



2021年5月24日

稳中求胜——食品饮料行业周报 (0517-0523)

食品饮料

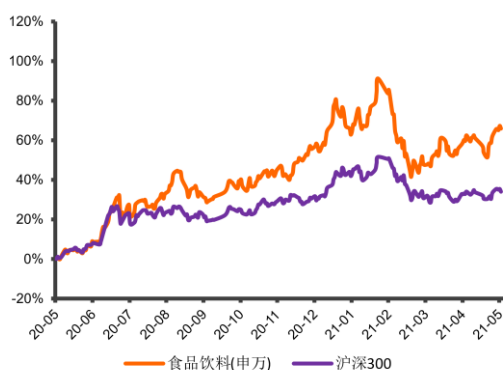
行业评级：增持

市场表现

指数/板块	过去一周涨跌 (%)	过去一月涨跌 (%)	年初至今涨跌 (%)
上证综指	-0.11	1.75	0.39
深证成指	1.47	5.08	-0.37
创业板指	2.62	11.85	4.96
沪深300	0.46	3.38	-1.48
SW食品饮料	2.40	6.70	0.54
SW饮料制造	3.32	8.24	4.19
SW食品加工	-0.24	2.33	-9.05

资料来源：Wind，华鑫证券研发部

指数表现（最近一年）



资料来源：Wind，华鑫证券研发部

分析师：万蓉

执业证书编号：S1050511020001

电话：021-54967577

邮箱：wanrong@cfsc.com.cn

华鑫证券有限责任公司

地址：上海市徐汇区肇嘉浜路750号

邮编：200030

电话：(86 21) 64339000

网址：<http://www.cfsc.com.cn>

- **行情回顾：**报告期内各大指数涨跌不一。上证综指、深证成指、创业板指和沪深300指数涨跌幅分别为-0.11%、+1.47%、+2.62%和+0.46%。申万28个一级行业指数中，涨跌幅排名前三的分别是电器设备、家用电器和汽车，涨跌幅为+3.66%、+3.10%和+2.61%；排名后三位的是钢铁、采掘和银行，涨跌幅分别为-3.57%、-1.78%和-1.75%，食品饮料板块上涨2.40%，跑赢沪深指数1.94个百分点。各子板块涨跌不一，涨跌幅排名前三的分别是软饮料（+8.30%）、其他酒类（+3.93%）和白酒（+3.41%）。

- **行业及上市公司信息回顾：**新乳业3年剑指营收百亿乳企；融创孙宏斌入局酱酒，联手邓鸿4年规划3万吨产能；入局复合调味料，千禾味业寻业绩新支点；豫园股份专设酒业发展公司，酱酒成下一目标；悠然牧业通过上市聆讯，伊利持股四成；安井食品拟定增募资不超57.4亿元，完善产业布局；贵州茅台飞天不调价，拆箱仍执行；泸州老窖公司增加优质基酒储量，并实施产品货架期管理。

- **本周观点：**随着年报&一季报的结束以及股东大会的陆续召开，食品饮料上市公司业绩的稳定再一次得到印证。二季度为白酒传统淡季，白酒企业通过控量提价稳定过渡；啤酒则进入传统旺季，行业提价将是大势所趋，尤其是中高端产品量价齐升有望延续。消费升级引领下行业稳中有升的趋势不会改变，应从中长期的角度出发，关注竞争力优秀的公司。我们建议关注具有核心价值、确定性增长的细分行业及相关公司，包括一线白酒龙头、啤酒、保健品、乳酪等，比如贵州茅台、五粮液、青岛啤酒、珠江啤酒、汤臣倍健、百润股份、嘉必优、妙可蓝多。

- **风险提示：**新冠疫情导致消费增速不达预期、行业政策变动风险、食品安全问题等。



目录

1. 市场行情回顾	3
1.1 报告期内 SW 食品饮料跑赢沪深 300 指数	3
1.2 报告期内 SW 食品饮料各子板块表现	3
1.3 2021 年初至今 SW 食品饮料指数排名第十五位	4
1.4 估值较前期有所回落	5
2. 行业及公司动态回顾	5
2.1 新乳业“鲜立方”战略亮相，3 年剑指营收百亿乳企	5
2.2 融创孙宏斌入局酱酒，联手邓鸿 4 年规划 3 万吨产能	6
2.3 上周食用农产品价格降 2.5%，猪肉批发价格每公斤降 7.6%	6
2.4 入局复合调味料，千禾味业寻业绩新支点	6
2.5 豫园股份专设酒业发展公司：酱酒成下一目标	7
2.6 优然牧业通过上市聆讯，伊利持股四成	8
2.7 老白干：酱酒品牌武陵酒扩建，加速布局湖南市场	8
2.8 安井食品拟定增募资不超 57.4 亿元，完善产业布局	9
2.9 贵州茅台：飞天不调价，拆箱仍执行	10
2.10 泸州老窖：公司增加优质基酒储量，并实施产品货架期管理	10
3. 本周观点	11
4. 风险提示	12
图表 1：上周 SW 一级行业指数排名（单位：%）	3
图表 2：上周 SW 食品饮料各子板块排名（单位：%）	4
图表 3：2021 年初至今 SW 一级行业排名（%）	4
图表 4：2021 年初至今 SW 食品饮料各子行业排名（%）	4
图表 5：SW 一级行业估值水平（单位：倍）	5
图表 6：SW 食品饮料静态估值（PE/TTM）	5

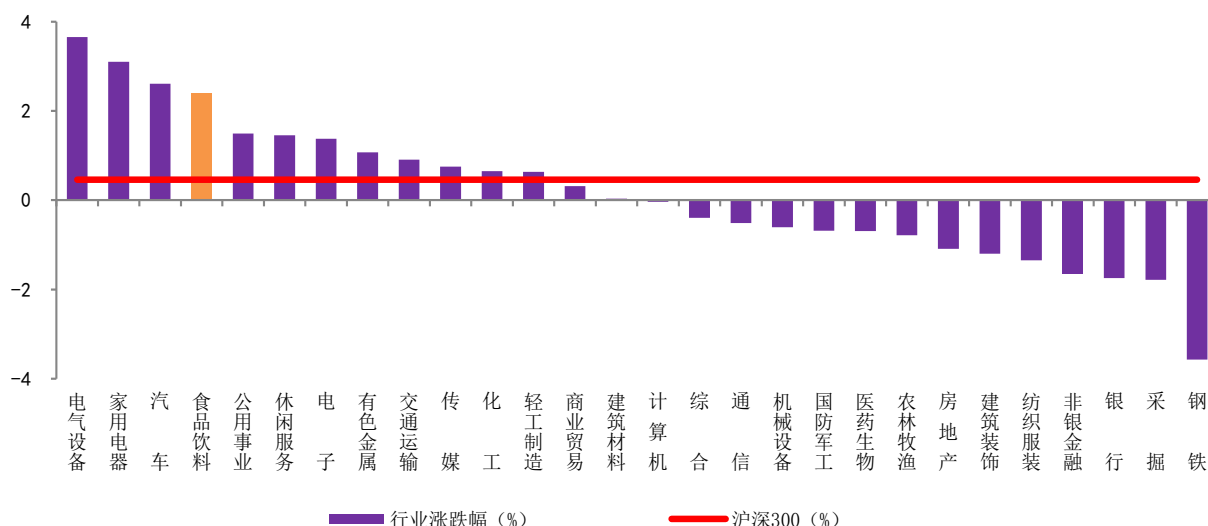
1. 市场行情回顾

1.1 报告期内 SW 食品饮料跑赢沪深 300 指数

报告期内各大指数涨跌不一。上证综指、深证成指、创业板指和沪深 300 指数涨跌幅分别为-0.11%、+1.47%、+2.62%和+0.46%。

申万 28 个一级行业指数中，涨跌幅排名前三的分别是电气设备、家用电器和汽车，涨跌幅为+3.66%、+3.10%和+2.61%；排名后三位的是钢铁、采掘和银行，涨跌幅分别为-3.57%、-1.78%和-1.75%，食品饮料板块上涨 2.40%，跑赢沪深指数 1.94 个百分点，列第四位。

图表 1：上周 SW 一级行业指数排名（单位：%）



资料来源：Wind，华鑫证券研发部

1.2 报告期内 SW 食品饮料各子板块表现

各子板块涨跌不一，涨跌幅排名前三的是软饮料（+8.30%）、其他酒类（+3.93%）和白酒（+3.41%），肉制品（-4.68%）、葡萄酒（-3.77%）和黄酒（-2.13%）列后三位。

近期食品饮料反弹较为明显。随着股东大会的陆续召开，白酒行业呈现了淡季不淡的趋势，食品饮料行业总体上保持了比较好的景气度，业绩相对稳定。我们认为，经过一段时间的股价回调，加上业绩消化，估值已逐步进入合理区间，再加上业绩确定性高，部分优质公司依然值得配置。

食品类别	贡献值
SW 软饮料	8.5
SW 其他酒类	4.0
SW 白酒	3.5
SW 食品综合	2.5
SW 啤酒	-0.5
SW 乳制品	-1.0
SW 调味发酵品	-1.5
SW 黄酒	-2.0
SW 葡萄酒	-4.5
SW 肉制品	-5.0

1.3 2021 年初至今 SW 食品饮料指数排名第十五位

2021年初至今,申万食品饮料指数上涨+0.54%,而同期沪深300指数下跌-1.48%,食品饮料跑赢大盘2.02个百分点,涨幅排名在申万28个一级行业指数中列第十五位;排名前三位的分别是钢铁(+25.37%)、采掘(+13.16%)和有色金属(+11.83%),后三位的分别是国防军工(-18.85%)、非银金融(-14.75%)和通信(-13.25%)。

各子行业中，排名前三的为其他酒类（+25.27%）、啤酒（+15.91%）和软饮料（+10.34%），黄酒（-24.92%）、肉制品（-21.58%）和调味发酵品（-17.07%）列后三位。

行业	行业涨跌幅 (%)	沪深300 (%)
钢铁	25.5	-1.5
有色金属	13.0	-1.5
休闲服务	11.5	-1.5
银行	10.5	-1.5
化工	9.0	-1.5
轻工制造	7.5	-1.5
医药生物	6.5	-1.5
建筑材料	6.5	-1.5
公用事业	5.5	-1.5
综合	5.5	-1.5
纺织服装	3.0	-1.5
建筑装饰	2.0	-1.5
电气设备	2.0	-1.5
食品饮料	0.5	-1.5
交通运输	-0.5	-1.5
汽车	-1.5	-1.5
农林牧渔	-2.0	-1.5
机械	-2.5	-1.5
商业贸易	-3.0	-1.5
房地产业	-3.5	-1.5
电子	-4.5	-1.5
传媒	-6.0	-1.5
计算机	-9.5	-1.5
家用电器	-10.5	-1.5
通信	-13.0	-1.5
银行	-15.5	-1.5
金融	-16.5	-1.5
国防军工	-19.0	-1.5

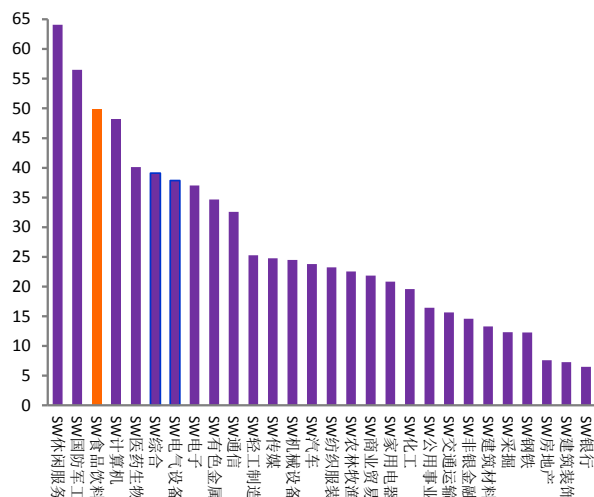
食品类别	贡献度 (%)
SW其他酒类	25.5
SW啤酒	16.0
SW软饮料	10.5
SW食品综合	5.0
SW白酒	3.5
SW葡萄酒	-2.0
SW乳品	-8.0
SW调味发酵品	-17.0
SW肉制品	-21.5
SW黄酒	-25.0

资料来源：Wind，华鑫证券研发部

1.4 估值较前期有所回落

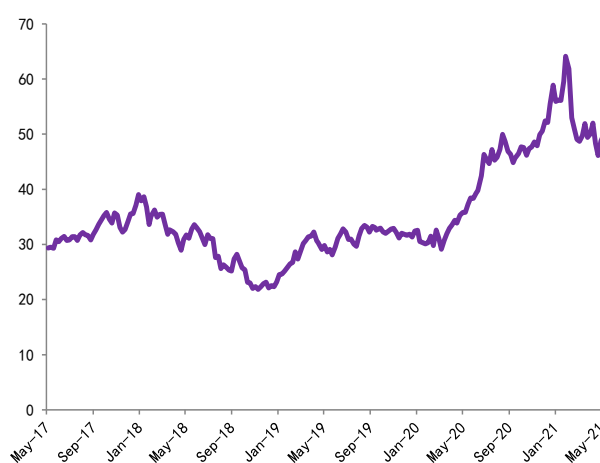
截至 2021 年 5 月 21 日，食品饮料行业动态估值为 49.83X，在所有申万一级行业排中从高到低排第三位，较前期有明显回落。

图表 5：SW 一级行业估值水平（单位：倍）



资料来源：Wind，华鑫证券研发部

图表 6：SW 食品饮料静态估值（PE/TTM）



资料来源：Wind，华鑫证券研发部

2. 行业及公司动态回顾

2.1 新乳业“鲜立方”战略亮相，3 年剑指营收百亿乳企

5 月 20 日，新乳业 2020 年年度股东大会暨品牌战略发布会于成都召开。会上相关人员针对近期热点进行了回应，发布《新乳业 2021—2025 年战略规划》，战略规划中指出，新乳业未来将贯彻“鲜立方”战略，以战略势能刺激发展动能，两者相辅相成，开启新乳业“三年倍增”“五年晋身全球领先乳企行列”的蓝图。

同时以“鲜”为核心主题，提出“新鲜一代的选择”的品牌战略，将着重发展低温乳制品。在此之前，新乳业发布 2021 年第一季度报告，营收和净利润均实现大幅增长。新乳业一季度实现营业收入 20.14 亿元，较上年同期增长 90.88%；实现归母净利润 2922 万元，较上年同期增长 210.51%，剔除股权激励、可转债核算影响后，2020 年第一季度增长超过 7000 万元。

“数量要足够多、质量要足够好、距离要足够近，速度才能足够快，更好地给消



费者传递新乳业的新鲜价值。”在发布会现场，新希望乳业总裁朱川从“以新鲜定义新乳业”“与用户保持新鲜距离”“与新鲜一代共鸣”“成为行业的新鲜力量”四个维度解读新乳业的“鲜立方”战略。

-----搜狐

2.2 融创孙宏斌入局酱酒，联手邓鸿 4 年规划 3 万吨产能

5 月 19 日，仁怀市人民政府与融创中国·环球佳酿酒业集团举行酱香型白酒生产基地建设项目框架协议签约仪式。

遵义市委常委、仁怀市委书记芦忠于，融创中国董事会主席孙宏斌，环球融创会展文旅集团董事长、环球佳酿酒业集团董事长邓鸿出席并见证签约。芦忠于表示，仁怀以酒兴市、以酒立市，是世界酱香白酒产业基地核心产区，当前是投资酱酒的最好机会。仁怀与融创中国·环球佳酿酒业集团签约，必将对仁怀产业集群打造、核心产区建设起到重要推动作用。邓鸿介绍，未来 4 年，环球佳酿酒业集团将在茅台镇核心区新建衡昌烧坊和一九一五双生产基地、酒庄等，四年规划产能 3 万吨，一期工程将在 1 年内完工。一期工程完工后，届时年产能将超过万吨。

-----新浪

2.3 上周食用农产品价格降 2.5%，猪肉批发价格每公斤降 7.6%

中国网财经 5 月 19 日讯 据商务部监测，上周(5 月 10 日至 16 日)全国食用农产品市场价格比前一周(下同)下降 2.5%，生产资料市场价格比前一周上涨 4.4%。

食用农产品市场：30 种蔬菜平均批发价格每公斤 4.36 元，比前一周下降 4%，其中黄瓜、西葫芦、辣椒批发价格分别下降 14.3%、11.4%和 8.6%。6 种水果平均批发价格小幅下降，其中西瓜、梨、香蕉批发价格分别下降 7.5%、1.1%和 1%。肉类价格继续下降，其中猪肉批发价格每公斤 26.86 元，下降 7.6%，羊肉、牛肉批发价格分别下降 0.6%和 0.5%。禽产品价格小幅波动，其中鸡蛋批发价格上涨 0.5%，白条鸡批发价格下降 0.2%。水产品价格小幅上涨，其中鲤鱼、鲢鱼、草鱼批发价格分别上涨 1.9%、1.9%和 1.2%。

-----中国网财经

2.4 入局复合调味料，千禾味业寻业绩新支点

千禾味业悄然推出一款主打四川特色风味的中式复合调味料。业内人士认为，目



前川式调味料市场规模已超千亿元，入局该领域是千禾味业在营收增速放缓且增收不增利状态下寻求新增长点的尝试。不过，在天味食品、颐海国际、海天味业等老牌调味品企业强敌环伺的背景下，千禾味业想要在该市场竞得一席之地并非易事。相关数据显示，2020 年我国复合调味料市场规模约为 1500 亿元，2021 年将达 1658 亿元。其中，川式复合调味料目前总体市场容量是在 1030 亿元，到 2025 年有望达到 1800 亿元，复合调味料增速是在 12% 左右。千禾味业开拓川式复合调味料市场背后是其业绩增收不增利的窘境。

在业内人士看来，川式复合调味料赛道竞争激烈，千禾味业若想短时间内分得一杯羹并非易事。据统计，目前销售额超十亿元的川式复合调味料企业有五家，分别是天味食品、颐海国际、乌江、红九九、吉居。此外，在川式复合调味料居高不下的热度下，海天味业、四川丁点儿食品等老牌调味品企业也纷纷布局川式复合调味产品。

-----北京商报

2.5 豫园股份专设酒业发展公司：酱酒成下一目标

5 月 19 日晚间，复星集团旗下豫园股份已成立酒业发展公司，公司名称或为“复豫酒业”，以复星战略投资发展部经理吴毅飞为首的“复星系”内负责研究规划白酒业务的管理层人员，将出任该酒业公司管理人员。目前金徽酒和舍得酒业均被豫园股份收入囊中，而“两瓶酒”背后的男人郭广昌仍在规划他的酒业版图。

早在 2015 年，复星集团曾出手舍得集团股权竞拍。2017 年，复星国际斥资约 66 亿港元，成为青岛啤酒第二大股东。去年 5 月，复星集团通过豫园股份收购了金徽酒约 30% 的股份，交易额达 18.36 亿元，完成在白酒板块的第一步。随后，豫园股份通过海南豫珠，以 7.15 亿元对金徽酒 8% 的股份完成了要约收购。最终，复星集团将金徽酒 38% 的股权握入手中。去年 12 月末，复星集团再次出手，以 45.3 亿元的价格，拍得天洋控股所持有的 70% 舍得集团股权。目前郭广昌已在接触酱酒企业。此次酒业发展公司的成立，进一步印证了郭广昌进击白酒的脚步仍在加速。郭广昌曾在公开场合表示，中国白酒行业是一个很有潜力和发展前景的行业。复星对白酒有着 20 多年的追求，从金徽酒到舍得酒，复星在白酒板块的战略是要一步步做大做强。

-----搜狐



2.6 优然牧业通过上市聆讯，伊利持股四成

据港交所 5 月 17 日披露的信息显示，优然牧业通过聆讯，华泰国际与瑞信为其联席保荐人。大型乳制品制造商中国优然牧业去年 11 月递交上市申请，拟集资规模由逾 4 亿美元增至 8 亿美元（约 62 亿港元）。内地私募基金 PAG 太盟投资集团于早年有份投资优然牧业，为优然牧业大股东，持股约 42.89%；伊利股份（600887 SH.）持有为 40%。伊利亦是优然牧业最大的客户。于 2017 年至 2020 年 6 月 30 日止六个月，集团向伊利销售原料奶产生的收入分别为人民币 20.5 亿元（人民币，下同）、23.9 亿元、28.4 亿元及 30.7 亿元，分别占集团所生产原料奶销售额的 91.8%、91.7%、92.9% 及 96.1%。

根据弗若斯特沙利文的数据显示，按截至 2020 年 6 月 30 日的奶牛存栏量和 2020 年上半年的原料奶产量计，优然牧业都是全球最大的原料奶提供商。而截至 2020 年 12 月 31 日，优然牧业在中国 14 个省份经营 67 座大型现代化牧场，原料奶产量超 155 万吨。业绩方面，2018 年至 2020 年，优然牧业营业收入从 63.34 亿元增长至 117.81 亿元，期间复合增速为 36.4%；同期其净利润从 6.53 亿元增长至 15.41 亿元，期间复合增速为 53.6%。营收、净利的规模和增速均远超行业水平。截至今年上半年，原料奶业务收入占总收入的 59.7%；饲料业务收入占总收入的 37.0%。集团有 65 座营运的牧场，拥有 287,045 头奶牛，正在建设的牧场有六座，预计在未来两年内投入运营。

-----中华财经网

2.7 老白干：酱酒品牌武陵酒扩建，加速布局湖南市场

老白干武陵酒正在实施扩建项目，湖南省内也正按计划加速布局，在电商方面，武陵酒也在不断地加大平台的投入建设，不断提升线上电商平台的精细化运营能力，并通过多维度的媒体传播提升武陵酒的知名度和美誉度。

2020 年 5 月，总投资 15 亿元的武陵酒新厂建设项目开工仪式在常德经开区举行。据了解，此次新建的武陵酒新厂占地 500 亩，建成后酿酒将超过 5000 吨，储酒能力 4.5 万吨。值得注意的是，老白干酒在湖南省的表现也较为抢眼。从 2020 年年报来看，老白干酒在安徽、山东、境外的营收皆同比下降，但是其在湖南省的营收则同比上升 28.19%，而且毛利率达 78.42%，较其他省份高出 10%以上。

从产品来看，老白干酒旗下的衡水老白干系列、板城烧锅酒系列、文王贡系列、孔府家酒系列的营业收入、生产量和销售量较上年均呈下降态势。只有武陵系列酒的营收同比增加 28.19%，销售量比上年增 14.48%。值得注意的是，武陵酒为酱酒品牌，



其增长和近年来的“酱酒热”不无关系。

-----新京报

2.8 安井食品拟定增募资不超 57.4 亿元，完善产业布局

安井食品 5 月 21 日晚间公告，非公开发行 A 股股票募集资金总额不超过 57.4 亿元，扣除发行后的募集资金净额拟用于新基地建设及老基地扩建类项目、老基地技术升级改造类项目、信息化建设项目、品牌形象及配套营销服务体系建设项目和补充流动资金。

安井食品主要从事速冻火锅料制品（以速冻鱼糜制品、速冻肉制品为主）和速冻面食制品、速冻菜肴制品等速冻食品的研发、生产和销售，是行业内产品线较为丰富的企业之一。2018 年、2019 年及 2020 年，安井食品营业收入分别为 42.59 亿元、52.67 亿元、69.65 亿元，近三年营业收入复合增长率为 27.88%；净利润分别 2.70 亿元、3.73 亿元、6.04 亿元，近三年净利润复合增长率为 49.47%。公司的收入规模和盈利水平呈现快速增长趋势，发展势头良好。公司取得如此业绩，与外部环境向好息息相关。最近几年，我国政策鼓励冷链物流建设，加快基层冷库、冷藏车等设备的投建，为速冻食品行业的发展打下了良好基础。根据中商产业研究院数据，2018 年我国速冻食品市场规模约 1342 亿元，并且保持 9% 稳健增速。速冻食品行业整体格局较为分散，2018 年安井食品的速冻火锅料、速冻米面制品的市场占有率为 10.2%、4.2%，分别排名行业第一和第四。安井食品虽已处于行业领先地位，但是其市场份额仍有较大提升空间。值得一提的是，虽然近年来安井食品产能也在逐步提升，但产品需求仍超过公司已有产能，2020 年产能利用率继续超过 100%，限制了公司进一步扩大市场份额。

本次募集资金投资项目的实施，将使公司速冻食品的生产能力得到充分扩充，有效满足市场需求。同时，产能的增加将进一步提升公司的市场份额，增强品牌影响力，促进市场开拓和销售额增长。从成本端看，产能的增加使得公司面对上游供应商的话语权进一步增强，规模优势更加明显，资源使用效率得到提高。据了解，安井食品目前已拥有覆盖全国的营销网络，但是面对市场环境的动态变化以及食品行业的快速发展，需进一步优化营销服务体系以满足日益增长和不断变化的业务需求，包括营销渠道升级、营销管理服务升级、品牌强化升级等。通过营销服务体系的完善，安井食品可进一步增强核心竞争力，以迎合市场需求、应对外部竞争，并快速适应行业的未来发展趋势。

安井食品称，本次非公开发行将进一步完善公司在速冻食品领域的产业布局，为



公司提升规模、业务整合以及技术革新提供资金支持，推动公司加快建成“世界一流速冻食品商”，促进公司发展战略的早日实现。

-----e 公司

2.9 贵州茅台：飞天不调价，拆箱仍执行

5月19日，贵州茅台在线上举行2020年度及2021年第一季度业绩说明会。由于今年一季报收入和利润增速不同步，净利仅增长6.57%，明显低于市场预期。且过去一年，关于习酒与股份公司同业竞争、飞天茅台与系列酒的聚合营销合理性讨论热度持续抬升，此次说明会正式开始前，围绕茅台该怎样合规经营，怎样提升经营效率两大领域，投资者踊跃提问。早前，记者注意到，身处白酒传统的二季度淡季，多个酱香酒品牌宣布提价。贵州醇宣布提价15%，其中酱香5年指导价从699元涨至799元。另有接近华致酒行的知情人士透露，铁盖钓鱼台提价200元，单瓶售价从1699元提至1899元。

而与之相对，包括茅台王子酒、汉酱、赖茅等系列酒产品，在电商平台上长期处于减价促销状态，优惠幅度从50元到100元不等。对于自身价位本身处于中端水平的系列酒而言，这样的动销力度已接近普通白酒品牌。

由此，记者在本次说明会上提问，究竟系列酒的降价促销是正常现象，还是飞天茅台的加价抢购是正常现象？飞天茅台开箱售卖的政策是否还会坚持？对此，贵州茅台董事、代行总经理职责李静仁在回应中表示，茅台作为国有企业、行业领军企业，作为一家有担当、顾大局、负责任的企业，不仅要考虑经济效益，还要体现国有企业的担当。截至目前，公司没有调整产品价格的计划。

谈及飞天的开箱政策，李静仁介绍，2020年以来，公司坚持把“稳市稳价”工作作为市场管理工作的首要任务，茅台酒拆箱销售是为了尽量减少流通环节，引导开瓶消费，最大程度保障消费者饮用需求。关于开箱销售持续时间，公司将结合市场实际进行综合研判。除却李静仁的上述表态，贵州茅台董事长高卫东也在5月19日交流中提到，拆箱计划目前还在执行。

-----财经网

2.10 泸州老窖：公司增加优质基酒储量，并实施产品货架期管理

5月19日，泸州老窖召开2020年度网上业绩说明会，就公司经营情况、后续战略、基酒产能等方面回复投资者提问。年报显示，近些年，泸州老窖存货周转天数不断增加，高档酒的营收增速不断放缓。2016年-2020年，泸州老窖的存货周转天数分



别为 327 天、371 天、404 天、467 天、532 天。2016 年-2019 年，泸州老窖高档酒的营收增速分别为 89.39%、59.18%、37.21%、34.78%。

泸州老窖常务副总经理、董事会秘书王洪波回复称，为保障公司产品品质及未来市场发展需要，公司近年来增加了优质基酒储量，并实施了产品货架期管理。2013-2014 年白酒行业出现深度调整，公司发展也经历了恢复期、调整期、稳定期，高端产品在基数越来越大的情况下仍保持了良性高速发展。

对于如何看待目前的酱酒热，王洪波表示，“酱酒和其他香型并无高下之分，只是风格不同，随着加入者的增多，未来最终决定企业前景的是品质、品牌和营销，而非品类。”2020 年，泸州老窖旗下产品曾多次提价，有投资者提问：“公司是否有对产品提价的预期？”王洪波回复称，公司根据供求需求关系及其价格策略规划产品出厂价格。

泸州老窖十四五规划中明确提出，五年重回行业前三。公司表示，2021 年公司经营目标为营收同比增长不低于 15%，公司将聚焦“双品牌、三品系、大单品”发展布局、持续推进泸州老窖名酒价值回归、持续以品牌创新引领年轻化、国际化、时尚化发展方向。

2019 年 7 月，泸州老窖总额不超 40 亿元的发债申请获得通过，2019 年 8 月发行首期公司债 25 亿元。2020 年 3 月，再次发行 15 亿元的公司债，两期总共募资 40 亿元，用途为技改项目二期（规划总投资 40.73 亿元）。对于酿酒技改项目的进展。泸州老窖表示，酿酒项目已于 2020 年 12 月建设完成，目前公司纯粮固态基酒产能为 17 万吨。公司黄舣酿酒生态园已全部投产，将新增优质固态基酒产能 10 万吨。

-----新京报

3. 本周观点

随着年报&一季报的结束以及股东大会的陆续召开，食品饮料上市公司业绩相对稳定再一次得到印证，行业总体上保持了比较好的景气度。泸州市酒业发展促进局发布 5 月中旬白酒商品批发价格走势分析，全国白酒商品批发价格定基总指数为 107.55，上涨 7.55%。其中，名酒价格指数为 109.58，上涨 9.58%；地方酒价格指数为 104.63，上涨 4.63%；基酒价格指数为 106.91，上涨 6.91%。二季度为白酒传统淡季，白酒企业通过控量提价稳定过渡；啤酒则进入传统旺季，百威打响啤酒涨价第一枪，行业提



价也将是大势所趋，尤其是中高端产品量价齐升有望延续。总体来看，消费升级引领下行业稳中有升的趋势不会改变，应从中长期的角度出发，关注竞争力优秀的公司。

我们依然建议关注具有核心价值、具有长期确定性增长的细分行业及相关上市公司，包括一线白酒龙头、啤酒、保健品、乳酪等，相关公司比如贵州茅台、五粮液、青岛啤酒、珠江啤酒、汤臣倍健、百润股份、嘉必优、安琪酵母、妙可蓝多。

4. 风险提示

新冠疫情导致消费增速不达预期、行业政策变动风险、食品安全问题等。

分析师简介

万蓉：华鑫证券分析师，商业管理硕士，2007 年 7 月加入华鑫证券研发部。

华鑫证券有限责任公司投资评级说明

股票的投资评级说明：

	投资建议	预期个股相对沪深 300 指数涨幅
1	推荐	>15%
2	审慎推荐	5%---15%
3	中性	(-) 5%--- (+) 5%
4	减持	(-) 15%--- (-) 5%
5	回避	< (-) 15%

以报告日后的 6 个月内，证券相对于沪深 300 指数的涨跌幅为标准。

行业的投资评级说明：

	投资建议	预期行业相对沪深 300 指数涨幅
1	增持	明显强于沪深 300 指数
2	中性	基本与沪深 300 指数持平
3	减持	明显弱于沪深 300 指数

以报告日后的 6 个月内，行业相对于沪深 300 指数的涨跌幅为标准。

免责条款

华鑫证券有限责任公司（以下简称“华鑫证券”）具有中国证监会核准的证券投资咨询业务资格。本报告由华鑫证券制作，仅供华鑫证券的客户使用。本公司不会因接收人收到本报告而视其为客户。

本报告中的信息均来源于公开资料，华鑫证券研究发展部及相关研究人员力求准确可靠，但对这些信息的准确性及完整性不作任何保证。我们已力求报告内容客观、公正，但报告中的信息与所表达的观点不构成所述证券买卖的出价或询价的依据，该等信息、意见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任何人的个人推荐。投资者应当对本报告中的信息和意见进行独立评估，并应同时结合各自的投资目的、财务状况和特定需求，必要时就财务、法律、商业、税收等方面咨询专业顾问的意见。对依据或者使用本报告所造成的一切后果，华鑫证券及/或其关联人员均不承担任何法律责任。

本报告中的资料、意见、预测均只反映报告初次发布时的判断，可能会随时调整。该等意见、评估及预测无需通知即可随时更改。在不同时期，华鑫证券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。华鑫证券没有将此意见及建议向报告所有接收者进行更新的义务。

本报告版权仅为华鑫证券所有，未经华鑫证券书面授权，任何机构和个人不得以任何形式刊载、翻版、复制、发布、转发或引用本报告的任何部分。若华鑫证券以外的机构向其客户发放本报告，则由该机构独自为此发送行为负责，华鑫证券对此等行为不承担任何责任。本报告同时不构成华鑫证券向发送本报告的机构之客户提供的投资建议。如未经华鑫证券授权，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。华鑫证券将保留随时追究其法律责任的权利。请投资者慎重使用未经授权刊载或者转发的华鑫证券研究报告。

华鑫证券有限责任公司
研究发展部
地址：上海市徐汇区肇嘉浜路 750 号
邮编：200030
电话：(+86 21) 64339000
网址：<http://www.cfsc.com.cn>