

酱酒延续强劲增长 关注业绩验证下的投资机会

——食品饮料



申港证券
SHENGANG SECURITIES

投资摘要：

上周截止4月16日收盘，食品饮料指数周涨幅为1.48%，领先于沪深300的周涨幅-1.37%，周涨跌幅在申万28个一级行业中排名为第3名。年初至今申万一级行业上涨12个，下跌16个。食品饮料行业年涨跌幅为-5.77%，位列28个一级行业第21位。食品饮料当前行业PE(TTM)49.62，处于历史高位。子板块周涨幅：白酒(2.56%)、啤酒(3.34%)、黄酒(4.40%)、葡萄酒(3.74%)、其他酒类(3.54%)、软饮料(2.72%)、肉制品(0.05%)、调味发酵品(-2.82%)、乳品(-1.88%)、食品综合(-0.34%)。

- ◆ 周涨跌幅前五名为水井坊、伊力特、青青稞酒、金徽酒、ST舍得；
- ◆ 周涨跌幅后五名为妙可蓝多、盐津铺子、汤臣倍健、涪陵榨菜、甘源食品。

每周一谈：酱酒延续强劲增长 关注业绩验证下的投资机会

第四届贵州白酒企业发展圆桌会议召开，2020年贵州省白酒产业以占全行业3.5%的产量、实现40%以上的利润。

酱酒骨干企业21Q1维持强劲增长，酱酒替代成为行业驱动因素。2021Q1贵州白酒产业增加值同比增长23.9%，习酒、国台、金沙、珍酒销售收入分别增长38.96%、309%、285%、207%，维持强劲发展。

今世缘20年报发布，营收及产品结构维持边际改善。全年营收、归母净利润达到51.2、15.7亿元，同比增长5.12%、7.46%，略微超出前期业绩预告。20Q4营收、归母净利润增速较Q3环比提高1.25、21.58pcts。

- ◆ 从产品结构看，以V系、开系为主体的特A+类全年同比增长13.00%，占比在前三季度56%基础上提高到60.4%。其中Q4增速较单Q3增速37.6%放缓，预计是在同期高基数和四开换代等影响下自然放缓。
- ◆ 省内市场增长4.97%，省外同比增长6.17%，省外占比提高到6.45%。
- ◆ 渠道基础进一步夯实，省外招商活跃。全年省内经销商增加70个，省外增加123个。省内市场深入精耕，从团购到细化终端管理。省外规划建设战略板块市场和重点市场；市县区互动布局开发，实行聚焦和差异化投入。
- ◆ 2021年目标合理，国缘处于旺销期、V系加速培育，团购渠道优势仍有进一步收割空间，未来增长看点在于省内结构升级与区域扩张、省外半开放市场次高端龙头的突破。21年公司规划产品提升及省外突破的四大战役，在21Q1渠道反馈高增长情况下，全年目标实现可期。

顺鑫农业业绩受地产亏损拖累、疫情影响大众酒消费。20年营收、归母净利润分别实现155.11亿、4.20亿，同比增长4.10%、下降48.10%。白酒收入分别101.85，下滑1.01%。

- ◆ 分产品看，高端、中端、低端增速为-12.68%、11.62%、-1.52%，以珍品为代表的出厂价格10-50元的中端酒增长较好。白酒吨价同比提高2.95%。
- ◆ 全年外埠市场收入占比超80%，全国化市场格局全面形成。
- ◆ 产品线完成30-200价格带布局，公司产品系列中以珍品牛系列在30-50元价格带发力、以Z20系列在60-70元价格带竞争、推出百年牛栏山40、70等系列产品以高打低布局100元以上高线光瓶酒。
- ◆ 全国化向纵深发展，深耕京津冀、长三角、珠三角三大战略发展区，打造1+4+N市场，培育10个以上的外埠重点样板市场。2020年末公司经销商400家，增加11家，均为京外经销商。继续推进深分销市场策略，渠道进一步下沉，农村村头店、城郊社区店的渗透率不断提高。
- ◆ 光瓶酒赛道扩容和价格升级仍将持续，公司过亿元省份超过25个，拥有全国化渠道和成本优势，深度全国化和导入更高价位产品将提升盈利水平。

投资策略：3月中旬以来板块延续反弹，4月份业绩披露期基本面预期逐步验证，业绩超预期个股有望延续反弹。首推确定性高并有望超预期的高端白酒贵敬请参阅最后一页免责声明

评级

增持(调高)

2021年04月18日

曹旭特

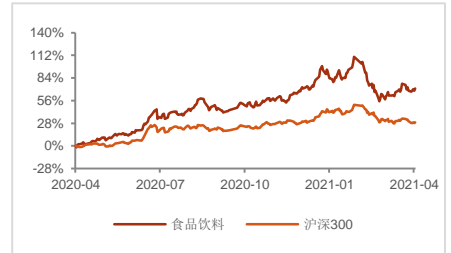
分析师

SAC 执业证书编号：S1660519040001

行业基本资料

股票家数	115
行业平均市盈率	51.38
市场平均市盈率	21.33

行业表现走势图



资料来源：申港证券研究所

- 1、《食品饮料行业研究周报：旺季价格提升 行业基本面维持上行》2021-03-28
- 2、《食品饮料行业点评：白酒回调后重归优质资产》2021-03-19
- 3、《食品饮料行业研究周报：酱酒延续快速崛起 白酒春节动销旺盛》2021-02-22

州茅台、五粮液、泸州老窖，建议关注有估值性价比和成长性好的标的迎驾贡酒、洋河股份、口子窖、酒鬼酒。

风险提示：疫情扩散限制消费场景；价格管理及销售不及预期；流动性收紧

1. 每周一谈：酱酒延续强劲增长 关注业绩验证下的投资机会

第四届贵州白酒企业发展圆桌会议召开,2020年贵州省白酒产业完成销售收入1221亿元、利润总额719.4亿元, 占全省工业经济的13.4%、68.1%, 以占全行业3.5%的产量、实现40%以上的利润。

贵州规划到2025年, 形成“龙头领军企业+优势骨干企业+快速成长企业”的雁阵企业群, 包括三点: 一是力争2025年将茅台集团打造成为世界500强企业。二是将习酒培育打造为200亿元级企业, 将国台、金沙、珍酒培育打造为100亿元级企业, 将董酒、钓鱼台培育打造为50亿元级企业, 推动实现骨干企业规模实力翻一番。三是推进一批企业上市, 推动实现成长企业挂牌上市增数量, 形成百亿产值、千亿市值的企业梯队, 同时推动其他中小企业走专精特新之路。

酱酒骨干企业21Q1维持强劲增长, 酱酒替代成为行业驱动因素。2021Q1贵州白酒产业增加值同比增长23.9%, 习酒、国台、金沙、珍酒销售收入分别增长38.96%、309%、285%、207%, 维持强劲发展。在行业收入同比缓慢增长情况下, 酱酒高增来源于对浓香等香型的替代。

表1: 近三年酱酒产能、收入及利润情况

酱酒数据	产能 (万千升)	同比增长	行业占比	销售收入 (亿元)	同比增长	产业占比	销售利润 (亿元)	同比增长	产业占比
2020年	60	9%	8%	1550	14%	26%	630	14.5%	39.7%
2019年	55	略有增长	7%	1350	22.7%	20%	550	22%	38%
2018年	50-60	-	4%	1100	-	20%	430-440	-	35%

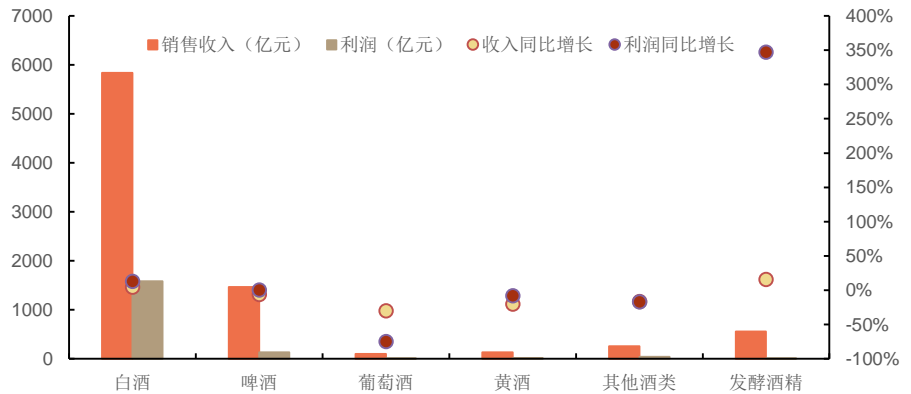
资料来源: 2020-2021年中国酱酒产业发展报告、申港证券研究所

表2: 酱酒行业主要酒企规模快速增长

阵营	企业	主要产品	2020年预计营收规模
酱酒巨头	贵州茅台	飞天、王子、汉酱、赖茅	940
大牌企业	郎酒	红花郎、青花郎	100
	习酒	窖藏	103
二线代表	国台	国标、年份	45
	金沙	摘要	27.3
	珍酒	珍酒珍15	20
	钓鱼台	国宾、贵宾	20
	仁怀以外酒企	广西丹泉	洞藏
	酣客公社	酣客	10
	湖南武陵	上酱	5
	山东云门		4

资料来源: 公司公告、招股说明书、酒媒、申港证券研究所

图1：2020年白酒行业收入和利润增长4.61%、13.35%



资料来源：wind、申港证券研究所

今世缘 20 年报发布，营收及产品结构维持边际改善。公司公布 20 年报，全年营收、归母净利润达到 51.2、15.7 亿元，同比增长 5.12%、7.46%，略微超出前期业绩预告。20Q4 营收、归母净利润在 9.27、2.56 亿元，同比增长 22.24%、54.28%，增速较 Q3 环比提高 1.25、21.58pcts。

- 从产品结构看，以 V 系、开系为主体的特 A+ 类全年同比增长 13.00%，较 1-9 月份的增速 10.98% 进一步提高，占比在前三季度 56% 基础上提高到 60.4%。其中 Q4 增长 24.36%，增速较单 Q3 增速 37.6% 放缓，预计是在同期高基数和四开换代等影响下自然放缓。
- 分区域看，省内市场增长 4.97%，淮海与苏中大区同比增速 15.61%、9.39%，领先其他市场，省外同比增长 6.17%，省外占比提高到 6.45%。
- 渠道基础进一步夯实，省外招商活跃。经销商数量 948，全年省内经销商增加 70 个，省外增加 123 个。省内市场深入精耕，从团购到细化终端管理，分区域分客户分渠道细化制定分阶提升计划。省外市场尚处于开发期，规划建设战略板块市场和重点市场；市县区互动布局开发，实行聚焦和差异化投入。
- 2021 年营收目标 59 亿元，争取 66 亿元；净利润目标 18 亿元，争取 19 亿元。基础目标分别同比增长 15.23%、14.65%，争取目标同比增长 28.9%、21.0%。公司处于快速上升通道中，国缘处于旺销期、V 系加速培育，团购渠道优势仍有进一步收割空间，未来增长看点在于省内结构升级与区域扩张、省外半开放市场次高端龙头的突破。21 年公司规划产品提升及省外突破的四大战役，在 21Q1 渠道反馈高增长情况下，全年目标实现可期。

顺鑫农业业绩受地产亏损拖累、疫情影响大众酒消费。20 年营收、归母净利润分别实现 155.11 亿、4.20 亿，同比增长 4.10%、下降 48.10%。Q4 营收下降 19%、归母净利润下降 109%。白酒、猪产业、地产收入分别为 101.85、46.37、5.59 亿元，猪肉产业同比提升 30.26%，白酒和地产下滑 1.01%、39.64%。

- 白酒业务分产品看，高端、中端、低端营收增速分别为 -12.68%、11.62%、-1.52%，以珍品为代表的出厂价格 10-50 元的中端酒增长较好。白酒销量 69.01 万千升、同比下降 3.85%，吨价同比提高 2.95%。疫情影响餐饮场景，50 元以上及 10 元以下产品出现下滑，珍品等处于导入期表现较好，白酒净利润下滑预计在 20%

以上。

- ◆ 分市场看，包括北京在内的北方部分市场降幅较大，东南沿海和中部地区稳中有增，西南地区基数相对较小增幅明显。全年外埠市场收入占比超 80%，全国化市场格局全面形成。
- ◆ 产品线完成 30-200 价格带布局，公司产品系列中以珍品牛系列在 30-50 元价格带发力、以 Z20 系列在 60-70 元价格带竞争、推出百年牛栏山 40、70 等系列产品以高打低布局 100 元以上高线光瓶酒。
- ◆ 全国化向纵深发展，深耕京津冀、长三角、珠三角三大战略发展区，打造 1+4+N 市场，培育 10 个以上的外埠重点样板市场。2020 年末公司经销商 400 家，增加 11 家，均为京外经销商。继续推进深分销市场策略，渠道进一步下沉，农村村头店、城郊社区店的渗透率不断提高。
- ◆ 光瓶酒赛道扩容和价格升级仍将持续，公司过亿元省份超过 25 个，拥有全国化渠道和成本优势，深度全国化和导入更高价位产品将带动盈利进一步提升。

本周，在年报及季报预告密集披露提振下，白酒板块延续反弹，其中水井坊、伊力特、金徽酒、ST 舍得涨幅居前，分别达到 43.80%、27.38%、17.71%、15.49%，显示短期板块风格更关注公司业绩验证度，超预期中小市值个股关注度有望提升。

投资策略：3 月中旬以来板块延续反弹，4 月份业绩披露期基本面预期逐步验证，业绩超预期个股有望延续反弹。首推确定性强并有望超预期的高端白酒贵州茅台、五粮液、泸州老窖，建议关注有估值性价比和成长性好的标的迎驾贡酒、洋河股份、口子窖、酒鬼酒。

风险提示：

- 1、流动性收紧风险
- 2、高端酒价格下滑打压行业
- 3、行业政策和监管风险

2. 本周食品饮料行情回顾

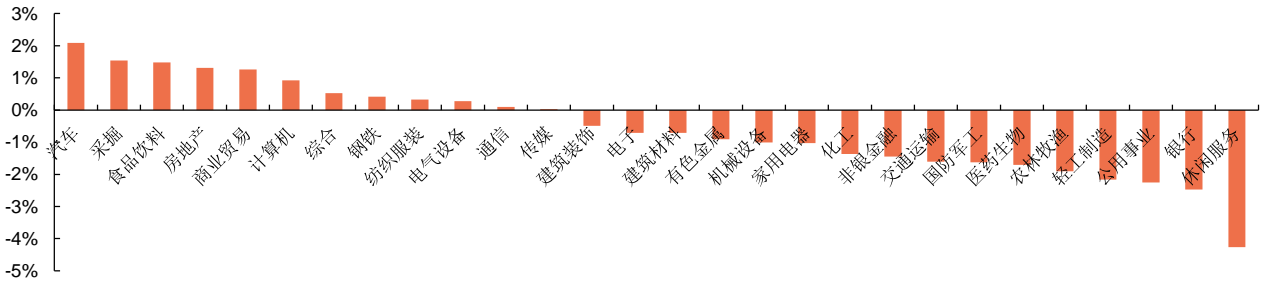
本周食品饮料指数周涨幅为 1.48%，领先于沪深 300 的周涨幅 -1.37%，在申万一级行业涨跌幅排名为第 3 名。子板块周涨幅：白酒（2.56%）、啤酒（3.34%）、黄酒（4.40%）、葡萄酒（3.74%）、其他酒类（3.54%）、软饮料（2.72%）、肉制品（0.05%）、调味发酵品（-2.82%）、乳品（-1.88%）、食品综合（-0.34%）。

周涨跌幅前五名分别为水井坊、伊力特、青青稞酒、金徽酒、ST 舍得；周涨跌幅后五名分别为妙可蓝多、盐津铺子、汤臣倍健、涪陵榨菜、甘源食品。

年初至今申万一级行业上涨 12 个，下跌 16 个。食品饮料行业年涨跌幅为 -5.77%，位列 28 个一级行业第 21 位。子板块今年以来涨幅：白酒（-3.62%）、啤酒（-5.47%）、黄酒（-31.48%）、葡萄酒（-14.35%）、其他酒类（4.94%）、软饮料（-5.66%）、肉制品（-15.27%）、调味发酵品（-17.91%）、乳品（-9.50%）、食品综合（-2.64%）。

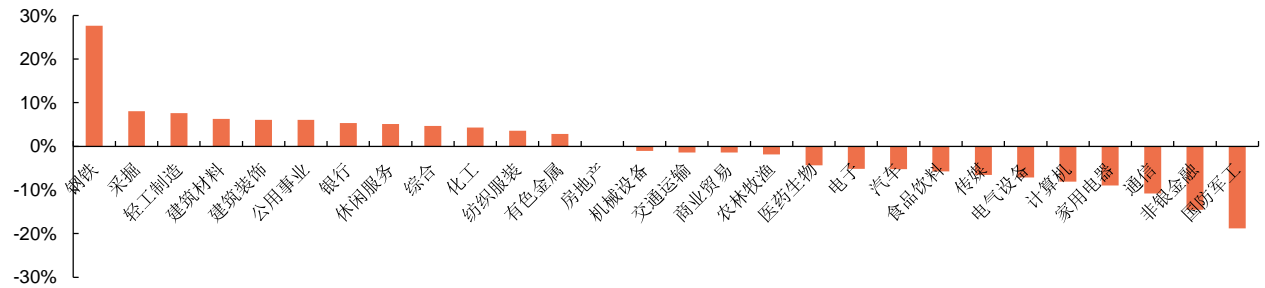
食品饮料当前行业PE (TTM) 49.62, 处于历史高位。

图2: 申万一级行业周涨跌幅对比



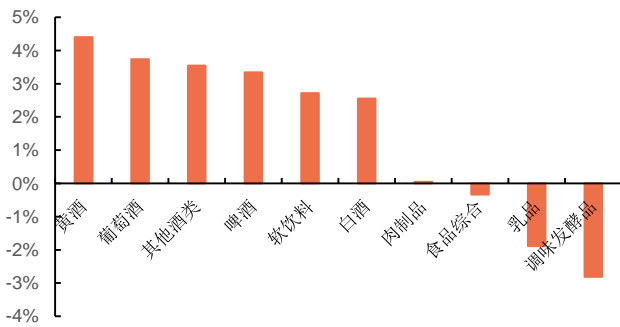
资料来源: wind、申港证券研究所

图3: 申万一级行业年初至今涨跌幅对比



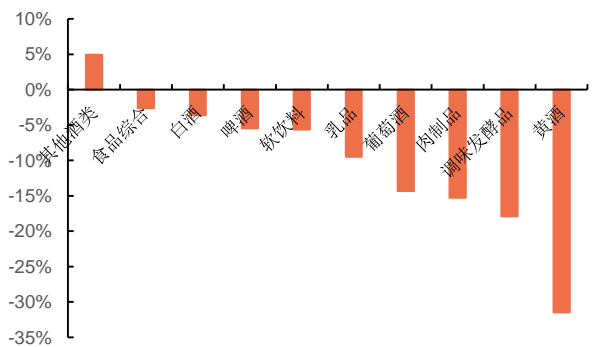
资料来源: wind、申港证券研究所

图4: 申万食品饮料子板块周涨跌幅



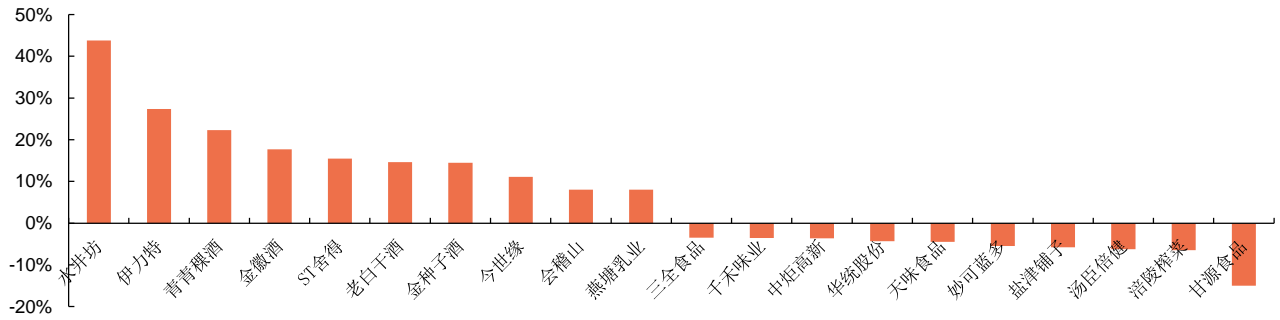
资料来源: wind、申港证券研究所

图5: 申万食品饮料子板块年初至今涨跌幅



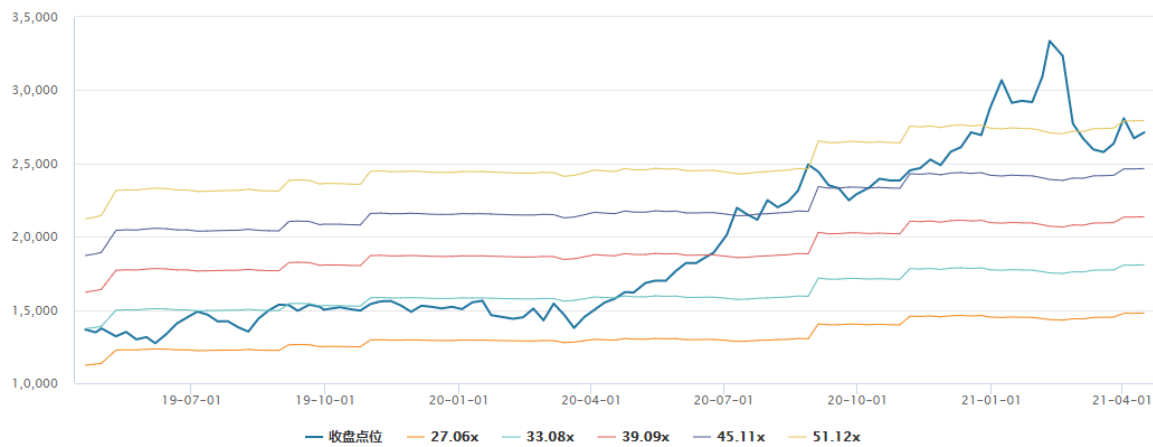
资料来源: wind、申港证券研究所

图6: 食品饮料周涨跌幅前后十名公司



资料来源: wind、申港证券研究所

图7: 食品饮料行业估值水平



资料来源: wind、申港证券研究所

3. 行业新闻与公司动态

3.1 行业新闻

【茅台镇发布“十四五”规划】

4月11日, 茅台镇发布十四五规划, 规划显示坚持“工业强镇”战略地位不动摇, 突出白酒产业发展首位度, 巩固扩大世界酱香白酒产业基地核心区内涵及影响。倾力服务茅台集团发展, 做好茅台酒“十四五”技改扩能配套建设项目; 竭力扶持酒企规范发展, 全力服务国台、劲牌、钓鱼台、夜郎古、金酱等规模企业, 采取“招商引资、兼并重组、市场竞争”等方式规划企业发展; 推动酒旅融合纵深发展, 持续办好中国酱香酒节、嗨翻茅台等系列文旅活动。

【一季度酿酒总产量增长32.62%】

2021年1-3月, 全国酿酒产业规模以上企业完成酿酒总产量1304.54万千升, 同比增长32.62%。其中1-3月, 白酒产量201.36万千升, 同比增长22.46%; 啤酒产量821.99万千升, 同比增长50.66%; 葡萄酒产量8.42万千升, 同比增长46.46%; 发酵酒精产量202.45万千升, 同比下降8.38%。

【川酒2020年营收2849.7亿元】

四川日报4月15日报道，2020年四川白酒产业以全国35.3%的规上酒企，实现全国49.6%的产量，完成全国48.8%的白酒营业收入。相关数据显示，2020年1-12月，四川白酒规上企业累计生产白酒367.6万千升，同比增长0.7%；完成营业收入2849.7亿元，同比增长7.9%；实现利润总额529.1亿元，同比增长18.2%。

【贵州白酒1-2月完成产值236.44亿元】

4月16日，贵州省工信厅党组副书记、副厅长敖鸿在2021贵州白酒企业发展圆桌会议上表示，“在今年1-2月，贵州白酒产业完成产值236.44亿元，增加值216.33亿元，同比增长21.2%，继续保持强劲发展势头。”

3.2 重点公司动态

【泸州老窖特曲60版调价】

4月12日，泸州老窖怀旧酒类营销有限公司下发了《关于调整特曲60版价格的通知》，通知表示，自2021年4月12日起，52度500ML泸州老窖特曲60版结算价上调30/瓶，计划内配额暂按原价格执行。

【泸州老窖窖龄酒调价】

4月16日，泸州老窖窖龄酒类销售股份有限公司成都片区下发通知，自2021年5月20日起，38度百年泸州老窖窖龄30年计划内/计划外终端供货价上涨10元/瓶；52度百年泸州老窖窖龄30年计划内/外终端供货价上涨10元/瓶。

同日，泸州老窖博大酒业营销有限公司发布《关于泸州老窖头曲(2015版)停止投放河南市场的通知》表示，自2021年5月1日起，泸州老窖头曲(2015版)产品停止投放河南市场。

【青花郎大幅度调减投放】

4月13日，四川古蔺郎酒销售有限公司下发《关于青花郎事业部4、5月发货配额及调减部分经销商计划的通知》，对二季度53度青花郎、53度红花郎(15)、53度红花郎(10)计划与配额安排如下：

一、4月按审定发货配额严格执行，5月发货配额按4月的发货配额减半执行，不接受配额外发货申请。

二、根据市场工作综合推进情况并评估，对32家经销商调减年度合同计划，其中9家调减年度计划的30%，23家调减年度计划的50%。

【保乐力加染酱】

4月21日肆拾玖坊将在北京国家会议中心举行“产业互联众创之光——肆拾玖坊A轮融资发布会暨人民创意战略签约仪式”。据了解，肆拾玖坊A轮融资的投资机构为凯辉基金与全球酒业巨头保乐力加旗下的创享欢聚投资。资料显示，肆拾玖坊是一家位于贵州茅台镇核心产区的酱香型白酒企业，其核心商业模式以新零售为主，目

前营收已超过10亿。

【酒鬼酒湘泉系列产品停货】

4月14日，酒鬼酒供销有限责任公司发布《关于部分湘泉产品停止供货的通知》，通知显示，自2021年5月1日起，42度500ml湘泉酒（乡恋）、42度500ml湘泉酒（城事）、42度500ml湘泉酒（红陶）、42度500ml湘泉酒（黄陶）、42度500ml湘泉酒（紫陶）停止供货，停止供货后，公司不再接受该产品订单。在2020年7月，酒鬼酒公司将54度500mL湘泉酒（简优）停产。

【茅台集团：力争年底全面停用集团LOGO】

茅台时空公众号发布消息，自茅台集团实行“双十”“双五”品牌规划以来，共缩减品牌170余个、产品2300余款。2021年，茅台集团围绕打造世界500强企业的目标，对子公司的管控又有了新的标准。集团正督促子公司制定2021年品牌瘦身规划，打造大单品，逐步淘汰业绩低下的品牌，控制品牌产品数量，鼓励子公司培育自主知识产权品牌，力争2021年底前全面完成停用集团LOGO工作。

【金沙摘要酒、纪年酒价格体系调整】

4月14日，贵州金沙酒业销售有限公司发布《关于调整摘要酒、纪年酒系列产品价格体系的通知》。

其中，摘要系列产品方面，2021年10月1日起珍品版摘要酒价格在现有基础上涨100元/瓶；摘要系列及摘要专属产品根据珍品版摘要酒价格在原价格体系上同比上涨；2021年10月1日前按照月度摘要配额执行原价格，10月1日起执行上涨后价格。

而纪年酒系列产品方面，第二代纪年酒系列产品（金沙回沙酒1930、1951、1957、1963、1985）价格在现有基础上涨10%-30%；新签纪年酒经销商提货发二代产品，按上涨后价格执行；老经销商待老版产品按原价格体系发完后发二代产品，二代产品按上涨后价格执行。

【舍得酒业推出遂州特曲和头曲新品】

近日，舍得酒业在遂宁、射洪两地分别召开遂州酒上市发布会。会上，舍得酒业负责人宣布全新包装遂州酒分别在遂宁、射洪隆重上市。全新遂州酒分为盒装“遂州特曲”、光瓶酒“遂州头曲”，两款产品均定位民酒，以超高性价比剑指川中白酒消费市场。

【金种子新品“柔和大师”上市】

4月16日，以“聚合力、齐亮剑、勇争先”为主题的金种子老品事业部2021年度营销工作会议暨“柔和大师”上市发布会在阜阳举行。“柔和大师”系列的推出，不仅是对柔和产品的包装升级、品质升级，更是对柔和品牌品质的提升。“柔和大师”延续了柔和种子酒的“首创柔和，柔和型白酒开创者”、“口感绵柔无比”、“酒体纯净”、“连续畅销16年”的独特优势，又在新时期赋予了“全程大师酿造”、“老酒多更柔和”品质内涵。

4. 公司公告

【2020年华致酒行营收超49.41亿】

4月12日，华致酒行发布2020年业绩报告。2020年华致酒行实现营业收入49.41亿元，同比增长32.20%；净利润3.73亿元，同比增长16.82%。

2021年一季度业绩预告，华致酒行报告期内净利润预计同比增幅高达90.23%-110.68%，预计获得盈利在1.86亿元-2.06亿元之间。

【牛栏山2020年营收约达到101亿元】

4月13日，顺鑫农业发布2020年年度报告，报告期内公司实现营收150.11亿元，同比增长4.10%；实现归属于上市公司股东净利润4.20亿元，比上年同期减少48.10%。

白酒产业占到顺鑫总体营业收入65.66%，2020年白酒产业实现营业收入101.85亿元，同比去年减少1.01%，而白酒产业的业绩基本由牛栏山品牌贡献。

【怡亚通2020年掘金酱酒近9亿】

4月13日，深圳市怡亚通供应链股份有限公司发布2020年年度报告，实现总营收681.2亿元，较去年同期减少5.17%；实现净利润1.23亿元，较去年同期增加36.94%。酒饮运营实现8.7亿元的销售，酒饮主要聚焦在酱香型白酒。

【豫园股份一季度净利润预计大增超69%】

4月13日，豫园股份发布《2021年第一季度业绩预增公告》，预计2021年第一季度实现归属于上市公司股东的净利润为55,000万元到58,000万元之间，与上年同期（法定披露数据）相比，预计将增加22,476万元到25,476万元之间，同比增加69%到78%之间。

对于业绩增长，豫园股份表示，2021年一季度，公司核心珠宝时尚业务通过优化市场布局和品类升级，营业渠道持续扩张，产品竞争力和市场占有率不断提升，珠宝时尚业绩实现超预期增长。同时，公司坚定践行产业运营与产业投资双轮驱动。公司于2020年下半年以非同一控制企业合并方式收购金徽酒业股份有限公司38%的股权，于2020年末参与拍卖成功竞得四川沱牌舍得集团有限公司70%的股权等，上述新增产业投资在本期所带来的收益增加。

【燕京啤酒2020年营收109亿】

4月14日，燕京啤酒发布了《2020年业绩快报》和《2021年第一季度业绩预告》。2020年，燕京啤酒实现营业总收入109.28亿元，同比减少4.71%；实现营业利润4.77亿元，同比增长13.43%。2020年度，公司实现啤酒销量353.46万千升。

2021年第一季度，实现啤酒销量82.43万千升，同比增长36.61%，实现营业收入同比增幅36%以上（预计为27.2~28.2亿元），利润总额同比增幅59%以上，归属于上市公司股东的净利润同比增幅51%以上。

【会稽山2020净利润增长七成】

4月15日晚间会稽山发布2020年度业绩报告称，2020年归属于上市公司股东的净利

润约为2.89亿元，同比增长73.6%；营业收入约为11.08亿元，同比下降5.36%；基本每股收益盈利0.60元，同比增长76.47%。

【皇台酒业发布业绩快报】

4月15日，皇台酒业发布2020年度业绩快报称，营业收入约为1.02亿元，同比增长2.67%；归母净利润0.33亿元，同比下滑51.5%。此外当天，皇台酒业还公布了2021年度一季度业绩快报，报告显示，今年一季度皇台酒业归母净利润预亏400-600万元，比上年同期亏损下降37.65%-6.48%。

【西藏发展预计2021年第一季度亏损445-668万元】

4月14日晚间，西藏发展股份有限公司发布2021年第一季度业绩预告，公司2021年第一季度净利润为亏损445.34万元-668.02万元，上年同期亏损：-2,290.61万元；基本每股收益亏损：0.017元/股-0.025元/股，上年同期亏损：0.087元/股。

【ST舍得：已收到天洋控股被冻结的1亿元款项】

4月16日，ST舍得发布关于天洋控股集团有限公司及其关联方资金占用事项的进展公告。公告显示，4月15日，舍得酒业股份有限公司收到四川省遂宁市中级人民法院刑事裁定书【(2021)川09刑初15号】，就天洋控股经由天赢链(深圳)商业保理有限公司损害公司利益事项，法院裁定天洋控股被冻结在法院账户中的人民币1亿元发还给公司。同日，舍得酒业收到该笔款项。

【海南椰岛一季度酒类产品销售6529.63万】

4月15日，海南椰岛发布2021年第一季度业绩公告。报告显示，海南椰岛实现营业收入1.76亿元，同比增长75.66%；归属于上市公司股东的净利润348.57万元，同比实现扭亏为盈；实现酒类产品销售收入6529.63万元，同比增长174.47%。

分析师承诺

负责本研究报告全部或部分内容的每一位证券分析师，在此申明，本报告的观点、逻辑和论据均为分析师本人研究成果，引用的相关信息和文字均已注明出处。本报告依据公开的信息来源，力求清晰、准确地反映分析师本人的研究观点。本人薪酬的任何部分过去不曾与、现在不与、未来也将不会与本报告中的具体推荐或观点直接或间接相关。

风险提示

本证券研究报告所载的信息、观点、结论等内容仅供投资者决策参考。在任何情况下，本公司证券研究报告均不构成对任何机构和个人的投资建议，市场有风险，投资者在决定投资前，务必要审慎。投资者应自主作出投资决策，自行承担投资风险。

免责声明

本研究报告由申港证券股份有限公司研究所撰写，申港证券股份有限公司是具有合法证券投资咨询业务资格的机构。本研究报告中所引用信息均来源于公开资料，我公司对这些信息的准确性和完整性不作任何保证，也不保证所包含的信息和建议不会发生任何变更。我们已力求报告内容的客观、公正，但文中的观点、结论和建议仅供参考，报告中的信息或意见并不构成所述证券的买卖出价或征价，投资者据此做出的任何投资决策与本公司和作者无关。

我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，也可能为这些公司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。本报告版权仅为我公司所有，未经书面许可，任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制和发布。如引用、刊发，需注明出处为申港证券研究所，且不得对本报告进行有悖原意的引用、删节和修改。

本研究报告仅供申港证券股份有限公司客户和经本公司授权刊载机构的客户使用，未经授权私自刊载研究报告的机构以及其阅读和使用者应慎重使用报告、防止被误导，本公司不承担由于非授权机构私自刊发和非授权客户使用该报告所产生的相关风险和法律责任。

行业评级体系

申港证券行业评级体系：增持、中性、减持

增持	报告日后的6个月内，相对强于市场基准指数收益率5%以上
中性	报告日后的6个月内，相对于市场基准指数收益率介于-5%~+5%之间
减持	报告日后的6个月内，相对弱于市场基准指数收益率5%以上

市场基准指数为沪深300指数

申港证券公司评级体系：买入、增持、中性、减持

买入	报告日后的6个月内，相对强于市场基准指数收益率15%以上
增持	报告日后的6个月内，相对强于市场基准指数收益率5%~15%之间
中性	报告日后的6个月内，相对于市场基准指数收益率介于-5%~+5%之间
减持	报告日后的6个月内，相对弱于市场基准指数收益率5%以上