

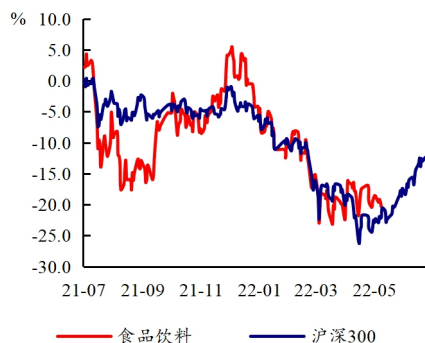


评级 推荐（维持）

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】疫情好转下，白酒韧性凸显，大众品或分化_20220704》2022.07.04

《【食品饮料】看好预制菜千亿市场 B&C 端双轮驱动快速扩容_20220629》2022.06.29

《【食品饮料】行业基本面开启修复，质优龙头有望加速反弹_20220627》2022.06.27

《【食品饮料】5月消费边际改善，行业盈利有望加速修复_20220621》2022.06.21

《【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

疫情复苏下，找寻弹性和韧性机会

——食品饮料行业周报

上周行情回顾

2022年7月4日-7月8日，食品饮料板块（申万）下跌3.11%，上证综指下跌0.93%，深证成指下跌0.03%，沪深300下跌0.85%，食品饮料板块跑输上证综指2.18个百分点，在申万31个一级子行业周涨跌幅中排名第27位。

核心观点

白酒：洋河 M6+完成全国化布局，找寻白酒板块的韧性和弹性机会。在消费升级趋势下，酒企的高端化和全国化转型成为大势所趋，但各酒企表现不一。区域性酒企在固守本地市场的同时，还要面临来自全国性高端和次高端酒企的竞争。M6+为洋河股份千元价格带产品，目前已经完成了全国化布局，有望成为洋河股份高端品牌下新的营收增长点。全国疫情总体得到有效管控，餐饮复苏趋势延续，目前正处在暑期升学宴请等传统旺季，白酒销售有望得到改善。即使上半年面临新型毒株局部扩散加剧带来的影响，白酒价格指数依然保持环比上涨趋势。全国性高端酒企业绩韧性显示，全年有望实现收入的双位数增长。部分区域性酒企的上半年业绩可能受制于局部疫情反复影响，但在堂食等消费场景逐步恢复的背景下，下半年业绩有望加快反弹，而受到疫情影响较小的区域性酒企，业绩增长的确定性较大。

啤酒：疫情影响逐步减弱，需求有望得到回补。当前疫情形势趋于好转，各省市堂食基本已经恢复，常态化核酸检测下疫情影响逐步减弱，叠加啤酒消费旺季，疫情转好及夏季温度升高有望带动回补性消费。展望下半年，“稳增长”政策下，政府发力促进消费，世界杯也有望带动啤酒需求升温。预计成本压力有望逐步缓解，叠加去年同期较低，啤酒厂商盈利能力有望提升。截至2022年7月8日，啤酒板块估值位于2017年以来的37.46%，估值水平处于低位，中长期布局机会显现。

乳制品：高端化趋势下，乳业寡头有望充分受益。消费者对牛奶品质的关注拉动着高端牛奶的需求。常温乳奶高端化趋势加强，市场规模结构呈现出“沙漏状”，高端白奶和常温酸奶的销售规模约为634亿元，约为基础功能奶和基础白奶的2倍。今年年初以来，主产区生鲜乳的平均价格和牛奶零售价走势出现背离，乳制品行业利润有望得到增厚。当前乳制品行业寡头垄断格局已经成形，头部企业在高端品牌上推出蒙牛特仑苏、伊利金典等大众熟知的产品，在消费者心智培育和市场份额上都较为领先，有望充分受益于高端乳制品需求的增长。

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；

啤酒：相关标的包括未来业绩具备高增长预期的青岛啤酒；

乳制品：相关标的是在产能、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：洋河 M6+完成全国化布局，找寻白酒板块的韧性和弹性机会	4
1.2. 啤酒：疫情影响逐步减弱，需求有望得到回补	4
1.3. 乳制品：乳制品高端化趋势下，乳业寡头有望充分受益	4
1.4. 速冻品：疫情加速预制菜渗透，零售性和专业性预制菜企业有望得到发展机会	5
1.5. 调味品：静待调味品行业基本面修复，恒顺醋业非公发行取得进展	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	6
2.3. 个股行情	7
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 (07.04-07.08) 食品饮料板块在申万行业涨跌幅中排名 27/31	6
图表 3. 肉制品、其他酒类、保健品、调味发酵品、白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跌后涨的趋势	7
图表 5. 上周华统股份、三全食品、盐津铺子涨幅居前	8
图表 6. 上周一鸣食品、麦趣尔、兰州黄河跌幅居前	8
图表 7. 板块整体估值为历史分位数的 78.15%	8
图表 8. 白酒整体估值为历史分位数的 78.04%	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. 2022.06.29 生鲜乳主产区均价为 4.12 元/公斤	10
图表 12. 2022.07.01 牛奶零售价为 12.97 元/升	10
图表 13. 2022.07.08 生猪平均价格为 23.21 元/公斤	10
图表 14. 2022.07.08 猪肉平均价格为 28.43 元/公斤	10
图表 15. 2022.07.08 大豆现货价为 5785.79 元/吨	11
图表 16. 2022.07.08 豆粕现货价为 4138.86 元/吨	11
图表 17. 2022.07.01 白砂糖零售价为 11.45 元/公斤	11
图表 18. 2022.07.08 柳糖现货合同价为 5930 元/吨	11
图表 19. 2022.07.08 白条鸡平均批价为 17.92 元/公斤	12
图表 20. 2022.07.08 毛鸭主产区均价为 9.66 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：洋河 M6+完成全国化布局，找寻白酒板块的韧性和弹性机会

洋河 M6+完成全国化布局，找寻白酒板块的韧性和弹性机会。在消费升级趋势下，酒企的高端化和全国化转型成为大势所趋，但各酒企表现不一。区域性酒企在固守本地市场的同时，还要面临来自全国性高端和次高端酒企的竞争。M6+为洋河股份千元价格带产品，目前已经完成了全国化布局，有望成为洋河股份高端品牌下新的营收增长点。未来洋河股份会继续挖掘低线城市潜力和聚焦重点区域打造样板市场。全国疫情总体得到有效管控，餐饮复苏趋势延续，目前正处在暑期升学宴请等传统旺季，白酒销售有望得到改善。即使上半年面临新型毒株局部扩散加剧带来的影响，白酒价格指数依然保持环比上涨趋势，1月~3月的环比涨幅逐月缩小，但4月份以来环比涨幅不断扩大，而且1月~6月的名酒价格指数的环比涨幅均高于地方酒。全国性高端酒企业绩韧性显示，全年有望实现收入的双位数增长。部分区域性酒企的上半年业绩可能受制于局部疫情反复影响，但在堂食等消费场景逐步恢复的背景下，下半年业绩有望加快反弹，而受到疫情影响较小的区域性酒企，业绩增长的不确定性较大。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. 啤酒：疫情影响逐步减弱，需求有望得到回补

疫情影响逐步减弱，需求有望得到回补。当前疫情形势趋于好转，各省市堂食基本已经恢复，常态化核酸检测下疫情影响逐步减弱，叠加啤酒消费旺季，疫情转好及夏季温度升高有望带动回补性消费。展望下半年，“稳增长”政策下，政府发力促进消费，世界杯也有望带动啤酒需求升温。预计成本压力有望逐步缓解，叠加去年同期较低，啤酒厂商盈利能力有望提升。截至2022年7月8日，啤酒板块估值位于2017年以来的37.46%，估值水平处于低位，中长期布局机会显现。

1.3. 乳制品：乳制品高端化趋势下，乳业寡头有望充分受益

乳制品高端化趋势下，乳业寡头有望充分受益。消费者对牛奶品质的关注拉动着高端牛奶的需求。2021年高品质白奶平均价格为18.8元/升，销售额同比增长率为10.7%；渗透率为76.4%，同比提升2.7个百分点。常温乳奶高端化趋势加强，市场规模结构呈现出“沙漏状”，高端白奶和常

温酸奶的销售规模约为 634 亿元，约为基础功能奶和基础白奶的 2 倍。今年年初以来，主产区生鲜乳的平均价格和牛奶零售价走势出现背离，或与乳制品高端化趋势，以及奶源规范化、标准化的建设有关，乳制品行业利润有望得到增厚。当前乳制品行业寡头垄断格局已经成形，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%。头部企业在高端品牌上推出蒙牛特仑苏、伊利金典等大众熟知的产品，在消费者心智培育和市场份额上都较为领先，有望充分受益于高端乳制品需求的增长。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。

1.4. 速冻品：疫情加速预制菜渗透，零售性和专业性预制菜企业有望得到发展机会

疫情加速预制菜渗透，零售性和专业性预制菜企业有望得到发展机会。因疫情居家不能堂食，催生方便菜品进入家庭，同时新零售渠道的出现，例如社区团购、直播电商购买等方式进一步加快预制菜的行业发展。未来有望持续深耕预制菜行业的企业分为两类，一类是零售性企业，这类企业营销渠道建设比较完善，在未来发展中具有一定的机会；另一类是专业性企业，这类型企业主要考虑的因素是原创性能不能达到全国的普遍认知度。由于国内区域大，各个地方口味不同，每个地区的标准程度不一致，因此像一些简单调味的企业、以水产牛羊肉这些优质蛋白为原料的企业会更有机会。

1.5. 调味品：静待调味品行业基本面修复，恒顺醋业非公发行取得进展

静待调味品行业基本面修复，恒顺醋业非公发行取得进展。大豆和豆粕的价格出现回落迹象。根据国家统计局数据，大豆市场价格年初以来累计上涨 8.76%（截至 6 月 30 日），6 月初大豆市场价格处于近两年的高峰，但出现高位回落的趋势。根据生意社数据，豆粕期货结算价格年初以来累计上涨 16.70%（截至 7 月 8 日），3 月底的豆粕期货结算价格为上半年高点，此后价格表现出高位震荡。俄乌战争背景下，全球粮食等大宗商品经历多轮涨价，而且在国内局部疫情扰动下，调味品的生产、运输和销售都受到不同程度的影响。伴随下半年疫情好转，餐饮业需求有望回暖，叠加预制菜等细分行业的快速发展，调味品行业基本面有望迎来修复期。7 月 5 日，恒顺醋业非公发行项目获得证监会批注，涉及年产 3 万吨食醋扩产，10 万吨黄酒、料酒建设等，有望帮助大批产销不匹配的发展瓶颈。

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7月4日-7月8日，食品饮料板块（申万）下跌3.11%，上证综指下跌0.93%，深证成指下跌0.03%，沪深300下跌0.85%，食品饮料板块跑输上证综指2.18个百分点，在申万31个一级子行业周涨跌幅中排名第27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:%)

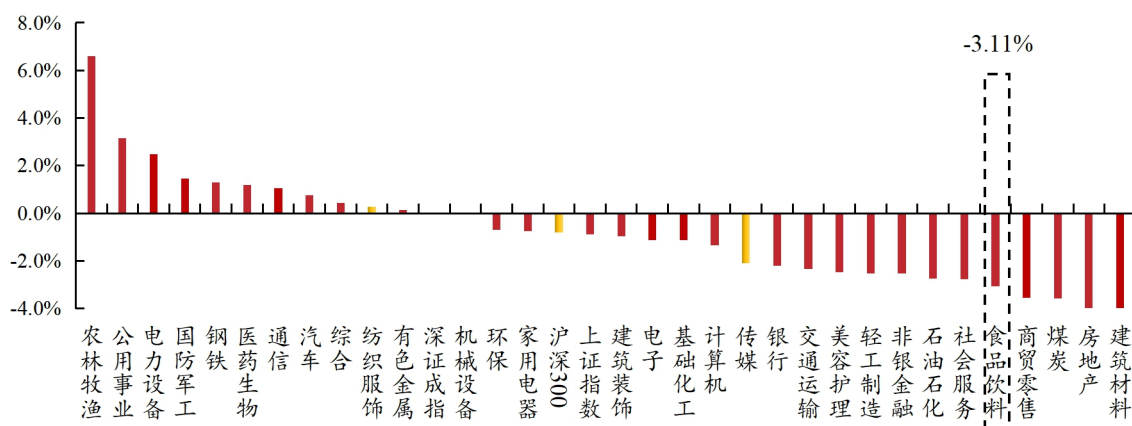
板块	上周 (06.27-07.01)		本月 (07.04-07.08)		2022 年初至今 (01.01-07.08)	
	涨跌幅	超额收益	涨跌幅	超额收益	涨跌幅	超额收益
上证综指	-0.93	-2.18	-1.25	-2.54	-7.79	-0.12
深证成指	-0.03	-3.09	-0.30	-3.49	-13.46	5.55
沪深300	-0.85	-2.26	-1.25	-2.54	-10.36	2.44
食品饮料	-3.11	/	-3.79	/	-7.91	/

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

2.2. 子板块行情

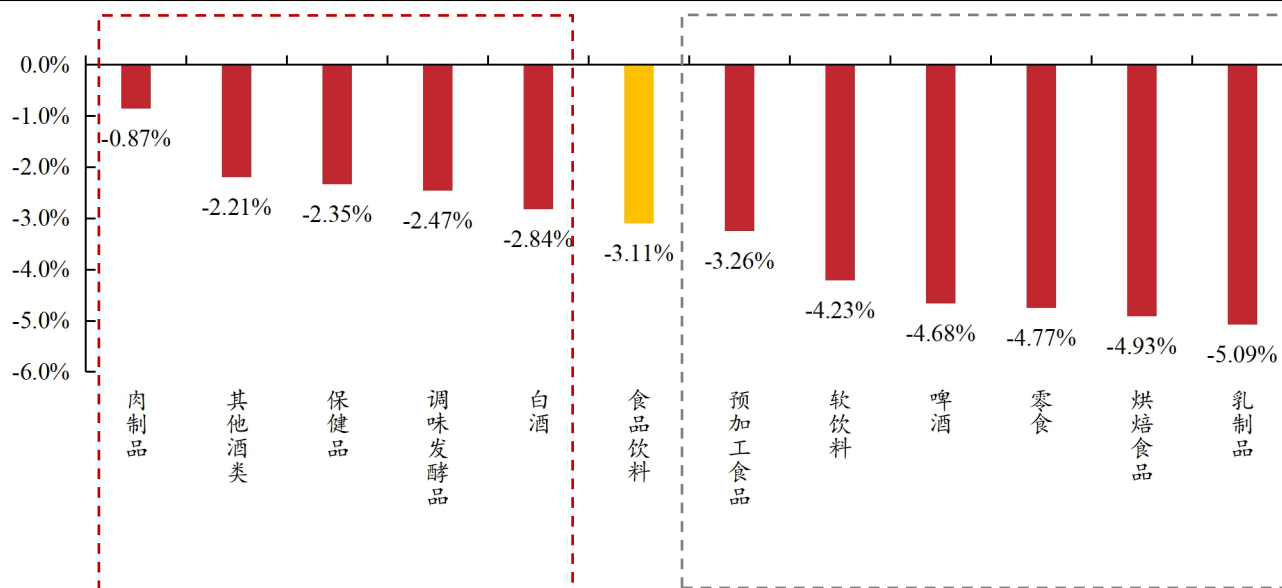
图表 2. 上周 (07.04-07.08) 食品饮料板块在申万行业涨跌幅中排名 27/31



资料来源：Wind，东亚前海证券研究所

分子行业来看，上周食品饮料各子板块多数下跌。肉制品、其他酒类、保健品、调味发酵品、白酒跑赢食品饮料板块指数。子板块涨跌幅依次为肉制品(-0.87%)、其他酒类(-2.21%)、保健品(-2.35%)、调味发酵品(-2.47%)、白酒(-2.84%)、预加工食品(-3.26%)、软饮料(-4.23%)、啤酒(-4.68%)、零食(-4.77%)、烘焙食品(-4.93%)、乳制品(-5.09%)。

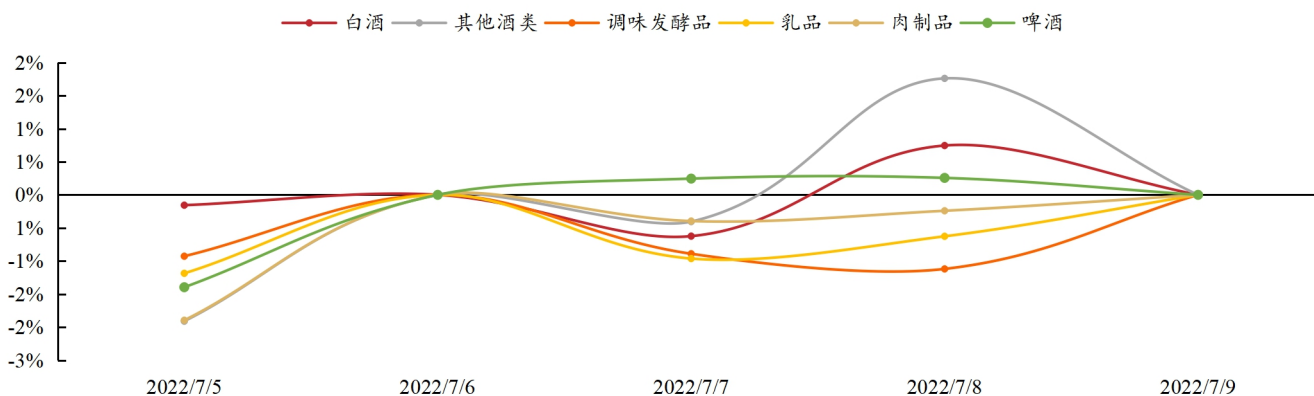
图表 3. 肉制品、其他酒类、保健品、调味发酵品、白酒跑赢食品饮料板块指数



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跌后涨的趋势。对于白酒板块而言，近三日的涨跌幅分别为 0.00%、-0.62%、0.75%；对于啤酒板块而言，近三日的涨跌幅分别为 0.00%、0.25%、0.26%。

图表 4. 上周主要子板块全周呈现先跌后涨的趋势

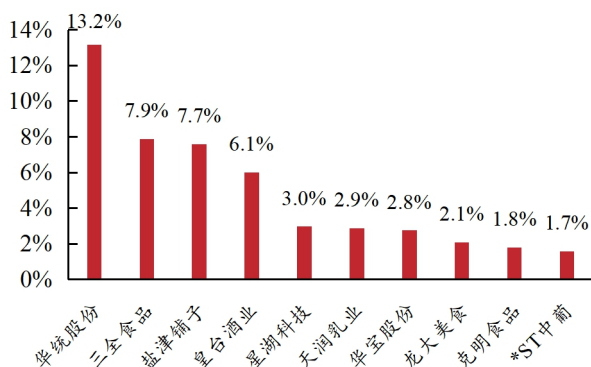


资料来源：Wind，东亚前海证券研究所

2.3. 个股行情

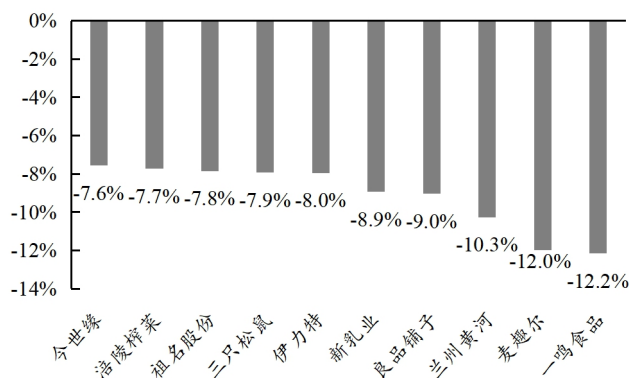
个股方面，上周华统股份、三全食品、盐津铺子涨幅居前，一鸣食品、麦趣尔、兰州黄河跌幅居前。

图表 5. 上周华统股份、三全食品、盐津铺子涨幅居前



资料来源: Wind, 东亚前海证券研究所

图表 6. 上一周一鸣食品、麦趣尔、兰州黄河跌幅居前

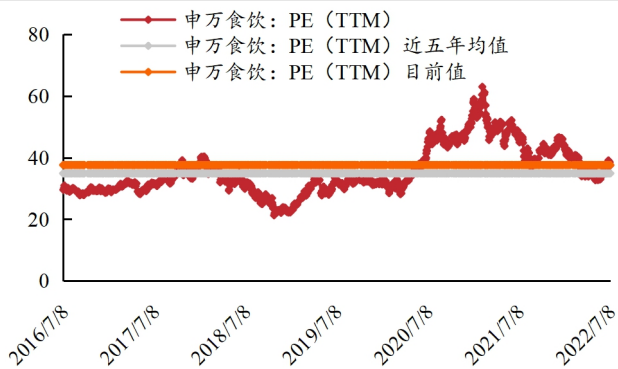


资料来源: Wind, 东亚前海证券研究所

2.4. 板块估值水平

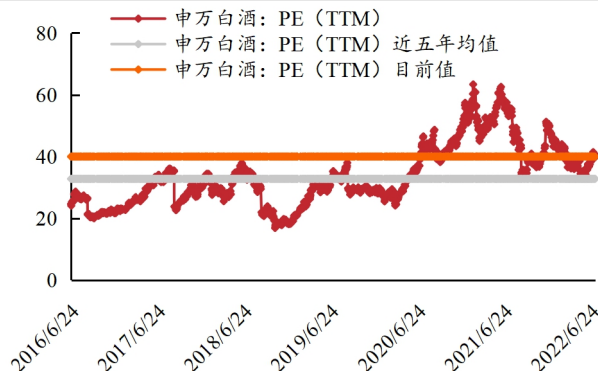
从整体的板块估值水平来看, 目前食品饮料整体估值 PE (TTM) 约为 37.58, 处于 2016 年至今历史分位数水平的约 78.15%, 白酒子板块目前的估值 PE (TTM) 约为 39.97, 处于 2016 年至今历史分位数水平的约 78.04%。与前一周相比, 食品饮料整体市盈率较为稳定, 白酒市盈率也较为稳定。目前板块市盈率 PE (TTM) 排名前三位为其他酒类(65.25)、啤酒(49.67)、预加工食品(47.41)。

图表 7. 板块整体估值为历史分位数的 78.15%



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 78.04%



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 (07.04-07.08), 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: 贵州茅台、伊利股份; 深股通一家: 五粮液。

三家公司上周净买入额分别为: 贵州茅台(10.09 亿元)、五粮液(1.27 亿元)、伊利股份(-2.5 亿元), 整体看来三家企业整体净买入 8.86 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)
贵州茅台	10.09
五粮液	1.27
伊利股份	-2.50

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)
07.04	贵州茅台 伊利股份	6.03 1.51	7.54	五粮液	-3.17	-3.17
07.05	贵州茅台 伊利股份	0.52 -1.51	-0.99	五粮液	2.49	2.49
07.06	贵州茅台 伊利股份	4.34 -0.39	3.95	五粮液	6.64	6.64
07.07	贵州茅台 伊利股份	-0.20 -1.15	-1.36	五粮液	1.95	1.95
07.08	贵州茅台 伊利股份	3.74 -1.34	2.40	五粮液	-	-

资料来源: Wind, 东亚前海证券研究所

4. 行业上游表现情况

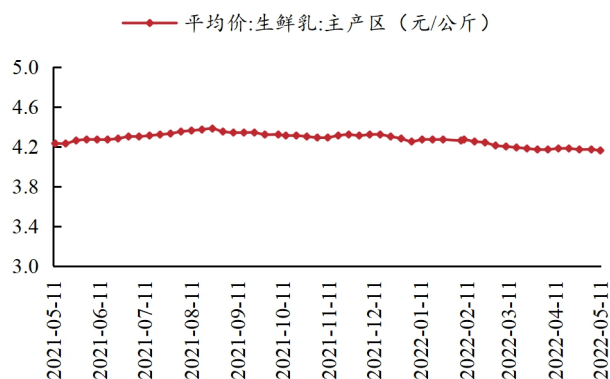
4.1. 原奶及牛奶价格

2022 年 06 月 29 日, 生鲜乳主产区均价为 4.12 元/公斤, 周度环比下降 0.24%, 年度同比下降 4.41%。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, 近期震荡下跌。

2022 年 07 月 01 日, 牛奶零售价为 12.97 元/升, 周度环比下降 0%, 年度同比上升 3.93%

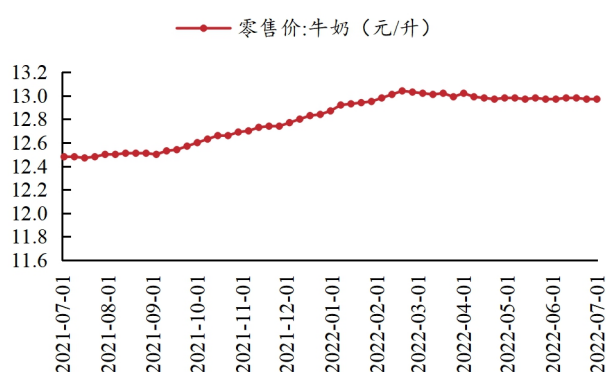
从长期的需求角度看, 随着国人消费能力与健康需求不断提升, 鲜奶尤其是低温奶渗透率逐渐提高, 国内对原奶的高需求有望维持; 从供给角度看, 前几年由于环保等问题导致行业大洗牌叠加饲料价格上涨, 国内原奶供给相对不足。因此需求上升叠加成本上涨或将推动本轮生鲜乳价格持续上升。

图表 11. 2022.06.29 生鲜乳主产区均价为 4.12 元/公斤



资料来源: Wind, 农业部, 东亚前海证券研究所

图表 12. 2022.07.01 牛奶零售价为 12.97 元/升

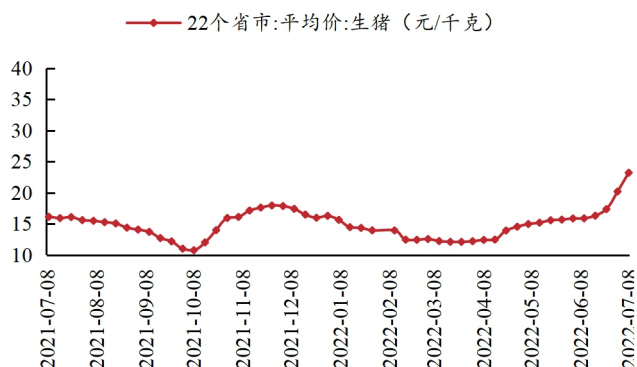


资料来源: Wind, 国家奶牛产业技术网, 东亚前海证券研究所

4.2. 生猪及猪肉价格

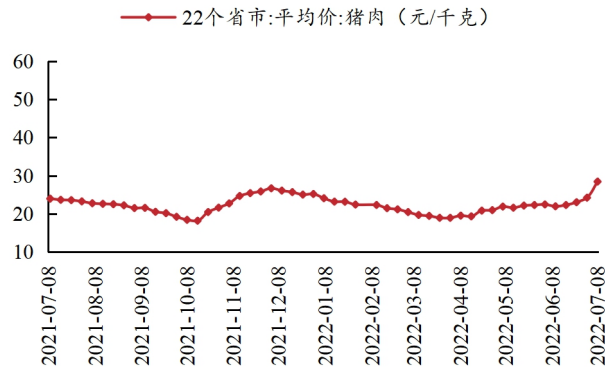
2022 年 07 月 08 日, 22 省市生猪平均价格为 23.21 元/公斤, 周度环比上升 14.9%, 年度同比上升 44.7%; 22 省市猪肉平均价格为 28.43 元/公斤, 周度环比上升 17.43%, 年度同比上升 18.31%

图表 13. 2022.07.08 生猪平均价格为 23.21 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. 2022.07.08 猪肉平均价格为 28.43 元/公斤



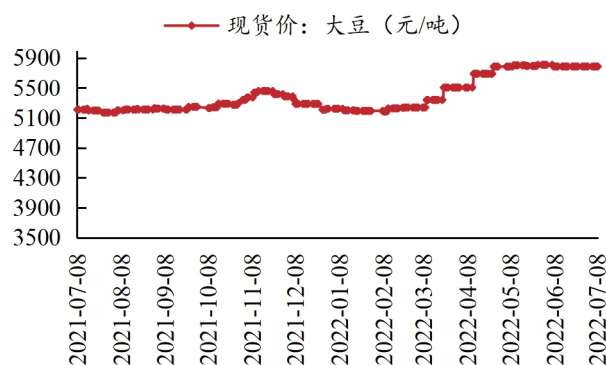
资料来源: Wind, 中国畜牧业信息网, 东亚前海证券研究所

4.3. 大豆及豆粕价格

2022 年 07 月 08 日, 大豆现货价为 5785.79 元/吨, 周度环比下降 0%, 年度同比上升 11.05%; 2022 年 07 月 08 日, 豆粕现货价为 4138.86 元/吨, 周度环比上升 1.44%, 年度同比上升 1584.17%。

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. 2022.07.08 大豆现货价为 5785.79 元/吨



资料来源：Wind，国家统计局，东亚前海证券研究所

图表 16. 2022.07.08 豆粕现货价为 4138.86 元/吨

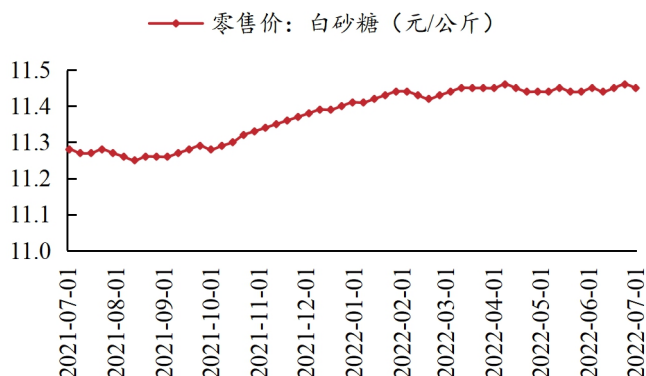


资料来源：Wind，生意社，东亚前海证券研究所

4.4. 白砂糖及柳糖价格

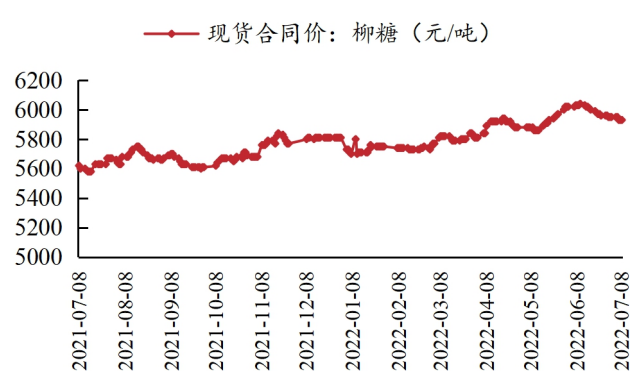
2022 年 07 月 01 日，白砂糖零售价为 11.45 元/公斤，周度环比下降 0.09%，年度同比上升 1.6%。2022 年 07 月 08 日，柳糖现货合同价为 5930 元/吨，周度环比下降 0.34%，年度同比上升 4.96%。长期来看，白糖处于历史低价格区间叠加疫情好转后的市场复苏预期，大宗商品持续走高有望支撑糖价走高。

图表 17. 2022.07.01 白砂糖零售价为 11.45 元/公斤



资料来源：Wind，生意社，东亚前海证券研究所

图表 18. 2022.07.08 柳糖现货合同价为 5930 元/吨

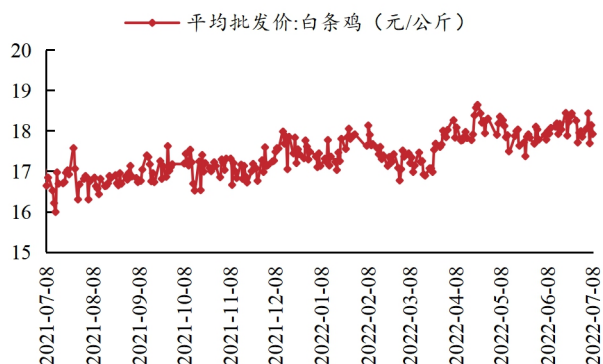


资料来源：Wind，华讯酒精网，东亚前海证券研究所

4.5. 白条鸡及毛鸭价格

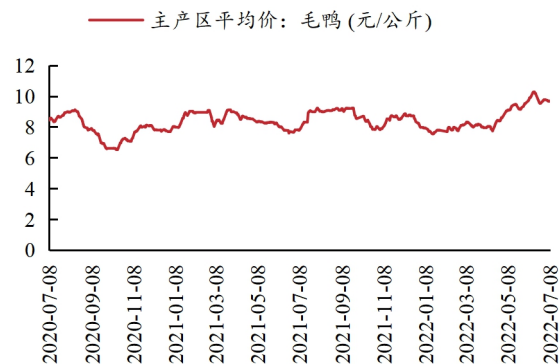
2022 年 07 月 08 日，白条鸡平均批发价为 17.92 元/公斤，周度环比下降 0.78%，年度同比上升 5.16%。2022 年 07 月 08 日，毛鸭主产区平均价为 9.66 元/公斤，周度环比下降 0.62%，年度同比上升 16.25%。整体看，价格整体处于合理区间范围内，短期价格波动属于正常价格调整。

图表 19. 2022.07.08 白条鸡平均批价为 17.92 元/公斤



资料来源: Wind, 商务部, 东亚前海证券研究所

图表 20. 2022.07.08 毛鸭主产区均价为 9.66 元/公斤



资料来源: Wind, 博亚和讯, 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						
		7/2	7/3	7/4	7/5	7/6	7/7	7/8
飞天 (2022)	53%vol 500ml	3010	3050	3050	3050	3070	3085	3070
飞天 (2021)	53%vol 500ml	3020	3070	3070	3070	3090	3110	3090
飞天 (2020)	53%vol 500ml	3110	3110	3110	3110	3110	3150	3130
飞天 (2019)	53%vol 500ml	3150	3150	3150	3150	3150	3200	3180
品名	规格	散瓶价						
		7/2	7/3	7/4	7/5	7/6	7/7	7/8
飞天 (2022)	53%vol 500ml	2720	2760	2735	2770	2760	2770	2745
飞天 (2021)	53%vol 500ml	2730	2770	2745	2755	2780	2790	2765
飞天 (2020)	53%vol 500ml	2820	2840	2840	2840	2840	2840	2840
飞天 (2019)	53%vol 500ml	2940	2940	2940	2940	2940	2940	2940
品名	规格							
		7/2	7/3	7/4	7/5	7/6	7/7	7/8
十五年	53%vol 500ml	6520	6520	6520	6520	6520	6590	6590
精品茅台	53%vol 500ml	3565	3565	3565	3540	3540	3540	3540
生肖 (虎年)	53%vol 500ml	3750	3720	3750	3720	3720	3720	3720
生肖 (牛年)	53%vol 500ml	3680	3680	3680	3680	3680	3680	3680
生肖 (鼠年)	53%vol 500ml	3900	3900	3900	3900	3900	3900	3900
生肖 (猪年)	53%vol 500ml	3900	3900	3900	3900	3900	3900	3900
品名	规格							
		7/2	7/3	7/4	7/5	7/6	7/7	7/8
普五	52%vol 500ml	965	965	965	965	965	965	965
普五 (七代)	52%vol 500ml	965	965	965	965	965	965	965
1618	53%vol 500ml	955	955	955	955	955	955	955
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							
		7/2	7/3	7/4	7/5	7/6	7/7	7/8
国窖1573	52%vol 500ml	920	920	920	920	920	920	920
特曲	52%vol 500ml	270	270	270	270	270	270	270
头曲	52%vol 500ml	67	67	67	67	67	67	67
窖龄30	52%vol 500ml	210	210	210	210	210	210	215
窖龄60	52%vol 500ml	260	260	260	260	260	260	265
窖龄90	52%vol 500ml	415	415	415	415	415	415	415
品名	规格							
		7/2	7/3	7/4	7/5	7/6	7/7	7/8
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
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							
		7/2	7/3	7/4	7/5	7/6	7/7	7/8
青花30	53%vol 500ml	815	815	815	815	815	815	815
青花20	53%vol 500ml	360	360	360	360	360	360	360
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							
		7/2	7/3	7/4	7/5	7/6	7/7	7/8
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							
		7/2	7/3	7/4	7/5	7/6	7/7	7/8
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

【头部酒企密集交流，竞合抱团做大“朋友圈”】头部酒企近日密集交流，洋河接连到访五粮液、泸州老窖、郎酒、汾酒4家酒企，茅台也到汾酒开展交流。7月1日至2日，洋河到郎酒考察交流时，郎酒集团董事长汪俊林表示，酒行业既有竞争又有合作，希望双方继续加强交流、把酒的品质做好。张联东提到，郎酒今年发布“企业内控标准”，为白酒行业树立标杆，希望继续加强交流合作。（新京报）

【茅台保健酒、贵州白金酒达成基酒合作】7月3日，贵州白金酒股份公司召开全国经销商大会。会议透露，白金酒公司已与茅台集团保健酒公司合作，后者每年将向贵州白金酒公司提供优质酱香酒酒体约4000吨。（中国白酒网）

【致力高端化年轻化 燕京啤酒实力出圈】近日，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》，燕京啤酒不仅荣誉上榜，更是2021年饮料类消费者触及数量增长最快的前五品牌中，唯一的啤酒品牌。这已是燕京继北京冬奥营销传播声量排行榜、618京东旗舰店啤酒销售量排行榜勇夺第一后，四个月内收获的第三个“一”。据了解，目前燕京已在产品结构调整、品牌矩阵升级和渠道场景变革上积极落子，密集推出以燕京U8、V10精酿白啤为代表的全国性大单品，卡位中高端价格带；创立“狮王精酿”，完善“燕京八景”系列精酿产品，上市果啤系列新品，并升级与慕尼黑皇家HB啤酒的合作，进一步丰富中高端、高端产品矩阵。（中国食品安全报）

【精酿啤酒赛道迎来了新一轮“升温”，在线平台推出自有品牌“日日鲜”】近日，叮咚买菜推出首个自有精酿啤酒品牌——“1972农场”，主打只卖24小时的“日日鲜”精酿原浆鲜啤，开卖仅两周，单日单品销量已达16000罐。据叮咚买菜乳品酒饮相关负责人介绍，基于对消费升级趋势的洞察，以及公司产品力战略的推行，叮咚买菜选择了精酿这个“进阶”啤酒品类作为自有酒饮品牌打造的首个试水领域。此次推出的“1972农场”精酿原浆鲜啤，是叮咚自有品牌精酿啤酒系列的首款商品。在华东地区上架两周，“1972农场”精酿原浆鲜啤销量增长迅速，目前日均销量已达16000罐。在自有品牌的拉动下，6月份，叮咚买菜全国精酿啤酒销量较去年同比增长超200%。（劳动报）

【洋河M6+已完成全国市场的网络布局】7月4日，洋河股份发布投资者关系活动记录表。关于M6+全国化推广进程，洋河回复称，目前M6+已经完成了全国市场的网络布局，公司会继续聚焦重点区域和样板市场来打造，同时注重边远地区的消费者培育，培育未来增长点；关于高端品牌

的运营，一是公司成立高端品牌事业部；二是在各事业部设立专门的高端品牌销售单元；三是不断提升产品品质。（中国白酒网）

6.2. 上周重点公司动态

【麦趣尔：关于受到市场监督管理部门立案调查的公告】2022年7月3日新疆维吾尔自治区市场监督管理局发布《关于严查麦趣尔纯牛奶检出丙二醇问题进展情况的通报》，针对以上事件，本公司深表自责，在全力配合监管部门工作的同时，对公司全部产品开展自查自纠，举一反三，杜绝在今后的日常生产经营过程当中出现类似问题，同时诚恳向广大消费者道歉，对给各方造成的困扰深表歉意，本公司将进一步提升业务合规和管理水平，切实履行社会责任。

【仙乐健康：关于收购 Best Formulations 80%股权的公告】2022年7月6日，公司及其间接全资子公司 Sirio Healthcare Holdings LLC. 与 Eugene C. Ung、Kelly C. Ung、Charles C. Ung、Peak Trust Company-NV、Jeffrey A. Goh、Joy S. Hsu 签订《MEMBERSHIP INTEREST PURCHASE AGREEMENT》（“《股权购买协议》”），买方拟向卖方收购 Best Formulations Inc. 80%股权。本次交易完成后，双方有望通过战略资源共享、技术研发探讨、业务运营整合等一系列合作充分发挥协同效应，公司将进一步提升在全球市场的知名度和竞争力，扩大市场份额，增强长期盈利能力，强化股东回报。

【三只松鼠：关于首次公开发行前已发行股份上市流通的提示性公告】根据中国证券监督管理委员会《关于核准三只松鼠股份有限公司首次公开发行股票批复》，公司首次公开发行人民币普通股股票41,000,000股。经深圳证券交易所《关于三只松鼠股份有限公司人民币普通股股票在创业板上市的通知》同意，公司发行的人民币普通股股票于2019年7月12日在深交所创业板挂牌上市。首次公开发行完成后，公司总股本变更为401,000,000股。自上市之日至本公告披露日，公司总股本未发生变动。截至本公告日，公司总股本为401,000,000股，其中尚未解除限售的股份数量为174,024,000股，占公司总股本的43.3975%，无限售条件的股份数量为226,976,000股，占公司总股本的56.6025%。本次解除限售股份数量为174,024,000股，占公司总股本的43.3975%，上市流通日为2022年7月12日（星期二）。

【东鹏饮料：关于对全资子公司增加注册资本的公告】为优化香港东鹏资产结构，拓展业务能力，根据香港东鹏目前的经营情况和未来发展规划

划，公司拟以现金出资方式继续对香港东鹏增资，本次拟增资金额为18,500万美元。本次增资事项完成后，香港东鹏的注册资本将增至19,000万美元。公司本次对香港东鹏的增资，主要是基于香港东鹏经营发展需要，有利于优化香港东鹏资产结构，拓展业务能力，符合公司长远发展目标和股东的利益。本次增资金额全部来源于公司的自有资金，增资完成后公司对香港东鹏的控制权不变，不涉及合并报表范围变化。

【口子窖：关于股东部分股份解除质押的公告】公司股东范博先生于2019年11月27日将持有的本公司的股份1,786,000股无限售流通股（占本公司总股本0.30%）质押给海通证券股份有限公司，用于办理股票质押式回购交易业务，该业务的初始交易日为2019年11月27日，购回交易日为2020年11月26日。2020年10月20日，范博先生将上述股份1,786,000股质押展期一年，展期后的购回交易日为2021年11月26日。2021年11月10日，范博先生将上述股份中的1,070,000股解除了质押，范博先生持有本公司股份累计质押数量为716,000股。2021年11月23日，范博先生将上述股份716,000股质押展期一年，展期后的购回交易日为2022年11月25日。

【安琪酵母：关于收到政府补助的公告】近日，经公司财务部门确认，公司及控股子公司在2022年4月1日至6月30日期间，累计收到的各类政府补助金额23,501,480.66元。截至2022年6月30日，公司累计收到的各类政府补助金额77,396,971.39元，其中收到与收益相关的政府补助金额68,966,271.39元，占本公司最近一期经审计净利润的5.27%，收到与资产相关的政府补助金额8,430,700.00元，占公司最近一期经审计净资产的0.12%。

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/>