



消费旺季来临，头部企业确定性增强

——食品饮料行业周报

上周行情回顾

2022年8月1日-8月5日，食品饮料板块（申万）上涨1.43%，上证综指下跌0.81%，深证成指上涨0.02%，沪深300下跌0.32%，食品饮料板块跑赢上证综指2.24个百分点，在申万31个一级子行业周涨跌幅中排名第5位。

核心观点

白酒：高端酒企业绩凸显韧性，顺势而为有望增强业绩确定性。贵州茅台发布2022年半年报，其中营收为576.17亿元（同比+17.38%），归母净利润为297.94亿元（同比+20.85%）。贵州茅台在直销渠道上取得较大突破，2022上半年直销占比提升17.00pct，其中直营平台“i”茅台通过售卖非标产品贡献营收44.16亿元。产品结构优化方面，贵州茅台推出茅台1935、100ml飞天茅台等新品，不断填补次高端和高端白酒价格带空白。8月5日飞天茅台整箱批价为3175元，环比上涨35元，自5月下旬以来处于上行区间。在疫情好转以及旺季来临的背景下，经销商惜售和需求回暖或是茅台批价上行的主要原因。3月华东地区疫情扰动加剧对于餐饮等行业带来较大负面影响，但考虑年初春节动销情况良好，上半年其余时间多为白酒淡季，而且全国疫情在5月初得到有效控制，白酒企业经营状况或较为稳健。区域性名酒古井贡酒发布2022年上半年业绩预增的公告，侧面反映头部酒企经营业绩在疫情中的韧性表现。下半年疫情好转，白酒消费旺季如期来临，以及消费刺激政策的出台和落地，都有望增强全国性高端、次高端酒企业绩增长的确定性。

啤酒：2022全球最有价值50大啤酒品牌榜单出炉，夏季高温天气有望带动需求升温。近日，英国Brand Finance发布“2022年全球最有价值的50个啤酒品牌”，我国共四个品牌上榜，其中雪花啤酒位列第8名，哈尔滨啤酒、青岛啤酒和燕京啤酒也入选榜单，国内啤酒品牌价值不断提升。当前全国多地高温天气持续，有望进一步带动啤酒旺季需求升温。目前啤酒成本已出现下行趋势，叠加旺季需求刺激，啤酒动销表现良好，板块盈利弹性有望释放。伴随消费恢复，在去年同期低基数下，啤酒板块营收有望出现前低后高的趋势。

乳制品：龙头地位稳固，细分领域孕育新机。今年2月以来，鲜奶均价的同比和环比保持下滑的趋势。而牛奶零售价保持在高位，并且价格持续同比正增长。鲜奶和牛奶零售价走势相互背离，价差有扩大的趋势，有望助推行业增厚利润。乳制品行业寡头伊利和蒙牛的市场份额共计超过45%，并具备领先的规模、品牌等优势，龙头地位较为稳固。区域性乳制品企业开始挖掘新品，探寻“第二成长曲线”，在细分领域寻求突破，比如瞄准城市中高收入人群的健康养身类乳制食品。疫情好转背景下，乳制品企业销量有望加速回升，并有望迎来实现产品结构优化的机遇。

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：

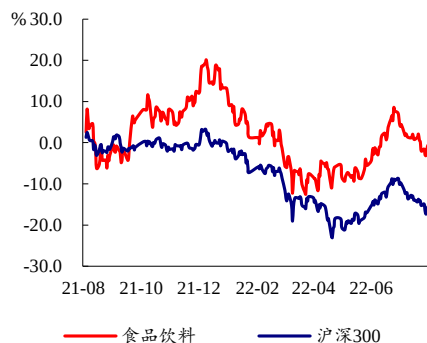
行业政策收紧风险；国内疫情扩散风险；食品安全问题等。

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】需求回暖下，业绩弹性机会有望显现_20220731》2022.07.31
《【食品饮料】疫情影响逐步减弱，需求回暖下业绩或分化_20220724》2022.07.24
《【食品饮料】业绩预告现分化，期待下半年基本面加速修复_20220718》2022.07.17
《【食品饮料】疫情复苏下，找寻弹性和韧性机会_20220711》2022.07.11
《【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

正文目录

1. 核心观点	4
1.1. 白酒：高端酒企业绩凸显韧性，顺势而为有望增强业绩确定性	4
1.2. 啤酒：2022 全球最有价值 50 大啤酒品牌榜单出炉，夏季高温天气有望带动需求升温	4
1.3. 乳制品：乳制品龙头地位稳固，细分领域孕育新机	4
1.4. 速冻品：“七夕”佳节促进预制菜销售，预制菜食品安全问题有望得到重视	5
1.5. 调味品：涪陵榨菜利润快速增长，行业在成本压力缓释下或迎修复拐点	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	16
7. 风险提示	17

图表目录

图表 1. 上周食品饮料板块跑输上证指数、深证成指和沪深 300(单位:%)	6
图表 2. 上周 (08.01-08.05) 食品饮料板块在申万行业涨跌幅中排名 5/31	6
图表 3. 零食、烘焙食品、调味发酵品、啤酒、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. 上周古井贡酒、华康股份、洽洽食品涨幅居前	8
图表 6. 上周泉阳泉、海欣食品、海南椰岛跌幅居前	8
图表 7. 板块整体估值为历史分位数的 69.22%	8
图表 8. 白酒整体估值为历史分位数的 72.49%	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. 2022.07.27 生鲜乳主产区均价为 4.11 元/公斤	10
图表 12. 2022.07.29 牛奶零售价为 12.99 元/升	10
图表 13. 2022.07.29 生猪平均价格为 20.86 元/公斤	10
图表 14. 2022.07.29 猪肉平均价格为 29.16 元/公斤	10
图表 15. 2022.08.05 大豆现货价为 5,850.53 元/吨	11
图表 16. 2022.08.05 豆粕现货价为 4,299.43 元/吨	11
图表 17. 2022.07.29 白砂糖零售价为 11.44 元/公斤	11
图表 18. 2022.08.05 柳糖现货合同价为 5,810 元/吨	11
图表 19. 2022.08.05 白条鸡平均批价为 18.38 元/公斤	12
图表 20. 2022.08.05 毛鸭主产区均价为 10.29 元/公斤	12

图表 21. 重点白酒价格情况（元/瓶）	13
----------------------------	----

1. 核心观点

1.1. 白酒：高端酒企业业绩凸显韧性，顺势而为有望增强业绩确定性

高端酒企业业绩凸显韧性，顺势而为有望增强业绩确定性。贵州茅台发布2022年半年报，其中营收为576.17亿元（同比+17.38%），归母净利润为297.94亿元（同比+20.85%）。贵州茅台在直销渠道上取得较大突破，2022上半年直销收入为209.49亿元（同比+120.42%），直销占比为36.39%（同比+17.00pct），其中直营平台“i”茅台通过售卖非标产品贡献营收44.16亿元。产品结构优化方面，贵州茅台推出茅台1935、100ml飞天茅台等新品，不断填补次高端和高端白酒价格带空白。8月5日飞天茅台整箱批价为3175元/瓶，环比上涨35元，自5月下旬以来处于上行区间。在疫情好转以及旺季来临的背景下，经销商惜售和需求回暖或是茅台批价上行的主要原因。3月华东地区疫情扰动加剧对于餐饮等行业带来较大负面影响，但考虑到年初春节动销情况良好，上半年其余时间多为白酒淡季，而且全国疫情在5月初得到有效控制，白酒企业经营状况受到疫情的影响或较为有限。区域性名酒古井贡酒发布2022年上半年业绩预增的公告，侧面反映头部酒企的经营业绩在疫情中的韧性表现。下半年疫情好转，白酒消费旺季如期来临，以及消费刺激政策的出台和落地，都有望增强全国性高端、次高端酒企业业绩增长的确定性。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：2022 全球最有价值 50 大啤酒品牌榜单出炉，夏季高温天气有望带动需求升温

啤酒：2022 全球最有价值 50 大啤酒品牌榜单出炉，夏季高温天气有望带动需求升温。近日，英国 Brand Finance 发布“2022 年全球最有价值的 50 个啤酒品牌”，我国共四个品牌上榜，其中雪花啤酒位列第 8 名，哈尔滨啤酒、青岛啤酒和燕京啤酒也入选榜单，国内啤酒品牌价值不断提升。当前全国多地高温天气持续，有望进一步带动啤酒旺季需求升温。目前啤酒成本已出现下行趋势，叠加旺季需求刺激，啤酒动销表现良好，板块盈利弹性有望释放。伴随消费恢复，在去年同期低基数下，啤酒板块营收有望出现前低后高的趋势。

1.3. 乳制品：乳制品龙头地位稳固，细分领域孕育新机

乳制品龙头地位稳固，细分领域孕育新机。7月的生鲜乳（原奶）主产区平均价为4.12元/公斤，同比下降4.45%，环比下降0.42%。7月的牛奶

零售价12.98元/升，同比上升3.97%，环比上升0.02%。今年2月以来，鲜奶均价的同比和环比保持下滑的趋势。而牛奶零售价保持在高位，并且价格持续同比正增长。鲜奶和牛奶零售价走势相互背离，价差有扩大的趋势，有望助推行业增厚利润。乳制品行业寡头伊利和蒙牛的市场份额共计超过45%，并具备领先的规模、品牌等优势，龙头地位较为稳固。同时，在乳制品行业高端化的背景下，产品品质和品牌影响力逐渐成为重要的竞争因素。区域性乳制品企业开始挖掘新品，探寻“第二成长曲线”，在细分领域寻求突破，比如瞄准城市中高收入人群的健康养生类乳制食品。疫情好转背景下，乳制品企业销量有望加速回升，并有望迎来实现产品结构优化的机遇。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：“七夕”佳节促进预制菜销售，预制菜食品安全问题有望得到重视

速冻品：“七夕”佳节促进预制菜销售，预制菜食品安全问题有望得到重视。根据京东小时购及京东到家数据，“七夕”节日期间，预制菜近一周销售环比增长超过10倍，成为销售增速最高的品类之一。8月2日，中消协发布《2022年上半年全国消协组织受理投诉情况分析》，2022H1消费者投诉出现上升态势。疫情下预制菜在C端快速渗透，但行业相关法律法规尚未健全，中消协建议政府部门加强对预制菜等新业态研究，加强对食品安全的管理，预制菜食品安全问题有望得到进一步重视

1.5. 调味品：涪陵榨菜利润快速增长，行业在成本压力缓释下或迎修复拐点

涪陵榨菜利润快速增长，行业在成本压力缓释下或迎修复拐点。大豆市场价格年初以来累计上涨5.89%（截至8月5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，截至8月5日，豆粕期货结算价格年初以来累计上涨21.92%，最新豆粕期货价格出现反弹，但整体价格走势自3月以来呈震荡下行趋势。在成本压力逐渐减弱，以及疫情好转的背景下，调味品行业利润有望得到修复。调味品龙头拥有较强的控制成本和提价能力，在行业整体面对较大成本压力的背景下，有望进一步扩大市场份额。涪陵榨菜发布2022年半年报，营收为14.22亿元（同比+5.58%），归母净利润为5.16亿元（同比+37.24%）。涪陵榨菜不断升级现有产品为提价作铺垫，此外新版轻盐系列的市场接受度逐步提升。上半年疫情扰动居家场景增加，刺激榨菜销量增长。三季度传统销售旺季如期来临，涪陵榨菜在品牌、产品和渠道等多维度上的优势形成共振有望实现全年业绩增长。

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8月1日-8月5日，食品饮料板块（申万）上涨1.43%，上证综指下跌0.81%，深证成指上涨0.02%，沪深300下跌0.32%，食品饮料板块跑赢上证综指2.24个百分点，在申万31个一级子行业周涨跌幅中排名第5位。

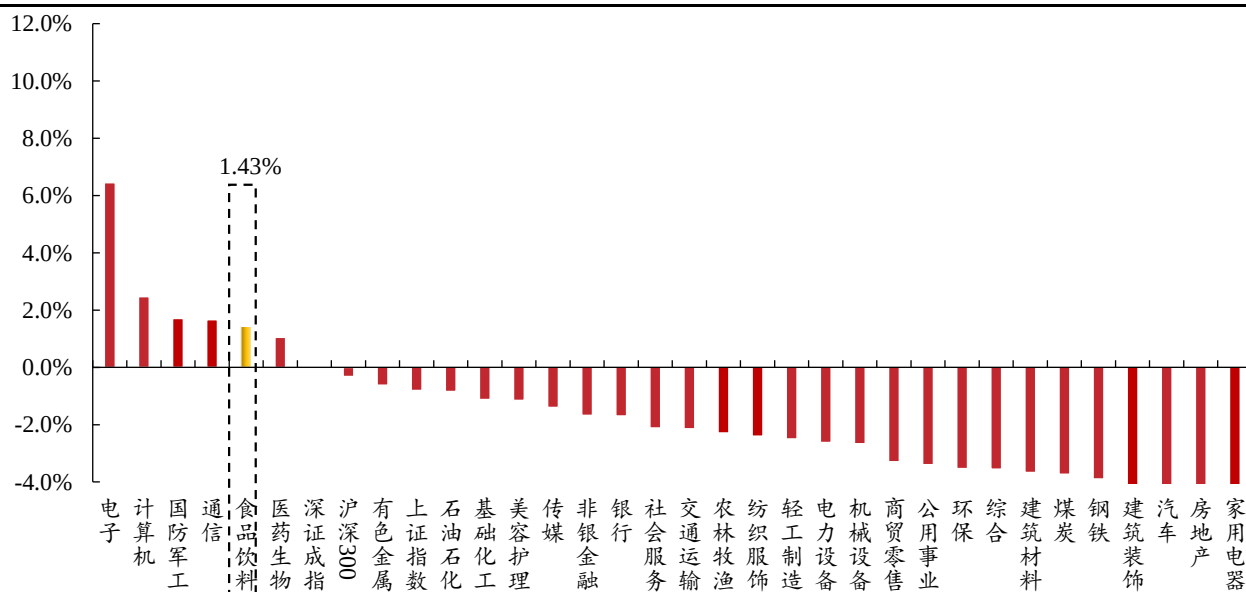
图表1. 上周食品饮料板块跑输上证指数、深证成指和沪深300(单位:%)

板块	上周 (08.01-08.05)		本月 (08.01-08.05)		2022年初至今 (01.01-08.05)	
	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	-0.81	2.24	-0.81	2.24	-11.34	-0.98
深证成指	0.02	1.41	0.02	1.41	-17.42	5.10
沪深300	-0.32	1.75	-0.32	1.75	-15.86	3.54
食品饮料	1.43		1.43		-12.32	

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 (08.01-08.05) 食品饮料板块在申万行业涨跌幅中排名 5/31

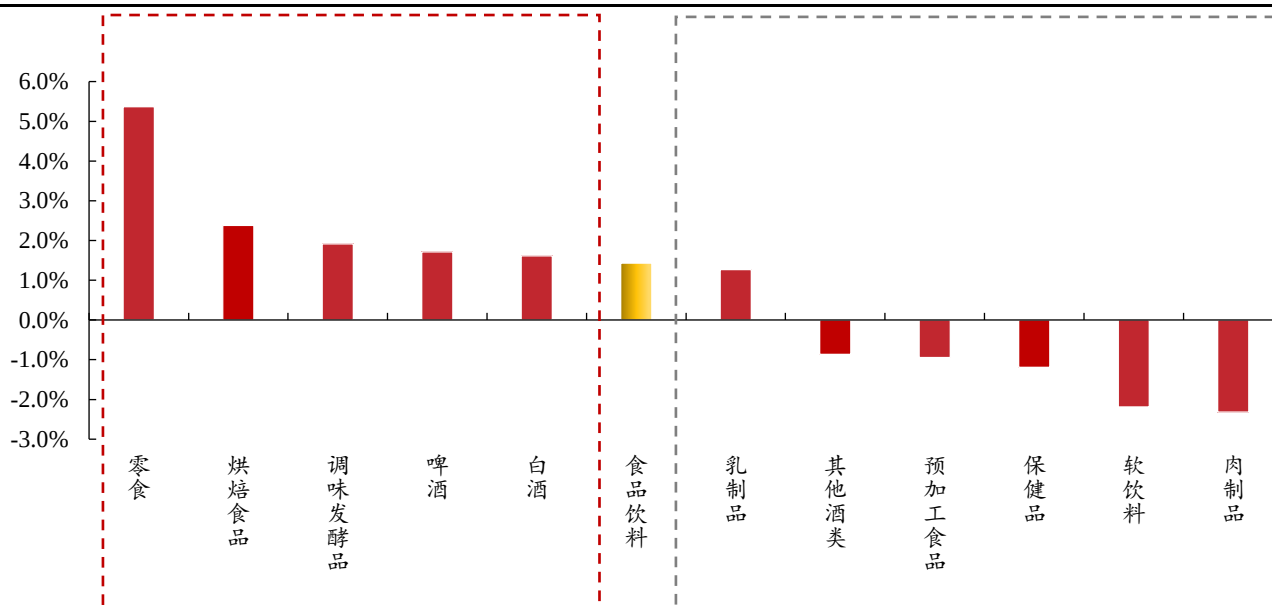


资料来源：Wind，东亚前海证券研究所

2.2. 子板块行情

分子行业来看，上周食品饮料各子板块涨跌参半。零食、烘焙食品、调味发酵品、啤酒、白酒跑赢食品饮料板块指数。子板块涨跌幅依次为零食（5.37%）、烘焙食品（2.38%）、调味发酵品（1.92%）、啤酒（1.71%）、白酒（1.61%）、乳制品（1.27%）、其他酒类（-0.87%）、预加工食品（-0.95%）、保健品（-1.19%）、软饮料（-2.19%）、肉制品（-2.32%）。

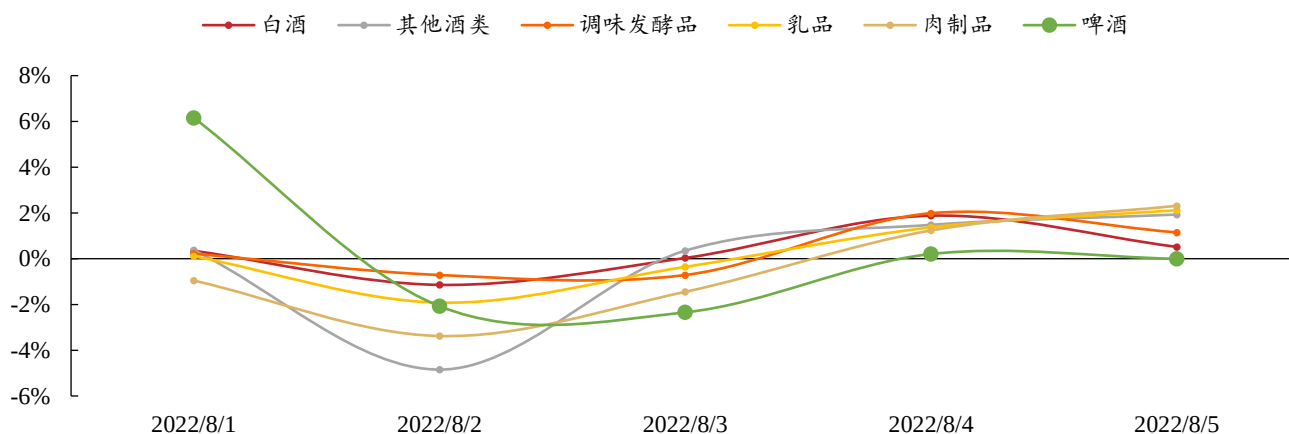
图表3. 零食、烘焙食品、调味发酵品、啤酒、白酒跑赢食品饮料板块指数



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 0.52%、1.88%、0.03%；对于啤酒板块而言，近三日的涨跌幅分别为-0.01%、0.20%、-2.35%。

图表4. 上周主要子板块全周呈现先跌后涨的趋势

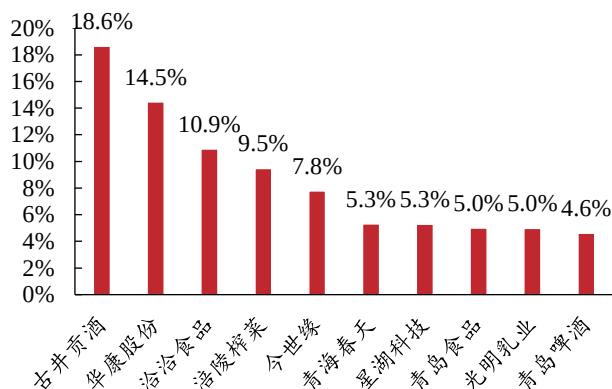


资料来源：Wind，东亚前海证券研究所

2.3. 个股行情

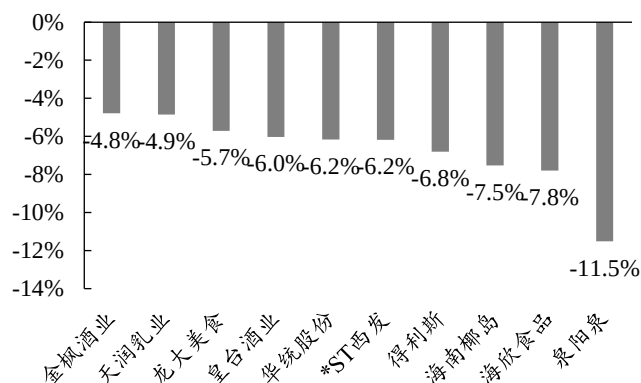
个股方面，上周古井贡酒、华康股份、洽洽食品涨幅居前，泉阳泉、海欣食品、海南椰岛跌幅居前。

图表5. 上周古井贡酒、华康股份、洽洽食品涨幅居前



资料来源: Wind, 东亚前海证券研究所

图表6. 上周泉阳泉、海欣食品、海南椰岛跌幅居前

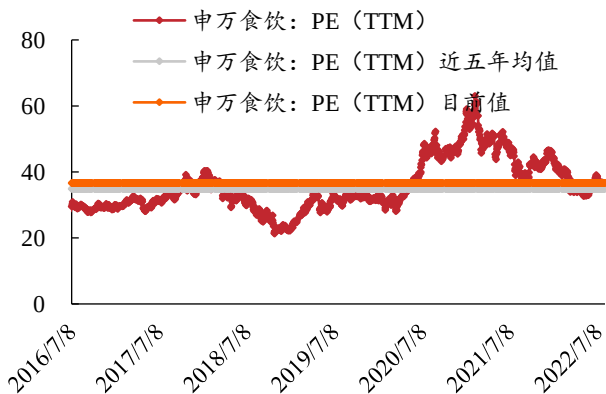


资料来源: Wind, 东亚前海证券研究所

2.4. 板块估值水平

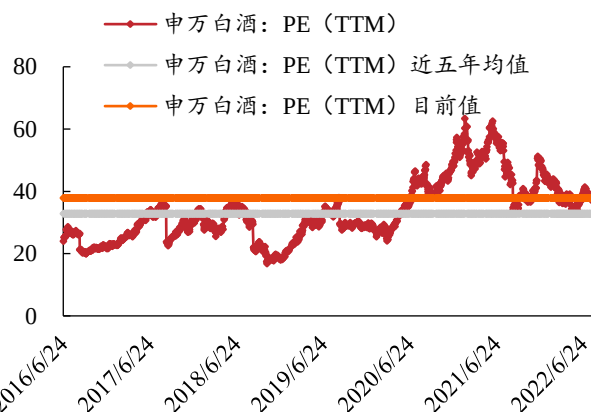
从整体的板块估值水平来看, 目前食品饮料整体估值 PE (TTM) 约为 36.60, 处于 2016 年至今历史分位数水平的约 69.22%, 白酒子板块目前的估值 PE (TTM) 约为 37.87, 处于 2016 年至今历史分位数水平的约 72.49%。与前一周相比, 食品饮料整体市盈率较为稳定, 白酒市盈率也较为稳定。目前板块市盈率 PE (TTM) 排名前三位为其他酒类(58.44)、调味发酵品(51.62)、啤酒(47.64)。

图表7. 板块整体估值为历史分位数的 69.22%



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 72.49%



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 (08.01-08.05), 沪深港通各自前十大活跃个股中食品饮料行业公司共计五家, 其中沪股通三家: 贵州茅台、伊利股份、山西汾酒; 深股通两家: 五粮液、泸州老窖。

五家公司上周净买入额分别为: 贵州茅台(-3.09 亿元)、五粮液(5.36 亿元)、伊利股份(3.90 亿元)、泸州老窖 (0.00 亿元)、山西汾酒 (2.20 亿元), 整体看来五家企业整体净买入 8.38 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	-3.09
五粮液	5.36
伊利股份	3.90
泸州老窖	0.00
山西汾酒	2.20

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)
08.01	贵州茅台 伊利股份 山西汾酒	-1.96 0.00 1.03	-0.94	五粮液 泸州老窖	1.33 0.00	1.33
08.02	贵州茅台 伊利股份 山西汾酒	1.19 0.00 2.05	3.24	五粮液 泸州老窖	4.15 0.00	4.15
08.03	贵州茅台 伊利股份 山西汾酒	-4.57 0.00 0.00	-4.57	五粮液 泸州老窖	-0.11 0.00	-0.11
08.04	贵州茅台 伊利股份 山西汾酒	0.61 0.00 -0.87	-0.26	五粮液 泸州老窖	0.00 0.00	0.00
08.05	贵州茅台 伊利股份 山西汾酒	1.64 3.90 0.00	5.54	五粮液 泸州老窖	0.00 0.00	0.00

资料来源: Wind, 东亚前海证券研究所

4. 行业上游表现情况

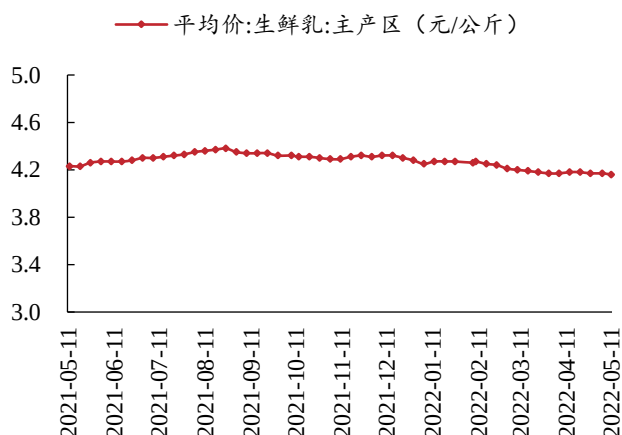
4.1. 原奶及牛奶价格

2022 年 07 月 27 日, 生鲜乳主产区均价为 4.11 元/公斤, 周度环比下降 0.24%, 年度同比下降 5.73%。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 29 日, 牛奶零售价为 12.99 元/升, 周度环比上升 0.08%, 年度同比上升 3.92%。

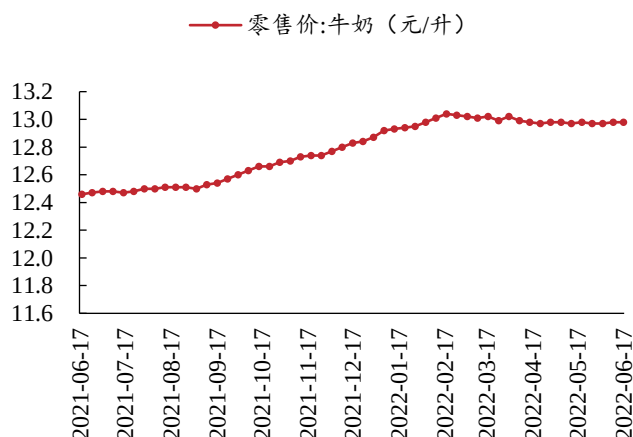
从长期的需求角度看, 随着国人消费能力与健康需求不断提升, 鲜奶尤其是低温奶渗透率逐渐提高, 国内对原奶的高需求有望维持; 从供给角度看, 前几年由于环保等问题导致行业大洗牌叠加饲料价格上涨, 国内原奶供给相对不足。因此需求上升叠加成本上涨或将推动本轮生鲜乳价格持续上升。

图表11. 2022.07.27 生鲜乳主产区均价为 4.11 元/公斤



资料来源: Wind, 农业部, 东亚前海证券研究所

图表12. 2022.07.29 牛奶零售价为 12.99 元/升

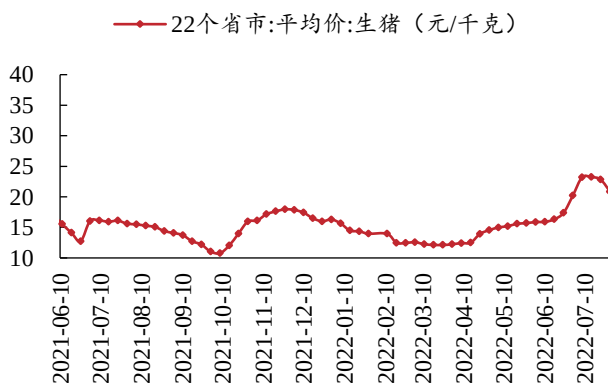


资料来源: Wind, 国家奶牛产业技术网, 东亚前海证券研究所

4.2. 生猪及猪肉价格

2022 年 07 月 29 日, 22 省市生猪平均价格为 20.86 元/公斤, 周度环比下降 8.63%, 年度同比上升 29.57%; 22 省市猪肉平均价格为 29.16 元/公斤, 周度环比下降 2.15%, 年度同比上升 23.72%。

图表13. 2022.07.29 生猪平均价格为 20.86 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. 2022.07.29 猪肉平均价格为 29.16 元/公斤



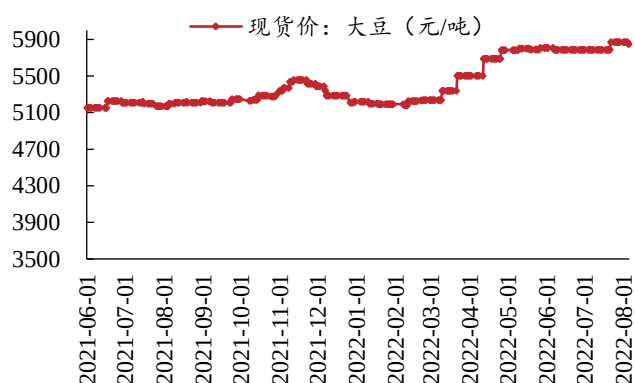
资料来源: Wind, 中国畜牧业信息网, 东亚前海证券研究所

4.3. 大豆及豆粕价格

2022 年 08 月 05 日, 大豆现货价为 5,850.53 元/吨, 周度环比下降 0.37%, 年度同比上升 12.52%; 2022 年 08 月 05 日, 豆粕现货价为 4,299.43 元/吨, 周度环比上升 0.78%, 年度同比上升 17.11%。

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. 2022.08.05 大豆现货价为 5,850.53 元/吨



资料来源：Wind，国家统计局，东亚前海证券研究所

图表16. 2022.08.05 豆粕现货价为 4,299.43 元/吨

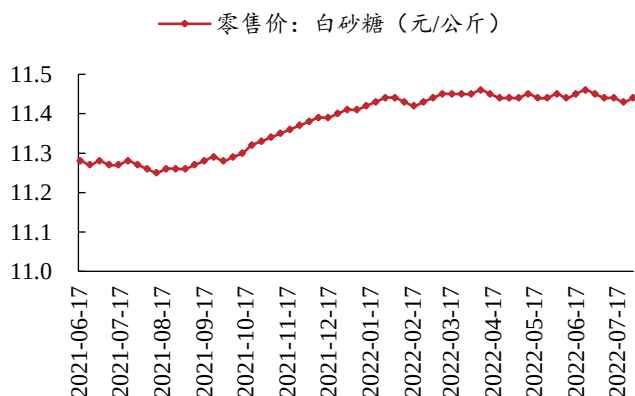


资料来源：Wind，生意社，东亚前海证券研究所

4.4. 白砂糖及柳糖价格

2022 年 07 月 29 日，白砂糖零售价为 11.44 元/公斤，周度环比上升 0.09%，年度同比上升 1.60%。2022 年 08 月 05 日，柳糖现货合同价为 5,810 元/吨，周度环比下降 0.51%，年度同比上升 3.20%。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. 2022.07.29 白砂糖零售价为 11.44 元/公斤



资料来源：Wind，生意社，东亚前海证券研究所

图表18. 2022.08.05 柳糖现货合同价为 5,810 元/吨

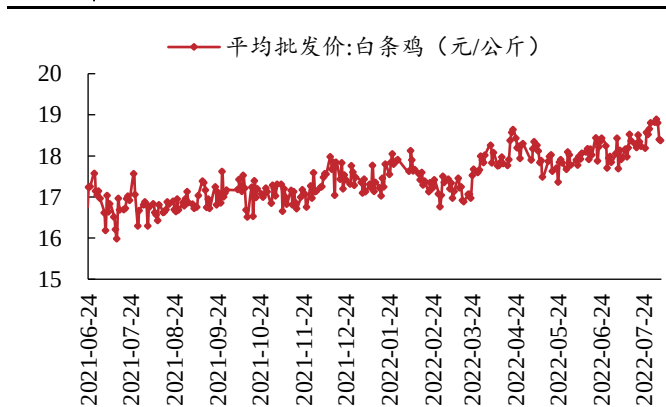


资料来源：Wind，华讯酒精网，东亚前海证券研究所

4.5. 白条鸡及毛鸭价格

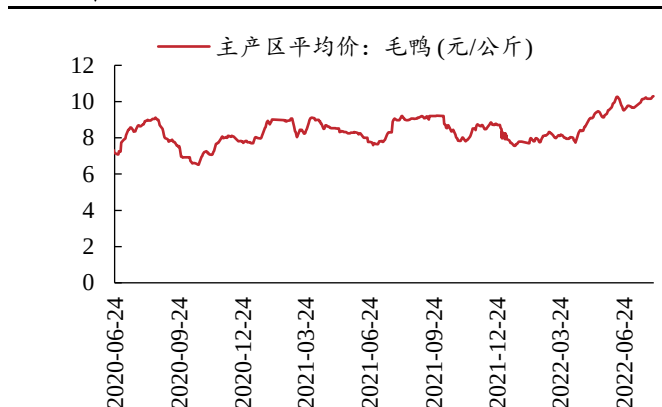
2022 年 08 月 05 日，白条鸡平均批发价为 18.38 元/公斤，周度环比下降 2.34%，年度同比上升 12.76%。2022 年 08 月 05 日，毛鸭主产区平均价为 10.29 元/公斤，周度环比上升 1.39%，年度同比上升 14.64%。整体看，价格整体处于合理区间范围内，短期价格波动属于正常价格调整。

图表19. 2022.08.05 白条鸡平均批价为 18.38 元/公斤



资料来源: Wind, 商务部, 东亚前海证券研究所

图表20. 2022.08.05 毛鸭主产区均价为 10.29 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（元/瓶）

	品名	规格	原箱价						
			7/30	7/31	8/1	8/2	8/3	8/4	8/5
贵州茅台	飞天（2022）	53%vol 500ml	3150	3150	3200	3220	3220	3175	3175
	飞天（2021）	53%vol 500ml	3160	3160	3220	3230	3230	3200	3200
	飞天（2020）	53%vol 500ml	3180	3180	3180	3240	3240	3240	3240
	飞天（2019）	53%vol 500ml	3250	3250	3250	3250	3250	3250	3250
	品名	规格	7/30	7/31	8/1	8/2	8/3	8/4	8/5
	飞天（2022）	53%vol 500ml	2780	2790	2820	2820	2800	2790	2780
	飞天（2021）	53%vol 500ml	2790	2800	2840	2840	2830	2830	2810
	飞天（2020）	53%vol 500ml	2880	2880	2880	2900	2890	2860	2890
	飞天（2019）	53%vol 500ml	3000	3000	3000	3000	3020	3020	3020
	品名	规格	7/30	7/31	8/1	8/2	8/3	8/4	8/5
	十五年	53%vol 500ml	6590	6600	6600	6600	6600	6600	6600
	精品茅台	53%vol 500ml	3515	3515	3515	3515	3525	3525	3525
	生肖（虎年）	53%vol 500ml	3700	3700	3680	3680	3680	3640	3640
	生肖（牛年）	53%vol 500ml	3670	3670	3660	3660	3660	3640	3640
	生肖（鼠年）	53%vol 500ml	3850	3850	3850	3850	3850	3850	3850
	生肖（猪年）	53%vol 500ml	3900	3900	3900	3900	3900	3900	3900
五粮液	品名	规格	7/30	7/31	8/1	8/2	8/3	8/4	8/5
	普五	52%vol 500ml	965	965	965	965	975	975	975
	普五（七代）	52%vol 500ml	965	965	965	965	975	975	975
	1618	53%vol 500ml	955	955	955	955	960	960	960
	15普	50%vol 500ml							
泸州老窖	10年（2005）	50%vol 500ml	1130	1130	1130	1130	1130	1130	1130
	品名	规格	7/30	7/31	8/1	8/2	8/3	8/4	8/5
	国窖1573	52%vol 500ml	920	920	920	920	920	910	920
	特曲	52%vol 500ml	270	270	270	270	270	270	270
	头曲	52%vol 500ml	70	70	70	70	70	70	70
	窖龄30	52%vol 500ml	215	215	215	215	215	215	215
	窖龄60	52%vol 500ml	265	265	265	265	265	265	265
洋河股份	窖龄90	52%vol 500ml	420	420	420	420	420	420	420
	品名	规格	7/30	7/31	8/1	8/2	8/3	8/4	8/5
	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
山西汾酒	大曲（青瓷）	52%vol 500ml	50	50	50	50	50	50	50
	品名	规格	7/30	7/31	8/1	8/2	8/3	8/4	8/5
	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
古井贡酒	玻汾	53%vol 500ml	43	43	43	43	43	43	43
	品名	规格	7/30	7/31	8/1	8/2	8/3	8/4	8/5
	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
酒鬼酒	古5	50%vol 500ml	105	105	105	105	105	105	105
	品名	规格	7/30	7/31	8/1	8/2	8/3	8/4	8/5
	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

【全力以赴“拼经济” 成都青白江打造预制菜产业发展高地】成都市青白江区首家机器人餐厅正式营业。这是集餐饮、炒菜机器人销售和体验、预制菜销售于一体的餐饮旗舰店，店内食物均由机器人“厨师”完成烹饪。餐厅负责人邓奇称，客户在到达餐厅后，选择了自己喜爱的菜品后，仅需操作员按一个键，每个菜品即可由机器人在 3 至 5 分钟完成自动烹饪。客户也可亲身体验机器人烹饪。如果客户已经购买“炒菜机器人”，只需在餐厅购买菜品，就可实现“一键烹饪”。在成都市青白江区的盒马西南供应链中心，每天都会生产小吃糕点及醪糟系列、烤鱼系列等 20 余款半成品鲜食产品，通过盒马门店或线上超市供应给消费者。这里还有为工厂制作预制菜提供新思路的研发厨房。瞄准青白江得天独厚的物流优势，“四川吉选”和“盒马鲜生”率先在成都国际铁路港布局供应链产业，分别打造智慧冷链中央厨房产业基地和盒马西南供应链运营中心，在成都的预制菜赛道上占领市场。（中新经纬）

【海关总署：3 日起暂停台湾地区 水果、鱼类等输入大陆 商务部回应暂停天然砂对台湾地区出口】新华社北京 8 月 3 日电 去年以来，大陆海关多次从台湾地区输入大陆的柑橘类水果中检出检疫性有害生物大洋臀纹粉蚧，以及倍硫磷和乐果残留超标；今年 6 月，从台湾地区输入大陆的冰鲜白带鱼和冻竹荚鱼包装上检出新冠病毒核酸阳性。海关总署表示，为防范风险，依据大陆相关法律法规和标准，决定自 2022 年 8 月 3 日起暂停台湾地区柑橘类水果和冰鲜白带鱼、冻竹荚鱼输入大陆。同时，各海关自 3 日起暂停受理台湾地区的上述水果和鱼类产品报关，并及时将以上情况通知辖区内相关企业。新华社北京 8 月 3 日电 商务部新闻发言人表示，根据相关法律规定，决定暂停天然砂对台湾地区出口。相关措施自 2022 年 8 月 3 日起实施。（宁波日报）

【天津发布 18 条任务促老字号创新发展】为进一步挖掘老字号潜力，焕发其活力，天津市商务局日前发布《关于促进天津市老字号创新发展的实施意见》（下称“《意见》”），将符合条件的老字号集中成片区域依法依规规划为历史文化街区，将符合条件的老字号原址原貌优先认定为文物、历史风貌建筑并进行原址保护。加大餐饮、食品和中医药老字号企业的用地保障。推进该市名医堂工程试点工作，鼓励中医药老字号企业举办名医堂。促进老字号文博展示，支持老字号企业根据自身条件建设传统技艺展

示馆和传承所。推动老字号走出国门，鼓励符合条件的老字号企业积极申报国家服务贸易创新发展引导基金项目，引导代表性领域老字号企业开展服务贸易。（中国新闻网）

【茶颜悦色推“咖啡味奶茶”，咖啡“风味”趋势下，茶咖边界进一步模糊】8月4日，财经网产经由茶颜悦色官方微信公众号获悉，茶颜悦色推出“生椰系列的收官制作”——“生椰玛丽颜”。早前，茶颜悦色也曾与咖啡品牌“三顿半”联名，在联名门店中推出过“玛丽颜”，同样也是茶底和咖啡的组合。喜茶、奈雪的茶和蜜雪冰城等均推出了咖啡产品。新式茶饮品牌一般通过对外投资与“自出品”两种途径涉足咖啡业务。艾媒咨询 CEO 兼首席分析师张毅表示，新式茶饮做咖啡有独特的优势，会借鉴茶饮产品研发上的思路；标准化的店面进一步降低了成本；茶饮和咖啡的消费者具有一定的重叠，咖啡产品能进一步增强客户粘性。同时，传统咖啡品牌也在向奶茶靠拢。据财经网产经观察，不少咖啡品牌，都推出了具有奶茶特点的产品，在特调咖啡产品中融入气泡水、椰汁、糖浆、水果等元素。随着茶饮和咖啡边界的进一步融合，为未来的发展摸索出了更多可能性。（财经网）

【婴幼儿奶粉市场整体回暖 大龄孩童吃奶粉时间延长】2022年，受疫情影响，我国新生人口数量下滑，使得国内奶粉市场消费基数减小。由雀巢和达能披露的2022年上半年的财务数据可知，其销售收入均实现了有机增长。在销量方面，爱他美依然稳居销冠，上半年销量超800万件，市占比约15%。除了美赞臣呈现出同比下滑以外，其余TOP10品牌同比去年上半年均有所增长。目前，我国婴幼儿配方奶粉行业市场规模保持平稳。虽然近几年新生人口数量不断下降，但国内消费升级加速，大龄孩童吃奶粉的时间也在延长。国家层面高度关注适度生育水平，预计未来会有更多相关政策出台，将在一定程度上扭转生育率下降趋势。预计未来我国婴幼儿配方食品市场规模保持平稳。（中国报告大厅）

【白象方便面陷食品安全争议】8月4日，针对消费者反映购买的白象方便面面饼中有活体蚂蚁，白象发布声明称，此事绝非本公司生产过程中出现的品质问题，并在官微开启工厂直播。事实上，类似白象“蚂蚁满面”的事件并非个例，据北京商报记者不完全统计，自今年6月以来，三只松鼠、德芙、虎将等多个品牌均因食安问题被推至热搜。业内人士认为，上述现象反映了食安无小事，公众维权意识以及对食安的关注度愈发强烈。多家企业陷入食安争议，一定程度上说明企业在供应链的把控上存在纰漏，

尤其是下游产业链管理的缺失。即使玛氏集团这类国际食品巨头，其下游管理也存在一定的问题。下游产业链管理的不足可以说是行业通病，应是未来食品行业重视的关键问题。（北京商报）

6.2. 上周重点公司动态

【贵州茅台：2022 年半年度报告摘要】贵州茅台酒股份有限公司报告摘要显示，2022 年上半年公司实现营业收入 576.17 亿元，同比增长 17.38%；归属于上市公司股东的净利润 297.94 亿元，同比增长 20.85%；报告期内经营活动产生的现金流量净额为-0.11 亿元，归属于上市公司股东的净资产 1921.03 亿元。

【伊利股份：2022 年一季度合并及母公司财务报表】经内蒙古伊利实业集团股份有限公司财务报表披露，2022 年第一季度公司实现总营收 310.47 亿元；实现归属于上市公司股东的净利润 0.40 亿元；营业总成本达 271.34 亿元；总资产达 1220.18 亿元。

【立高食品：最近三年的财务报告及其审计报告以及最近一期的财务报告】经立高食品股份有限公司财务报表披露，2022 年 1-3 月公司实现营业收入总收入 6.30 亿元；实现归属于上市公司股东的净利润 4002 万元；营业总成本达 5.84 亿元；总资产达 24.59 亿元。

【燕京啤酒：关于获得政府补助的公告】近日，北京燕京啤酒股份有限公司矿泉水厂收到与收益相关的政府补助 30 万元。至此，公司及分子公司累计收到上述政府补助款项 2302.80 万元，占公司最近一期归属上市公司股东净利润的 10.10%。

【洋河股份：首次公开发行前已发行股份上市流通提示性公告】公司首次向社会公众公开发行人民币普通股 4,500 万股。目前公司总股本为 150,698.8 万股，本次解除限售的股份数量为 24,948 万股，占公司总股本的 16.55%，全部为蓝色同盟持有；本次限售股份可上市流通日为 2022 年 8 月 9 日；本次申请解除股份限售的股东共 1 人。

【水井坊：水井坊股权激励限制性股票回购注销实施公告】四川水井坊股份有限公司 2019 年限制性股票激励计划第二次解除限售时 1 名激励对象的 2 个战略性绩效考核指标只达成了 1 个，按照《上市公司股权激励管理办法》及公司《2019 年限制性股票激励计划（草案）》及其摘要的相关规定，公司决定对上述激励对象未能解锁的 3,650 股限制性股票予以回购注销，注销日期为 2022 年 8 月 8 日。

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会被延缓；

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/>