



食品饮料

优于大市（维持）

证券分析师

花小伟

资格编号：S0120521020001

邮箱：huaxw@tebon.com.cn

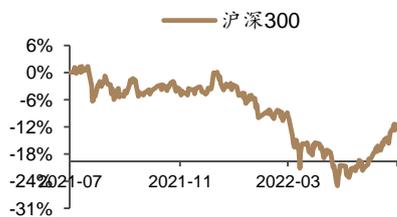
研究助理

李文华

资格编号：S0120121070024

邮箱：liwh5@tebon.com.cn

市场表现



相关研究

- 《泸州老窖 (000568.SZ)：百城融合计划积极推进，低度国窖逐步贡献增量》，2022.6.30
- 《白酒行业中期策略：看好疫后复苏，结构化趋势集中继续利好龙头》，2022.6.30
- 《酒鬼酒 (000799.SZ)：酒鬼升级继续，内参品牌深化，省内外以及专卖店并拓》，2022.6.28
- 《食品饮料行业周报：茅台股东大会信心延续，上游价格回落缓解大众食饮成本压力》，2022.6.27
- 《食品饮料行业周报 20220530-20220603-端午节动销符合预期，消费继续复苏向上》，2022.6.6

疫后复苏进入第二阶段，继续看多白酒板块

食品饮料行业周报 20220627-20220703

投资要点：

- **白酒：消费复苏从估值修复进入业绩改善的第二阶段，7-8月或迎来宴席补偿性小高潮。**上周白酒板块上涨3.85%，主要系全国行程卡取消星号、多地放宽出沪人员隔离政策等，疫情复苏进入第二阶段。茅台原箱/散装批价维持在3010/2720元，环比上周下滑50/30元。普五批价维持在965元，环比持平。本周泸州老窖召开股东大会，从边际增量来看：1) 公司对下半年消费复苏持相对乐观态度；2) 疫情期间老窖展开百城融合计划，拒绝“躺平”；3) 国窖和五粮液是竞合关系，共同做大千元价位。从二季度来看，我们预计22Q2收入20%左右增长。全年维度看，公司打造了国窖+特曲系列双轮驱动，预计今年低度国窖+老字号特曲+60版特曲会贡献较大增量。站在当下时点，在前期白酒板块估值修复的背景下，疫后全面复苏进入第二阶段：1) 稳增长政策下，居民部门的消费力得到回升，白酒价格带升级或在下半年开始新一轮周期；2) 疫情解封后，商务活动复苏和消费场景修复从EPS维度传导；3) 短期看，前期递延的宴席消费&升学宴等或在7-8月集中释放。继续重申我们的核心判断：疫后全面复苏开始进入第二阶段，继续看多白酒板块！当前白酒估值回落到较为舒适区间，随着后续华东复工复产的有序推进，长三角一体化带动下徽酒和苏酒相对受益。在价位段上，预计商务宴请较为集中的次高端价位段将会得到弹性复苏，继续围绕业绩确定性+疫后复苏主线展开，重点关注高端酒、汾酒酒鬼等次高端、老酒主线、徽酒古井等等。
- **啤酒：全国面上气温持续攀升，啤酒旺季呈现补偿性消费。**边际来看，在上海全面复工复产催化下，随着餐饮堂食和人员流动的有序放开，全国各地餐饮链开始出现一波补偿性消费，此外随着天气气温的日渐上升，啤酒作为夏季餐饮链中进攻属性较强品种，将充分享受消费场景复苏的红利。其次，22年前半段由于疫情冲击的影响，啤酒消费在流通渠道占比提升，后续随着餐饮的有序放开，啤酒高端化的进程将进一步得到高增延续。当前啤酒板块的估值已经回落至舒适区间，随着疫情防控措施的逐步放宽（例如全国面上行程卡取消星号等），餐饮等即饮渠道消费有望得到复苏，我们持续看好Q3旺季期间啤酒的动销表现。
- **软饮料：消费场景恢复刺激需求复苏，包材价格迎拐点。**我们预期随着线下消费场景逐步恢复、线上物流发货恢复常态，板块消费有望复苏。展望全年，营收端龙头农夫山泉产品推新迭代顺利、东鹏饮料全国化扩张稳步推进，未来营收稳健增长可期，成长潜力仍在；利润端近期包材PET/易拉罐/瓦楞纸价格较月内及年内高点均有所回落，软饮料板块包材成本占比高，若包材价格继续回落将缓解成本压力。
- **调味品：成本回落预期叠加需求回暖趋势，预期先行、复苏可期。**行业角度来看，需求和成本双压之下我们判断2022年为弱复苏态势。本周（及上周）板块股价表现亮眼，估值修复主因大众成本回落预期形成和疫情防控态势走好，后续板块需求和成本两端压力或得到不同程度缓释，有望助力行业实现恢复性增长。2022Q2以及下半年，成本和需求承压有望递减，在低基数助力之下，增速有望环比修复。
- **乳制品：原奶价格较稳定，乳制品消费具备刚性。**6月第4周生鲜乳平均价格4.13元/公斤，同比下降3.5%。疫情下各公司供应链受到一定扰动，但疫情不改居民对于乳制品等必需物资的需求量，乳制品消费意愿仍将保持。同时各家乳企将持续进行费用优化以及产品升级，2022年盈利能力向好。
- **速冻食品：疫后餐饮场景逐步恢复，B端需求修复可期。**疫后餐饮场景逐步恢复，B端需求修复中。在速冻主业方面，预期餐饮场景逐步恢复将带动B端需求恢复，此外行业内多公司纷纷布局预制菜，贡献新增量，安井食品成立安井小厨，未来聚焦B端、通过自有产能生产，与冻品先生OEM代工模式、C端为主的定位区别，

未来公司仍将“自产+代工+收购”三路并进提高在预制菜行业的份额，强化竞争力。利润端来看，当前大豆、油脂价格仍在高位，但猪肉采购成本显著下降，且行业竞争趋缓，提价已顺利传导，各公司盈利能力仍有提升空间。推荐壁垒深厚的龙头安井食品，建议关注产品渠道改革效果显著的三全食品。

- **卤制休闲：绝味开店顺利单店向好，休闲食品低基数下具备弹性。**绝味开店进展顺利，随着各地疫情缓解店铺经营恢复正常，单店有望环比提升。下半年星火燎原计划开展，下沉市场布局将带来更多增量。休闲食品板块展望 Q2 及全年，板块迎来低基数，收入端板块内部分公司内部改革、在渠道碎片化下进行的多渠道扩张效果显现，疫情恢复后营收增长有保障，且当前渠道库存低位下物流恢复后或有补库需求刺激；利润端多家公司 21 年提价红利释放、原材料压力缓和后盈利能力修复可期。推荐成本可控、提价传导顺畅下利润确定性高的洽洽食品；全渠道拓展进行中、利润端高弹性的盐津铺子。
- **冷冻烘焙：成本改善，看好下半年冷冻烘焙板块表现。**一方面，六月后各地疫情缓解，商超饼店恢复有序经营，销售端环比改善；另一方面，棕榈油价格持续下跌，从高点 1.6 万元/吨跌至约 1 万元/吨，油脂端价格回调使烘焙企业的成本端压力将得到缓解，预期三季度利润率或将提升。预计立高 22 年产能释放驱动业绩高增，新品上新挖掘潜在增长空间，渠道上公司发力开拓餐饮类客户，产能、品类、渠道上皆有增长点，我们认为冷冻烘焙业务将保持高增态势。随着成本端压力释出，利润将有更佳表现。
- **投资建议：白酒板块：**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，地产酒疫情下相对稳健，重点关注贵州茅台/五粮液/泸州老窖/山西汾酒/酒鬼酒/古井贡酒/洋河股份/今世缘/迎驾贡酒/水井坊/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，重点关注重庆啤酒/青岛啤酒/燕京啤酒/华润啤酒/珠江啤酒等。**其他酒饮板块：**预调酒、能量饮料均为长坡好赛道，重点关注百润股份/东鹏饮料/农夫山泉等。**调味品板块：**重点关注涪陵榨菜/海天味业/千禾味业/中炬高新/恒顺醋业等。**乳制品板块：**重点关注妙可蓝多/伊利股份/光明乳业/新乳业/蒙牛乳业等。**速冻食品板块：**重点关注安井食品/三全食品等。**卤制休闲板块：**围绕成长主线，关注渠道驱动，重点关注洽洽食品/绝味食品/周黑鸭/甘源食品/盐津铺子等。**冷冻烘焙板块：**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，重点关注立高食品/南侨食品/千味央厨等。
- **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：本周食品饮料行业上涨 3.85%.....	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.....	13
3.5. 肉制品价格数据追踪.....	14
3.6. 原材料价格追踪.....	14
4. 公司重要公告.....	15
5. 行业要闻.....	16
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 7 月 1 日前 10 行业估值水平.....	9
图 4: 截至 7 月 1 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: 2022 年饮料板块重点个股估值水平	10
图 8: 飞天茅台批价走势	11
图 9: 五粮液批价走势.....	11
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	12
图 15: 海外啤酒品牌价格走势.....	12
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.....	13
图 19: 葡萄酒当月进口情况	13
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	14
图 25: 生猪养殖利润指数	14
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.....	15
图 29: 瓦楞纸价格指数.....	15
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：消费复苏从估值修复进入业绩改善的第二阶段，7-8月或迎来宴席补偿性小高潮。上周白酒板块上涨3.85%，主要系全国行程卡取消星号、多地放宽出沪人员隔离政策等，疫情复苏进入第二阶段。茅台原箱/散装批价维持在3010/2720元，环比上周下滑50/30元。普五批价维持在965元，环比持平。本周泸州老窖召开股东大会，从边际增量来看：1) 公司对下半年消费复苏持相对乐观态度；2) 疫情期间老窖展开百城融合计划，拒绝“躺平”；3) 国窖和五粮液是竞合关系，共同做大千元价位。从二季度来看，我们预计22Q2收入20%左右增长。全年维度看，公司打造了国窖+特曲系列双轮驱动，预计今年低度国窖+老字号特曲+60版特曲会贡献较大增量。站在当下时点，在前期白酒板块估值修复的背景下，疫后全面复苏进入第二阶段：1) 稳增长政策下，居民部门的消费力得到回升，白酒价格带升级或在下半年开始新一轮周期；2) 疫情解封后，商务活动复苏和消费场景修复从EPS维度传导；3) 短期看，前期递延的宴席消费&升学宴等或在7-8月集中释放。继续重申我们的核心判断：疫后全面复苏开始进入第二阶段，继续看多白酒板块！当前白酒估值回落到较为舒适区间，随着后续华东复工复产的有序推进，长三角一体化带动下徽酒和苏酒相对受益。在价位段上，预计商务宴请较为集中的次高端价位段将会得到弹性复苏，继续围绕业绩确定性+疫后复苏主线展开，重点关注高端酒、汾酒酒鬼等次高端、老酒主线、徽酒古井等等。

啤酒：全国面上气温持续攀升，啤酒旺季呈现补偿性消费。边际来看，在上海全面复工复产催化下，随着餐饮堂食和人员流动的有序放开，全国各地餐饮链开始出现一波补偿性消费，此外随着天气气温的日渐上升，啤酒作为夏季餐饮链中进攻属性较强品种，将充分享受消费场景复苏的红利。其次，22年前半段由于疫情冲击的影响，啤酒消费在流通渠道占比提升，后续随着餐饮的有序放开，啤酒高端化的进程将进一步得到高增延续。当前啤酒板块的估值已经回落至舒适区间，随着疫情防控措施的逐步放宽（例如全国面上行程卡取消星号等），餐饮等即饮渠道消费有望得到复苏，我们持续看好Q3旺季期间啤酒的动销表现。

软饮料：消费场景恢复刺激需求复苏，包材价格迎拐点。我们预期随着线下消费场景逐步恢复、线上物流发货恢复常态，板块消费有望复苏。展望全年，营收端龙头农夫山泉产品推新迭代顺利、东鹏饮料全国化扩张稳步推进，未来营收稳健增长可期，成长潜力仍在；利润端近期包材PET/易拉罐/瓦楞纸价格较月内及年内高点均有所回落，软饮料板块包材成本占比高，若包材价格继续回落将缓解成本压力。

调味品：成本回落预期叠加需求回暖趋势，预期先行、复苏可期。行业角度来看，需求和成本双压之下我们判断2022年为弱复苏态势。本周（及上周）板块股价表现亮眼，估值修复主因大众成本回落预期形成和疫情防控态势走好，后续板块需求和成本两端压力或得到不同程度缓释，有望助力行业实现恢复性增长。2022Q2以及下半年，成本和需求承压有望递减，在低基数助力之下，增速有望环比修复。

乳制品：原奶价格较稳定，乳制品消费具备刚性。6月第4周生鲜乳平均价格4.13元/公斤，同比下降3.5%。疫情下各公司供应链受到一定扰动，但疫情不改居民对于乳制品等必需物资的需求量，乳制品消费意愿仍将保持。同时各家乳

企将持续进行费用优化以及产品升级，2022年盈利能力向好。

速冻食品：疫后餐饮场景逐步恢复，B端需求修复可期。疫后餐饮场景逐步恢复，B端需求修复中。在速冻主业方面，预期餐饮场景逐步恢复将带动B端需求恢复，此外行业内多公司纷纷布局预制菜，贡献新增量，安井食品成立安井小厨，未来聚焦B端、通过自有产能生产，与冻品先生OEM代工模式、C端为主的定位区别，未来公司仍将“自产+代工+收购”三路并进提高在预制菜行业的份额，强化竞争力。利润端来看，当前大豆、油脂价格仍在高位，但猪肉采购成本显著下降，且行业竞争趋缓，提价已顺利传导，各公司盈利能力仍有提升空间。推荐壁垒深厚的龙头安井食品，建议关注产品渠道改革效果显著的三全食品。

卤制休闲：绝味开店顺利单店向好，休闲食品低基数下具备弹性。绝味开店进展顺利，随着各地疫情缓解店铺经营恢复正常，单店有望环比提升。下半年星火燎原计划开展，下沉市场布局将带来更多增量。休闲食品板块展望Q2及全年，板块迎来低基数，收入端板块内部分公司内部改革、在渠道碎片化下进行的多渠道扩张效果显现，疫情恢复后营收增长有保障，且当前渠道库存低位下物流恢复后或有补库需求刺激；利润端多家公司21年提价红利释放、原材料压力缓和后盈利能力修复可期。推荐成本可控、提价传导顺畅下利润确定性高的洽洽食品；全渠道拓展进行中、利润端高弹性的盐津铺子。

冷冻烘焙：成本改善，看好下半年冷冻烘焙板块表现。一方面，六月后各地疫情缓解，商超饼店恢复有序经营，销售端环比改善；另一方面，棕榈油价格持续下跌，从高点1.6万元/吨跌至约1万元/吨，油脂端价格回调使烘焙企业的成本端压力将得到缓解，预期三季度利润率或将提升。预计立高22年产能释放驱动业绩高增，新品上新挖掘潜在增长空间，渠道上公司发力开拓餐饮类客户，产能、品类、渠道上皆有增长点，我们认为冷冻烘焙业务将保持高增态势。随着成本端压力释出，利润将有更佳表现。

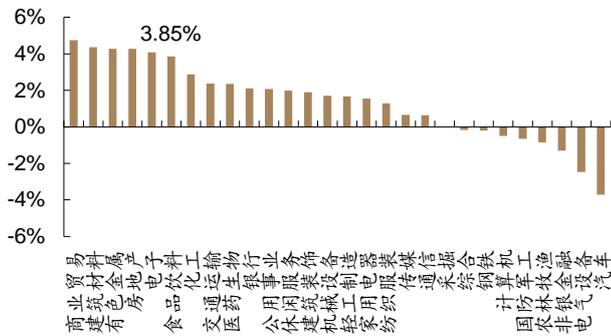
投资建议：白酒板块：高端白酒配置价值明显，次高端仍处向上周期，坚守成长龙头，地产酒疫情下相对稳健，重点关注贵州茅台/五粮液/泸州老窖/山西汾酒/酒鬼酒/古井贡酒/洋河股份/今世缘/迎驾贡酒/水井坊/口子窖等。**啤酒板块：**高端化继续加速，短期销量波动不改业绩向上趋势，重点关注重庆啤酒/青岛啤酒/燕京啤酒/华润啤酒/珠江啤酒等。**其他酒饮板块：**预调酒、能量饮料均为长坡好赛道，重点关注百润股份/东鹏饮料/农夫山泉等。**调味品板块：**重点关注涪陵榨菜/海天味业/千禾味业/中炬高新/恒顺醋业等。**乳制品板块：**重点关注妙可蓝多/伊利股份/光明乳业/新乳业/蒙牛乳业等。**速冻食品板块：**重点关注安井食品/三全食品等。**卤制休闲板块：**围绕成长主线，关注渠道驱动，重点关注洽洽食品/绝味食品/周黑鸭/甘源食品/盐津铺子等。**冷冻烘焙板块：**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，重点关注立高食品/南侨食品/千味央厨等

2. 行情回顾

2.1. 板块指数表现：本周食品饮料行业上涨 3.85%

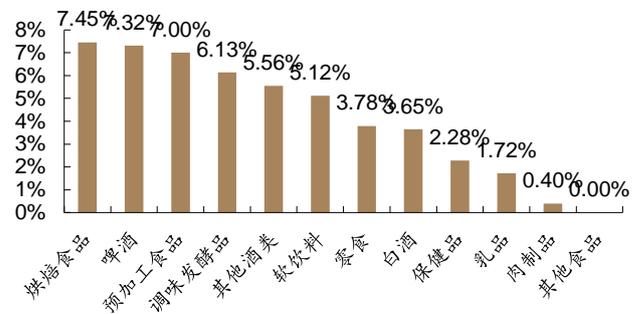
本周食品饮料板块跑赢沪深 300 指数 2.21pct。本周沪深 300 上涨 2.64%，食品饮料板块上涨 3.85%，位居申万一级行业第 6 位。

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

本周食品饮料子行业多数上涨。其中，烘焙食品 (+7.45%) 涨幅最大，啤酒 (+7.32%) 次之，预加工食品 (+7.00%)、调味发酵品 (+6.13%) 等板块也有涨幅。此外，肉制品 (+0.40%)、乳品 (+1.72%) 和保健品 (+2.28%) 等板块上涨幅度较小。

2.2. 个股表现

本周饮料板块中，百润股份 (+13.15%) 涨幅最大，香飘飘 (+12.58%)、五粮液 (+11.42%)、兰州黄河 (+10.22%)、重庆啤酒 (+9.07%) 涨幅居前；ST 通葡 (-3.75%)、金种子酒 (-3.30%)、古越龙山 (-2.94%)、酒鬼酒 (-1.94%)、莫高股份 (-1.43%) 跌幅相对居前。

本周食品板块中，仙乐健康 (+21.70%) 涨幅最大，天味食品 (+14.18%)、绝味食品 (+13.41%)、甘源食品 (+12.30%)、中炬高新 (+11.39%) 涨幅居前；ST 麦趣 (-8.77%)、星湖科技 (-7.39%)、双塔食品 (-3.94%)、华统股份 (-3.06%)、洽洽食品 (-0.94%) 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)	本周涨跌幅	证券代码	证券简称	收盘价 (元)	本周涨跌幅
002568.SZ	百润股份	31.5	13.15%	600365.SH	ST 通葡	4.36	-3.75%
603711.SH	香飘飘	13.34	12.58%	600199.SH	金种子酒	28.16	-3.30%
000858.SZ	五粮液	203	11.42%	600059.SH	古越龙山	10.88	-2.94%
000929.SZ	兰州黄河	9.06	10.22%	000799.SZ	酒鬼酒	181.39	-1.94%
600132.SH	重庆啤酒	144.96	9.07%	600543.SH	莫高股份	6.22	-1.43%

资料来源：Wind，德邦研究所

表 2: 本周食品板块个股涨跌幅

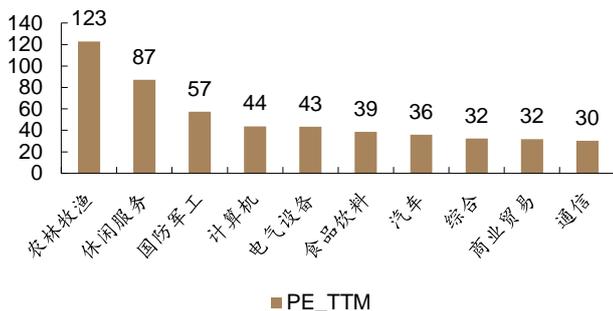
周涨幅居前				周跌幅居前			
证券代码	证券简称	收盘价(元)	本周涨跌幅	证券代码	证券简称	收盘价(元)	本周涨跌幅
300791.SZ	仙乐健康	32.98	21.70%	002719.SZ	*ST 麦趣	8.01	-8.77%
603317.SH	天味食品	28.18	14.18%	600866.SH	星湖科技	6.27	-7.39%
603517.SH	绝味食品	56	13.41%	002481.SZ	双塔食品	8.28	-3.94%
002991.SZ	甘源食品	69.29	12.30%	002840.SZ	华统股份	18.37	-3.06%
600872.SH	中炬高新	34.9	11.39%	002557.SZ	洽洽食品	54.73	-0.94%

资料来源: Wind, 德邦研究所

2.3. 估值情况: 估值保持稳定

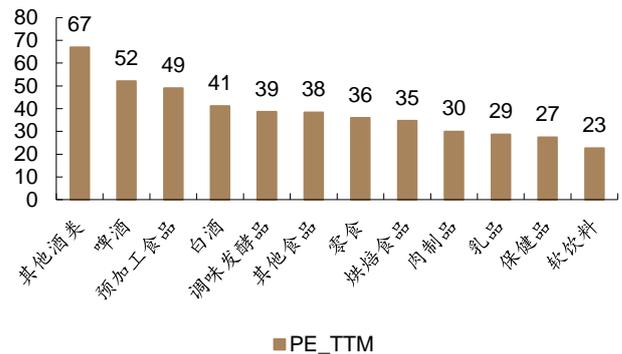
食品饮料板块估值保持稳定, 各子板块估值也保持稳定。截至 7 月 1 日, 食品饮料板块整体估值 38.79x, 位居申万一级行业第 6 位, 远高于沪深 300(12.94x) 整体估值。分子行业来看, 其他酒类(66.93x)、啤酒(52.11x)、预加工食品(49.01x) 估值相对居前, 软饮料(22.65x)、保健品(27.343x)、乳品(28.67x) 估值相对较低。

图 3: 截至 7 月 1 日前 10 行业估值水平



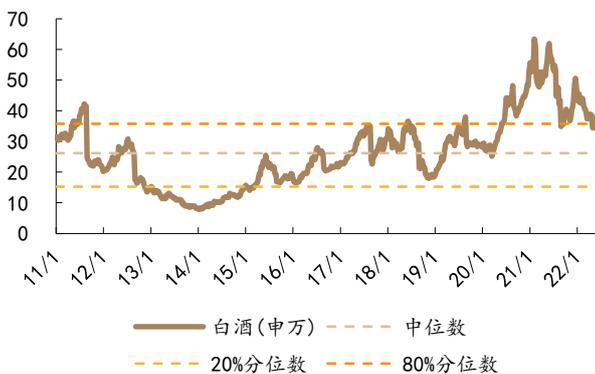
资料来源: Wind, 德邦研究所

图 4: 截至 7 月 1 日食品饮料子行业估值水平



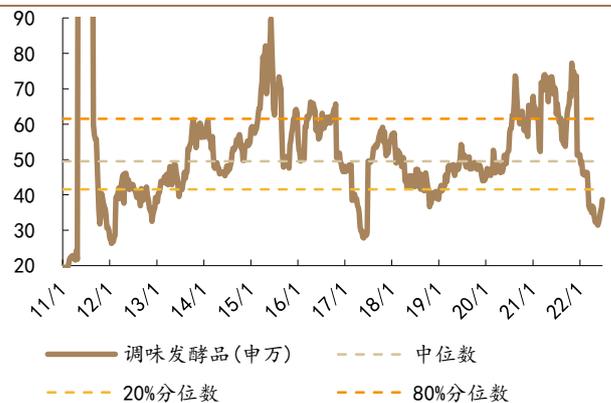
资料来源: Wind, 德邦研究所

图 5: 白酒行业估值水平



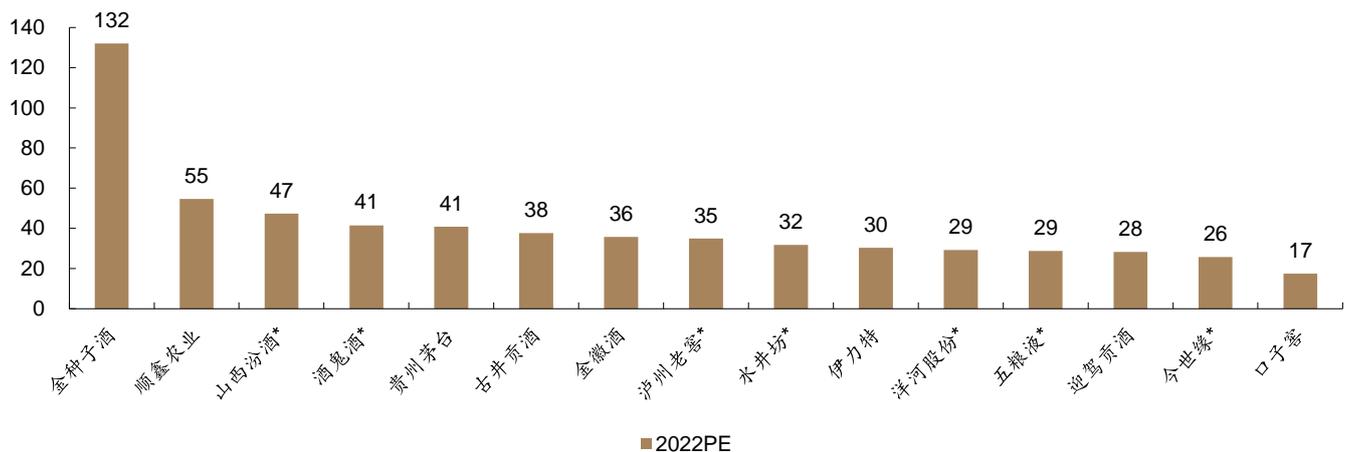
资料来源: Wind, 德邦研究所

图 6: 调味品行业估值水平



资料来源: Wind, 德邦研究所

图 7：2022 年饮料板块重点个股估值水平



资料来源：Wind，德邦研究所

备注：标注*采用德邦研究所预测，其余来自 Wind 一致预期

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五粮液，成交净买入 15.26 亿元；陆股通持股标的中，洽洽食品（20.63%）、伊利股份（18.24%）、涪陵榨菜（10.72%）、重庆啤酒（9.21%）、汤臣倍健（7.32%）持股排名居前。本周食品饮料板块北向资金增持个股较多，其中老白干酒（+0.84%）增持最多，中炬高新（-0.66%）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	20.63	0.29	600300.SH	维维股份	0.01	0
600887.SH	伊利股份	18.24	0.38	002515.SZ	金字火腿	0.01	0
002507.SZ	涪陵榨菜	10.72	0.23	603156.SH	养元饮品	0.02	0
600132.SH	重庆啤酒	9.21	-0.04	600059.SH	古越龙山	0.02	0
300146.SZ	汤臣倍健	7.32	-0.07	603719.SH	良品铺子	0.02	0

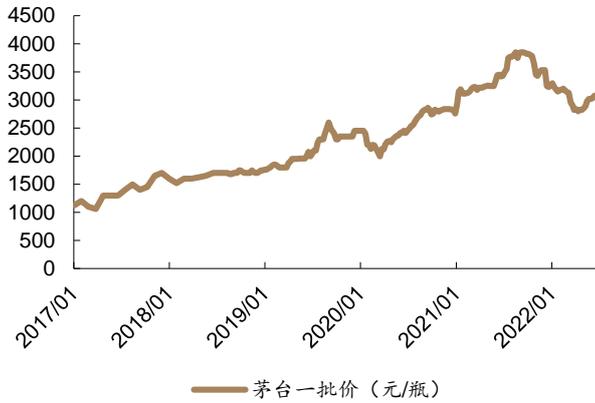
资料来源：Wind，德邦研究所

3. 重点数据追踪

3.1. 白酒价格数据追踪

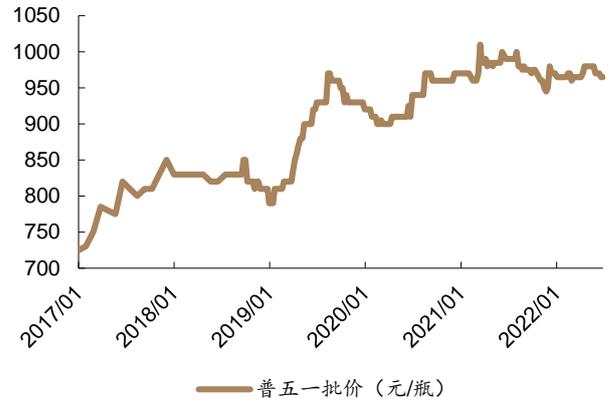
根据今日酒价数据，7月1日飞天茅台一批价 3030 元，较前一周下跌 0.98%；八代普五一批价 965 元，较前一周持平。2022 年 5 月，全国白酒产量 56.30 万千升，同比上涨 2.20%；2022 年 5 月全国 36 大中城市 500ml 左右 52 度高档白酒价格 1253.54 元/瓶，环比 4 月上涨 0.66%；全国 36 大中城市 500ml 左右 52 度中低档白酒均价 182.79 元/瓶，环比 4 月上涨 0.45%。

图 8：飞天茅台批价走势



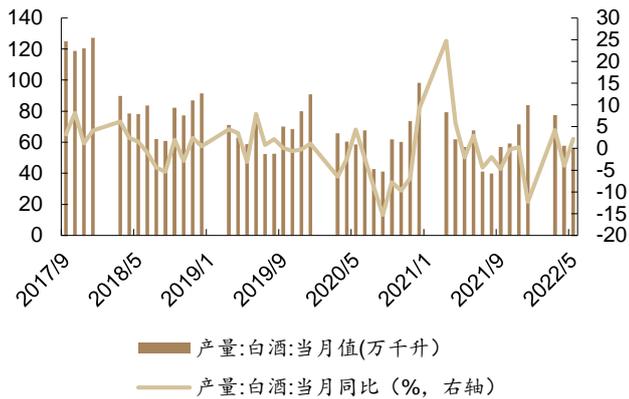
资料来源：今日酒价，德邦研究所

图 9：五粮液批价走势



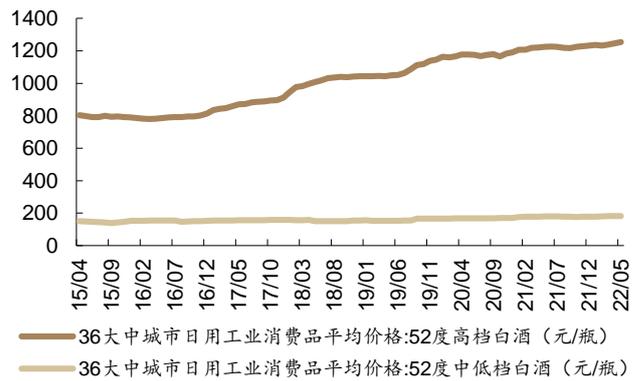
资料来源：今日酒价，德邦研究所

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)



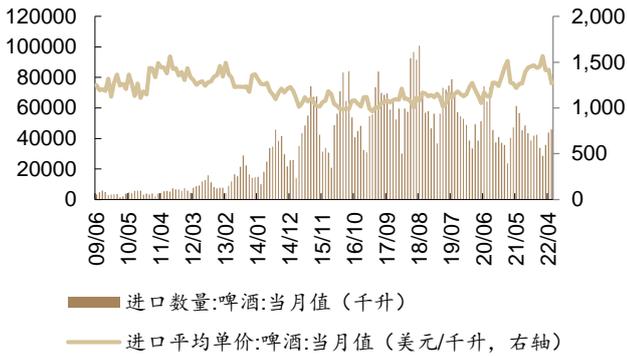
资料来源：Wind，德邦研究所

3.2. 啤酒价格数据追踪

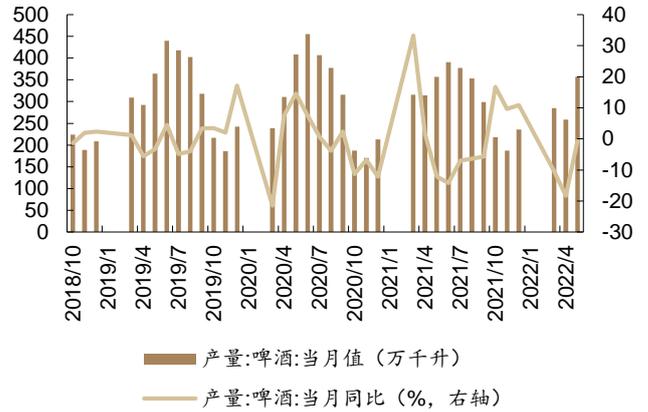
2022 年 5 月，啤酒当月产量 356.70 万千升，同比下跌 0.70%。

图 12：进口啤酒月度量价数据

图 13：啤酒月度产量数据

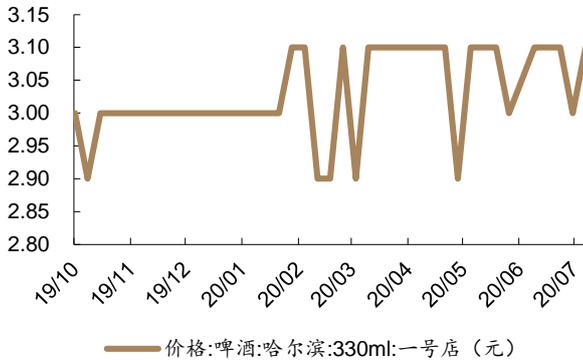


资料来源：Wind，德邦研究所



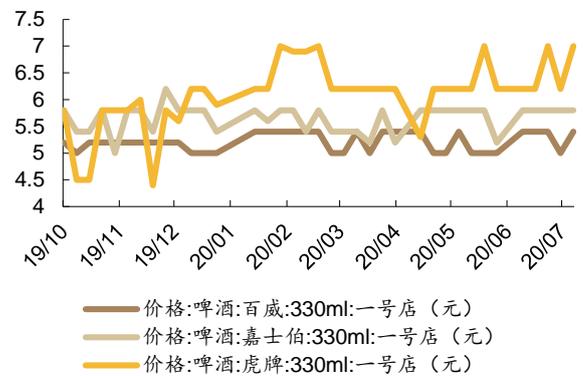
资料来源：Wind，德邦研究所

图 14: 哈尔滨啤酒价格走势



资料来源：Wind，德邦研究所

图 15: 海外啤酒品牌价格走势

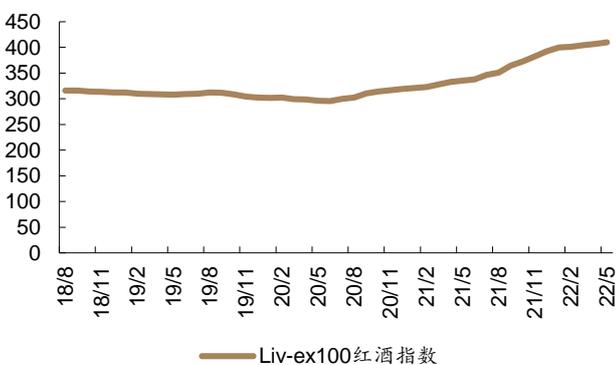


资料来源：Wind，德邦研究所

3.3. 葡萄酒价格数据追踪

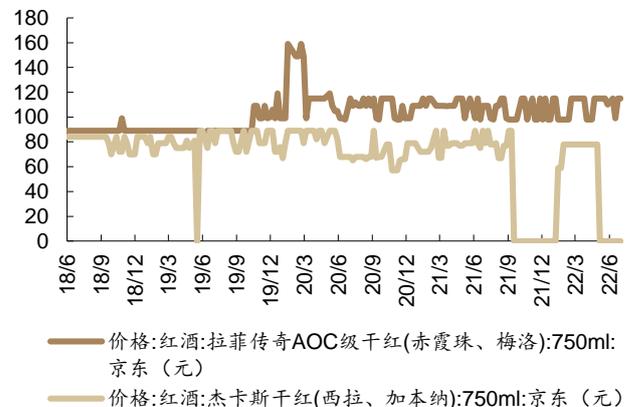
2022年5月，葡萄酒当月产量1.30万千升，同比下跌38.10%。

图 16: Liv-ex100 红酒价格指数



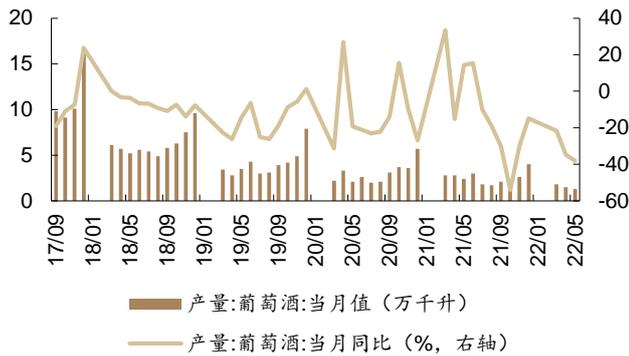
资料来源：Wind，德邦研究所

图 17: 国外葡萄酒价格情况



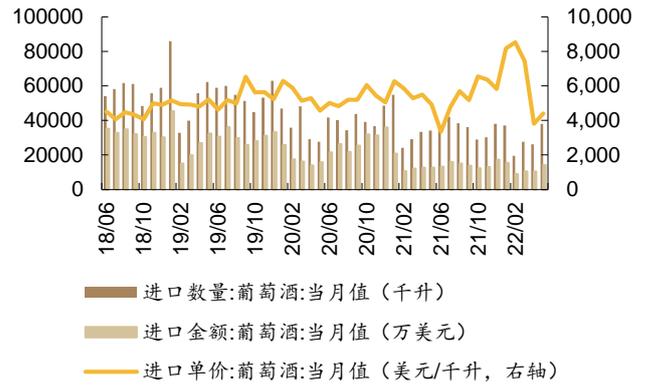
资料来源：Wind，德邦研究所

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

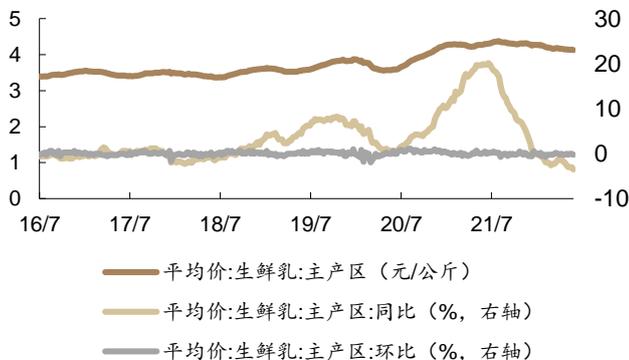


资料来源: Wind, 德邦研究所

3.4. 乳制品价格数据追踪

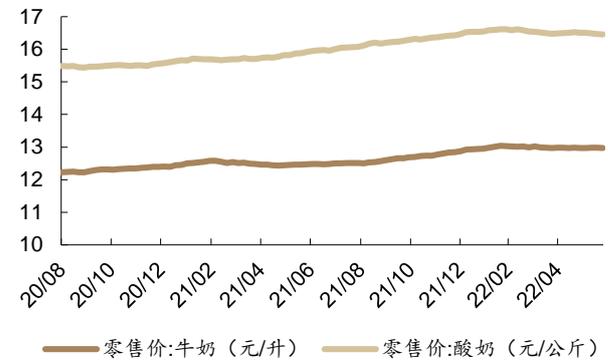
2022 年 6 月 22 日,主产区生鲜乳平均价格 4.13 元/公斤,较上周下跌 0.24%; 6 月 24 日,牛奶零售价 12.97 元/升,较上周下跌 0.08%; 酸奶零售价 16.46 元/公斤,较前一周下跌 0.06%。2022 年 6 月 24 日国产婴幼儿奶粉零售均价 218.13 元/公斤,较前一周下跌 0.12%; 6 月 24 日,进口婴幼儿奶粉零售均价 268.12 元/公斤,较前一周下跌 0.07%; 2022 年 5 月 20 日,芝加哥脱脂奶粉现货价为 180.00 美分/磅,较前一周上涨 3.75%。

图 20: 生鲜乳价格指数



资料来源: Wind, 德邦研究所

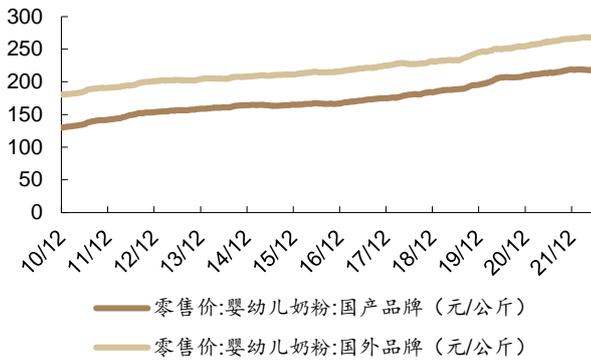
图 21: 酸奶&牛奶零售价指数



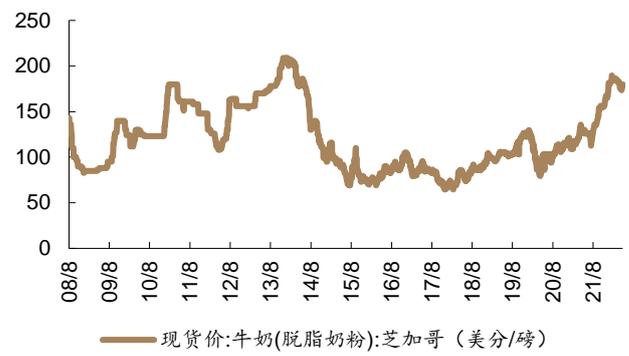
资料来源: Wind, 德邦研究所

图 22: 婴幼儿奶粉零售价指数

图 23: 海外牛奶现货价指数



资料来源: Wind, 德邦研究所

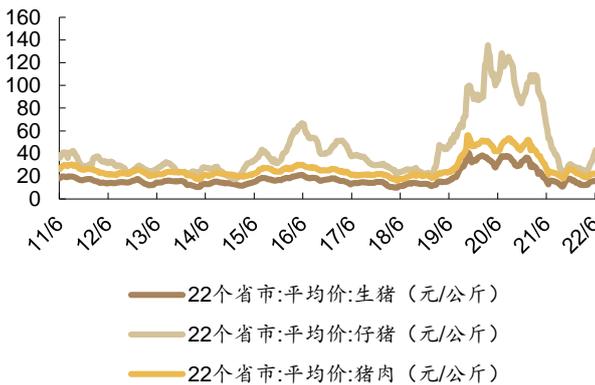


资料来源: Wind, 德邦研究所

3.5. 肉制品价格数据追踪

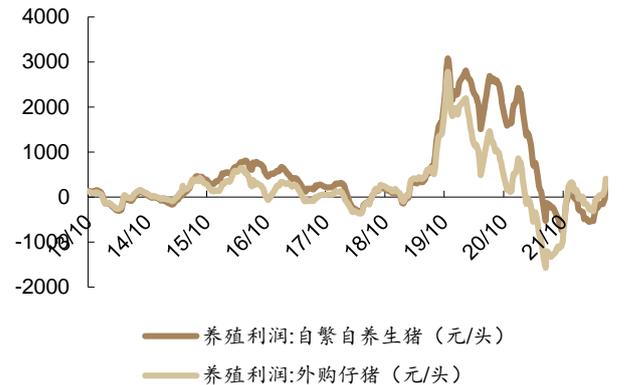
2022年6月17日, 22省市生猪平均价格16.32元/公斤, 较前一周上涨2.64%; 22省市仔猪平均价格43.38元/公斤, 较前一周上涨3.95%; 22省市猪肉平均价格22.29元/公斤, 较前一周上涨1.55%。

图 24: 国内猪肉价格指数



资料来源: Wind, 德邦研究所

图 25: 生猪养殖利润指数



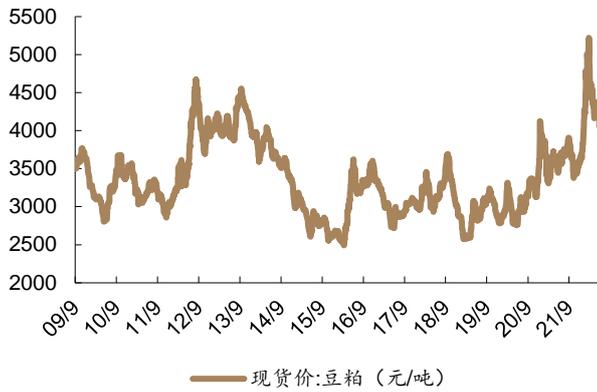
资料来源: Wind, 德邦研究所

3.6. 原材料价格追踪

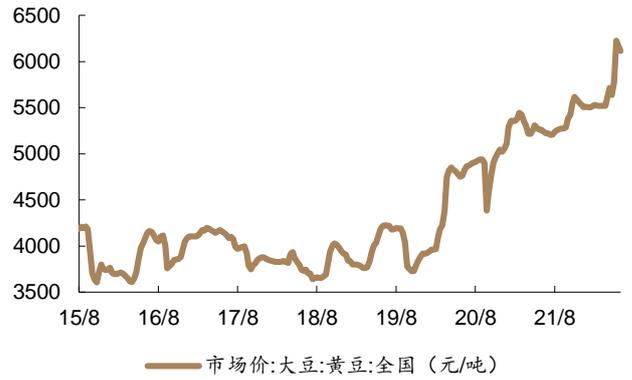
2022年7月1日豆粕现货价4156.86元/吨, 较6月24日上涨2.56%; 6月24日天津箱板纸5650元/吨, 较6月17日持平; 瓦楞纸4180元/吨, 较6月17日持平; 2021年7月9日中国塑料价格指数1043.09; 2022年6月30日OPEC一揽子原油价115.61美元/桶, 较6月23日上涨4.07%。

图 26: 豆粕现货价格指数

图 27: 全国大豆市场价格指数

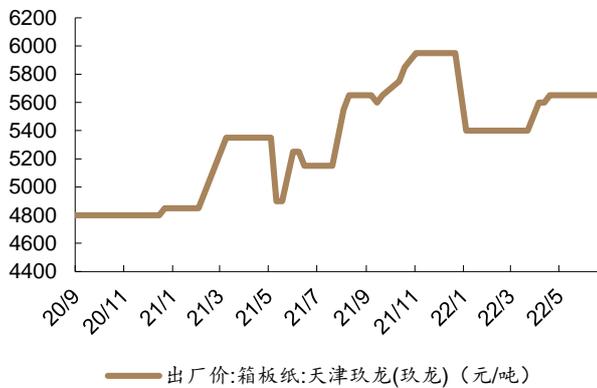


资料来源: Wind, 德邦研究所



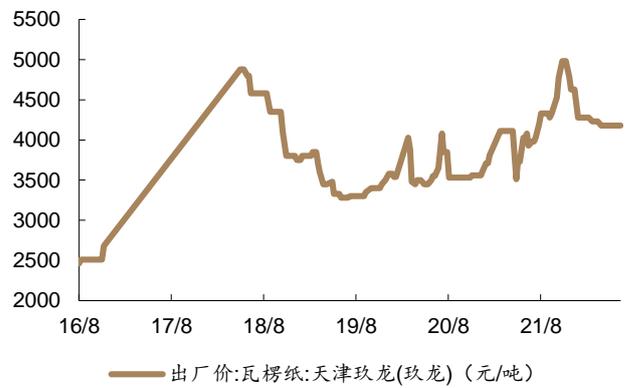
资料来源: Wind, 德邦研究所

图 28: 箱板纸价格指数



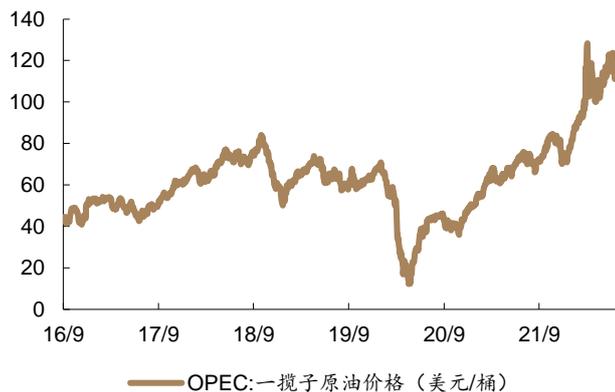
资料来源: Wind, 德邦研究所

图 29: 瓦楞纸价格指数



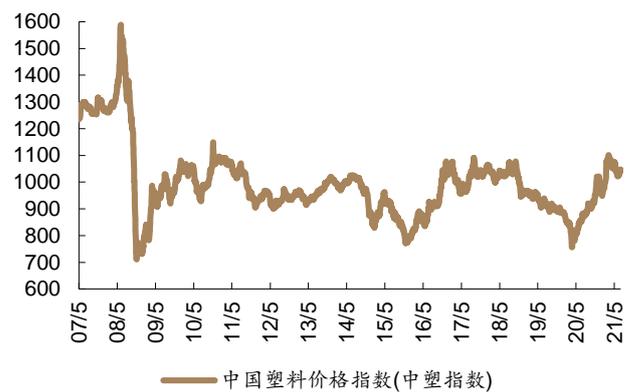
资料来源: Wind, 德邦研究所

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

【盐津铺子】关于 2019 年限制性股票激励计划首次授予部分限制性股票第三个解除限售期解除限售条件成就的公告: 盐津铺子食品股份有限公司 2019 年限制

性股票激励计划首次授予部分限制性股票第三个解除限售期解除限售条件已经成就，本次符合解除限售条件的激励对象共计 11 人，全部符合解除限售条件，可解除限售条件的限制性股票数量为 1,680,000 股，占目前公司最新股本总额 129,360,000 股的 1.30%。

【青岛啤酒】2021 年年度股东大会决议公告：6 月 28 日，青岛啤酒召开 2021 年度股东大会，会议审议通过了《2021 年度董事会工作报告》、《2021 年度监事会工作报告》等议案。

【泸州老窖】第十届董事会十六次会议决议公告：泸州老窖股份有限公司第十届董事会十六次会议审议通过了《关于修订〈泸州老窖股份有限公司高级管理人员薪酬管理细则〉及〈泸州老窖股份有限公司高级管理人员绩效考核管理细则〉的议案》和《关于审议公司管理团队薪酬执行方案的议案》。

【劲仔食品】劲仔食品 2022 年第一次临时股东大会决议公告：本次会议审议通过了《关于公司符合非公开发行 A 股股票条件的议案》。

【三只松鼠】股东关于减持三只松鼠股份有限公司股份达到 1%的公告：股东 NICE GROWTH LIMITED 减持公司股票 4196000 股，占公司股份总数的 1.05%。

【桃李面包】关于控股股东及一致行动人变动超过 1%的提示性公告：截止 2022 年 7 月 1 日，公司控股股东吴志刚先生通过大宗交易和集中竞价的方式减持其所持有的公司股份数量为 13,632,020 股，占公司股份总数的 1.025%。

5. 行业要闻

国台国标酒停货：6 月 27 日，贵州国台酒业销售有限公司发文通知，自 7 月 1 日起暂停国台国标酒（含 500ml、375ml 及雅鉴版）收款、下单及供货，恢复时间另行通知。（酒业家）

泸州老窖特曲 60 版价格上调 20 元：6 月 27 日，泸州老窖怀旧酒类销售有限公司发出通知，即日起，52 度泸州老窖特曲 60 版 500ml 装计划内配额结算价上调 20 元/瓶。（酒业家）

11 部门发文要求促进餐饮业加快恢复：日前，商务部等 11 部门办公厅发布《关于抓好促进餐饮业恢复发展扶持政策贯彻落实工作的通知》。《通知》指出餐饮业是稳增长、促消费、扩就业、惠民生的重要领域，对促进形成强大国内市场具有重要作用，要促进餐饮业加快恢复发展。（酒业家）

金种子集团发生重大人事变动：继金种子酒 6 月 25 日公告完成金种子集团 49%股权转让给华润战投的相关工商变更登记手续之后，6 月 27 日，工商信息显示，安徽金种子集团有限公司出现主要人员职务变更及股东变更：金种子集团董事长兼总经理贾光明职务调整为集团董事长，不再兼任总经理；新增华润战略投资有限公司（华润战投）为金种子集团股东；华润安徽大区/前北京大区负责人陈萌任金种子集团总经理，华润雪花 CEO 侯孝海、华润雪花财务总监魏强、阜阳华润电力负责人张昆任董事。（酒业家）

李渡高粱 1955 停货：6月26日，李渡酒业发布《关于李渡高粱 1955 暂停供应的通知》。《通知》显示：自6月26日8:30起，李渡高粱 1955（含礼盒版、光瓶版）暂停接收订单和发货。《通知》还提及，为满足国宝李渡不同区域国粉的需求，省内省外产品包装（规格）即将进行区分升级：江西省内500ml，省外520ml，产品上市时间另行通知。在此前的6月22日，李渡酒业还发布了《关于李渡高粱 1308 暂停供应的通知》。（酒说）

河南喜洋洋，进一步加大汾酒核心终端建设：6月24日-25日，青花汾酒 30·复兴版项目合伙人专项工作会议在河南喜洋洋永盛实业有限公司召开。会议提出，河南喜洋洋公司作为汾酒厂家的战略合作伙伴，对于郑州市场，要进一步加大核心终端建设，狠抓团购、深挖潜能，夯实基础，筑牢根基，维护市场秩序，助推青花汾酒 30·复兴版在郑州市场实现新发展，开启汾酒复兴的新征程。（酒说）

i 茅台发布上海首日战报：6月25日晚间，小茅i茅台官微发布上海首日战报。6月25日活动当天，在上海共投放了1689瓶，其中预约申购投放1199瓶，共有33423人参与预约，预约人次92414次。（酒食汇）

崂山啤酒新品崂山霸福上市：6月25日晚，崂山啤酒年轻化态度新品崂山霸福新品发布会在济南泉城广场举行。“霸福”是英文“Buff”的音译，意为增益和加持，是一个有着很强电竞属性的词语。以霸福为名，崂山啤酒正传递一种年轻不惧挑战，有信心 Carry 全局，Buff 团队，制霸全局的精神态度。无论是从酿造还是外观设计，崂山霸福啤酒都进行了大胆的创新尝试，以焕然一新的“增益加持”体验，与年轻消费者“气质相投”，充分“玩”在一起。（啤酒板）

燕京推出奶啤：燕京啤酒特色跨界产品馥白奶啤上市，并迅速在电商、KA、餐饮、流通渠道全面铺货，如今正在全国火热招商中。（啤酒日报）

漓泉啤酒推出新品“小蓝妖”：6月24日，漓泉啤酒携新品“小蓝妖”于南宁召开新品发布会。该产品是一款专为女性群体推出的风味配制酒，后期还有更多口味的选择。（云酒头条）

酒鬼酒王浩，有信心实现百亿营收愿景：6月27日，酒鬼酒股份有限公司召开2021年度股东大会，酒鬼酒董事长王浩表示：“基于中粮集团的背景和酒鬼酒日益成熟的团队，只要坚持品牌策略，走差异化路线，我们有信心实现百亿营收愿景。”（酒说）

青岛啤酒精酿啤酒花园开门纳客：近日，青岛啤酒·时光海岸精酿啤酒花园在青岛西海岸啤酒城开业，据悉，青岛啤酒·时光海岸精酿啤酒花园是“全球首创、规模最大、业态最全、体验最丰富的沉浸式啤酒+消费生活体验 MALL”。（啤酒板）

川发展李寒松执掌丰谷酒业：6月24日，丰谷酒业召开干部大会，宣布主要领导调整。四川发展公司总经理助理，四川发展资产经营公司党委书记、董事长李寒松兼任丰谷酒业公司党委委员、书记，提名其为董事，推荐其为董事长。原四川国科公司党委书记、董事长姚光华不再担任丰谷酒业公司党委书记、委员和董事长、董事。（云酒头条）

仁怀，餐饮消费满足条件可平价购飞天：近日，仁怀市人民政府官方网站发布了《“中国酱香白酒核心产区（仁怀）·助商惠民”促消费专项行动方案》。今年6月起至12月31日，仁怀市将开展中国“酱香白酒核心产区（仁怀）·助商惠民促消费”专项行动，在指定餐饮机构消费满1000元以上的，可以按市场指导价1499元购买1瓶贵州茅台酒现场开瓶饮用，或购买两瓶“仁怀1935”（云酒头条）

郎牌特曲“福马”系列于武汉上市：6月27日，以“与郎共舞、龙马奔腾”为主题的郎牌特曲上市发布会在武汉举行。现场，郎酒特曲“福马”系列的两款产品郎牌特曲·黑马特、郎牌特曲·白马特受到了在场嘉宾的一致好评。湖北荆楚联商供应链管理有限公司总经理武园表示，“两款产品瞄准的200-300元价格带在武汉市场极具竞争力；同时，随着郎牌特曲武汉会员中心的成立，这一多元交流的互动平台能够为产品赋能，为会员与消费者提供更优质的服务。”（微酒）

茅台冰淇淋登陆西安、南京：6月29日，茅台冰淇淋No.003旗舰店、No.007旗舰店将登陆西安、南京古城，i茅台app也将同步面向陕西、江苏全省发售茅台冰淇淋。7月9日，茅台冰淇淋No.005旗舰店、No.006旗舰店、No.008旗舰店、No.009旗舰店、No.010旗舰店也将相继来到深圳、杭州、长沙、广州、武汉。（糖酒快讯）

前5月酒饮茶利润超1000亿元：6月28日，国家统计局发布的数据显示，1-5月份全国规模以上工业企业利润增长1.0%。其中酒饮茶实现营业收入6957.8亿元，同比增长8.3%；实现营业成本4631.4亿元，同比增长5.6%；实现利润总额1073.3亿元，同比增长21.0%。（微酒）

i茅台创上线以来最大投放规模：“i茅台”App显示，6月29日晚20:00-21:00，“小茅好运”迎来第三轮专场，符合申购条件（截止到6月28日晚18:00小茅运达到50点）的用户共计200.78万人，计划投放44599瓶（四款产品合计），申购成功率预计达到2.22%，创下i茅台上线以来的最大投放规模。相较于本月平均申购成功率0.74%，本轮专场“中签率”是其3倍。目前“i茅台”注册用户已突破1800万人，正在向2000万用户大关迈进。（酒说）

华润雪花啤酒注册资本减少45.67%：企查查显示，2022年6月28日，华润雪花啤酒（中国）有限公司注册资本发生变更，由45390.93万美元减少至约24661.93万美元，降幅为45.67%。（啤酒板）

拳击猫新酒上市：近日，精酿厂牌拳击猫宣布夏季限定国风茶系精酿啤酒“咏猫拳”，并将于6月在全国门店陆续上市。（微酒）

五粮液副总经理刘洋调研西北市场：6月22日至27日，五粮液股份公司副总经理刘洋率队前往陕西、甘肃、新疆市场考察调研，细致探访了核心终端、批发市场、专卖店、文化体验馆、商超等各类业态，通过深度调研、走访和座谈，全面了解到当前五粮液西北市场的发展状况和存在问题，与客户共同探讨了市场提升举措。（酒说）

雪花啤酒上海分公司产能已恢复至100%：根据上海宝山官方微信消息，雪花啤酒上海公司4月20日开始申请复工复产，5月3日收到批复，5月4日开始恢复生产。5月逐步恢复至70%的产能，共计生产啤酒19600吨，由工厂内留守

的 157 位员工进行封闭生产。目前，公司产能已恢复至 100%，日产量 1400 吨，与疫情之前相比基本持平。可喜的是，6 月份工厂订单量有所增加，目前 3 条生产线已 24 小时满负荷生产。（啤酒板）

燕京成为饮料类增长最快前五中唯一啤酒品牌：6 月 23 日，凯度消费者指数发布《2022 品牌足迹》中国市场五大类别首选及增长最快品牌榜单。燕京啤酒荣誉上榜，成为 2021 年饮料类增长最快的前五品牌中，唯一的啤酒品牌。（啤酒板）

6 月白酒环比价格指数上涨：6 月 30 日，全国白酒价格调查资料显示，6 月份全国白酒月环比价格指数为 100.41，上涨 0.41%。其中名酒环比价格指数为 100.51，上涨 0.51%；地方酒环比价格指数为 100.46，上涨 0.46%；基酒环比价格指数为 100.01，上涨 0.01%。（云酒头条）

泸州老窖，做大白酒千元价格带：e 公司消息，在 6 月 29 日举行的泸州老窖 2021 年度股东大会上，针对白酒市场情况、千元价格带竞争、白酒“新国标”施行后未来布局等问题，泸州老窖总经理林锋表示，现在来看，疫情叠加全球形势的变化，2-6 月份已经基本过去，6 月份以后，从国家经济政策调整，各地都在有序恢复，从 6 月到明年春节，白酒行业会逐渐恢复。他同时表示，目前大家共同把价格带做大，是一件很好的事情，短期内暂时没有造成问题；从中期来看，要分享千元价格带红利，需要各自制定策略；长期来看，泸州老窖的发展，不仅是停留在千元价格带，还有万元价格带，各家企业都要不断发展。（云酒头条）

6. 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。

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

1. 投资评级的比较和评级标准： 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； 2. 市场基准指数的比较标准： 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范围包括证券投资咨询业务。