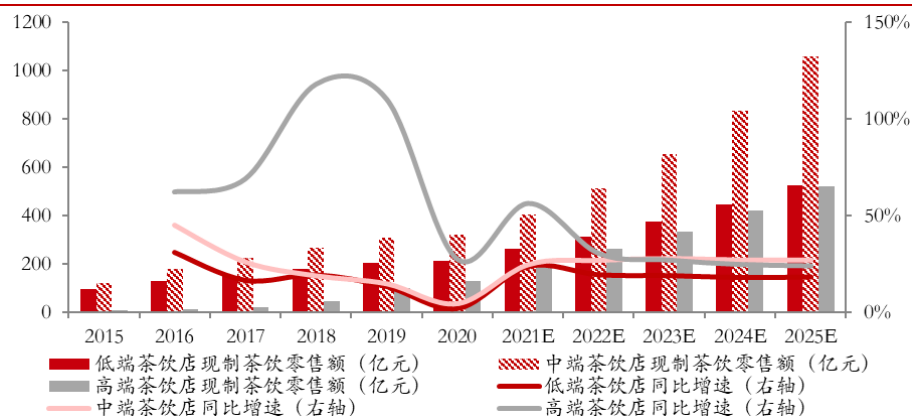
茶饮行业消费升级趋势明显。新式茶饮为我国茶饮市场增长主要驱动力，高端新式茶饮门店专注于使用优质、新鲜原料生产制作茶饮，随着我国人均可支配收入逐步提高以及基础技术的进步，新式茶饮需求快速提升，门店数量亦快速发展。据灼识咨询预计，高端店内现制茶饮零售额在 2020 年达到 129 亿元（15-20 年 CAGR 达 75.8%，且 2020 年受疫情影响增速放缓），并有望在 2025 达到 522 亿元（20-25 年 CAGR 为 20.0%）。

表格 1. 茶饮行业已经升级至第三代

|                 | 第一代（低端茶饮店）           | 第二代（中端茶饮店）             | 第三代（高端茶饮店）                |
|-----------------|----------------------|------------------------|---------------------------|
| 配料              | 合成添加剂及人工色素<br>奶精及奶茶粉 | 罐头水果、果酱及调味<br>糖浆、碎奶及奶精 | 购买新鲜原料，包括上乘<br>茶叶、鲜奶及时令水果 |
| 代表产品            | 波霸奶茶                 | 风味奶茶，如芒果绿茶<br>及蜂蜜柚子茶   | 鲜奶茶，如芝士草莓茶；<br>冷泡茶        |
| 新式茶饮平均售价（2020年） | ≤10元                 | 10-20元                 | ≥20元                      |
| 主要店型            | 供外卖的街店               | 供外卖的店、购物商城<br>的外卖店     | 有社交空间的高端茶饮店<br>、其他创新店型    |

资料来源：灼识咨询，川财证券研究所

图 6：茶饮消费升级趋势明显



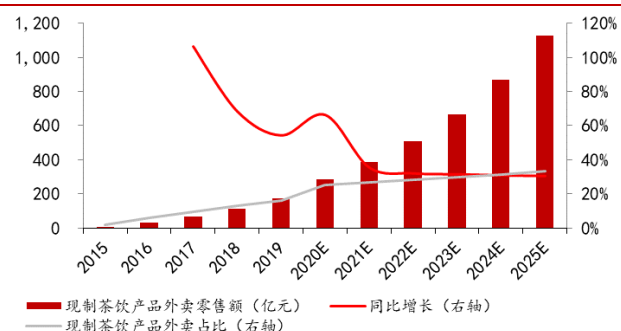
资料来源：灼识咨询，川财证券研究所

### 1.1.2 线上技术推动新茶饮行业快速发展

茶饮行业发展至 2016 年，新茶饮行业才逐渐崭露头角，我们认为这是由于线上技术的推动使得行业痛点在 2016 年逐渐被解决，新茶饮才迎来快速发展时机。

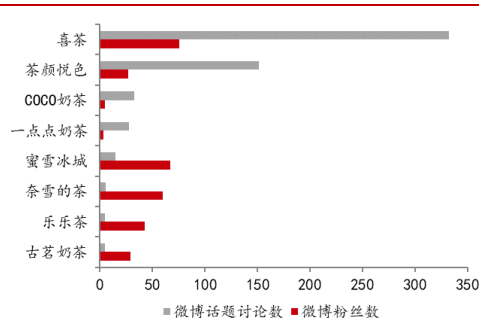
茶饮需求旺盛，不太需要做消费者培育，但是由于在 2016 年之前，没有线上技术的推动，使得各家茶饮店的需求端不稳定，客人并不想长时间在店铺里排队等候制茶，据奈雪的茶以及 CBNDATA 数据显示 67% 的消费者线上点单的原因为缩短排队等候时间，需求端的不稳定导致了各家新茶饮店无法有效形成规模优势，例如原材料由于需求的不稳定不能使用保质期短但质量高的材料，而偏中低端的茶饮则相对来说更容易生存，一方面是原材料保质期更久、价格更低，另一方面是中低端茶饮的制茶时间相对来说更短很多，客户需求容易达成。

图 7：现制茶饮线上销售快速增长



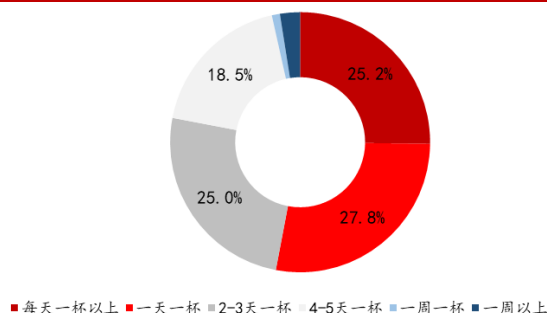
资料来源：灼识咨询，川财证券研究所

图 8：线上技术带动行业发展



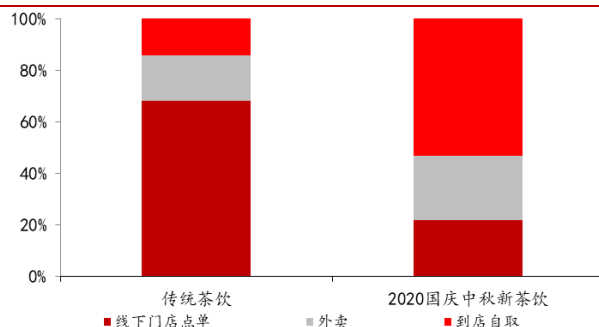
资料来源：沙利文，微博，川财证券研究所

图 9：茶饮的需求很旺盛



资料来源：沙利文，川财证券研究所

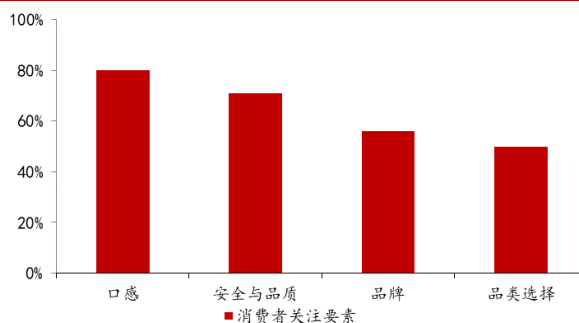
图 10：新茶饮线上下单占比大



资料来源：沙利文，奈雪的茶，CBNData，川财证券研究所

在需求端的问题被线上技术解决之后，行业生产端也产生了相应的改变。对于茶饮产品来说，其口感、安全和品质以及品牌选择是消费者最关注的三大要素，拥有销售订单最多最稳定的企业将有较强的议价能力以及更为充裕的时间进行打造优秀供应链，为消费者提供优秀的产品。可以明显看到越高端的企业其线上占比越高（大众茶饮成立时间最久，新茶饮基本上都是 16 年左右成立），且为控制产品质量以及服务大多采用直营模式（茶饮现场制作需要较多时间，直营管理更有利），对供应链的要求都很高。

图 11：消费者最关注口感、品质和产品



资料来源：沙利文，川财证券研究所

## 1.2 竞争激烈的茶饮行业核心要素

茶饮行业每个年代最大的进步是订单的稳定获取以及客单价的提升（每一代茶饮店的客单价都有明显提升），而茶饮行业产品的生产制作相对传统餐饮行业更易于标准化，进入壁垒低、竞争激烈是典型的大行业小公司格局，茶饮店的盈利能力普遍不突出，通过拆解对比典型的连锁餐饮公司，茶饮行业两点在未来将有较大改进空间，1、单店模型优秀，但总部费率仍旧较高，烘焙

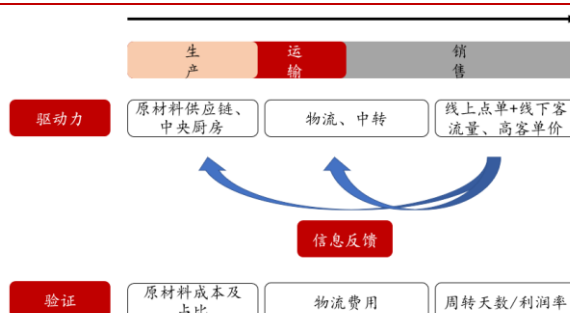
本报告由川财证券有限责任公司编制 谨请参阅尾页的重要声明

焙、茶饮供应链都需要进一步打造；2、市场下沉是必经之路，店面数量增长将带来效率提升。高端茶饮随着未来供应链、物流链的建设完成，头部企业有望逐渐解决行业困难，未来有望产销两旺，呈现出优秀的规模效应。

无论是低端茶饮或高端茶饮，行业本身的低壁垒使得茶饮企业出现了无数爆红网络但是不够持久的企业，茶叶行业从前端销售到后端供应链都展现出了高度竞争的局面使得整体竞争格局极度分散，但行业的大行业小公司格局亦给出行业优秀企业较大的整合空间。结合分析，我们可以得到几个结论，小程序的发展带来了前端销售的技术红利，由此行业进行快速发展，前端销售的发展使得企业能够进行大量规模化生产，高端产品的高客单价使得所用原材料以及物流都将能够被盈利所覆盖，物流以及成本费用的降低使得企业能够在销售端拥有更大的余地。

由此我们可以判断出，茶饮市场的分析框架，由优秀的终端销售开始推动生产以及运输进行快速发展，推动供应链快速运转、提质，建设中央厨房以及仓储物流中心进行周转。

图 12： 茶饮市场的分析框架



资料来源：川财证券研究所

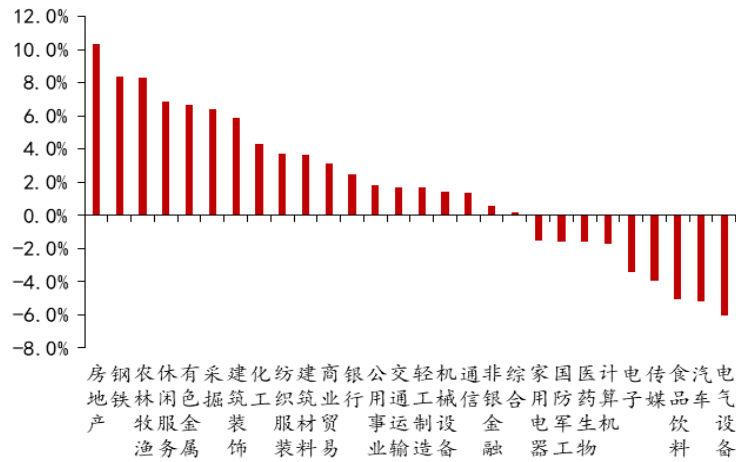
## 二、月度行情回顾

本月（2021年3月1日-3月31日）食品饮料指数下跌5.05%，沪深300指数下跌0.28%，上证综指上涨0.75%，板块涨幅位于28个子行业第26位。

具体子行业中，涨幅前三为软饮料（6.95%）、乳品（-2.61%）、肉制品（-2.80%）；涨幅后三为其他酒类（-17.34%）、调味发酵品（-13.08%）、黄酒（-7.86%）。本月涨幅前三的公司包括：ST加加（24.55%）、西麦食品（18.54%）、养元饮品（18.20%）；跌幅前三的公司包括：日晨股份（-23.87%）、中炬高新（-22.87%）、巴比食品（-22.36%）。

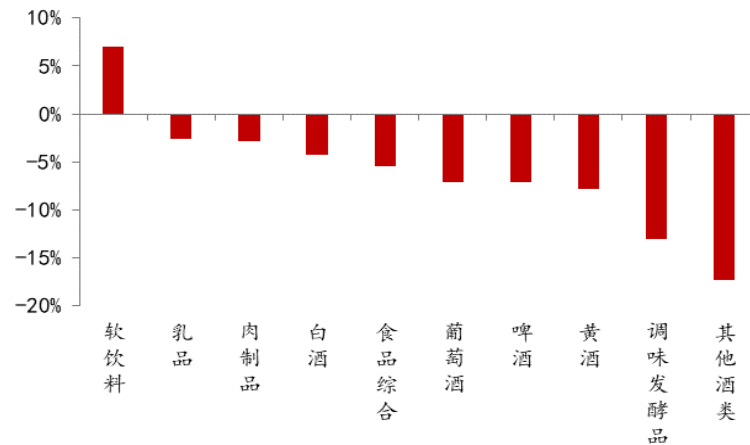
本报告由川财证券有限责任公司编制 谨请参阅尾页的重要声明

图 13: 一级行业月涨跌幅



资料来源: Wind, 川财证券研究所

图 14: 食品饮料细分行业月涨跌幅



资料来源: Wind, 川财证券研究所

图 15: 本月个股涨跌幅排名

| 股票名称 | 股票代码       | 收盘价 (元) | 月涨跌幅 (%) |
|------|------------|---------|----------|
| 涨幅前五 |            |         |          |
| ST加加 | 002650. SZ | 6.19    | 24.55%   |
| 西麦食品 | 002956. SZ | 28.33   | 18.54%   |
| 养元饮品 | 603156. SH | 26.95   | 18.20%   |
| 贝因美  | 002570. SZ | 5.24    | 12.69%   |
| 华文食品 | 003000. SZ | 14.62   | 11.77%   |
| 跌幅前五 |            |         |          |
| 日辰股份 | 603755. SH | 60.45   | -23.87%  |
| 中炬高新 | 600872. SH | 51.84   | -22.87%  |
| 巴比食品 | 605338. SH | 35.06   | -22.36%  |
| 水井坊  | 600779. SH | 69.98   | -22.16%  |
| 酒鬼酒  | 000799. SZ | 138.20  | -22.00%  |

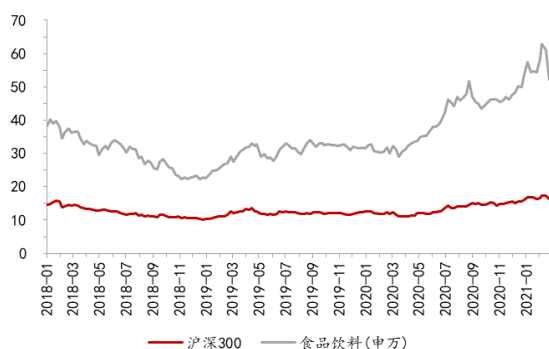
本报告由川财证券有限责任公司编制 谨请参阅尾页的重要声明

资料来源: Wind, 川财证券研究所

### 三、月度行业估值

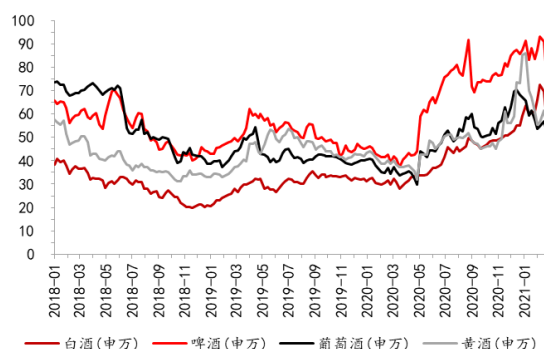
本月食品饮料行业估值水平有所下滑。2021 年 2 月 28 日, 食品饮料行业 PE 为 52.08 倍, 较 1 月 31 日下跌 4.44%; 白酒、啤酒、葡萄酒、黄酒细分行业估值分别为 58.54、77.63、53.16、56.49 倍, 分别较 1 月 31 日上涨-4.02%、-7.16%、-7.88%、-7.86%; 软饮料和乳制品分别为 26.38、39.39 倍, 分别较 1 月 31 日上涨-5.24%、-2.60%; 调味发酵品、肉制品、食品综合细分行业估值分别 53.12、24.92、30.61 倍, 分别较 1 月 31 日上涨-14.93%、-3.30%、-5.09%。

图 16: 食品饮料行业估值走势 PE (TTM, 周)



资料来源: Wind, 川财证券研究所

图 17: 酒类细分行业估值走势 PE (TTM, 周)



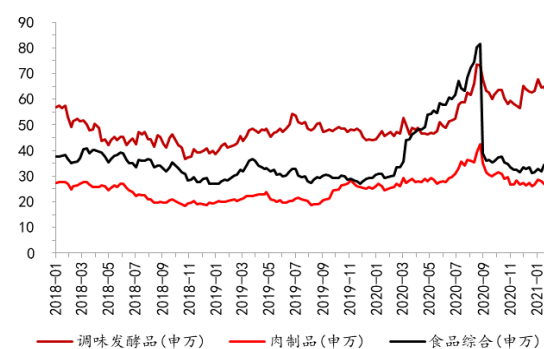
资料来源: Wind, 川财证券研究所

图 18: 软饮料、乳品估值走势 PE (TTM, 周)



资料来源: Wind, 川财证券研究所

图 19: 其他细分行业估值走势 PE (TTM, 周)

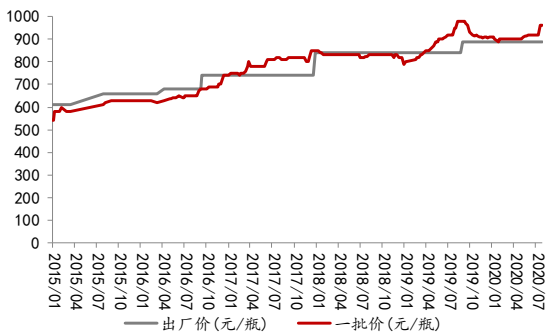


资料来源: Wind, 川财证券研究所

## 四、月度行业数据跟踪

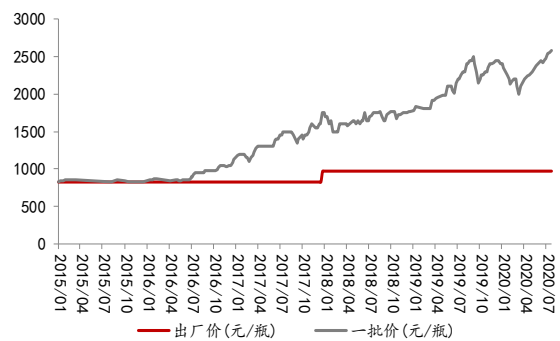
### 重点白酒价格走势

图 20： 五粮液出厂价、一批价走势



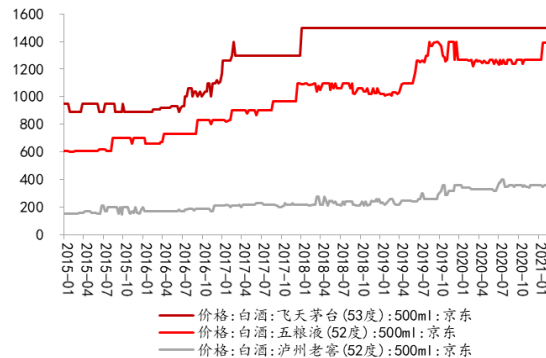
资料来源：Wind，川财证券研究所

图 21： 贵州茅台出厂价、一批价走势



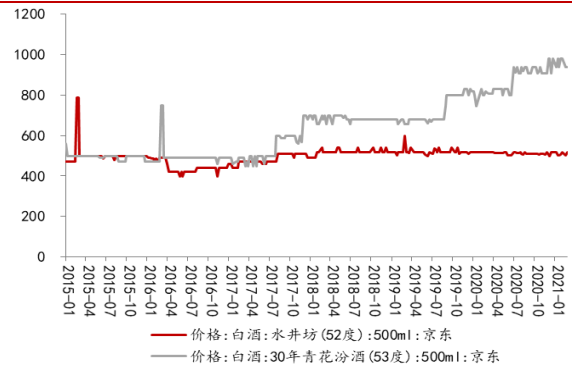
资料来源：Wind，川财证券研究所

图 22： 高端酒价格走势



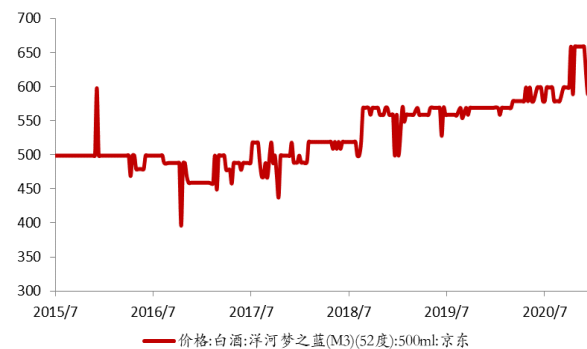
资料来源：Wind，川财证券研究所

图 23： 次高端酒价格走势



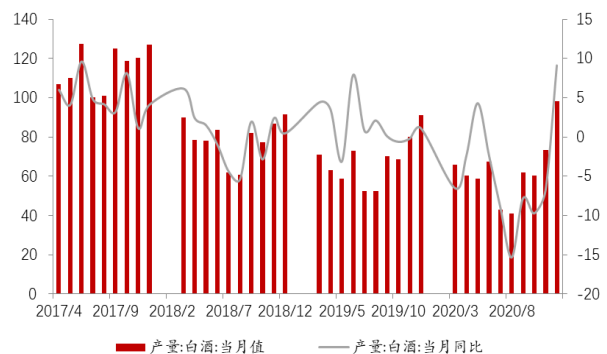
资料来源：Wind，川财证券研究所

图 24： 洋河梦之蓝(M3)价格走势



资料来源：Wind，川财证券研究所

图 25： 白酒月度产量及同比增速走势

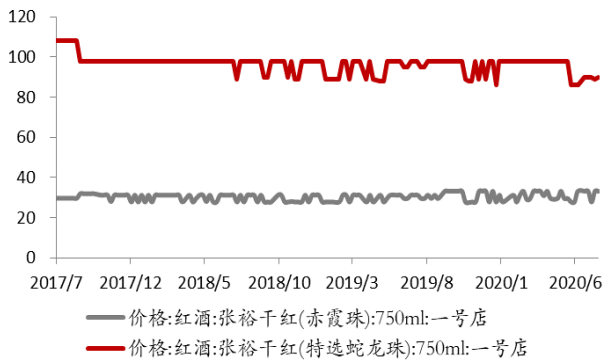


资料来源：Wind，川财证券研究所

本报告由川财证券有限责任公司编制 谨请参阅尾页的重要声明

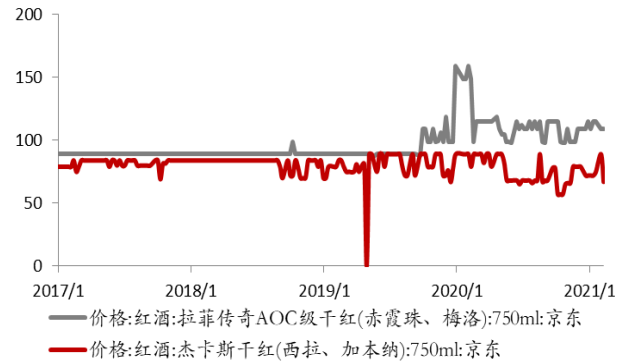
## 重点葡萄酒价格走势

图 26： 国产葡萄酒价格走势



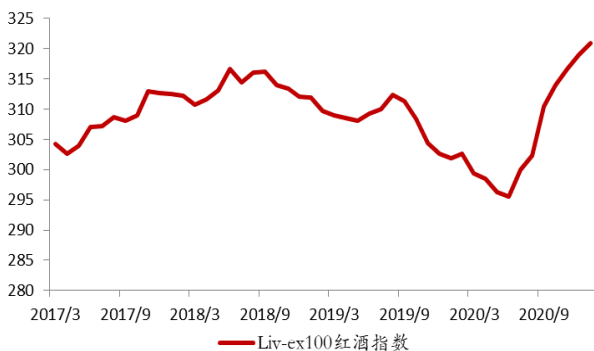
资料来源: Wind, 川财证券研究所

图 27： 海外葡萄酒价格走势



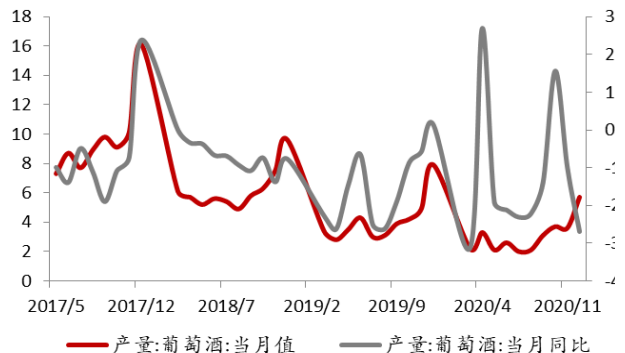
资料来源: Wind, 川财证券研究所

图 28： Liv-ex100 红酒指数走势



资料来源: Wind, 川财证券研究所

图 29： 葡萄酒月度产量及同比增速走势



资料来源: Wind, 川财证券研究所

## 重点啤酒价格走势

图 30： 海外啤酒零售价走势

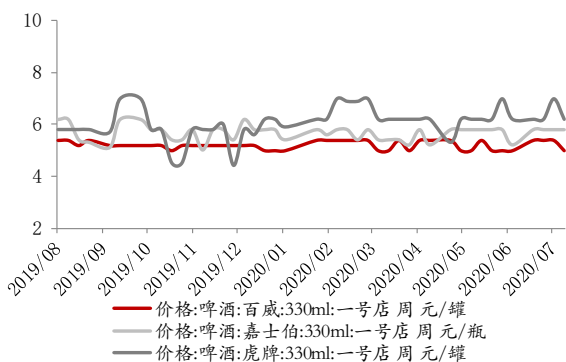
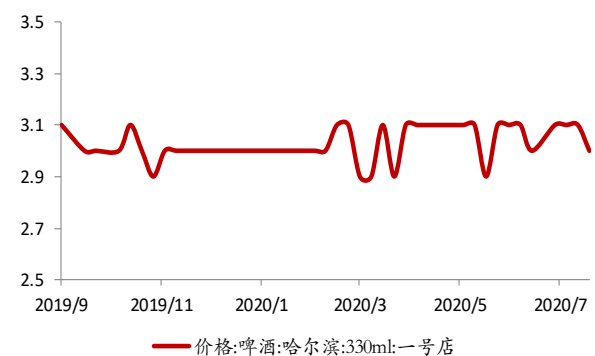


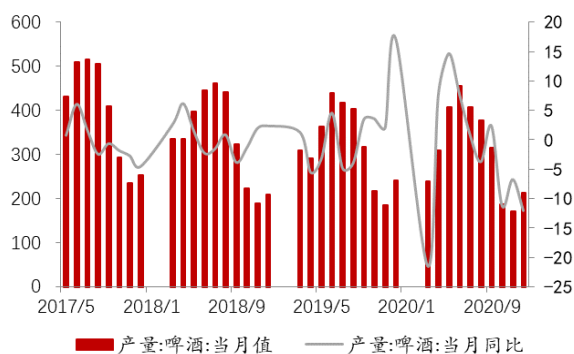
图 31： 国产啤酒零售价走势



本报告由川财证券有限责任公司编制 谨请参阅尾页的重要声明

资料来源: Wind, 川财证券研究所

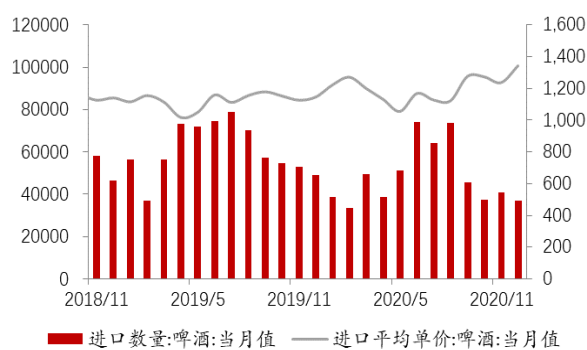
图 32: 啤酒月度产量及同比增速走势



资料来源: Wind, 川财证券研究所

资料来源: Wind, 川财证券研究所

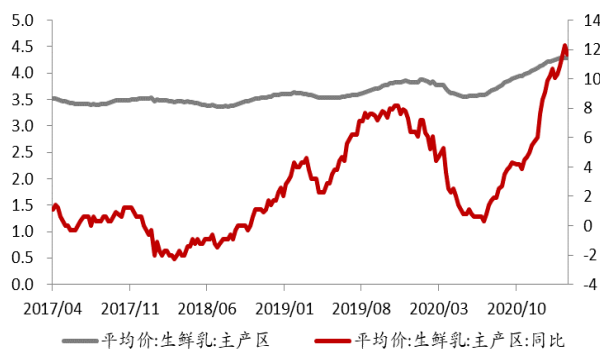
图 33: 啤酒月度进口量及进口平均单价走势



资料来源: Wind, 川财证券研究所

## 重点乳品价格走势

图 34: 生鲜乳均价及同比增速走势



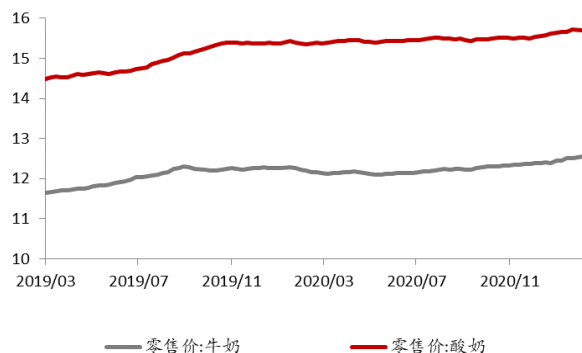
资料来源: Wind, 川财证券研究所

图 35: 芝加哥牛奶现货价走势



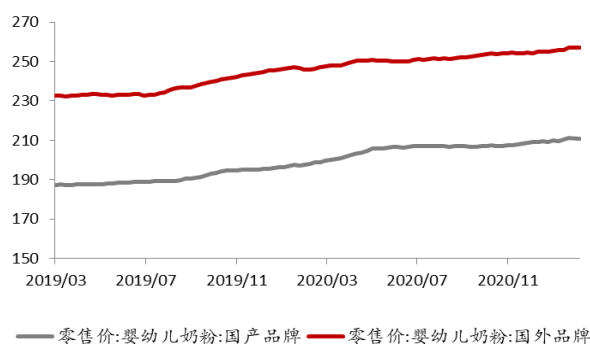
资料来源: Wind, 川财证券研究所

图 36: 牛奶及酸奶零售价走势



资料来源: Wind, 川财证券研究所

图 37: 婴幼儿奶粉零售价走势



资料来源: Wind, 川财证券研究所

本报告由川财证券有限责任公司编制 谨请参阅尾页的重要声明

## 五、月度行业动态

表格 2. 本月食品饮料行业资讯

| 行业要闻                       | 主要内容                                                                                                                                                                                                                          |
|----------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 华润啤酒旧改项目规划更新               | 3月25日,宝安区城市更新和土地整备局发布关于《宝安区新安街道雪花啤酒片区城市更新单元规划》的公告。该项目更新单元用地面积19.70万平方米,开发建设用地面积13.34万平方米(不含移交政府新型产业用地),规划容积87.32万平方米(不含移交政府新型产业用地规划容积)。                                                                                       |
| 内参酒推进与徐记海鲜战略合作             | 3月27日下午,徐记海鲜走进深圳暨湖南省招商引资政策推介会在深圳召开。内参酒成为晚宴上白酒品类唯一指定用酒。此前,徐记海鲜就已与酒鬼酒·内参达成战略合作,本次赞助用酒不仅标志着双方合作已进入了实质性落地的关键阶段,也是其拓宽广东市场战略之举。                                                                                                     |
| 两会代表:“中国白酒老作坊”申遗;改进浓香型白酒标准 | 3月5日,全国人大代表、古井集团董事长梁金辉建议,加强中国白酒文化遗产与知识产权保护,以“中国白酒老作坊”名义联合申报世界文化遗产。他认为,一是推动中国白酒文化遗产申报世界文化遗产名录的工作;二是制定工业遗产针对性保护体系;三是对知识产权违法行为严正处罚。全国人大代表,辽宁省白酒工业协会会长、辽宁三沟酒业有限责任公司董事长兼总经理吴京耕提议,浓香型白酒标准中应对“己酸乙酯”与“总酯”两项指标合并计算,标准修改后,将有利于我国低度白酒发展。 |
| 西凤酒4月起停止所有OEM要货计划          | 近日,陕西西凤酒品牌运营有限公司发布通知,经公司研究决定,现对OEM产品要货计划截止至2021年3月底,4月1日起将停止所有OEM要货计划。                                                                                                                                                        |
| 李小刚从泸州老窖离职                 | 3月5日,云酒头条获悉,泸州老窖销售公司党委书记、常务副总经理李小刚,已因身体原因从泸州老窖离职。                                                                                                                                                                             |
| 古窖酒业100%股权以1.54亿被收购        | 全国产权行业信息化综合服务平台日前发布公告,贵州省仁怀市茅台镇古窖酒业有限公司100%股权及债权捆绑联合转让已于2021年2月20日成交,成交价格为1.54亿元。本次转让由四川富润志合投资有限责任公司持有的古窖酒业84.41%股权及债权,与成都富润财富股权投资基金合伙企业(有限合伙)持有的古窖酒业15.60%股权及债权联合捆绑转让,收购方信息暂未显示。                                             |
| 夜郎古酒业计划未来3-5年上市            | 3月5日,有市场消息称,贵州省仁怀市茅台镇夜郎古酒业股份有限公司计划未来3-5年上市,目前前期尽调已由中信证券完成。该公司现有经销商651家,产能5000吨/年,预计扩产后明年将达到1万吨/年。                                                                                                                             |
| 酒鬼酒馥郁荟深耕九大市场               | 3月3日,酒鬼酒官网显示,酒鬼酒“馥郁荟”围绕“厂商共建、打造厂商命运共同体”的规划,将继续深耕东北、华北、中原、华东、西南、长株潭、湘北、湘南、川陕大区市场,进一步加大C端运营创新的消费者动销投入,构建酒行、餐饮、超市的终端一体化氛围,将专卖店作为消费者BC联动的重要阵地,并将以“馥郁荟”为平台,不断加强线上线下融合。                                                             |
| 2月全国白酒批价上涨6.45%            | 3月3日,泸州市酒业发展促进局发布2月全国白酒价格指数走势分析。2月全国白酒商品批发价格定基指数为106.45,上涨6.45%。其中,名酒价格指数为107.75,上涨7.75%;地方酒价格指数为104.40,上涨4.40%;基酒价格指数为106.65,上涨6.65%。                                                                                        |

本报告由川财证券有限责任公司编制 谨请参阅尾页的重要声明

|                      |                                                                                                                                                                                                                      |
|----------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 宜宾首提长江“零公里”世界最优酿酒生态圈 | 宜宾市将做强资源整合平台，支持四川酒茶投资集团以“宜宾酒”产区品牌为牵引，实现整合优质酒资源破局，复苏二线白酒品牌，助力白酒产业规模扩张，整合 2-3 户白酒企业；推动招大引强，鼓励和支持永乐古窖酒业、六尺巷酒业、国美酒业、今良造酒业、叙府酒业等已有外来战略投资的白酒企业扩产能、提质量、创品牌、争市场，做强做大；围绕白酒产业链上下游短板和缺失环节，推动翠屏区、南溪区、叙州区等招引白酒上市企业、消费品龙头企业和战略大资本。 |
| 中国成韩国 1 月进口啤酒最大来源国   | 韩国关税厅 3 月 11 日消息，中国啤酒在韩国今年 1 月进口的啤酒中占比最大，为 31.9%（6836 吨）。其后依次为荷兰（4002 吨）、美国（1927 吨）、比利时（1334 吨）、波兰（1128 吨）、日本（1072 吨）和德国（1059 吨）。                                                                                    |
| 四川中国白酒金三角公司拟募资 4 亿   | 西南联合产权交易所显示，四川中国白酒金三角品牌运营发展股份有限公司（以下简称“金三角公司”）发布增资扩股计划，拟融资金额不超过 4 亿元，挂牌价格为 1 元/股，增资新股东股权占比 92%。首次挂牌起始日期为 2020 年 9 月 10 日，挂牌截止日期为 3 月 23 日。                                                                           |
| 2 月食品烟酒类价格同比上涨 0.3%  | 3 月 10 日，国家统计局数据显示，2 月全国工业生产者出厂价格同比上涨 1.7%，环比上涨 0.8%；工业生产者购进价格同比上涨 2.4%，环比上涨 1.2%。其中，酒、饮料及精制茶制造业环比上涨 0.4%，同比上涨 1.7%，1-2 月同比上涨 1.7%。                                                                                  |

资料来源：Wind，川财证券研究所

## 六、月度重要公告

表格 3. 本月食品饮料板块上市公司重要公告

| 上市公司  | 公司公告                                                                                                                                               |
|-------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 华宝股份  | 发布 2020 年年度报告，公司 2020 年度实现营业收入 20.94 亿元，较同期下降 4.16%；实现归属于上市公司股东的净利润 11.80 亿元，较同期下降 4.45%。                                                          |
| 晨光生物  | 发布 2021 年一季度业绩预告，预计公司一季度实现归属于上市公司股东的净利润 7200-8100 万元，同比增长 18.73%-33.57%。                                                                           |
| 日辰股份  | 发布 2021 年股票期权激励计划草案，拟向激励对象授予股票期权数量为 138.63 万份，约占总股本的 1.17%；预留 23.00 万分，约占总股本的 0.23%。本激励计划首次授予的激励对象共计 27 人，包括公司高级管理人员、中层管理人员及核心骨干人员，计划行权价格为 65 元/份。 |
| ST 椰岛 | 发布 2020 年年度报告，公司 2020 全年实现营业收入 11.80 亿元，同比下降 0.17%；实现归属于上市公司股东的净利润 0.24 亿元，扭亏为盈。                                                                   |
| 桃李面包  | 发布 2020 年年度报告，公司 2020 全年实现营业收入 59.63 亿元，同比增长 5.66%；实现归属于上市公司股东的净利润 8.83 亿元，同比增长 29.19%。                                                            |

|        |                                                                                                                                      |
|--------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 珠江啤酒   | 发布 2020 年年度报告, 公司 2020 全年实现营业收入 42.49 亿元, 同比增长 0.13%; 实现归属于上市公司股东的净利润 5.68 亿元, 同比增长 14.43%。                                          |
| ST 桂发祥 | 发布 2020 年年度报告, 公司 2020 全年实现营业收入 3.49 亿元, 同比下降 31.29%; 实现归属于上市公司股东的净利润 0.25 亿元, 同比下降 70.41%。                                          |
| 三只松鼠   | 披露 2020 年年度报告, 实现营业收入 97.94 亿元; 归属于上市公司股东的净利润 3.01 亿元, 同比增长 26.21%。                                                                  |
| 中炬高新   | 公司预计 2020 年营业收入为 51.23 亿元, 同比增长 9.59%; 归母净利润为 8.90 亿元, 同比增长 23.96%。                                                                  |
| 华统股份   | 拟以 6631 万元向西藏新好转让全资子公司长兴和平华统畜牧有限公司 100%股权和以 1.61 亿元向其转让全资子公司长兴华统畜牧有限公司 100%股权。                                                       |
| 上海梅林   | 公司全资子公司上海鼎牛饲料有限公司以人民币约 188 万元及 5143 万元分别向光明乳业股份有限公司全资子公司光明牧业有限公司协议转让上海鼎瀛农业有限公司 100%股权及大丰鼎盛农业有限公司 100%股权。                             |
| 有友食品   | 公司确定以 2021 年 3 月 15 日为首授予日, 向符合授予条件的 211 名激励对象授予 363.7 万股限制性股票, 授予价格为 8.64 元/股。                                                      |
| 香飘飘    | 公司于 2021 年 3 月 16 日接到持股 5%以上的股东安徽志周合道的通知, 获悉安徽志周合道已将其所持 980 万股质押给银河证券。安徽志周合道及其一致行动人目前累计质押公司股份 980 万股, 占合计所持股份的 3.08%, 占公司总股本的 2.35%。 |
| 光明乳业   | 召开董事会审议通过了非公开发行 A 股股票的相关预案, 拟募集资金规模不超过 19.30 亿元, 其中约 13.55 亿元用于四个奶牛养殖场的新建项目及一个育种场改扩建项目, 5.75 亿元用于补充流动资金。                             |
| ST 麦趣  | 公司 2020 年实现营收 8.75 亿元, 同比增加 30.55%; 归属于上市公司股东的净利润 5275.08 万元, 同比增加 175.94%。3 月 17 日, 公司向深交所提交撤销退市风险警示申请。                             |
| 天润乳业   | 公司发布 2020 年年报, 报告期内公司实现营收 17.68 亿元, 同比+8.67%; 实现归母净利润 1.47 亿元, 同比+5.62%。拟每股派现金红利 0.165 元(含税)。                                        |
| 山西汾酒   | 发布 2020 年度业绩快报, 数据显示 2020 年实现营业收入 139.96 亿元, 同比增长 17.69%; 实现归母净利润 31.06 亿元, 同比增长 57.75%。                                             |
| 西麦食品   | 发布《关于向激励对象授予限制性股票的公告》, 拟向符合限制性股票激励计划授予条件的 46 名激励对象, 授予 143.80 万股限制性股票, 占公司股本总额的 0.9125%, 授予价格为每股 13.08 元, 授予日为 2021 年 3 月 5 日。       |

|      |                                                                                                                              |
|------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 绝味食品 | 拟向符合限制性股票激励计划授予条件的 124 名激励对象，首次授予 599.8 万股限制性股票，占公司股本总额的 0.92%；预留 48.83 万股，占股本总额的 0.08%；授予价格为每股 41.46 元，授予日为 2021 年 3 月 8 日。 |
| 汤臣倍健 | 发布 2020 年年度报告，2020 年度实现营业收入 60.95 亿元，同比增长 15.83%；归母净利润 15.24 亿元，扭亏为盈。其中，线上业务增速较高，实现营收 12.07 亿元，同比增长 36.63%。                  |
| 惠发食品 | 发布 2020 年度业绩报告，数据显示 2020 年实现营业收入 14.09 亿元，同比增长 16.48%；实现归属于母公司净利润 0.23 亿元，同比增长 287.73%。                                      |
| 李子园  | 拟使用自有资金人民币 1.3 亿元投资建设李子园科创大楼，该项目将有利于强化公司综合竞争优势，增强技术研发水平，提升产品竞争力，促进公司业务的长远发展。                                                 |
| 老白干酒 | 公司位于河北省衡水市红旗南大街 113 号（南厂区）的土地将由衡水市土地储备中心收储，涉及资产净值为 6680.11 万元，补偿价款总计 2.74 亿元。                                                |

资料来源：Wind，川财证券研究所

## 风险提示

### 宏观经济增长持续低于预期

若宏观经济增速放缓，居民消费增长乏力，将对消费类板块上市公司业绩持续增长带来压力。

### 原料价格波动风险

气候变化、自然灾害、动物疫情等不可抗力因素导致的农作物、肉类、蔬菜、乳品等原材料价格波动，将侵蚀食品饮料板块上市公司盈利能力。

## 分析师声明

本人具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格并注册为证券分析师，以勤勉尽责的职业态度、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。本人薪酬的任何部分过去不曾与、现在不与、未来也不会与本报告中的具体推荐意见或观点直接或间接相关。

## 行业公司评级

证券投资评级：以研究员预测的报告发布之日起6个月内证券的绝对收益为分类标准。30%以上为买入评级；15%-30%为增持评级；-15%-15%为中性评级；-15%以下为减持评级。

行业投资评级：以研究员预测的报告发布之日起6个月内行业相对市场基准指数的收益为分类标准。30%以上为买入评级；15%-30%为增持评级；-15%-15%为中性评级；-15%以下为减持评级。

## 重要声明

本报告由川财证券有限责任公司（已具备中国证监会批复的证券投资咨询业务资格）制作。本报告仅供川财证券有限责任公司（以下简称“本公司”）客户使用。本公司不因接收人收到本报告而视其为客户，与本公司无直接业务协议关系的阅读者不是本公司客户，本公司不承担适当性职责。本报告在未经本公司公开披露或者同意披露前，系本公司机密材料，如非本公司客户接收到本报告，请及时退回并删除，并予以保密。

本报告基于本公司认为可靠的、已公开的信息编制，但本公司对该等信息的真实性、准确性及完整性不作任何保证。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。在不同时期，本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。同时，本报告所指的证券或投资标的的价格、价值及投资收入可能会波动。本公司不保证本报告所含信息保持在最新状态。对于本公司其他专业人士（包括但不限于销售人员、交易人员）根据不同假设、研究方法、即时动态信息及市场表现，发表的与本报告不一致的分析评论或交易观点，本公司没有义务向本报告所有接收者进行更新。本公司对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，投资者应当自行关注相应的更新或修改。

本公司力求报告内容客观、公正，但本报告所载的观点、结论和建议仅供投资者参考之用，并非作为购买或出售证券或其他投资标的的邀请或保证。该等观点、建议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客户私人投资建议。根据本公司《产品或服务风险等级评估管理办法》，上市公司价值相关研究报告风险等级为中低风险，宏观政策分析报告、行业研究分析报告、其他报告风险等级为低风险。本公司特此提示，投资者应当充分考虑自身特定状况，并完整理解和使用本报告内容，不应视本报告为做出投资决策的唯一因素，必要时应就法律、商业、财务、税收等方面咨询专业财务顾问的意见。本公司以往相关研究报告预测与分析的准确，也不预示与担保本报告及本公司今后相关研究报告的表现。对依据或者使用本报告及本公司其他相关研究报告所造成的一切后果，本公司及作者不承担任何法律责任。

本公司及作者在自身所知情的范围内，与本报告所指的证券或投资标的不存在法律禁止的利害关系。投资者应当充分考虑到本公司及作者可能存在影响本报告观点客观性的潜在利益冲突。在法律许可的情况下，本公司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头寸并进行交易，也可能为之提供或者争取提供投资银行、财务顾问或者金融产品等相关服务。本公司的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。

对于本报告可能附带的其它网站地址或超级链接，本公司不对其内容负责，链接内容不构成本报告的任何部分，仅为方便客户查阅所用，浏览这些网站可能产生的费用和风险由使用者自行承担。

本公司关于本报告的提示（包括但不限于本公司工作人员通过电话、短信、邮件、微信、微博、博客、QQ、视频网站、百度官方贴吧、论坛、BBS）仅为研究观点的简要沟通，投资者对本报告的参考使用须以本报告的完整版本为准。

本报告版权仅为本公司所有。未经本公司书面许可，任何机构或个人不得以翻版、复制、发表、引用或再次分发他人等任何形式侵犯本公司版权。如征得本公司同意进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“川财证券研究所”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节和修改。如未经川财证券授权，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。本公司保留追究相关责任的权利。所有本报告中使用的商标、服务标记及标记均为本公司的商标、服务标记及标记。

本提示在任何情况下均不能取代您的投资判断，不会降低相关产品或服务的固有风险，既不构成本公司及相关从业人员对您投资本金不受损失的任何保证，也不构成本公司及相关从业人员对您投资收益的任何保证，与金融产品或服务相关的投资风险、履约责任以及费用等将由您自行承担。

本公司具有中国证监会核准的“证券投资咨询”业务资格，经营许可证编号为：000000029399

本报告由川财证券有限责任公司编制 谨请参阅本页的重要声明 C0004