

食品饮料

618 催化下业绩环比提升显著，价格仍为主要驱动力

——阿里渠道 6 月酒类线上数据跟踪点评

主要内容
□ 白酒：受益于 618，业绩环比显著提升，价格为主要驱动力

据阿里渠道数据显示，6月白酒行业销售额、销量及均价分别同比变动-8.6%、-35.3%、+41.2%，销售额及销量同比下降/环比提升主因去年同期基数较高（6月疫情得到控制，酒类消费需求集中释放）/618为线上电商上半年的重要营销节点，但均价仍显著同比提升，结构升级趋势仍在延续，其中高端五粮液延续较优表现；次高端舍得和国台表现优异；区域龙头今世缘和口子窖表现亮眼。618期间高端酒和次高端酒表现亮眼，茅台、五粮液、泸州老窖、剑南春、洋河包揽主要平台白酒前三强。线上市占率方面，CR19同比下降3.4个百分点至66.6%，五粮液和郎酒市占率提升幅度较大，同比提升2.55、2.47个百分点。

□ 啤酒：三大催化环比提升显著，长期结构升级趋势不变

据阿里渠道数据显示，6月啤酒行业销售额、销量及均价分别同比变动-11.9%、-0.9%、-11.1%，受益于气温提升旺季来临、618线上营销、欧洲杯赛事催化，6月啤酒线上销售数据环比改善显著，大部分酒企销售额和销量均实现环比提升。市占率方面，除重庆啤酒、百威、青岛啤酒的市占率同比上涨3.0、1.8、1.7个百分点外，其他酒企市占率均出现下降，其中科罗娜市占率同比下降5.0个百分点。

□ 葡萄酒：均价同比提升显著，酷溪本月表现优秀

据阿里渠道数据显示，6月葡萄酒销售额、销量及均价分别同比变动-32.6%、-36.1%、+5.4%，均价同比有所显著。销售额方面，酷溪、张裕、玛莎诺娅销售额同比增速相对较好，分别为53.1%、3.5%、2.0%，其中酷溪表现优秀；销量方面，酷溪、玛莎拉蒂、张裕表现相对较好，同比增速分别为41.2%、-1.6%、-6.9%；价格方面，奔富、拉菲、张裕表现较好，同比增速分别为42.8%、13.4%、11.1%。市占率方面，本月葡萄酒行业集中度有所下降，CR7同比下降4.0个百分点，环比提升3.1个百分点。

□ 黄酒板块：均价略有下降，市场高集中度略有回落

据阿里渠道数据显示，6月黄酒销售额、销量、均价分别同比变动-9.6%、-3.3%、-6.6%。主要黄酒企业销售额和销量呈同比下降趋势，仅沙洲优黄销量同比有所提升。销售额方面，沙洲优黄、石库门、会稽山同比增速相对较好，分别为-4.8%、-6.6%、-17.3%；价格方面，石库门、会稽山、古越龙山表现较好，同比增速分别为17.3%、8.8%、6.9%。市占率方面，黄酒CR7市占率下降1.8个百分点，但依然维持58.5%的高位。

投资建议
□ 投资建议：关注业绩超预期/长期逻辑变化带来的投资机会

白酒方面，我们认为白酒板块仍处震荡期，紧握结构性机会，推荐业绩高弹性（产品结构升级速度提升）&具备催化剂（股权激励、21Q2业绩超预期等）的区域酒，比如：古井贡酒、今世缘、洋河股份；建议逢低配置业绩确定性较高的高端酒，比如五粮液、贵州茅台；而水井坊、舍得等次高端酒整体估值较高，建议回调时进行配置；

啤酒方面，高端化趋势延续，行业集中度将向优势企业进一步聚拢，建议关注产品结构升级较快的青岛啤酒、重庆啤酒等。

风险提示：疫情影响超预期；白酒动销恢复不及预期；食品安全风险。

行业评级

食品饮料

看好

分析师：马莉

执业证书号：S1230520070002

邮箱：mali@stocke.com.cn

联系人：张潇倩

执业证书号：S1230520090001

邮箱：zhangxiaojian@stocke.com.cn

相关报告

《11月酒水行业线上数据点评：白酒集中化趋势加剧，啤酒销量环比提升》（20201205）

《12月酒水行业线上数据点评：受春节旺季较晚来临影响，白酒销量同比下降》（20210107）

《1月酒水行业线上数据点评：价格为业绩主要驱动力，销售额稳健增长》（20210208）

《2月酒水行业线上数据点评：受去年同期低基数影响，销售额普遍实现高增》（20210309）

《3月酒水行业线上数据点评：五粮液延续优异表现，啤酒短期出现分化》（20210412）

《4月酒水行业线上数据点评：消费淡季下价格为白酒驱动力，啤酒开始步入旺季》（20210509）

《5月酒水行业线上数据点评：价格仍为白酒淡季驱动力，啤酒销售旺季已至》（20210612）

正文目录

1. 酒水板块：业绩环比增长显著主因 618，价格仍为主要驱动力	3
2. 白酒板块：618 购物节表现优异，价格为主要驱动力	3
3. 啤酒板块：三大催化环比提升显著，长期结构升级趋势不变	7
4. 葡萄酒板块：均价同比提升显著，酷溪本月表现优秀	8
5. 黄酒板块：均价略有下降，市场高集中度略有回落	10
6. 风险提示	11

图表目录

图 1：6 月贵州茅台销售额同比增速为-39.52%	6
图 2：6 月泸州老窖销售额同比增速为-40.39%	6
图 3：6 月五粮液销售额同比增速为 14.84%	6
图 4：6 月山西汾酒销售额同比增速为 30.66%	6
图 5：6 月洋河股份销售额同比增速为 23.95%	7
图 6：6 月古井贡酒销售额同比增速为 22.30%	7
图 7：6 月青岛啤酒销售额同比下降 3.3%	8
图 8：6 月哈尔滨啤酒销售额同比下降 57.1%	8
图 9：6 月燕京啤酒销售额同比增长 77.2%	8
图 10：6 月重庆啤酒销售额同比下降 7.4%	8
图 11：6 月张裕销售额环比上升 67.11%	9
图 12：6 月长城销售额环比下降 23.06%	9
图 13：6 月拉菲销售额环比上升 79.03%	9
图 14：6 月奔富销售额环比上升 151.52%	9
图 15：6 月古越龙山销售额环比上升 43.93%	11
图 16：6 月女儿红销售额环比上升 91.55%	11
图 17：6 月会稽山销售额环比上升 25.88%	11
图 18：6 月塔牌销售额环比上升 84.25%	11
表 1：6 月酒水板块线上销售额及均价情况	3
表 2：6 月白酒线上销售额情况	4
表 3：6 月白酒线上销量情况	4
表 4：6 月白酒线上均价情况	5
表 5：618 各主要平台白酒销售情况	5
表 6：6 月白酒行业线上市占率情况	6
表 7：6 月啤酒行业销量及均价情况	7
表 8：6 月啤酒行业线上市占率情况	8
表 9：6 月葡萄酒行业销量及均价情况	9
表 10：6 月葡萄酒行业线上市占率情况	10
表 11：6 月黄酒行业销量及均价情况	10
表 12：6 月黄酒行业线上市占率情况	11

1. 酒水板块：业绩环比增长显著主因 618，价格仍为主要驱动力

受益于 618 线上购物狂欢节，酒水板块业绩环比大幅增长，其中白酒及啤酒表现优异。据阿里渠道数据显示，6 月线上酒类行业销售额、销量及均价分别同比/环比变动-8.7%/+99.3%、-11.0%/+56.4%、+2.6%/+27.4%，其中占比较大的白酒行业销售额、销量及均价分别同比/环比变动-8.6%/+140.1%、-35.3%/+57.1%、+41.2%/+52.9%，啤酒行业销售额、销量及均价分别同比/环比变动-11.9%/104%、-0.9%/+91.7%、-11.1%/+6.4%。受益于 618 线上购物狂欢节，酒类线上数据实现环比高增长，但因去年同期基数较高影响同比有所下滑，均价表现好于销量显示结构升级仍为酒水行业业绩主要驱动力。

表 1：6 月酒水板块线上销售额及均价情况

	销售额 (亿元)	同比增速	环比增速
酒类行业	18.2	-8.7%	99.3%
白酒	9.2	-8.6%	140.1%
啤酒	3.2	-11.9%	104.0%
葡萄酒	1.8	-32.6%	31.9%
黄酒	0.3	-9.6%	38.8%
	销量 (件)	同比增速	环比增速
酒类行业	9,822,822	-11.0%	56.4%
白酒	1,670,825	-35.3%	57.1%
啤酒	3,893,702	-0.9%	91.7%
葡萄酒	868,216	-36.1%	17.2%
黄酒	374,656	-3.3%	20.9%
	均价 (元/件)	同比增速	环比增速
酒类行业	185.7	2.6%	27.4%
白酒	552.9	41.2%	52.9%
啤酒	83.3	-11.1%	6.4%
葡萄酒	210.0	5.4%	12.5%
黄酒	79.0	-6.6%	14.7%

资料来源：阿里渠道，浙商证券研究所

2. 白酒板块：618 购物节表现优异，价格为主要驱动力

据阿里渠道数据显示，6 月白酒行业线上销售额、销量及均价均实现环比大幅增长，分别同比变动-8.6%、-35.3%、+41.2%，销售额及销量同比下降主因去年同期基数较高（6 月疫情得到控制，酒类消费需求集中释放），均价实现显著同比提升，结构升级趋势仍在延续，其中高端酒五粮液表现较优；次高端舍得和国台表现亮眼；区域龙头今世缘和口子窖表现突出：

1) 销售额：高端酒——贵州茅台、五粮液、泸州老窖销售额分别同比变动-39.5%、+14.8%、-40.4%，五粮液表现优异，贵州茅台和泸州老窖在高基数下同比有所回落；次高端酒——均实现增长，其中舍得和国台表现亮眼，汾酒、郎酒、舍得、水井坊、酒鬼酒、国台销售额分别同比增长+30.7%、+46.4%、+129.4%、+26.8%、+24.8%、+152.2%；区域龙头酒——均实现双位数增长，其中今世缘和口子窖表现亮眼，洋河、古井贡酒、今世缘、口子窖销售额分别同比增长+23.9%、+22.3%、+86.4%、+83.6%；三四线酒——表现分化，牛栏山、老白干、伊力特、迎驾贡酒、金徽酒、金种子销售额分别同比变动-28.9%、-20.4%、+44.4%、+66.4%、+26.8%、-46.8%。

2) 销量：高端酒——贵州茅台、五粮液、泸州老窖销量分别同比变动-47.8%、-16.7%、-30.8%；次高端酒——郎酒销量增速表现亮眼，汾酒、郎酒、舍得、水井坊、酒鬼酒、国台销量分别同比变动+3.9%、+47.0%、+8.4%、+4.0%、-2.9%、-5.6%；区域龙头——洋河、古井贡酒、今世缘、口子窖销量分别同比变动+16.6%、-0.6%、+31.6%、+35.7%；三四线酒——牛栏山、老白干、伊力特、迎驾贡酒、金徽酒、金种子销量分别同比变动-30.8%、-37.6%、+14.1%、+4.8%、-1.4%、-37.4%。

3) 均价：高端酒——贵州茅台、五粮液、泸州老窖分别同比变动+15.8%、+37.9%、-13.8%；次高端酒——汾酒、郎酒、舍得、水井坊、酒鬼酒、国台均价分别同比变动+25.8%、-0.4%、+111.6%、+21.9%、+28.5%、+167.2%；区域龙头——洋河、古井贡酒、今世缘、口子窖均价分别同比增长 6.3%、23.1%、41.6%、35.2%；三四线酒——牛栏山、老白干、伊力特、迎驾贡酒、金徽酒、金种子均价分别同比增长 2.7%、27.5%、26.6%、58.8%、28.6%、-15.0%。

表 2：6 月白酒线上销售额情况

		销售额 (万元)	同比增速 (%)	环比增速 (%)
高端酒	茅台	21777.7	-39.5%	142.0%
	五粮液	11514.4	14.8%	203.1%
	泸州老窖	3751.3	-40.4%	123.2%
次高端	汾酒	5454.3	30.7%	120.5%
	郎酒	6077.0	46.4%	375.1%
	舍得	1701.2	129.4%	212.5%
	水井坊	1316.3	26.8%	168.0%
	酒鬼酒	736.8	24.8%	104.9%
	国台	392.5	152.2%	109.4%
	洋河	4339.0	23.9%	105.7%
区域龙头	古井贡	2041.2	22.3%	90.3%
	今世缘	386.6	86.4%	193.1%
	口子窖	209.1	83.6%	169.6%
	牛栏山	1022.4	-28.9%	62.6%
三四线	老白干	212.4	-20.4%	6.7%
	伊力特	313.7	44.4%	183.6%
	迎驾贡	256.8	66.4%	179.9%
	金徽	31.9	26.8%	105.1%
	金种子	28.3	-46.8%	427.5%

资料来源：阿里渠道，浙商证券研究所

表 3：6 月白酒线上销量情况

		销量 (件)	同比增速	环比增速
高端酒	茅台	100005.0	-47.8%	92.2%
	五粮液	73733.0	-16.7%	108.1%
	泸州老窖	72392.0	-30.8%	110.9%
次高端	汾酒	97238.0	3.9%	80.2%
	郎酒	62935.0	47.0%	226.9%
	舍得	15650.0	8.4%	170.7%
	水井坊	9833.0	4.0%	100.2%
	酒鬼酒	8470.0	-2.9%	116.1%
	国台	2681.0	-5.6%	51.8%
	洋河	72016.0	16.6%	105.2%
区域龙头	古井贡	38470.0	-0.6%	87.5%
	今世缘	4377.0	31.6%	108.7%
	口子窖	2689.0	35.7%	167.3%
	牛栏山	69244.0	-30.8%	40.0%
三四线	老白干	4456.0	-37.6%	39.6%
	伊力特	6384.0	14.1%	114.5%
	迎驾贡	5278.0	4.8%	109.9%
	金徽	696.0	-1.4%	79.8%
	金种子	1308.0	-37.4%	634.8%

资料来源：阿里渠道，浙商证券研究所

表 4：6 月白酒线上均价情况

		均价（元/件）	同比增速	环比增速
高端酒	茅台	2177.7	15.8%	25.9%
	五粮液	1561.6	37.9%	45.6%
	泸州老窖	518.2	-13.8%	5.9%
次高端	汾酒	560.9	25.8%	22.4%
	郎酒	965.6	-0.4%	45.3%
	舍得	1087.0	111.6%	15.4%
	水井坊	1338.6	21.9%	33.9%
	酒鬼酒	869.9	28.5%	-5.2%
	国台	1464.2	167.2%	38.0%
区域龙头	洋河	602.5	6.3%	0.2%
	古井贡	530.6	23.1%	1.5%
	今世缘	883.2	41.6%	40.4%
	口子窖	777.5	35.2%	0.9%
三四线	牛栏山	147.7	2.7%	16.2%
	老白干	476.7	27.5%	-23.6%
	伊力特	491.4	26.6%	32.2%
	迎驾贡	486.5	58.8%	33.3%
	金徽	458.4	28.6%	14.0%
	金种子	216.6	-15.0%	-28.2%

资料来源：阿里渠道，浙商证券研究所

总体来看：国台、舍得延续快速增长趋势，618期间高端酒和次高端酒表现优异。1) **高端酒**：6月五粮液线上均价保持37.9%较快增速，结构升级带动总销售额同比增长14.8%，在茅台价格提升至2800元（散瓶）背景下，五粮液延续上月高增速表现；贵州茅台则由于去年同期公司加大线上电商投放力度，在高基数背景下6月销售额、销量、均价同比有所下降。2) **次高端及区域龙头方面**：在酱酒、老酒热愈演愈烈背景下，国台、舍得等口感繁复独特的白酒品牌亦在较高基数上继续保持高增长，表现优异；今世缘、口子窖作为区域龙头在产品结构升级的背景下量价双升，表现亮眼。3) **618销售情况**：根据天猫、京东、苏宁易购披露的“618”战报，各平台白酒排行榜前三主要为以茅台、五粮液、泸州老窖为代表的高端酒和以剑南春、洋河为代表的次高端酒，体现出高端酒和次高端酒线上渠道发展迅猛，此外，以郎酒、习酒、王茅、赖茅为代表的酱酒在今年618同样表现亮眼，大部分增速超500%，凸显消费者更青睐于品质好、品牌力强、有独特性的白酒产品。4) **市占率方面**：CR19同比下降3.4个百分点至66.6%（环比上升3.4个百分点），其中五粮液和郎酒市占率提升幅度较大，同比提升2.55、2.47个百分点。

表 5：618 各主要平台白酒销售情况

天猫	
时期	具体内容
6月1日-20日	茅台、五粮液、剑南春位居白酒前三，茅台、五粮液销售过亿，剑南春、舍得、国窖1573等同比增长超过100%
京东	
时期	具体内容
618开始5分钟内	酒类总成交额突破2亿，中高端白酒成交额同比增长5倍，川酒整体成交额同比增长300%
6月1日-20日	品牌榜前三分别为五粮液、剑南春和泸州老窖，五粮液、洋河、郎酒成交额同比增长300%，习酒、汾酒、王茅、酒鬼酒、舍得、赖茅成交额同比增长500%
苏宁易购	
时期	具体内容
6月1日-18日	茅台、五粮液和洋河包揽品牌销量前三强，苏宁超市酒水销售增长91%

资料来源：天猫、京东、苏宁，浙商证券研究所

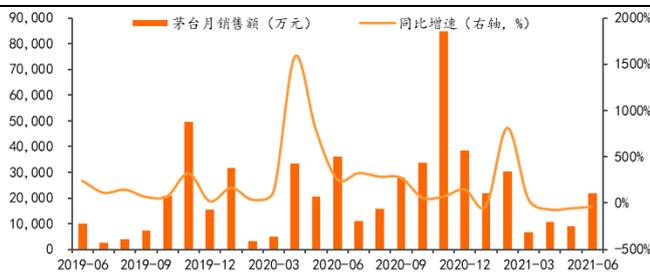
线下方面，贵州茅台：飞天散瓶批价约为在 2800-2900 元；五粮液：批价约为 980-1000 元，其中部分地区批价已过千元；泸州老窖：批价约为 900-920 元，主要地区当前回款表现亮眼。

表 6：6 月白酒行业线上市占率情况

白酒销售总额 (万元)	2020年6月		2021年6月		差额 (百分点)	
	收入 (万元)	占总收入比 (%)	白酒销售总额 (万元)	92382		
酒企			酒企			
茅台	36008.41	35.61%	茅台	21777.71	23.57%	-12.03
五粮液	10026.74	9.91%	五粮液	11514.44	12.46%	2.55
郎酒	4150.68	4.10%	郎酒	6077.05	6.58%	2.47
汾酒	4174.37	4.13%	汾酒	5454.35	5.90%	1.78
洋河	3500.70	3.46%	洋河	4338.99	4.70%	1.24
泸州老窖	6292.79	6.22%	泸州老窖	3751.30	4.06%	-2.16
古井贡	1668.96	1.65%	古井贡	2041.21	2.21%	0.56
舍得	741.70	0.73%	舍得	1701.21	1.84%	1.11
水井坊	1038.32	1.03%	水井坊	1316.28	1.42%	0.40
牛栏山	1437.49	1.42%	牛栏山	1022.39	1.11%	-0.31
酒鬼酒	590.63	0.58%	酒鬼酒	736.83	0.80%	0.21
国台	155.67	0.15%	国台	392.54	0.42%	0.27
今世缘	207.39	0.21%	今世缘	386.57	0.42%	0.21
伊力特	217.19	0.21%	伊力特	313.72	0.34%	0.12
迎驾贡	154.30	0.15%	迎驾贡	256.75	0.28%	0.13
口子窖	113.89	0.11%	口子窖	209.06	0.23%	0.11
老白干	266.98	0.26%	老白干	212.43	0.23%	-0.03
金徽	25.16	0.02%	金徽	31.91	0.03%	0.01
金种子	53.31	0.05%	金种子	28.34	0.03%	-0.02
CR19		70.04%	CR19		66.64%	-3.40

资料来源：阿里渠道，浙商证券研究所

图 1：6 月贵州茅台销售额同比增速为-39.52%



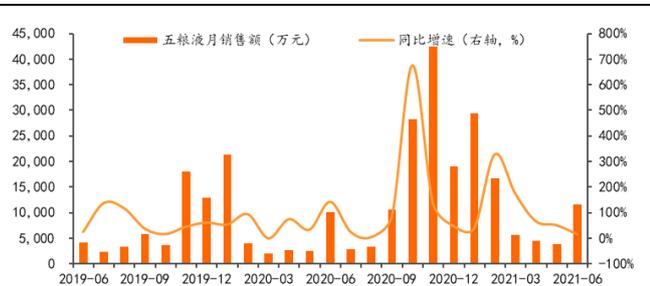
资料来源：阿里渠道，浙商证券研究所

图 2：6 月泸州老窖销售额同比增速为-40.39%



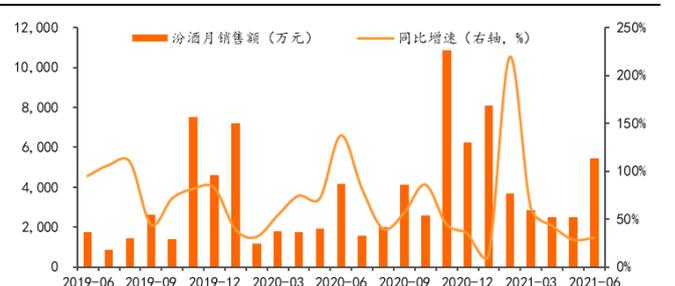
资料来源：阿里渠道，浙商证券研究所

图 3：6 月五粮液销售额同比增速为 14.84%



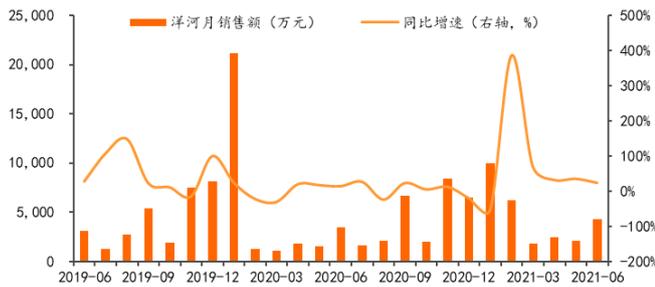
资料来源：阿里渠道，浙商证券研究所

图 4：6 月山西汾酒销售额同比增速为 30.66%



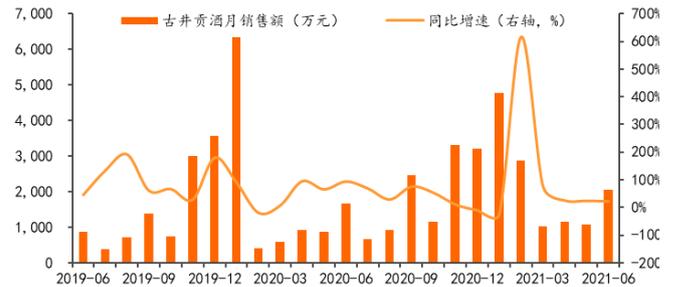
资料来源：阿里渠道，浙商证券研究所

图 5：6 月洋河股份销售额同比增速为 23.95%



资料来源：阿里渠道，浙商证券研究所

图 6：6 月古井贡酒销售额同比增速为 22.30%



资料来源：阿里渠道，浙商证券研究所

投资建议：我们认为白酒板块仍处震荡期，紧握结构性机会，推荐业绩高弹性（产品结构升级速度提升）&具备催化剂（股权激励、21Q2 业绩超预期等）的区域酒，比如：古井贡酒、今世缘、洋河股份；建议逢低配置业绩确定性较高的高端酒，比如五粮液、贵州茅台；而水井坊、舍得等次高端酒整体估值较高，建议回调时进行配置；

3. 啤酒板块：三大催化环比提升显著，长期结构升级趋势不变

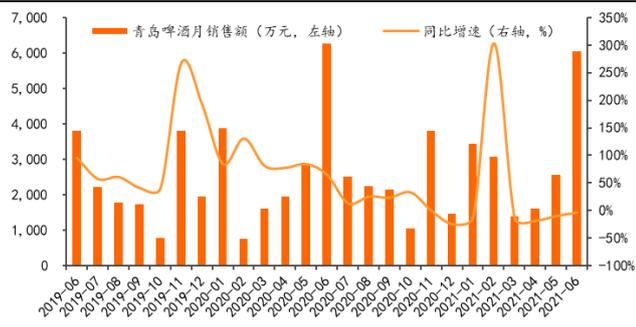
据阿里渠道数据显示，6 月啤酒行业销售额、销量及均价分别同比变动-11.9%、-0.9%、-11.1%；分别环比变动 104.0%、91.7%、6.4%，啤酒线上销售数据环比提升显著，主因：1) 受益于气温逐步提升，6 月开始啤酒已迎来销售旺季；2) 618 对线上销售影响显著；3) 欧洲杯等重大赛事举办，啤酒消费场景增多。大部分酒企销售额和销量均实现环比提升，但除燕京啤酒、百威啤酒外，其余酒企销售额和销量同比均有下滑。销售额方面，燕京啤酒、百威啤酒、青岛销售额同比增速位居前列，分别为 77.2%、7.1%、-3.3%；销量方面，燕京啤酒、百威啤酒、青岛啤酒表现较好，同比增速分别为 84.2%、14.3%、10.0%；价格方面，重庆啤酒、华润雪花、福佳表现较好，同比增速分别为 4.0%、2.2%、-3.0%。尽管啤酒的销量和均价短期有所波动，但啤酒产业结构升级的大趋势并未改变。市占率方面，除重庆啤酒、百威、青岛啤酒的市占率同比上涨 3.0、1.8、1.7 个百分点外，其他酒企市占率均出现下降，其中科罗娜市占率同比下降 5.0 个百分点。

表 7：6 月啤酒行业销量及均价情况

	销售额 (万元)	同比增速	环比增速
青岛啤酒	6059.8	-3.3%	136.2%
百威	5540.8	7.1%	288.0%
哈尔滨啤酒	1531.9	-57.1%	138.5%
燕京啤酒	1182.6	77.2%	80.6%
福佳	1077.0	-29.2%	175.3%
华润雪花	842.8	-42.5%	98.6%
喜力	601.3	-50.9%	54.5%
科罗娜	497.9	-70.6%	17.5%
重庆啤酒	17.1	-7.4%	84.2%
	销量 (件)	同比增速	环比增速
青岛啤酒	631975	10.0%	122.4%
百威	498483	14.3%	248.3%
哈尔滨啤酒	316385	-14.2%	169.4%
燕京啤酒	190151	84.2%	67.8%
福佳	83902	-27.1%	142.9%
华润雪花	165535	-43.7%	95.5%
喜力	37823	-33.6%	-3.7%
科罗娜	36788	-64.8%	15.1%
重庆啤酒	2993	-11.0%	132.9%
	均价 (元/件)	较去年同期增减	较上月同期增减
青岛啤酒	95.9	-12.1%	6.2%
百威	111.2	-6.3%	11.4%
哈尔滨啤酒	48.4	-50.0%	-11.5%
燕京啤酒	62.2	-3.8%	7.6%
福佳	128.4	-3.0%	13.3%
华润雪花	50.9	2.2%	1.6%
喜力	159.0	-26.1%	60.5%
科罗娜	135.3	-16.4%	2.1%
重庆啤酒	57.3	4.0%	-20.9%

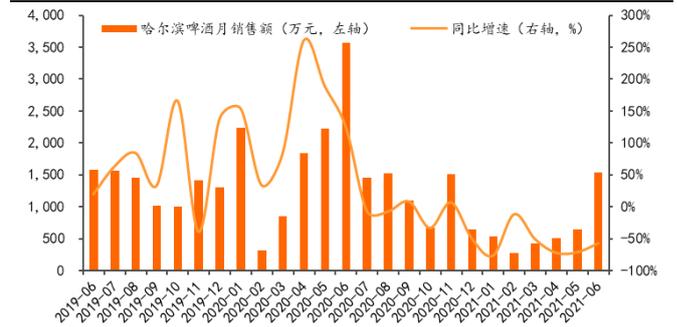
资料来源：阿里渠道，浙商证券研究所

图 7：6 月青岛啤酒销售额同比下降 3.3%



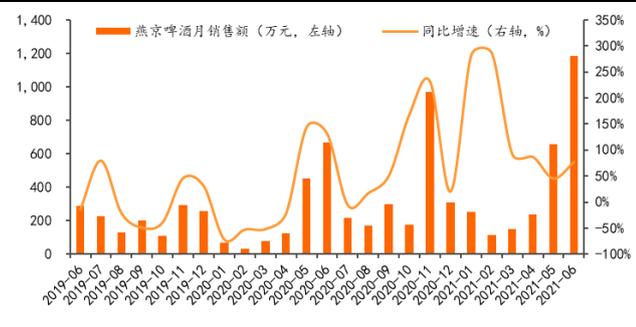
资料来源：阿里渠道，浙商证券研究所

图 8：6 月哈尔滨啤酒销售额同比下降 57.1%



资料来源：阿里渠道，浙商证券研究所

图 9：6 月燕京啤酒销售额同比增长 77.2%



资料来源：阿里渠道，浙商证券研究所

图 10：6 月重庆啤酒销售额同比下降 7.4%



资料来源：阿里渠道，浙商证券研究所

表 8：6 月啤酒行业线上市占率情况

啤酒销售总额 (万元)	2020年6月		2021年6月		差额 (百分点)	
	收入 (万元)	占总收入比	收入 (万元)	占总收入比		
啤酒销售总额 (万元)	36797.10		啤酒销售总额 (万元)	32433.88		
酒企			酒企			
青岛啤酒	6265.9	17.0%	青岛啤酒	6059.8	18.7%	1.7
百威	5173.3	14.1%	百威	5540.8	17.1%	1.8
哈尔滨啤酒	3571.2	9.7%	哈尔滨啤酒	1531.9	4.7%	0.0
燕京啤酒	667.5	1.8%	燕京啤酒	1182.6	3.6%	-0.8
福佳	1522.0	4.1%	福佳	1077.0	3.3%	-3.1
雪花	1465.9	4.0%	雪花	842.8	2.6%	-1.4
喜力	1225.7	3.3%	喜力	601.3	1.9%	-1.5
科罗娜	1694.7	4.6%	科罗娜	497.9	1.5%	-5.0
重庆啤酒	18.5	0.1%	重庆啤酒	17.1	0.1%	3.0
CR9	21604.7	58.7%	CR9	17351.2	53.5%	-5.2

资料来源：阿里渠道，浙商证券研究所

4. 葡萄酒板块：均价同比提升显著，酷溪本月表现优秀

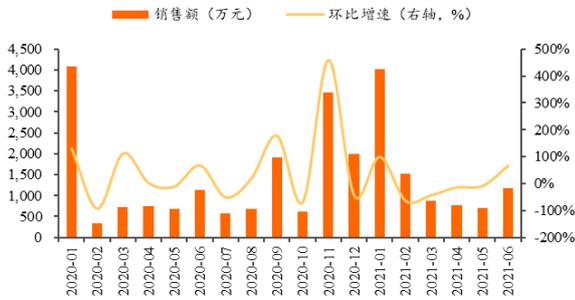
据阿里渠道数据显示，6 月葡萄酒销售额、销量及均价分别同比变动-32.6%、-36.1%、+5.4%，均价同比提升显著。受消费淡季影响，超过半数葡萄酒品牌销售额和销量呈同比下降趋势，仅酷溪销售额同比增速亮眼。销售额方面，酷溪、张裕、玛莎诺娅销售额同比增速相对较好，分别为 53.1%、3.5%、2.0%；销量方面，酷溪、玛莎拉蒂、张裕表现相对较好，同比增速分别为 41.2%、-1.6%、-6.9%；价格方面，奔富、拉菲、张裕表现较好，同比增速分别为 42.8%、13.4%、11.1%。酷溪本月销售额增长亮眼主因：“酷溪伯爵进口红酒葡萄酒 2 支装干红整箱双支装 14 度红酒”产品于 2021 年 4 月 27 日上新，6 月月销量已达 1620 件，增速迅猛，成为本月酷溪的第二大单品。市占率方面，本月葡萄酒行业集中度有所下降，CR7 同比下降 4.0 个百分点，环比提升 3.1 个百分点，其中张裕市占率同比提升 2.3 个百分点，幅度较大。

表 9：6 月葡萄酒行业销量及均价情况

	销售额 (万元)	同比增速 (%)	环比增速 (%)
奔富	2195.9	-54.0%	151.5%
张裕	1179.2	3.5%	67.1%
长城	907.2	-43.4%	-23.1%
拉菲	788.1	-33.1%	79.0%
玛莎诺娅	349.0	2.0%	0.2%
慕拉	138.0	-61.0%	32.0%
酷溪	75.6	53.1%	-53.9%
	销量 (件)	同比增速 (%)	环比增速 (%)
奔富	31464	-67.8%	86.6%
张裕	50765	-6.9%	26.8%
长城	39715	-35.2%	-4.3%
拉菲	16183	-41.1%	70.7%
玛莎诺娅	26370	-1.6%	0.3%
慕拉	28153	-57.8%	11.7%
酷溪	7971	41.2%	-49.7%
	均价 (元/件)	同比增速 (%)	环比增速 (%)
奔富	697.9	42.8%	34.8%
张裕	232.3	11.1%	31.7%
长城	228.4	-12.6%	-19.6%
拉菲	487.0	13.4%	4.9%
玛莎诺娅	132.3	3.6%	-0.1%
慕拉	49.0	-7.7%	18.2%
酷溪	94.9	8.5%	-8.3%

资料来源：阿里渠道，浙商证券研究所

图 11：6 月张裕销售额环比上升 67.11%



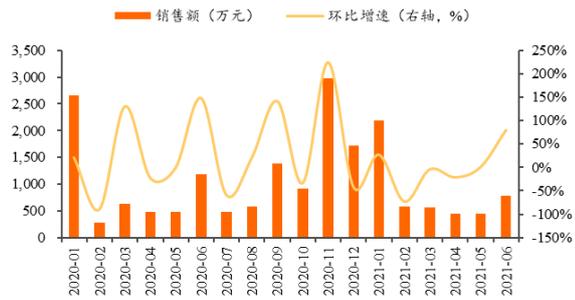
资料来源：阿里渠道，浙商证券研究所

图 12：6 月长城销售额环比下降 23.06%



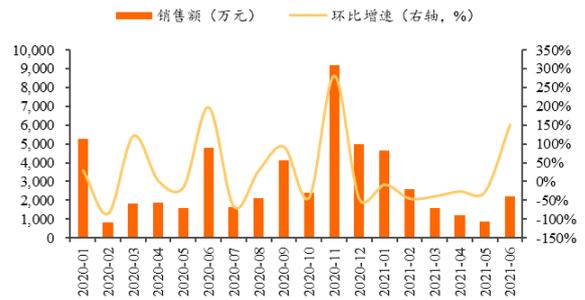
资料来源：阿里渠道，浙商证券研究所

图 13：6 月拉菲销售额环比上升 79.03%



资料来源：阿里渠道，浙商证券研究所

图 14：6 月奔富销售额环比上升 151.52%



资料来源：阿里渠道，浙商证券研究所

表 10：6 月葡萄酒行业线上市占率情况

2020年6月			2021年6月			差额
葡萄酒销售总额 (万元)	27071.2		葡萄酒销售总额 (万元)	18235.6		
酒企	收入 (万元)	占总收入比	酒企	收入 (万元)	占总收入比	
奔富	4776.3	17.6%	奔富	2195.9	12.0%	-5.6
张裕	1139.5	4.2%	张裕	1179.2	6.5%	2.3
长城	1602.4	5.9%	长城	907.2	5.0%	-0.9
拉菲	1178.8	4.4%	拉菲	788.1	4.3%	0.0
玛莎诺娅	342.0	1.3%	玛莎诺娅	349.0	1.9%	0.7
慕拉	354.2	1.3%	慕拉	138.0	0.8%	-0.6
酷溪	49.4	0.2%	酷溪	75.6	0.4%	0.2
CR7		34.9%	CR7		30.9%	-4.0

资料来源：阿里渠道，浙商证券研究所

5. 黄酒板块：均价略有下降，市场高集中度略有回落

据阿里渠道数据显示，6月黄酒销售额、销量、均价分别同比变动-9.6%、-3.3%、-6.6%，分别环比变动38.8%、20.9%、14.7%。主要黄酒企业销售额和销量均呈同比下降趋势，仅沙洲优黄销量同比有所提升。具体来看，沙洲优黄、石库门、会稽山销售额同比增速相对较好，分别为-4.8%、-6.6%、-17.3%；销量方面，沙洲优黄、塔牌、女儿红表现相对较好，同比增速分别为21.3%、-7.7%、-18.0%；价格方面，石库门、会稽山、古越龙山表现较好，同比增速分别为17.3%、8.8%、6.9%。市占率方面，黄酒CR7市占率下降1.8个百分点，但依然维持58.5%的高位，其中女儿红、沙洲优黄、石库门市占率同比提升3.0、0.2、0.1个百分点，其他酒企市占率出现下降。

表 11：6 月黄酒行业销量及均价情况

	销售额 (万元)	同比增速 (%)	环比增速 (%)
古越龙山	592.7	-21.5%	43.9%
塔牌	299.8	-17.3%	84.3%
女儿红	294.6	-19.9%	91.6%
会稽山	217.5	-17.3%	25.9%
安昌太和	138.6	-17.5%	36.4%
石库门	96.9	-6.6%	58.1%
沙洲优黄	89.7	-4.8%	8.5%
	销量 (件)	同比增速 (%)	环比增速 (%)
古越龙山	55,936	-26.5%	19.7%
塔牌	26,874	-7.7%	50.9%
女儿红	18,518	-18.0%	53.1%
会稽山	14,099	-23.9%	15.9%
安昌太和	10,880	-19.8%	24.0%
石库门	3,724	-20.4%	37.5%
沙洲优黄	7,715	21.3%	7.2%
	均价 (元/件)	同比增速 (%)	环比增速 (%)
古越龙山	106.0	6.9%	20.3%
塔牌	111.6	-10.4%	22.1%
女儿红	159.1	-2.3%	25.1%
会稽山	154.3	8.8%	8.6%
安昌太和	127.4	2.9%	10.0%
石库门	260.1	17.3%	15.0%
沙洲优黄	116.2	-21.5%	1.3%

资料来源：阿里渠道，浙商证券研究所

图 15：6 月古越龙山销售额环比上升 43.93%



资料来源：阿里渠道，浙商证券研究所

图 16：6 月女儿红销售额环比上升 91.55%



资料来源：阿里渠道，浙商证券研究所

图 17：6 月会稽山销售额环比上升 25.88%



资料来源：阿里渠道，浙商证券研究所

图 18：6 月塔牌销售额环比上升 84.25%



资料来源：阿里渠道，浙商证券研究所

表 12：6 月黄酒行业线上上市占率情况

2020年6月			2021年6月			差额 (百分点)
黄酒销售总额 (万元)	3275.1		黄酒销售总额 (万元)	2959.2		
酒企	收入 (万元)	占总收入比	酒企	收入 (万元)	占总收入比	
古越龙山	754.6	23.0%	古越龙山	592.7	20.0%	-3.0
塔牌	362.5	11.1%	塔牌	299.8	10.1%	-0.9
女儿红	227.0	6.9%	女儿红	294.6	10.0%	3.0
会稽山	262.9	8.0%	会稽山	217.5	7.4%	-0.7
安昌太和	168.0	5.1%	安昌太和	138.6	4.7%	-0.4
石库门	103.7	3.2%	石库门	96.9	3.3%	0.1
沙洲优黄	94.2	2.9%	沙洲优黄	89.7	3.0%	0.2
CR7		60.2%	CR7		58.5%	-1.8

资料来源：阿里渠道，浙商证券研究所

6. 风险提示

疫情影响超预期；白酒动销恢复不及预期；食品安全风险。

股票投资评级说明

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，定义如下：

- 1、买入：相对于沪深300指数表现+20%以上；
- 2、增持：相对于沪深300指数表现+10%~+20%；
- 3、中性：相对于沪深300指数表现-10%~+10%之间波动；
- 4、减持：相对于沪深300指数表现-10%以下。

行业的投资评级：

以报告日后的6个月内，行业指数相对于沪深300指数的涨跌幅为标准，定义如下：

- 1、看好：行业指数相对于沪深300指数表现+10%以上；
- 2、中性：行业指数相对于沪深300指数表现-10%~+10%以上；
- 3、看淡：行业指数相对于沪深300指数表现-10%以下。

我们在此提醒您，不同证券研究机构采用不同的评级术语及评级标准。我们采用的是相对评级体系，表示投资的相对比重。

建议：投资者买入或者卖出证券的决定取决于个人的实际情况，比如当前的持仓结构以及其他需要考虑的因素。投资者不应仅仅依靠投资评级来推断结论

法律声明及风险提示

本报告由浙商证券股份有限公司（已具备中国证监会批复的证券投资咨询业务资格，经营许可证编号为：Z39833000）制作。本报告中的信息均来源于我们认为可靠的已公开资料，但浙商证券股份有限公司及其关联机构（以下统称“本公司”）对这些信息的真实性、准确性及完整性不作任何保证，也不保证所包含的信息和建议不发生任何变更。本公司没有将变更的信息和建议向报告所有接收者进行更新的义务。

本报告仅供本公司的客户作参考之用。本公司不会因接收人收到本报告而视其为本公司的当然客户。

本报告仅反映报告作者的出具日的观点和判断，在任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见均不构成对任何人的投资建议，投资者应当对本报告中的信息和意见进行独立评估，并应同时考量各自的投资目的、财务状况和特定需求。对依据或者使用本报告所造成的一切后果，本公司及/或其关联人员均不承担任何法律责任。

本公司的交易人员以及其他专业人士可能会依据不同假设和标准、采用不同的分析方法而口头或书面发表与本报告意见及建议不一致的市场评论和/或交易观点。本公司没有将此意见及建议向报告所有接收者进行更新的义务。本公司的资产管理公司、自营部门以及其他投资业务部门可能独立做出与本报告中的意见或建议不一致的投资决策。

本报告版权均归本公司所有，未经本公司事先书面授权，任何机构或个人不得以任何形式复制、发布、传播本报告的全部或部分内容。经授权刊载、转发本报告或者摘要的，应当注明本报告发布人和发布日期，并提示使用本报告的风险。未经授权或未按要求刊载、转发本报告的，应当承担相应的法律责任。本公司将保留向其追究法律责任的权利。

浙商证券研究所

上海市杨高南路729号陆家嘴世纪金融广场1号楼29层

邮政编码：200127

电话：(8621)80108518

传真：(8621)80106010

浙商证券研究所：<http://research.stocke.com.cn>