

食品饮料行业跟踪周报

震荡中寻求超预期机遇

增持（维持）

2021年09月06日

证券分析师 何长天
执业证号: S0600521010002

hecht@dwzq.com.cn

■ 投资要点

■ **本周行情回顾:**2021年8月30日至9月3日,上周沪深300上涨0.33%,食品饮料行业上涨1.28%,相对沪深300指数超额收益0.95%,在SW行业分类下各行业总排名第14。子板块中,乳品涨幅最大,上涨5.62%;调味发酵品跌幅最大,下跌11.5%。截至2021年9月3日,食品饮料指数市盈率为38.58,环比上升0.56个单位,高于历史均值5.54个单位;食品饮料的估值溢价率为196.12%,高于历史均值61.33pct。个股方面,涨幅排名居前的有迎驾贡酒、龙大肉食、古井贡酒、通葡股份、皇台酒业等;涨幅排名居后的有海天味业、重庆啤酒、威龙股份、双塔食品、汤臣倍健等。

■ 周观点:

■ **白酒:中报结束,高档酒打消市场疑虑,全国化次高端景气度不减。**高档酒业绩验证打消市场疑虑,且整体预收款较强渠道打款热情高涨,临近中秋茅台在上周事件影响下批价短期震荡后重新回归,五粮液二季度增速打消之前市场疑虑动销旺盛看好下半年发力,泸州老窖收入增速见底控货挺价1573增长良好;全国化次高端龙头增速和渠道反馈都依然积极。我们预计茅台外围产品提价+发货加速将于下半年开始体现:箱/散批价维持高位,分别为3750/2800元;五粮液、系列酒均录得高增,直销渠道增长迅速,合同负债明显上升;泸州老窖人事调整基本到位,即将进入中秋旺季前的控货提价期。价格带扩容叠加消费升级,次高端迎来消费升级+渠道扩充发展机遇期,二季度较为强势板块下半年不乏有超市场预期潜力个股:梦6+、古20、青花30等大单品享受酱酒500元以上产能受限带来的行业机会;山西汾酒、古井贡酒、舍得酒业等业绩高增同时合同负债继续超预期,费用率、净利率持续改善,下半年增速有超市场预期可能。考虑到宽流动性的长期性+2021H2疫后旺季加速回补与基建催化+2020年低基数效应,虽然当前板块估值仍处于历史估值中枢偏高位,但今年和中长期、长期来看基本面稳定向好,我们长期看好白酒板块。

■ **啤酒:罐装化+高端化两大趋势明显,费用率整体提升带来提价预期。**高端加速,受损渠道陆续恢复吨价有望进一步提升,短期费用投放影响销量,但结构化千升酒价格进一步提升;中长期、长期竞争模式由量增转向价增。罐装化趋势明显带动均价提升和成本进一步降低,看好乌苏啤酒餐饮放量贡献增速、华润啤酒的高端化吨价提升和青岛啤酒全年的结构化提升带来利润段的稳步改善。

■ **食品:整体大众消费承压,寻找持续受益于产业增长赛道的个股,卤味今年恢复逻辑渠道验证,烘焙赛道收入持续高增,调味品龙头左侧关注改善拐点。**成本进入上涨周期推动行业集中度提升,利好龙头发展;餐饮端消费场景复苏带动复合调味品、2B的餐饮产业链、烘焙原料等恢复性增长,看好下半年消费恢复带来稳定增长。1)调味品渠道变革成本上涨加速行业集中,关注颐海国际;2)乳制品结构升级驱动良性竞争,关注妙可蓝多的常温产品超市场预期潜力和龙头的提价进程;3)餐饮产业链:烘焙行业关注立高食品(上半年完成度高看好全年达成高增目标);4)软饮料行业:关注有短期反弹中期恢复逻辑的承德露露、养元饮品。

■ **投资建议:**推荐增长质量高的高档酒龙头贵州茅台、五粮液;推荐下半年有超市场预期潜力的次高端龙头山西汾酒、洋河股份、古井贡酒;关注啤酒板块龙头华润啤酒的高端化逻辑;关注餐饮产业链龙头立高食品。

■ **风险提示:**宏观经济发展不及预期,白酒需求不达预期,行业竞争加剧。

行业走势



相关研究

- 1、《食品饮料:行业跟踪周报:周观点:白酒中报佳,大众品承压,H2逐步改善》2021-09-06
- 2、《东吴证券食品饮料行业跟踪周报:北向资金有所波动,关注酒企中秋备货》2019-08-04
- 3、《东吴证券食品饮料行业跟踪周报:中报密集披露期,业绩确定性优先》2019-07-21

内容目录

1. 本周行情回顾	3
2. 行业跟踪情况	5
3. 近期重点推荐、建议关注个股	8
4. 原奶行业周变化	8
5. 酒类行业数据跟踪	9
6. 乳业数据追踪	11
7. 重要行业公司资讯	11
8. 风险提示	13

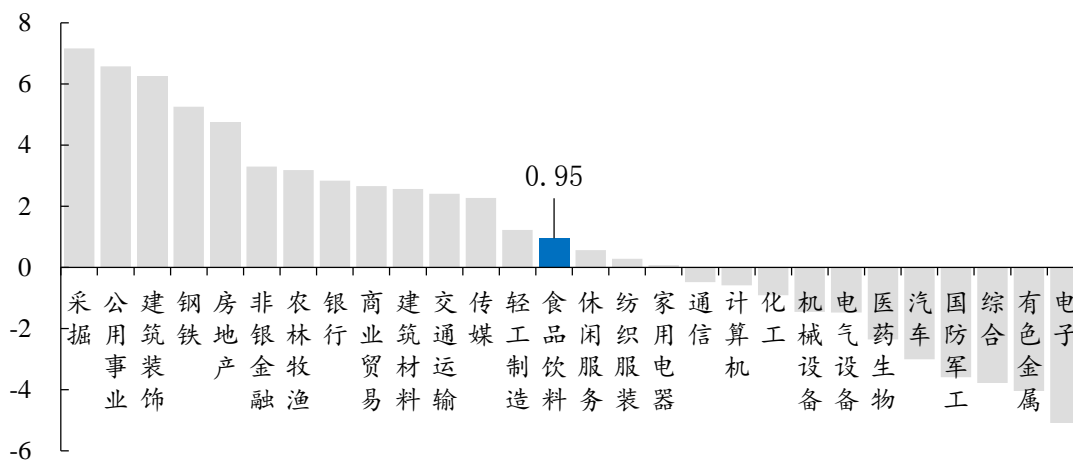
图表目录

图 1: 本周 SW 行业分类下各行业相对沪深 300 指数超额收益 (%)	3
图 2: 本月 SW 行业分类下各行业相对沪深 300 指数超额收益 (%)	3
图 3: 本周食品子行业相对沪深 300 指数超额收益 (%)	4
图 4: 生鲜乳价格	9
图 5: 进口奶粉单价及国际现货价格	9
图 6: 脱脂/全脂奶粉拍卖价	9
表 1: 食品饮料个股涨跌幅排行 (单位: %)	4
表 2: 部分公司沪深港通持股占流通 A 股比例	4
表 3: 啤酒龙头企业主力产品零售价格 (元/件)	9
表 4: 白酒电商价格 (元/瓶)	10
表 5: 伊利蒙牛线上高端品价格跟踪	11

1. 本周行情回顾

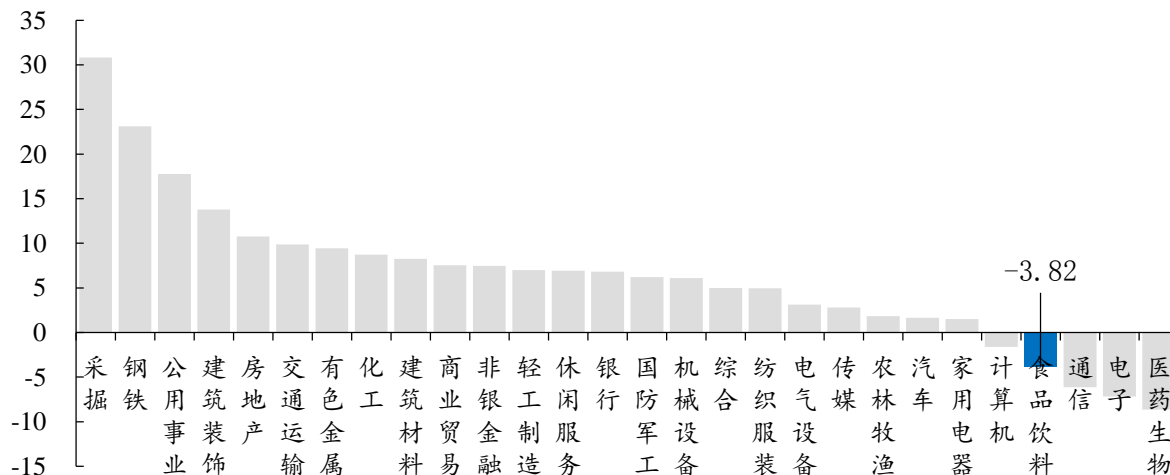
2021年8月30日至9月3日,上周沪深300上涨0.33%,食品饮料行业上涨1.28%,相对沪深300指数超额收益0.95%,在SW行业分类下各行业总排名第14。子板块中,乳品涨幅最大,上涨5.62%;调味发酵品跌幅最大,下跌11.5%。截至2021年9月3日,食品饮料指数市盈率为38.58,环比上升0.56个单位,高于历史均值5.54个单位;食品饮料的估值溢价率为196.12%,高于历史均值61.33pct。个股方面,涨幅排名居前的有迎驾贡酒、龙大肉食、古井贡酒、通葡股份、皇台酒业等;涨幅排名居后的有海天味业、重庆啤酒、威龙股份、双塔食品、汤臣倍健等。

图1: 本周SW行业分类下各行业相对沪深300指数超额收益(%)



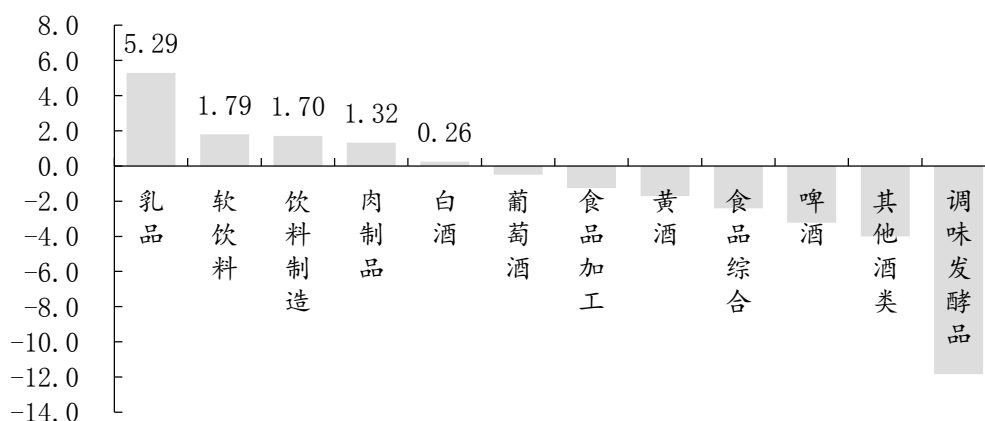
数据来源: Wind, 东吴证券研究所

图2: 本月SW行业分类下各行业相对沪深300指数超额收益(%)



数据来源: Wind, 东吴证券研究所

图 3：本周食品子行业相对沪深 300 指数超额收益 (%)



数据来源：Wind，东吴证券研究所

表 1：食品饮料个股涨跌幅排行 (单位：%)

公司名称	周涨幅 前 20 名	公司名称	周涨幅 后 20 名	公司名称	月涨幅 前 20 名	公司名称	月涨幅 后 20 名
迎驾贡酒	17.81	海天味业	-15.10	广东甘化	37.41	千禾味业	-32.61
龙大肉食	11.95	重庆啤酒	-7.27	迎驾贡酒	29.25	海天味业	-23.53
古井贡酒	11.01	威龙股份	-7.07	承德露露	22.84	海南椰岛	-21.98
通葡股份	9.66	双塔食品	-6.67	安德利	21.54	加加食品	-21.97
皇台酒业	9.02	汤臣倍健	-6.08	水井坊	19.36	重庆啤酒	-18.86
泸州老窖	8.81	广泽股份	-5.81	养元饮品	19.24	中炬高新	-15.56
养元饮品	8.40	广东甘化	-5.39	皇台酒业	18.11	恒顺醋业	-15.46
盐津铺子	8.10	山西汾酒	-4.93	梅花生物	15.87	山西汾酒	-14.11
伊利股份	7.94	麦趣尔	-4.82	金字火腿	15.76	绝味食品	-12.53
伊力特	7.70	海欣食品	-4.15	中葡股份	15.50	五粮液	-12.18
湖南盐业	6.35	爱普股份	-4.14	古井贡酒	15.39	青海春天	-12.02
中炬高新	6.21	科迪乳业	-3.96	广泽股份	14.59	爱普股份	-11.69
金种子酒	6.18	百润股份	-3.83	元祖股份	14.04	兰州黄河	-11.47
三全食品	6.10	舍得酒业	-3.70	通葡股份	13.82	汤臣倍健	-11.08
顺鑫农业	5.67	西王食品	-3.63	麦趣尔	13.23	金达威	-10.55
安琪酵母	4.96	维维股份	-3.57	佳隆股份	12.55	双塔食品	-10.20
梅花生物	4.78	香飘飘	-3.56	龙大肉食	12.55	口子窖	-9.80
水井坊	4.71	晨光生物	-3.54	西部创业	11.73	安井食品	-8.78
张裕 A	4.33	金达威	-3.32	伊力特	10.14	金枫酒业	-8.10
三元股份	4.21	绝味食品	-2.87	广弘控股	8.56	威龙股份	-8.09

数据来源：Wind，东吴证券研究所

表 2：部分公司沪深港通持股占流通 A 股比例

沪（深）港通持股数占流通 A 股比例(%)

股票代码	股票名称	2021/9/3	2021/8/30	周环比 (单位: pct)
002557.SZ	洽洽食品	18.42%	18.33%	0.09
300146.SZ	汤臣倍健	15.40%	15.74%	-0.34
600887.SH	伊利股份	14.37%	13.72%	0.65
600298.SH	安琪酵母	12.83%	12.42%	0.41
603866.SH	桃李面包	7.87%	7.93%	-0.05
000895.SZ	双汇发展	7.56%	7.31%	0.25
600519.SH	贵州茅台	7.09%	7.04%	0.05
600132.SH	重庆啤酒	6.68%	6.48%	0.19
603288.SH	海天味业	6.30%	6.53%	-0.23
600872.SH	中炬高新	6.09%	5.90%	0.18
603345.SH	安井食品	5.82%	5.72%	0.10
000858.SZ	五粮液	5.56%	5.39%	0.17
600305.SH	恒顺醋业	5.13%	5.17%	-0.04
002481.SZ	双塔食品	4.71%	4.73%	-0.02
000729.SZ	燕京啤酒	4.63%	4.62%	0.02
002507.SZ	涪陵榨菜	4.51%	4.02%	0.50
600779.SH	水井坊	4.47%	4.66%	-0.19
000799.SZ	酒鬼酒	4.10%	4.22%	-0.13
603369.SH	今世缘	3.44%	3.62%	-0.18
000848.SZ	承德露露	3.20%	3.66%	-0.47
002304.SZ	洋河股份	3.16%	3.20%	-0.04
603589.SH	口子窖	3.07%	2.95%	0.12
600809.SH	山西汾酒	2.96%	2.73%	0.23
603517.SH	绝味食品	2.89%	2.41%	0.48
603043.SH	广州酒家	2.85%	2.85%	0.00
002568.SZ	百润股份	2.68%	2.73%	-0.05
603198.SH	迎驾贡酒	2.39%	2.50%	-0.11
000568.SZ	泸州老窖	2.09%	2.31%	-0.22
000860.SZ	顺鑫农业	2.03%	1.94%	0.09
600600.SH	青岛啤酒	1.88%	1.86%	0.02
600597.SH	光明乳业	1.86%	1.61%	0.25
603027.SH	千禾味业	1.43%	1.24%	0.19
000596.SZ	古井贡酒	1.26%	1.30%	-0.04
002216.SZ	三全食品	1.00%	1.00%	0.00

数据来源: Wind, 东吴证券研究所

2. 行业跟踪情况

行业总评: 短期市场情绪影响下白酒二季度业绩验证和资金面分化同步进行, 高档

酒业绩验证打消市场疑虑，预收款较强；五粮液、泸州老窖二季度市场预期较低情绪压制股价；次高端当前节点关注动销和各公司节奏的下半年分化情况，关注有超市场预期个股。啤酒板块呈现罐装化+高端化两大趋势，H2 体育赛事有望推动消费。食品板块中卤味、预制菜去年受损，今年恢复逻辑渠道验证，调味品龙头优势显著，左侧关注改善拐点。

白酒板块：2021 年 8 月 30 日至 9 月 3 日，白酒板块整体表现积极，申万白酒指数上涨 0.59%，相对沪深 300 指数超额收益率为 0.26%，在食品饮料各子板块下排名第 5。

个股渠道层面，**高端酒**渠道利润逐渐增加，动销维持高景气：**贵州茅台**外围产品提价+发货加速现象我们预计将于下半年开始体现，当前市场茅台箱/散瓶批价维持在 3860/3000 元（2021 年 9 月 5 日数据），之前监管消息带来的冲击已基本缓和；**五粮液**目前打款状况良好，进度明显快于去年，库存情况积极，市场批价稳中有升，普五（八代）批价维持在 975 元左右（2021 年 9 月 5 日数据），经典五粮液、五粮春规划布局后有望陆续发力；**泸州老窖**人事调整基本到位，中秋旺季前的控货提价即将结束转而进入旺季放量，国窖 1573 批价维持在 910 元左右（2021 年 9 月 5 日数据），各地经销商打款进度较快；价格带扩容叠加消费升级，**次高端**迎来消费升级+渠道扩充发展机遇期，梦 6+、内参、古 20、青花 30 等大单品享受酱酒 500 元以上产能受限带来的行业机会；**山西汾酒**、**古井贡酒**、**舍得酒业**等下半年增速有超市场预期可能。当前，**山西汾酒**渠道反馈积极，各个地区动销情况稳中有进，成长空间较大，全年目标可期；**洋河股份**受疫情影响，旺季在江苏市场铺货速度下降，但我们预期其旺季动销将不会受到太大影响，目前回款进度优于去年同期；**水井坊**整体打款、动销任务完成情况良好，终端存货量低，未来侧重于高端化布局、主推典藏产品，我们预计下半年随着公司产品升级，其价格有望进一步上升；**古井贡酒**回款、发货情况良好，中高端产品受疫情影响较小，低端市场推广第六代古井贡酒效果较好，我们预计公司下半年产品价格将保持相对稳定，经销商积极性随渠道利润提升和品牌影响力变大而提高；**舍得酒业**当前回款状况良好、未来目标积极，增长主要来自舍得事业部核心产品，我们预计公司未来将继续发挥老酒储量优势，推进高端化、提高利润率；**酒鬼酒**内参目前批价维持在 820 元左右（2021 年 9 月 5 日数据），动销良好，回款进度较快，库存处于良性状态，基酒储备正常，下半年供应链调整完毕后发货回归正常，全国各地招商正有序推进，贡献增长。

个股业绩方面，行业内个股纷纷公布了半年度报告，**五粮液** 2021H1 实现营业收入 367.52 亿元，同比增长 19.45%，归属上市公司股东净利润 132.00 亿元，同比增长 21.60%，连续五年营收保持双位数增长；**泸州老窖** 2021H1 实现营业收入 93.17 亿元（同比+22.04%），实现归属于上市公司股东的净利润 42.26 亿元（+31.23%），延续稳定增长；**酒鬼酒** 2021H1 实现营收 17.14 亿元，同比增长 137.31%，净利润 5.1 亿元，同比增长 176.55%，增速亮眼；**山西汾酒** 2021H1 实现营业收入 121.19 亿元，同比+75.5%，实现归母净利润 35.44 亿元，同比+117.5%，高端化+全国化推进顺利；**洋河股份** 2021H1 实现营业收入 155.43 亿元，同比+15.8%，实现扣非归母净利 51.68 亿元，同比+21.1%，

“二次创业”成果初显；**今世缘** 2021 年 H1 实现营业收入 38.52 亿元，同比增长 32.20%，实现归母净利润 13.35 亿元，同比增长 30.92%，十四五开局顺利，全年目标完成可期；**古井贡酒** 2021H1 实现收入 70.1 亿元，同比+26.9%，归母净利润 13.8 亿元，同比+34.5%，产品升级与渠道扩张同步发力；**口子窖** 2021H1 实现营收和归属于母公司净利润分别为 22.43、6.87 亿元，分别同比增长 42.90%、41.34%，盈利能力保持稳定。考虑到宽流动性的长期性+2021H2 疫后旺季加速回补与基建催化+2020 年低基数效应，虽然当前板块估值仍处于高位，但长期来看基本面稳定向好，我们长期看好白酒板块。

啤酒板块：疫情影响，啤酒行业加强线上销售渠道建设，未来线上渠道将继续保持快速增长。除啤酒产业规模封顶外，啤酒涨价潮同期到来。产品消费升级带来的高端竞争将成为下一轮竞争的主要趋势。从当前情况看，业内短期费用提高，均价有所波动，整体费用率上升，中低端竞争加剧，整体量的压力比较大，更多的还是看高端情况。因为疫情，江苏、湖北、河南等地区的餐饮业和夜场收到冲击。但啤酒产业结构升级的大方向并未改变，乌苏啤酒在高端化进程中处于优势地位，有望在今年获得高增长。

传统调味品板块：餐饮渠道去年同期受疫情影响基数较低，但受疫情反复影响，市场对餐饮恢复情况的预期转为保守。C 端恢复不及市场预期，结合高基数与原材料成本压力，对增速造成多重影响。渠道反馈海天库存水平处于高位，下半年加速动销、去库存压力较大，仍坚持不会提价；中炬库存水平非常健康；恒顺高端产品增速低于市场预期，库存比往常略高。费用方面，各大企业均有收缩，将细化费用投放、强化费用落实、优化费用投放结构及效果。社区团购方面，龙头企业着手布局入场，考虑推出专供团购平台的规格、产品，但具体规划仍在商议，现阶段各龙头企业首要目标仍是保证线下渠道合理利润空间。短期传统调味品增速承压，然长期将促使市场结构性优化，加速行业集中度提升。

复合调味品板块：行业宏观层面，受疫情影响，行业二季度营收表现不及市场预期。随着行业整体渠道下沉化进程的逐渐推进，我们认为目前行业在县级市场增长潜力较大。个股层面，天味食品当前没有提价的预期；颐海国际近期对旗下三类火锅单品进行了小幅提价。

卤制品板块：目前行业受益于疫情平息的影响，同店增长势头逐渐恢复，街边社区点消费场景达到 2019 年水平，高势能、交通枢纽等正在恢复；供给侧方面，市场品牌集中度低，龙头企业如绝味食品、煌上煌等正不断加速开拓新门店，并在年中抓紧品牌营销；在营销渠道上，绝味食品、煌上煌 2021Q2 均着力于各渠道的铺设完善，如绝味食品陆续推出啤酒搭配、年中促销等营销活动拉动销售，而煌上煌将营销中心迁到上海之后也加紧了在江浙沪地区进行品牌营销的步伐，以迎合年轻消费群体的消费偏好；需求侧方面，近期扩散的疫情对卤制品行业的线下销售产生了一定冲击。营收方面，绝味食品上半年营收表现基本能达到市场预期目标，好于煌上煌、周黑鸭。

休闲食品板块：行业仍处于消费需求旺盛的阶段，当前休闲零食市场规模大，且暂

未出现寡头品牌,市场前景较好。2021年下半年短期影响因素逐渐减弱,增长有望恢复。由于商超改革和电子商务的冲击以及红利边际递减,多家公司采用多渠道线上线下均衡布局,我们预计2021年下半年公司渠道库存水平将得到缓解,三四季度消费旺季来临,产品、渠道调整到位的公司可受益于旺季,促进业绩增长。甘源食品重点推广花生新品,积极引进电商人才拓展线上渠道。聚焦新品牌,细分市场,打造“1+N”的品牌矩阵蓄力业绩稳步提升。坚持以利润为导向进一步优化战略以获持续高增长。休闲食品行业大规模生产和制造能力、大规模渠道分销能加强,但标准化程度低。竞争同质化新锐品牌层出不穷。供给侧逐渐恢复,原材料价格上涨趋势放缓,我们预计2021年下半年随着原材料价格趋于平稳,公司成本端压力将逐渐缓解。

烘焙原料板块:烘焙原料行业未来将保持持续增长。其中,烘焙面粉和油脂的行业集中度有望持续上升;奶油、水果制品受配方、工艺差异化影响,客户粘性较强,消费升级趋势推动行业量价齐升;巧克力、香精香料规模较小,国内企业加大研发创新与产能释放力度,未来仍有提升空间;酵母持续受益下游烘焙旺盛需求。冷冻烘焙将烘焙店从手工制作中解放,拓宽了新鲜烘焙食品的消费场景。受疫情影响,国内冷冻烘焙品处于快速导入的阶段,今年涌现众多新进入者,其中冷冻慕斯竞争加大。从下游端看,烘焙行业开新店的速度相比上一年有较大的下降,下游客户普遍采取较为保守的策略,目标在把现有门店运营好。相反地,中式糕点店主要属于以散装为主的窗口店,流量较大,因而中式糕点店的开店增速较高。领军企业中,立高食品上半年表现较好,夏季产品中,冷冻慕斯和水果类产品的增速较明显。安琪酵母其原材料糖蜜上半年价格高涨,达到1600元/吨以上,相较去年翻倍增长,截止8月末,糖蜜价格仍处于高位。爱普股份近期受益于进口周期加长和人民币升值带来的果酱价格持续上涨,果酱业务持续高速增长。巧克力业务目前销量较大,但利润率较为微薄,我们预计2022年新厂投产后这一状况将迎来改善。

3. 近期重点推荐、建议关注个股

推荐增长质量高的高档酒龙头**贵州茅台**、**五粮液**;推荐下半年有超市场预期潜力的次高端龙头**山西汾酒**、**洋河股份**、**古井贡酒**。

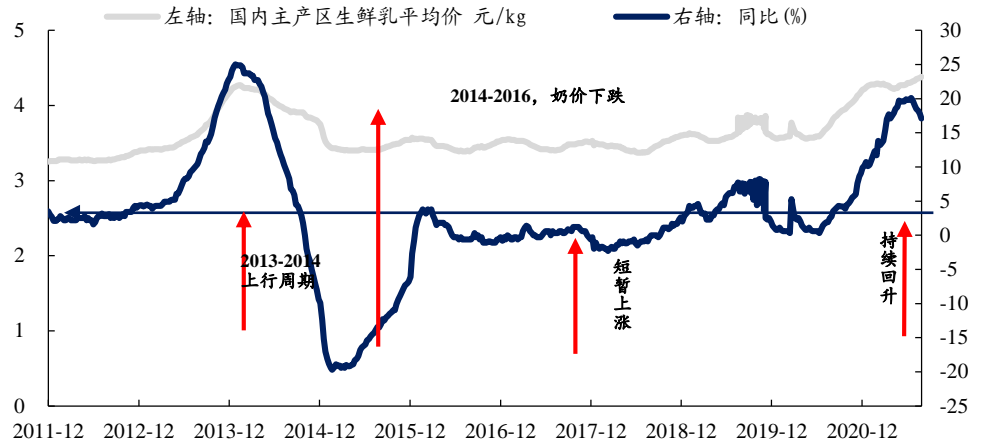
调味品渠道变革成本上涨加速行业集中,关注**颐海国际**;关注**妙可蓝多**的常温产品超市场预期潜力和龙头的提价进程;烘焙行业关注**立高食品**(上半年完成度高看好全年达成高增目标);关注有短期反弹中期恢复逻辑的**承德露露**、**养元饮品**;关注啤酒板块龙头**华润啤酒**的高端化逻辑;

4. 原奶行业周变化

2021年8月中国内主产区生鲜乳平均价为4.37元/kg,同比上涨17.02%,环比上涨1.16%。进口乳粉价基本维持在3786美元/吨左右。

国内：上游生鲜乳价格从 2020 年开始逐渐上升，从 2020 年年初的 3.58 元上涨至 2021 年 8 月的 4.37 元/kg，上涨 21.93%。奶业龙头在规模经济的前提下，上下游议价能力较强，成本方面有望占据优势，相比行业毛利率还有小幅提升空间。供给减少下行业竞争减缓，销售费用率继续小幅下行，利润弹性更大。

图 4：生鲜乳价格



数据来源：Wind，东吴证券研究所

图 5：进口奶粉单价及国际现货价格



数据来源：Wind，东吴证券研究所

图 6：脱脂/全脂奶粉拍卖价



数据来源：Wind，东吴证券研究所

5. 酒类行业数据跟踪

表 3：啤酒龙头企业主力产品零售价格（元/件）

啤酒主力产品	9 月 3 日价格（元/件）		8 月 27 日价格（元/件）		均价周环比
	京东	天猫	京东	天猫	
青啤					
青岛经典 10 度（500ml*12）	下架	100	下架	100	-
青岛经典 11 度（330ml*24）	99	108	99	108	0.00%

奥古特 (500ml*12)	108	120	108	120	0.00%
奥古特 (330ml*24)	139	139	139	139	0.00%
青岛纯生 (500ml*12)	下架	99	下架	82	-
青岛冰醇 (500ml*12)	下架	76	下架	76	-
雪花					
雪花勇闯天涯 (500ml*12)	54	79	54	79	0.00%
雪花勇闯天涯 (330ml*24)	86	86	86	86	0.00%
雪花清爽 (500ml*12)	下架	60	下架	60	-
雪花清爽 (330ml*24)	下架	59	下架	59	-
雪花纯生 (500ml*12)	86	86	85	86	0.58%
雪花纯生 (330ml*24)	118	129	108	129	4.22%
雪花脸谱 (500ml*12)	下架	180	下架	180	-
英博					
百威啤酒 (330ml*24)	119	129	119	119	0.00%
百威啤酒 (500ml*18)	109	119	109	119	0.00%
百威啤酒瓶装 (460ml*12)	69	69	69	69	0.00%
百威纯生 (330ml*24)	129	129	129	129	0.00%
百威金尊啤酒 (500ml*12)	158	168	168	168	-2.98%

数据来源：天猫，京东，东吴证券研究所

表 4：白酒电商价格（元/瓶）

产品	9月3日价格（元/瓶）			8月27日价格（元/瓶）			线上均价周环比		
	京东	酒仙网	1919	京东	酒仙网	1919	2021/9/3	2021/8/27	周环比
贵州茅台									
十五年茅台 (500ml)	-	-	5101	-	-	5101	5101	5101	0.0%
53 度飞天茅台 2016 出厂 (500ml)	3999	4699	-	3999	4699	-	4349	4349	0.0%
五粮液									
52 度五粮液 (500ml)	1399	1399	1326	1399	1399	1326	1375	1375	0.0%
泸州老窖									
52 度 1573 (500ml)	1499	1188	1317	1239	1099	1317	1335	1218	9.5%
52 度泸州老窖特曲 (500ml)	415	419	363	388	398	363	400	383	4.4%
水井坊									
52 度水井坊井台装	565	545	519	545	545	519	543	536	1.2%
52 度水井坊臻酿八号	415	419	399	395	419	399	411	404	1.6%
山西汾酒									

53度青花汾酒30年	999	999.0	-	939	999.0	-	999	969	3.1%
53度青花汾酒20年(500ml)	510	518.0	473.0	568	518.0	473.0	500	520	-3.7%
洋河股份									
52度梦之蓝M3	-	609	609.0	-	609	609.0	609	609	0.0%
52度天之蓝(480ml)	386	399	399	399	399	399	395	399	-1.1%
古井贡酒									
50度古井年份原浆5年	196	168	210	198	168	210	191	192	-0.3%
50度古井年份原浆献礼	116	105	-	128	105	-	111	117	-5.2%
顺鑫农业									
36度牛栏山百年陈酿(400ml)	125	138	-	124	138	-	132	131	0.4%

数据来源：京东、酒仙网、1919，东吴证券研究所

6. 乳业数据追踪

表5：伊利蒙牛线上高端品价格跟踪

品牌	产品	净含量	价格(元/件)	单价(元/升)
伊利	金典娟姗奶	250ml*12	119	39.67
伊利	金典有机纯牛奶	250ml*16	94.9	23.73
伊利	金典纯牛奶	250ml*12	65	21.7
蒙牛	奶爵6特乳	250ml*12	158	52.7
蒙牛	特仑苏有机纯牛奶梦幻盖	250ml*12	91	30.3
蒙牛	特仑苏纯牛奶	250ml*16	86.9	21.7

数据来源：天猫，东吴证券研究所

7. 重要行业公司资讯

【今世缘】今世缘首提差异化、高端化、全国化“三化方略”

8月26日，今世缘举办“三化方略”高峰论坛，今世缘酒业党委书记、董事长周素明在论坛上表示，今世缘需要认真分析消费升级新形势，准确把握行业分化新趋势，深刻理解自身发展新态势，紧紧围绕“发展高质量，酒缘新跨越”的主题主线，牢牢把握“好中求快”的工作基调，更加突出差异化、高端化、全国化“三化方略”，力争早日跨入百亿行列。

(资讯来源：微酒)

【洋河股份】上半年实现营收 155.43 亿，洋河迎来速度回归

8月27日，洋河股份正式发布2021年半年报。报告显示，上半年洋河股份实现营业收入为155.43亿元，同比增长15.75%；归属上市公司扣非净利润为51.68亿元，同比增长21.13%。

今年是洋河“十四五”发展规划的首年，也是洋河“二次创业”的战略元年。伴随一季报、半年报业绩回暖，因改革而激发出的企业强大发展势能，也正在助力洋河开好“二次创业”的新局。

(资讯来源：微酒)

【水井坊】水井坊拟回购注销限制性股票 6.6 万股

8月23日，水井坊发布股权激励限制性股票回购注销实施公告显示，本次回购注销限制性股票涉及范祥福等10人，合计拟回购注销限制性股票6.6万股；本次回购注销完成后，剩余股权激励限制性股票6.6万股。水井坊本次回购注销限制性股票后，公司的有限售条件股为6.6万股，无限售条件股为4.9亿股。

(资讯来源：微酒)

【古井贡酒】亳州市市长调研古井集团

8月26日，亳州市市长邓真晓带队前往古井集团调研并进行了座谈交流。邓真晓强调，要聚焦“双百亿”目标，以白酒产业为核心，加大创新力度，推进全国化布局，强化人才培养，持续提升产品质量，不断扩大品牌影响力，奋力冲刺第二个百亿目标。市政府各有关部门及谯城区政府、亳州高新区管委会要聚焦华夏酒城定位，紧盯企业发展和项目建设中存在的问题，帮助企业解决难题、提供优质政务服务，全力支持古井集团发展，努力在华夏酒城建设中作出贡献。

(资讯来源：微酒)

【五粮液】五粮液增幅居“2021 中国最佳品牌”酒类第一

8月24日，全球领先品牌咨询公司Interbrand发布2021中国最佳品牌排行榜。作为白酒行业龙头和浓香型白酒典型代表的五粮液，品牌价值加速提升，荣膺2021中国最佳品牌排行榜第17位，排名较2019年提升2位，居

中国食品饮料行业第 2 位，品牌价值涨幅达 60%，其品牌价值增幅成为今年中国最佳品牌排行榜一大亮点。

无独有偶，世界品牌实验室日前发布的 2021 年《中国 500 最具价值品牌》显示，五粮液以 3253.16 亿元的品牌价值荣登 2021 年中国 500 最具价值品牌榜第 17 位，排名较去年上升两位，居中国食品饮料行业第 2 位。

(资讯来源：微酒)

【酒鬼酒】上半年营收 17 亿，净利大增 177%破 5 亿超去年全年！

8 月 26 日晚间，酒鬼酒发布了《2021 年半年度报告》(以下简称《报告》)，内容显示：酒鬼酒 2021 年上半年实现营业收入 17.14 亿元，同比增长 137.31%；实现归属于上市公司股东净利润 5.1 亿元，同比增长 176.55%。

(资讯来源：微酒)

8. 风险提示

宏观经济发展不及预期，食品安全风险，白酒需求不达预期，行业竞争加剧。

免责声明

东吴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。

本研究报告仅供东吴证券股份有限公司（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，本公司不对任何人因使用本报告中的内容所导致的损失负任何责任。在法律许可的情况下，东吴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。

市场有风险，投资需谨慎。本报告是基于本公司分析师认为可靠且已公开的信息，本公司力求但不保证这些信息的准确性和完整性，也不保证文中观点或陈述不会发生任何变更，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。

本报告的版权归本公司所有，未经书面许可，任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制和发布。如引用、刊发、转载，需征得东吴证券研究所同意，并注明出处为东吴证券研究所，且不得对本报告进行有悖原意的引用、删节和修改。

东吴证券投资评级标准：

公司投资评级：

- 买入：预期未来 6 个月个股涨跌幅相对大盘在 15% 以上；
- 增持：预期未来 6 个月个股涨跌幅相对大盘介于 5% 与 15% 之间；
- 中性：预期未来 6 个月个股涨跌幅相对大盘介于 -5% 与 5% 之间；
- 减持：预期未来 6 个月个股涨跌幅相对大盘介于 -15% 与 -5% 之间；
- 卖出：预期未来 6 个月个股涨跌幅相对大盘在 -15% 以下。

行业投资评级：

- 增持：预期未来 6 个月内，行业指数相对强于大盘 5% 以上；
- 中性：预期未来 6 个月内，行业指数相对大盘 -5% 与 5%；
- 减持：预期未来 6 个月内，行业指数相对弱于大盘 5% 以上。

东吴证券研究所

苏州工业园区星阳街 5 号

邮政编码：215021

传真：(0512) 62938527

公司网址：<http://www.dwzq.com.cn>

