



## 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

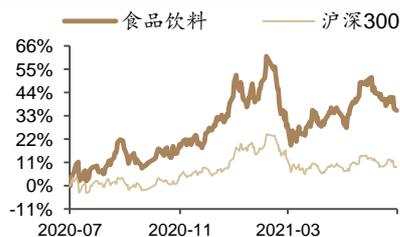
王卓群

资格编号：S0120520080003

邮箱：wang\_zq@tebon.com.cn

### 研究助理

### 市场表现



### 相关研究

1. 《食品饮料行业周报 20210621-20210627-21H1 次高端仍将高增，逐步重视高端配置》，2021.6.28
2. 《食品饮料行业周报 20210614-20210620-食品饮料行业周报（20210614-20210620）：酒类持续升级，奶酪赛道火热》，2021.6.21
3. 《食品饮料行业周报 20210607-20210613-高端白酒基本面依然稳固，食品线上高基数期之后将重拾增长》，2021.6.16
4. 《内参酒鬼双轮驱动，湘酒龙头加速扩张-酒鬼酒（000799.SZ）深度报告：》，2021.6.14
5. 《食品饮料行业周报 20210531-20210606-高端白酒价格稳步趋好，关注高端配置节点》，2021.6.7

# 白酒次高端高增延续，调味品下半年迎来拐点

食品饮料行业周报 20210628-20210704

### 投资要点：

- **白酒：高端白酒价格保持高位，次高端继续高增长。**如我们此前预期，进入淡季，高端配额较低，价格将保持高位，飞天茅台上周箱货/散货批价分别为 3450 元/瓶/2765 元/瓶，环比前一周上涨 30 元/瓶。普五批价 995 元/瓶，环比前一周上涨 5 元/瓶，经销商库存良性。国窖挺价效果明显，高度国窖批价保持在 920-930 元。从渠道回款和发货来看，茅台、五粮液回款良性，发货快于去年同期，增长稳健，老窖回款进度较快，二季度控量，近期回调明显主要在于市场预期有所回落，从渠道实际反馈来看，二季报节点超预期表现难度并不大，同时高端白酒的价格上行，有利于催化行情。各大酒企在高端价位动作频频，酒鬼酒内参 7 月 1 日起战略价每瓶上调 80 元，青花汾酒 40 中国龙 7 月 5 日将于上海世博园发布，国窖二季度控量挺价效果明显，高度国窖批价达到 920-930 元，成功实现顺价，与普五批价距离缩小，同时拉开与其他新锐单品的价格差距，国窖千元价格带长期竞争力显著提升。次高端价位段受益于低基数效应和渠道补库双重催化，21Q2 继续高增，中长期将持续享受价位段扩容红利，酱香白酒受益更为明显，金沙酒业 2021 上半年实现销售收入 23.5 亿元，同比增长 225%，已接近去年全年，完成今年年度 50 亿目标的 47%。在白酒结构性繁荣趋势之下，高端品牌价值稳固，成长确定性高，次高端进入新成长周期，建议重视酱酒、老酒等品类机会。
- **调味品：步入 Q3 旺季渐至，高基数效应后有望迎来业绩拐点。**根据近期渠道跟踪，上半年调味品品牌方出货情况总体良好，但渠道方库存偏高。分渠道来看，B 端餐饮渠道继续恢复；C 端需求总体无虞，但商超及农贸渠道一定程度上受到社区团购和生鲜店等新兴渠道分流的影响。在高基数的影响下，Q2 调味品版块业绩或有所承压，进入筑底阶段。但伴随旺季到来，我们对下半年调味品动销整体乐观，高基数效应后有望在 Q3 迎来业绩拐点。
- **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。发力渠道建设仍旧是休闲食品板块 2021 年的一大“主旋律”，龙头公司的渠道打法新变化迭出。我们认为 2021 年休闲食品板块的投资，仍围绕成长主线，关注渠道驱动，可以积极关注休闲食品龙头在短视频、直播平台、社区团购等新零售渠道的打法及表现，同时关注他们在线下渠道的开拓能力及竞争优势。近期欧洲杯激战正酣，绝味上新爆鸭脖和爆锁骨两大单品，在全国多地新开欧洲杯主题快闪店并推出冠军套餐，有望结合欧洲杯赛事拉动销售，并进一步提高品牌势能。
- **啤酒：高端化逻辑不断得到印证，短期看好旺季到来下的销量回升。**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 6 月淘系平台数据点评：销量、均价稳步提升，双龙头地位稳固。**6 月数据出炉，受 618 利好，行业整体线上销量增长，同时均价稳步上升，带动销售额大幅增长。从行业整体表现来看，6 月淘系平台乳制品销售量 0.35 亿件，同比+9.49%；均价 58.40 元/件，同比+3.85%；销售额 20.47 亿元，同比+13.71%。分品牌来看，上半年累计市占率不论是销量还是销售额，伊利均位列第一，蒙牛位居第二，相对于其他品牌具有深厚壁垒。
- **投资建议：**酒类板块：高端价格保持稳健，次高端持续高增，继续推荐贵州茅台/五粮液/泸州老窖/山西汾酒/酒鬼酒/今世缘/古井贡酒/洋河股份/水井坊/顺鑫农业/口子



窖等。啤酒板块旺季消费向上，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。调味品：推荐海天味业/千禾味业/中炬高新/天味食品/恒顺醋业等。

- **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: 淘系平台乳制品月度销量 .....	6
图 2: 淘系平台乳制品月度销售额 .....	6
图 3: 淘系平台乳制品主要品牌市占率 (销量口径) .....	6
图 4: 淘系平台乳制品主要品牌市占率 (销售额口径) .....	6
图 5: 上周一级行业涨跌幅 .....	7
图 6: 上周食品饮料子行业涨跌幅 .....	7
图 7: 截至 7 月 2 日前 10 行业估值水平 .....	8
图 8: 截至 7 月 2 日食品饮料子行业估值水平 .....	8
图 9: 白酒行业估值水平 .....	9
图 10: 调味品行业估值水平 .....	9
图 11: 截至 7 月 2 日饮料板块重点个股估值水平 .....	9
图 12: 飞天茅台批价走势 .....	10
图 13: 五粮液批价走势 .....	10
图 14: 白酒产量月度数据 .....	10
图 15: 白酒价格月度数据 .....	10
图 16: 进口啤酒月度量价数据 .....	11
图 17: 啤酒月度产量数据 .....	11
图 18: 哈尔滨啤酒价格走势 .....	11
图 19: 海外啤酒品牌价格走势 .....	11
图 20: Liv-ex100 红酒价格指数 .....	11
图 21: 国外葡萄酒价格情况 .....	11
图 22: 葡萄酒当月产量 .....	12
图 23: 葡萄酒当月进口情况 .....	12
图 24: 生鲜乳价格指数 .....	12
图 25: 酸奶&牛奶零售价指数 .....	12
图 26: 婴幼儿奶粉零售价指数 .....	12
图 27: 海外牛奶现货价指数 .....	12
图 28: 国内猪肉价格指数 .....	13
图 29: 生猪养殖利润指数 .....	13
图 30: 豆粕现货价格指数 .....	13
图 31: 全国大豆市场价格指数 .....	13
图 32: 箱板纸价格指数 .....	13

图 33: 瓦楞纸价格指数.....	13
图 34: OPEC 原油价格指数.....	14
图 35: 中国塑料价格指数.....	14
表 1: 上周饮料板块个股涨跌幅.....	8
表 2: 上周食品板块个股涨跌幅.....	8
表 3: 食品饮料板块陆股通持股情况.....	10

## 1. 周度观点

**白酒：高端白酒价格保持高位，次高端继续高增长。**如我们此前预期，进入淡季，高端配额较低，价格将保持高位，飞天茅台上周箱货/散货批价分别为 3450 元/瓶/2765 元/瓶，环比前一周上涨 30 元/瓶。普五批价 995 元/瓶，环比前一周上涨 5 元/瓶，经销商库存良性。国窖挺价效果明显，高度国窖批价保持在 920-930 元。从渠道回款和发货来看，茅台、五粮液回款良性，发货快于去年同期，增长稳健，老窖回款进度较快，二季度控量，近期回调明显主要在于市场预期有所回落，从渠道实际反馈来看，二季报节点超预期表现难度并不大，同时高端白酒的价格上行，有利于催化行情。各大酒企在高端价位动作频频，酒鬼酒内参 7 月 1 日起战略价每瓶上调 80 元，青花汾酒 40 中国龙 7 月 5 日将于上海世博园发布，国窖二季度控量挺价效果明显，高度国窖批价达到 920-930 元，成功实现顺价，与普五批价距离缩小，同时拉开与其他新锐单品的价格差距，国窖千元价格带长期竞争力显著提升。次高端价位段受益于低基数效应和渠道补库双重催化，21Q2 继续高增，中长期将持续享受价位段扩容红利，酱香白酒受益更为明显，金沙酒业 2021 上半年实现销售收入 23.5 亿元，同比增长 225%，已接近去年全年，完成今年年度 50 亿目标的 47%。在白酒结构性繁荣趋势之下，高端品牌价值稳固，成长确定性高，次高端进入新成长周期，建议重视酱酒、老酒等品类机会。

**泸州老窖股东大会反馈：立足高端品牌，管理、产品调整效果明显，挺进行业前三。**十三五期间国窖品牌成功成为全国性品牌，2015 年以前主要以中西部地区为主，到 2020 年在华东、华南均已进入快速增长状态，国窖全国 7 个大区已经进入良性状态。泸州老窖品牌十三五期间调整效果明显，特曲迈入 300 元价位段，未来行业量缩价增趋势将持续，消费群体的变化将是十四五期间行业变革的主因，公司紧抓消费变迁因素，随着新产能投放，优质产能不断释放，十四五期间在双品牌引领之下有信心进入前三。管理方面，公司重视人才梯队建设，积极培育年轻人，近日提拔的两位销售公司高管，都是具备一线市场经验的，从年龄来看符合公司此前的传统，同时也有利于公司保持战略方向。激励方面，泸州市国资委积极支持企业实施中长期激励政策，泸州老窖目前已经入围天府国企综合改革行动名单，接下来将按照国资委激励机制的意见，用好符合发展的政策进一步满足发展需要。

**调味品：步入 Q3 旺季渐至，高基数效应后有望迎来业绩拐点。**根据近期渠道跟踪，上半年调味品品牌方出货情况总体良好，但渠道方库存偏高。分渠道来看，B 端餐饮渠道继续恢复；C 端需求总体无虞，但商超及农贸渠道一定程度上受到社区团购和生鲜店等新兴渠道分流的影响。在高基数的影响下，Q2 调味品版块业绩或有所承压，进入筑底阶段。但伴随旺季到来，我们对下半年调味品动销整体乐观，高基数效应后有望在 Q3 迎来业绩拐点。

**天味食品：发布 2021 年股权激励草案，2021 年有望达成 25% 营收增速。**6 月 30 日，天味食品披露 2021 年股权激励计划草案，拟向中层管理人员 140 人授予权益总计 210 万份，约占公司股本总额 7.57 亿股的 0.28%，股票期权行权价格为 29.77 元/份。本次激励的业绩考核目标为以 2020 年营业收入为基数，2021 年营收增长率不低于 25%，2022 年营收增长率不低于 55%。从增速目标来看，公司对于 2021 年 25% 的增速仍抱有信心，激励计划有望充分调动中层管理人员的积极性，助力实现较为理想的全年业绩增长。

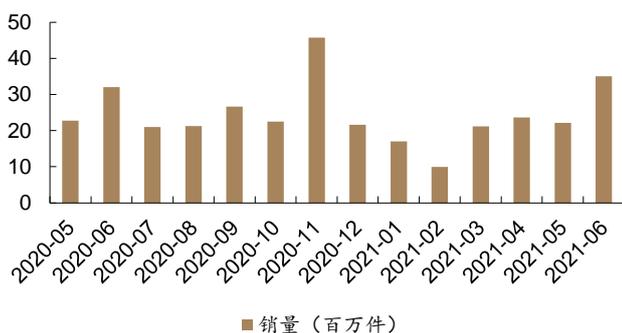
**休闲食品：2021年重点关注渠道驱动。**休闲食品龙头2020年纷纷加快线上线下渠道布局，有望在今年带来业绩释放。发力渠道建设仍旧是休闲食品板块2021年的一大“主旋律”，龙头公司的渠道打法新变化迭出。我们认为2021年休闲食品板块的投资，仍应围绕成长主线，关注渠道驱动，可以积极关注休闲食品龙头在短视频、直播平台、社区团购等新零售渠道的打法及表现，同时关注他们在线下渠道的开拓能力及竞争优势。近期欧洲杯激战正酣，绝味上新爆鸭脖和爆锁骨两大单品，在全国多地新开欧洲杯主题快闪店并推出冠军套餐，有望结合欧洲杯赛事拉动销售，并进一步提高品牌势能。

**洽洽食品：员工持股计划持续推进，为公司发展注入长期动力。**第六期员工持股计划已经公布，相较前五期持股计划，本次激励范围更广，董事长亲自参与计划给到团队更大积极性。公司将员工持股计划视为中长期的奖励政策，2018年至2022年的五年内每年设立一批员工持股计划，让更多的管理人员和核心技术人员跟随企业成长和发展，为公司长远发展持续注入动力。

**啤酒：高端化逻辑不断得到印证，短期看好旺季到来下的销量回升。**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。

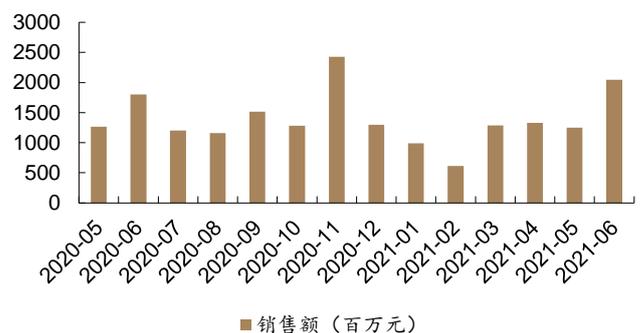
**乳制品6月淘系平台数据点评：销量、均价稳步提升，双龙头地位稳固。**6月数据出炉，受618利好，行业整体线上销量增长，同时均价稳步上升，带动销售额大幅增长。从行业整体表现来看，6月淘系平台乳制品销售量0.35亿件，同比+9.49%；均价58.40元/件，同比+3.85%；销售额20.47亿元，同比+13.71%。分品牌来看，上半年累计市占率不论是销量还是销售额，伊利均位列第一，蒙牛位居第二，相对于其他品牌具有深厚壁垒。

图1：淘系平台乳制品月度销量



资料来源：淘数据，德邦研究所

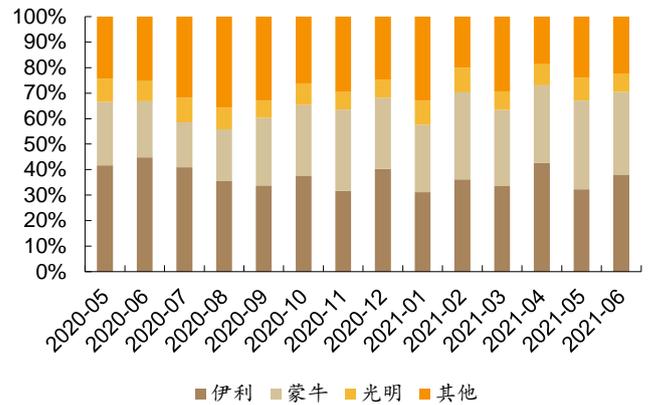
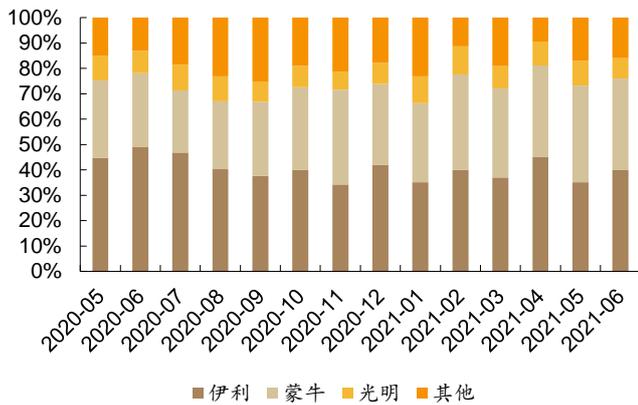
图2：淘系平台乳制品月度销售额



资料来源：淘数据，德邦研究所

图3：淘系平台乳制品主要品牌市占率（销量口径）

图4：淘系平台乳制品主要品牌市占率（销售额口径）



资料来源：淘数据，德邦研究所

资料来源：淘数据，德邦研究所

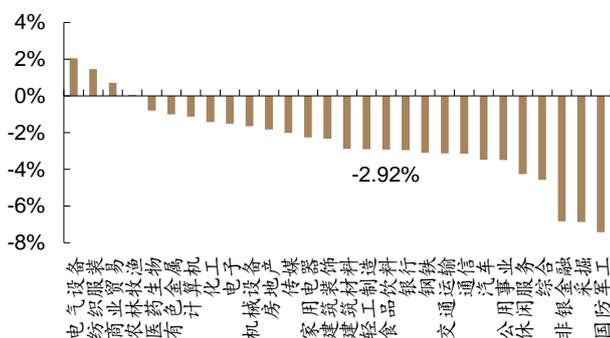
**投资建议：**酒类板块：高端价格保持稳健，次高端持续高增，继续推荐贵州茅台/五粮液/泸州老窖/山西汾酒/酒鬼酒/今世缘/古井贡酒/洋河股份/水井坊/顺鑫农业/口子窖等。啤酒板块旺季消费向上，推荐重庆啤酒/珠江啤酒/华润啤酒/青岛啤酒等。食品板块：2021年休闲食品板块的投资，仍应围绕成长主线，关注渠道驱动，推荐绝味食品/盐津铺子/洽洽食品等。乳制品：继续推荐伊利股份/妙可蓝多/光明乳业/新乳业/蒙牛乳业等。调味品：推荐海天味业/千禾味业/中炬高新/天味食品/恒顺醋业等。

## 2. 行情回顾

### 2.1. 板块指数表现：上周食品饮料行业下跌 2.92%

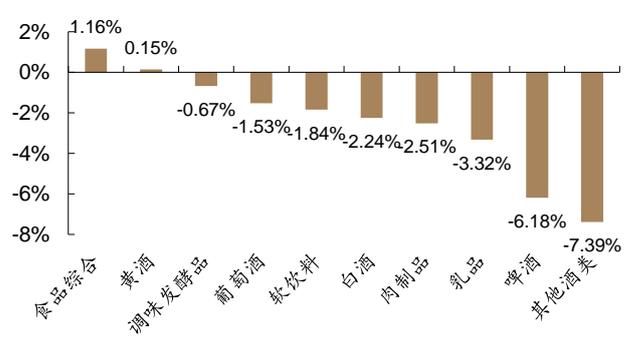
上周食品饮料板块跑赢沪深 300 指数 0.11pct。上周沪深 300 下跌 3.03%，食品饮料板块下跌 2.92%，位居申万一级行业第 17 位。

图 5：上周一级行业涨跌幅



资料来源：Wind，德邦研究所

图 6：上周食品饮料子行业涨跌幅



资料来源：Wind，德邦研究所

上周，食品综合涨幅一般。上周，食品综合(1.16%)板块领涨，黄酒(0.15%)板块跟涨，其他酒类(-7.39%)、啤酒(-6.18%)跌幅较大。

## 2.2. 个股表现

上周饮料板块中，ST 通葡（26.61%）涨幅最大，水井坊（11.85%）、舍得酒业（11.19%）、承德露露（9.52%）、重庆啤酒（6.31%）涨幅居前，海南椰岛（-16.42%）、\*ST 西发（-13.79%）、伊力特（-9.78%）、ST 威龙（-9.49%）、皇台酒业（-9.28%）跌幅相对居前。

上周食品板块中，嘉必优（18.65%）涨幅领先，千禾味业（14.42%）、天味食品（13.48%）、绝味食品（12.26%）、中炬高新（5.59%）涨幅相对居前，仙乐健康（-14.06%）、汤臣倍健（-13.24%）、华宝股份（-12.88%）、三只松鼠（-12.50%）、ST 科迪（-8.61%）跌幅相对居前。

表 1：上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（元）	上周涨跌幅	证券代码	证券简称	收盘价（元）	上周涨跌幅
600365.SH	ST 通葡	6.28	26.61%	600238.SH	海南椰岛	23.57	-16.42%
600779.SH	水井坊	140.26	11.85%	000752.SZ	*ST 西发	6.69	-13.79%
600702.SH	舍得酒业	218.88	11.19%	600197.SH	伊力特	28.87	-9.78%
000848.SZ	承德露露	11.5	9.52%	603779.SH	ST 威龙	8.01	-9.49%
600132.SH	重庆啤酒	199.96	6.31%	000995.SZ	皇台酒业	27.36	-9.28%

资料来源：Wind，德邦研究所

表 2：上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（元）	上周涨跌幅	证券代码	证券简称	收盘价（元）	上周涨跌幅
688089.SH	嘉必优	50.96	18.65%	300791.SZ	仙乐健康	50.66	-14.06%
603027.SH	千禾味业	29.05	14.42%	300146.SZ	汤臣倍健	29.5	-13.24%
603317.SH	天味食品	32.92	13.48%	300741.SZ	华宝股份	49.7	-12.88%
603517.SH	绝味食品	82.76	12.26%	300783.SZ	三只松鼠	44.37	-12.50%
600872.SH	中炬高新	44.78	5.59%	002770.SZ	ST 科迪	1.91	-8.61%

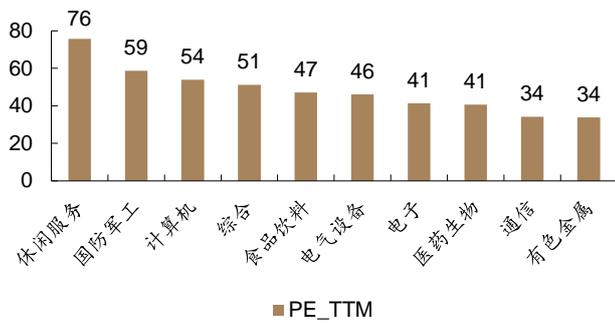
资料来源：Wind，德邦研究所

## 2.3. 估值情况：估值保持稳定

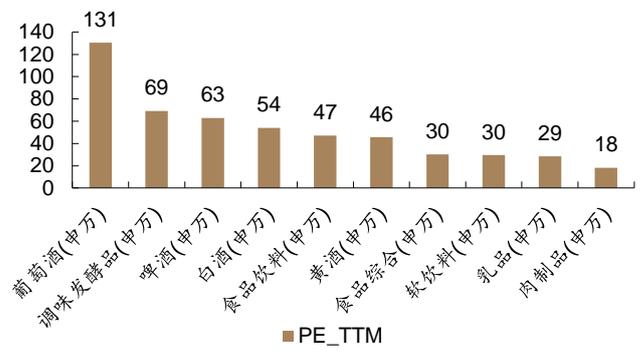
食品饮料板块估值保持稳定，各子板块估值保持稳定。截至 7 月 2 日，食品饮料板块整体估值 47.02x，位居申万一级行业第 5 位，远高于沪深 300（14.42x）整体估值。分子行业来看，葡萄酒（130.53x）、调味发酵品（69.04x）、啤酒（62.77x）估值相对居前，肉制品（18.13x）、乳品（28.59x）、软饮料（29.59x）估值相对较低。

图 7：截至 7 月 2 日前 10 行业估值水平

图 8：截至 7 月 2 日食品饮料子行业估值水平

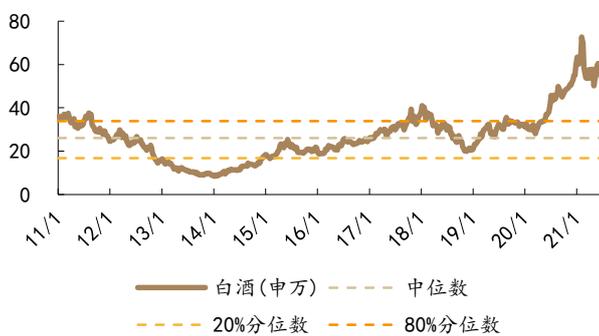


资料来源: Wind, 德邦研究所



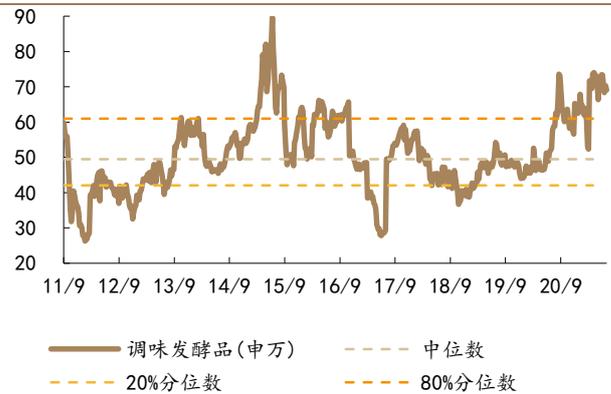
资料来源: Wind, 德邦研究所

图 9: 白酒行业估值水平



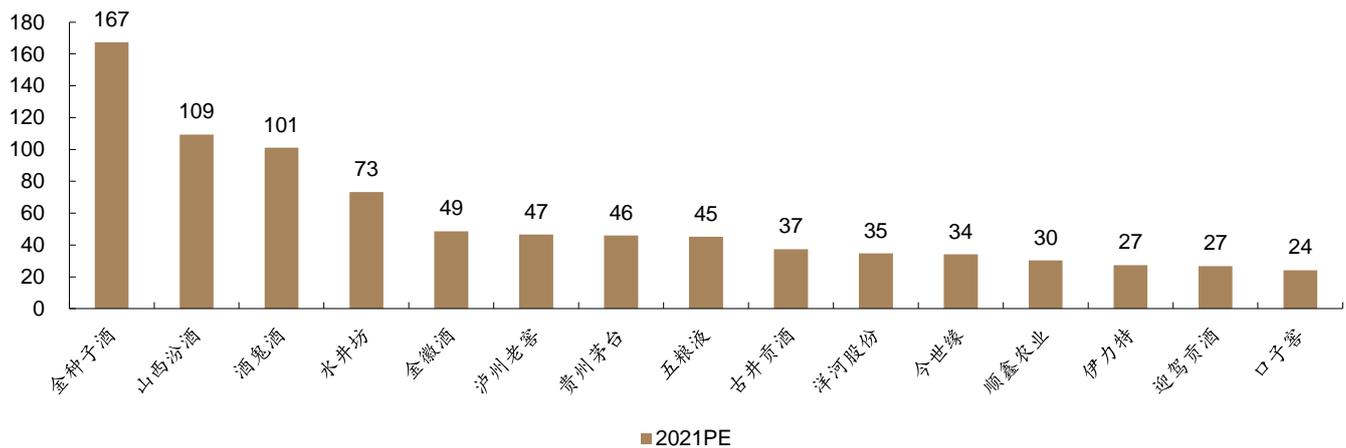
资料来源: Wind, 德邦研究所

图 10: 调味品行业估值水平



资料来源: Wind, 德邦研究所

图 11: 截至 7 月 2 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

上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 18.25

亿元；陆股通持股标的中，洽洽食品（17.03%）、伊利股份（12.61%）、中炬高新（10.65%）、汤臣倍健（8.17%）、水井坊（7.89%）持股排名居前。上周食品饮料板块北向资金增持个股较多，其中汤臣倍健（+0.70%）增持最多，天味食品（-0.37%）减持最多。

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	17.03	-0.03	603919.SH	金徽酒	0.03	-0.05
600887.SH	伊利股份	12.61	0.13	600059.SH	古越龙山	0.02	0.00
600872.SH	中炬高新	10.65	-0.36	603156.SH	养元饮品	0.02	0.00
300146.SZ	汤臣倍健	8.17	0.70	002661.SZ	克明面业	0.02	0.00
600779.SH	水井坊	7.89	-0.06	600300.SH	ST 维维	0.01	0.00

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

根据渠道调研数据 7 月 4 日飞天茅台一批价 3450 元，较前一周上涨 0.88%；八代普五一批价 995 元，较前一周上涨 0.51%。2021 年 5 月，全国白酒产量 56.90 万千升，同比下降 2.10%；2021 年 5 月全国高端白酒价格 1225.15 元/瓶，较 4 月上涨 0.39%；中低端白酒均价 179.92 元/瓶，较 4 月上涨 0.90%。

图 12：飞天茅台批价走势



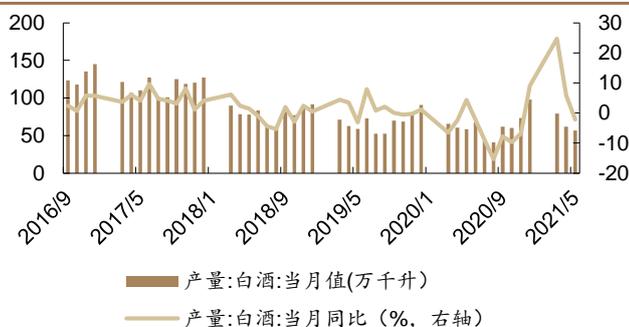
资料来源：渠道调研，德邦研究所

图 13：五粮液批价走势



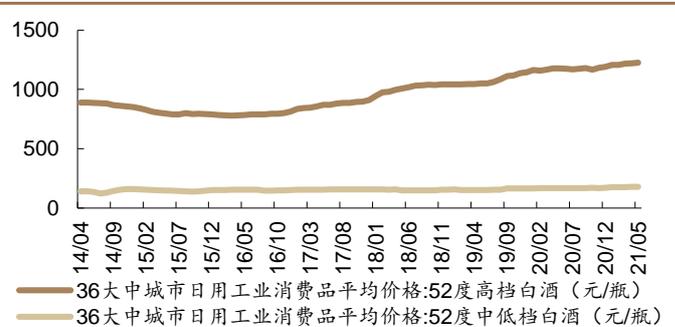
资料来源：渠道调研，德邦研究所

图 14：白酒产量月度数据



资料来源：Wind，德邦研究所

图 15：白酒价格月度数据

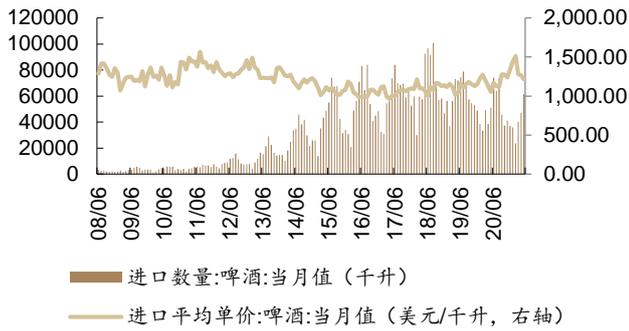


资料来源：Wind，德邦研究所

#### 3.2. 啤酒价格数据追踪

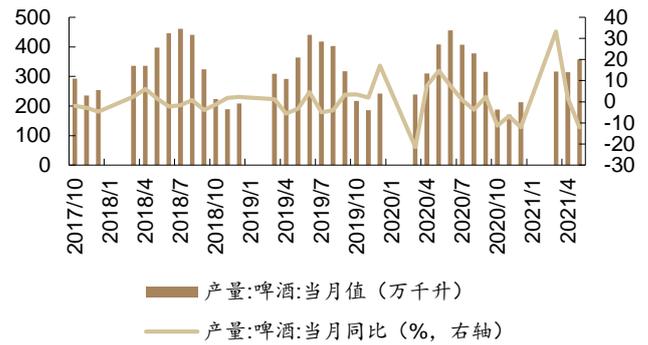
2021年5月，啤酒当月产量357.2万千升，同比下降12.10%。

图 16: 进口啤酒月度量价数据



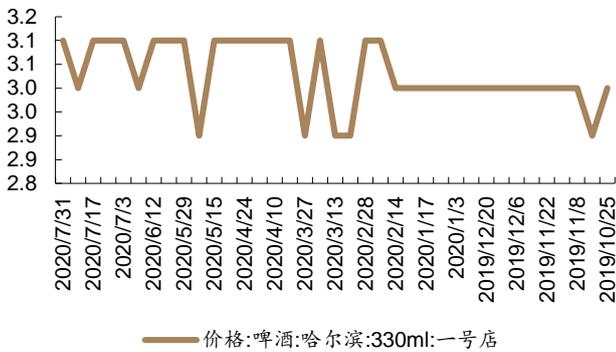
资料来源: Wind, 德邦研究所

图 17: 啤酒月度产量数据



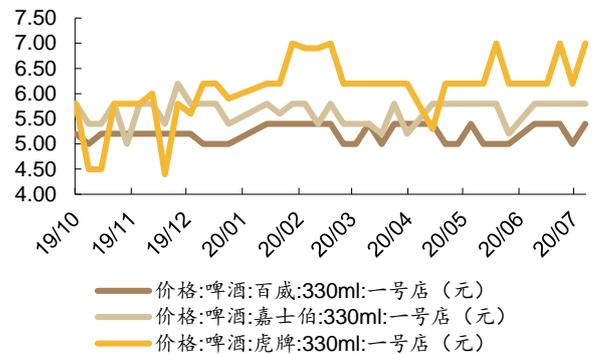
资料来源: Wind, 德邦研究所

图 18: 哈尔滨啤酒价格走势



资料来源: Wind, 德邦研究所

图 19: 海外啤酒品牌价格走势

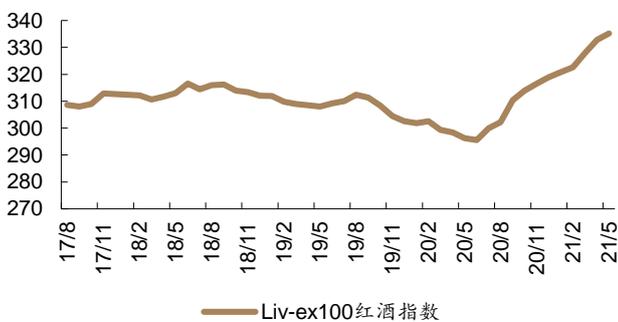


资料来源: Wind, 德邦研究所

### 3.3. 葡萄酒价格数据追踪

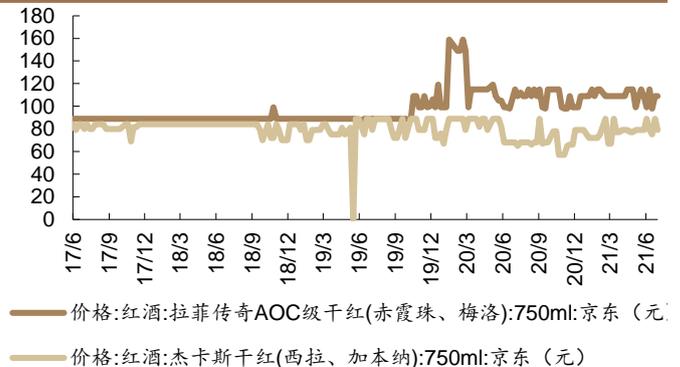
2021年5月，葡萄酒当月产量2.4万千升，同比上涨14.30%。

图 20: Liv-ex100 红酒价格指数



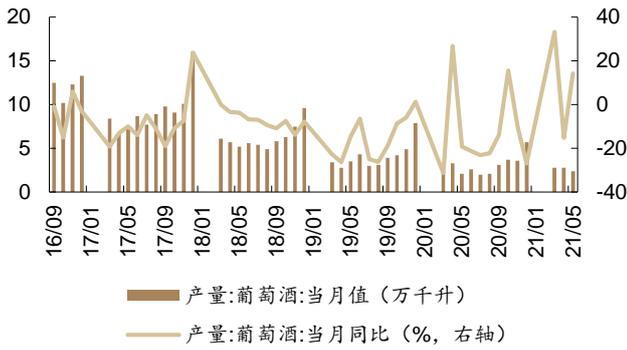
资料来源: Wind, 德邦研究所

图 21: 国外葡萄酒价格情况



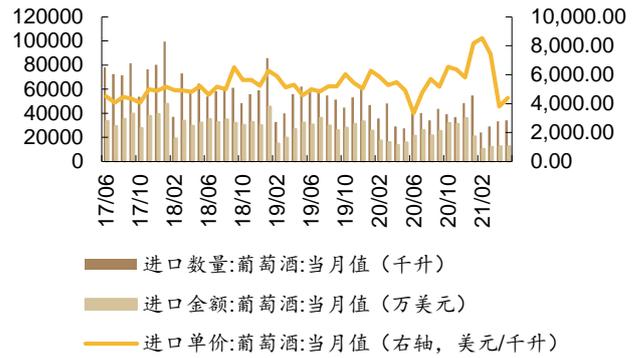
资料来源: Wind, 德邦研究所

图 22: 葡萄酒当月产量



资料来源: Wind, 德邦研究所

图 23: 葡萄酒当月进口情况

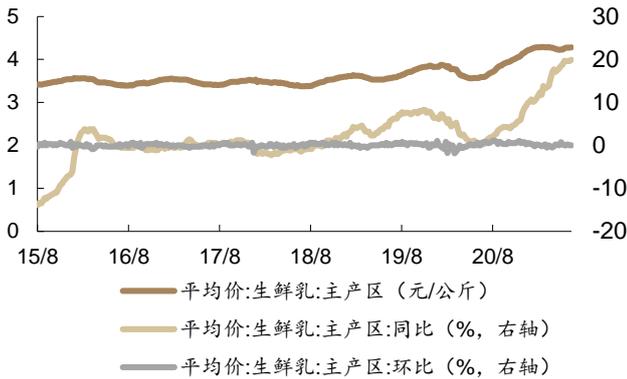


资料来源: Wind, 德邦研究所

### 3.4. 乳制品价格数据追踪

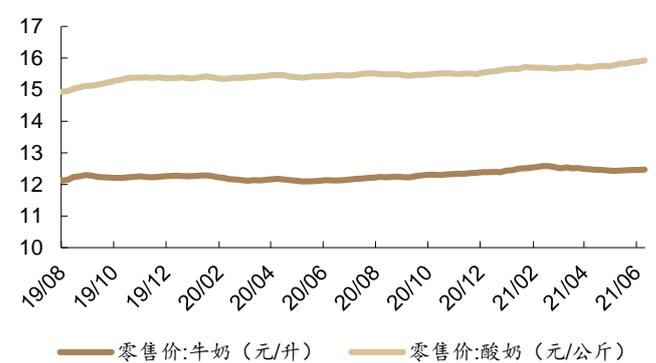
2021 年 6 月 23 日, 主产区生鲜乳平均价格 4.28 元/公斤, 同比增长 19.9%; 6 月 25 日, 牛奶零售价 12.47 元/升, 较前一周上涨 0.08%; 酸奶零售价 15.92 元/公斤, 较前一周上涨 0.03%。2021 年 6 月 25 日国产婴幼儿奶粉零售均价 213.43 元/公斤, 较前一周上涨 0.05%; 6 月 25 日, 进口婴幼儿奶粉零售均价 261.12 元/公斤, 较前一周上涨 0.06%; 2021 年 6 月 18 日芝加哥脱脂奶粉现货价为 126.50 美分/磅, 较前一周持平。

图 24: 生鲜乳价格指数



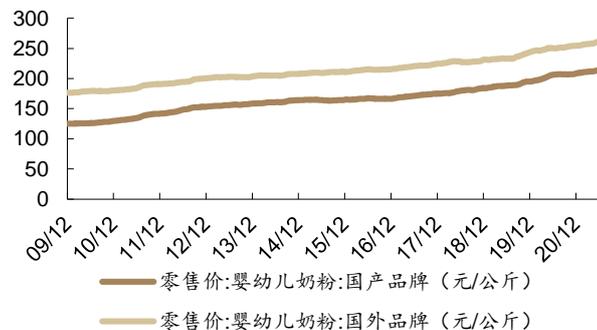
资料来源: Wind, 德邦研究所

图 25: 酸奶&牛奶零售价指数



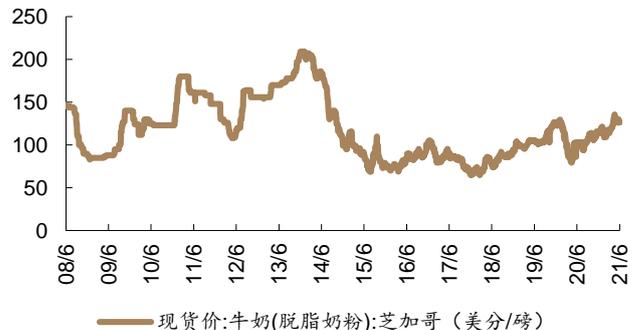
资料来源: Wind, 德邦研究所

图 26: 婴幼儿奶粉零售价指数



资料来源: Wind, 德邦研究所

图 27: 海外牛奶现货价指数

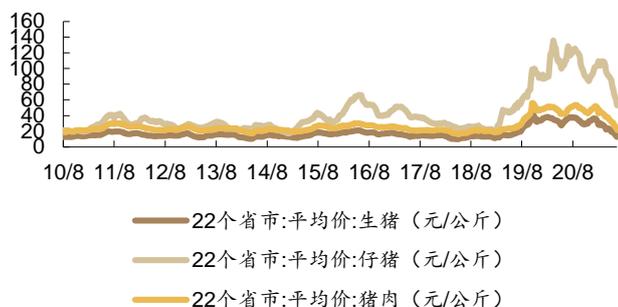


资料来源: Wind, 德邦研究所

### 3.5. 肉制品价格数据追踪

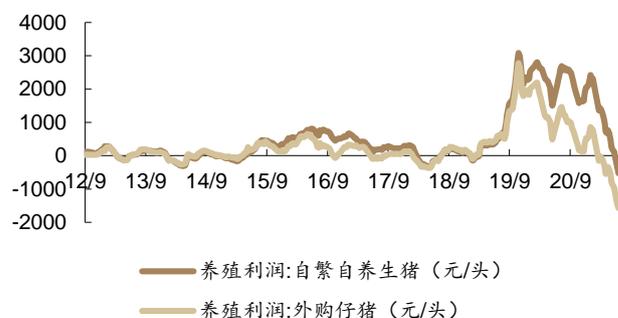
2021年6月25日，22省市生猪平均价格12.73元/公斤，较前一周下降9.91%；22省市猪肉平均价格21.7元/公斤，较前一周下降12.22%；22省市仔猪平均价格53.26元/公斤，较前一周下降11.95%。

图 28：国内猪肉价格指数



资料来源：Wind，德邦研究所

图 29：生猪养殖利润指数

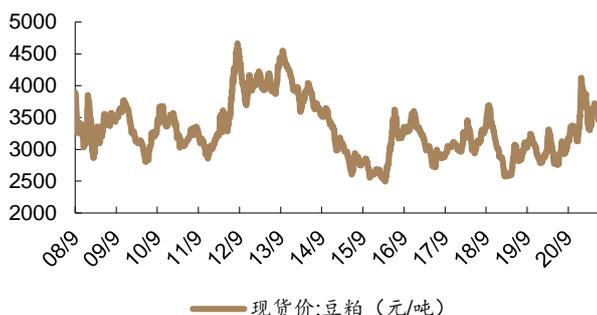


资料来源：Wind，德邦研究所

### 3.6. 原材料价格追踪

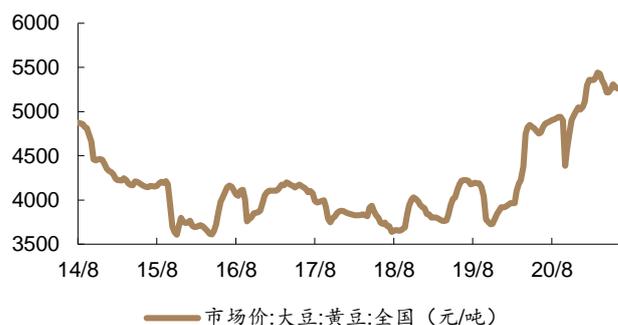
2021年7月2日豆粕现货价3671.43元/吨，较前一周上涨6.54%；6月25日天津箱板纸5150元/吨，同前一周持平；瓦楞纸均价3930元/吨，较前一周下降3.68%；7月2日中国塑料价格指数1042.37，较前一周上涨1.10%；7月1日OPEC一揽子原油价74.84美元/桶，较前一周上升1.01%。

图 30：豆粕现货价格指数



资料来源：Wind，德邦研究所

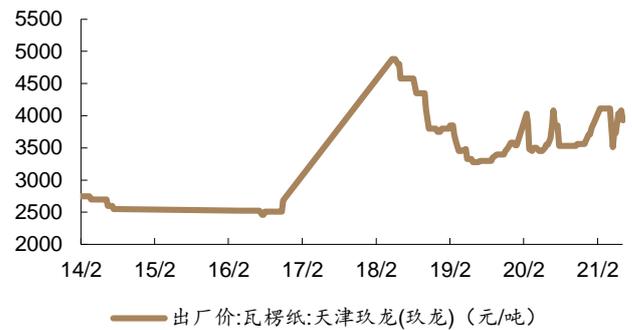
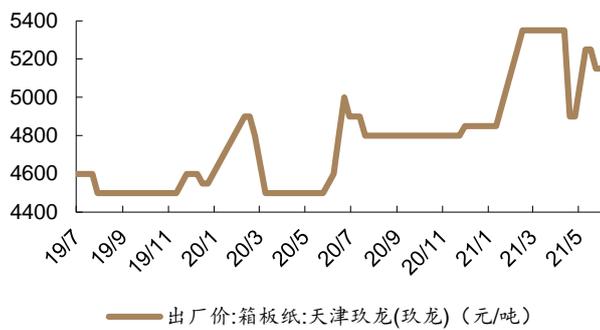
图 31：全国大豆市场价格指数



资料来源：Wind，德邦研究所

图 32：箱板纸价格指数

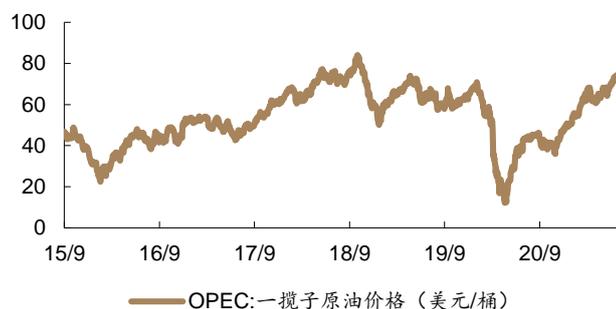
图 33：瓦楞纸价格指数



资料来源: Wind, 德邦研究所

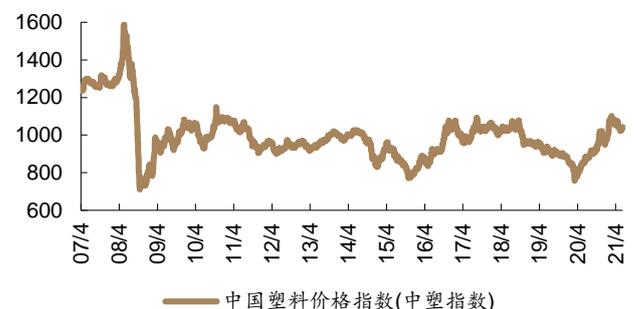
资料来源: Wind, 德邦研究所

图 34: OPEC 原油价格指数



资料来源: Wind, 德邦研究所

图 35: 中国塑料价格指数



资料来源: Wind, 德邦研究所

## 4. 公司重要公告

**【五粮液】2020 年度分红派息实施公告:** 公司 2020 年度利润分配方案已经 2021 年 6 月 18 日召开的 2020 年度股东大会审议通过, 具体内容为: 以公司现有总股本 3,881,608,005 股为基数, 向全体股东每 10 股派现金 25.80 元 (含税), 分配总额固定, 共分配金额 10,014,548,652.90 元 (含税)。

**【海南椰岛】股东集中竞价减持股份进展公告:** 截至 2021 年 7 月 2 日, 国资公司通过集中竞价方式减持公司股份 4,482,000 股, 占公司总股本的 1.00%。本次通过集中竞价交易方式减持股份数量过半, 减持计划尚未实施完毕。

**【恒顺醋业】2020 年年度权益分派实施公告:** 根据股东大会决议, 公司 2020 年度拟以实施权益分派股权登记日登记的总股本为基数分配利润, 拟向全体股东每 10 股派发现金股利 1.57 元 (含税), 以此计算合计拟派发现金红利 157,464,097.02 元 (含税), 剩余未分配利润结转以后年度分配; 如在实施权益分派的股权登记日前公司总股本发生变动的, 公司将维持分配总额不变, 相应调整每股分配比例。

**【新乳业】2021 年第二季度可转债转股暨股份变动的公告:** 新乳转债自 2021 年 6 月 24 日至 2021 年 6 月 30 日期间, 转股金额为 2,500 元, 因转股形成的股份数量为 133 股, 占可转债转股前公司已发行股份总额的 0.00%。截止 2021 年 6 月 30 日, 累计有 2,500 元新乳转债已转换成公司股票, 累计转股数为 133 股, 占可转债转股前公司已发行股份总额的 0.00%。

**【欢乐家】关于使用部分募集资金增资全资子公司实施募投项目的公告:** 公

公司于2021年6月29日审议通过使用首次公开发行股票募集资金233,236,823.06元向全资子公司湛江欢乐家实业有限公司进行增资,用于实施“年产13.65万吨饮料、罐头建设项目”和“研发检测中心项目”的建设。本次增资完成后,湛江欢乐家的注册资本将由6,000万元增加到29,323.6823万元。

**【德利股份】**关于2021年6月实施H股回购情况的公告:本公司2021年6月共实施H股回购8次,回购H股总量400万股,占股东大会批准一般性授权之日本公司已发行H股股份总数的4.1338%,占本公司股份总数的1.0890%;支付资金总额为2,899.48万港元(不含佣金等费用)。

**【良品铺子】**关于收到政府补助的公告:2021年1月1日至2021年6月28日,良品铺子股份有限公司及其子公司累计获得政府补助资金共计人民币44,158,274.78元,均属于与收益相关的政府补助。

**【百润股份】**2021年半年度业绩预告:2021年半年度,公司预计归属于上市公司股东的净利润较上年同期增长65%-80%。主要系公司预调鸡尾酒业务及香精香料业务销售收入同比增长较快,预计2021年半年度实现营业收入118,243.93万元-122,185.40万元,较上年同期增长50%-55%,经营利润和净利润相应大幅增加。

**【海天味业】**部分高级管理人员集中竞价减持股份结果公告:管江华先生通过集中竞价方式累计减持公司股份130,000股,占公司总股本比例0.0030%;吴振兴先生通过集中竞价方式本次累计减持公司股份197,040股,占公司总股本比例0.0046%;黄文彪先生通过集中竞价方式累计减持公司股份442,294股,占公司总股本比例0.0104%。

## 5. 行业要闻

**前5月酒饮料等制造业利润总额同增38.6%:**6月27日,国家统计局数据显示,1—5月份,全国规模以上工业企业实现利润总额34247.4亿元,同比增长83.4%。其中,1—5月份酒、饮料和精制茶制造业利润总额同增38.6%。(酒业家)

**酒鬼酒52度馥郁经典涨价:**6月28日,酒鬼酒供销有限责任公司发布通知,自2021年7月1日起,52度500ml酒鬼酒(馥郁经典)团购指导价上调70元/瓶,零售指导价上调110/瓶。(酒业家)

**吉宏股份欲收购酱酒公司收关注函:**6月29日早间,吉宏股份收到深交所关注函,要求说明拟收购古窖酒业资产的资金来源安排,公司是否具备足够支付能力,筹资收购古窖酒业资产对公司资金状况的影响,是否可能导致公司出现流动性风险,及时、充分提示风险。(酒业家)

**元气森林注册多个啤酒商标:**6月29日,天眼查显示,元气森林方面近期申请注册多个啤酒饮料类别商标。商品名称包括“力波啤酒 REEB BEER REEB SINCE 1987”“外星人基地”“宠肌”“梅醒”“口渴了梅”和“元树叶”等。此前,元气森林已于4月底申请注册商标“酒气森林”,使用范围包括第32类啤酒饮料。(云酒头条)

**古越龙山成为杭州亚运会官方供应商:**6月29日,杭州2022年第19届亚运会官方供应商授牌仪式在杭州国际博览中心举办,浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司正式成为官方黄酒供应商。第19届亚洲运动会将于2022年9月10日至2022年9月25日举行。(云酒头条)

**夜郎古品牌酒招商价上调10%-20%:**7月1日,贵州省仁怀市夜郎古酒业销售有限公司发布《关于夜郎古品牌酒调价的通知》,通知显示,基于原材料价格上涨、成本增加、品牌提升和市场发展的需要,经公司董事会研究决定,对夜郎古品牌酒全系列产品招商价做出以下调整:自2021年8月1日起,夜郎古品牌酒全系列产品招商价上调10%-20%。(酒业家)

**52度500mL内参酒停止接受订单：**7月1日，湖南内参酒销售有限责任公司发布《关于52度500mL内参酒停止接受订单的通知》，鉴于52度500mL内参酒计划配额已提前完成，即日起全国范围内不再接收52度500mL内参酒订单。（酒业家）

**金沙酒业上半年销售23.5亿：**从金沙酒业官方得到的最新消息，截至2021年6月30日，金沙酒业2021上半年实现销售收入23.5亿元，同比增长225%。更为关键的是：相比2020年全年27.3亿元的销售收入，金沙酒业在2021年上半年的销售额就已接近去年全年，同时，完成今年年度50亿目标的47%。（微酒）

**朱镇豪任水井坊总经理：**7月1日，水井坊发布第十届董事会2021年第二次会议决议公告称，自7月1日起，聘任朱镇豪为公司总经理。同时，提名Randall Ingber为水井坊第十届董事会董事候选人，任期同本届董事会。Randall Ingber现任帝亚吉欧澳大利亚有限公司亚太区总法律顾问。（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，食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：	类别	评级	说明
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；	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。
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。	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。