



食品饮料

优于大市（维持）

证券分析师

花小伟

资格编号：S0120521020001

邮箱：huaxw@tebon.com.cn

邓周贵

资格编号：S0120521030005

邮箱：dengzg@tebon.com.cn

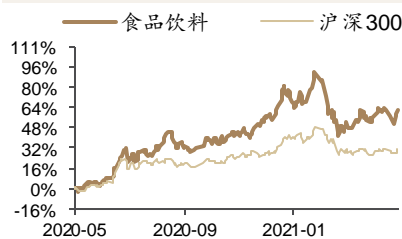
王卓群

资格编号：S0120520080003

邮箱：wangzq@tebon.com.cn

研究助理

市场表现



相关研究

1. 《食品饮料行业周报 20210503-20210509-白酒五一需求良好，百威啤酒涨价引领行业》，2021.5.10
2. 《食品饮料行业周报（20210412-20210418）：一季报酒类高增无虞，食品关注渠道驱动》，2021.4.18
3. 《食品饮料行业周报 20210402-20210409-春糖顺利收官，挖掘一季报超预期标的》，2021.4.12
4. 《食品饮料行业周报 20210329-20210404-春糖：酱酒火热，老酒兴起》，2021.4.6
5. 《食品饮料行业周报 20210322-20210328-春糖催化在即，看好酒类表现》，2021.3.28

啤酒旺季来临，关注东鹏饮料上市

食品饮料行业周报 20210510-20210516

投资要点：

- **白酒：茅台需求良好，高端价格保持稳健，次高端恢复弹性大。**茅台5月配额陆续发货，但占全年比重不高，批价仍保持较高水平，本周箱货/散货批价分别为3250元/瓶/2675元/瓶，散货飞天茅台批价环比大幅上涨，预计主要与线上、商超等渠道近期放货减少有关，同时背后也反映出飞天茅台的旺盛的需求，五粮液批价990元/瓶，环比持平，经销商普五889元/瓶配额完成回款之后，也有执行部分999元/瓶配额，我们认为五粮液渠道控制能力不断强化，1000元价格带不断扩容的背景之下，普五批价有望稳步上升。国窖继续执行淡季停货控价政策，批价接近900元/瓶，渠道库存有序去化。次高端价位段表现强势，从一季度主要次高端酒企来看，舍得、水井坊、汾酒、酒鬼酒等公司次高端价位大幅放量是一季度超预期的主要原因，五一期间渠道动销依旧保持量价齐升趋势，另外近期对酒鬼酒的调研也同样反馈，酒鬼系列的表现较为亮眼，全年来看次高端价位产品上半年都将保持较高增速。展望全年，在白酒结构性繁荣趋势之下，高端品牌价值稳固，我们看好千元价位段扩容，新次高端价位的成长空间，建议重视酱酒、老酒等品类机会。
- **休闲食品：2021年重点关注渠道驱动。**休闲食品龙头2020年纷纷加快线上线下游渠道布局，有望在今年带来业绩释放。发力渠道建设也仍旧是休闲食品板块2021年的一大“主旋律”，根据我们的最新研究，龙头公司的渠道打法新变化迭出。因此我们认为2021年休闲食品板块的投资，仍应围绕成长主线，关注渠道驱动。
- **啤酒：高端化逻辑不断得到印证，短期看好酷暑提前到来下的销量回升。**全行业来看，由于成本端的上行，降低了费用恶性竞争的可能，有望打开行业提价窗口，不少企业已经进行提价对冲成本影响，收入端看均价的持续驱动，预计21年或是行业高端化的起势之年。中期看好奥运会带来的消费场景回补，旺季销量有望加速增长，全年业绩大概率继续高增。
- **乳制品：少儿人口、老年人口比重上升，乳企积极布局婴幼儿奶粉和中老年奶粉。**第七次人口普查数据公布，生育政策初见成效，少儿人口比重回升1.35个百分点，60岁及以上人口比重上升5.44个百分点，老龄化程度进一步加深。婴幼儿奶粉方面，乳企加大渠道拓展力度和品牌宣传力度，君乐宝奶粉签约演员韩雪，贝特佳携手万达宝贝王线上线下双路径加大品牌输出。中老年奶粉方面，美赞臣、雀巢、伊利、光明纷纷推出新品加码布局，伊利旗下中老年奶粉品牌欣活推出“纾糖膳底配方奶粉”，以“0蔗糖、低GI（血糖生成指数）”为卖点；雀巢推出怡养氨糖钙奶粉，添加了氨糖成分、维生素D3及钙元素，利于中老年强健骨骼；光明推出中老年高钙多维调制奶粉，添加了高浓度钙。中老年更舍得为自己的健康花钱，消费也呈现高端化和健康趋势，头部乳企瞄准中老年群体需求不断推新，具备先发优势。
- **投资建议：**酒水板块：茅台需求良好，高端价格保持稳健，次高端恢复弹性大，推荐贵州茅台/五粮液/泸州老窖/山西汾酒/古井贡酒/酒鬼酒/今世缘/洋河股份/顺鑫农业/水井坊/口子窖等。当下时点啤酒板块迎来进攻时点，推荐重庆啤酒/珠江啤酒/华润啤酒/青岛啤酒等。食品板块：2021年休闲食品板块的投资，仍应围绕成长主线，关注渠道驱动，推荐绝味食品/盐津铺子/洽洽食品等。乳制品：继续推荐伊利股份/妙可蓝多/光明乳业/新乳业/蒙牛乳业等。
- **风险提示：**宏观经济下行风险；食品安全问题；市场竞争加剧；提价不及预期



图表目录

图 1: 本周一级行业涨跌幅.....	6
图 2: 本周食品饮料子行业涨跌幅.....	6
图 3: 截至 5 月 14 日前 10 行业估值水平.....	7
图 4: 截至 5 月 14 日食品饮料子行业估值水平.....	7
图 5: 白酒行业估值水平.....	7
图 6: 调味品行业估值水平.....	7
图 7: 截至 5 月 14 日饮料板块重点个股估值水平.....	7
图 8: 飞天茅台批价走势.....	8
图 9: 五粮液批价走势.....	8
图 10: 白酒产量月度数据.....	9
图 11: 白酒价格月度数据.....	9
图 12: 进口啤酒月度量价数据.....	9
图 13: 啤酒月度产量数据.....	9
图 14: 哈尔滨啤酒价格走势.....	9
图 15: 海外啤酒品牌价格走势.....	9
图 16: Liv-ex100 红酒价格指数.....	10
图 17: 国外葡萄酒价格情况.....	10
图 18: 葡萄酒当月产量.....	10
图 19: 葡萄酒当月进口情况.....	10
图 20: 生鲜乳价格指数.....	11
图 21: 酸奶&牛奶零售价指数.....	11
图 22: 婴幼儿奶粉零售价指数.....	11
图 23: 海外牛奶现货价指数.....	11
图 24: 国内猪肉价格指数.....	11
图 25: 生猪养殖利润指数.....	11
图 26: 豆粕现货价格指数.....	12
图 27: 全国大豆市场价格指数.....	12
图 28: 箱板纸价格指数.....	12
图 29: 瓦楞纸价格指数.....	12
图 30: OPEC 原油价格指数.....	12
图 31: 中国塑料价格指数.....	12

表 1: 本周饮料板块个股涨跌幅	6
表 2: 本周食品板块个股涨跌幅	6
表 3: 食品饮料板块陆股通持股情况	8

1. 周度观点

白酒：茅台需求良好，高端价格保持稳健，次高端恢复弹性大。茅台5月配额陆续发货，但占全年比重不高，批价仍保持较高水平，本周箱货/散货批价分别为3250元/瓶/2675元/瓶，散货飞天茅台批价环比大幅上涨，预计主要与线上、商超等渠道近期放货减少有关，同时背后也反映出飞天茅台的旺盛的需求，五粮液批价990元/瓶，环比持平，经销商普五889元/瓶配额完成回款之后，也有执行部分999元/瓶配额，我们认为五粮液渠道控制能力不断强化，1000元价格带不断扩容的背景之下，普五批价有望稳步上升。国窖继续执行淡季停货控价政策，批价接近900元/瓶，渠道库存有序去化。次高端价位段表现强势，从一季度主要次高端酒企来看，舍得、水井坊、汾酒、酒鬼酒等公司次高端价位大幅放量是一季度超预期的主要原因，五一期间渠道动销依旧保持量价齐升趋势，另外近期对酒鬼酒的调研也同样反馈，酒鬼系列的表现较为亮眼，全年来看次高端价位产品上半年都将保持较高增速。展望全年，在白酒结构性繁荣趋势之下，高端品牌价值稳固，我们看好千元价位段扩容，新次高端价位的成长空间，建议重视酱酒、老酒等品类机会。

乳制品：少儿人口、老年人口比重上升，乳企积极布局婴幼儿奶粉和中老年奶粉。第七次人口普查数据公布，生育政策初见成效，少儿人口比重回升1.35个百分点，60岁及以上人口比重上升5.44个百分点，老龄化程度进一步加深。婴幼儿奶粉方面，乳企加大渠道拓展力度和品牌宣传力度，君乐宝奶粉签约演员韩雪，贝特佳携手万达宝贝王线上线下双路径加大品牌输出。中老年奶粉方面，美赞臣、雀巢、伊利、光明纷纷推出新品加码布局，伊利旗下中老年奶粉品牌欣活推出“纾糖膳底配方奶粉”，以“0蔗糖、低GI（血糖生成指数）”为卖点；雀巢推出怡养氨糖钙奶粉，添加了氨糖成分、维生素D3及钙元素，利于中老年强健骨骼；光明推出中老年高钙多维调制奶粉，添加了高浓度钙。中老年更舍得为自己的健康花钱，消费也呈现高端化和健康趋势，头部乳企瞄准中老年群体需求不断推新，具备先发优势。

啤酒：高端化逻辑不断得到印证，短期看好酷暑提前到来下的销量回升。全行业来看，由于成本端的上行，降低了费用恶性竞争的可能，有望打开行业提价窗口，不少企业已经进行提价对冲成本影响，收入端看均价的持续驱动，预计21年或是行业高端化的起势之年。中期看好奥运会带来的消费场景回补，旺季销量有望加速增长，全年业绩大概率继续高增。

休闲食品：2021年重点关注渠道驱动。休闲食品龙头2020年纷纷加快线上线下渠道布局，有望在今年带来业绩释放。发力渠道建设也仍旧是休闲食品板块2021年的一大“主旋律”，根据我们的最新研究，龙头公司的渠道打法新变化迭出。因此我们认为2021年休闲食品板块的投资，仍应围绕成长主线，关注渠道驱动。

绝味食品：内生增长为主、外延拓展为辅，2021年主业将聚焦提升单店营收。公司在今年“年货节”实现开门红，受疫情影响较为严重的渠道得到快速修复，为今年销售业绩达成奠定了良好的基础。未来3-5年公司重点还是在深耕鸭脖主业，并在构建美食生态方面做一些探索尝试。在深耕鸭脖主业方面，公司一方面会适当加快开店速度；另一方面，2021年公司主业将聚焦提升单店营收，如通过进军

KA 渠道、和异业品牌合作投放快闪店等进一步提高品牌势能。

盐津铺子：品牌聚焦+品类聚焦，渠道继续推广店中岛。公司全面聚焦，在品牌上聚焦盐津铺子+憨豆先生(爸爸)，在品类上聚焦咸味和甜味零食；在渠道上，构筑商超+新零售全渠道矩阵，以线下散装称量横向做大体量打磨产品力，继续在商超推广店中岛，今年计划投放 5000 个；并以定量装纵向打通便利流通社区团购线上等全渠道，重点发展“海味零食”、“壹罐梅”等品类，进行线上线下全渠道营销。

甘源食品：增品类，推专柜，优化营销和销售体系。在品类方面，去年九月公司推出了口味型坚果和水果燕麦片，今年又推出了多款花生、玉米、怪味豆等产品，形成了更加丰富完善的产品矩阵；在渠道方面，目前公司大中小型各类专柜已在市场上投放有近万个，2021 年计划投放数千个大中型专柜，并对产品和展柜都进行了全新设计焕新，实现更佳的品牌形象展示。同时计划在今年年底推出第二条专柜，在超市将会形成双柜模式，进一步提升品牌影响力；在营销和销售体系方面，公司目前划分了五个大区，其中三个大区是行业引进的专业销售人才。并在今年设立了直营部门，以直营来打造样板；还将营销中心迁到了杭州，更好地发展电商业务。

东鹏饮料：功能特饮，龙头崛起。东鹏饮料近期发布公告，发行价格确定为 46.27 元/股，发行日期 2021 年 5 月 17 日。东鹏饮料 2020 年实现营收/归母净利润 49.59/8.12 亿元，逆势同比增长 17.8%/42.3%。21 年继续保持高增长态势，预计全年目标增速 40%。渠道反馈，截至 5 月有望冲击全年 80% 目标，全年将超目标完成。产品端，东鹏饮料主导中低端市场，大单品 500ml 金瓶和罐装红牛形成差异化竞争。渠道端，东鹏目前全国共有 150 万门店，今年目标增加 50 万到 200 万。横向对比红牛 500 万终端门店来看，东鹏空白网点还有较大的开拓空间，预计渠道扩张能支持公司未来 3-5 年中高速增长。渠道利润看，东鹏通过“一元乐享”、扫箱内码等活动，一方面培育消费者，另一方面东鹏的渠道利润高于其他竞品，为全国化扩张提供强大的渠道推力。未来我们看好东鹏饮料由广东走向全国的市场扩张机遇，中期看好红牛商标之争带给公司的发展机会。

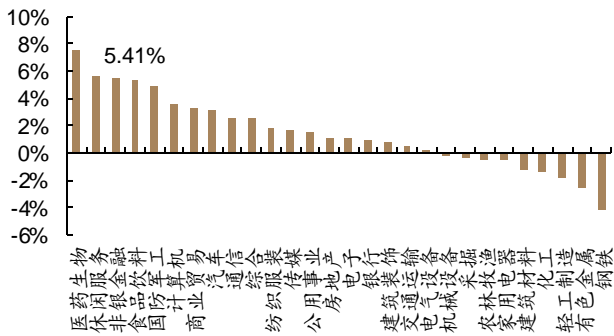
投资建议：酒水板块：茅台需求良好，高端价格保持稳健，次高端恢复弹性大，推荐贵州茅台/五粮液/泸州老窖/山西汾酒/古井贡酒/酒鬼酒/今世缘/洋河股份/顺鑫农业/水井坊/口子窖等。当下时点啤酒板块迎来进攻时点，推荐重庆啤酒/珠江啤酒/华润啤酒/青岛啤酒等。食品板块：2021 年休闲食品板块的投资，仍应围绕成长主线，关注渠道驱动，推荐绝味食品/盐津铺子/洽洽食品等。乳制品：继续推荐伊利股份/妙可蓝多/光明乳业/新乳业/蒙牛乳业等。

2. 行情回顾

2.1. 板块指数表现：本周食品饮料行业上涨 5.41%

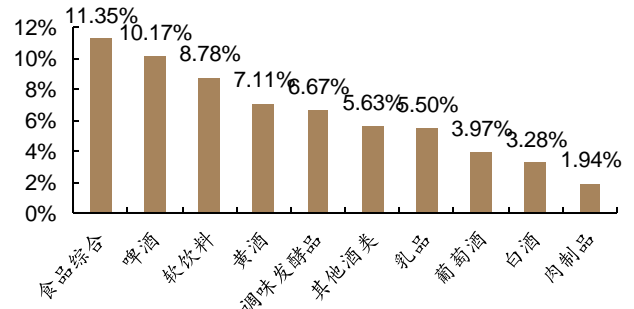
本周食品饮料板块跑赢沪深 300 指数 3.12pct。本周沪深 300 上涨 2.29%，食品饮料板块上涨 5.41%，位居申万一级行业第 4 位。

图 1：本周一级行业涨跌幅



资料来源：Wind，德邦研究所

图 2：本周食品饮料子行业涨跌幅



资料来源：Wind，德邦研究所

本周，软饮料、食品综合、啤酒等板块爆发。本周，食品综合（11.35%）板块领涨，啤酒（10.17%）板块调整幅度较大，其余板块均有一定幅度上涨。

2.2. 个股表现

本周饮料板块中，兰州黄河（28.35%）涨幅最大，ST 中葡（20.98%）、会稽山（18.00%）、青青稞酒（17.35%）、酒鬼酒（16.71%）涨幅居前，ST 椰岛（-8.36%）、均瑶健康（-4.65%）、洋河股份（-0.20%）跌幅相对居前。

本周食品板块中，爱普股份（51.18%）涨幅领先，安记食品（27.39%）、恒顺醋业（19.88%）、西麦食品（16.23%）、黑芝麻（16.10%）涨幅相对居前，日日辰股份（-7.04%）、双塔食品（-3.36%）、三只松鼠（-3.25%）、ST 加加（-2.19%）、皇氏集团（-0.98%）有所下跌。

表 1：本周饮料板块个股涨跌幅

周涨幅居前				周跌幅居前			
证券代码	证券简称	收盘价	本周涨跌幅	证券代码	证券简称	收盘价	本周涨跌幅
000929.SZ	兰州黄河	10.64	28.35%	600238.SH	ST 椰岛	14.8	-8.36%
600084.SH	ST 中葡	3.69	20.98%	605388.SH	均瑶健康	27.08	-4.65%
601579.SH	会稽山	12.85	18.00%	002304.SH	洋河股份	185.72	-0.20%
002646.SZ	青青稞酒	18.4	17.35%				-
000799.SZ	酒鬼酒	219.28	16.71%				

资料来源：Wind，德邦研究所

表 2：本周食品板块个股涨跌幅

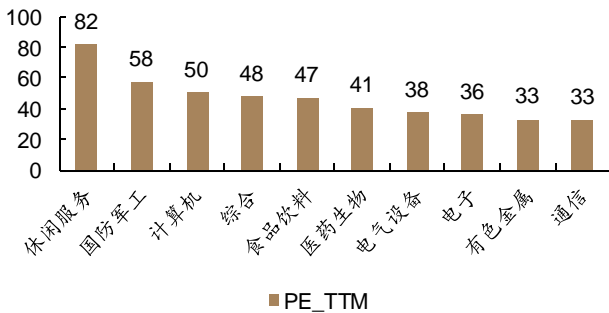
周涨幅居前				周跌幅居前			
证券代码	证券简称	收盘价	本周涨跌幅	证券代码	证券简称	收盘价	本周涨跌幅
603020.SH	爱普股份	19.94	51.18%	603755.SH	日辰股份	62.75	-7.04%
603696.SH	安记食品	12.51	27.39%	002481.SZ	双塔食品	12.65	-3.36%
600305.SH	恒顺醋业	20.5	19.88%	300783.SZ	三只松鼠	49.4	-3.25%
002956.SZ	西麦食品	34.74	16.23%	002650.SZ	ST加加	6.25	-2.19%
000716.SZ	黑芝麻	3.75	16.10%	002329.SZ	皇氏集团	5.03	-0.98%

资料来源：Wind，德邦研究所

2.3. 估值情况：估值保持稳定

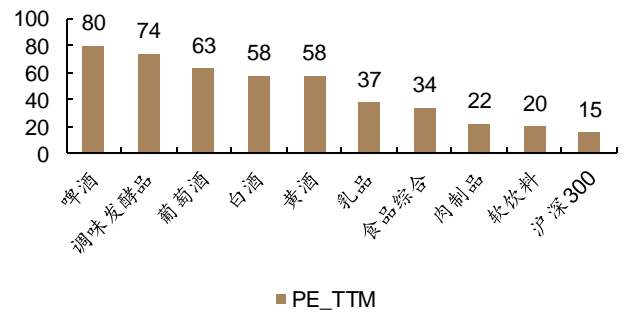
食品饮料板块估值保持稳定，各子板块估值保持稳定。截至5月14日，食品饮料板块整体估值46.89x，位居申万一级行业第5位，远高于沪深300（15.36x）整体估值。分子行业来看，啤酒（79.99x）、调味发酵品（73.70x）、葡萄酒（62.72x）估值相对居前，肉制品（22.03x）、软饮料（19.93x）、食品综合（33.65x）估值相对较低。

图3：截至5月14日前10行业估值水平



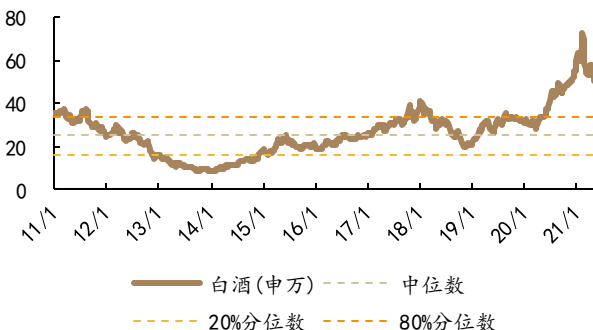
资料来源：Wind，德邦研究所

图4：截至5月14日食品饮料子行业估值水平



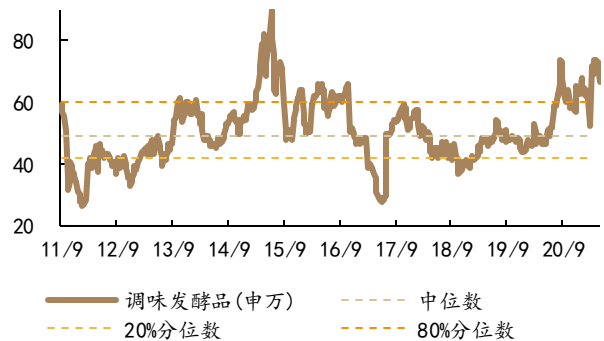
资料来源：Wind，德邦研究所

图5：白酒行业估值水平



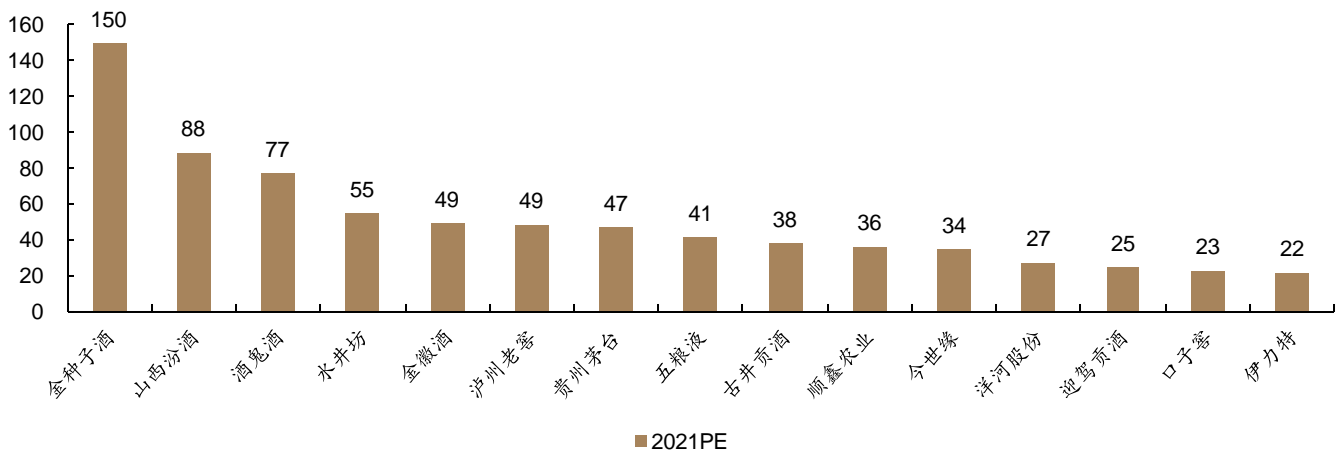
资料来源：Wind，德邦研究所

图6：调味品行业估值水平



资料来源：Wind，德邦研究所

图7：截至5月14日饮料板块重点个股估值水平



资料来源: Wind, 德邦研究所

2.4. 资金动向：北向资金持续持仓

本周北向资金前十大活跃个股中包括食品饮料板块的贵州茅台，成交净卖出 9.5552 亿元；伊利股份，成交净卖出 3.9556 亿元；五粮液，成交净卖出 4.5153 亿元。陆股通持股标的中，洽洽食品（15.53%）、中炬高新（13.59%）、伊利股份（12.65%）、重庆啤酒（8.64%）、贵州茅台（7.63%）持股排名居前。本周食品饮料板块北向资减持个股较多，其中口子窖（-0.48%）减持最多，酒鬼酒（+0.97%）增持最多。

表 3：食品饮料板块陆股通持股情况

陆股通持股居前				陆股通持股居后			
公司代码	公司简称	持股比例 (%)	增减持 (%)	公司代码	公司简称	持股比例 (%)	增减持 (%)
002557.SZ	洽洽食品	15.53	-0.27	000639.SZ	西王食品	0.11	-0.03
600872.SH	中炬高新	13.59	0.31	002585.SZ	金字火腿	0.09	-0.03
600887.SH	伊利股份	12.65	-0.2	600300.SH	维维股份	0.06	0
600132.SH	重庆啤酒	8.64	0.06	603156.SH	养元饮品	0.03	0
600519.SH	贵州茅台	7.63	-0.02	600059.SH	古越龙山	0.02	0

资料来源: Wind, 德邦研究所

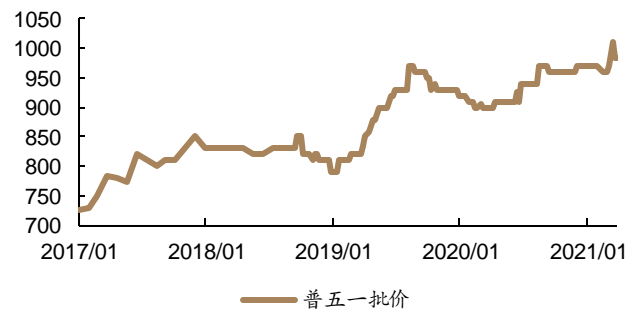
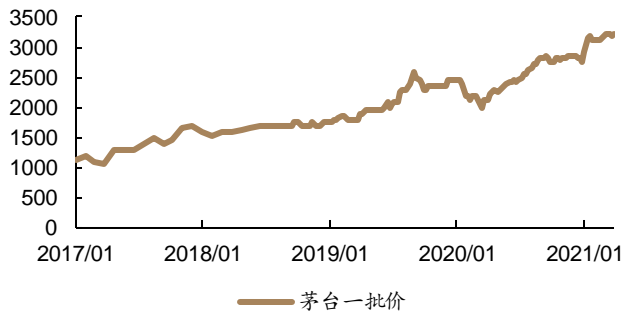
3. 重点数据追踪

3.1. 白酒价格数据追踪

根据渠道数据，5月14日飞天茅台一批价 3250 元，较前一周上涨 0.03%；八代普五一批价 985 元，较前一周持平。2021 年 4 月，全国白酒产量 79.20 万千升，同比上升 24.70%；2021 年 4 月全国高端白酒价格 1217.82 元/瓶，较 2 月上涨 0.93%；中低端白酒均价 177.97 元/瓶，较 2 月上涨 0.21%。

图 8：飞天茅台批价走势（元/瓶）

图 9：五粮液批价走势（元/瓶）

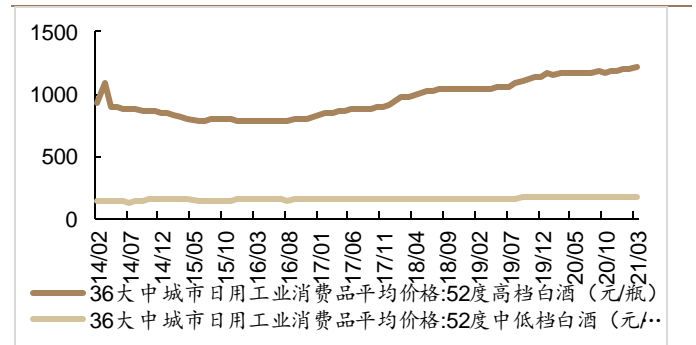
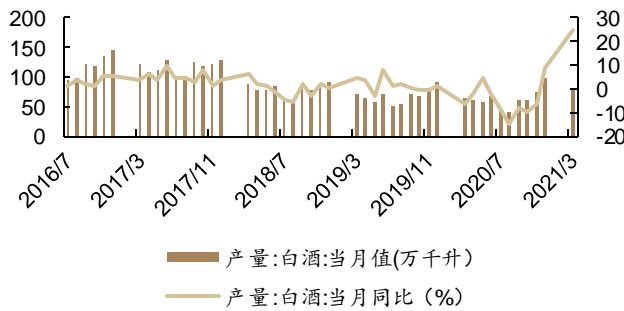


资料来源: Wind, 德邦研究所

资料来源: Wind, 德邦研究所

图 10: 白酒产量月度数据

图 11: 白酒价格月度数据



资料来源: Wind, 德邦研究所

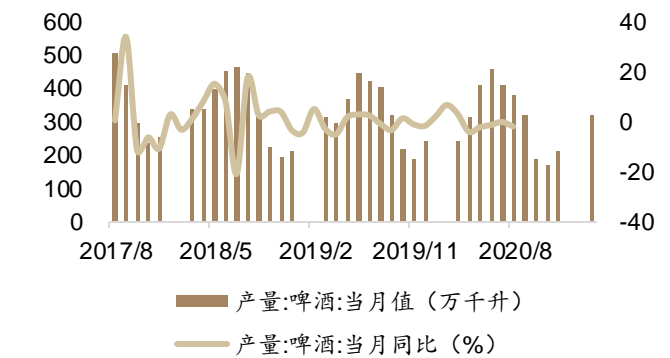
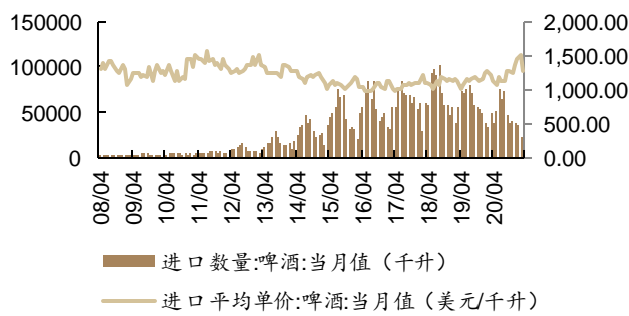
资料来源: Wind, 德邦研究所

3.2. 啤酒价格数据追踪

2021年3月, 啤酒当月产量 316.00 万千升, 同比上升 33.30%。

图 12: 进口啤酒月度量价数据

图 13: 啤酒月度产量数据

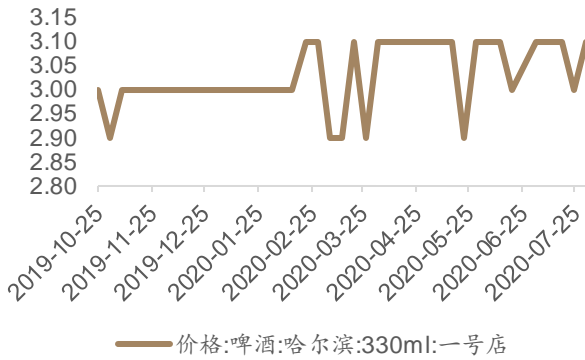


资料来源: Wind, 德邦研究所

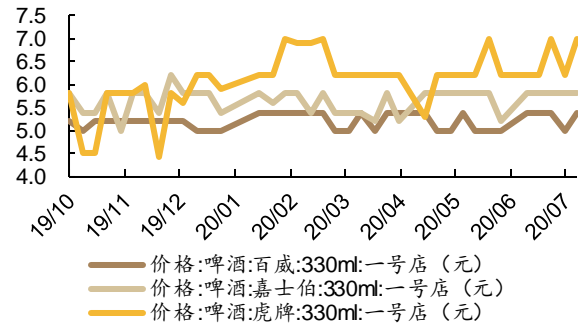
资料来源: Wind, 德邦研究所

图 14: 哈尔滨啤酒价格走势

图 15: 海外啤酒品牌价格走势



资料来源: Wind, 德邦研究所

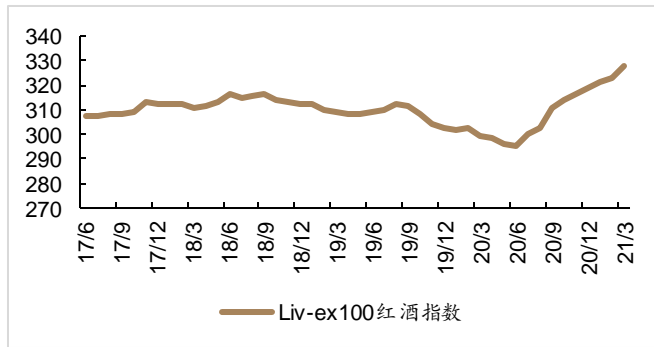


资料来源: Wind, 德邦研究所

3.3. 葡萄酒价格数据追踪

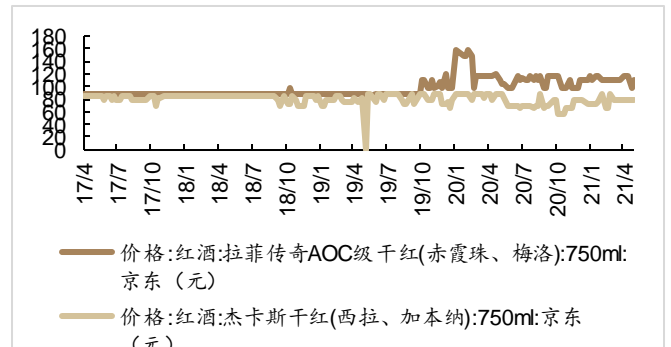
2021年3月, 葡萄酒当月产量2.80万千升, 同比上升33.30%。

图 16: Liv-ex100 红酒价格指数



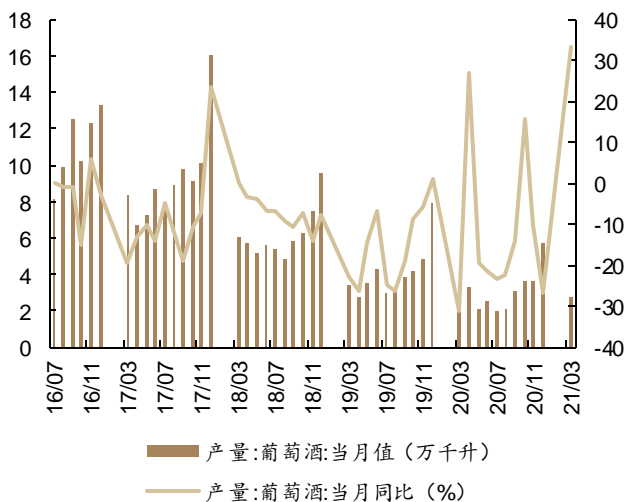
资料来源: Wind, 德邦研究所

图 17: 国外葡萄酒价格情况



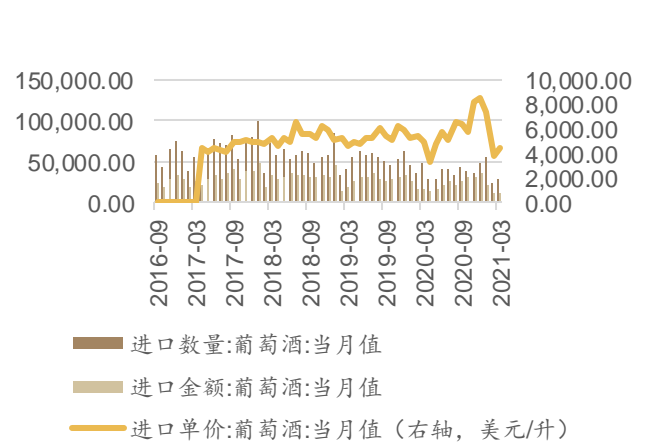
资料来源: Wind, 德邦研究所

图 18: 葡萄酒当月产量



资料来源: Wind, 德邦研究所

图 19: 葡萄酒当月进口情况

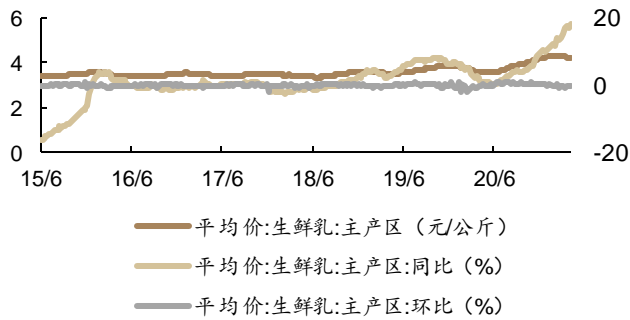


资料来源: Wind, 德邦研究所

3.4. 乳制品价格数据追踪

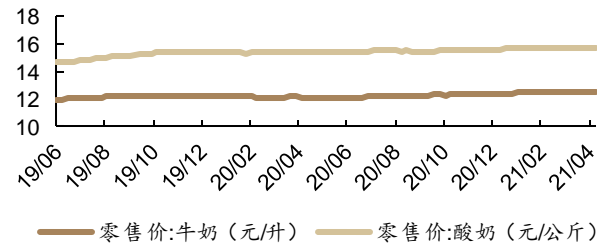
2021年5月13日，主产区生鲜乳平均价格4.22元/公斤，较前一周下跌0.2%；5月12日，牛奶零售价12.46元/公斤，与前一周持平；酸奶零售价15.75元/公斤，较前一周上涨0.13%。2021年5月12日国产婴幼儿奶粉零售均价212.73元/公斤，较前一周上涨0.05%；进口婴幼儿奶粉零售均价259.52元/公斤，较前一周上涨0.18%；2021年5月13日芝加哥脱脂奶粉现货价为130.75美分/磅，较前一周下跌1.15%。

图 20：生鲜乳价格指数



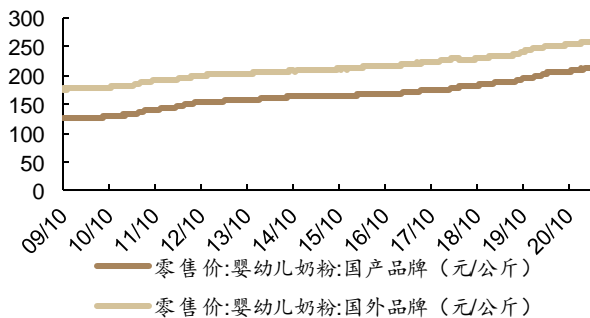
资料来源：Wind，德邦研究所

图 21：酸奶&牛奶零售价指数



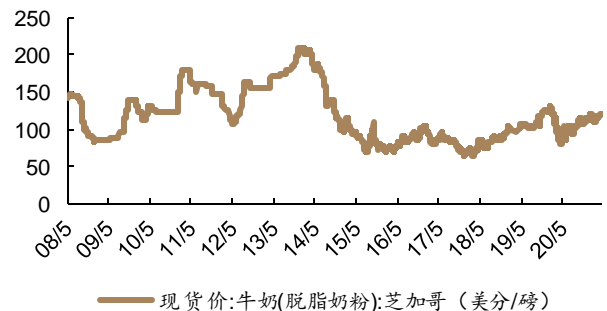
资料来源：Wind，德邦研究所

图 22：婴幼儿奶粉零售价指数



资料来源：Wind，德邦研究所

图 23：海外牛奶现货价指数



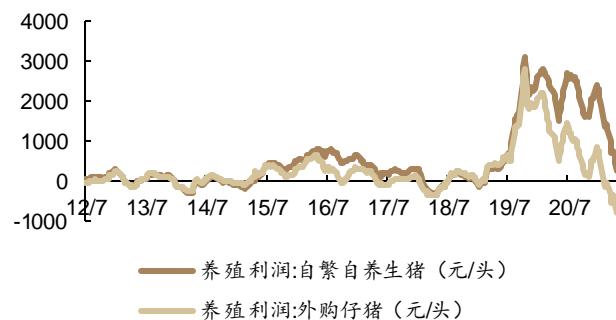
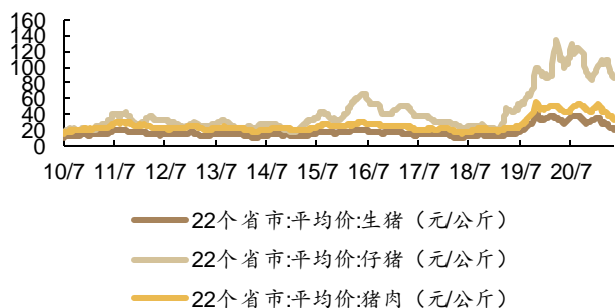
资料来源：Wind，德邦研究所

3.5. 肉制品价格数据追踪

2021年5月14日，22省市生猪平均价格19.34元/公斤，环比下降11.43%；22省市猪肉平均价格32.44元/公斤，较前一周下降4.16%；22省市仔猪平均价格85.33元/公斤，较前一周下降2.19%。

图 24：国内猪肉价格指数

图 25：生猪养殖利润指数



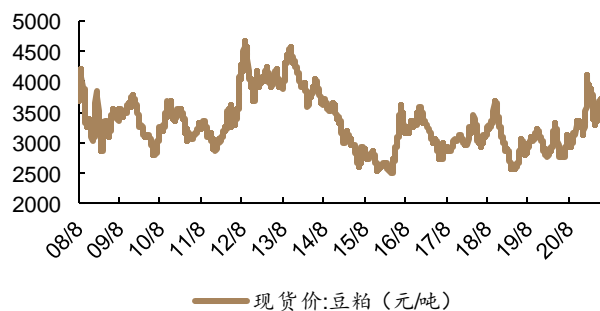
资料来源: Wind, 德邦研究所

资料来源: Wind, 德邦研究所

3.6. 原材料价格追踪

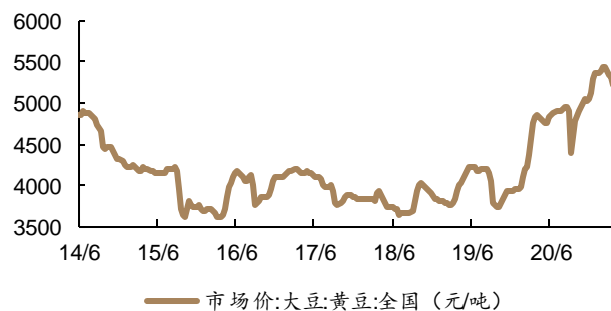
2021年5月14日豆粕现货价3628.57/吨,较前一周下降1.41%;5月8日天津箱板纸5350元/吨,环比持平;瓦楞纸均价3510元/吨,较前一周下降17.09%;5月14日中国塑料价格指数1068.36,较前一周下跌0.537%;5月11日OPEC一揽子原油价67.10美元/桶,较前一周上涨0.79%。

图 26: 豆粕现货价格指数



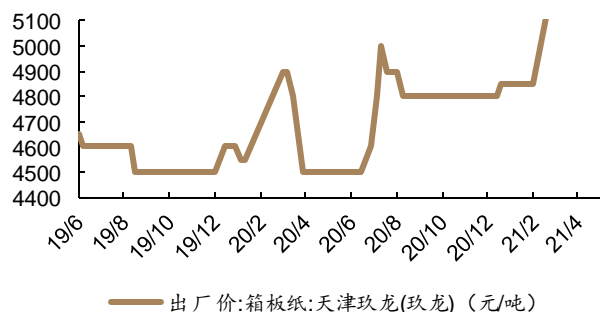
资料来源: Wind, 德邦研究所

图 27: 全国大豆市场价格指数



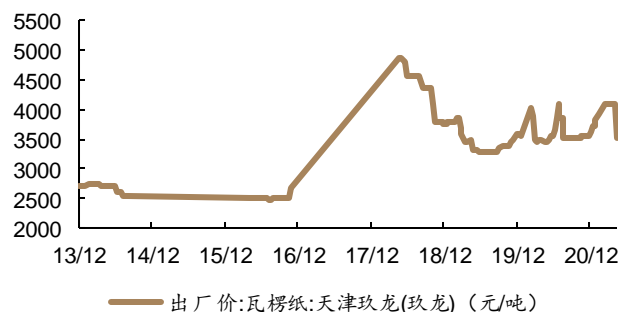
资料来源: Wind, 德邦研究所

图 28: 箱板纸价格指数



资料来源: Wind, 德邦研究所

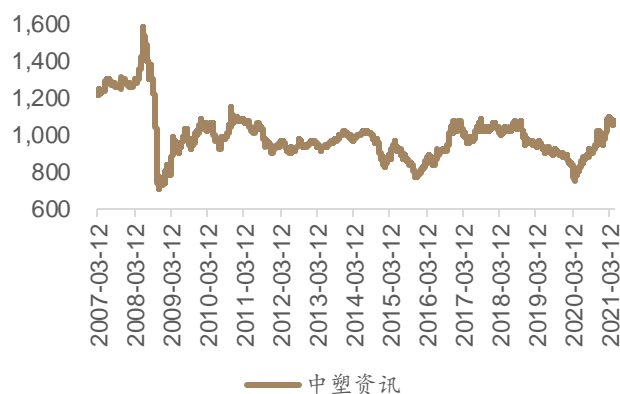
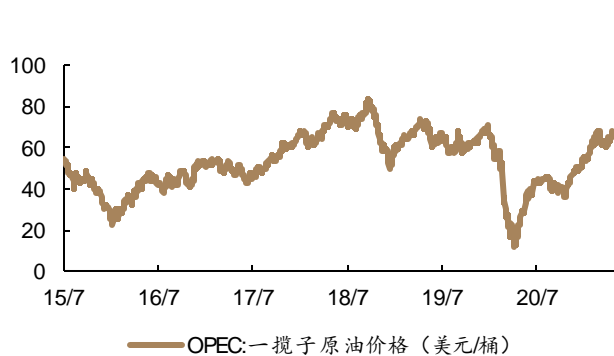
图 29: 瓦楞纸价格指数



资料来源: Wind, 德邦研究所

图 30: OPEC 原油价格指数

图 31: 中国塑料价格指数



资料来源: Wind, 德邦研究所

资料来源: Wind, 德邦研究所

4. 公司重要公告

【金字火腿】金字火腿股份有限公司 2020 年度股东大会审议通过的 2020 年度权益分派方案为:以 938,467,227 股(2020 年 12 月 31 日公司总股本 978,313,280 股减去公司回购股份 39,846,053 股)为基数,向全体股东每 10 股派发现金 0.3 元(含税)。

【好想你】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。截至 2021 年 5 月 10 日,公司以集中竞价交易方式累计回购股份数量为 28,785,825 股,占公司目前总股本的 5.58%,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 338,957,053.22 元(不含交易费用)。

【龙大肉食】公司收到伊藤忠(中国)发来的《减持计划股份比例达到 1%暨减持计划实施进展的告知函》,伊藤忠(中国)已减持公司股份 10,000,100 股,占公司总股本的 1%;同时,减持计划的减持数量已过半。

【贵州茅台】5 月 19 日当天,贵州茅台酒股份有限公司董事长高卫东,董事、代行总经理职责李静仁以及部分高级管理人员,将针对 2020 年度及 2021 年第一季度生产经营情况与投资者进行在线交流,并在信息披露允许的范围内对投资者普遍关注的问题进行解答。

【洋河股份】江苏洋河酒厂股份有限公司定于 2021 年 5 月 21 日 9:30 至 11:30 在全景网举行 2020 年度业绩说明会,本次年度业绩说明会将采用网络远程的方式举行,投资者可登陆全景网“投资者关系互动平台”参与本次年度业绩说明会。

【重庆啤酒】重庆啤酒 2021 年 5 月 18 日(星期二)下午 14 点召开股东大会。

【来伊份】为便于广大投资者更全面深入地了解公司情况,公司定于 2021 年 5 月 18 日通过网络方式召开 2020 年度业绩说明会,就投资者关心的公司经营业绩、业务发展等事项与投资者进行沟通交流。

【科拓生物】北京科拓恒通生物技术股份有限公司于 2021 年 5 月 13 日召开了第二届董事会第十次会议,公司董事会决定于 2021 年 6 月 3 日以现场投票与网络投票相结合的方式召开公司 2020 年年度股东大会。

【皇氏集团】为进一步加强与投资者特别是中小投资者的互动交流,皇氏集团股份有限公司将参加 2021 年广西地区上市公司投资者网上集体接待日暨 2020 年度业绩说明会活动,活动时间为 2021 年 5 月 21 日(星期五) 15:30 至 17:00。

【ST 威龙】威龙葡萄酒股份有限公司发布 2020 年年度股东大会会议资料。

2020 年生产各种酒 10,261.52 吨,比去年减少 41.79%;销售各种酒 10,063.14 吨,比去年减少了 39.15%。实现营业收入 39,249.97 万元,比去年下降 41.18%,实现净利润 -21,976.18 万元,比去年减少 19,389.67 万元,根据《公司法》规定母公司本年无需提取法定盈余公积金,合并口径年末净资产 115,135.54 万元,未分配利润余额 18,557.76 万元。

5. 行业要闻

丹泉酒业正式启动双品牌战略,迈向百亿销售、千亿市值目标: 丹泉酒业为了更好地实现“不求五百强,争做五百年”这一战略目标,将启动双品牌战略,即在原有丹泉洞藏系列之外,推出针对新时代消费特征和新形态消费人群的高端酱酒品牌——丹泉洞见。(云酒网)

5 月上旬白酒批价环比上涨 0.07%: 5 月 13 日,泸州市酒业发展促进局发布中国白酒商品批发价格走势分析,5 月上旬全国白酒商品批发价格定基总指数为 107.24,上涨 7.24%。其中,名酒价格指数为 109.18,上涨 9.18%;地方酒价格指数为 104.31,上涨 4.31%;基酒价格指数为 106.91,上涨 6.91%。(微酒)

华致酒行明确 2021 年 8 大工作: 5 月 11 日,华致酒行召开 2020 年度股东大会。会议透露,对于 2021 年度的发展规划,华致酒行将在八个方面做出战略部署:加速推进“700”项目(继续在全国范围内深耕具有中高端酒水消费能力的 700 个区域);加大对终端网点的全面赋能;坚定不移贯彻“小 B 大 C”战略;大力推进“精品酒”战略;推进供应链体系提升建设;利用大数据推进新零售升级;华致品牌工程常抓不懈;开发核心区域连锁门店。(微酒)

仁怀市将拨划专项资金 3000 万-5000 万元用于当地酱酒生产: 5 月 7 日,遵义市(仁怀市)酒业协会召开 2021 年第二次会长(扩大)会。仁怀市财政将拨划专项资金 3000 万-5000 万元,用于治理规范当地酱酒生产;招聘行业“保安员”,配合公安部门联合行动;在市区增加检查卡点,严查严防食用酒精流入。(微酒)

泸州老窖一产品上调终端结算价: 5 月 8 日,泸州老窖窖龄酒类销售股份有限公司发布通知,自 2021 年 5 月 26 日起,泸州老窖百年酒(2019 纪念版)终端结算价上调 25 元/瓶。(微酒)

宜宾白酒产业 Q1 营收、利润双位数增长: 5 月 12 日,宜宾工业和军民融合局消息显示,宜宾市一季度规上工业白酒产量 18.4 万千升,增长 12.9%;实现营业收入 472.4 亿元,增长 19.6%;利润总额 137 亿元,增长 22.7%。(微酒)

富邑首次公布奔富独立财务数据: 富邑首次提供了关于奔富(Penfolds)品牌的关键财务数据。奔富葡萄酒在 2018 年的销售额为 5.443 亿澳元,2019 年上升到 8.16 亿澳元。奔富在 2019 年的盈利为 3.633 亿澳元,2020 年为 3.573 亿澳元。其 2020 年的利润率为 47%,高于 2019 年的 45%。(微酒)

内参酒安徽增长近 10 倍: 5 月 9 日,“中国高端文化白酒·内参酒品牌推介会”在亳州召开。截至目前,安徽省内签约的内参酒专卖店已经达到了 26 家(2021 年规划 30 家),累计签约金额同比 2020 年增近 10 倍。(微酒)

美晨生态表示无收购景芝酒业计划: 5 月 12 日,就关于准备收购景芝酒业的问题,美晨生态在投资者互动平台上表示,华以农业在云南进行试种及品种选育阶段进行酒类等配方及相关专利申请,暂未产业化;公司目前无收购景芝酒业的计划。(微酒)

6. 风险提示

宏观经济下行风险，需求不达预期；食品安全问题；市场竞争加剧；提价不及预期。

信息披露

分析师与研究助理简介

花小伟，德邦证券研究所副所长，董事总经理，大消费组长，餐饮和轻工首席分析师。十年卖方大消费经验，曾任职于中国银河证券，中信建投证券；曾率队获 2015 年轻工消费新财富最佳分析师第 5 名；2016 年轻工消费新财富第 4 名，2016 年水晶球第 2 名，金牛奖第 4 名；2017 年轻工消费新财富最佳分析师第 3 名，水晶球第 2 名，保险资管（IAMAC）最受欢迎卖方轻工第 1 名；2018 年轻工消费新财富最佳分析师第 3 名，水晶球第 2 名，Wind 金牌分析师第 1 名，IAMAC 第 2 名；2019 年获轻工《财经》最佳分析师第 2 名，Wind 金牌分析师第 3 名，水晶球第 4 名，新浪金麒麟分析师第 4 名，等等。

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，以勤勉的职业态度，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，本人不保证该等信息的准确性或完整性。分析逻辑基于作者的职业理解，清晰准确地反映了作者的研究观点，结论不受任何第三方的授意或影响，特此声明。

投资评级说明

1. 投资评级的比较和评级标准： 以报告发布后的 6 个月内的市场表现为比较标准，报告发布日后 6 个月内的公司股价（或行业指数）的涨跌幅相对同期市场基准指数的涨跌幅；	类别	评级	说明
2. 市场基准指数的比较标准： A 股市场以上证综指或深证成指为基准；香港市场以恒生指数为基准；美国市场以标普 500 或纳斯达克综合指数为基准。	股票投资评级	买入	相对强于市场表现 20%以上；
		增持	相对强于市场表现 5%~20%；
		中性	相对市场表现在-5%~+5%之间波动；
		减持	相对弱于市场表现 5%以下。
	行业投资评级	优于大市	预期行业整体回报高于基准指数整体水平 10%以上；
		中性	预期行业整体回报介于基准指数整体水平-10%与 10%之间；
		弱于大市	预期行业整体回报低于基准指数整体水平 10%以下。

法律声明

本报告仅供德邦证券股份有限公司（以下简称“本公司”）的客户使用。本公司不会因接收人收到本报告而视其为客户。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见并不构成对任何人的投资建议。在任何情况下，本公司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。

本报告所载的资料、意见及推测仅反映本公司于发布本报告当日的判断，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。在不同时期，本公司可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告。

市场有风险，投资需谨慎。本报告所载的信息、材料及结论只提供特定客户作参考，不构成投资建议，也没有考虑到个别客户特殊的投资目标、财务状况或需要。客户应考虑本报告中的任何意见或建议是否符合其特定状况。在法律许可的情况下，德邦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，未经德邦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。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。如欲引用或转载本文内容，务必联络德邦证券研究所并获得许可，并需注明出处为德邦证券研究所，且不得对本文进行有悖原意的引用和删改。

根据中国证监会核发的经营证券业务许可，德邦证券股份有限公司的经营经营范围包括证券投资咨询业务。