



## 食品饮料

优于大市（维持）

# 双节平稳度过，高端稳健，次高高增

食品饮料行业周报 20211004-20211010

### 证券分析师

花小伟

资格编号：S0120521020001

邮箱：huaxw@tebon.com.cn

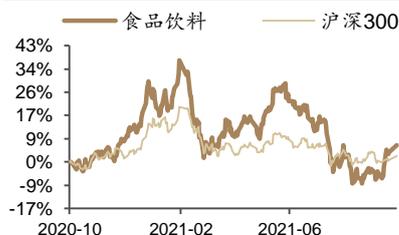
邓周贵

资格编号：S0120521030005

邮箱：dengzg@tebon.com.cn

### 研究助理

### 市场表现



### 相关研究

- 1.《食品饮料行业周报 20210917-20210924-次高端白酒 Q3 向好，调味品至暗已过》，2021.9.27
- 2.《泸州老窖 (000568.SZ)：股权激励超预期落地，守得云开见月明》，2021.9.27
- 3.《燕京啤酒 (000729.SZ)：U8 异军突起，燕京国潮复兴》，2021.9.26
- 4.《洽洽食品 (002557.SZ) 深度报告：瓜子王者稳，坚果曲线靓》，2021.9.16
- 5.《百润股份：预调成长，绝对龙头，产品矩阵多渠道领跑行业》，2021.9.14

### 投资要点：

- **白酒：双节平稳过渡，预计三季报高端稳健，次高端仍将高增。** 高端酒方面，茅台价格回升，双节茅台放量，严格执行三个 100% 政策，价格正常回落，近日放量过后，价格有所回升，显示出高端白酒较强的需求。目前原箱价格保持在 3800 以上，五粮液批价保持在 980 元左右，后续计划外配额发货量增加的背景下，预计价格稳中有升。国窖采取跟随，订单完成情况良好，继续保持快速增长，全年来看，在公司激励落地的背景下，公司业绩有望保持较快增速。从三季报放量节奏来看，茅台双节投放量增长大个位数，尤其是直营、商超线上等渠道，五粮液经典加大投放，普五发货量亦有所增长，国窖进入停货阶段，全年任务圆满完成。次高端酒方面，双节动销稳健，主力品牌价格表现稳健，渠道反馈核心品牌如酒鬼、汾酒回款进度良好，三季度将保持 50%-100% 的高增长态势。酒鬼酒上半年已提前完成全年招商目标，下半年招商仍在继续推进，其中内参全年任务已完成，酒鬼系列受益于馥郁氛围提升，动销回款均保持良好趋势。汾酒省内基本已经完成全年任务，省外核心市场回款进度超 85%，青花 30 复兴版价格提升明显。地产酒方面，核心主线仍在于消费升级和头部品牌集中，徽酒升级趋势持续，苏酒龙头洋河调整势能逐步释放。综合来看，近期重点看好高端品牌价值稳固，茅台董事长上任，老窖激励落地等事件有望驱动估值回升，次高端三季度高增下仍有催化，重点看好茅台/老窖/五粮液/汾酒/酒鬼/古井/洋河等。
- **啤酒：短期销量压力不影响长期高端化趋势，静待三季报业绩催化。** 2021 年 1-8 月，啤酒产量 2625.25 万千升，同比增长 5.43%，环比增速略有下滑。8-9 月啤酒消费受到福建疫情冲击和多雨天气的影响，预计 Q3 啤酒消费量增速环比下滑。从价格带来看，2020 年疫情冲击加速了啤酒价格带的上移，且在乌苏等大单品放量的助推下，10 元价格带迅速崛起。成本端来看，下半年的啤酒企业的成本压力环比加大，各大啤酒企业纷纷通过直接提价/高端化的方式来对冲，其中华润啤酒 9 月对白瓶勇闯天涯进行换代升级，出厂价上涨 3 元/箱。费用端来看，啤酒企业的费投呈现结构性变化，6-8 元中档价位段的竞争烈度缓和，10-12 元价位成为新的竞争高地。未来 2-3 年会是啤酒高端化业绩集中兑现期。短期单季度中低端啤酒销量的下滑不改长期高端化趋势，放短看长，积极关注啤酒板块的配置机会。
- **调味品：至暗已过，曙光渐显，提价可期。** 根据近期跟踪，(1) 调味品需求环比改善，疫情整体可控；(2) 豆粕、包材等原材料价格大概率高位震荡，上升空间有限；(3) 渠道库存去化良好，部分品牌 Q2 主动去库存，已至良性；(4) 品牌方均已入局社区团购，团购冲击将逐步减弱；(5) 高基数退散，不再业绩拖累增速。总体来看，上半年负面因素均已消散，叠加旺季来临，需求持续回暖，下半年调味品板块有望底部回升。此外，此前市场传闻海天提价，而 9 月 26 日傍晚公司发布澄清公告，提价尚存悬念。但考虑到本轮成本压力显著，海天经销商库存压力较大，提价虽时间未定，但年内落地概率较高。海天提价后其他龙头相继跟随，行业盈利能力有望得到显著改善，看好行业拐点向上。
- **乳制品：联手蒙牛，妙可蓝多领跑奶酪；加码奶酪，伊利龙头地位稳固。** 奶酪黄金好赛道，常温奶酪空间较低温奶酪更广阔，妙可蓝多 9 月推出新品常温奶酪棒，聚焦奶酪业务持续发力。蒙牛入主带来全产业链资源优势，妙可蓝多有望持续领跑奶酪赛道。紧随妙可，伊利常温奶酪亦于 9 月 28 日开启招商，产品包括常温奶酪棒、圆厚厚乳酪、厚乳酪条。9 月 29 日，伊利发布公告向伊家好奶酪增资并引入员工持股，计划在奶酪业务发展初期引入员工持股平台，与员工持股平台共同向全资子公司“伊家好奶酪”增资，赋能奶酪业务。我们亦看好伊利战略布局，有望享受赛道红利，夯实龙头地位。

- **特色酒饮：线下 RIO 三季度也启动清爽系列铺货，调整铺货政策后效率有所提升。**行业内新锐品牌的涌现有利于加强消费者教育，推动行业扩容，而百润通过产品研发深耕、产能优先布局等形成壁垒，预期龙头地位仍然稳固。功能饮料方面，东鹏继续扩张市场份额，省外扩张、渠道铺货顺利，重点开发县级市场，经销商数量大幅增加，大量省份已提前达成全年指标。看好预调酒与功能饮料的赛道红利下，龙头的快速成长。
- **投资建议：**酒类板块：高端白酒配置价值明显，次高端仍处向上周期，坚守成长龙头，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。啤酒板块高端化继续加速，短期销量波动不改业绩向上趋势，推荐重庆啤酒/珠江啤酒/华润啤酒/青岛啤酒等。特色酒饮板块：预调酒、能量饮料均为长坡好赛道，推荐百润股份/东鹏饮料等。烘焙板块：人工成本、店铺租金上升背景下催化冷冻烘焙面团普及应用，赛道高景气，推荐立高食品/南侨食品等。食品板块：下半年基数回归正常，关注底部子板块反转，休闲食品板块仍应围绕成长主线，关注渠道驱动，推荐绝味食品/洽洽食品等。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。乳制品：继续推荐妙可蓝多/伊利股份/光明乳业/新乳业/蒙牛乳业等。
- **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

## 内容目录

1. 周度观点 .....	6
2. 行情回顾 .....	8
2.1. 板块指数表现：上周食品饮料行业上涨 3.07% .....	8
2.2. 个股表现 .....	8
2.3. 估值情况：估值保持稳定 .....	9
2.4. 资金动向：北向资金持续持仓 .....	10
3. 重点数据追踪 .....	10
3.1. 白酒价格数据追踪 .....	10
3.2. 啤酒价格数据追踪 .....	11
3.3. 葡萄酒价格数据追踪 .....	12
3.4. 乳制品价格数据追踪 .....	12
3.5. 肉制品价格数据追踪 .....	13
3.6. 原材料价格追踪 .....	14
4. 公司重要公告 .....	15
5. 行业要闻 .....	15
6. 风险提示 .....	19

## 图表目录

图 1: 本周一级行业涨跌幅.....	8
图 2: 本周食品饮料子行业涨跌幅.....	8
图 3: 截至 10 月 8 日前 10 行业估值水平.....	9
图 4: 截至 10 月 8 日食品饮料子行业估值水平.....	9
图 5: 白酒行业估值水平.....	9
图 6: 调味品行业估值水平.....	9
图 7: 截至 10 月 8 日饮料板块重点个股估值水平.....	10
图 8: 飞天茅台批价走势.....	10
图 9: 五粮液批价走势.....	10
图 10: 白酒产量月度数据.....	11
图 11: 白酒价格月度数据 (单位: 元/瓶).....	11
图 12: 进口啤酒月度量价数据.....	11
图 13: 啤酒月度产量数据.....	11
图 14: 哈尔滨啤酒价格走势.....	11
图 15: 海外啤酒品牌价格走势.....	11
图 16: Liv-ex100 红酒价格指数.....	12
图 17: 国外葡萄酒价格情况.....	12
图 18: 葡萄酒当月产量.....	12
图 19: 葡萄酒当月进口情况.....	12
图 20: 生鲜乳价格指数.....	13
图 21: 酸奶&牛奶零售价指数.....	13
图 22: 婴幼儿奶粉零售价指数.....	13
图 23: 海外牛奶现货价指数.....	13
图 24: 国内猪肉价格指数.....	13
图 25: 生猪养殖利润指数.....	13
图 26: 豆粕现货价格指数.....	14
图 27: 全国大豆市场价格指数.....	14
图 28: 箱板纸价格指数.....	14
图 29: 瓦楞纸价格指数.....	14
图 30: OPEC 原油价格指数.....	15
图 31: 中国塑料价格指数.....	15

表 1: 本周饮料板块个股涨跌幅.....	8
表 2: 本周食品板块个股涨跌幅.....	9
表 3: 食品饮料板块陆股通持股情况.....	10

## 1. 周度观点

**白酒：双节平稳过渡，预计三季报高端稳健，次高端仍将高增。** 高端酒方面，茅台价格回升，双节茅台放量，严格执行三个 100% 政策，价格正常回落，近日放量期过后，价格有所回升，显示出高端白酒较强的需求。目前原箱价格保持在 3800 以上，五粮液批价保持在 980 元左右，后续计划外配额发货量增加的背景下，预计价格稳中有升。国窖采取跟随，订单完成情况良好，继续保持快速增长，全年来看，在公司激励落地的背景下，公司业绩有望保持较快增速。从三季报放量节奏来看，茅台双节投放量增长大个位数，尤其是直营、商超线上等渠道，五粮液经典加大投放，普五发货量亦有所增长，国窖进入停货阶段，全年任务圆满完成。次高端酒方面，双节动销稳健，主力品牌价格表现稳健，渠道反馈核心品牌如酒鬼、汾酒回款进度良好，三季度将保持 50%-100% 的高增长态势。酒鬼酒上半年已提前完成全年招商目标，下半年招商仍在继续推进，其中内参全年任务已完成，酒鬼系列受益于馥郁香氛围提升，动销回款均保持良好趋势。汾酒省内基本已经完成全年任务，省外核心市场回款进度超 85%，青花 30 复兴版价格提升明显。地产酒方面，核心主线仍在于消费升级和头部品牌集中，徽酒升级趋势持续，苏酒龙头洋河调整势能逐步释放。综合来看，近期重点看好高端品牌价值稳固，茅台董事长上任，老窖激励落地等事件有望驱动估值回升，次高端三季度高增下仍有催化，重点看好茅台/老窖/五粮液/汾酒/酒鬼/古井/洋河等。

**啤酒：短期销量压力不影响长期高端化趋势，静待三季报业绩催化。** 2021 年 1-8 月，啤酒产量 2625.25 万千升，同比增长 5.43%，环比增速略有下滑。8-9 月啤酒消费受到福建疫情冲击和多雨天气的影响，预计 Q3 啤酒消费量增速环比下滑。从价格带来看，2020 年疫情冲击加速了啤酒价格带的上移，且在乌苏等大单品放量的助推下，10 元价格带迅速崛起。成本端来看，下半年的啤酒企业的成本压力环比加大，各大啤酒企业纷纷通过直接提价/高端化的方式来对冲，其中华润啤酒 9 月对白瓶勇闯天涯进行换代升级，出厂价上涨 3 元/箱。费用端来看，啤酒企业的费投呈现结构性变化，6-8 元中档价位段的竞争烈度缓和，10-12 元价位成为新的竞争高地。未来 2-3 年会是啤酒高端化业绩集中兑现期。短期单季度中低端啤酒销量的下滑不改长期高端化趋势，放短看长，积极关注啤酒板块的配置机会。

**调味品：至暗已过，曙光渐显，提价可期。** 根据近期跟踪，(1) 调味品需求环比改善，疫情整体可控；(2) 豆粕、包材等原材料价格大概率高位震荡，上升空间有限；(3) 渠道库存去化良好，部分品牌 Q2 主动去库存，已至良性；(4) 品牌方均已入局社区团购，团购冲击将逐步减弱；(5) 高基数退散，不再业绩拖累增速。总体来看，上半年负面因素均已消散，叠加旺季来临，需求持续回暖，下半年调味品板块有望底部回升。此外，此前市场传闻海天提价，而 9 月 26 日傍晚公司发布澄清公告，提价尚存悬念。但考虑到本轮成本压力显著，海天经销商库存压力较大，提价虽时间未定，但年内落地概率较高。海天提价后其他龙头相继跟随，行业盈利能力有望得到显著改善，看好行业拐点向上。

**乳制品：联手蒙牛，妙可蓝多领跑奶酪；加码奶酪，伊利龙头地位稳固。** 奶酪黄金好赛道，常温奶酪空间较低温奶酪更广阔，妙可蓝多 9 月推出新品常温奶酪棒，聚焦奶酪业务持续发力。蒙牛入主带来全产业链资源优势，妙可蓝多有望持续领跑奶酪赛道。紧随妙可，伊利常温奶酪亦于 9 月 28 日开启招商，产品包括

常温奶酪棒、圆圆厚乳酪、厚乳酪条。9月29日，伊利发布公告向伊家好奶酪增资并引入员工持股，计划在奶酪业务发展初期引入员工持股平台，与员工持股平台共同向全资子公司“伊家好奶酪”增资，赋能奶酪业务。我们亦看好伊利战略布局，有望享受赛道红利，夯实龙头地位。

**特色酒饮：线下RIO三季度也启动清爽系列铺货，调整铺货政策后效率有所提升。**行业内新锐品牌的涌现有利于加强消费者教育，推动行业扩容，而百润通过产品研发深耕、产能优先布局等形成壁垒，预期龙头地位仍然稳固。功能饮料方面，东鹏继续扩张市场份额，省外扩张、渠道铺货顺利，重点开发县级市场，经销商数量大幅增加，大量省份已提前达成全年指标。看好预调酒与功能饮料的赛道红利下，龙头的快速成长。

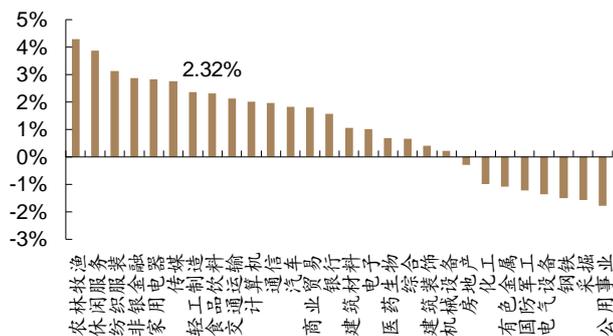
**投资建议：**酒类板块：高端白酒配置价值明显，次高端迎来中报预期短期博弈，但仍处向上周期，坚守成长龙头，继续推荐贵州茅台/五粮液/泸州老窖/山西汾酒/酒鬼酒/今世缘/古井贡酒/洋河股份/水井坊/顺鑫农业/口子窖等。啤酒板块高端化继续加速，短期销量波动不改业绩向上趋势，推荐重庆啤酒/珠江啤酒/华润啤酒/青岛啤酒等。食品板块：下半年基数回归正常，关注底部子版块反转，休闲食品板块仍应围绕成长主线，关注渠道驱动，推荐绝味食品/盐津铺子/洽洽食品等。调味品：推荐海天味业/千禾味业/中炬高新/天味食品/恒顺醋业等。乳制品：继续推荐伊利股份/妙可蓝多/光明乳业/新乳业/蒙牛乳业等。

## 2. 行情回顾

### 2.1. 板块指数表现：本周食品饮料行业上涨 2.32%

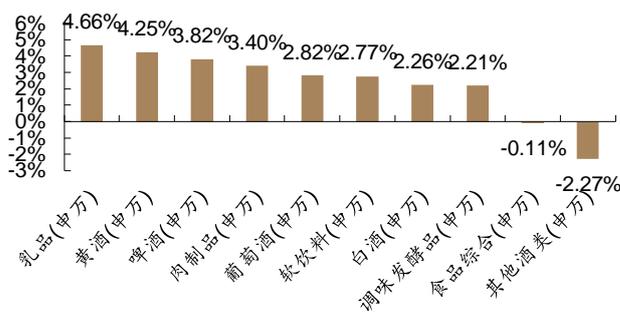
本周食品饮料板块跑赢沪深 300 指数 1.01pct。本周沪深 300 上涨 1.31%，食品饮料板块上涨 2.32%，位居申万一级行业第 8 位。

图 1：本周一级行业涨跌幅



资料来源：Wind，德邦研究所

图 2：本周食品饮料子行业涨跌幅



资料来源：Wind，德邦研究所

本周，除其他酒类（-2.27%）和食品综合（-0.11%）下跌以外，食品饮料其他子行业都迎来了上涨。其中，乳品（+4.66%）领涨，黄酒（+4.25%）、啤酒（+3.82%）等板块上涨明显。

### 2.2. 个股表现

本周饮料板块中，惠泉啤酒（+10.01%）涨幅最大，洋河股份（+7.32%）、兰州黄河（+6.97%）、会稽山（+6.93%）、舍得酒业（+5.87%）涨幅居前，海南椰岛（0.32%）、贵州茅台（0.52%）、金种子酒（1.15%）、迎驾贡酒（1.33%）涨幅相对较小；百润股份（-4.04%）本周跌幅最大。

本周食品板块中，三元股份（+10.04%）涨幅最大，海欣食品（+8.83%）、燕塘乳业（+6.61%）、华统股份（+6.32%）、日辰股份（+6.00%）涨幅居前；汤臣倍健（-14.80%）、三只松鼠（-7.52%）、良品铺子（-3.65%）、嘉必优（-3.06%）、巴比食品（-1.25%）跌幅相对居前。

表 1：本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
600573.SH	惠泉啤酒	8.68	10.01%	002568.SZ	百润股份	71.48	-4.04%
002304.SZ	洋河股份	178.23	7.32%	600238.SH	海南椰岛	18.97	0.32%
000929.SZ	兰州黄河	8.44	6.97%	600519.SH	贵州茅台	1839.6	0.52%
601579.SH	会稽山	12.65	6.93%	600199.SH	金种子酒	18.5	1.15%
600702.SH	舍得酒业	218.52	5.87%	603198.SH	迎驾贡酒	51.91	1.33%

资料来源：Wind，德邦研究所

表 2: 本周食品板块个股涨跌幅

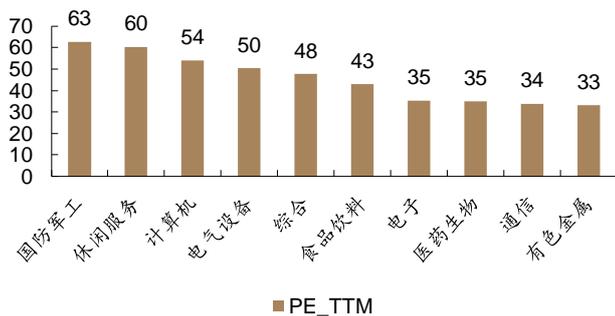
周涨幅居前				周跌幅居前			
证券代码	证券简称	收盘价(元)	上周涨跌幅	证券代码	证券简称	收盘价(元)	上周涨跌幅
600429.SH	三元股份	6.03	10.04%	300146.SZ	汤臣倍健	24.06	-14.80%
002702.SZ	海欣食品	5.79	8.83%	300783.SZ	三只松鼠	35.55	-7.52%
002732.SZ	燕塘乳业	31.13	6.61%	603719.SH	良品铺子	37.2	-3.65%
002840.SZ	华统股份	11.95	6.32%	688089.SH	嘉必优	50.41	-3.06%
603755.SH	日辰股份	45.05	6.00%	605338.SH	巴比食品	32.51	-1.25%

资料来源: Wind, 德邦研究所

### 2.3. 估值情况: 估值保持稳定

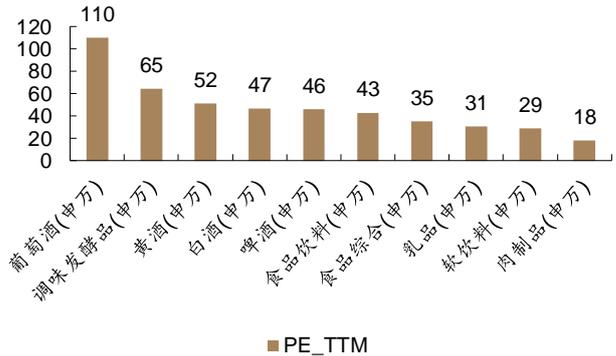
食品饮料板块估值保持稳定, 各子板块估值保持稳定。截至 10 月 8 日, 食品饮料板块整体估值 43.02x, 位居申万一级行业第 6 位, 远高于沪深 300 (13.27x) 整体估值。分子行业来看, 葡萄酒(110.36x)、调味发酵品(64.70x)、黄酒(51.59x) 估值相对居前, 肉制品 (18.39x)、软饮料 (28.95x)、乳品 (30.63x) 估值相对较低。

图 3: 截至 10 月 8 日前 10 行业估值水平



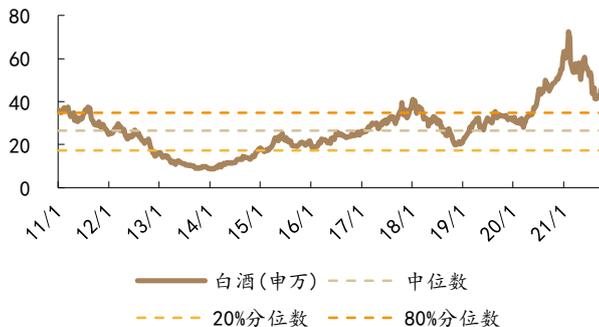
资料来源: Wind, 德邦研究所

图 4: 截至 10 月 8 日食品饮料子行业估值水平



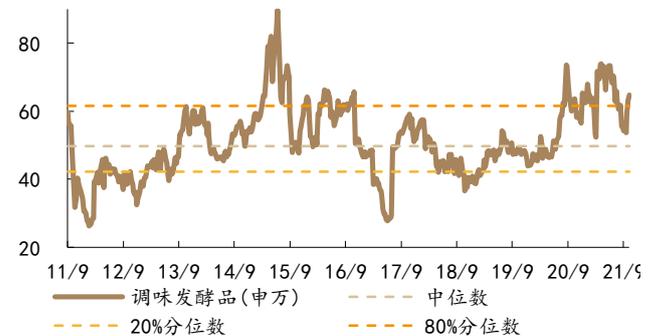
资料来源: Wind, 德邦研究所

图 5: 白酒行业估值水平



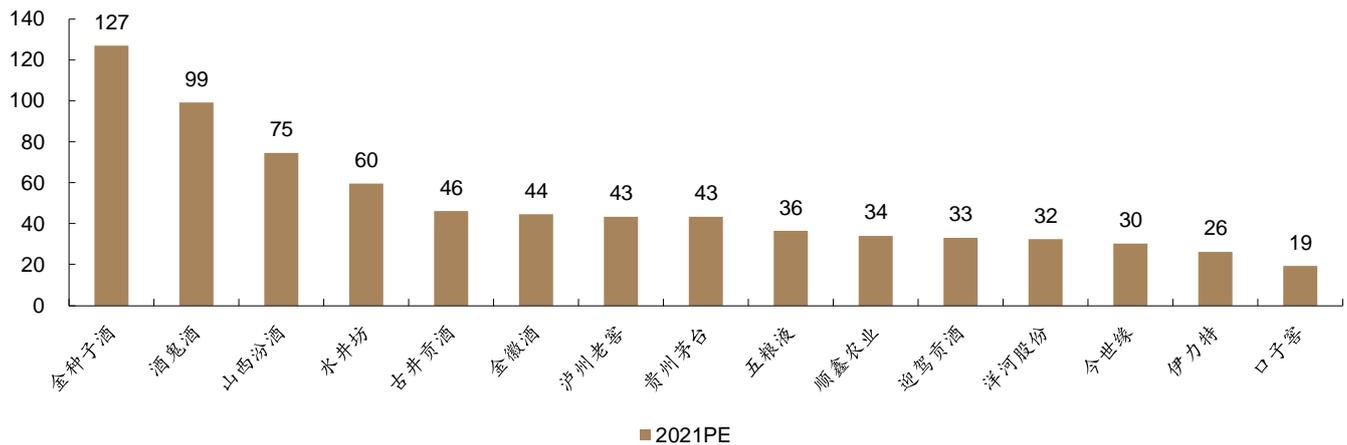
资料来源: Wind, 德邦研究所

图 6: 调味品行业估值水平



资料来源: Wind, 德邦研究所

图 7: 截至 10 月 8 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

本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 11.53 亿元; 陆股通持股标的中, 洽洽食品 (18.62%)、伊利股份 (15.31%)、中炬高新 (8.67%)、汤臣倍健 (8.56%)、重庆啤酒 (7.93%) 持股排名居前。本周食品饮料板块北向资金增持个股较多, 其中酒鬼酒 (+0.60%) 增持最多, 水井坊 (-0.20%) 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	18.62	0.05	600300.SH	ST 维维	0.01	0
600887.SH	伊利股份	15.31	0.6	002661.SZ	克明食品	0.01	0
600872.SH	中炬高新	8.67	0.13	603156.SH	养元饮品	0.02	0
300146.SZ	汤臣倍健	8.56	-0.2	600059.SH	古越龙山	0.02	0
600132.SH	重庆啤酒	7.93	0.09	603719.SH	良品铺子	0.02	0

资料来源: Wind, 德邦研究所

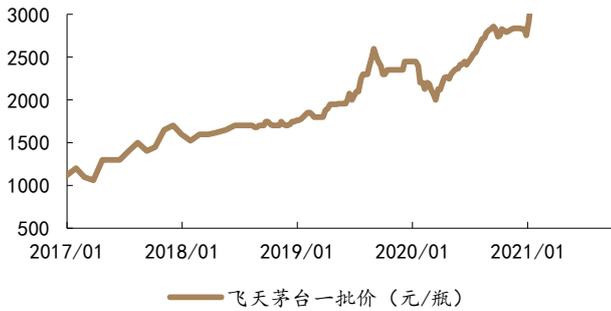
## 3. 重点数据追踪

### 3.1. 白酒价格数据追踪

根据渠道调研数据 10 月 8 日飞天茅台一批价 3820 元, 较前一周下跌 0.26%; 八代普五一批价 970 元, 较前一周下跌 1.02%。2021 年 8 月, 全国白酒产量 39.80 万千升, 同比下跌 -2.00%; 2021 年 8 月全国高端白酒价格 1218.2 元/瓶, 较 7 月下跌 0.50%; 中低端白酒均价 178.81 元/瓶, 较 7 月下跌 0.98%。

图 8: 飞天茅台批价走势

图 9: 五粮液批价走势

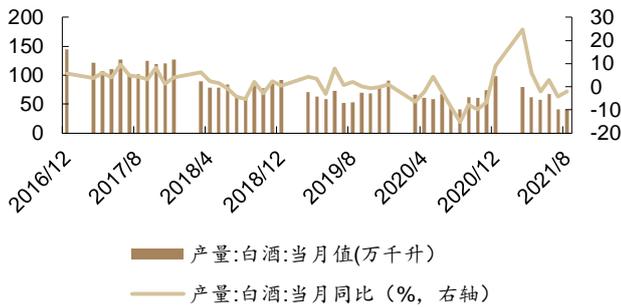


资料来源：渠道调研，德邦研究所



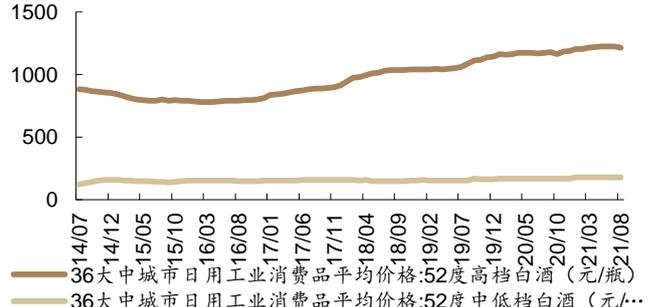
资料来源：渠道调研，德邦研究所

图 10：白酒产量月度数据



资料来源：Wind，德邦研究所

图 11：白酒价格月度数据（单位：元/瓶）

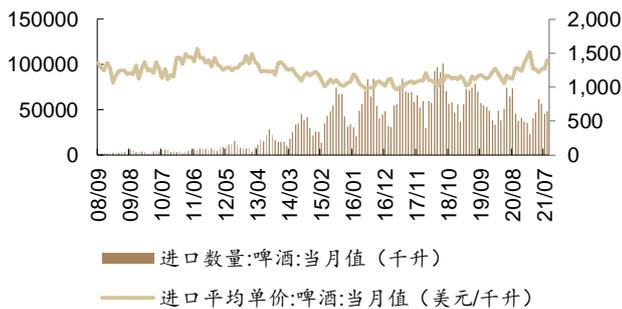


资料来源：Wind，德邦研究所

### 3.2. 啤酒价格数据追踪

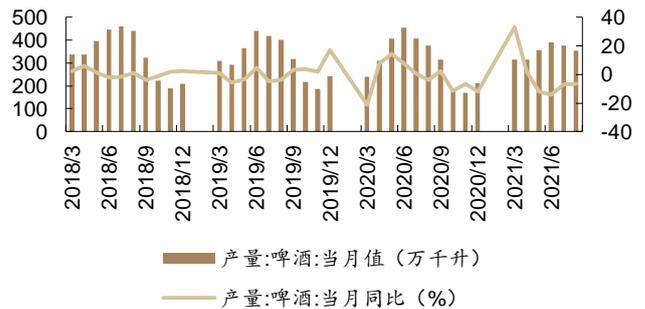
2021年8月，啤酒当月产量352.90万千升，同比下跌6.40%。

图 12：进口啤酒月度量价数据



资料来源：Wind，德邦研究所

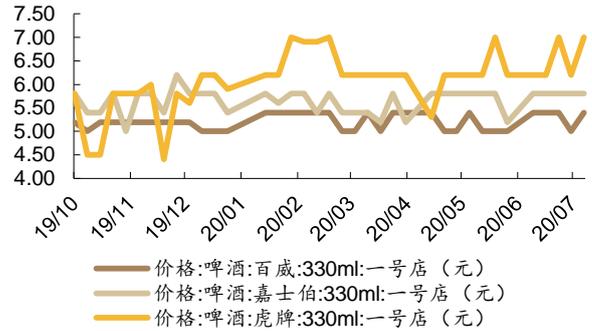
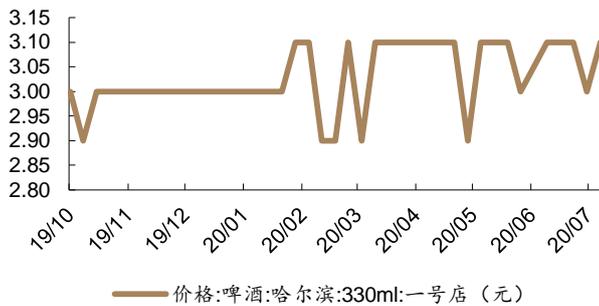
图 13：啤酒月度产量数据



资料来源：Wind，德邦研究所

图 14：哈尔滨啤酒价格走势

图 15：海外啤酒品牌价格走势



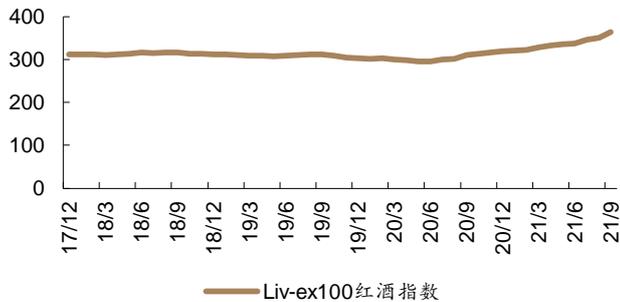
资料来源: Wind, 德邦研究所

资料来源: Wind, 德邦研究所

### 3.3. 葡萄酒价格数据追踪

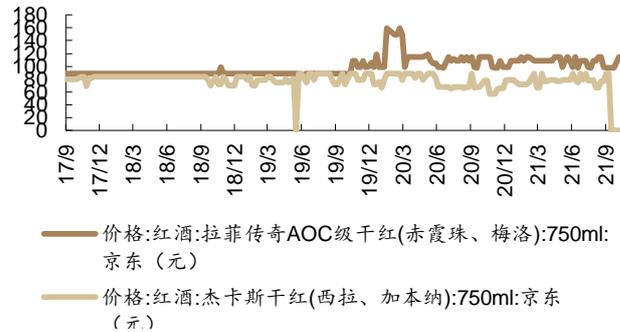
2021年8月, 葡萄酒当月产量 1.70 万千升, 同比下跌 19.00%。

图 16: Liv-ex100 红酒价格指数



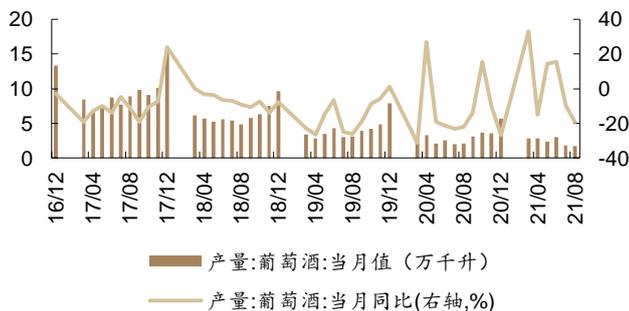
资料来源: Wind, 德邦研究所

图 17: 国外葡萄酒价格情况



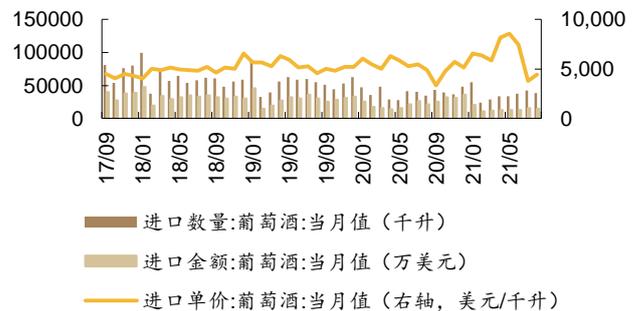
资料来源: Wind, 德邦研究所

图 18: 葡萄酒当月产量



资料来源: Wind, 德邦研究所

图 19: 葡萄酒当月进口情况



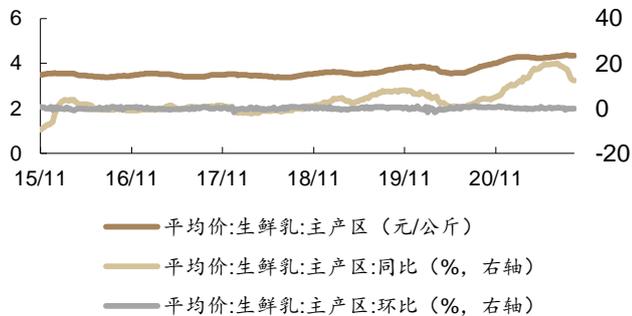
资料来源: Wind, 德邦研究所

### 3.4. 乳制品价格数据追踪

2021年9月22日, 主产区生鲜乳平均价格 4.34 元/公斤, 较前一周没有变动; 9月24日, 牛奶零售价 12.57 元/升, 较上周上涨 0.24%; 酸奶零售价 16.17

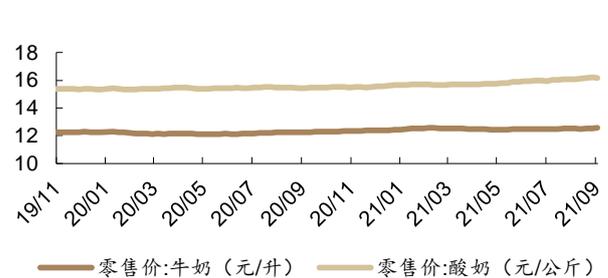
元/公斤,较前一周下跌0.19%。2021年9月24日国产婴幼儿奶粉零售均价215.59元/公斤,较前一周上涨0.24%;9月24日,进口婴幼儿奶粉零售均价264.04元/公斤,较前一周上涨0.22%;2021年9月21日芝加哥脱脂奶粉现货价为135.00美分/磅,较2021年9月8日下跌0.55%。

图 20: 生鲜乳价格指数



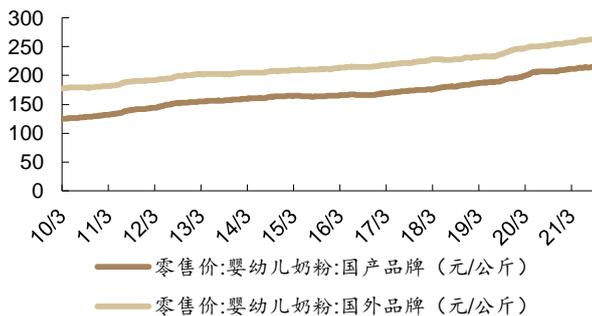
资料来源: Wind, 德邦研究所

图 21: 酸奶&牛奶零售价指数



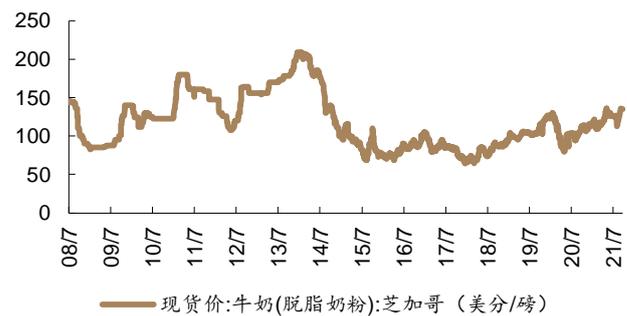
资料来源: Wind, 德邦研究所

图 22: 婴幼儿奶粉零售价指数



资料来源: Wind, 德邦研究所

图 23: 海外牛奶现货价指数



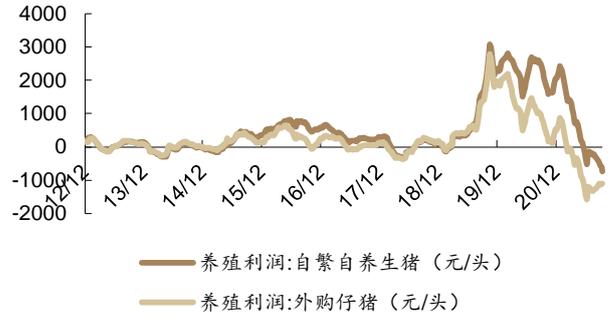
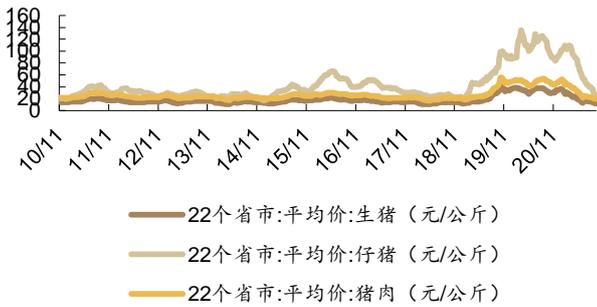
资料来源: Wind, 德邦研究所

### 3.5. 肉制品价格数据追踪

2021年10月1日,22省市生猪平均价格11.03元/公斤,较前一周下跌9.59%;22省市猪肉平均价格19.20元/公斤,较前一周上周下跌4.71%;22省市仔猪平均价格25.73元/公斤,较前一周下跌1.98%。

图 24: 国内猪肉价格指数

图 25: 生猪养殖利润指数



资料来源: Wind, 德邦研究所

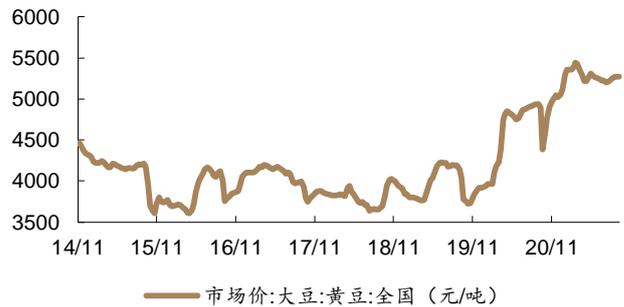
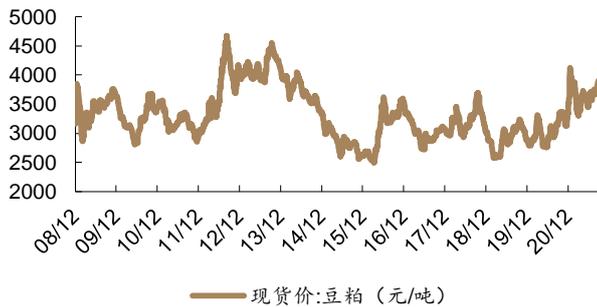
资料来源: Wind, 德邦研究所

### 3.6. 原材料价格追踪

2021年10月8日豆粕现货价3800.29元/吨,较9月30日下跌2.13%;9月24日天津箱板纸5650元/吨,较前一周上涨0.89%;瓦楞纸平均价4330元/吨,较前一周上涨1.17%;2021年7月9日中国塑料价格指数1043.09,较前一周上涨0.07%;10月7日OPEC一揽子原油价78.60美元/桶,较前一周上涨1.13%。

图 26: 豆粕现货价格指数

图 27: 全国大豆市场价格指数

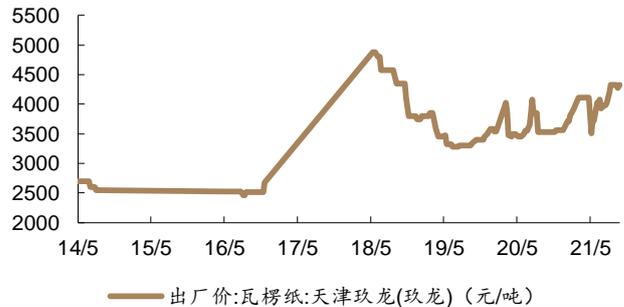
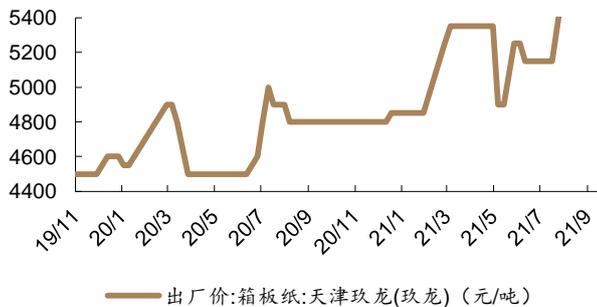


资料来源: Wind, 德邦研究所

资料来源: Wind, 德邦研究所

图 28: 箱板纸价格指数

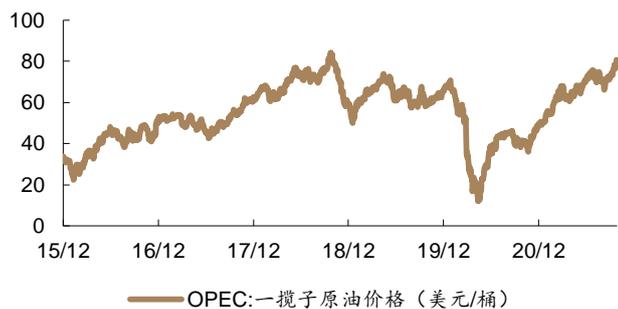
图 29: 瓦楞纸价格指数



资料来源: Wind, 德邦研究所

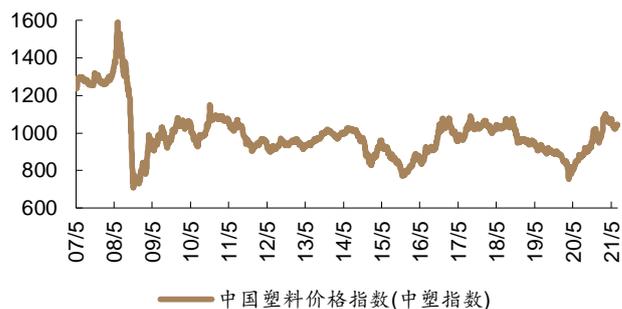
资料来源: Wind, 德邦研究所

图 30: OPEC 原油价格指数



资料来源: Wind, 德邦研究所

图 31: 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

**【伊利股份】**关于 2019 年限制性股票激励计划第二个解除限售期解除限售条件成就的公告:《内蒙古伊利实业集团股份有限公司 2019 年限制性股票激励计划草案(修订稿)》的第二个解除限售期解除限售条件已经成就。本次解除限售的股票占总数的 20%, 数量为 30049200 股; 解除限售的人数为 458 人。

**【元祖股份】**关于持股 5%以上股东减持计划提前终止暨减持股份结果公告: 上海元祖梦果子股份有限公司(以下简称“元祖股份”、“公司”)于 2021 年 10 月 8 日收到股东卓傲国际有限公司(以下简称“卓傲国际”)《关于减持公司股份进展情况暨提前终止减持计划的告知函》, 卓傲国际因减持计划变动, 决定提前终止其减持计划。其中, 卓傲国际通过集中竞价方式减持公司股份 2,400,000 股, 成交总金额为 42,749,865 元, 平均成交价为 17.81 元/股, 占公司总股本的 1%。截止至 2021 年 10 月 8 日, 卓傲国际持有公司股份 14,417,180 股, 占公司总股本 6.007%。

**【威龙股份】**股东一致行动人集中竞价减持股份计划公告: 威龙葡萄酒股份有限公司股东青岛鑫诚洪泰智造投资中心(有限合伙)持有公司股份 3,778,935 股, 占公司总股本的 1.14%, 青岛鑫诚海顺控股有限公司持有公司股份 520,000 股, 占公司总股本的 0.16%。两公司拟在本次减持计划公告之日起十五个交易日后的六个月内(窗口期等不得减持股份), 以集中竞价的方式减持其所持公司股份 4,298,935 股, 占其持有股份的 6.43%, 占公司总股本的 1.3%。

## 5. 行业要闻

**茅台酒市场投放连续放量:** 9 月 29 日至 10 月 1 日, “京东茅台双节购” 连续 3 天放量销售, 还推出了茅台“家宴畅饮”复购活动。今年双节期间, 茅台继续集中、陆续向终端市场投放茅台酒, 不仅数量比去年同期有所增加, 还让电商渠道最大限度聚合茅台酒量集中到节点前投放, 在延续原有购买模式的同时, 以投放飞天茅台酒为主, 全天候分时段不定时投放茅台酒系列产品。(糖酒快讯)

**泰山啤酒拟上市:** 9 月 30 日, 中泰证券泰安分公司与泰安市拟上市企业签订

上市合作协议。山东泰山啤酒有限公司等企业参加签约。(糖酒快讯)

**天猫超市开启今年以来茅台最大放量:**9月29日,天猫超市开启今年以来最大茅台放量,当日起至十一黄金周,连续三天加倍放量销售,首日放量超过2万瓶。今年十一黄金周前夕,茅台预计陆续向市场终端加大投放茅台酒,其中直营渠道仍是重点投放对象。(云酒头条)

**水井坊井台、臻酿八号建议零售价调整:**9月30日晚,水井坊发布调价通知,水井坊井台全系列建议零售价格每瓶上调30元,水井坊臻酿八号全系列建议零售价格每瓶上调20元。水井坊表示,价格变动是根据行业趋势和市场环境所决定的。(微酒)

**贵州最新规划:“十四五”打造酱香白酒产业集群:**9月30日,经贵州省人民政府同意,贵州省发展改革委印发《贵州省“十四五”战略性新兴产业集群发展规划》。规划提出,将以赤水河流域产业带为核心,重点规划布局仁怀、习水、金沙等优质酱香型白酒产区,围绕微生物资源保护和优质原料供给、酱香白酒品质提升、酒文化内涵挖掘等方面打造酱香白酒产业集群,持续巩固世界级酱香型白酒产业基地核心区地位。规划重点提及,将强化微生物资源保护和优质原料供给,积极开展确保品质提升的科技创新活动,以及推进酒旅融合发展。此外,围绕酱香白酒产业集群建设,贵州省将开展三项重点工程,包括“中国酱香·赤水河谷”核心产业带提升工程,白酒产业技改扩能工程,以及白酒产业配套发展工程。(微酒)

**精功集团推进重整,会稽山实控人或变更:**9月30日,会稽山发布公告称,根据精功集团有限公司管理人当日出具的《关于精功集团有限公司等九公司重整预招募进展的告知书》,截至2021年9月30日前,管理人已收到5家意向投资人(含联合体)的意向报名材料。因本次系预招募程序,允许其他意向重整投资人继续与管理人洽谈重整事宜,故存在意向投资人数量变动的可能性。公告同时表示,此次精功集团等九公司重整预招募初步确定的重整范围包含了精功集团持有的1.64亿股公司控股股权(占公司总股本的32.97%),该事项将可能导致公司实际控制权发生变更。(糖酒快讯)

**贵州8月酒饮料行业增长迅速:**贵州日报10月3日消息,8月份,贵州省煤、烟、酒三个支柱行业均实现持续快速增长,三个行业规模以上工业增加值同比增长15.6%,高于规模以上工业9.5个百分点。在酒饮料和烟草行业的双重拉动下,规模以上轻工业增加值同比增长11.2%,增速较7月份加快1.3个百分点,高于规模以上工业5.1个百分点,高于重工业10.0个百分点。(糖酒快讯)

**复星推“复星星选”平台,上线舍得、金徽产品:**9月29日,复星官微发布消息,在当日举行的复星家庭季启动仪式上,复星正式对外发布“C端置顶”战略核心平台——复星星选。该平台依托复星产业的丰富生态及消费群体,打造“衣食住行,康育乐喜”一站式解决方案,目前已联合30个产业板块、45个品牌,舍得酒业、金徽酒等品牌在列。(糖酒快讯)

**青岛啤酒股份拟回购注销12.2万股A股限制性股票:**青岛啤酒股份发布公告,2021年9月29日,公司第十届董事会2021年第二次临时会议和监事会2021年第二次临时会议分别审议通过了《关于公司回购注销激励计划部分A股限制性股票事项的议案》。拟回购注销的限制性股票合计122,002股,占公司回购前总股

本的比例约为 0.0089%。回购资金来源全部为公司自有资金。(糖酒快讯)

**古井白酒小镇入选“中国特色小镇 50 强”：**近日，由人民出版社出版的《中国特色小镇 2021 年发展指数报告》发布，书中列举了“中国特色小镇 50 强”，亳州市谯城区古井白酒小镇入选。(微酒)

**银保监会：严禁挪用各种贷款投机炒作茅台酒：**10 月 4 日，中国银保监会发布《中国银保监会关于服务煤电行业正常生产和商品市场有序流通 保障经济平稳运行有关事项》的通知。通知提出，严防银行保险资金影响商品市场正常秩序。具体为，严禁挪用套取信贷资金或绕道理财、信托等方式，违规参与煤炭、钢铁、有色金属等大宗商品投机炒作、牟取暴利。严禁挪用各种贷款包括经营贷、消费贷投机炒作茅台酒、名贵普洱茶等高端消费品，防止资本无序扩张。严禁银行保险资金违规流入股市、债市、期市，影响大宗商品价格，避免脱实向虚、空转套利。严禁对符合支持条件的煤电、煤炭等企业和项目违规抽贷、断贷，防止运动式减碳和信贷“一刀切”。(微酒)

**美国：烈酒抢占啤酒份额，葡萄酒保持平稳：**葡萄酒研究机构 Moramarco 的数据表明，2020 年美国的人均酒精饮料消费量增加了 4%。啤酒（包括硬苏打水）在此期间的大部分时间里都出现了惊人的增长，直到最近才停滞不前，至少 4 年来，啤酒在酒精饮料市场所占的份额保持着下降态势；葡萄酒份额保持不变；烈酒从啤酒中夺走了市场份额。(微酒)

**中国—智利海关 AEO 互认，智利葡萄酒迎利好：**近日，海关总署发布 2021 年第 74 号公告：中国—智利海关“经认证的经营者”(AEO)互认，自 2021 年 10 月 8 日起正式实施。AEO 互认的诸多利好将帮助 AEO 企业大大压缩货物通关时间，最大限度地降低企业港口、保险、物流等贸易成本，有力提升国际竞争力。有酒商表示，这将有利于促进智利葡萄酒在中国市场开启新的市场契机。(微酒)

**上半年意大利葡萄酒对中国出口额增长 75.7%：**意大利国家统计局(Istat)的数据显示，2021 年上半年意大利葡萄酒出口额达到 33.3 亿欧元，较 2020 年同期(28.8 亿欧元)增长 15.8%，比新冠疫情前的 2019 年同期(30 亿欧元)增长 10%，展现出强大的复苏能力。意大利葡萄酒上半年对中国市场的出口额增长了 75.7%，从 2020 年同期的 3700 万欧元增长到 6500 万欧元，这是过去五年中意大利葡萄酒在中国市场取得的最大增长。(微酒)

**汾酒建“中国露酒植物提取与健康”实验室：**近日，中北大学发布消息称，该校与中国酒业露酒研究院签订了合作框架协议。此前，该校与汾酒集团竹叶青产业公司联合申请共建“中国露酒植物提取与健康”山西省重点实验室，并获得省科技厅批准，实验室将以健康消费需求为导向，开展应用基础的自主创新研究。此前，实验室已从风味、健康、安全三个维度出发，先后研发出 OPC(低聚原花青素)玫瑰酒和沙棘黄酮白玉酒等健康露酒新品。(微酒)

**川南规划“十四五”两大白酒蓝图：**10 月 7 日，据四川日报报道，今年 8 月，《川南经济区“十四五”一体化发展规划》(以下简称《规划》)发布。《规划》提出两大“世界级”发展蓝图，分别是“建设世界级白酒产区”和“打造世界级优质白酒产业集群”。从产业发展目标、白酒园区打造、白酒产区建设、白酒生产酿造、白酒重点项目、白酒文旅融合等多个方面，描绘了川南白酒“十四五”的发展蓝图。(微酒)

**上半年四川白酒营收占全国 50%:** 9 月 29 日在杭州举行的“川酒全国行”上，四川省政府副秘书长刘全胜披露：“2021 年上半年，四川省白酒产业实现产量、营收、利润同比增长 11%、20%、33%，在全国占比分别达到了 54%、50%、30%。”（酒业家）

**景芝剑指百亿:** 10 月 5 日，景芝酒业 2021 年四季度营销工作会议在潍坊营销运营中心召开。景芝酒业党委书记、董事长刘全平出席会议并讲话。会上，刘全平董事长指出，景芝与华润已开启战略合作，双方将推动品牌、产品、渠道、管理、资金等多重优势资源叠加赋能，也将开启景芝剑指百亿和实现品牌高端化、全国化的新征程，迈进鲁酒振兴和高质量发展的新时代，景芝大未来可期，鲁酒大未来可期。（酒业家）

**上半年奥地利葡萄酒对华出口增长 247%:** 日前，奥地利葡萄酒营销委员会官方数据显示，2021 年上半年，奥地利葡萄酒出口额比去年同期增长 25%至 1.11 亿欧元。其中，亚洲市场出现强劲增长，对中国增长 247%，对日本增长 52%。（酒业家）

**意大利葡萄酒在亚洲潜力可观:** 从意大利国家统计局 (Istat) 发布的 2021 年上半年出口数据来看，意大利葡萄酒在亚洲市场拥有可观的发展潜力。中国在禁止澳大利亚葡萄酒进口之后，为意大利等其他国家葡萄酒释放出可观的增长空间。（糖酒快讯）

**百威或出售价值 12 亿美元德国啤酒品牌:** 彭博社消息，百威英博正在研究出售其部分德国啤酒品牌，现正处于商业评估阶段，目前还不确定是否会决定出售价值约 12 亿美元的德国品牌。（糖酒快讯）

**阿里巴巴发布“十一”消费趋势报告:** 10 月 6 日，《阿里巴巴 2021 “十一”假期消费出行趋势报告》发布。报告显示，今年的国庆消费季呈现五大趋势：新玩法拉动新消费，乡村消费升级提速，红色情怀点亮国庆，国潮国风叫好叫座，海淘出口双向火热。此外，下沉市场呈现网购高频化和消费升级的双重趋势。直供电商平台淘特主打下沉市场，9 月，淘特平台干红葡萄酒同比增长超过 55 倍。（糖酒快讯）

**刘刚不再担任茅台副总经理、财务总监、董事会秘书职务:** 10 月 8 日晚，茅台发布公告《关于公司高级管理人员调整的议案》。据公告显示，会议决定，刘刚先生因工作调整不再担任公司副总经理、财务总监、董事会秘书职务，董事会指定公司董事李静仁先生暂时代行董事会秘书职责，公司将根据有关规定尽快聘任董事会秘书并及时履行信息披露义务。（微酒）

**四川出台生物经济规划:** 近日，《四川省“十四五”生物经济发展规划》出台，其内容提到：到 2025 年，四川省生物经济规模超过 1.5 万亿元。到 2035 年，将建成具有国际竞争力和区域带动力的生物经济高地。其中，将优化生物经济区域布局，包括推进成都平原经济区生物医药和医疗健康装备集聚发展，推进川南经济区生物酿造和现代农林集聚发展。有分析认为，在生物酿造方面，五粮液、泸州老窖、郎酒、舍得酒业等企业将成为最大的受益者。（微酒）

## 6. 国庆相关消费新闻

10月1日至7日，网联平台典型餐饮商户日均交易笔数和金额较去年同期分别增长69.73%和46.57%。

中国银联的数据显示，“吃、住、行、游、娱、购”是假期消费主力。其中，购物、餐饮、景区售票方面的国庆假期日均消费金额较去年国庆假期分别增长了31%、28%、24%。

## 7. 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

<b>1. 投资评级的比较和评级标准：</b> 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；  <b>2. 市场基准指数的比较标准：</b> 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。	类别	评级	说明	
	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。
	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。