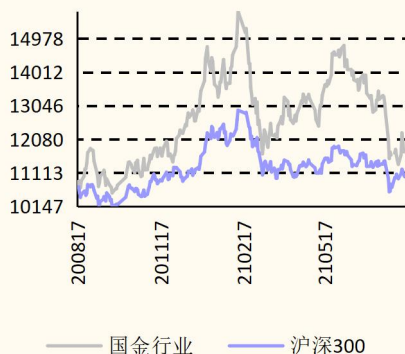


市场数据(人民币)

市场优化平均市盈率	18.90
国金食品饮料指数	11785
沪深300指数	4946
上证指数	3516
深证成指	14799
中小板综指	13671



相关报告

- 《如何看待啤酒调整及长期机会？-食品周报 0808》，2021.8.8
- 《波动及调整中的布局机会-食品饮料周报 0801》，2021.8.1
- 《本轮周期的“不变与变”，重视价格的力量-白酒行业专题报告》，2021.7.27
- 《持仓分析：布局景气赛道，增持次高端、啤酒-食品周报 0725》，2021.7.25
- 《蒙牛终端价提升，社区团购低价影响有限-乳制品草根调研报告》，2021.7.24

刘宸倩 分析师 SAC 执业编号：S1130519110005
liuchengqian@gjzq.com.cn

李茵琦 联系人
liyinqi@gjzq.com.cn

李本媛 联系人
libenyuan@gjzq.com.cn

做时间的朋友，理性看待板块调整

投资建议：

■ 食品专题：如何看待食品板块的调整与机遇？

近期部分食品板块公司已经出具中期业绩，依托商超为主要销售渠道的企业都受到了一定冲击，下滑普遍在 21Q2 出现。我们认为，可以归因到三个主要因素：1) 20 年疫情形成特殊小周期，20Q2 大幅补库存形成高基数，而 21 年春节旺季延迟，叠加去年低基数，许多企业在 21Q1 实现了开门红，但也存在压货较多、渠道库存未完全消化的问题，导致 Q2 存在一定压力。2) 社区团购对商超渠道的冲击不容小觑，其影响在于加速商超人流量下滑，消费场景的变化对主要依托商超渠道的企业影响较大，其次现阶段社区团购的低价策略也是对企业的渠道管控能力、下游议价能力的考验。3) 公司个体因素，比如甘源 21Q2 由于原材料压力进入提价期，在终端动销承压的背景下，渠道提价动作执行较慢，经销商进货积极性较弱，公司不得不采取补差价、促销等一系列措施，导致费用投放偏高。

如何看待下半年的转机？首先下半年大部分企业不存在高基数问题，而且库存情况会比 Q2 更好。根据渠道调研，7 月份以来甘源的库存、价格均已调整到位，收入增速回正；盐津、洽洽的收入增速也恢复至双位数。其次，针对新兴的社区团购渠道，安井、盐津、甘源等均表示会积极对接社区团购渠道。我们认为社区团购本质是消费渠道的变迁，并不会对消费总量有太大影响，目前比较棘手的问题是其低价策略会影响价格体系的稳定，不过社区团购的低价策略不会是长期性的，而且头部企业也考虑推出专供社区团购的 SKU，避免不同渠道之间的比价问题。最后站下当前这个时点，我们比较推荐 1) 基本面稳健、增长点清晰，2) 下半年高基数影响消退，3) 品牌议价力、渠道管控力较强，能够较好应对社区团购短期冲击的企业。

■ 白酒：渠道备货预计最早于 8 月中下旬开始，疫情反复对中秋需求的影响有待观察。假设消费税提升、需求扰动，具备强议价能力的高端酒受到的影响偏弱；假设景气周期延续，次高端的业绩仍将明显优于行业平均。中长期，高端挺价确定性强，双千元价格带前景广阔；次高端“集中度提升+全国化”的趋势不改，未来 2-3 年量价齐升的逻辑强劲。当前茅、五、沪 22 年 PE 分别为 35/31/30X，估值已具备性价比。关注调整后的布局时机，首推高端及改革标的。

■ 啤酒：渠道反馈，7 月青啤、珠啤销量同比-9.4%、-2%（对比 19 年分别下降 8%、增长中个位数），疫情反复+暴雨天气影响下，建议弱化阶段性销量因素，核心关注 ASP 提升和经营效率的改善。H2 体育赛事带来催化，且不排除有更多龙头加入直接提价的行列，看好高端化加速的龙头。

■ 调味品：华东地区渠道反馈，1-7 月调味品销量同比增长不到 10%，千禾+14%，海天+9%，厨邦+8.6%，海底捞+11%；库存方面，海天 50 天，厨邦 70 天，千禾 53 天，海底捞 47 天。需求恢复方面，1-7 月餐饮渠道同比增长 4-5%，7 月疫情管控下同比下滑明显；家庭端由于使用量小，对体量弥补有限，整体使用量有 20% 左右流失。社区团购渠道保持三位数增长，覆盖区域及产品量均有增加，且结款过程顺畅，厂商及渠道乐于投放，但整体占比较小，仅作为补充渠道。海天当前社区团购渠道最为突出，且团队在推广活动、供应链配送等方面最顺畅；千禾 19 年底-20 年上半年运作较好，今年 4 月后采用聚焦策略、收紧管控费用，希望做更细致的分化。我们认为，上半年报表端受调味品消费淡季及头部公司调整因素扰动，看好下半年 9-12 月旺季行业需求释放，建议中报预期落地后关注调整中的头部公司。

■ 风险提示：宏观经济下行风险/疫情持续反复风险/区域市场竞争风险。

内容目录

一、食品专题：如何看待食品板块的调整与机遇？	3
二、重点公司跟踪	3
三、投资逻辑	3
四、本周行情回顾	5
五、行业数据更新	7
5.1 白酒板块	7
5.2 乳制品板块	8
5.3 啤酒板块	8
六、公司公告与事件汇总	9
6.1 公告精选	9
6.2 行业要闻	10
6.3 下周重要事项提醒	12
七、风险提示	13

图表目录

图表 1：本周行情	5
图表 2：本周食品饮料(申万)子行业涨跌幅 (%)	5
图表 3：申万食品饮料指数行情	5
图表 4：各板块涨跌幅 (%)	6
图表 5：本周食品饮料板块个股涨跌幅前十名	6
图表 6：重点公司沪深港通持股占流通 A 股比例	6
图表 7：白酒月度产量 (万千升) 及同比 (%)	7
图表 8：白酒终端成交价 (元)	7
图表 9：高端白酒一批价水平 (元/瓶)	8
图表 10：国内主产区生鲜乳平均价 (元/公斤)	8
图表 11：中国进口奶粉月度数据	8
图表 12：啤酒行业产量 (万千升) 与同比 (%)	9
图表 13：进口啤酒数量 (千升) 与平均单价 (美元/千升)	9
图表 14：大麦价格 (元/吨)	9
图表 15：全国市场价:瓦楞纸:高强 (元/吨)	9
图表 16：下周上市公司重要事项提醒一览表	12

一、食品专题：如何看待食品板块的调整与机遇？

近期部分公司已经出具中期业绩，依托商超为主要销售渠道的企业都受到了一定冲击。比较典型的如盐津铺子，根据业绩预告，预计 21H1 盈利 4500 万元-5500 万元，同比下滑 57.68%-65.38%；甘源食品 21Q2 也表现欠佳，营收同比下滑 16.61%，归母净利润同比下滑 112.85%；安井食品 21Q2 商超渠道收入下滑 32.2%。

我们认为：

以上企业普遍在 21Q2 出现下滑，可以归因到三个主要因素：其一是去年的疫情给食品板块带来一轮特殊的小周期，20Q2 大幅补库存因而基数较高，而 2021 年春节旺季延迟，加之去年的低基数，许多企业在 20Q1 实现了开门红，但也存在压货较多、渠道库存未完全消化的问题，导致 Q2 存在一定压力。其二是社区团购对商超渠道的冲击不容小觑，预计 2021 年社区团购的 GMV 将达到 3000 亿元以上，社区团购的影响在于加速了商超人流量下滑，消费场景的变化对主要依托商超渠道的企业影响较大，其次现阶段社区团购的低价策略也是对企业的渠道管控能力、下游议价能力的考验。其三是公司个体因素。比如甘源 21Q2 由于原材料压力进入提价期，在终端动销承压的背景下，渠道提价动作执行较慢，经销商进货积极性较弱，公司不得不采取补差价、促销等一系列措施，导致费用投放偏高。

如何看待下半年的转机？首先下半年大部分企业不存在高基数问题，而且库存情况会比 Q2 更好。根据渠道调研，7 月份以来甘源的库存、价格均已调整到位，收入增速回正；盐津、洽洽的收入增速也恢复至双位数。其次，针对新兴的社区团购渠道，安井、盐津、甘源等均表示会积极对接社区团购渠道。我们认为社区团购本质是消费渠道的变迁，并不会对消费总量有太大影响，目前比较棘手的问题是其低价策略会影响价格体系的稳定，不过社区团购的低价策略不会是长期性的，而且头部企业也考虑推出专供社区团购的 SKU，避免不同渠道之间的比价问题。最后站下当前这个时点，我们比较推荐 1) 基本面稳健、增长点清晰，2) 下半年高基数影响消退，3) 品牌议价力、渠道管控力较强，能够较好应对社区团购短期冲击的企业，包括伊利、洽洽等。

二、重点公司跟踪

水井坊：公司公告，1) 将 21 年股票回购价格上限由 90 元/股调整至 130 元/股；2) 将 21 年拟回购金额从 0.34-0.68 亿元提升至 0.595-1.19 亿元；3) 将 19 年回购的 31.5 万股由“用于股权激励”变更为“24.22 万股用于股权激励，7.28 万股用于员工持股计划”。我们认为：1) 此次对价格上限的调整将有利于公司顺利实施股票回购，进而加快股权激励落地，静待内部机制优化的红利释放。2) 21 年预计可回购数量占发行总股本的比例由 0.08-0.16% 提升至 0.09-0.19%，且 19 年回购的股票中部分变更为员工持股计划，股权激励力度有望增强，激励范围有望扩大，或将更充分地调动员工积极性。3) 公司计划 8 月成立高端销售公司运作，启动招商会；中秋拟推出新版典藏、菁翠，春节蓄力对井台换包装升级，八号也存在升级的可能。近期库存处于历史低位，Q3 开门红可期。

三、投资逻辑

1、白酒：渠道备货预计最早于 8 月中下旬开始，疫情反复对中秋需求的影响有待观察。假设消费税提升、需求扰动，具备强议价能力的高端酒受到的影响偏弱；假设景气周期延续，次高端的业绩仍将明显优于行业平均。中长期，高端挺价确定性强，双千元价格带前景广阔；次高端“集中度提升+全国化”的趋势不改，未来 2-3 年量价齐升的逻辑强劲。当前茅、五、泸 22 年 PE 分别为 35/31/30X，估值已具备性价比。关注调整后的布局时机，首推高端（茅五泸）及改革标的（洋河、汾酒、酒鬼、舍得）。

2、啤酒：渠道反馈，7月青啤、珠啤销量同比-9.4%、-2%（对比19年分别下降8%、增长中个位数），疫情反复+暴雨天气影响下，建议弱化阶段性销量因素，核心关注ASP提升和经营效率的改善。H2体育赛事带来催化，且不排除有更多龙头加入直接提价的行列。依旧看好高端化加速的华润、国产中高端领头羊青啤，关注盈利能力领先的重啤。

3、调味品：我们对调味品渠道及终端进行跟踪调研。近期华东大商反馈，**1) 动销及库存：**1-7月整体调味品销量同比增长不到10%，千禾+14%，海天+9%，厨邦+8.6%，海底捞+11%；库存方面，海天50天，厨邦70天，千禾53天，海底捞47天。**2) B、C端需求恢复：**1-7月餐饮渠道同比增长4-5%，7月由于大规模疫情管控再起，同比下滑明显；而家庭端对体量弥补有限，主要系餐饮一次使用量是家庭使用量1.4-2倍，所以尽管C端出货频率提升，但整体使用量依然有20%左右的流失；价格方面有10-15%的上浮，形成利润率提升空间，但对利润规模弥补有限。**3) 社区团购：**整体来看，该渠道当前保持三位数增长，覆盖区域及产品量均有增加，且结款过程顺畅，厂商及渠道均乐于做该渠道，但整体占比仍较小，仅作为补充渠道；且仍存在消费者体验、利润低等问题，谨慎看待未来走势。分品牌来看，**①海天：**当前社区团购渠道最为突出，且团队在推广活动、供应链配送等方面最顺畅；**②厨邦：**仍在渠道研究过程中；**③千禾：**19年底-20年上半年较好，今年4月后采用聚焦策略、收紧管控费用，希望做更细致的分化。我们认为，上半年报表端受调味品消费淡季及头部公司调整因素扰动，看好下半年9-12月旺季行业需求释放，建议中报预期落地后关注调整中的头部公司。

4、乳制品：**1)** 今年以来液奶依旧维持较高景气度，预计上半年金典同比增速在20%以上，安慕希也恢复高个位数增长，基础白奶也实现双位数增长，我们预计伊利股份Q2营收增长高个位数。今年上半年我国生鲜乳平均价上涨7.5%左右，原奶成本大幅上涨将拉低乳制品企业毛利率水平，头部企业通过减促控费和结构升级能够对冲部分成本压力，但预计Q2利润率有一定压力。按照我们此前的盈利预测，我们预计伊利21-23年EPS分别为1.40/1.60/1.82元，对应PE分别为25/22/19X，已经具备较强的估值安全边际。**2)** 妙可蓝多奶酪棒预计7月环比增长20%+，9月常温奶酪棒上市后预计会带来更多增量。根据凯度数据公司零售端市占率已经达到30%以上，多月位居第一，与竞品的差距愈发明显。按照我们此前的盈利预测，公司21/22/23年PE分别为88/41/29X。公司2021年对应估值较高，所以投资者对公司短期业绩比较敏感，但我们认为从未来2-3年来看，随着规模和市占率提升，妙可站稳龙头位置后，规模效应会更加明显，竞争格局也会更加稳定，目前22-23年估值依旧具备性价比。

5、休闲食品：**1)** 小零食板块近期回调较多，我们认为主要受资金出逃和情绪面（盐津因社区团购影响二季度业绩远低于预期）的影响。按照我们此前的盈利预测，当前股价下洽洽食品21/22/23年PE分别为23/20/17X。洽洽当前估值已经处于历史低位，我们认为公司基本面稳健，Q2虽受高基数影响增长压力较大，但全年来看，我们预计公司瓜子业务同比增速在10%左右，坚果增速40%左右；且公司近期在推进组织架构调整和渠道数字化建设，预期将在经营管理层面带来较好的改善。**2)** 卤味赛道中，绝味食品单店营收恢复较好，品牌年轻化持续推进，预计公司Q2实现营收25%左右。按照我们此前的预测，公司21/22/23年PE分别为42/33/27X，我们认为公司未来几年发展战略清晰，具备较强的增长确定性，作为龙头目前市占率10%左右，成长空间远未达到天花板；此外公司近期公示定增预案，预计将新增16万吨产能，有助于进一步夯实供应基础，彰显对未来发展的充足信心。

四、本周行情回顾

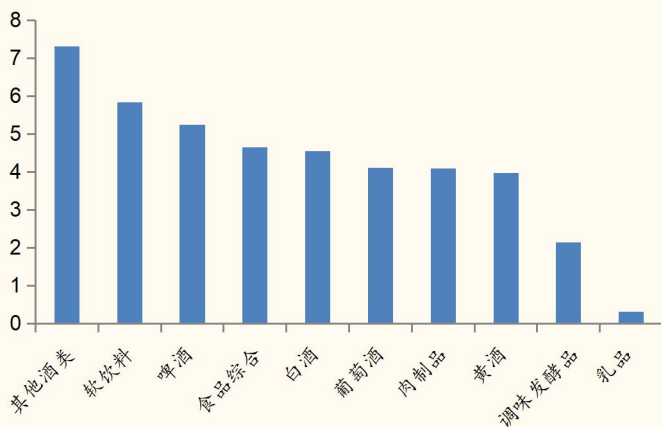
- 上周（2021.8.9-2021.8.13），食品饮料（申万）指数收于 24824.28 点（+4.04%）。沪深 300 指数收于 4945.98 点（+0.50%），上证综指收于 3516.30 点（+1.68%），深证成指收于 14799.03 点（-0.19%），创业板指收于 3445.13 点（-4.18%）。
- 从行业涨跌幅来看，上周涨幅前三的行业为钢铁（+6.19%）、采掘（+6.03%）和银行（+5.20%）。食品饮料涨幅排名第六。
- 食品饮料子板块中，所有子板块上涨，其中其他酒类子板块涨幅最大（+7.31%），其次是软饮料子板块（+5.84%），啤酒、白酒子板块分别为（+5.24%、+4.54%）。

图表 1：本周行情

指数	周五收盘价	本周涨跌幅	年初至今涨跌幅
食品饮料（申万）指数	24824.28	4.04%	-13.73%
沪深 300	4945.98	0.50%	-5.09%
上证综指	3516.30	1.68%	1.24%
深证成指	14799.03	-0.19%	2.27%
创业板指	3345.13	-4.18%	12.77%

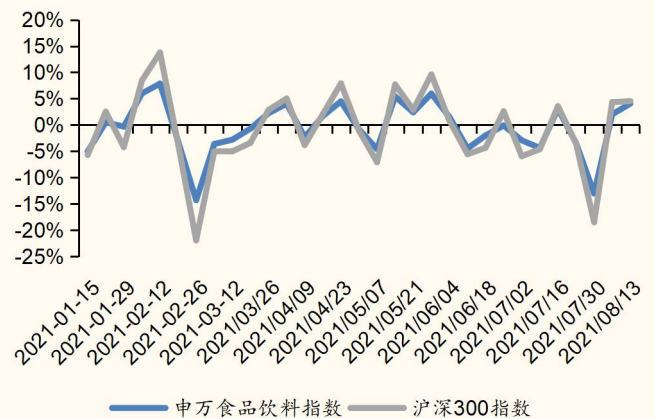
来源：wind，国金证券研究所

图表 2：本周食品饮料(申万)子行业涨跌幅 (%)



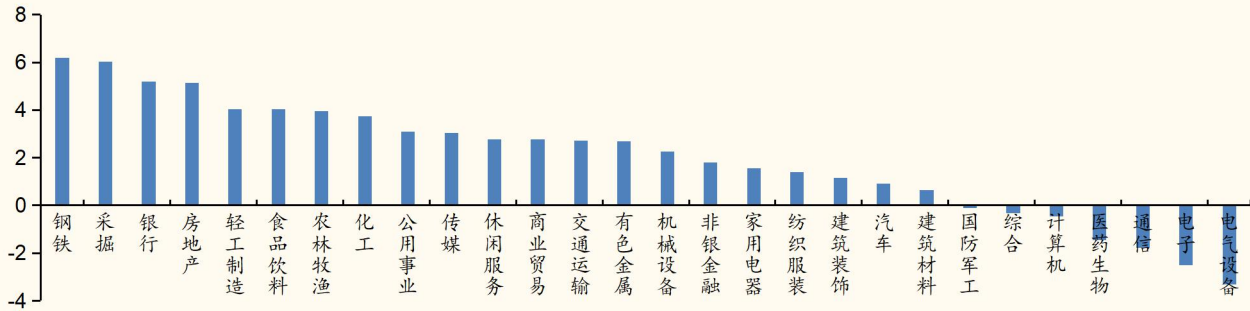
来源：wind，国金证券研究所

图表 3：申万食品饮料指数行情



来源：wind，国金证券研究所

图表 4：各板块涨跌幅 (%)



来源：wind，国金证券研究所

- 个股表现方面，涨幅排名居前的有承德露露 (+28.08%)、仲景食品 (+25.59%)、金禾实业 (+21.41%)、水井坊 (+19.77%)、舍得酒业 (+17.49%) 等，跌幅排名居前的有科拓生物 (-9.21%)、仙乐健康 (-5.38%)、莲花健康 (-3.15%)、巴比食品 (-2.86%)、甘源食品 (-2.47%) 等。

图表 5：本周食品饮料板块个股涨跌幅前十名

涨幅前十名	涨幅 (%)	跌幅前十名	跌幅 (%)
承德露露	28.08	科拓生物	-9.21
仲景食品	25.59	仙乐健康	-5.38
金禾实业	21.41	莲花健康	-3.15
水井坊	19.77	巴比食品	-2.86
舍得酒业	17.49	甘源食品	-2.47
皇台酒业	14.48	三元股份	-1.35
味知香	14.14	威龙股份	-1.19
泉阳泉	13.48	加加食品	-0.54
盐津铺子	13.27	好想你	-0.33
古井贡酒	13.24	伊利股份	-0.31

来源：wind，国金证券研究所

- 沪深港通方面，白酒板块重点公司贵州茅台、五粮液、泸州老窖在 2021.08.13 的沪（深）港通持股比例为 16.47%/13.24%/4.39%，较上周-0.25%/-0.22%/-0.76%。伊利股份沪（深）港通持股比例为 15.23%，较上周+0.17%。

图表 6：重点公司沪深港通持股占流通 A 股比例

股票代码	股票名称	沪（深）港通持股数占流通 A 股比例 (%)		
		2021/08/13	2021/08/06	周环比 (%)
002557.SZ	洽洽食品	33.24	33.32	-0.08
603288.SH	海天味业	25.05	24.70	0.35
603866.SH	桃李面包	19.77	19.44	0.33
300146.SZ	汤臣倍健	19.70	20.09	-0.39
600132.SH	重庆啤酒	17.48	18.28	-0.80
600519.SH	贵州茅台	16.47	16.72	-0.25
600887.SH	伊利股份	15.23	15.06	0.17
600779.SH	水井坊	13.45	14.17	-0.72

000858.SZ	五粮液	13.24	13.46	-0.22
603345.SH	安井食品	12.82	12.29	0.53
300783.SZ	三只松鼠	10.75	11.32	-0.56
000729.SZ	燕京啤酒	10.26	10.18	0.08
600872.SH	中炬高新	10.04	9.90	0.14
600305.SH	恒顺醋业	9.97	10.00	-0.03
603043.SH	广州酒家	8.76	8.49	0.28
000895.SZ	双汇发展	8.70	8.62	0.08
002481.SZ	双塔食品	8.66	8.62	0.04
600809.SH	山西汾酒	8.06	8.10	-0.03
603198.SH	迎驾贡酒	7.98	7.67	0.31
002507.SZ	涪陵榨菜	7.88	8.62	-0.74

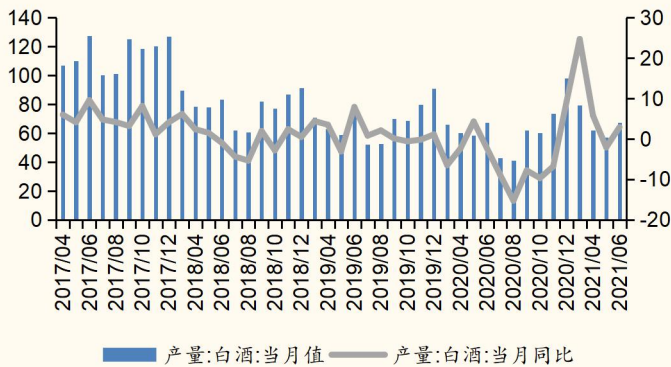
来源: wind, 国金证券研究所

五、行业数据更新

5.1 白酒板块

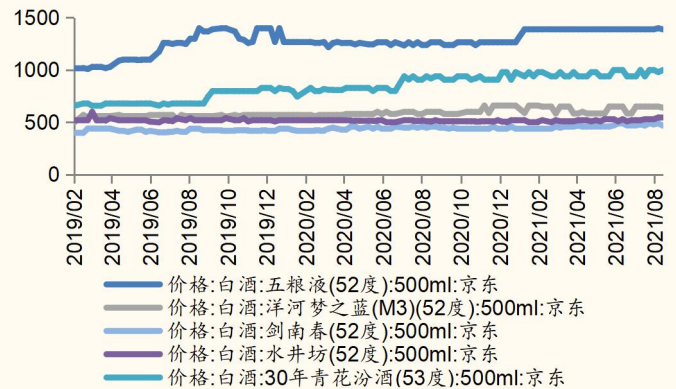
- 2021年6月全国白酒产量为67.5万千升，同比上升2.9%。
- 白酒终端成交价本周略有变动，8月13日，52°五粮液终端售价1389（-10）元，洋河M3终端639元（-10.5）元，剑南春终端售价468（-21）元，水井坊终端售价545（+0）元，青花汾酒终端售价999（+20）元。
- 飞天批价散瓶稳定在3010元/瓶，整箱3800元/瓶，五粮液批价1000元/瓶，国窖批价910-920元/瓶。

图表7：白酒月度产量（万千升）及同比（%）



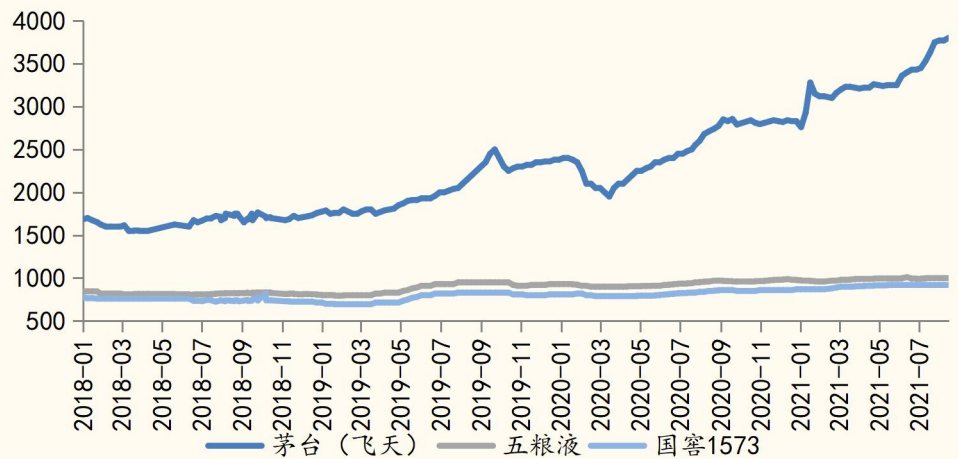
来源: wind, 国金证券研究所

图表8：白酒终端成交价（元）



来源: wind, 国金证券研究所

图表 9：高端白酒一批价水平（元/瓶）

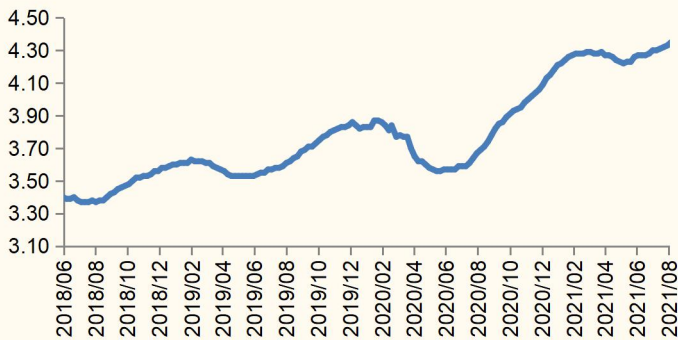


来源：渠道调研，国金证券研究所

5.2 乳制品板块

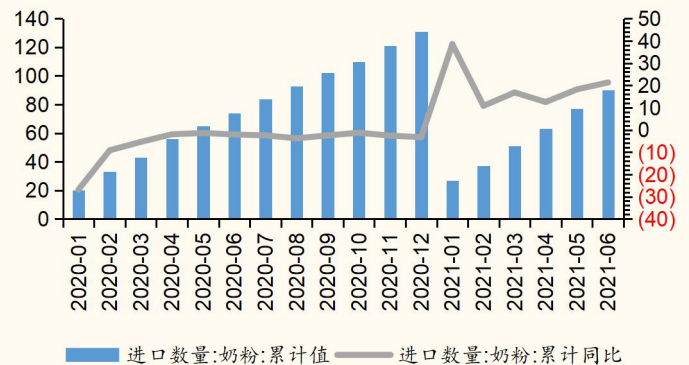
- 2021年8月4日，我国生鲜乳主产区平均价为4.35元/公斤，同比增长18.50%，环比增长0.5%，国内奶价自2020年6月起持续加速上涨，最近两个月回调后又有所上升。
- 根据海关总署的数据，2021年6月我国累计进口奶粉90万吨，进口量与去年同期相比上升16万吨。2021年6月我国奶粉累计进口金额为468998.4万美元，累计同比上涨6.4%。

图表 10：国内主产区生鲜乳平均价（元/公斤）



来源：wind，国金证券研究所

图表 11：中国进口奶粉月度数据

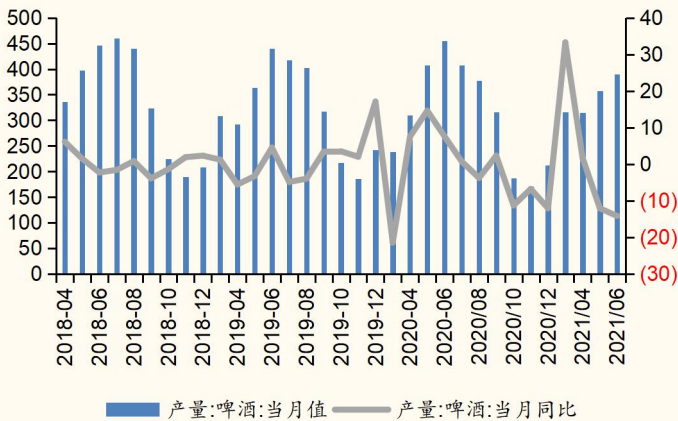


来源：wind，国金证券研究所

5.3 啤酒板块

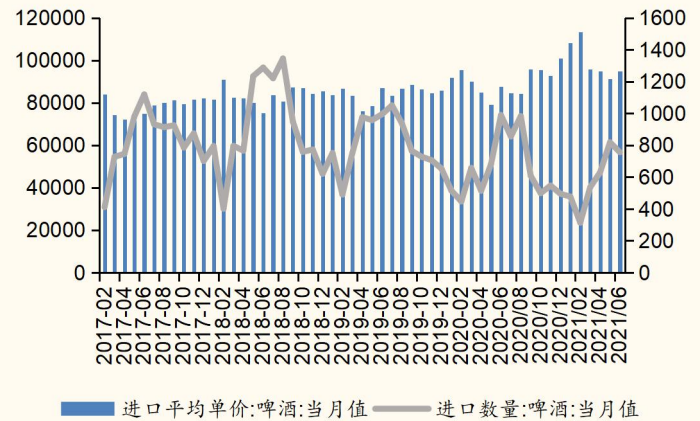
- 2021年6月我国啤酒产量390.4万千升，同比下降14.2%，啤酒生产同比增速有所降低。
- 2021年6月我国累计进口啤酒数量为264830千升，同比下降23.57%；啤酒进口平均单价为1264.30美元/千升，同比上升8.12%，保持上升势头。
- 截至2021年8月13日，国内大麦市场平均价为2415元/吨，较上月（7月14日）上升1.90%。

图表 12: 啤酒行业产量(万千升)与同比(%)



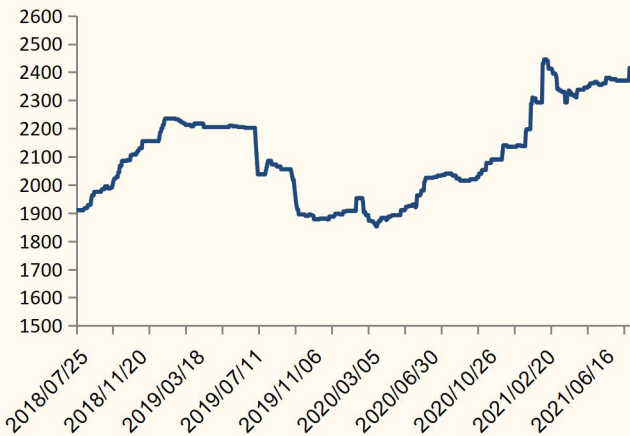
来源: wind, 国金证券研究所

图表 13: 进口啤酒数量(千升)与平均单价(美元/千升)



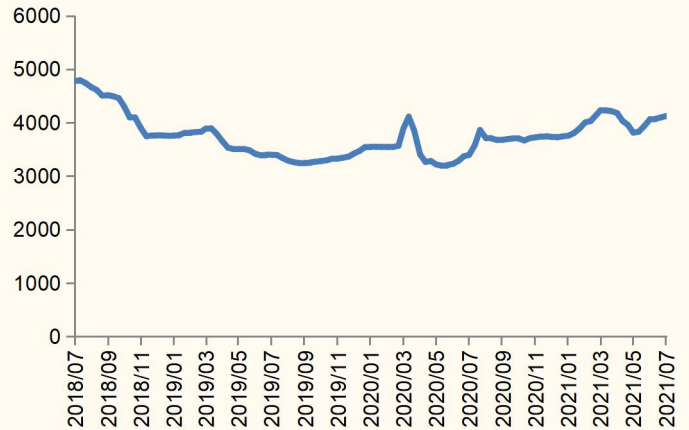
来源: wind, 国金证券研究所

图表 14: 大麦价格(元/吨)



来源: wind, 国金证券研究所

图表 15: 全国市场价:瓦楞纸:高强(元/吨)



来源: wind, 国金证券研究所

六、公司公告与事件汇总

6.1 公告精选

【黑芝麻】8月9日,黑芝麻发布部分限售股份解除限售上市流通的提示性公告,本次解除限售股份可上市流通的数量合计为18,970,839股,占公司总股本743,999,550股的2.5498%,股东为黑五类集团,解除限售股份上市流通日为2021年8月10日。

【甘源食品】8月9日,甘源食品发布首次公开发行前已发行股份上市流通提示性公告,公司本次解除限售的首次公开发行前已发行股份数量2,477,813股,占公司总股本的2.6581%,解除限售股份上市流通日为2021年8月10日,解除限售股份性质为公司首次公开发行前已发行股份。8月10日,发布2021半年度公告,报告期内实现营业收入543,769,912.92元,同比增长10.92%,归属于上市公司股东的净利润37,022,514.67元,同比减少46.16%。

【龙大肉食】8月9日,龙大肉食发布关于出资设立全资子公司的公告,为完善产业全部布局,公司拟在湖北省武穴市以自有资金人民币2,000万元出资设立全资子公司湖北龙大肉食有限公司(暂定名,具体以登记机关核准为

准)。本次对外投资设立子公司不构成关联交易,亦不构成《上市公司重大资产重组管理办法》规定的重大资产重组。8月10日,发布非公开发行A股股票发行情况报告书暨上市公告书,本次非公开发行新增股份76,029,409股;发布简式权益变动报告书,因可转换公司债券债转股、股票期权自主行权、非公开发行股票导致总股本增加,同时,信息披露义务人付小铜从二级市场买入了部分上市公司股票,其持股数量变为51,396,642股,持股比例被动减少至4.77%。

【科拓生物】8月9日,科拓生物发布简式权益变动报告书,北京顺禧股权投资基金(有限合伙)拟在减持计划披露期内以集中竞价或大宗交易方式减持上市公司股份304,500股(占上市公司总股本的0.2050%)。本次权益变动前,信息披露义务人持有公司股份7,731,000股,占公司总股本的5.20%。本次权益变动完成后,信息披露义务人持有公司股份7,426,500股,占公司总股本的4.9999%。

【煌上煌】8月10日,煌上煌发布关于调整公司2021年员工持股计划的公告,调整内容包括本员工持股计划的目的、持有人的范围及持有人的所获份额及对应的股份比例等多项内容。同日,发布关于全资子公司对外投资的公告,全资子公司江西煌大食品有限公司(以下简称“煌大食品”)生鲜市场的不断扩大,煌大食品现有的屠宰能力远远不能满足未来煌大食品的战略需求及公司酱卤肉制品深加工需求,因此急需扩大肉鸭屠宰产能。为此煌大食品拟使用自有资金投资1.20亿元人民币在丰城设立子公司“丰城煌大食品有限公司”(暂定名,最终以工商行政管理部门核准登记为准)。

【水井坊】8月10日,水井坊发布关于调整2021年以集中竞价交易方式回购股份方案的公告,调整后内容为:在拟回购资金总额不低于人民币5950万元(含5950万元),且不超过人民币11900万元(含11900万元),回购价格不超过人民币130元/股(含)的条件下,按回购金额上限测算,预计本次可回购股份数量约为915,384股,约占公司目前已发行总股本的0.19%,按回购金额下限测算,预计本次回购股份数量约为457,693股,约占公司目前已发行总股本的0.09%。拟回购股份全部用于员工持股计划。

【桃李面包】8月11日,桃李面包发布2021年半年度报告,报告期内实现营业收入2,939,389,100.96元,同比增长7.32%,归属于上市公司股东的净利润369,262,610.41元,同比减少11.59%。8月13日,公司控股股东盛雅莉女士(董事)计划通过大宗交易的方式减持股份数量合计不超过19,040,000股,占公司股份总数的2.00%。同日,盛雅莉女士因个人资金需求质押其持有的本公司26,000,000股无限售条件流通股,占其所持股份比例30.18%,占公司总股本比例2.73%。

【妙可蓝多】8月11日,妙可蓝多发布2021年半年度报告,报告期内实现营业收入2,067,252,692.02元,同比增长90.80%,归属于上市公司股东的净利润111,847,987.39元,同比增长247.12%。

【克明食品】8月13日,克明食品发布2021年半年度报告,报告期内实现营业收入2,050,560,524.21元,同比增长5.80%,归属于上市公司股东的净利润43,120,614.41元,同比减少80.63%。

【双汇发展】8月13日,双汇发展发布2021年半年度报告,报告期内实现营业收入34,841,777,479.44元,同比减少4.14%,归属于上市公司股东的净利润2,537,093,120.84元,同比减少16.57%。

【承德露露】8月13日,承德露露发布2021年半年度报告,报告期内实现营业收入1,360,179,159.76元,同比增加36.44%,归属于上市公司股东的净利润283,570,317.20元,同比减少39.52%。

【青青稞酒】8月13日,青青稞酒发布非公开发行A股股票发行情况报告书暨上市公告书,根据投资者认购情况,本次非公开发行股票的数量为22,562,974股,全部采取向特定投资者非公开发行股票的方式发行。

6.2 行业要闻

■酒类及饮料:

《北京京糖酒业有限公司混合所有制改革项目》显示：糖酒集团于2020年12月即完成以京糖酒业为平台的酒业板块业务重组，目前由北京糖业烟酒集团有限公司100%控股。而在项目说明中，京糖酒业也首次公开披露公司现状。信息显示：2020年京糖酒业营业收入为50.67亿元，利润为4.63亿元，资产总额达50.54亿元。京糖酒业在项目说明中表示，为进一步优化京糖酒业的股权结构，完善法人治理机制，构建科学的管理体系，京糖酒业拟通过增资扩股方式引入具备资源优势、管理优势的战略投资者，实施混合所有制改革，提升公司的竞争力。（酒业家）

近日，成都酒业集团组建完成，新生的成都酒业集团被定义为：白酒产业全生命周期服务平台。集团以白酒为中心的全产业链优势资源，搭建资源整合、品牌孵化、产区推广等西部领先、辐射全国的白酒产业全生命周期服务平台，创新白酒产业运营模式，引领环峡白酒产业突破理念束缚和发展瓶颈，助推成都白酒产区产业链垂直整合和生态圈集群发展，为川酒振兴贡献更多更大环峡力量。（酒业家）

啤酒行业逐渐开始对白酒行业的价值体系兴奋起来，啤酒企业纷纷加码超高端产品。以华润啤酒推出售价999元两瓶的999ml“醴以醴成”啤酒为样本，对大众消费超高端啤酒的态度和行为进行线上调研。调查结果显示，近72%的消费者不会选择购买100元以上的啤酒。对于这样的调查结果，超高端啤酒终端表现也可以印证。雪花官方天猫旗舰店中，华润超高端产品“醴”仅有517笔付款，远不如售价41.52元24听的华润雪花啤酒纯9。业内人士指出，华润啤酒推出超高端啤酒更多是卡位。目前，国内啤酒刚出现“超高端”的概念，其意义更多的是在整个品牌发展上，而非其能带来多少销售收入。（北京商报）

澳优乳业股份有限公司（简称“澳优”或“公司”）正式发布2021年上半年业绩公告。澳优坚持“以战略的确定性战胜市场的不确定性”，稳步推进各项经营计划，稳固各板块协同发展，实现了关键财务数据的稳健增长。报告期内，公司实现营收42.71亿元，同比增长10.7%；毛利21.36亿元，同比增长5.6%；如撇除额外存货拨备1.22亿元，则毛利率回升至52.9%；归属于公司权益持有人应占利润5.94亿元，同比增长45.3%。进入2021年，面对重重挑战，澳优迅速调整策略，坚持拥抱母婴店渠道，以高频次高质量消费者活动赋能渠道，实现了自有品牌奶粉业务的稳健增长。上半年，澳优自有品牌配方奶粉业务营收37.41亿元，同比增长9.7%。其中，牛奶粉业务营收20.53亿元，同比增长16.9%；羊奶粉业务营收16.88亿元，同比增长2.0%。（中国证券报）

前，重庆商界好酒文化有限公司（以下简称：商界好酒）获得千万级别天使轮融资，投资方为贵州邹记福酒庄有限公司，双方联袂打造的新品预计今年9月隆重上市。商界好酒总经理秦洪表示，完成天使轮融资后，商界好酒将坚定地继续打造一个传播酒文化的优质内容平台，同时利用首轮融资，打造专业的销售团队，和全国合伙人深度绑定，在全国范围内为酒企开展招商、品鉴等服务。（投资界）

■其他:

莲花健康披露的2020年度非公开发行A股股票发行情况报告书显示，公司已完成向特定投资者非公开发行股票，募集资金总额近10亿元。专业分析人士表示，莲花健康此次定向增发的完成，进一步体现了河南省、市、县三级政府对莲花健康未来长期发展前景和投资价值一致看好的坚定信心，给投资者及社会各界吃了一颗定心丸。根据公开披露信息，莲花健康此次定增不仅有控股股东的持续加持，以及公募基金和外资等机构认购，更值得关注的是，周口市政府平台公司——周口城投投资有限公司（简称“周口城投”）获配售近1.67亿股，花费4亿元参与本次莲花健康定增。本次发行后，周口城投将新晋为莲花健康第二大股东，持股9.29%。至此，加上之前河南省农业综合开发公司和项城国有资产控股管理集团公司的持股，莲花健康国有股东的持股比例大幅提升，极大增强了公司的资本实力和抗风险能力。（中国证券网）

报告显示,今年上半年,公司实现营业收入1032亿元,同比增长18.7%;利润总额46.3亿元,同比增长20.9%;基本每股收益0.55元。作为国内最大的农产品和食品加工企业之一,金龙鱼目前已建立覆盖高端、中端、大众的综合品牌矩阵。根据尼尔森2020年最新数据显示,金龙鱼在小包装食用植物油、包装面粉、包装米现代渠道市场份额排名均为第一,在饲料原料、油脂科技行业市场排名也跻身前列。针对近年来更为个性化、高端化、健康化的消费趋势,2021年上半年,金龙鱼首创“六步鲜米精控技术”创新体系。(中国证券网)

据《2021Kantar O2O白皮书》数据显示,到家业务正驱动整体O2O快速增长,2020年已达到2.6万亿规模,而宏大的数字也与一包包零食紧密相连。《报告》指出,京东到家休闲零食品类增长迅速,平台2020年休闲零食销售额增速达91%。报告指出,京东到家平台休闲零食品类增长迅速,膨化食品、巧克力、饼干是吃货们最喜欢买的三大子品类,而威化、散装食品、巧克力品类则是同比增速最快的品类,越来越多人热衷于在即时零售平台一饱口福。(投资界)

近日,上海鲸世电子商务有限公司新增一名股东CTG Evergreen Investment D Two Limited,前者为卤味品牌“馋匪”母公司,后者主体则是今日资本旗下基金。显然,“风投女王”徐新在投资网红烘焙品牌墨茉点心局之后,又将目光投向了卤味赛道。

充满市井烟火气卤制品一向被誉为“最能代表中国的味道”的食品,其也是过去几年里休闲食品行业增速最快的子品类。在冷链物流发展、食品工艺进步、电商发达等利好因素加持下,这个曾以小作坊经营为主的赛道正向标准化、连锁化方向迈进。这样的变革也让赛道受到了投资机构的青睐。(每日经济新闻)

6.3 下周重要事项提醒

图表 16: 下周上市公司重要事项提醒一览表

日期	公司	事项
2021/8/16	惠泉啤酒	2021年半年度报告预计披露
2021/8/17	三只松鼠	2021年半年度报告预计披露
2021/8/17	品渥食品	2021年半年度报告预计披露
2021/8/17	燕京啤酒	2021年半年度报告预计披露
2021/8/17	舍得酒业	2021年半年度报告预计披露
2021/8/18	绝味食品	2021年第二次临时股东大会
2021/8/18	有友食品	2021年半年度报告预计披露
2021/8/18	良品铺子	2021年半年度报告预计披露
2021/8/18	金徽酒	2021年半年度报告预计披露
2021/8/18	千禾味业	2021年半年度报告预计披露
2021/8/18	熊猫乳品	2021年半年度报告预计披露
2021/8/18	科拓生物	2021年半年度报告预计披露
2021/8/18	古越龙山	2021年半年度报告预计披露
2021/8/18	西麦食品	2021年半年度报告预计披露
2021/8/19	重庆啤酒	2021年半年度报告预计披露
2021/8/19	泉阳泉	2021年半年度报告预计披露
2021/8/20	熊猫乳品	2021年第二次临时股东大会
2021/8/20	洽洽食品	2021年半年度报告预计披露
2021/8/20	盐津铺子	2021年半年度报告预计披露
2021/8/20	*ST 麦趣	2021年半年度报告预计披露
2021/8/20	会稽山	2021年半年度报告预计披露
2021/8/20	劲仔食品	2021年半年度报告预计披露
2021/8/20	桂发祥	2021年半年度报告预计披露
2021/8/21	华宝股份	2021年半年度报告预计披露
2021/8/21	好想你	2021年半年度报告预计披露
2021/8/21	得利斯	2021年半年度报告预计披露
2021/8/21	惠发食品	2021年半年度报告预计披露

2021/8/23	养元饮品	2021 年半年度报告预计披露
2021/8/23	恒顺醋业	2021 年半年度报告预计披露

来源：wind，国金证券研究所

七、风险提示

宏观经济下行风险——经济增长降速将显著影响整体消费情况；
疫情持续反复风险——若国内外疫情不可控将影响经济修复进度；
区域市场竞争风险——区域市场竞争态势的改变将影响厂商政策。

公司投资评级的说明：

买入：预期未来 6—12 个月内上涨幅度在 15% 以上；
增持：预期未来 6—12 个月内上涨幅度在 5%—15%；
中性：预期未来 6—12 个月内变动幅度在 -5%—5%；
减持：预期未来 6—12 个月内下跌幅度在 5% 以上。

行业投资评级的说明：

买入：预期未来 3—6 个月内该行业上涨幅度超过大盘在 15% 以上；
增持：预期未来 3—6 个月内该行业上涨幅度超过大盘在 5%—15%；
中性：预期未来 3—6 个月内该行业变动幅度相对大盘在 -5%—5%；
减持：预期未来 3—6 个月内该行业下跌幅度超过大盘在 5% 以上。

特别声明：

国金证券股份有限公司经中国证券监督管理委员会批准，已具备证券投资咨询业务资格。

本报告版权归“国金证券股份有限公司”（以下简称“国金证券”）所有，未经事先书面授权，任何机构和个人均不得以任何方式对本报告的任何部分制作任何形式的复制、转发、转载、引用、修改、仿制、刊发，或以任何侵犯本公司版权的其他方式使用。经过书面授权的引用、刊发，需注明出处为“国金证券股份有限公司”，且不得对本报告进行任何有悖原意的删节和修改。

本报告的产生基于国金证券及其研究人员认为可信的公开资料或实地调研资料，但国金证券及其研究人员对这些信息的准确性和完整性不作任何保证，对由于该等问题产生的一切责任，国金证券不作出任何担保。且本报告中的资料、意见、预测均反映报告初次公开发布时的判断，在不作事先通知的情况下，可能会随时调整。

本报告中的信息、意见等均仅供参考，不作为或被视作出售及购买证券或其他投资标的邀请或要约。客户应当考虑到国金证券存在可能影响本报告客观性的利益冲突，而不应视本报告为作出投资决策的唯一因素。证券研究报告是用于服务具备专业知识的投资者和投资顾问的专业产品，使用时必须经专业人士进行解读。国金证券建议获取报告人员应考虑本报告的任何意见或建议是否符合其特定状况，以及（若有必要）咨询独立投资顾问。报告本身、报告中的信息或所表达意见也不构成投资、法律、会计或税务的最终操作建议，国金证券不就报告中的内容对最终操作建议做出任何担保，在任何时候均不构成对任何人的个人推荐。

在法律允许的情况下，国金证券的关联机构可能会持有报告中涉及的公司所发行的证券并进行交易，并可能为这些公司正在提供或争取提供多种金融服务。

本报告反映编写分析员的不同设想、见解及分析方法，故本报告所载观点可能与其他类似研究报告的观点及市场实际情况不一致，且收件人亦不会因为收到本报告而成为国金证券的客户。

根据《证券期货投资者适当性管理办法》，本报告仅供国金证券股份有限公司客户中风险评级高于C3级（含C3级）的投资者使用；非国金证券C3级以上（含C3级）的投资者擅自使用国金证券研究报告进行投资，遭受任何损失，国金证券不承担相关法律责任。

此报告仅限于中国大陆使用。

上海

电话：021-60753903

传真：021-61038200

邮箱：researchsh@gjzq.com.cn

邮编：201204

地址：上海浦东新区芳甸路1088号

紫竹国际大厦7楼

北京

电话：010-66216979

传真：010-66216793

邮箱：researchbj@gjzq.com.cn

邮编：100053

地址：中国北京西城区长椿街3号4层

深圳

电话：0755-83831378

传真：0755-83830558

邮箱：researchsz@gjzq.com.cn

邮编：518000

地址：中国深圳市福田区中心四路1-1号

嘉里建设广场T3-2402