

食品饮料

报告日期：2022 年 7 月 24 日

贵州茅台锚定全年 20%增速，重视中报催化带来的机会 ——食品饮料周报（2022 年 7 月第 4 期）

报告导读

食品饮料本周观点：贵州茅台锚定全年 20%增速，重视中报催化带来的机会

白酒板块：当前板块直接催化剂为：22Q2 业绩预期差&其他信息催化&股权激励等。后续我们仍认为应坚持布局两条主线：1) 中长期具备确定性（贵州茅台、洋河股份、古井贡酒等）；2) 阶段性具备弹性（五粮液、舍得酒业、泸州老窖等）。

大众品板块：本周建议重点关注：青岛啤酒、盐津铺子、安井食品、莱茵生物、仙乐健康、劲仔食品、立高食品。我们继续维持此前观点不变：即优先选择业绩确定性和基本面确定性较强的投资标的；后续重点关注疫后修复的标的：即找寻疫后修复过程中业绩下修压力较小 or 后续弹性较大的公司。本周更新：莱茵生物更新、中炬高新更新。

7 月 18 日~7 月 22 日，5 个交易日沪深 300 指数下跌 0.24%，食品饮料板块下跌 0.54%，白酒板块下跌幅度大于沪深 300，跌幅为 0.99%。具体来看，本周饮料板块兰州黄河（+5.91%）涨幅相对偏大，皇台酒业（-7.80%）、重庆啤酒（-6.43%）跌幅相对偏大；本周食品板块中炬高新（+14.75%）、ST 加加（+10.08%）涨幅相对居前，立高食品（-6.36%）、青海春天（-5.37%）跌幅相对偏大。

本周观点

【白酒板块】：板块基本面稳中向好，茅台业绩符合预期

板块回顾：板块短期回调不改长期趋势，看好 Q3 品牌酒企发展

板块个股回顾：7 月 18 日~7 月 22 日，5 个交易日沪深 300 指数下跌 0.24%，食品饮料板块下跌 0.54%，白酒板块下跌幅度大于沪深 300，跌幅为 0.99%。具体白酒板块来看，伊力特（+4.61%）、顺鑫农业（+2.71%）、会稽山（+2.01%）涨幅较大，其中：1) 受益于新疆旅游热升温，伊力特疆内动销趋势逐步向好推升其本周有优异表现；2) 古井贡酒及山西汾酒受益于其强势的经营质量及较为确定的 22Q2&22Q3 业绩，本周表现居前。另外，7 月 15 日-9 月 30 日 52 度 500ml 内参酒将在全国范围内陆续分批停止招商，旨在加强市场管理，维护品牌力，推动品牌量价齐升。

我们认为近两周板块整体呈震荡走势，或主因：1) 市场前期有流动性收紧预期；2) 板块性催化较小，且板块处于密集下调 22Q2 业绩阶段；3) 疫情多点爆发或影响市场情绪。我们认为：1) 本周央行公开市场操作从 120 亿元到 30 亿元，但税期缴款后资金面充裕，显示短期央行并无意过度收紧流动性；2) 适当的下调 22Q2 酒企业绩一定程度上利于后续板块蓄力；3) 7-8 月中为消费淡季，疫情多点爆发对酒企全年业绩影响较小，无需过度担忧。

我们认为板块下一重要催化剂为：1) 22Q2 酒企业绩预期差主线将持续演绎至 8 月底；2) 事件性催化（包括股权激励）；3) 8 月白酒市场动销及渠道信心（用

行业评级

食品饮料

看好

分析师：杨骥

执业证书号：S1230522030003

邮箱：yangji@stocke.com.cn

分析师：张潇倩

执业证书号：S1230520090001

邮箱：zhangxiaolian@stocke.com.cn

分析师：孙天一

执业证书号：S1230521070002

邮箱：suntianyi@stocke.com.cn

分析师：杜宛泽

执业证书号：S1230521070001

邮箱：duwanze@stocke.com.cn

相关报告

《有序改革，全年锚定 20%利润增速——贵州茅台 22H1 经营数据点评（20220721）》

《周观点：业绩预期差为核心主线，社零转正快速复苏（20220716）》

以预判9月中秋国庆旺季情况)/市场对Q3酒企业绩进行提前的预判(低增速基础上,环比向上幅度)。

我们预计22Q3板块或迎弹性机会:在市场已将酒企22Q2业绩预期下调至合理水平,且对中秋国庆预期仍处较低水平背景下,我们认为:

1) 对于渠道商来说:普遍希望在没有疫情反复下,中秋国庆旺季能消化部分库存,并对上半年损失进行回补,品牌酒企已从22Q2开始提出诸多举措抢夺升学宴/中秋国庆旺季;与此同时,我们认为部分非品牌酒企若不及时采取助力渠道价差恢复/去库存举措,预计将出现局部抛货潮/降价潮,从而影响行业价盘稳定(比如上半年批价下降明显的酱酒,21年秋糖曾出现酱酒抛货潮带来的价盘波动);

2) 对于酒企来说:中秋节作为白酒消费的第二个重要节日,是年度收官是否完美的关键所在,因此酒企已从22Q2开始做好系统规划以备战中秋(加速回款、加快发货),品牌酒企前期已开展了针对性较强的消费者培育工作,旨在积极抢夺升学宴/婚宴市场份额,利于在中秋国庆旺季存量市场中实现品牌加速集中度提升;另外,我们认为即使面对局部抛货潮/动销整体平稳局面,优势酒企在以低库存姿态进入三季度背景下,将继续通过旺季适度控量以保持价升,以符合行业趋势态势实现量价齐升,从而实现业绩超预期增长(举例:22Q1春节旺季虽然动销平稳,但回款及库存状态均显示实际上是一个超预期的旺季,因此局部地区跟踪放在当前仍对全局动销观察意义有限。),因此我们看好板块弹性机会。

贵州茅台更新:有序改革,全年锚定20%利润增速

公司发布《2022年上半年主要经营数据公告》:①2022H1公司预计实现营业收入594亿元左右(+17%),预计实现归属于上市公司股东的净利润297亿元左右(+20%);②2022Q2公司预计实现营业收入262.13亿元左右(+15.70%),预计实现归属于上市公司股东的净利润124.55亿元左右(+16.40%)。

2022Q2业绩表现优异,系列酒延续高增表现

22Q2单季度茅台酒/系列酒收入分别为210.40/40.72亿元,预计同比变动+14.62%/+19.14%,增速环比变动-2.73%/-10.57%;系列酒收入占比提升0.52个百分点至16.22%,环比变动+5.60个百分点,系列酒表现优异。具体来看——

茅台酒:22Q2飞天茅台回款进度约60%,在飞天茅台投放总量较去年微增背景下,茅台酒收入保持优异增长或主因原有非标产品量价齐升(22年1月公司对精品酒及年份酒等产品均实现提价+i茅台主要投放高价位精品酒);

系列酒:受益于系列酒提价红利释放(22年1月公司对6个200元以下低价产品进行清理,并对金王子、王子酱香系列经典等6款产品提价10-15%,旨在将主力产品价格提升至200元以上)+疫情影响下中档酒表现优异实现量增,22Q2系列酒延续高增发展态势;

新品:22Q1公司推出了归属于系列酒类别的1935,同时茅台酒推出高价位珍品茅台等新品,以增厚全年业绩。

i茅台推进渠道改革,保障利润端稳定表现

i茅台收入表现超预期+直营店占比提升推动渠道改革加速。i茅台官微显示:i茅台上线百日,酒类产品累计销售1232吨(已投放虎茅、珍品茅台、茅台1935四款产品预计超200万瓶,100ml小茅预计超120万瓶),实现营收46亿元(其中茅台1935累计实现销售额近9亿元,100ml小茅实现销售额近5亿元);另外,由于i茅台平台产品均为高毛利高价位非标品叠加公司通过推出100ml飞天茅台推动飞天茅台吨价上行,i茅台的推出极大的增厚公司利润,为全年不提价也能实现20%的利润奠定基础。

伊力特更新:营销为工作重点,看好旅游旺季到来对疆内动销的带动

2022年营销为工作重点,公司在产能建设、人员储备、内部治理、薪酬体系考核等做了一些准备。产品方面,公司将继续精简产品线,近期小老窖包装更新(原来档次低+提升系列化感),下一阶段要做系列化,未来小酒海、生态小窖、十年等产品未来都可以承接小老窖的消费升级;公司将加速伊力王招商,伊力王体量未来或超小老窖。总结看:①短期,旅游等消费场景复苏利于短期弹性的释放;

② 中期，22 年聚焦营销+伊力王今年去库存顺利招商加速（控价为主），有望在业绩上有显著贡献；③ 长期，经济发展加速叠加内部治理优化为中长期发展奠定基础。

行业数据更新：6 月社会消费品零售总额同比提升，规模白酒产量略降

7 月 15 日，国家统计局数据显示，6 月份，社会消费品零售总额 38742 亿元，同比增长 3.1%；烟酒类 6 月零售额绝对量 426 亿元，同比增长 5.1%。同月 22 日，据工信部发布数据显示，2022 年 1-6 月，全国规模以上酿酒企业白酒产量达到 375.1 万千升，同比增长 0.4%；3-6 月当月白酒产量分别同比变动 4.20%、-4.00%、2.20%、-10.0%。

我们认为：白酒行业量平价增趋势延续，随着社会消费品零售总额逐步提升，白酒行业规模扩容趋势延续，品牌酒企将继续享受集中度提升红利。

数据更新：飞天茅台批价环比稳定，库存保持低位

贵州茅台：本周飞天茅台/1935 批价稳定在 2740 元、1360 元，库存处于较低水平；五粮液：本周批价稳定在 970-980 元；泸州老窖：批价约 920 元，22 年国窖增速目标为 30%，批价整体表现稳健。

投资建议：建议关注 22Q2 业绩确定性&预期差&信息催化机会

虽近期板块表现波动，但我们仍看好 22Q3 基本面表现：当前板块直接催化剂为：22Q2 业绩预期差&其他信息催化&股权激励等。后续我们仍认为应坚持布局两条主线：1) 中长期具备确定性（贵州茅台、洋河股份、古井贡酒等）；2) 阶段性具备弹性（五粮液、舍得酒业、泸州老窖等）。

二、【食品板块】：

板块回顾：板块本周小幅下跌

板块涨跌幅方面：食品加工板块下跌 0.59%，其中调味品板块上涨 1.41%，乳品板块上涨 1.46%，肉制品板块下跌 1.91%。

个股涨跌幅方面：中炬高新（+14.75%）、ST 加加（+10.08%）、ST 麦趣（+9.85%）涨幅居于板块前三。

本周观点：社零转正，终端需求持续改善，继续布局两大投资主线

6 月社零增速转正，餐饮消费增速环比快速回升，可选消费持续回暖，需求持续修复。6 月社零总额同比+3.1%，环比 5 月转正，需求有所修复。从食品饮料行业来看，餐饮消费虽然受到堂食限制等影响，同比-4.0%，但环比 5 月大幅改善，环比+18.6pct。从商品零售来看，粮油食品 6 月同比+9.0%，环比略有下降（-3.3pct）；饮料 6 月同比+1.9%，环比下降 5.8pct，我们认为主要系受到供应增加，疫情修复囤货需求减少等因素影响，部分必选商品消费需求有所回落。

我们继续维持此前观点不变，但伴随各地疫情的散点爆发，需关注后续疫情反复对终端需求的影响风险。当前投资主线如下：

1) 先选确定性：即优先选择业绩确定性和基本面确定性较强的投资标的，重点推荐：洽洽食品、涪陵榨菜、伊利股份；

2) 后续重点关注疫后修复的标的：即找寻疫后修复过程中业绩下修压力较小 or 后续弹性较大的公司。我们主要梳理以下几个方面：

① 餐饮供应链修复主线：青岛啤酒、重庆啤酒、安井食品、立高食品、千味央厨、绝味食品、巴比食品；

② 复工复产下修复标的：盐津铺子、甘源食品、三全食品、安琪酵母、妙可蓝多。

本周建议重点关注：青岛啤酒、盐津铺子、安井食品、莱茵生物、仙乐健康、劲仔食品、立高食品。

本周更新：莱茵生物更新、仙乐健康更新

1、莱茵生物：短期有所调整，不改公司中长期逻辑，继续重点推荐！

本周莱茵生物略有调整，我们认为主要系交易层面导致股价略有调整，公司中长期逻辑未改，下半年催化仍存，继续重点推荐。

核心逻辑：我们继续推荐莱茵生物，二季度业绩超预期+海外工业大麻量产短期催化落地；中期来看，由于公司与芬美意合同订单加速释放，天然甜味剂业务22-23年业绩高增确定性较强；海外工业大麻近期量产，22年有望实现盈亏平衡，23年收入有望高增；长期来看，甜叶菊产能24年投产释放，达产后产能将为现有产能3倍，持续贡献业绩；美国大麻合法化的推进也将带来更多想象空间。

后续催化：CAOA法案提交审议，美国大麻合法化法的进一步推进；新客户的签约和新订单的签订等。

维持“买入”评级，维持此前收入预测。预计2022-2024年公司实现营业收入分别为17.29/26.15/39.31亿元，同比增长分别为64.13%、51.27%、50.34%；预计22-23年实现归母净利润分别为2.52/3.77/5.74亿元，同比增长分别为112%、50%、52%，对应PE28.65/19.15/12.58倍。第一目标市值100亿元，仍有空间，继续推荐！

2、中炬高新：价值闪耀，静待涅槃，紧握低估值下弹性机会。

【引入私募股权基金，管理效率有望改善】

公司发布公告，7月15日至18日中山润田持股比例从19.44%被动减持至17.84%，第二股东火炬集团及一致行动人（鼎晖寰盈、国泰君安QFII-CC）新增持868万股公司股份，持股比例由11.22%增加至12.31%。宝能持有股权处于质押状态，年内有望逐步减持至15%以下；若二股东及一致行动人持续增持至实现实控人变更，在专业私募股权投资机构鼎晖加持下，公司管理效率有望改善。

【至暗时刻已过，盈利改善可期】

2022年收入基本/挑战/冲刺目标分别为6%/10%/15%，22Q2调味品主业恢复较好，预计同比实现10%以上增长，当前主销区/非主销区库存分别为2个月/1个月，随着需求端改善与旺季来临，在保持良性库存状态下，全年实现10%增长压力较小，或有望冲刺15%挑战目标。6月份以来成本现拐点，按照酱油4-6个月生产周期来看，22Q3后盈利有望逐季改善。

【全国化有望加速，降本增效盈利能力提升可期】

公司各级市场分级明确，成熟市场进行通过品类延伸&细化经销商进行渠道下沉，在非成熟市场对空白市场进行渠道扩张，若后续股权激励随之落地，全国化进程有望加速；叠加厨邦智造提效降本+管理效率改善，长期看公司的净利率将稳步提升。

风险提示：渠道下沉进度低于预期；疫情反复影响动销；原材料成本波动；食品安全风险。

投资建议：全面布局疫后反弹标的

我们继续维持此前观点不变，但伴随各地疫情的散点爆发，需关注后续疫情反复对终端需求的影响风险。当前投资主线如下：

1) **先选确定性**：即优先选择业绩确定性和基本面确定性较强的投资标的，重点推荐：洽洽食品、涪陵榨菜、伊利股份；

2) **后续重点关注疫后修复的标的**：即找寻疫后修复过程中业绩下修压力较小 or 后续弹性较大的公司。我们主要梳理以下几个方面：

① **餐饮供应链修复主线**：青岛啤酒、重庆啤酒、安井食品、立高食品、千味央厨、绝味食品、巴比食品；

② **复工复产下修复标的**：盐津铺子、甘源食品、三全食品、安琪酵母、妙可蓝多。

本周建议重点关注：青岛啤酒、盐津铺子、安井食品、莱茵生物、仙乐健康、劲仔食品、立高食品。

风险提示：疫情影响超预期；白酒动销恢复不及预期；食品安全风险。

正文目录

1. 本周行情回顾.....	8
2. 重要数据跟踪.....	10
2.1. 重点白酒价格数据跟踪.....	10
2.2. 重点葡萄酒价格数据跟踪.....	11
2.3. 重点啤酒价格数据跟踪.....	12
2.4. 重点乳业价格数据跟踪.....	12
3. 重要公司公告.....	14
4. 重要行业动态.....	16
5. 近期重大事件备忘录.....	18
6. 风险提示.....	18

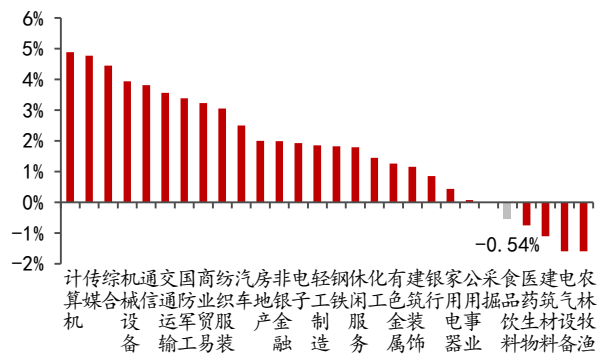
图表目录

图 1: 本周各板块涨幅	8
图 2: 本周食品饮料行业子板块涨幅	8
图 3: 本周食品板块涨幅前五个股	9
图 4: 本周食品板块跌幅前五个股	9
图 5: 本周乳品板块个股涨跌幅	9
图 6: 白酒、啤酒、葡萄酒、黄酒板块估值情况 (单位, 倍)	9
图 7: 软饮料、乳品板块估值情况 (单位, 倍)	9
图 8: 本周主要酒企 PE(TTM) 情况一览 (单位, 倍)	10
图 9: 贵州茅台批价走势 (单位, 元/瓶)	10
图 10: 五粮液批价走势 (单位, 元/瓶)	10
图 11: 国窖 1573 批价走势 (单位, 元/瓶)	11
图 12: 白酒月度产量及同比增速走势	11
图 13: 国产葡萄酒价格走势 (单位: 元/瓶)	11
图 14: 海外葡萄酒价格走势 (单位: 元/瓶)	11
图 15: Liv-ex100 红酒指数走势	12
图 16: 葡萄酒月度产量及同比增速走势	12
图 17: 海外啤酒零售价走势	12
图 18: 国产啤酒零售价走势	12
图 19: 啤酒月度产量及同比增速走势	12
图 20: 啤酒月度进口量及进口平均单价走势	12
图 21: 22 省市玉米平均价走势	13
图 22: 22 省市豆粕平均价走势	13
图 23: 主产区生鲜乳平均价走势	13
图 24: 牛奶、酸奶零售价走势	13
图 25: 婴幼儿奶粉和中老年奶粉零售价走势	14
图 26: 乳清粉平均价走势	14
表 1: 本周主要酒类公司涨跌幅情况	8
表 2: 本周主要食品行业公司涨跌幅情况	8
表 3: 酒水板块个股沪 (深) 股通持股占比	10
表 4: 本周高端酒批价及环比变化	11
表 5: 本周饮料板块上市公司重要公告	14
表 6: 本周乳品板块上市公司重要公告	15
表 7: 本周饮料行业重要动态	16
表 8: 本周乳品行业重要动态	17
表 9: 饮料板块最近重大事件备忘录	18

1. 本周行情回顾

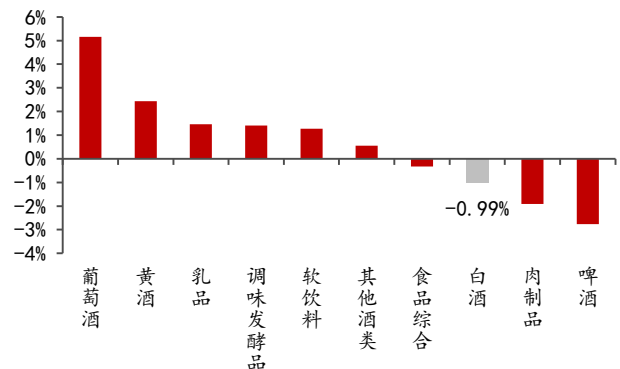
7月18日~7月22日, 5个交易日沪深300指数下跌0.24%, 食品饮料板块下跌0.54%, 白酒板块下跌幅度大于沪深300, 跌幅为0.99%。具体来看, 本周饮料板块兰州黄河(+5.91%)涨幅相对偏大, 皇台酒业(-7.80%)、重庆啤酒(-6.43%)跌幅相对偏大; 本周食品板块中炬高新(+14.75%)、ST加加(+10.08%)涨幅相对居前, 立高食品(-6.36%)、青海春天(-5.37%)跌幅相对偏大。

图 1: 本周各板块涨幅



资料来源: Wind, 浙商证券研究所

图 2: 本周食品饮料行业子板块涨幅



资料来源: Wind, 浙商证券研究所

表 1: 本周主要酒类公司涨跌幅情况

周涨幅居前				周涨幅居后			
证券代码	证券简称	收盘价 (元)	涨跌幅	证券代码	证券简称	收盘价 (元)	涨跌幅
000929.SZ	兰州黄河	8.24	5.91%	000995.SZ	皇台酒业	17.50	-7.80%
600197.SH	伊力特	28.12	4.61%	600132.SH	重庆啤酒	124.05	-6.43%
600543.SH	莫高股份	5.88	4.44%	600702.SH	舍得酒业	176.90	-5.41%
600616.SH	金枫酒业	6.58	4.28%	600779.SH	水井坊	76.55	-4.56%
000869.SZ	张裕 A	28.39	3.61%	300755.SZ	华致酒行	38.47	-4.26%

资料来源: Wind, 浙商证券研究所

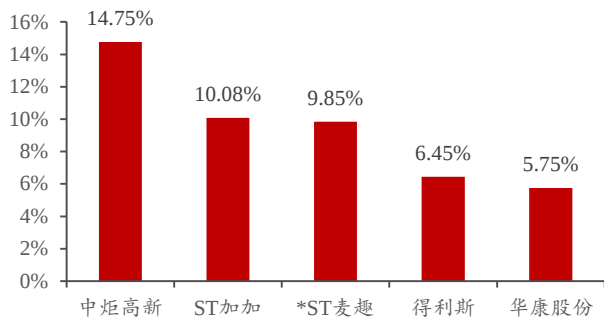
表 2: 本周主要食品行业公司涨跌幅情况

周涨幅居前				周涨幅居后			
证券代码	证券简称	收盘价 (元)	涨跌幅	证券代码	证券简称	收盘价 (元)	涨跌幅
600872.SH	中炬高新	35.12	14.75%	300973.SZ	立高食品	91.35	-6.36%
002650.SZ	ST 加加	4.26	10.08%	600381.SH	青海春天	12.51	-5.37%
002719.SZ	*ST 麦趣	7.14	9.85%	300791.SZ	仙乐健康	28.67	-5.10%
002330.SZ	得利斯	8.09	6.45%	002557.SZ	洽洽食品	48.47	-4.72%
605077.SH	华康股份	21.70	5.75%	002991.SZ	甘源食品	62.37	-4.46%

资料来源: Wind, 浙商证券研究所

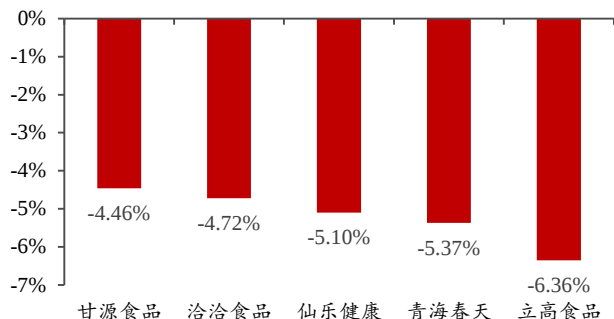
本周食品板块涨幅前五个股分别为中炬高新(+14.75%)、ST加加(+10.08%)、ST麦趣(+9.85%)、得利斯(+6.45%)和华康股份(+5.75%)，跌幅前五个股分别为立高食品(-6.36%)、青海春天(-5.37%)、仙乐健康(-5.10%)、洽洽食品(-4.72%)和甘源食品(-4.46%)。具体来看, 本周乳品板块贝因美(+5.01%)涨幅相对居前, 天润乳业(-1.67%)、妙可蓝多(-4.01%)跌幅相对居前。

图 3：本周食品板块涨幅前五个股



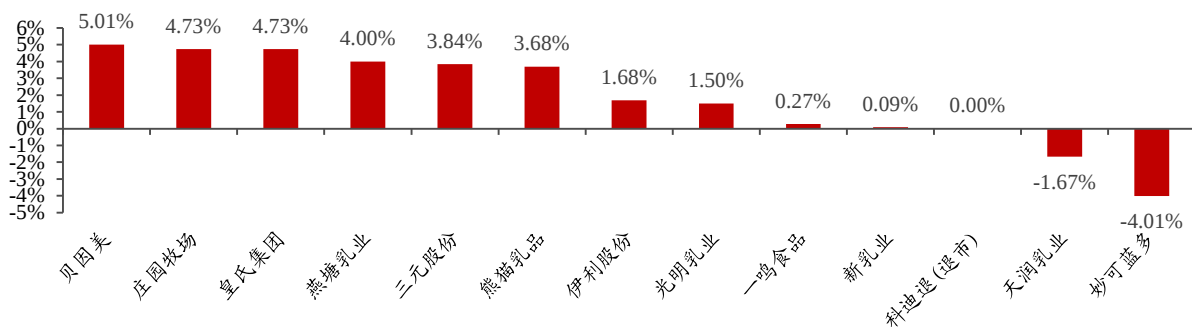
资料来源：Wind，浙商证券研究所

图 4：本周食品板块跌幅前五个股



资料来源：Wind，浙商证券研究所

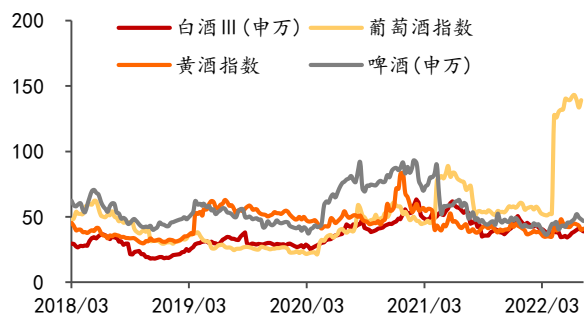
图 5：本周乳品板块个股涨跌幅



资料来源：Wind，浙商证券研究所

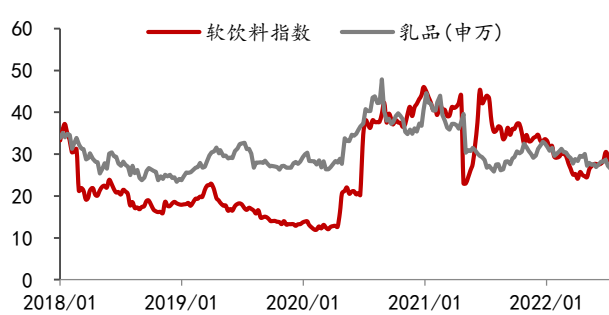
估值方面，食品饮料行业整体估值水平下降。2022 年 7 月 22 日，食品饮料行业 36.32 倍，白酒、啤酒、葡萄酒、黄酒细分行业估值分别为 38.55、46.83、139.22、40.91 倍，其中葡萄酒板块（+4.20%）本周估值涨幅较大。具体酒水公司来看，伊力特（+4.61%）本周估值涨幅较大。

图 6：白酒、啤酒、葡萄酒、黄酒板块估值情况（单位，倍）



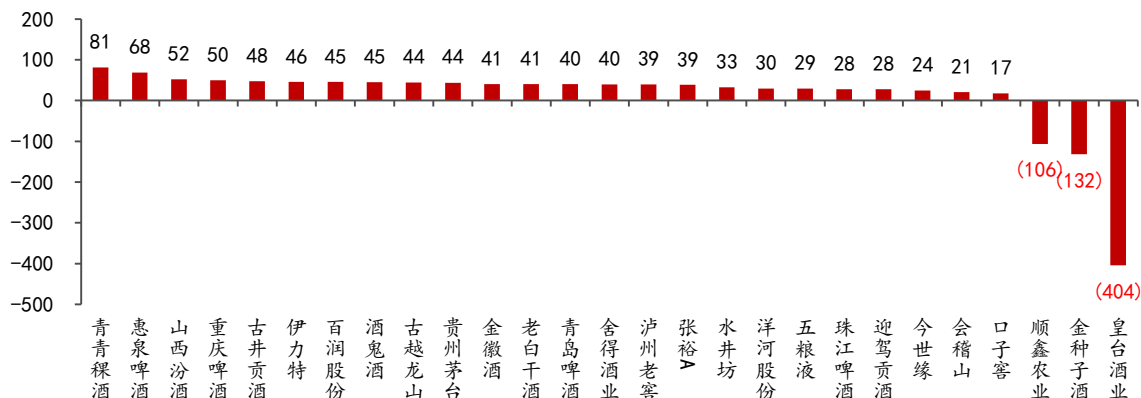
资料来源：Wind，浙商证券研究所

图 7：软饮料、乳品板块估值情况（单位，倍）



资料来源：Wind，浙商证券研究所

图 8：本周主要酒企 PE (TTM) 情况一览 (单位，倍)



资料来源：Wind，浙商证券研究所

陆股通持股标的中，重庆啤酒（9.19%）、贵州茅台（7.30%）、五粮液（4.83%）、燕京啤酒（4.10%）、水井坊（3.87%）持股排名居前。酒水板块 10 支个股受北向资金增持，其中顺鑫农业（+0.28pct）、燕京啤酒（+0.14pct）、伊力特（+0.12pct）北上资金增持比例较高。

表 3：酒水板块个股沪（深）股通持股占比

沪（深）股通持股占比居前个股				沪（深）股通持股占比居后个股			
证券代码	证券简称	2022/7/21	较上周变化	证券代码	证券简称	2022/7/21	较上周变化
600132.SH	重庆啤酒	9.19%	-0.12%	000995.SZ	皇台酒业	0.00%	0.00%
600519.SH	贵州茅台	7.30%	-0.01%	600199.SH	金种子酒	0.00%	0.00%
000858.SZ	五粮液	4.83%	-0.02%	601579.SH	会稽山	0.00%	0.00%
000729.SZ	燕京啤酒	4.10%	0.14%	600573.SH	惠泉啤酒	0.00%	0.00%
600779.SH	水井坊	3.87%	-0.39%	600702.SH	舍得酒业	0.00%	0.00%
000799.SZ	酒鬼酒	3.63%	-0.19%	600059.SH	古越龙山	0.00%	0.00%

资料来源：Wind，浙商证券研究所

2. 重要数据跟踪

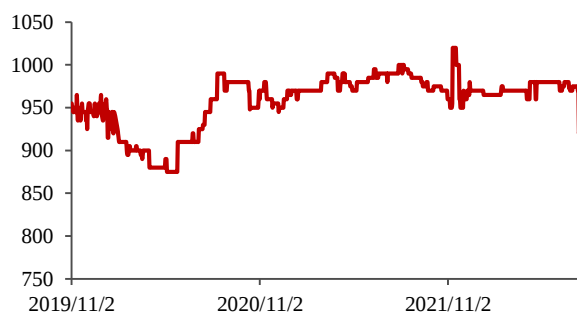
2.1. 重点白酒价格数据跟踪

图 9：贵州茅台批价走势（单位，元/瓶）



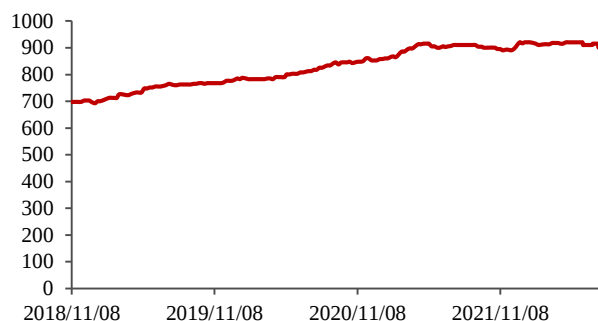
资料来源：Wind，浙商证券研究所

图 10：五粮液批价走势（单位，元/瓶）



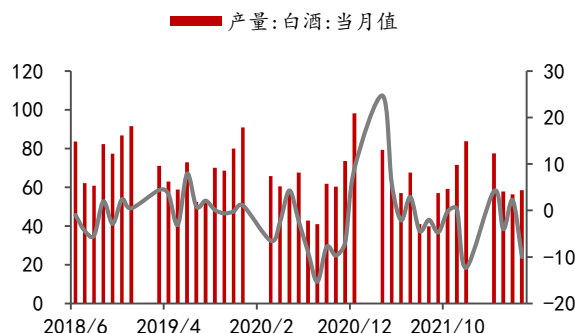
资料来源：Wind，浙商证券研究所

图 11: 国窖 1573 批价走势 (单位, 元/瓶)



资料来源: Wind, 浙商证券研究所

图 12: 白酒月度产量及同比增速走势



资料来源: Wind, 浙商证券研究所

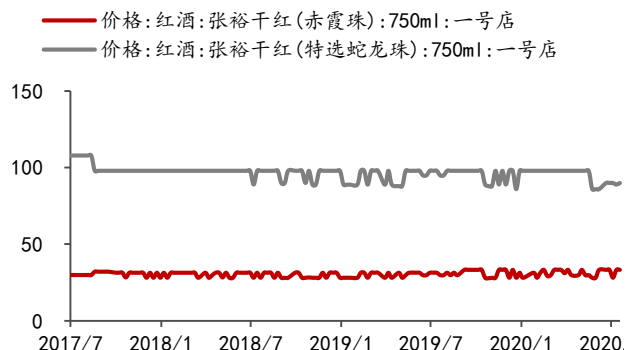
表 4: 本周高端酒批价及环比变化

本周酒价及环比变动表								
品牌	产品	规格	6月25日批价	7月2日批价	7月9日批价	7月16日批价	7月23日批价	环比变动
贵州茅台	21年飞天(原) 53°	500ml	3080	3070	3080	3090	3130	+40
	21年飞天(散) 53°	500ml	2760	2740	2750	2770	2780	+10
	20年飞天(原) 53°	500ml	3120	3150	3110	3125	3190	+65
	20年飞天(散) 53°	500ml	2830	2840	2820	2830	2850	+20
五粮液	普五(八代) 52°	500ml	973	975	975	940	965	+25
	1618 52°	500ml	925	925	955	945	940	-5
泸州老窖	国窖 1573 52°	500ml	910	915	915	905	900	-5
	特曲(老字号) 52°	500ml	250	255	255	260	260	+0
	特曲(60版) 52°	500ml	430	430	430	435	450	+15

资料来源: Wind, 浙商证券研究所

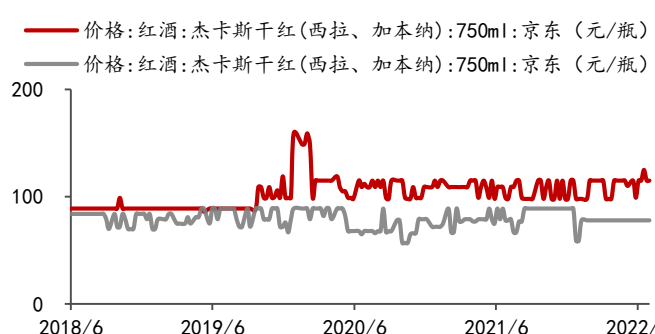
2.2. 重点葡萄酒价格数据跟踪

图 13: 国产葡萄酒价格走势 (单位: 元/瓶)



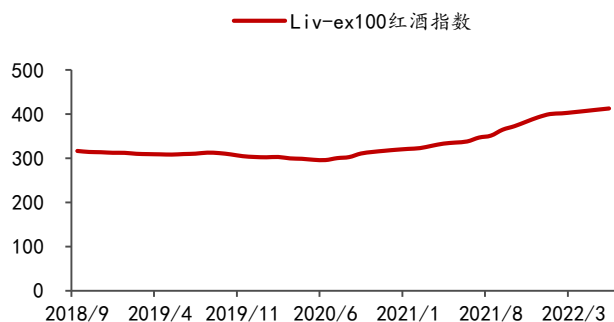
资料来源: Wind, 浙商证券研究所

图 14: 海外葡萄酒价格走势 (单位: 元/瓶)



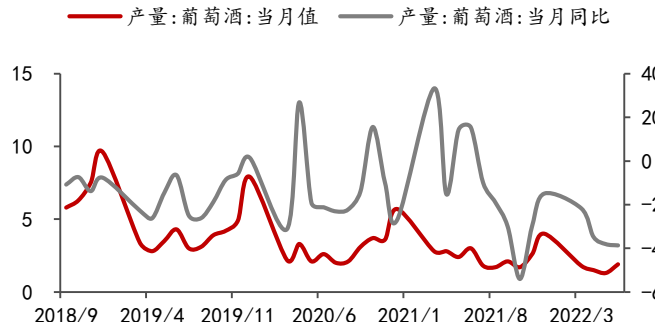
资料来源: Wind, 浙商证券研究所

图 15: Liv-ex100 红酒指数走势



资料来源: Wind, 浙商证券研究所

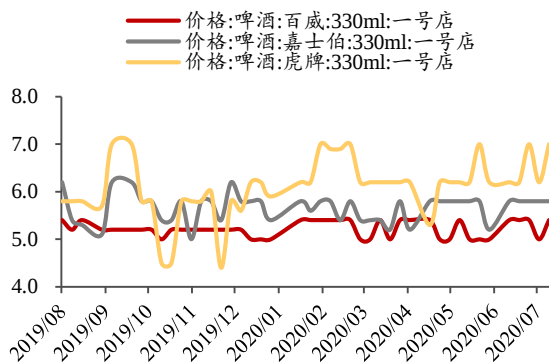
图 16: 葡萄酒月度产量及同比增速走势



资料来源: Wind, 浙商证券研究所

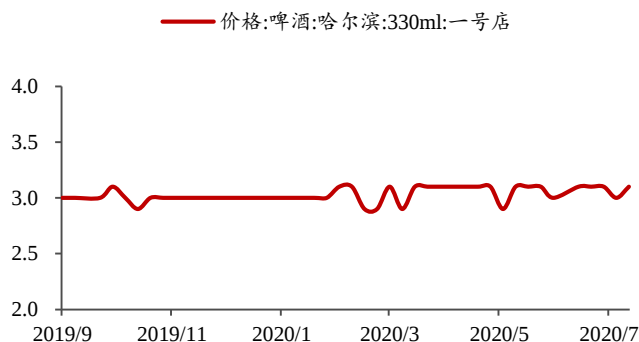
2.3. 重点啤酒价格数据跟踪

图 17: 海外啤酒零售价走势



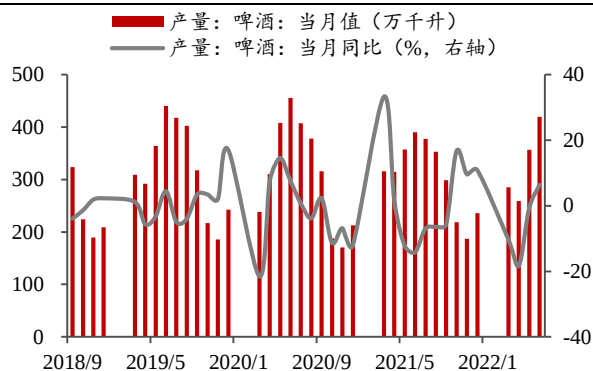
资料来源: Wind, 浙商证券研究所

图 18: 国产啤酒零售价走势



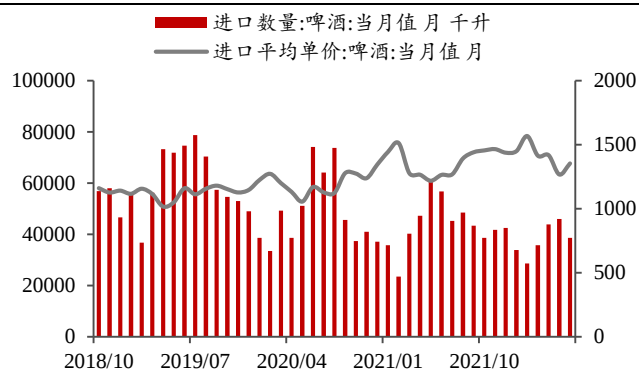
资料来源: Wind, 浙商证券研究所

图 19: 啤酒月度产量及同比增速走势



资料来源: Wind, 浙商证券研究所

图 20: 啤酒月度进口量及进口平均单价走势



资料来源: Wind, 浙商证券研究所

2.4. 重点乳业价格数据跟踪

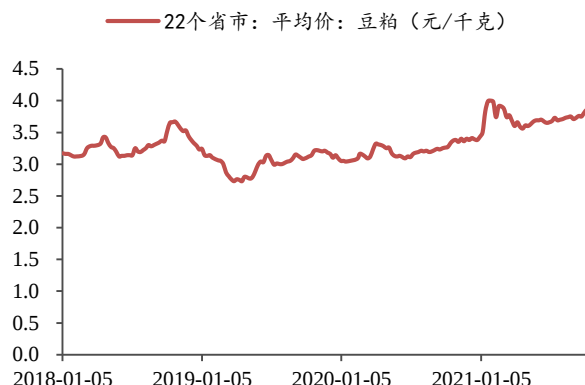
饲料市场, 本周玉米平均价环比持平, 豆粕平均价环比小幅上涨。根据 Wind 数据, 截至 2022 年 7 月 22 日, 22 省市玉米平均价为 2.90 元/千克, 环比持平, 22 省市豆粕平均价为 4.44 元/千克, 环比小幅上涨 0.91%。

图 21：22 省市玉米平均价走势



资料来源：Wind，浙商证券研究所

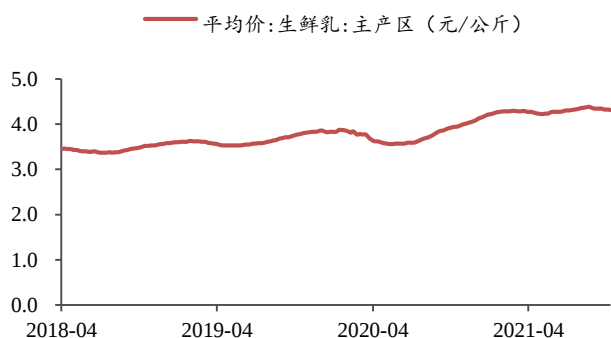
图 22：22 省市豆粕平均价走势



资料来源：Wind，浙商证券研究所

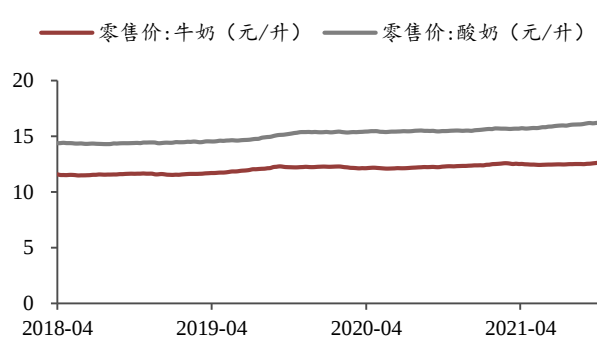
液态奶市场，主产区生鲜乳平均价环比微幅下跌，牛奶零售价环比微幅下跌，酸奶零售价环比微幅下跌。根据 Wind 数据，截至 2022 年 7 月 13 日，主产区生鲜乳平均价为 4.12 元/公斤，环比微幅下跌 0.24%；截至 2022 年 7 月 15 日，牛奶零售价为 12.97 元/升，环比微幅下跌 0.08%；酸奶零售价为 16.45 元/升，环比微幅下跌 0.06%。

图 23：主产区生鲜乳平均价走势



资料来源：Wind，浙商证券研究所

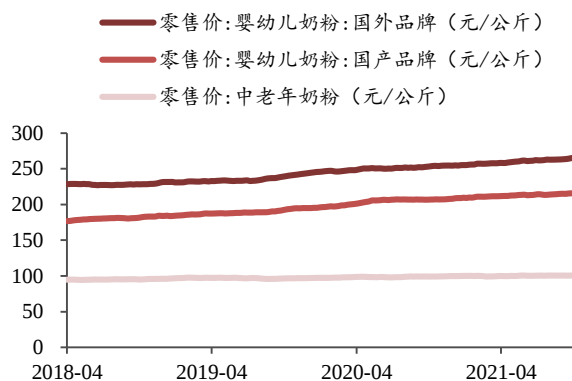
图 24：牛奶、酸奶零售价走势



资料来源：Wind，浙商证券研究所

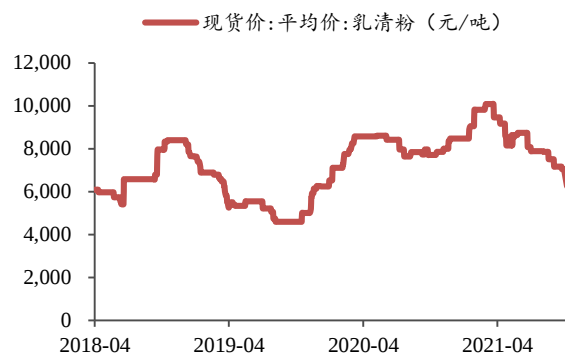
奶粉市场，国外品牌婴幼儿奶粉环比微幅上涨，国内品牌婴幼儿奶粉环比微幅上涨，中老年奶粉零售价环比微幅上涨，乳清粉平均价环比持平。根据 Wind 数据，截至 2022 年 7 月 15 日，国外品牌婴幼儿奶粉零售价为 268.06 元/公斤，环比微幅上涨 0.13%；国内品牌婴幼儿奶粉零售价为 218.78 元/公斤，环比微幅上涨 0.09%；中老年奶粉零售价为 102.57 元/公斤，环比微幅上涨 0.14%。截至 2022 年 6 月 1 日，本周乳清粉平均价为 6788.89 元/吨，环比持平。

图 25：婴幼儿奶粉和中老年奶粉零售价走势



资料来源：Wind，浙商证券研究所

图 26：乳清粉平均价走势



资料来源：Wind，浙商证券研究所

3. 重要公司公告

表 5：本周饮料板块上市公司重要公告

上市公司	公司公告
贵州茅台	7 月 22 日，经初步核算 2022 年上半年公司预计实现营业总收入 594 亿元左右（其中茅台酒营业收入 499 亿元左右，系列酒营业收入 75 亿元左右），同比增长 17% 左右；预计实现归属于上市公司股东的净利润 297 亿元左右，同比增长 20% 左右。
泸州老窖	公司于 7 月 22 日发布《关于“19 老窖 01”公司债券拟下调票面利率的提示性公告》，拟下调本期债券后两年票面利率。
酒鬼酒	公司于 7 月 21 日实施 2021 年度利润分配方案：以公司现有股份总额约 3.2 亿股为基数，每 10 股派发现金红利人民币 13 元（含税），分配总额固定，共分配利润约 4.2 亿元。
青岛啤酒	公司于 7 月 18 日召开 2022 年第一次临时股东大会。审议并通过《关于选举姜宗祥先生为公司第十届董事会执行董事的议案》，《关于选举侯秋燕先生为公司第十届董事会执行董事的议案》；公司发布《关于 A 股限制性股票激励计划首次授予限制性股票第一个解除限售期解锁暨上市公告》，将于 7 月 25 日解锁股票约 436 万股。
ST 通葡	公司已变更注册资本并完成工商变更登记，注册资本由人民币 4 亿元增至人民币约 4.25 亿元。
维维股份	公司未按规定提前 15 个交易日履行减持预披露义务，被上海证监会予以监管警示。
威龙股份	公司股东大会于 7 月 22 日通过《关于威龙葡萄酒股份有限公司 2022 年员工持股计划管理办法》等议案。
惠泉啤酒	公司正式实施 2021 年年度权益分派，本次利润分配以方案实施前的公司总股本 2.5 亿股为基数，每股派发现金红利 0.038 元（含税），共计派发现金红利 950 万元。
ST 西发	公司第九届董事会第十四次会议审议通过了《关于拟聘请律师事务所为控股子公司西藏拉萨啤酒有限公司大额转款有关事项整改项目提供专项法律服务的议案》。

资料来源：Wind，浙商证券研究所

表 6: 本周乳品板块上市公司重要公告

上市公司	公司公告
均瑶健康	一、本次筹划重大资产重组的基本情况 公司于 2022 年 4 月 19 日与王学毅及上海鸿谥远供应链管理有限公司（以下简称“标的公司”）签署《收购意向协议》，公司拟自行或指定其关联方以现金支付方式，通过受让王学毅持有的标的公司 51% 股权，形成对标的公司的控制权。 具体内容详见公司在 2022 年 4 月 21 日披露于上海证券交易所网站（www.sse.com.cn）的《湖北均瑶大健康饮品股份有限公司关于筹划重大资产重组暨签署收购意向协议的提示性公告》（公告编号：2022-029）。
妙可蓝多	投资种类：银行理财产品 投资金额：4,000 万元 履行的审议程序：上海妙可蓝多食品科技股份有限公司（以下简称“公司”）于 2021 年 8 月 9 日召开第十届董事会第三十三次会议和第十届监事会第二十九次会议，审议通过了《关于使用部分暂时闲置的募集资金进行现金管理的议案》，公司独立董事、监事会、保荐机构分别对相关事项发表了同意的意见，本事项无需提交股东大会审议；公司分别于 2022 年 1 月 11 日召开第十一届董事会第五次会议和第十一届监事会第五次会议、于 2022 年 1 月 27 日召开 2022 年第一次临时股东大会，审议通过《关于调整使用暂时闲置募集资金进行现金管理额度及期限的议案》，公司独立董事、监事会、保荐机构分别对相关事项发表了同意的意见。 特别风险提示：全资子公司本次购买的银行结构性存款产品为保本浮动收益型，产品安全性高、流动性好、满足保本要求，但不排除该项投资收益情况受到政策风险、市场风险、流动性风险等风险的影响。
三元股份	一、对外投资概述 为贯彻落实国家奶牛种业振兴行动，进一步巩固公司在奶牛种业的领先优势，合理开发利用北京三元食品股份有限公司（简称“公司”）控股子公司北京首农畜牧发展有限公司（简称“首农畜牧”）平谷种牛基地产能资源，进一步拓展奶牛冻精市场空间，首农畜牧拟与现代牧业（集团）有限公司（简称“现代牧业”）在北京市平谷区共同出资设立合资公司，名称暂定为“现代牧业三元种牛科技（北京）有限公司”（最终以市场监督管理部门登记名称为准，简称“合资公司”）。合资公司注册资本拟为 2,000 万元，其中：现代牧业拟以现金出资 1,020 万元，占注册资本的 51%；首农畜牧拟以现金出资 980 万元，占注册资本的 49%。 合资公司成立后将开展奶牛、肉牛冻精与胚胎推广业务及繁育服务业务等。 公司第八届董事会第六次会议审议通过《关于公司控股子公司首农畜牧与现代牧业设立合资公司的议案》，同意公司控股子公司首农畜牧与现代牧业设立合资公司。 本次对外投资不涉及关联交易，不构成《上市公司重大资产重组管理办法》规定的重大资产重组，无需提交股东大会审议。

资料来源：Wind，浙商证券研究所

4. 重要行业动态

表 7：本周饮料行业重要动态

标题	饮料行业动态
贵州茅台：1) i 茅台重启北京服务；2) i 茅台 2022 年营收有望超 126 亿；3) 上半年预计实现营收 594 亿，增长 17%；4) 丁雄军率队调研茅台酒六轮次生产。	1) 7 月 18 日晚间，记者从“i 茅台”方面获悉，“i 茅台”将于 7 月 19 日在北京地区重启每日“享约申购”和“线上云购”服务。“i 茅台”在公告中表示，北京市 29 家线下门店按疫情防控政策 7 月 19 日恢复运营，目前已做好服务准备。“i 茅台”预计当天在北京市投放 2311 瓶产品，其中，“享约申购”准备投放 771 瓶，“线上云购”投放 1540 瓶； 2) 有业内人士表示，i 茅台在 3 月 31 日正式上线试运营，2022 年运营时间将达到 276 天。按照 i 茅台上线 100 天营收 46 亿推算，i 茅台在 2022 年营收有望实现 126.96 亿元（不包括额外投放茅台 1935 和珍品茅台酒）； 3) 7 月 21 日晚间，贵州茅台发布 2022 年上半年主要经营数据公告。初步核算，2022 年上半年，预计实现营业总收入 594 亿元左右（其中茅台酒营业收入 499 亿元左右，系列酒营业收入 75 亿元左右），同比增长 17%左右；预计实现归属于上市公司股东的净利润 297 亿元左右，同比增长 20%左右。业内人士指出，贵州茅台半年主要经济指标实现两位数增长，不仅延续了一季度的“开门红”，超过 100 亿元的营收绝对增长值创造了又一个茅台纪录； 4) 7 月 21 日，茅台集团党委书记、董事长丁雄军率队调研制酒生产，深入了解六轮次生产情况，看望慰问一线员工。丁雄军指出，要坚守好传统工艺，严格做好每个轮次、每个环节的工艺操作；要坚持好“控前期、稳中期、提后期”的工艺指导思路确保全年产量、质量任务目标的完成。
五粮液：1) 五粮金樽全国经销商表彰大会定档 7 月 26 日；2) 外国驻蓉渝领馆及驻华使馆官员考察五粮液。	1) 2022 五粮金樽全国经销商表彰大会已正式定档 7 月 26 日。作为五粮金樽全年最重要、规模最大的全国性盛会，这场大会将分享品牌能量，传递品牌力量，赋能品牌发展。与此同时，行业大咖、白酒行业专家等也将齐聚宜宾，分享五粮金樽前沿消息与产业最新的思想研判，探寻产业向上的力量； 2) 7 月 21 日，参加“2022 世界动力电池大会”的外国驻蓉渝领馆及驻华使馆官员一行专程走进五粮液集团参观考察。通过实地考察、互动交流及品鉴体验，深刻感受五粮液的深厚文化底蕴和醇美浓香品质。
泸州老窖：集团与徐记海鲜达成战略合作	7 月 18 日，徐记海鲜与泸州老窖达成全面战略合作，双方将在线下服务、线上运营方面共同打造产业生态链。此次合作，将拓宽中高端餐酒市场的消费边界，湘菜与白酒的创新融合，对提振餐饮消费具有十分重要的意义。
山西汾酒：1) 袁清茂带队赴北京区域进行市场调研；2) 竹叶青加码非遗传承、文创。	1) 7 月 16 日，汾酒党委书记、董事长袁清茂带队赴北京区域及青花汾酒体验中心 001 号店进行市场调研。袁清茂与中汾国际总经理李卓俊就产品价格、市场秩序、公司运营、品牌推广等进行了深入交流，并对中汾国际多年来为汾酒事业做出的贡献予以充分肯定。袁清茂勉励经销商和北京区域，一定要提高政治站位，把北京市场“做高、做深、做细”，围绕汾酒复兴总纲，创新营销思维，充分发挥北京对全国市场的引领、辐射及标杆作用，全方位推动汾酒高质量发展； 2) 7 月 20 日，汾酒集团竹叶青产业公司与杭州万事利丝绸文化股份有限公司签订战略合作意向协议，推进双方在非遗传承、文化创意、产业链上下游等领域的战略合作。双方将共同强化对“双非遗”传统工艺科技创新与文化内涵打造的深入考察交流，联合推动优秀文化创意转化为代表中国优秀传统文化精神的文化产品。
舍得酒业：1) “十七大名酒专场鉴定系列活动——走进舍得”圆满举行；2) 全国品酒师大赛五连冠	1) 7 月 19 日，由中国酒业协会名酒收藏委员会主办、舍得酒业承办的“十七大名酒专场鉴定系列活动——走进舍得”圆满举行。此次活动鉴定的“90 年代白色铝盖沱牌曲酒”酒样由来自北京、河北、河南、四川等全国各地陈年酒藏家所提供。现场鉴定活动由外观鉴定专家、感官品评专家组成鉴定组，从封口、瓶盖、标签、品相、酒体损耗度等方面，对参与活动的酒样进行综合评估鉴定。本次征集到的 221 瓶沱牌陈年酒，除 33 瓶未通过鉴定、2 瓶假酒现场予以销毁外，剩余全部通过鉴定，由中国酒业协会名酒收藏专业委员会颁发专家签字鉴定书及数字酒证。

	2) 7月12日, 白酒行业顶级技术赛事——“酒城论剑·品酒争霸”第六届全国品酒师大赛在泸州举行, 经过多轮技术大比武, 洋河股份技术“梦之队”摘金夺银, 6人冲入前十, 这也是洋河股份第五次蝉联该赛事冠军。
老白干酒: 举行投资者交流活动	7月18日, 老白干酒举行投资者交流活动, 就产品高端化战略、品牌定位与营销战略等方面进行交流。老白干酒方面表示, 未来公司以打造一流白酒企业为目标, 不断提升公司的经营效益, 实现跨越式发展。
华润啤酒: 回应金沙酒业股权收购案	7月17日, 据媒体报道, 针对近期网传的华润系收购金沙酒业股权案, 华润集团旗下华润啤酒表示, 上市公司没有任何需要披露的信息, 对于市场传言不予评论。
燕京啤酒: 1) 推出 U8 Plus; 2) 京东与公司达成战略合作	1) 7月18日, 燕京啤酒最新推出“燕京 U8 Plus”, 在电商首发亮相, 这款 U8 Plus 新品依然是由蔡徐坤代言, 为喜欢 U8 产品口味, 希望尝试味道更浓、度数更高的消费者提供了 10° P 升级新选择; 2) 7月21日, 京东与燕京啤酒签署了战略合作协议。双方将从在品牌共建、渠道共建、产品共建、技术基础共建方面展开全方位、多元化的深度战略合作。在未来3年, 将通过更加精细化店铺运营和更广阔的渠道布局, 结合更合理的产品矩阵和更多元的营销活动, 实现双方更大的营销曝光和生意增长。双方的战略合作将进一步推进啤酒行业的数智化创新发展, 满足消费者对啤酒产品多元化的消费需求, 推动整个行业的创新升级。
行业宏观: 上半年中国白酒产量 375.1 万千升, 增长 0.4%; 7月中旬白酒环比价格总指数上涨	2022年1-6月, 中国规模以上企业白酒(折65度, 商品量)产量375.1万千升, 同比增长0.4%。 2022年6月, 中国规模以上企业白酒(折65度, 商品量)产量58.5万千升, 同比下降10.0%。 2022年1-6月, 四川省规模以上酿酒企业白酒产量190.5万千升, 同比下降3.1%; 2022年6月, 四川省规模以上酿酒企业白酒产量29.0万千升, 同比下降14.7%。 7月19日, 全国白酒价格调查资料显示, 2022年7月中旬全国白酒环比价格总指数为100.15, 上涨0.15%。从分类指数看, 名酒环比价格指数为100.08, 上涨0.08%; 地方酒环比价格指数为99.87, 下跌0.13%; 基酒环比价格指数为100.81, 上涨0.81%。

资料来源: 酒说, 微酒, 酒业家, 糖酒快讯, 啤酒板, 浙商证券研究所

表 8: 本周乳品行业重要动态

标题	乳品行业动态
认养一头牛去年营销费用近5亿	近日, 中国证监会官网披露了杭州认养一头牛控股集团股份有限公司首次公开发行股票招股说明书, 公司拟冲刺上交所主板上市, 发行不少于 4047.06 万股新股。 成立于2014年的认养一头牛, 靠着独特的“认养”概念, 打着替用户养牛为营销手段, 短短几年在乳业市场掀起了不小的水花, 也赚足了关注。招股书显示, 认养一头牛销售费用(主要用于网络营销)从2019年的1.94亿元增长到2021年的4.83亿元。营销费用率达18.82%, 远超行业平均水平。 除了讲故事, 近几年, “向外采购生牛乳、代工”也是认养一头牛重要的模式。2019年-2021年, 认养一头牛公司主要的生牛乳供应商包括中国圣牧、光明乳业、荷斯坦牧业、君乐宝乳业、华山牧乳业、澳亚集团等。除了采购生牛乳, 认养一头牛还大规模采取代工模式。招股书显示, 2019年-2021年, 光明乳业是公司最大的代工方, 其次为君乐宝, 二者主要代工纯牛奶和酸奶。
君乐宝董事长魏立华: 可持续发展与减碳是企业的重要战略目标	世界经济论坛是全球经济领域最具影响力的非官方国际性机构之一。本届世界经济论坛有来自全球90多个国家和地区的1100多位嘉宾参会。政界、商界和社会组织等领域的领袖以线上会议方式相聚, 围绕“在动荡的世界中砥砺前行”这一主题, 共同讨论对于世界经济的洞见。今年于线上举办的“新领军者对话会”继承历来的传统, 强调新兴经济体和发达经济体的创业方法在推动经济、环境和技术进步方面的关键作用。 魏立华在论坛发言中表示: 中国已向国际社会做出了2030年碳达峰与2060年碳中和的庄严承诺, 作为中国快速增长的乳品企业之一, 君乐宝把“可持续发展与减碳”作为重要的

	社会责任和企业发展的一个重要战略目标，同时做出了“可持续发展与减碳”的全面规划，并在重点环节取得突破。
财报快讯：中国飞鹤上半年利润预计同比下滑33.4%-42.4%	7月22日电，7月22日盘后，中国飞鹤发布2022年上半年业绩预告。2022年上半年，飞鹤预期录得收益约95亿元至98亿元人民币，同比减少约14.9%至17.4%，预期录得利润约22亿元至25亿元人民币，同比33.4%至42.4%。公告显示，下半年公司会陆续推出多款新品和新国标产品，进一步优化产品结构，满足更多消费者需求。
伊利成2022年G20峰会乳制品合作伙伴	继服务2016年G20杭州峰会之后，伊利集团再次成为2022年G20印尼峰会乳制品合作伙伴。峰会期间，伊利将加入印尼科莫国家公园珊瑚礁生态修复项目，由伊利印尼乳业生产的Joyday冰淇淋也将作为指定冰淇淋。印尼经济统筹部副部长兼G20事务协调人潘布迪表示：“伊利走进印尼以来，为印尼社会 and 经济发展提供了强劲动力。伊利的理念与实践和G20倡议高度契合。”伊利集团董事长兼总裁潘刚表示：“世界发展需要全球聚力，伊利集团携手G20峰会，将进一步面向全球共享健康产品，倡导健康生活方式，推动绿色可持续发展。” 早在2018年10月23日，伊利就在印尼首都雅加达推出Joyday冰淇淋。2021年12月10日，印尼单体规模最大的冰淇淋工厂——伊利印尼乳业生产基地一期项目建成投产，这是中国乳企在东南亚建设的最大生产基地。如今，Joyday冰淇淋已畅销印尼，并出口到新加坡、缅甸、越南等国家和地区。同时，伊利还履行企业社会责任，疫情期间向当地捐赠大量防疫和日用物资，推出多项针对经销商的纾困政策。截至目前，伊利已累计在印尼开展12次抗疫驰援行动，总计受益人群达百万人次。

资料来源：wind，浙商证券研究所

5. 近期重大事件备忘录

表 9：饮料板块最近重大事件备忘录

上市公司	日期	事件
贵州茅台	20220803	中报预计披露日期
酒鬼酒	20220729	分红
酒鬼酒	20220728	分红股权登记
百威亚太	20220727	中报预计披露日期
水井坊	20220727	中报预计披露日期
青岛啤酒	20220725	青岛啤酒解禁

资料来源：Wind，浙商证券研究所

6. 风险提示

疫情影响超预期；白酒动销恢复不及预期；食品安全风险。

股票投资评级说明

以报告日后的 6 个月内，证券相对于沪深 300 指数的涨跌幅为标准，定义如下：

- 1、买入：相对于沪深 300 指数表现 +20% 以上；
- 2、增持：相对于沪深 300 指数表现 +10%~+20%；
- 3、中性：相对于沪深 300 指数表现 -10%~+10% 之间波动；
- 4、减持：相对于沪深 300 指数表现 -10% 以下。

行业的投资评级：

以报告日后的 6 个月内，行业指数相对于沪深 300 指数的涨跌幅为标准，定义如下：

- 1、看好：行业指数相对于沪深 300 指数表现 +10% 以上；
- 2、中性：行业指数相对于沪深 300 指数表现 -10%~+10% 以上；
- 3、看淡：行业指数相对于沪深 300 指数表现 -10% 以下。

我们在此提醒您，不同证券研究机构采用不同的评级术语及评级标准。我们采用的是相对评级体系，表示投资的相对比重。

建议：投资者买入或者卖出证券的决定取决于个人的实际情况，比如当前的持仓结构以及其他需要考虑的因素。投资者不应仅仅依靠投资评级来推断结论

法律声明及风险提示

本报告由浙商证券股份有限公司（已具备中国证监会批复的证券投资咨询业务资格，经营许可证编号为：Z39833000）制作。本报告中的信息均来源于我们认为可靠的已公开资料，但浙商证券股份有限公司及其关联机构（以下统称“本公司”）对这些信息的真实性、准确性及完整性不作任何保证，也不保证所包含的信息和建议不发生任何变更。本公司没有将变更的信息和建议向报告所有接收者进行更新的义务。

本报告仅供本公司的客户作参考之用。本公司不会因接收人收到本报告而视其为本公司的当然客户。

本报告仅反映报告作者的出具日的观点和判断，在任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见均不构成对任何人的投资建议，投资者应当对本报告中的信息和意见进行独立评估，并应同时考量各自的投资目的、财务状况和特定需求。对依据或者使用本报告所造成的一切后果，本公司及/或其关联人员均不承担任何法律责任。

本公司的交易人员以及其他专业人士可能会依据不同假设和标准、采用不同的分析方法而口头或书面发表与本报告意见及建议不一致的市场评论和/或交易观点。本公司没有将此意见及建议向报告所有接收者进行更新的义务。本公司的资产管理公司、自营部门以及其他投资业务部门可能独立做出与本报告中的意见或建议不一致的投资决策。

本报告版权均归本公司所有，未经本公司事先书面授权，任何机构或个人不得以任何形式复制、发布、传播本报告的全部或部分内容。经授权刊载、转发本报告或者摘要的，应当注明本报告发布人和发布日期，并提示使用本报告的风险。未经授权或未按要求刊载、转发本报告的，应当承担相应的法律责任。本公司将保留向其追究法律责任的权利。

浙商证券研究所

上海总部地址：杨高南路 729 号陆家嘴世纪金融广场 1 号楼 25 层

北京地址：北京市东城区朝阳门北大街 8 号富华大厦 E 座 4 层

深圳地址：广东省深圳市福田区广电金融中心 33 层

上海总部邮政编码：200127

上海总部电话：(8621) 80108518

上海总部传真：(8621) 80106010

浙商证券研究所：<https://www.stocke.com.cn>