



2021年6月15日

稳中求胜—食品饮料行业周报 (0607-0614)

食品饮料

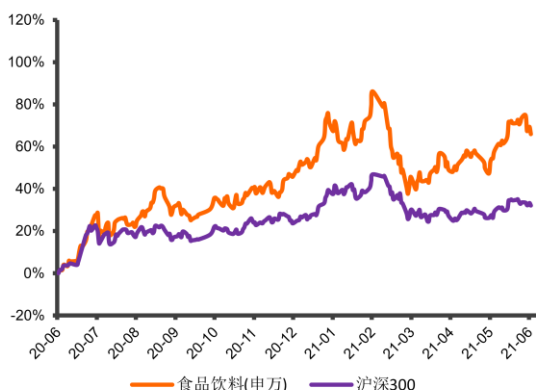
行业评级：增持

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	-0.27	4.72	3.36
深证成指	-0.41	6.35	2.28
创业板指	2.18	12.90	11.20
沪深300	-1.00	4.65	0.26
SW食品饮料	-5.07	12.69	3.33
SW饮料制造	-6.05	15.96	8.81
SW食品加工	-1.81	3.40	-11.04

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：wanyong@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-0.27%、-0.41%、+2.18%和-1.00%。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(+6.46%)、汽车(+4.75%)和计算机(+4.40%)；后三位的是食品饮料(-5.07%)、农林牧渔(-3.20%)和商业贸易(-2.86%)。食品饮料板块跑输沪深指数4.07个百分点。子板块涨跌幅排名前三的分别是乳品(+1.38%)、软饮料(+0.64%)和肉制品(-1.84%)。
- 行业及上市公司信息回顾：**消费升级推动奶粉高端化，飞鹤2023年营收预计再增88%；白酒产品全渠道销售，来伊份能否借酒“消愁”；原料奶巨头优然乳业全球招股；茅台将迎“三重利好”战略机遇期；郎酒更新招股书：一季度营业利润大增超百倍；海南椰岛：出资四千万用于椰岛糊涂酒业购坤沙酱酒；宁夏葡萄酒出口逆势增长46.4%。
- 本周观点：**上周贵州茅台、水井坊、今世缘等酒企召开股东大会，整体反馈积极。泸州市酒业发展促进局发布白酒商品批发价格走势，全国白酒商品批发价格定基总指数107.74，上涨7.74%，行业景气度依然较高。二季度为白酒淡季，酒企往往通过控量提价稳定过渡。上周食品饮料板块出现短暂回调，我们认为主要是部分资金在经历过春节后的大跌以及近期上涨后有阶段性兑现收益的需求，建议选择业绩相对稳定，增速更为稳健的子板块和公司，择机进行长期配置，包括一、二线白酒龙头、啤酒、保健品、休闲食品等，相关公司比如贵州茅台、舍得酒业、青岛啤酒、珠江啤酒、汤臣倍健、百润股份、嘉必优、绝味食品、广州酒家等。
- 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 食品饮料跑输沪深 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 消费升级推动奶粉高端化，飞鹤 2023 年营收预计再增 88%	5
2.2 白酒产品全渠道销售，来伊份能否借酒“消愁”	6
2.3 营收超 117 亿，原料奶巨头优然牧业全球招股	7
2.4 伊利股份 130 亿募资，拟要加深“护城河”，打造“全产业链创新”	8
2.5 茅台将迎“三重利好”战略机遇期	9
2.6 郎酒更新招股书：一季度营业利润大增超百倍	10
2.7 宝酝集团获超六亿 A 轮融资，成立一年已融近十亿元	11
2.8 海南椰岛：椰岛公司已出资四千万元，用于椰岛糊涂酒业购坤沙酱酒	12
2.9 宁夏葡萄酒出口逆势增长 46.4%	12
2.10 高膳食纤维食品品牌乐体控完成近亿人民币 A 轮融资	13
3. 本周观点	13
4. 风险提示	14
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

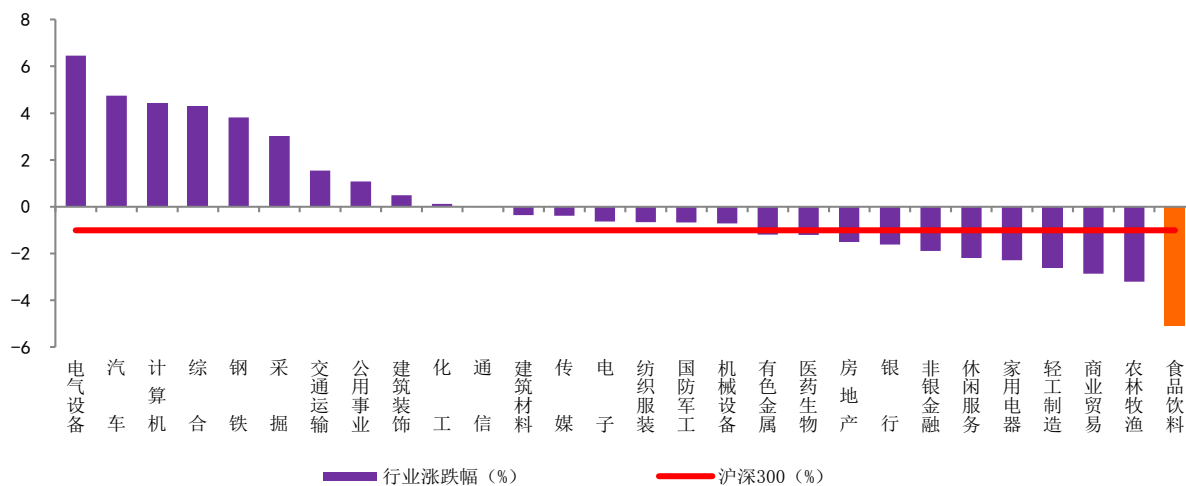
1. 市场行情回顾

1.1 报告期内 SW 食品饮料跑输沪深 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-0.27%、-0.41%、+2.18%和-1.00%。

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、汽车和计算机，涨跌幅为+6.46%、+4.75%和+4.40%；排名后三位的是食品饮料、农林牧渔和商业贸易，涨跌幅分别为-5.07%、-3.20%和-2.86%，食品饮料板块跑输沪深指数 4.07 个百分点，列倒数第一。

图表 1：上周 SW 一级行业指数排名（单位：%）



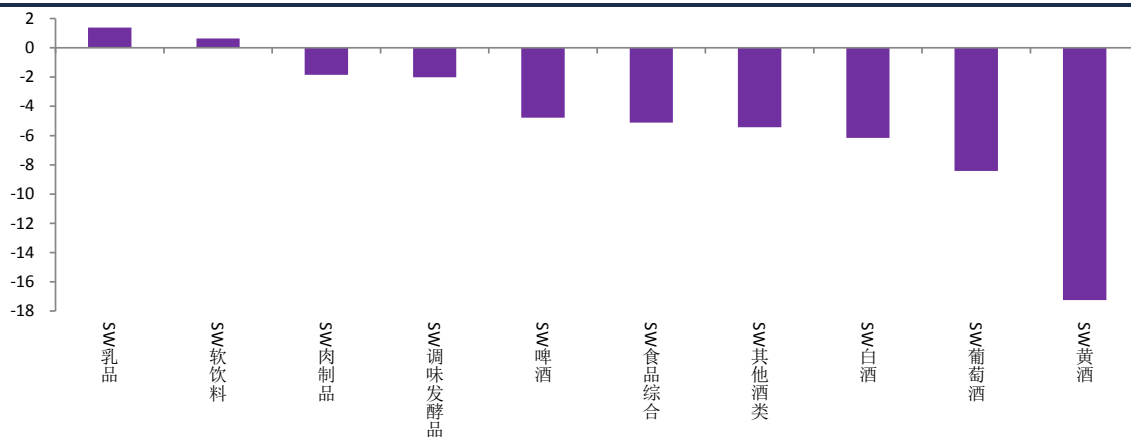
资料来源：Wind，华鑫证券研发部

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，涨跌幅排名前三的分别是乳品 (+1.38%)、软饮料 (+0.64%) 和肉制品 (-1.84%)，黄酒 (-17.26%)、葡萄酒 (-8.42%) 和白酒 (-6.16%) 分列后三位。

上周，食品饮料板块出现短暂回调，我们认为主要是部分资金在经历过春节后的大跌以及近期上涨后有阶段性兑现收益的需求，但中长期来说整个板块都将保持稳定的增长。我们应选择业绩相对稳定，增速更为稳健的子板块和公司，择机进行长期配置。

图表 2：上周 SW 食品饮料各子板块排名（单位：%）



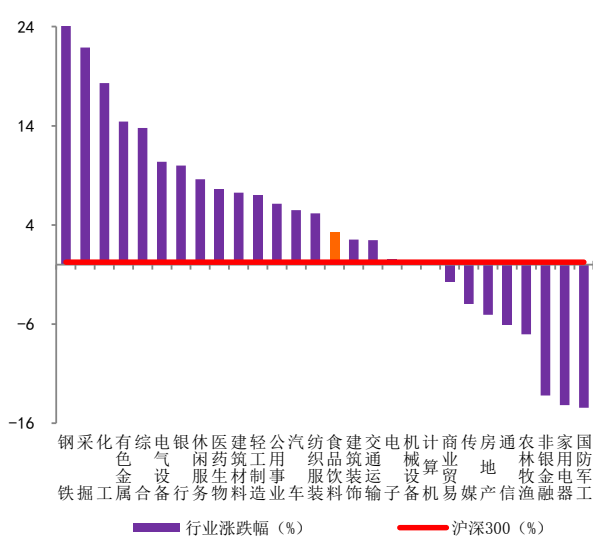
资料来源：Wind，华鑫证券研发部

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+3.33%，而同期沪深 300 指数上涨+0.26%，食品饮料跑赢大盘 3.07 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（+26.52%）、采掘（+21.89%）和化工（+18.31%），后三位的分别是国防军工（-14.43%）、家用电器（-14.18%）和非银金融（-13.20%）。

各子行业中，排名前三的为其他酒类（+26.70%）、啤酒（+18.64%）和软饮料（+14.68%），肉制品（-23.06%）、黄酒（-18.23%）和调味发酵品（-17.17%）列后三位。

图表 3：2021 年初至今 SW 一级行业排名（%）



资料来源：Wind，华鑫证券研发部

图表 4：2021 年初至今 SW 食品饮料各子行业排名（%）



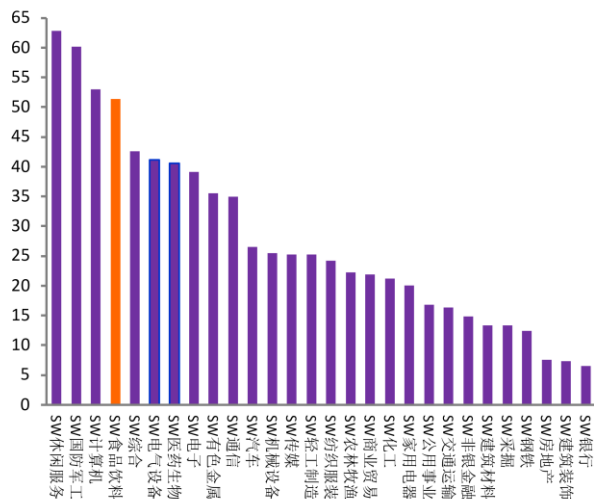
资料来源：Wind，华鑫证券研发部

1.4 估值较前期有所回落

截至 2021 年 6 月 14 日，食品饮料行业动态估值为 51.44X，在所有申万一级行业中从高到低排第四位，较年初有明显回落。

图表 5：SW 一级行业估值水平（单位：倍）

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

资料来源：Wind，华鑫证券研发部

2. 行业及公司动态回顾

2.1 消费升级推动奶粉高端化，飞鹤 2023 年营收预计再增 88%

6 月 9 日，港股上市公司中国飞鹤发布公告，拟动用不超过 2 亿美元资金用于购回公司不超过 10% 的股份。舆论再次聚焦快速发展的奶粉行业。事实上，在消费升级和政策助推下，国内奶粉行业向头部集中的趋势正在加速。

数据显示，中国奶粉行业 CR3 自 2015 年以后持续提升，2020 年，中国奶粉行业 CR3 达到 38%，集中度水平回到 2007 年，集中度提升趋势明显。尼尔森数据显示，截至 2021 年 4 月，飞鹤市占率升至 19%。飞鹤行业龙头地位愈发稳固。站在更大视野和更长的周期角度看，这一轮奶粉行业格局的演变已经进行了多年。乳业观察人士认为，在新一轮国货热潮和奶粉“新国标”政策的推动下，未来奶粉行业将继续延续高端化和向头部集中的趋势。

消费升级是一个老话题，也是经过了发达市场验证的规律。2019 年，我国人均国

内生产总值 70892 元，这是我国人均 GDP 首次超过 1 万美元。人均 GDP 的增长也就意味着居民可支配收入的同步增加，中国的消费规模也将持续增加；而在人均 GDP 超过 1 万美元后，消费升级的趋势会加快，消费升级首先会在快消品、特别是食品饮料行业发生。

近十年来，我国乳制品相关企业注册量一直呈现波动下降趋势——2013 年注册量达十年来最高，新增 47.1 万家，同比增 9%；自 2014 年开始，注册量逐年下降，2019 年注册量达 28.9 万家，同比下降 4%。2020 年，中国奶粉行业 CR3 达到 38%，而东兴证券的研究显示，美国、英国、日本的 CR3 分别为 90.5%、82%、76.2%。因此，对标海外，飞鹤的市场占有率有望继续提升，且空间巨大。当前，我国开始实行“三孩政策”，即一对夫妻可以生育三个子女。国家卫健委表示，未来还将出台一系列配套支持措施。奶粉行业仍然是一个优质的成长赛道，在消费升级、国货浪潮及奶粉政策推动下，作为行业龙头的飞鹤有望长期保持目前的业绩增速。

-----凤凰网

2.2 白酒产品全渠道销售，来伊份能否借酒“消愁”

“主板零食第一股”来伊份正在加速寻找新的业绩增长点。6 月 9 日，贵州 53° 醉爱 6 号酱香酒和红酱香酒两款白酒已在来伊份天猫旗舰店出售。据了解，目前该产品已在来伊份全渠道（包括线上平台、线下门店及团购经销渠道）进行销售。根据来伊份的说法，推出该品牌旨在打造上海本地化酱香酒品牌，但在业内人士看来，入局白酒行业背后是来伊份近年来业绩表现乏力，希望寻找一个新的业绩突破口。

业内人士认为，来伊份进入白酒领域的背后是其近年来业绩出现下滑。数据显示，2016-2020 年，来伊份分别实现营收 32.36 亿元、36.36 亿元、38.91 亿元、40.02 亿元、40.26 亿元，净利润分别为 1.34 亿元、1.01 亿元、1010.9 万元、1037.07 万元、-6519.53 万元。除了净利润出现亏损，起家于线下的来伊份与三只松鼠、良品铺子、百草味相比，表现乏力。天猫零食行业重点品牌分析显示，三只松鼠、百草味、良品铺子、来伊份和欧贝拉五大品牌作为目前中国零食行业的 TOP5 品牌，2020 年销售额分别为 68.3 亿元、48.1 亿元、31.9 亿元、7.4 亿元、7.4 亿元。

在香颂资本董事沈萌看来，来伊份是互联网属性较弱的零食连锁品牌，与其他三个品牌对比，年轻化属性较弱，品牌特征也不明显。从目前来看，来伊份进入白酒领域，除了短期炒股价，不会对业绩提升有什么实质性帮助。

来伊份在其天猫旗舰店出售的贵州 53° 醉爱 6 号酱香酒和红酱香酒的价格分别为 1299 元/瓶和 1199 元/瓶。朱丹蓬认为，从定价来看，来伊份的白酒处于次高端市场，酱香酒的生产成本、时间成本偏高，来伊份整体定价较为合理。据了解，我国高端白酒市场基本处于寡头垄断格局。2019 年，五粮液、茅台双双实现千亿目标，开创了我国白酒千亿新时代。“不过，次高端白酒品牌缺乏高端白酒的品牌效应。在这种情况下，销售渠道的开拓显得尤为重要。未来，来伊份能否充分利用线下 3000 多家门店的销售渠道，快速将产品推向市场，赢得次高端市场份额还不确定。”朱丹蓬称。

除品牌效应和渠道铺设，如何定位消费群体也是来伊份需要考虑的事情。来伊份此前深耕的休闲零食领域与白酒市场的消费群体也有差异。休闲食品的消费人群以青少年儿童、中青年女性为主力消费人群。而据《2019 白酒行业数字化发展洞察报告》分析，大众消费接替政商消费成为白酒消费的中坚力量，一方面，80、90 后成为市场消费的主力；另一方面，白酒的消费场景在扩充，由原来的社交和商务聚会为主，发展为家庭或朋友聚会、商务应酬、日常玩乐聚会、对象约会、一人独饮。

-----凤凰网

2.3 营收超 117 亿，原料奶巨头优然乳业全球招股

6 月 7 日起，中国优然乳业集团有限公司（优然乳业）启动全球发售，定价区间在 6.98 港元至 8.66 港元、拟募资总额约 62 亿港元。作为乳制品产业链上游企业，优然乳业 2020 年营收超 117 亿元。近年来，国内乳制品市场渗透率不断提高，整体消费规模呈持续增长趋势，原料奶收购价格也逐渐高企。不过，中国的原料奶供应市场高度分散，公司面临着激烈的竞争。

优然乳业前身可追溯至 1984 年，早期是呼和浩特市配合饲料厂，后发展为内蒙古伊利畜牧发展有限责任公司，曾是伊利旗下全资附属公司。公开资料显示，优然乳业业务完整覆盖由育种到饲料再到原料奶生产的乳业上游全产业链，并在核心业务板块保持较大优势。公司旗下 67 座自营牧场覆盖中国黄金奶源带并辐射全国 14 个省、直辖市和自治区，养殖进口良种荷斯坦奶牛和娟珊牛超过 30 万头。饲料业务方面，公司服务反刍动物头数超 100 万头，是中国最大的反刍动物精饲料提供商。此外，优然乳业附属公司新三板挂牌企业赛科星是奶牛育种企业龙头企业之一，拥有业内先进的自主奶牛遗传改良和全球领先的性控冻精生产技术，2019 年奶牛性控冻精市场占有率可达 22.2%，奶牛性控冻精市场排名第一。

财务方面，优然乳业 2018 年至 2020 年营收分别为 63.34 亿元、76.68 亿元、117.81 亿元，复合年增长率达到 36.4%；三年期间的利润分别为 6.53 亿元、8.02 亿元、15.41 亿元，复合年增长率达到 53.6%。值得注意的是，优然乳业的业务高度依赖伊利。以

原料奶为例，2015年，优然牧业与伊利订立框架协议，长期为伊利供应原料奶。2018年至2020年，公司向伊利销售原料奶产生的收入分别为23.93亿元、28.45亿元、67.01亿元，占同期所生产原料奶的销售总额约91.7%、92.9%及95.8%。

不过，在伊利股份近千家多数属于中小型牧场的原料奶供应商中，优然牧业为其最大的原料奶供应商。优然牧业股东表示，伊利不断扩展的业务运营也依赖于优然牧业原料奶的稳定供应。以2020年为例，优然牧业供应的原料奶占伊利股份所采购原料奶总量的不超过25%，而伊利股份的第二大原料奶供应商仅占伊利股份原料奶总采购量的不足7%。

对于市场争夺激烈的原料奶行业来说，乳制品消费市场扩张，近年来奶源产品价格回升是相对利好的消息。2020年，尼尔森零研数据显示，国内有机乳品、常温牛奶、低温牛奶细分市场零售额比上年同期分别增长21.9%、11.5%、21.7%。同时，由于液体乳消费需求上升，导致国内奶源供应紧张，促使原料奶收购价格上涨。原奶价格上涨，从供给端来看，支撑奶价处于高位的因素包括玉米、豆粕、苜蓿草等饲料成本上行，进口奶牛成本较高，短期很难下降。但从需求端来看，生鲜乳需求增量来自基础及高端白奶、巴氏奶，消费此品类的主要为自购买人群。受供需双重影响，判断原奶价格将维持上行趋势。

不过，中国的原料奶供应市场高度分散，优然乳业面对国内其他大型牧场及来自全球的饲料生产上的直接竞争。要获得及维持任何竞争优势，公司需要投入大量的管理、财务及人力资源。此外，各项业务也面临新进入者的变化。

优然牧业招股书披露，截至2020年12月31日，前五大行业可比公司按奶牛存栏量计算仅占8.1%的市场份额。弗若斯特沙利文资料显示，优然牧业以2.9%的占比排名第一。同期，公司在原料奶产量方面亦排名第一，市场份额为4.5%。

-----创业资本汇

2.4 伊利股份130亿募资，拟要加深“护城河”，打造“全产业链创新”

6月7日，资本邦了解到，A股公司伊利股份(600887.SH)发布2021年非公开发行A股股票预案。公司此次非公开发行的发行对象为不超过35名特定对象。本着市场化和公允的原则，最终发行对象将采用竞价方式协商确定，定价基准日为本次非公开发行股票发行期的首日。公告显示，伊利股份本次拟募集资金不超过130亿元。以伊利股份6月4日收盘时市值计，占比约为5.40%。伊利股份6月4日收报39.58元/股，市值为2408亿元。此次募集资金将主要用于液态奶生产基地建设项目、5G+工业互联网婴儿配方奶粉智能制造示范项目、长白山天然矿泉水项目、数字化转型和信息化升级项目、乳业创新基地项目等。

伊利股份表示，公司进入新的发展阶段，除在产供销等传统能力上不断加深“护城河”外，亦将“全产业链创新”作为未来发展的核心战略。近年来，公司重点产品销售收入快速增长，公司每年需要保持资本性支出，扩充产能以满足快速增长的市场需求。公司计划在全国选择多个原奶资源丰富、规模化牧场集中的区域，使用非公开发行募集资金建设符合绿色生产和智能制造标准的乳制品生产基地。

-----资本邦

2.5 茅台将迎“三重利好”战略机遇期

6月9日，贵州茅台（600519）召开2020年度股东大会。会上，上任仅一年多的董事长高卫东，用“极不平凡、极不容易”、“责任重大、使命光荣”、“未来可期”等词表达对过去一年的深切感受。

2020年，在受疫情影响的特殊年份，贵州茅台超额完成年度主要目标。“‘十四五’期间，我们将迎来国内经济持续向好、政策环境持续优化、酱酒产业持续发力‘三重利好’叠加的战略机遇期。”高卫东表示。回看2020年度，贵州茅台完成茅台酒及系列酒基酒产量7.52万吨，同比增长0.15%；实现营业总收入979.93亿元，同比增长10.29%；实现归母净利润466.97亿元，同比增长13.33%，逆势超额完成年度主要目标。

进入“十四五”开局，2021年一季度，贵州茅台实现营业收入272.71亿元，同比增长11.74%，归母净利润139.54亿元，同比增长6.57%。股东大会上，公司透露，从一季度生产经营来看，各项指标稳中有进，生产质量为同期最优，为全年目标任务奠定坚实基础。据悉，目前公司各项工作按既定计划推进，并正在有序开展“十四五”战略规划编制工作。

关于市场最关注的增产扩能情况，高卫东透露，按照产能规划，预计今年茅台酒的产能可以达到5.53万吨，实现茅台酒“十三五”规划目标。据悉，这一数字早在10年前就开始论证。高卫东还表示，“十四五”期间茅台酒产能能否再进行增产扩能，要进行严苛、审慎、科学的论证和研究。自上市以来，贵州茅台坚持持续、稳定的现金分红政策。数据显示，截至2020年底，公司累计现金分红达971亿元，为上市募资净额的49倍，占上市以来净利润总额的46.47%，近五年的现金分红比例均超过了50%。系列酒发展也是茅台近年发展的一大亮点。据介绍，系列酒是公司产品体系重要组成部分，“十三五”为培育酱酒消费，公司提出了双轮驱动战略，优化丰富产品体系，系列酒逐渐成为公司重要的增长极。据介绍，在系列酒产品方面，贵州茅台深入实施“大单品”战略，茅台王子销售额超过40亿元，汉酱、赖茅、大曲等站稳10亿元规模，

逐步形成以茅台王子酒为核心的产品集群。

另外，渠道方面，系列酒在一些白酒消费大省逐步打开渠道，培育了大批酱酒消费群体。下一步，茅台将围绕“做全国一流产品、树全国一流品牌、创全国一流服务”的思路，抢抓系列酒发展机遇，坚持以市场和消费者为中心，以坚守品质为根本，找准发展定位、优化产品结构和市场布局，做深做细做实系列酒的文化内涵，建好用好酱香酒文化体验中心，切实提升茅台系列酒的市场竞争力。此外，在系列酒新增产能和投产情况方面，公司介绍，近年来有序推进 3 万吨酱香系列酒技改项目建设，目前，项目推进是完全正常的。2020 年度已经新增了系列酒基酒设计产能 4015 吨。接下来将按照已经明确的目标有序推进项目建设，分期分批投产。

会上，高卫东还对行业后市进行了研判。他说，当前，我国经济稳中向好、长期向好的基本面没有改变，随着城市化进程加快，消费需求持续升级，白酒行业将迎来更大发展空间；白酒限制性政策的解除，产业调整也随之打开，使行业发展更加注重质量和效益，并不断向优势品牌、企业和产区集中；通过多年培育，酱酒白酒的消费人群在不断增加，酱酒文化不断深入人心，市场潜力不断挖掘释放。

-----全景网

2.6 郎酒更新招股书：一季度营业利润大增超百倍

6 月 11 日，四川郎酒股份有限公司更新招股书显示，2021 年一季度营业利润大增超一百倍。招股书数据显示，2021 年 1-3 月，郎酒营收 32.2 亿元，同比增 293.44%，营业利润 16.92 亿元，同比增 10679.76% (均未经审计)。

郎酒对此表示，2020 年一季度，受新冠肺炎疫情的影响，公司产品市场需求出现一定程度的下滑或延迟，公司营业收入及利润规模均相对较小。2021 年一季度，随着国内新冠肺炎疫情的有效控制以及高端酱香白酒市场的消费需求持续旺盛，公司的销售得以改善，公司营业收入和净利润因此较 2020 年同期实现较大幅度增长。

招股书显示，本次募集资金投资项目经公司 2019 年年度股东大会审议确定，募集资金总额将由实际发行股数和根据询价结果确定的发行价格确定。本次募集资金扣除发行费用后，公司将结合实际情况根据轻重缓急依次投入到优质酱香型白酒产能建设项目、郎酒数字化运营建设项目、郎酒企业技术中心建设项目、优质浓香型、兼香白酒产能建设项目、补充流动资金共五项用途。

郎酒称，公司将严格按照有关规定管理和使用募集资金。若募集资金不能满足项目资金需求，公司将通过自筹方式解决，以保证项目的顺利实施；若募集资金到位前

公司已用自筹资金先行投入，则在募集资金到位后，将首先置换先期投入的资金，然后用于支付项目剩余款项。

-----中新经纬

2.7 宝酝集团获超六亿 A 轮融资，成立一年已融近十亿元

6月9日，在宝酝集团首届全国经销商大会上，宝酝集团宣布完成超6亿元的A轮融资，该融资由碧桂园创投领投，日初资本、源一资本以及老股东经纬中国跟投。宝酝集团本轮融资将主要用于自有品牌“宝酝酒”及“甲等大奖章”，以及公司战略合作的“国台·龙耀”、“金沙·标准样”、“五粮液·世界红”等名酒的研发和市场推广。

宝酝集团的融资速度也体现了酱酒的资本热度。宝酝集团成立于2020年5月9日，成立仅一年时间，宝酝集团就已完成天使轮、Pre-A轮、Pre-A+轮到A轮的四轮融资，累计融资近10亿元，投资方包括了经纬中国、碧桂园创投、日初资本、源一资本、中金资本、清流资本、富禾资本等知名投资机构。从模式上看，宝酝集团做品牌的同时也做酒业连锁渠道。在品牌上，一方面宝酝集团与五粮液、国台、金沙江、天塞等酒企达成战略合作，独家运营五粮液·世界红、国台·龙耀年份酒（小批量勾调）、青花郎·2020十大经济年度人物联名酒等大单品，同时获得多个名酒产品的渠道总代理权及线上渠道代理权。

另一方面，宝酝也建设自有品牌，包含多款酱酒。在渠道方面，6月9日宝酝发布酱酒馆连锁战略，将推出酱香名酒专业连锁机构宝酝名酒酱酒馆。宝酝方面表示，名酒酱酒馆有三个方面的创新，即首创中国酱酒专业连锁新物种、首创中国酱酒一站式体验系统、首创中国酱酒专业化教育体系，并提供酱酒销售、文化品鉴、文创定制、储酒银行、老酒鉴定、会员服务、分层社群等服务。截至目前，该战略已经吸引了全国多位经销商签约。

今年4月春糖会期间，宝酝集团就曾在成都开业了宝酝名酒美学馆，宝酝名酒美学馆作为一个开放平台，为消费者提供社群互动的空间，想要打成一个酒文化的艺术秀场、商务精英的聚集地。宝酝集团创始人李士祎指出，中国酒类商业渠道发展正经历着深刻的变革，在酒类连锁上半场，存在产品杂、利润低、货源差、服务弱、模式旧等行业痛点。随着酒类连锁进入下半场，细分市场、精耕人群、专业整合、深入体验成为大势所趋。

-----经济观察报

2.8 海南椰岛：椰岛公司已出资四千万元，用于椰岛糊涂酒业购坤沙酱酒

6月10日，海南椰岛（集团）股份有限公司（以下简称“海南椰岛”）发布与贵州省仁怀市茅台镇糊涂酒业（集团）有限公司（以下简称“糊涂公司”）合作的进展公告。截至2021年6月9日，椰岛公司已向椰岛糊涂酒业现金出资4000万元，糊涂公司已向椰岛糊涂酒业同比例现金出资1000万元。本次出资主要用于支付公司与糊涂公司签署的《合作框架协议》中约定的合资公司每年向糊涂公司采购不低于5000吨大曲坤沙酱酒的部分货款。2021年4月27日，海南椰岛召开第七届董事会第六十一次会议，审议通过了《关于投资设立控股孙公司的议案》。董事会同意公司全资子公司海南椰岛酒业发展有限公司（以下简称“椰岛公司”）与糊涂公司共同出资设立贵州省仁怀市椰岛糊涂酒业股份有限公司（以下简称“椰岛糊涂酒业”）。

根据海南椰岛与糊涂公司签署的《合作框架协议》，椰岛糊涂酒业注册资本为3亿元，其中椰岛公司以现金出资2.4亿元，占注册资本的80%，糊涂公司以经评估的价值0.6亿元的大曲坤沙酱酒实物方式出资，占注册资本的20%。为了加快推动本次投资主体业务的开展，经椰岛公司与糊涂公司协商一致，近日双方签署了《补充协议》，补充协议约定糊涂公司由大曲坤沙酱酒实物方式出资变更为现金出资0.6亿元，占注册资本的20%。椰岛公司出资金额与方式不变。

在5月24日下午举行的海南辖区上市公司2020年度业绩集体网上说明会上，海南椰岛回应与糊涂酒业进行合作后的工作推进情况称，目前酱香酒产品已经进入最后定型阶段，公司将在近期筹备相关产品发布活动。

截至6月10日收盘，海南椰岛股价收于每股27.85元，下跌5.11%，总市值为124.82亿元。

-----新京报

2.9 宁夏葡萄酒出口逆势增长46.4%

6月10日，北京商报记者通过宁夏回族自治区人民政府印发的《宁夏国家葡萄酒及葡萄酒产业开放发展综合试验区建设总体方案》了解到，目前宁夏葡萄酒与23个主要生产国建立紧密联系、开展技术合作。宁夏葡萄酒远销欧、美、日及香港、澳门等30多个国家和地区，大单品“贺兰红”被选定为联合国代表餐厅指定用酒。在2020年外部因素带来不利外贸的环境下，宁夏葡萄酒出口逆势增长46.4%。

据了解，《宁夏国家葡萄酒及葡萄酒产业开放发展综合试验区建设总体方案》是全国首个针对特色产业的开放发展综合试验区，同时也是国务院批准设立的全国第二个、

西部第一个国家级农业类开放试验区。

据公开数据显示，宁夏作为全国最大的酿酒葡萄集中连片产区，截至 2020 年底，全区葡萄种植区域面积达到 49.2 万亩，占全国的三分之一，建成酒庄 92 家，年产葡萄酒 1.3 亿瓶，综合产值达到 261 亿元。其中，银川市作为贺兰山东麓葡萄酒产业发展核心区，酿酒葡萄种植基地总面积 23.6 万亩，年产葡萄酒 4.6 万吨（6100 万瓶），综合产值达到 206 亿元。

宁夏贺兰山东麓葡萄酒产业园区管委会相关负责人表示，管委会未来将持续高端化发展，使贺兰山东麓还有待开发的 30 多万亩荒地资源得到高质量保护与开发，达到 100 万亩酿酒葡萄基地和 3-5 亿瓶葡萄酒生产规模。

-----北京商报

2.10 高膳食纤维食品品牌乐体控完成近亿人民币 A 轮融资

6 月 11 日消息，亿邦动力获悉，高膳食纤维食品品牌乐体控完成近亿人民币 A 轮融资，投资方为不二资本（领投）、创新工场、澳策资本、天图投资。据了解，乐体控是一个高膳食纤维食品品牌，致力于以高膳食纤维食品领域为重心，现已推出高膳食纤维体控水、以及乐体控果蔬复配高膳食纤维粉等产品。据不完全统计，乐体控所属领域本地生活本年度共有 69 笔融资。

亿邦动力获悉，本轮投资方不二资本成立于 2020 年，是一家新成立的专注于消费领域的股权投资机构。

-----亿邦动力

3. 本周观点

上周贵州茅台、水井坊、今世缘等酒企召开股东大会，整体反馈积极。2021 年贵州茅台将继续强化“质量第一”的理念，紧盯营收同比增长 10.5%左右的目标，大力夯实主业并且稳步推进 3 万吨酱香系列酒技改及配套项目建设。6 月 14 日，泸州市酒业发展促进局发布 6 月上旬白酒商品批发价格走势，全国白酒商品批发价格定基总指数为 107.74，上涨 7.74%。其中，名酒价格指数为 109.95，上涨 9.95%；地方酒价格指数为 104.62，上涨 4.62%；基酒价格指数为 106.91，上涨 6.91%，行业景气度依然较高。西安国花瓷、江苏今世缘等白酒企业纷纷发布调价通知，二季度为白酒淡季，白酒企业往往会通过控量提价稳定过渡。上周食品饮料板块出现短暂回调，我们认为



主要是部分资金在经历过春节后的大跌以及近期上涨后有阶段性兑现收益的需求，但中长期来说整个板块都将保持稳定的增长，建议选择业绩相对稳定，增速更为稳健的子板块和公司，择机进行长期配置。

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、二线白酒龙头、啤酒、保健品、休闲食品等，相关公司比如贵州茅台、五粮液、洋河股份、舍得酒业、青岛啤酒、珠江啤酒、汤臣倍健、百润股份、嘉必优、绝味食品、广州酒家等。

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。



免责声明

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>