

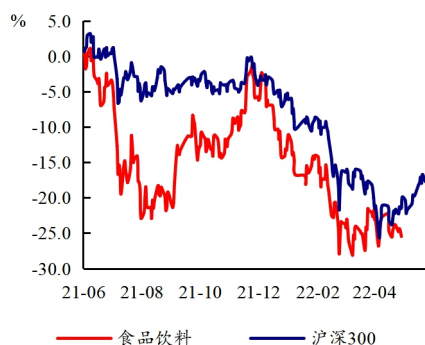


评级 推荐（维持）

报告作者

 作者姓名 汪玲
 资格证书 S1710521070001
 电子邮箱 wangl665@easec.com.cn

股价走势



相关研究

《【食品饮料】疫情影响逐渐消散，板块业绩有望加速修复_20220613》2022.06.13

《【食品饮料】行业或迎来恢复性增长，龙头业绩有望表现更优_20220606》2022.06.07

《高端白酒展现韧性，疫情下大众品表现分化》2022.05.31

《茅台批价上行彰显信心，期待疫后消费复苏》2022.05.23

《疫情和成本压力下，行业龙头更显韧性》2022.05.16

5月消费边际改善，行业盈利有望加速修复

——食品饮料行业周报

上周行情回顾

上周（6月13日-6月17日），食品饮料板块（申万）上涨2.72%，上证综指上涨0.97%，深证成指上涨2.46%，沪深300上涨1.65%，食品饮料板块跑赢上证综指1.75个百分点，在申万31个一级子行业周涨跌幅中排名第10位。

核心观点

白酒：5月消费数据边际改善，白酒需求有望展现较强韧性。物流的逐步恢复以及疫情社会面传播得到有效控制等因素作用下，5月份商品零售和餐饮同比降幅减弱并且实现环比改善。6月以来，上海等地疫情得到有效控制，而且逐步有序放松线下消费场景的管控，由此预计餐饮和商品零售收入有望延续边际改善趋势，其中餐饮收入由于前期低基数有望加速反弹。即将到来的暑期升学宴潮，叠加白酒商务宴请等场景的恢复，白酒板块业绩有望实现恢复性增长。贵州茅台飞天整箱在6月10日的批价为3080元，环比上涨50元，延续自5月下旬以来的上涨趋势。结合二季度疫情扰动的区域性，以及今年一季度春节动销情况良好的前提，预计上半年全国性高端和次高端酒企表现优于二、三线区域酒企。在6月16日的茅台股东大会上，公司再度明确2022年经营目标是较上年增长15%，彰显对全年经济和需求的信心。下半年疫情扰动影响可控的前提下，白酒板块业绩全年有望实现韧性增长。

啤酒：行业高端化趋势延续，期待旺季啤酒需求回暖。6月17日，燕京啤酒董事长出席京东“618”电商节直播活动，希望借助电商直播平台，传递燕京啤酒品牌内涵。同时燕京啤酒深度绑定顶流明星IP，力求实现年轻化转型。当前全国疫情形势边际转暖，叠加6-8月啤酒旺季，啤酒厂商正进行积极备货。2020年啤酒在疫情转暖后较快实现复苏，疫情不会阻断啤酒行业高端化趋势。当下啤酒消费处于旺季，需求复苏有望带动回补性消费，啤酒板块营收有望迎来反弹。

乳制品：寡头格局基本形成，盈利空间不断释放。当前乳制品行业寡头格局基本形成，根据前瞻产业研究院的数据，2020年国内乳制品市场伊利以及蒙牛市占率合计达到48%，CR6达到58.6%，同期美国乳制品行业CR5为27.3%，日本为48.0%，国内乳制品寡头格局相对更为显著。随着寡头格局基本形成，行业有望进入良性竞争阶段，根据渠道调研，部分乳制品头部企业已开始降低费用投放力度，2022年以来，通过降低促销力度的方式，北京市场伊利已对不同品类的低温酸奶涨价10-25个百分点，蒙牛低温奶的价格也已平均增长15-25个百分点。随着乳制品企业不断降低费用投放，行业恶性竞争现象或将大大减少，板块整体盈利能力不断提升，拥有较强品牌力以及渠道力的公司或将得到更稳健的发展。

投资建议

板块配置：白酒>啤酒>乳制品>休闲食品>调味品；

白酒：相关标的包括高端酒企贵州茅台、五粮液、泸州老窖及次高端酒企中发展潜力大的山西汾酒、洋河股份、古井贡酒、酒鬼酒；

啤酒：相关标的是未来业绩具备高增长预期的青岛啤酒；

乳制品：相关标的为在产能、渠道、产品三方齐发力的伊利股份。

风险提示：

行业政策收紧风险；国内疫情扩散风险；食品安全问题等。

正文目录

1. 核心观点	4
1.1. 白酒：5月消费数据边际改善，白酒需求有望展现较强韧性	4
1.2. 速冻品：预制菜地方标准陆续发布，“618”电商节预制菜赛道热度不断升温	4
1.3. 啤酒：行业高端化趋势延续，期待旺季啤酒需求回暖。	5
1.4. 调味品：原材料成本压力放缓，下半年需求回暖有望加速盈利修复	5
1.5. 乳制品：寡头格局基本形成，盈利空间不断释放	5
2. 板块行情分析：短期看估值渐趋合理，长远看景气度依旧	6
2.1. 板块总体行情	6
2.2. 子板块行情	7
2.3. 个股行情	8
2.4. 板块估值水平	8
3. 板块沪深港通活跃个股情况	8
4. 行业上游表现情况	9
4.1. 原奶及牛奶价格	9
4.2. 生猪及猪肉价格	10
4.3. 大豆及豆粕价格	10
4.4. 白砂糖及柳糖价格	11
4.5. 白条鸡及毛鸭价格	11
5. 重点白酒价格情况	13
6. 行业新闻及重点公司动态	14
6.1. 上周行业新闻动态	14
6.2. 上周重点公司动态	15
7. 风险提示	17

图表目录

图表 1. 上周食品饮料板块跑赢上证指数、深证成指和沪深 300(单位:%)	6
图表 2. 上周(06.13-06.17)食品饮料板块在申万行业涨跌幅中排名 10/31	6
图表 3. 肉制品、预加工食品、其他酒类、调味发酵品、保健品、零食、啤酒跑赢食品饮料板块指数	7
图表 4. 上周主要子板块全周呈现先涨后跌再涨的趋势	7
图表 5. 上周华统股份、燕京啤酒、金枫酒业涨幅居前	8
图表 6. 上周黑芝麻、金种子酒、ST 通葡跌幅居前	8
图表 7. 板块整体估值为历史分位数的 69.28%	8
图表 8. 白酒整体估值为历史分位数的 75.87%	8
图表 9. 上周食品饮料板块沪深港通活跃个股整周交易情况	9
图表 10. 上周食品饮料板块沪深港通活跃个股每日交易情况	9
图表 11. 2022.06.08 生鲜乳主产区均价为 4.14 元/公斤	10
图表 12. 2022.06.10 牛奶零售价为 12.98 元/升	10
图表 13. 2022.06.10 生猪平均价格为 15.9 元/公斤	10
图表 14. 2022.06.10 猪肉平均价格为 21.95 元/公斤	10
图表 15. 2022.06.01 大豆现货价为 5808.42 元/吨	11
图表 16. 2022.06.01 豆粕现货价为 4282.86 元/吨	11
图表 17. 2022.06.10 白砂糖零售价为 11.44 元/公斤	11
图表 18. 2022.06.17 柳糖现货合同价为 6000 元/吨	11
图表 19. 2022.06.17 白条鸡平均批价为 18.03 元/公斤	12
图表 20. 2022.06.17 毛鸭主产区均价为 10.13 元/公斤	12

图表 21. 重点白酒价格情况.....	13
----------------------	----

1. 核心观点

1.1. 白酒：5月消费数据边际改善，白酒需求有望展现较强韧性

5月消费数据边际改善，白酒需求有望展现较强韧性。今年二季度华东等部分地区疫情扰动加剧的背景下，线下消费场景减少较多，对白酒终端需求产生不利影响。根据国家统计局数据，2022年3月/4月/5月的餐饮收入分别同比-16.38%/-22.70%/-21.10%，商贸零售收入分别同比-2.11%/-9.70%/-5.00%。同时，5月餐饮和商贸零售收入均边际改善，分别环比增长13.62%和15.46%。物流的逐步恢复以及疫情社会面传播得到有效控制等因素作用下，5月份商品零售和餐饮同比降幅减弱并且实现环比改善。根据国家统计局数据，5月零售烟酒类销售额实现3.8%的逆势同比正增长，体现出需求韧性。6月以来，上海等地疫情得到有效控制，而且逐步有序放松线下消费场景的管控，由此预计餐饮和商品零售收入有望延续边际改善趋势，其中餐饮收入由于前期低基数有望加速反弹。即将到来的暑期升学宴潮，叠加白酒商务宴请等场景的恢复，白酒板块业绩有望实现恢复性增长。贵州茅台飞天整箱在6月10日的批价为3080元，环比上涨50元，延续自5月下旬以来的上涨趋势。结合二季度疫情扰动的区域性，以及今年一季度春节动销情况良好的前提，预计上半年全国性高端和次高端酒企表现优于二、三线区域酒企。在6月16日的茅台股东大会上，公司再度明确2022年经营目标是较上年增长15%，彰显对全年经济和需求的信心。下半年疫情扰动影响可控的前提下，白酒板块业绩全年有望实现韧性增长，而且由于营销改革、大单品成功实现放量等差异化因素，部分上市酒企有望表现超预期。相关标的有高端酒企贵州茅台、五粮液、泸州老窖及次高端酒企中发展潜力大的山西汾酒、洋河股份、古井贡酒、酒鬼酒。

1.2. 速冻品：预制菜地方标准陆续发布，“618”电商节预制菜赛道热度不断升温

预制菜地方标准陆续发布，“618”电商节预制菜赛道热度不断升温。近日广西南宁市市场监管局发布《预制菜术语》《预制菜分类》《预制菜冷链配送操作规范》3项地方标准，行业标准的不断出台将推动行业良性发展。6月16日，百度联合京东发布《百度x京东618消费趋势洞察报告》，根据百度指数，今年预制菜相关搜索同比上涨877%。京东618数据显示，95后“预制菜”成交额同比增长95.8%。山东省将在6月18日至30日举办预制菜美食周，京东生鲜也推出鲁味预制菜专区，“618”电商节预制菜赛道热度不断升温。

1.3. 啤酒：行业高端化趋势延续，期待旺季啤酒需求回暖。

行业高端化趋势延续，期待旺季啤酒需求回暖。6月17日，燕京啤酒董事长出席京东“618”电商节直播活动，希望借助电商直播平台，传递燕京啤酒品牌内涵。同时，燕京啤酒深度绑定顶流明星IP，力求实现年轻化转型。当前全国疫情形势边际转暖，叠加6-8月啤酒旺季，啤酒厂商正进行积极备货。2020年啤酒在疫情转暖后较快实现复苏，疫情不会阻断啤酒行业高端化趋势。当下啤酒消费处于旺季，需求复苏有望带动回补性消费，啤酒板块营收有望迎来反弹，相关标的未来业绩具备高增长预期的青岛啤酒。

1.4. 调味品：原材料成本压力放缓，下半年需求回暖有望加速盈利修复

原材料成本压力放缓，下半年需求回暖有望加速盈利修复。根据国家统计局数据，4月/5月调味品PPI分别同比增长7.2%/7.8%，而1月/2月/3月的调味品PPI分别同比增长9.0%/9.5%/8.3%，相比之下，调味品PPI涨幅出现回落。根据国家统计局数据，大豆价格年初以来累计上涨11.85%（截至6月10日），6月初黄豆价格处于近两年的高峰，但有高位回落的迹象。根据大连商品交易所数据，豆粕价格年初以来累计上涨27.84%（截至6月17日），3月底的豆粕价格为上半年高点，此后价格表现出高位震荡。根据隆众化工数据，PET瓶片价格持续上行，年初以来累计上涨16.94%（截至6月17日）。此外，根据百川盈孚和国家统计局数据，瓦楞纸、箱板纸、玻璃和铝锭的价格近期不断下降。结合国家统计局数据，5月餐饮和零售环比实现增长，表现出较强需求韧性，而且5月粮油、食品类零售收入的同环比均实现正增长。下半年伴随疫情得到有效控制，叠加发放消费券等刺激政策的出台，餐饮、零售终端需求有望恢复，调味品行业的收入有望实现反弹。调味品行业盈利能力有望通过收入、成本端的改善实现加速修复，其中提价能力较强、渠道铺设完善、品牌力强的龙头企业有望表现更优。

1.5. 乳制品：寡头格局基本形成，盈利空间不断释放

寡头格局基本形成，盈利空间不断释放。当前乳制品行业寡头格局基本形成，根据前瞻产业研究院的数据，2020年国内乳制品市场伊利以及蒙牛市占率合计达到48%，CR6达到58.6%，同期美国乳制品行业CR5为27.3%，日本为48.0%，国内乳制品寡头格局相对更为显著。随着寡头格局基本形成，行业有望进入良性竞争阶段，根据渠道调研，部分乳制品头部企业已开始降低费用投放力度，2022年以来，通过降低促销力度的方式，

北京市场伊利已对不同品类的低温酸奶涨价 10-25 个百分点, 蒙牛低温奶的价格也已平均增长 15-25 个百分点。随着乳制品企业不断降低费用投放, 行业恶性竞争现象或将大大减少, 板块整体盈利能力不断提升, 拥有较强品牌力以及渠道力的公司或将得到更稳健的发展。相关标的: 白奶增速亮眼, 收购澳优带来奶粉增长曲线的伊利股份。

2. 板块行情分析: 短期看估值渐趋合理, 长远看景气度依旧

2.1. 板块总体行情

2022 年 6 月 13 日-6 月 17 日, 食品饮料板块(申万)上涨 2.72%, 上证综指上涨 0.97%, 深证成指上涨 2.46%, 沪深 300 上涨 1.65%, 食品饮料板块跑赢上证综指 1.75 个百分点, 在申万 31 个一级子行业周涨跌幅中排名第 10 位。

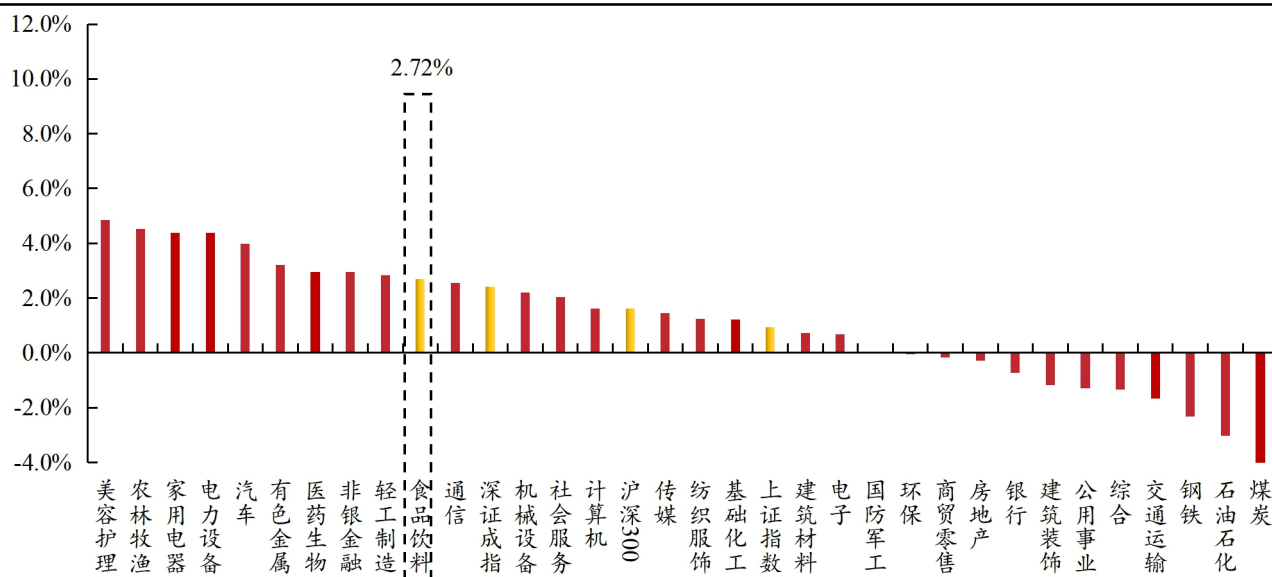
图表 1. 上周食品饮料板块跑赢上证指数、深证成指和沪深 300(单位:%)

	上周 (06.13-06.17)		本月 (06.01-06.17)		2022 年初至今 (01.01-06.17)	
板块	涨跌幅	超额收益	涨跌幅	超额收益	涨跌幅	超额收益
上证综指	0.97	1.75	4.09	1.65	-8.87	-1.59
深证成指	2.46	0.26	6.97	-1.23	-17.00	6.53
沪深 300	1.65	1.07	5.32	0.43	-12.78	2.31
食品饮料	2.72	/	5.74	/	-10.47	/

超额收益为食品饮料板块相对各大盘指数的收益

资料来源: Wind, 东亚前海证券研究所

图表 2. 上周 (06.13-06.17) 食品饮料板块在申万行业涨跌幅中排名 10/31

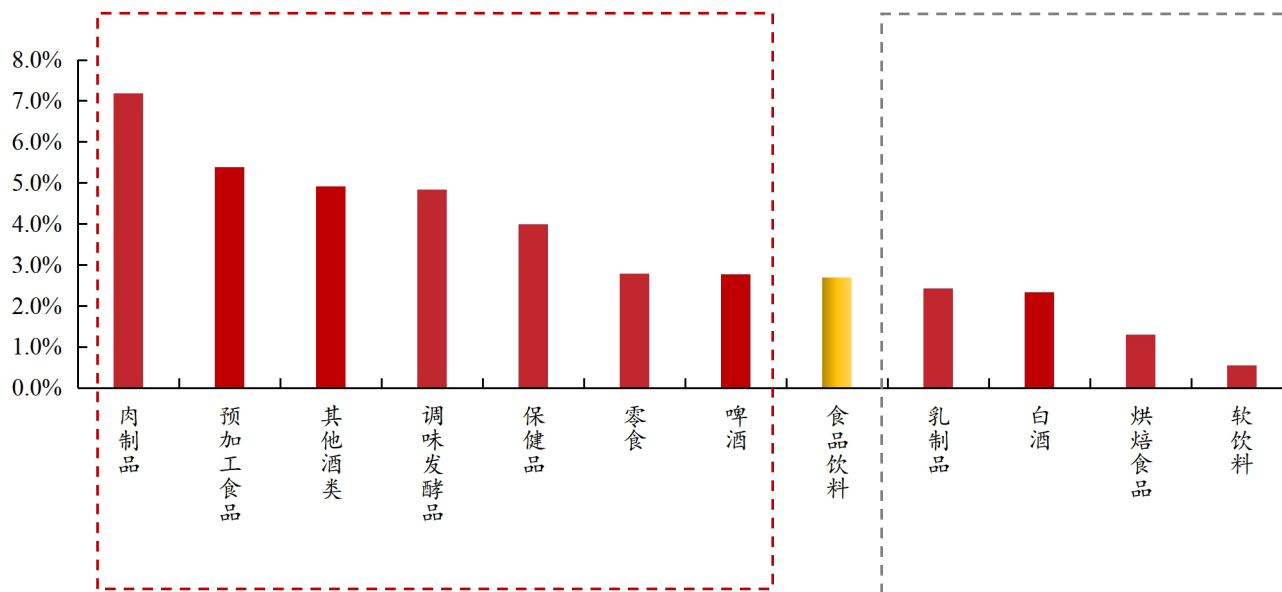


资料来源: Wind, 东亚前海证券研究所

2.2. 子板块行情

分子行业来看，上周食品饮料各子板块多数上涨。肉制品、预加工食品、其他酒类、调味发酵品、保健品、零食、啤酒跑赢食品饮料板块指数。子板块涨跌幅依次为肉制品(7.20%)、预加工食品(5.40%)、其他酒类(4.94%)、调味发酵品(4.87%)、保健品(4.02%)、零食(2.82%)、啤酒(2.79%)、乳制品(2.45%)、白酒(2.35%)、烘焙食品(1.25%)、软饮料(0.58%)。

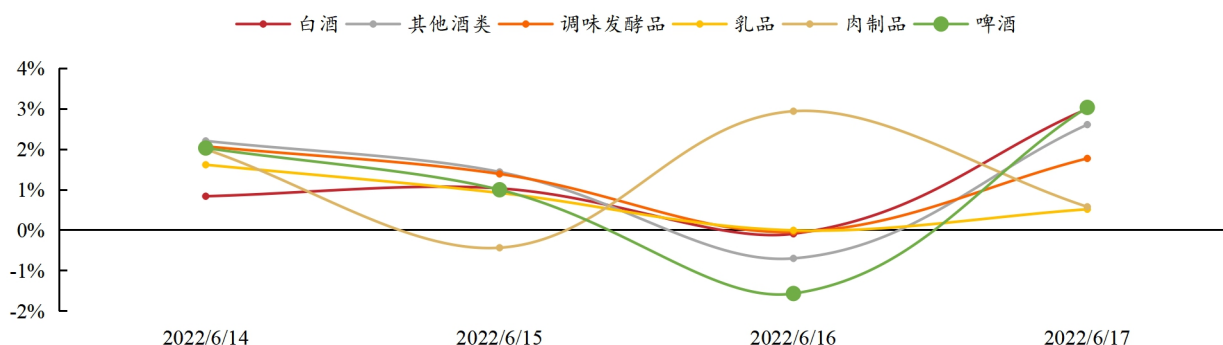
图表 3. 肉制品、预加工食品、其他酒类、调味发酵品、保健品、零食、啤酒跑赢食品饮料板块指数



资料来源：Wind，东亚前海证券研究所
注：纵坐标为上周食品饮料子板块涨跌幅

从上周各日的走势来看，大部分子板块全周呈现出先涨后跌再涨的趋势。对于白酒板块而言，近三日的涨跌幅分别为 2.99%、-0.09%、1.03%；对于啤酒板块而言，近三日的涨跌幅分别为 3.03%、-1.57%、0.99%。

图表 4. 上周主要子板块全周呈现先涨后跌再涨的趋势

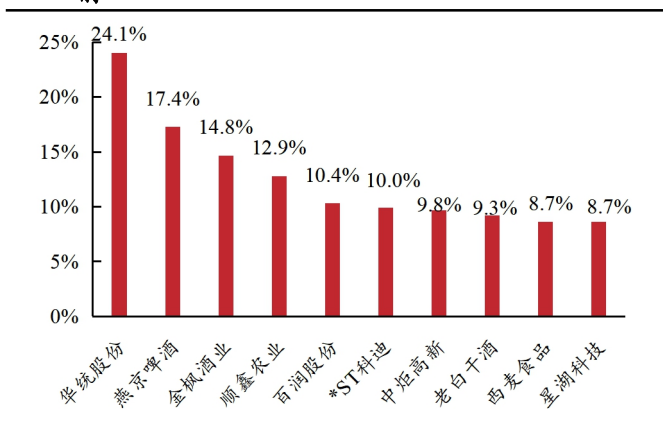


资料来源：Wind，东亚前海证券研究所

2.3. 个股行情

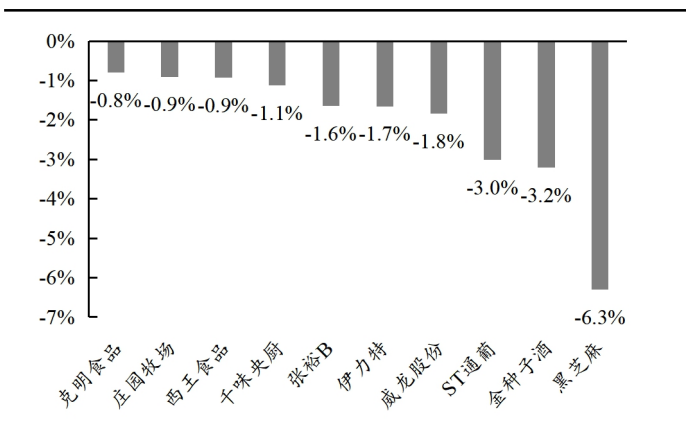
个股方面，上周华统股份、燕京啤酒、金枫酒业涨幅居前，黑芝麻、金种子酒、ST 通葡跌幅居前。

图表 5. 上周华统股份、燕京啤酒、金枫酒业涨幅居前



资料来源：Wind，东亚前海证券研究所

图表 6. 上周黑芝麻、金种子酒、ST 通葡跌幅居前



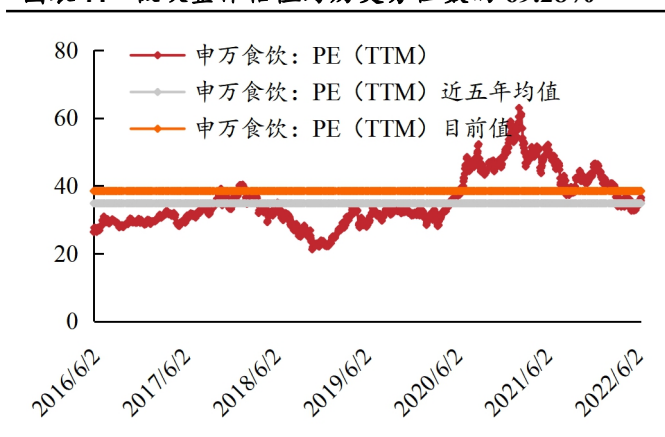
资料来源：Wind，东亚前海证券研究所

2.4. 板块估值水平

从整体的板块估值水平来看，目前食品饮料整体估值 PE (TTM) 约为 36.53，处于 2016 年至今历史分位数水平的约 69.28%，白酒子板块目前的估值 PE (TTM) 约为 38.58，处于 2016 年至今历史分位数水平的约 75.87%。

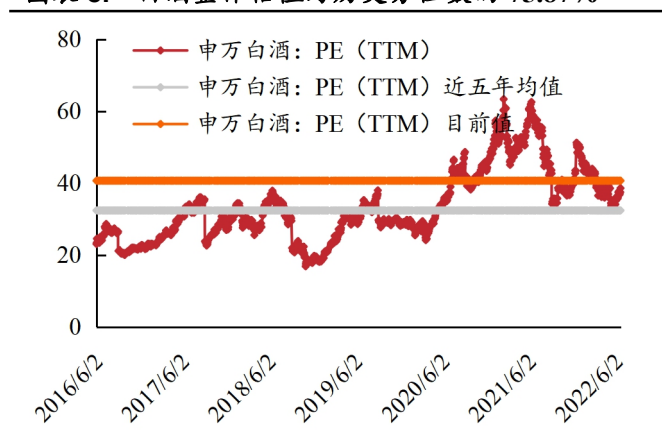
与前一周相比，食品饮料整体市盈率较为稳定，白酒市盈率也较为稳定。目前板块市盈率 PE (TTM) 排名前三位为其他酒类(64.63)、啤酒(46.94)、预加工食品(45.98)。

图表 7. 板块整体估值为历史分位数的 69.28%



资料来源：Wind，东亚前海证券研究所

图表 8. 白酒整体估值为历史分位数的 75.87%



资料来源：Wind，东亚前海证券研究所

3. 板块沪深港通活跃个股情况

上周 (06.13-06.17)，沪深港通各自前十大活跃个股中食品饮料行业公司共计三家，其中沪股通两家：伊利股份、贵州茅台；深股通一家：五粮液。

三家公司上周净买入额分别为：伊利股份(22.6 亿元)、五粮液(-7.37 亿元)、贵州茅台(6.3 亿元)，整体看来三家企业整体净买入 21.54 亿元。

图表 9. 上周食品饮料板块沪深港通活跃个股整周交易情况

沪深港通活跃个股	一周成交净买入(亿元)
伊利股份	22.60
五粮液	-7.37
贵州茅台	6.30

资料来源：Wind，东亚前海证券研究所

图表 10. 上周食品饮料板块沪深港通活跃个股每日交易情况

日期	沪股通 上榜公司	成交净买入 (亿元)	合计(亿元)	深股通 上榜公司	成交净买入 (亿元)	合计(亿元)
06.13	伊利股份	6.05	-4.55	五粮液	-2.68	-2.68
	贵州茅台	-10.60				
06.14	伊利股份	4.37	8.93	五粮液	0.05	0.05
	贵州茅台	4.56				
06.15	伊利股份	8.09	7.55	五粮液	-2.14	-2.14
	贵州茅台	-0.54				
06.16	伊利股份	4.10	6.11	五粮液	1.04	1.04
	贵州茅台	2.02				
06.17	贵州茅台	10.87	10.87	五粮液	-3.64	-3.64

资料来源：Wind，东亚前海证券研究所

4. 行业上游表现情况

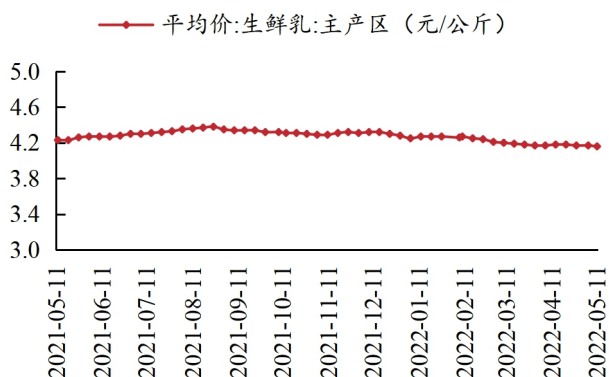
4.1. 原奶及牛奶价格

2022 年 06 月 08 日，生鲜乳主产区均价为 4.14 元/公斤，周度环比持平，年度同比下降 3.27%。短期看原奶价格仍处于高位态势，2021 年 8 月达到峰值的 4.38 元/公斤，近期震荡下跌。

2022 年 06 月 10 日，牛奶零售价为 12.98 元/升，周度环比上升 0.08%，年度同比上升 4.17%。

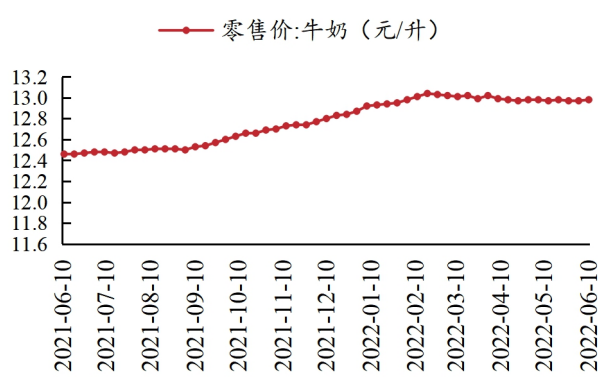
从长期的需求角度看，随着国人消费能力与健康需求不断提升，鲜奶尤其是低温奶渗透率逐渐提高，国内对原奶的高需求有望维持；从供给角度看，前几年由于环保等问题导致行业大洗牌叠加饲料价格上涨，国内原奶供给相对不足。因此需求上升叠加成本上涨或将推动本轮生鲜乳价格持续上升。

图表 11. 2022.06.08 生鲜乳主产区均价为 4.14 元/公斤



资料来源: Wind, 农业部, 东亚前海证券研究所

图表 12. 2022.06.10 牛奶零售价为 12.98 元/升

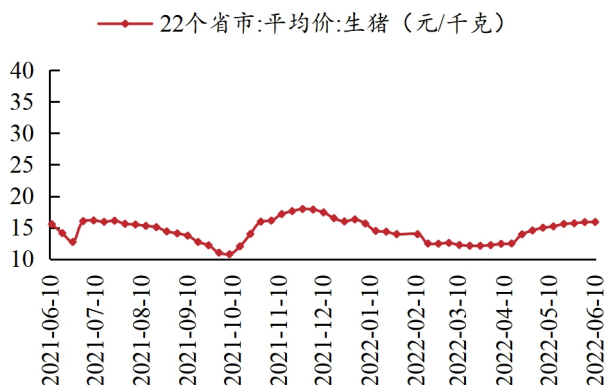


资料来源: Wind, 国家奶牛产业技术网, 东亚前海证券研究所

4.2. 生猪及猪肉价格

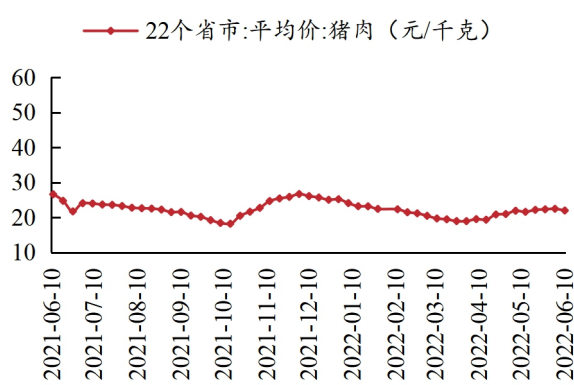
2022 年 06 月 10 日, 22 省市生猪平均价格为 15.9 元/公斤, 周度环比上升 0.13%, 年度同比下降 7.18%; 22 省市猪肉平均价格为 21.95 元/公斤, 周度环比下降 2.18%, 年度同比下降 20.24%。

图表 13. 2022.06.10 生猪平均价格为 15.9 元/公斤



资料来源: Wind, 中国畜牧业信息网, 东亚前海证券研究所

图表 14. 2022.06.10 猪肉平均价格为 21.95 元/公斤



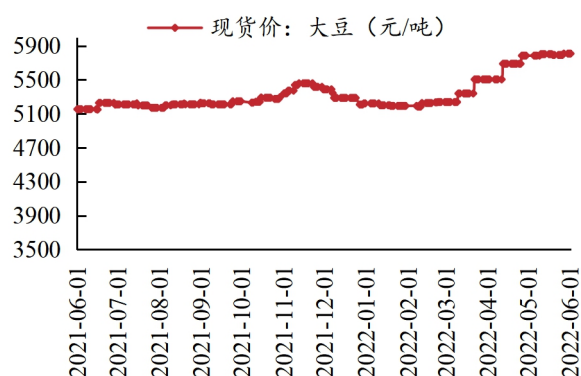
资料来源: Wind, 中国畜牧业信息网, 东亚前海证券研究所

4.3. 大豆及豆粕价格

2022 年 06 月 01 日, 大豆现货价为 5808.42 元/吨, 周度环比上升 0.27%, 年度同比上升 12.7%; 2022 年 06 月 01 日, 豆粕现货价为 4282.86 元/吨, 周度环比上升 0.48%, 年度同比上升 1878.92%。

短期来看, 2021 年国际疫情和相关自然灾害对大豆及豆粕的负面影响叠加供需情况偏紧张的局面, 大豆及豆粕价格预计将维持高位震荡格局。长期来看, 国际疫情形势向好、国内粮食大丰收等因素将逐渐改善粮价上涨的局面。

图表 15. 2022.06.01 大豆现货价为 5808.42 元/吨



资料来源：Wind，中国大豆网，东亚前海证券研究所

图表 16. 2022.06.01 豆粕现货价为 4282.86 元/吨

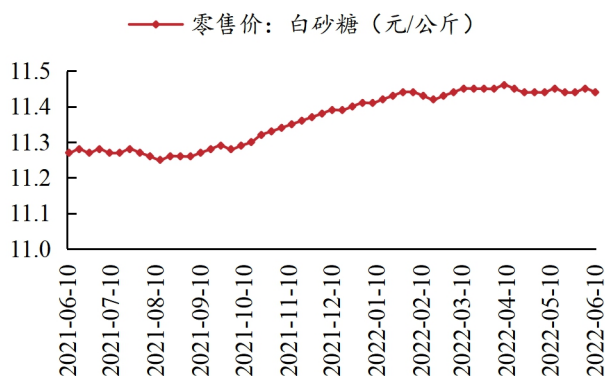


资料来源：Wind，中国大豆网，东亚前海证券研究所

4. 4. 白砂糖及柳糖价格

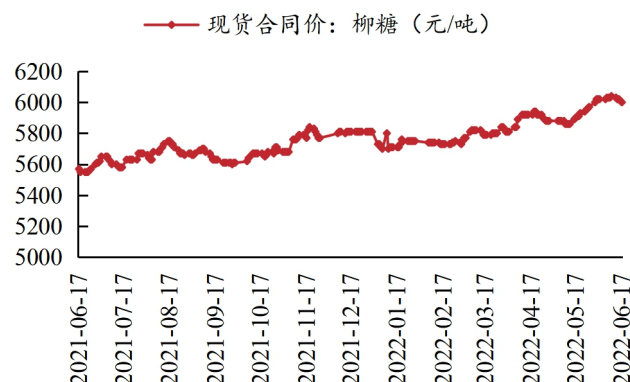
2022 年 06 月 10 日，白砂糖零售价为 11.44 元/公斤，周度环比下降 0.09%，年度同比上升 1.42%。2022 年 06 月 17 日，柳糖现货合同价为 6000 元/吨，周度环比下降 0.5%，年度同比上升 7.33%。长期来看，白糖处于历史价格区间叠加疫情好转后的市场复苏预期，大宗商品持续走高有望支撑糖价走高。

图表 17. 2022.06.10 白砂糖零售价为 11.44 元/公斤



资料来源：Wind，商务部，东亚前海证券研究所

图表 18. 2022.06.17 柳糖现货合同价为 6000 元/吨

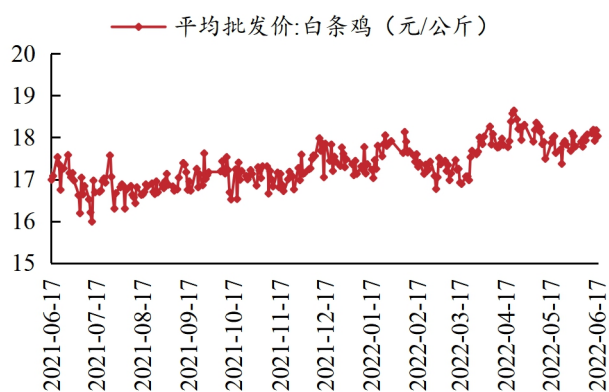


资料来源：Wind，东亚前海证券研究所

4. 5. 白条鸡及毛鸭价格

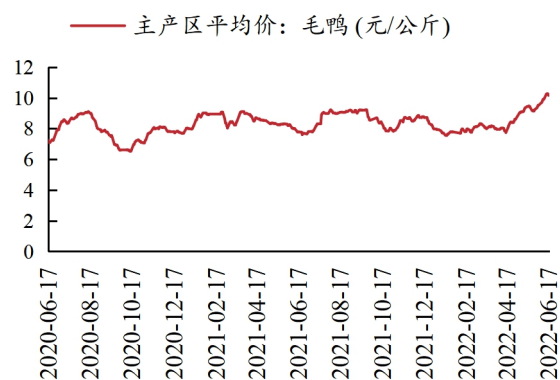
2022 年 06 月 17 日，白条鸡平均批发价为 18.03 元/公斤，周度环比下降 0.39%，年度同比上升 4.58%。2022 年 06 月 17 日，毛鸭主产区平均价为 10.13 元/公斤，周度环比下降 1.09%，年度同比上升 31.69%。整体看，价格整体处于合理区间范围内，短期价格波动属于正常价格调整。

图表 19. 2022.06.17 白条鸡平均批价为 18.03 元/公斤



资料来源: Wind, 商务部, 东亚前海证券研究所

图表 20. 2022.06.17 毛鸭主产区均价为 10.13 元/公斤



资料来源: Wind, 东亚前海证券研究所

5. 重点白酒价格情况

图表 21. 重点白酒价格情况

	品名	规格	原箱价						
			6/11	6/12	6/13	6/14	6/15	6/16	6/17
贵州茅台	飞天 (2022)	53%vol 500ml	3030	3090	3090	3090	3080	3080	3080
	飞天 (2021)	53%vol 500ml	3040	3100	3100	3100	3090	3090	3090
	飞天 (2020)	53%vol 500ml	3050	3120	3120	3120	3120	3120	3120
	飞天 (2019)	53%vol 500ml	3090	3150	3150	3150	3150	3150	3150
	品名	规格	6/11	6/12	6/13	6/14	6/15	6/16	6/17
	飞天 (2022)	53%vol 500ml	2760	2800	2800	2775	2775	2775	2775
	飞天 (2021)	53%vol 500ml	2770	2810	2810	2785	2785	2785	2785
	飞天 (2020)	53%vol 500ml	2800	2850	2850	2840	2840	2840	2840
	飞天 (2019)	53%vol 500ml	2920	2920	2920	2950	2950	2950	2950
	品名	规格	6/11	6/12	6/13	6/14	6/15	6/16	6/17
	十五年	53%vol 500ml	6600	6650	6650	6650	6610	6590	6570
	精品茅台	53%vol 500ml	3520	3520	3520	3520	3520	3580	3565
	生肖 (虎年)	53%vol 500ml	3770	3770	3770	3780	3780	3780	3780
	生肖 (牛年)	53%vol 500ml	3700	3700	3700	3700	3700	3700	3700
五粮液	生肖 (鼠年)	53%vol 500ml	3910	3910	3920	3920	3920	3910	3900
	生肖 (猪年)	53%vol 500ml	3910	3910	3910	3950	3950	3950	3900
	品名	规格	6/11	6/12	6/13	6/14	6/15	6/16	6/17
	普五	52%vol 500ml	975	970	970	970	970	970	970
	普五 (七代)	52%vol 500ml	965	965	965	965	965	965	965
	1618	53%vol 500ml	965	965	965	965	965	965	965
泸州老窖	15 酱	50%vol 500ml	420	420	420	420	420	420	420
	10 年 (2005)	50%vol 500ml	1130	1130	1130	1130	1130	1130	1130
	品名	规格	6/11	6/12	6/13	6/14	6/15	6/16	6/17
	国窖1573	52%vol 500ml	915	915	915	915	915	920	920
	特曲	52%vol 500ml	270	270	270	270	270	270	270
	头曲	52%vol 500ml	53	53	53	55	55	55	57
洋河股份	窖龄30	52%vol 500ml	210	210	210	210	210	210	210
	窖龄60	52%vol 500ml	260	260	260	260	260	260	260
	窖龄90	52%vol 500ml	415	415	415	415	415	415	415
	品名	规格	6/11	6/12	6/13	6/14	6/15	6/16	6/17
	梦之蓝M9	52%vol 500ml	1170	1170	1170	1170	1170	1170	1170
	梦之蓝M6+	52%vol 550ml	642	642	642	642	642	642	642
	梦之蓝M6	52%vol 500ml	635	635	635	635	635	635	635
山西汾酒	梦之蓝M3	52%vol 500ml	457	457	457	457	457	457	457
	天之蓝	52%vol 500ml	305	305	305	305	305	305	305
	海之蓝	52%vol 500ml	143	143	143	143	143	143	143
	大曲 (青瓷)	52%vol 500ml	50	50	50	50	50	50	50
	品名	规格	6/11	6/12	6/13	6/14	6/15	6/16	6/17
	青花30	53%vol 500ml	830	830	830	830	830	830	830
古井贡酒	青花20	53%vol 500ml	365	365	365	365	365	365	362
	老白汾10	53%vol 500ml	120	120	120	120	120	120	120
	老白汾15	53%vol 500ml	160	160	160	160	160	160	160
	玻汾	53%vol 500ml	43	43	43	43	43	43	43
	品名	规格	6/11	6/12	6/13	6/14	6/15	6/16	6/17
酒鬼酒	古20	52%vol 500ml	550	550	550	550	550	550	550
	古16	52%vol 500ml	309	309	309	309	309	309	309
	古8	50%vol 500ml	202	202	202	202	202	202	202
	古5	50%vol 500ml	105	105	105	105	105	105	105
	品名	规格	6/11	6/12	6/13	6/14	6/15	6/16	6/17
酒鬼酒	内参	52%vol 500ml	810	810	810	810	810	810	810
	紫坛二十	52%vol 500ml	345	345	345	345	345	345	345
	红坛	52%vol 500ml	310	310	310	310	310	310	310
	黄坛	52%vol 468ml	195	195	195	195	195	195	195

资料来源：今日酒价，东亚前海证券研究所

6. 行业新闻及重点公司动态

6.1. 上周行业新闻动态

【京东超市一季度白酒报告：浓香超越酱香成行业龙头 清香等八大香型排座次】6月10日，京东超市发布《2022年一季度白酒消费趋势报告》。报告发现五大消费趋势，包括浓香型白酒成交额占比达46%，超越酱香型白酒；清香型白酒搜索量排名第一，未来潜力巨大；凤香、兼香等八大香型排座次；白酒消费呈两极分化，800元以上和300元以下产品受青睐；纯粮、年份酒等，消费者关注最高。报告还显示人群、地域消费三大特征，包括21-30岁的群体消费增速最快，年轻人成最大消费潜力股；北京更爱清香型，喝酱香型最多的是广东。白酒成交额增速排行榜20强出炉，北京二锅头品牌产品登上榜首。（证券市场红周刊）

【1919一门店经销衡昌烧坊“蹭茅台”虚假宣传被罚60万】酒类电商平台“1919”旗下一控股公司，因在未经授权的情况下使用“贵州省茅台酒厂”字样宣传经销的衡昌烧坊酒，被锦江市场监管局认定构成虚假商业宣传并罚款60万元。1919酒类连锁相关负责人对中国网财经记者表示，公司已于日前向成都市锦江区人民政府就成都市锦江区市场监督管理局作出的行政处罚决定提出行政复议申请，锦江区人民政府已受理，并就行政复议作出延期审理的决定。（中国网财经）

【纯粮国潮酒“喜士”获数百万元战略投资】白酒品牌喜士已经完成数百万元战略融资，融资资金将主要用于新品研发和渠道建设以及品牌推广。喜士成立于2020年，主打纯粮酿造，目前已推出光瓶口粮酒喜士1997系列，定价78元和定位婚宴、聚会、节日用酒等场景的喜士暴富两款浓香型产品，定价258元。艾媒咨询数据显示，2021年中国白酒市场规模将达6434亿元，同比增长10.2%。预计未来中国白酒行业发展稳定，营收和利润仍有较大空间，2025年将达9500亿元。从消费者角度看，多数中国消费者喜爱浓香型、酱香型两类白酒，占比分别为60.5%、56.2%。同时多数白酒消费者已经形成饮用白酒的习惯，有利于白酒行业发展。（IP财经）

【特斯拉起诉特斯拉啤酒侵权】特斯拉（上海）有限公司（以下简称“特斯拉公司”）近日因中饮食品有限公司（以下简称“中饮食品”）、广东中饮食品有限公司（以下简称“广东中饮”）在啤酒及苏打酒产品上使用标识“TESILA”，对这两家公司提起了商标侵权诉讼。案件将于6月23日在上海知识产权法院开庭。中饮食品现有的“特斯拉 TESLA MOTORS”商标，最早由福建亿翁贸易有限公司于2013年8月提交注册申请，2019年11月6日转让给陈娟，又于2021年2月27日转让给中饮食品。商标注册类别为第32类，注册项目包括“啤酒”等。此次纠纷，是因其在啤酒等商品上使用与注册商标相近的“TESILA”标识而被特斯拉公司告上法庭。（中国贸易报）

【习酒年内销售破百亿，完成半年计划】6月16日早间，贵州茅台酒厂（集团）习酒有限责任公司（以下简称“习酒”）通过官方微信公众号发布《致习酒全国经销商、合作伙伴，全体员工的感谢信》。习酒在信中表示，截至6月15日，公司年内销售已突破100亿元，完成上半年销售计划，实现时间过半任务过半，再创同期历史新高。根据茅台集团2021年年度报告，习酒2021年实现营业收入155.8亿元，同比增长71.4%，毛利率79.75%。（每日经济新闻）

【可口可乐公司与百富门公司合作，将联合推即饮鸡尾酒】可口可乐公司与百富门公司宣布双方将建立全球合作，共同推出标志性的杰克丹尼 & 可口可乐（Jack & Coke）即饮预调鸡尾酒。受酒吧经典鸡尾酒的启发，杰克丹尼&可口可乐即饮鸡尾酒将采用杰克丹尼田纳西州威士忌和“可口可乐”进行调制。可口可乐中国方面回应新京报记者称，该产品最早将于2022年底在墨西哥上市，随后陆续推向全球市场。这是一项全球合作，将来可口可乐会分享更多信息。（新京报）

6.2. 上周重点公司动态

【贵州茅台：2021年年度股东大会决议公告】公司审议通过了《关于调整茅台酒“十二五”扩建技改项目中华片区第二期茅台酒制酒工程技改项目投资额的议案》、《关于调整7号地块年产4000吨茅台酒制曲生产房及配套设施技改项目投资额的议案》等15项议案及其他重大事项。上述议案的重要内容包括会议同意，调整茅台酒“十二五”扩建技改项目中华片区第二期茅台酒制酒工程技改项目投资额，项目总投资由29.15亿元调整至37.32亿元，所需资金由公司自筹解决。会议同意，调整7号地块年产4000吨茅台酒制曲生产房及配套设施技改项目投资额，项目总投资由3.35亿元调整至4.62亿元，所需资金由公司自筹解决等。

【西麦食品：关于公司首次公开发行前已发行股份上市流通公告】经中国证券监督管理委员会《关于核准桂林西麦食品股份有限公司首次公开发行股票批复》、深圳证券交易所《关于桂林西麦食品股份有限公司人民币普通股股票上市的通知》同意，公司首次公开发行的人民币普通股（A股）股票2,000万股于2019年6月19日起上市交易。公司首次公开发行股票后，总股本为8,000万股，其中无限售条件流通股为2,000万股，有限售条件流通股为6,000万股。本次解除限售股份上市流通时间为2022年6月20日（星期一）。本次解除限售股份数量为126,243,768股，占公司股本总数的56.5412%。

【伊利股份：关于2022年度第十五期超短期融资券发行结果的公告】公司于2021年5月20日召开2020年年度股东大会，审议并通过了《公司

关于拟注册发行超短期融资券的议案》。公司于2022年6月15日成功发行了2022年度第十五期超短期融资券。公司本次共发行100元面值的超短期融资券15亿元，发行利率为2.00%，起息日为2022年6月15日，兑付日为2022年9月28日。该融资券由渤海银行股份有限公司承销，业务代码为012282114。

【双汇发展：关于使用闲置募集资金进行现金管理的进展公告】公司于2021年8月11日召开的第七届董事会第三十八次会议和第七届监事会第十八次会议，审议通过了《关于使用闲置募集资金进行现金管理的议案》，同意公司及子公司在确保不影响募投项目资金投入和资金安全的前提下，使用不超过30亿元闲置募集资金进行现金管理，期限为自第七届董事会第三十八次会议审批通过后十二个月内，额度内资金可以滚动使用。根据上述决议，公司于2022年6月14日使用闲置募集资金购买了中国银行股份有限公司的挂钩型结构性存款（机构客户）5000万元，预计年化收益率为1.50%-4.21%；购买了中国银行股份有限公司的挂钩型结构性存款（机构客户）5000万元，预计年化收益率为1.49%-4.20%。起息日为2022年6月14日，到期日为2022年8月10日。

【重庆啤酒：关于诉讼进展暨收到撤诉裁定的公告】原告重庆嘉威啤酒有限公司于2022年5月31日向重庆市第一中级人民法院申请撤回起诉，重庆一中院已裁定准予重庆嘉威撤诉。裁定撤诉案件中重庆嘉威的诉讼请求金额暂计人民币82,215万元及诉讼费用。公司于2020年10月9日披露了《重庆啤酒股份有限公司涉及诉讼公告》。公告显示，公司参股子公司重庆嘉威就其与公司的合同纠纷，于2020年9月27日向重庆一中院提交《民事起诉状》。

【光明乳业：关于公司非公开发行限售股上市流通公告】经中国证券监督管理委员会《关于核准光明乳业股份有限公司非公开发行股票批复》核准，公司非公开发行人民币普通股154,153,354股，分别由济宁惠圣产业投资合伙企业（有限合伙）、海南农垦农业二期私募股权投资基金合伙企业（有限合伙）等共计19家企业认购。本次非公开发行新增股份已于2021年12月20日在中国证券登记结算有限责任公司上海分公司办理完毕股份登记手续。本次上市流通的限售股为公司本次非公开发行股份，本次发行对象除公司外，新增股份自发行结束之日起6个月内不得转让，公司新增股份自发行结束之日起18个月内不得转让。

7. 风险提示

行业政策收紧风险：政府如若出台食品饮料行业标准等规定，有可能会抬高行业的进入壁垒。对于不符合标准的品牌和产品，消费者可能会减少购买或转而购买替代品。对此，厂商可能需要投入较多的资金和资源，才能够扭转消费者的既有印象和认知；

国内疫情扩散风险：疫情扰动加剧导致消费场景减少，会直接影响终端需求；在疫情防控下，交通物流受阻会影响到产品和原材料的运输，而且渠道建设工作也可能被延缓；

食品安全问题：伴随生活水平的提高，消费者对食品的安全性愈发重视。食品安全问题一旦发生，负面影响很有可能波及到整个行业，打击消费者的购买意愿。

特别声明

《证券期货投资者适当性管理办法》、《证券经营机构投资者适当性管理实施指引（试行）》已于2017年7月1日起正式实施。根据上述规定，东亚前海证券评定此研报的风险等级为R3（中风险），因此通过公共平台推送的研报其适用的投资者类别仅限定为专业投资者及风险承受能力为C3、C4、C5的普通投资者。若您并非专业投资者及风险承受能力为C3、C4、C5的普通投资者，请取消阅读，请勿收藏、接收或使用本研报中的任何信息。

因此受限于访问权限的设置，若给您造成不便，烦请见谅！感谢您给予的理解与配合。

分析师声明

负责准备本报告以及撰写本报告的所有研究分析师或工作人员在此保证，本研究报告中关于任何发行商或证券所发表的观点均如实反映分析人员的个人观点。负责准备本报告的分析师获取报酬的评判因素包括研究的质量和准确性、客户的反馈、竞争性因素以及东亚前海证券股份有限公司的整体收益。所有研究分析师或工作人员保证他们报酬的任何一部分不曾与，不与，也将不会与本报告中的具体的推荐意见或观点有直接或间接的联系。

分析师介绍

汪玲，东亚前海证券研究所大消费组长兼食品饮料首席。中央财经大学会计系。2021年加入东亚前海证券，多年消费品研究经验，善于从行业框架、产业发展规律挖掘公司价值。

投资评级说明

东亚前海证券行业评级体系：推荐、中性、回避

推荐：未来6—12个月，预计该行业指数表现强于同期市场基准指数。

中性：未来6—12个月，预计该行业指数表现基本与同期市场基准指数持平。

回避：未来6—12个月，预计该行业指数表现弱于同期市场基准指数。

市场基准指数为沪深300指数。

东亚前海证券公司评级体系：强烈推荐、推荐、中性、回避

强烈推荐：未来6—12个月，预计该公司股价相对同期市场基准指数涨幅在20%以上。该评级由分析师给出。

推荐：未来6—12个月，预计该公司股价相对同期市场基准指数涨幅介于5%—20%。该评级由分析师给出。

中性：未来6—12个月，预计该公司股价相对同期市场基准指数变动幅度介于-5%—5%。该评级由分析师给出。

回避：未来6—12个月，预计该公司股价相对同期市场基准指数跌幅在5%以上。该评级由分析师给出。

市场基准指数为沪深300指数。

分析、估值方法的局限性说明

本报告所包含的分析基于各种假设，不同假设可能导致分析结果出现重大不同。本报告采用的各种估值方法及模型均有其局限性，估值结果不保证所涉及证券能够在该价格交易。

免责声明

东亚前海证券有限责任公司经中国证券监督管理委员会批复，已具备证券投资咨询业务资格。

本报告由东亚前海证券有限责任公司（以下简称东亚前海证券）向其机构或个人客户（以下简称客户）提供，无意针对或意图违反任何地区、国家、城市或其它法律管辖区域内的法律法规。

东亚前海证券无需因接收人收到本报告而视其为客户。本报告是发送给东亚前海证券客户的，属于机密材料，只有东亚前海证券客户才能参考或使用，如接收人并非东亚前海证券客户，请及时退回并删除。

本报告所载的全部内容只供客户做参考之用，并不构成对客户的投资建议，并非作为买卖、认购证券或其它金融工具的邀请或保证。东亚前海证券根据公开资料或信息客观、公正地撰写本报告，但不保证该公开资料或信息内容的准确性或完整性。客户请勿将本报告视为投资决策的唯一依据而取代个人的独立判断。

东亚前海证券不需要采取任何行动以确保本报告涉及的内容适合于客户。东亚前海证券建议客户如有任何疑问应当咨询证券投资顾问并独自进行投资判断。本报告并不构成投资、法律、会计或税务建议或担保任何内容适合客户，本报告不构成给予客户个人咨询建议。

本报告所载内容反映的是东亚前海证券在发表本报告当日的判断，东亚前海证券可能发出其它与本报告所载内容不一致或有不同结论的报告，但东亚前海证券没有义务和责任去及时更新本报告涉及的内容并通知客户。东亚前海证券不对因客户使用本报告而导致的损失负任何责任。

本报告可能附带其它网站的地址或超级链接，对于可能涉及的东亚前海证券网站以外的地址或超级链接，东亚前海证券不对其内容负责。本报告提供这些地址或超级链接的目的纯粹是为了客户使用方便，链接网站的内容不构成本报告的任何部分，客户需自行承担浏览这些网站的费用或风险。

东亚前海证券在法律允许的情况下可参与、投资或持有本报告涉及的证券或进行证券交易，或向本报告涉及的公司提供或争取提供包括投资银行业务在内的服务或业务支持。东亚前海证券可能与本报告涉及的公司之间存在业务关系，并无需事先或在获得业务关系后通知客户。

除非另有说明，所有本报告的版权属于东亚前海证券。未经东亚前海证券事先书面授权，任何机构或个人不得以任何形式更改、复制、传播本报告中的任何材料，或以任何侵犯本公司版权的其他方式使用。所有在本报告中使用的商标、服务标识及标记，除非另有说明，均为东亚前海证券的商标、服务标识及标记。

东亚前海证券版权所有并保留一切权利。

机构销售通讯录

地区	联系人	联系电话	邮箱
北京地区	林泽娜	15622207263	linzn716@easec.com.cn
上海地区	朱虹	15201727233	zhuh731@easec.com.cn
广深地区	刘海华	13710051355	liuhh717@easec.com.cn

联系我们

东亚前海证券有限责任公司 研究所

北京地区：北京市东城区朝阳门北大街8号富华大厦A座二层

邮编：100086

上海地区：上海市浦东新区世纪大道1788号陆家嘴金控广场1号27楼

邮编：200120

广深地区：深圳市福田区中心四路1号嘉里建设广场第一座第23层

邮编：518046

公司网址：<http://www.easec.com.cn/>