

白酒同比增速由正转负，啤酒线上销售总额下滑

——酒类 7 月线上销售数据跟踪报告

强于大市 (维持)

2022 年 08 月 18 日

行业核心观点:

7 月三大电商平台（淘系、京东、拼多多）线上销售数据公布，受 618 大促活动结束的影响，7 月酒类线上销售表现不佳。其中白酒线上销售额同比由正转负，啤酒线上销售额同比持续下降。**线上渠道对比来看**，三大电商中淘系平台与京东仍占据主导地位。白酒行业淘系平台销售额同比上升，京东和拼多多线上销售额同比大幅下降，京东拥有绝对渠道优势；啤酒行业淘宝天猫和京东平台销售额接近，淘系平台销售额同比小幅上升，京东和拼多多线上销售额同比大幅下降。**从龙头线上渠道来看**，京东平台是白酒龙头的线上主战场，其中茅台京东销售占比近 60%，五粮液京东占比近 80%。总体来看，7 月酒类线上销售表现不佳，但随着中秋国庆双节销售旺季来临，白酒消费需求稳固，上涨势能仍存，基本面依旧向好，**建议关注长期需求确定性和成长性较强的高端、次高端白酒龙头，产品结构高端化、长期边际向好的啤酒龙头。**

投资要点:

白酒线上销售额由正转负，茅五价格维稳。7 月白酒三大电商线上销售总额 20.01 亿元 (YoY-6.27%)，三大电商平台中京东仍为白酒线上销售主战场，其白酒销售额占比超过三大电商线上总销售额的 50%。淘系平台白酒销售持续增长，销售额为 6.63 亿元 (YoY+27.83%)。京东和拼多多白酒线上销售额同比大幅下降，京东销售额为 10.61 亿元 (YoY-15.01%)，拼多多白酒销售额为 2.77 亿元 (YoY-24.73%)。贵州茅台 7 月三大电商销售总额为 4.72 亿元 (YoY+6.26%)，淘系平台、京东、拼多多线上销售额分别为 1.72/2.75/0.25 亿元，占比分别为 36.5%/58.5%/5.25%。7 月 20 年普飞批发价落在 3110 元至 3180 元价格区间，飞天散瓶价格落在 2760 元至 2880 元价格区间，都较 6 月有所上升。五粮液 7 月淘系平台与京东线上销售总额 2.21 亿元 (YoY-1.61%)，淘系平台和京东销售额分别为 0.49 和 1.71 亿元，占比分别为 22.39%和 77.61%。7 月普五（八代）和普五（七代）单瓶价格均维持稳定在 965 元，整体控价能力良好。

啤酒线上销售额同比下滑，呈持续下降趋势。7 月三大电商啤酒销售总额为 5.17 亿元 (YoY-10.38%)。其中，淘系线上销售额为 2.19 亿元 (YoY+0.37%)，京东啤酒销售额为 2.4 亿元 (YoY-16.87%)，拼多多啤酒销售额为 0.58 亿元 (YoY-17.13%)。青岛啤酒淘系平台与京东线上销售总额 0.63 亿元 (YoY-9.32%)，淘系平台、京东线上销售额分别为 0.27/0.36 亿元，占比分别为 57.3%/42.7%。百威啤酒三大电商线上销售总额为 0.83 亿元 (YoY+4.07%)，淘系平台、京东、拼多多线上销售额分别为 0.44 /0.38 /0.01 亿元，占比分别为 53.27%/46.01%/0.72%。

行业相对沪深 300 指数表现



数据来源：聚源，万联证券研究所

相关研究

茅台虎年生肖酒再出新，东鹏饮料拟瑞士上市

茅台名列世界烈酒品牌榜首，泸州老窖入局威士忌市场

茅台品牌价值增近 400 亿，伊利新西兰黄油新产线投产

分析师：陈雯

执业证书编号：S0270519060001

电话：18665372087

邮箱：chenwen@wlzq.com.cn

研究助理：叶柏良

电话：18125933783

邮箱：yebli@wlzq.com.cn

风险因素：1.政策风险；2.食品安全风险；3.疫情风险；4.经济增速不及预期风险；5.平台数据统计有误及统计不全风险。

正文目录

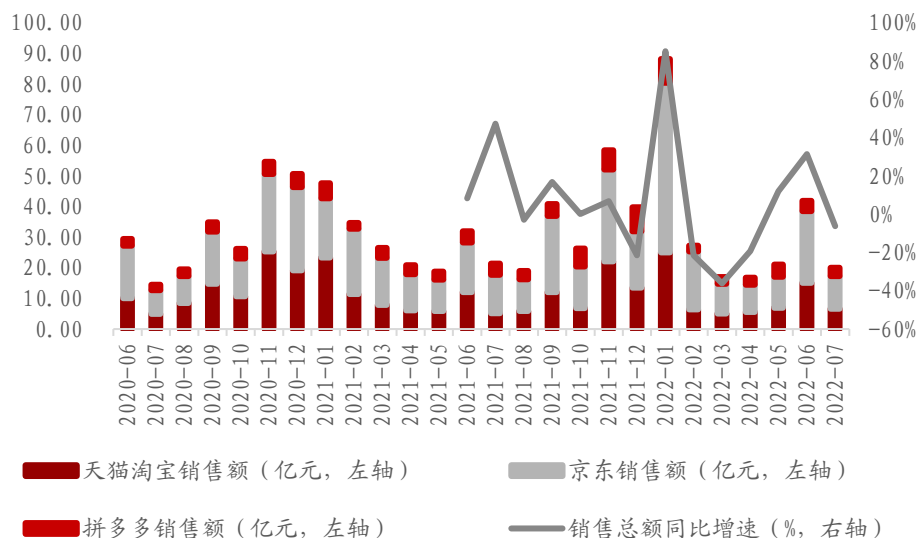
1 白酒：线上销售额同比由正转负，茅五价格维稳	4
1.1 7月白酒线上销售额同比由正转负，京东主战场收入大幅下降	4
1.2 茅台线上销售额增速放缓，五粮液线上销售额同比由正转负	5
2 啤酒：线上销售额同比下滑，呈持续下降趋势	7
2.1 啤酒线上销售额同比持续下滑，京东销售额小幅增长	7
2.2 啤酒龙头线上销售表现分化，青岛啤酒同比下跌	9
3 投资建议及风险因素	10
3.1 投资建议	10
3.2 风险因素	10
图表 1：白酒行业线上销售总额及同比增速	4
图表 2：天猫淘宝白酒行业线上销售额及同比增速变化情况	5
图表 3：京东白酒行业销售额及同比	5
图表 4：拼多多白酒行业销售额及同比	5
图表 5：贵州茅台线上销售总额及同比	6
图表 6：贵州茅台 7 月线上各渠道占比	6
图表 7：飞天茅台批价跟踪（元）	6
图表 8：五粮液线上销售总额及同比	7
图表 9：五粮液 7 月线上各渠道占比	7
图表 10：普五批价跟踪（元）	7
图表 11：啤酒行业线上销售总额及同比增速	8
图表 12：天猫淘宝啤酒行业销售额及同比增速	8
图表 13：京东啤酒行业销售额及同比	9
图表 14：拼多多啤酒行业销售额及同比	9
图表 15：青岛啤酒线上销售总额及同比	9
图表 16：青岛啤酒 7 月线上各渠道占比	9
图表 17：百威啤酒线上销售总额及同比	10
图表 18：百威啤酒 7 月线上各渠道占比	10

1 白酒：线上销售额同比由正转负，茅五价格维稳

1.1 7月白酒线上销售额同比由正转负，京东主战场收入大幅下降

7月白酒线上销售额同比由正转负，京东仍为白酒主战场。618大促活动过后，白酒线上销售同比增速大幅下降，由正转负。萝卜投资数据显示，本月白酒三大电商线上销售总额同比下降6.27%至20.01亿元，其中淘系平台同比增速上升，京东与拼多多同比均有不同程度跌幅。7月三大电商中京东白酒销售收入占比小幅下降，但仍超过50%，依然是白酒线上销售主战场。

图表1：白酒行业线上销售总额及同比增速

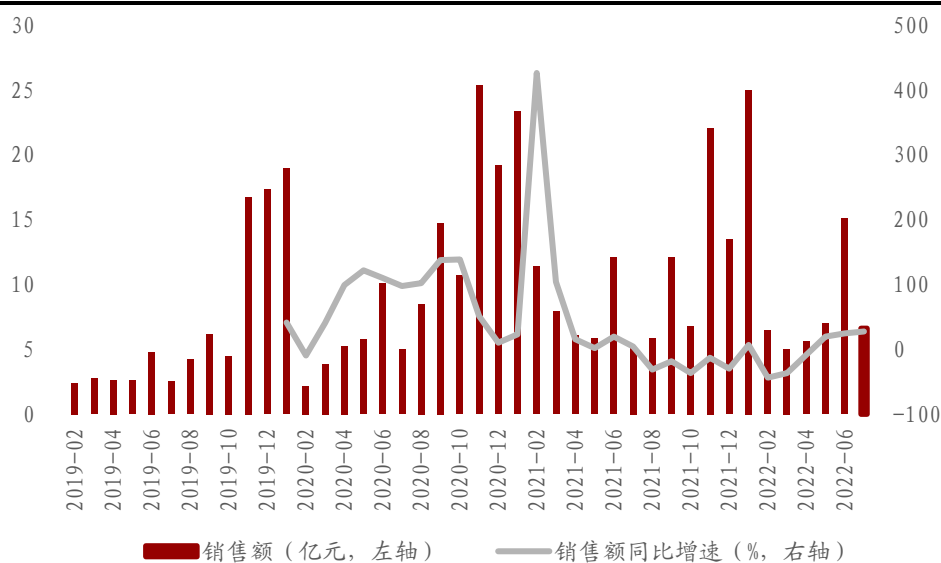


资料来源：萝卜投资，万联证券研究所

注：线上销售总额=天猫淘宝销售额+京东销售额+拼多多销售额

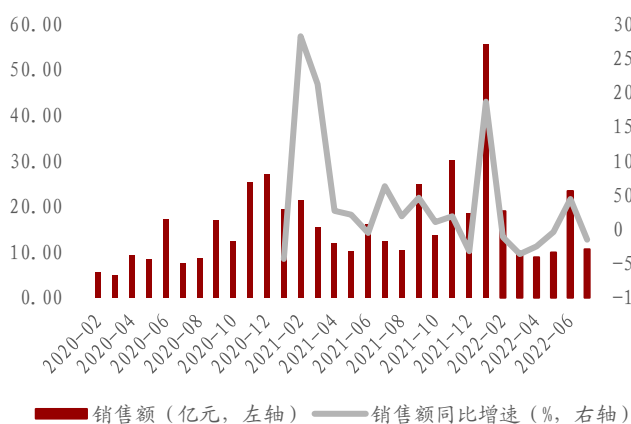
淘系平台白酒线上销售额同比增长，京东和拼多多销售额同比大幅下降。根据萝卜投资数据，相比于去年同期，淘系平台白酒销售额上升，京东与拼多多均有不同程度跌幅。7月天猫淘宝线上销售额为6.63亿元，同比增加27.83%，环比下降56.07%。京东和拼多多白酒销售表现不佳，京东7月销售额10.61亿元，同比下降15.01%，环比下降54.61%。拼多多7月销售额为2.77亿元，同比下降24.73%，环比下降18.43%。

图表2: 天猫淘宝白酒行业线上销售额及同比增速变化情况



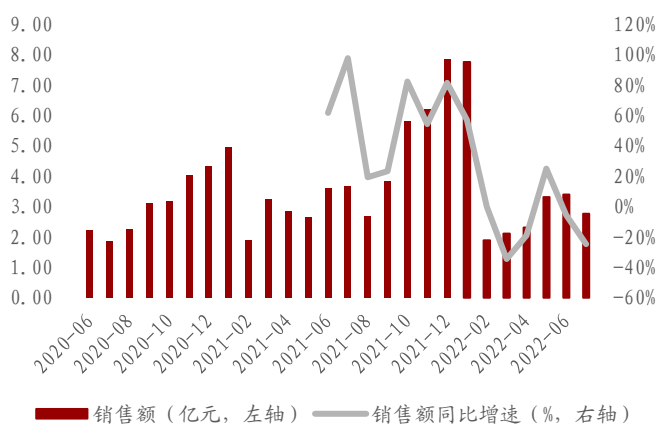
资料来源: 萝卜投资, 万联证券研究所

图表3: 京东白酒行业销售额及同比



资料来源: 萝卜投资, 万联证券研究所

图表4: 拼多多白酒行业销售额及同比

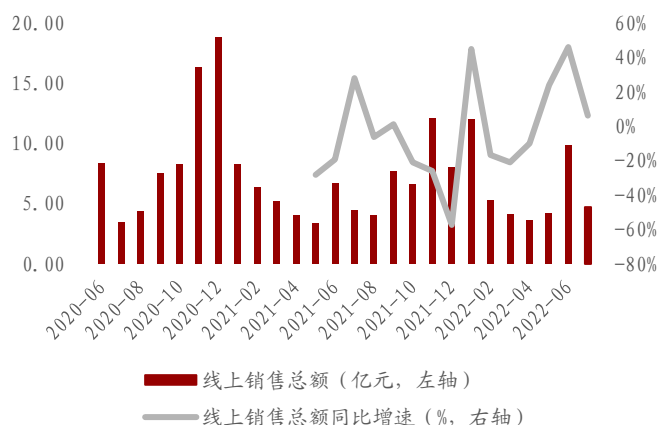


资料来源: 萝卜投资, 万联证券研究所

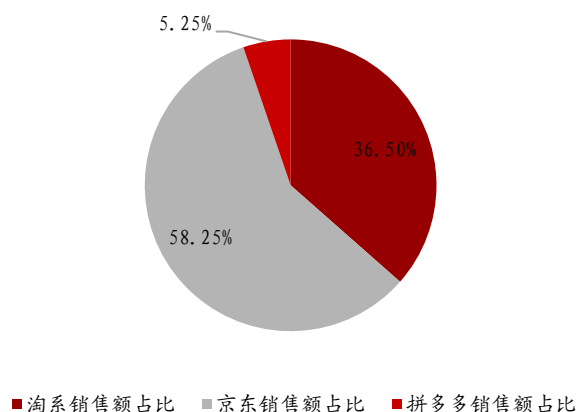
1.2 茅台线上销售额增速放缓, 五粮液线上销售额同比由正转负

7月茅台线上销售额同比增速放缓, 京东渠道领先优势明显。根据萝卜投资数据, 贵州茅台7月淘系平台、京东、拼多多三大电商销售总额为4.72亿元, 同比增长6.26%, 较6月份同比增速大幅放缓。三大电商中, 京东销售占比较上月大幅提升至近六成, 保持渠道领先优势。淘系平台销售额占比较上月有所下降。淘系平台、京东、拼多多线上销售额分别为1.72/2.75/0.25亿元, 占比分别为36.5%/58.25%/5.25%。

图表5: 贵州茅台线上销售总额及同比



图表6: 贵州茅台7月线上各渠道占比



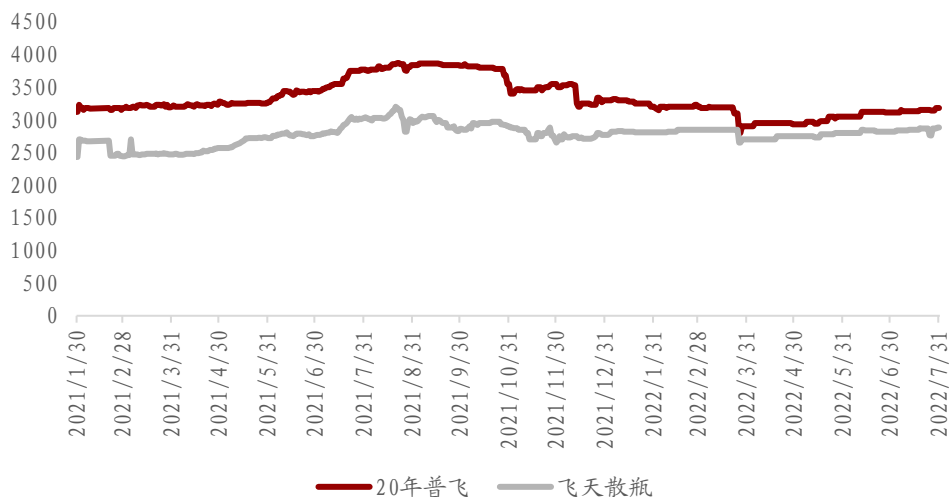
资料来源: 萝卜投资, 万联证券研究所

资料来源: 萝卜投资, 万联证券研究所

注: 线上销售总额统计平台包括淘系全网、京东、拼多多。

飞天茅台批价延续6月上升趋势。根据今日酒价数据, 7月20年普飞批价落在3110元至3180元价格区间, 飞天散瓶价格落在2760元至2880元价格区间, 较上月都有所上升。自3月20年普飞和飞天散瓶价格触底后, 连续4个月呈回升趋势。整体来说, 7月茅台酒批价稳中有升, 波动区间在百元左右。

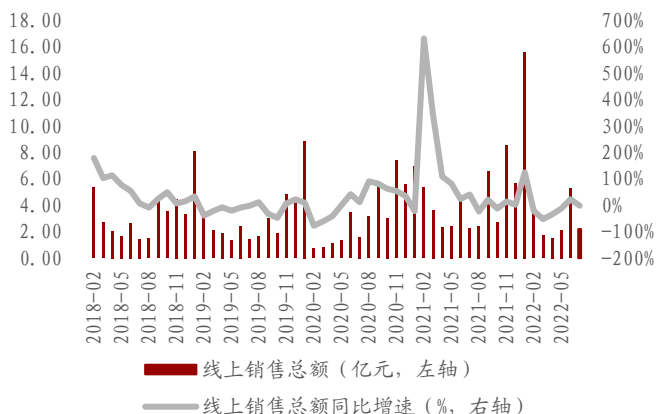
图表7: 飞天茅台批价跟踪 (元)



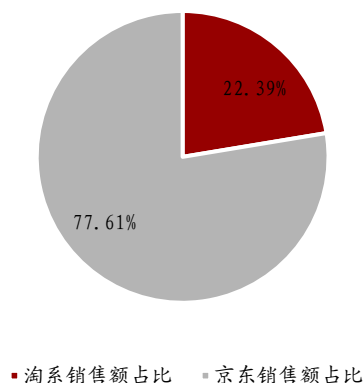
资料来源: 今日酒价, 万联证券研究所

五粮液线上销售额同比和环比均由正转负, 京东渠道优势明显。根据萝卜投资数据, 五粮液7月淘系平台与京东线上销售总额2.21亿元, 同比下降1.61%。京东销售额占比年初大幅提升至77.61%, 远超淘系平台。淘系平台和京东销售额分别为0.49和1.71亿元, 占比分别为22.39%和77.61%。

图表8: 五粮液线上销售总额及同比



图表9: 五粮液7月线上各渠道占比



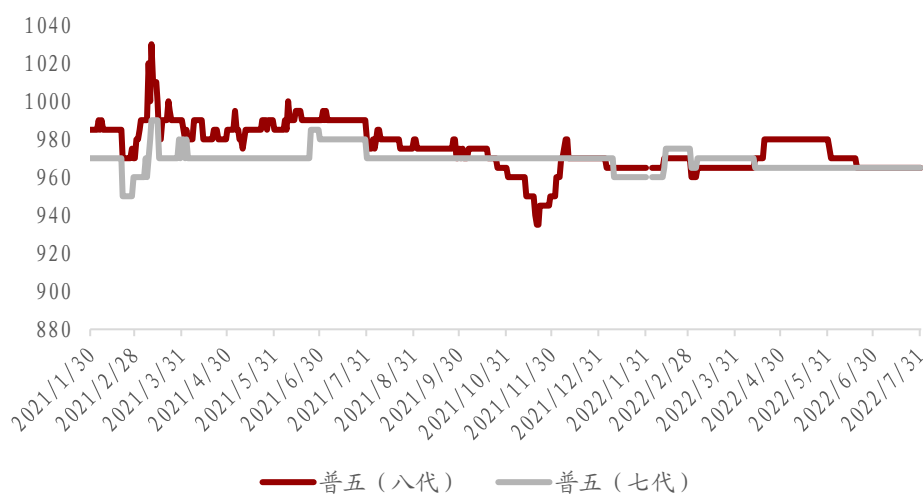
资料来源: 萝卜投资, 万联证券研究所

资料来源: 萝卜投资, 万联证券研究所

注: 线上销售总额统计平台包括淘系全网、京东。

五粮液酒价稳定。根据今日酒价数据, 7月普五(八代)和普五(七代)单瓶价格均维持稳定在965元, 整体控价能力良好。

图表10: 普五批价跟踪(元)



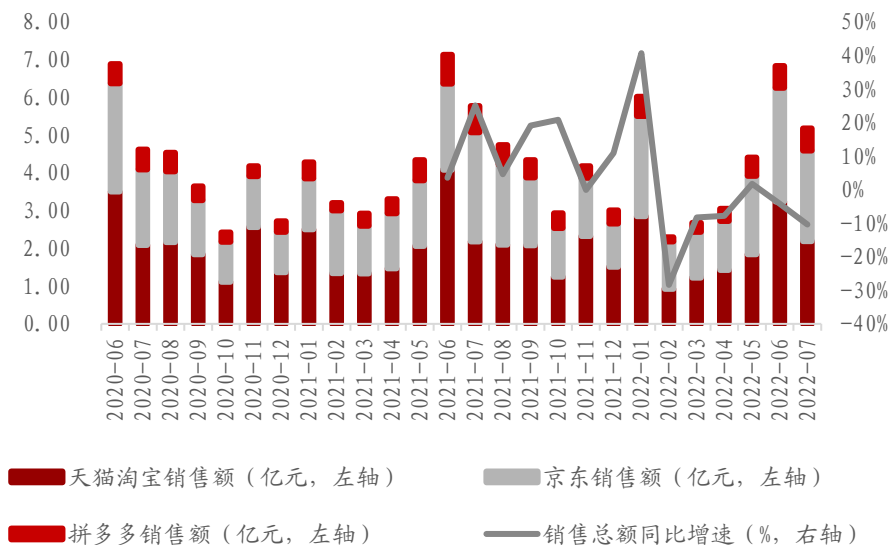
资料来源: 今日酒价, 万联证券研究所

2 啤酒: 线上销售额同比下滑, 呈持续下降趋势

2.1 啤酒线上销售额同比持续下滑, 京东销售额小幅增长

7月啤酒线上销售额同比持续下滑。根据萝卜投资数据, 本月三大电商啤酒销售总额为5.17亿元(YoY-10.38%)。淘系平台与京东平台表现不分上下, 拼多多销售额与淘系和京东尚有一定差距, 但近四月也在持续回升。

图表11: 啤酒行业线上销售总额及同比增速

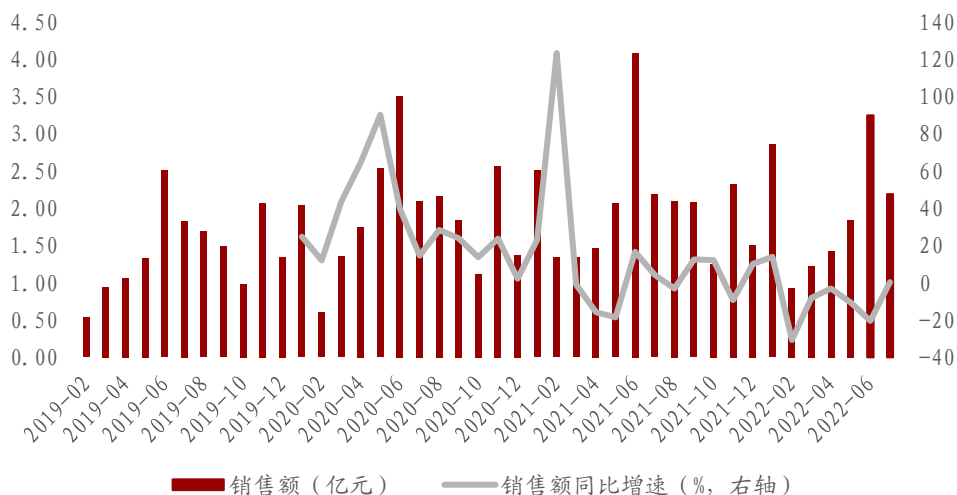


资料来源: 萝卜投资, 万联证券研究所

注: 线上销售总额=天猫淘宝销售额+京东销售额+拼多多销售额

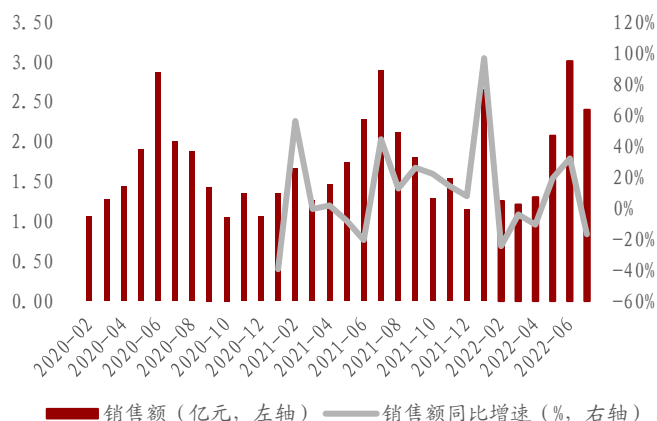
7月淘系平台啤酒销售额同比由负转正, 京东和拼多多啤酒收入同比下降。根据萝卜投资数据, 7月京东啤酒销售额为2.4亿元, 同比下降16.87%。淘系啤酒线上销售额为2.19亿元, 同比增加0.37%, 环比下降32.51%。拼多多啤酒销售额为0.58亿元, 同比下降17.13%。受618大促活动结束的影响, 7月啤酒线上收入下降。

图表12: 天猫淘宝啤酒行业销售额及同比增速



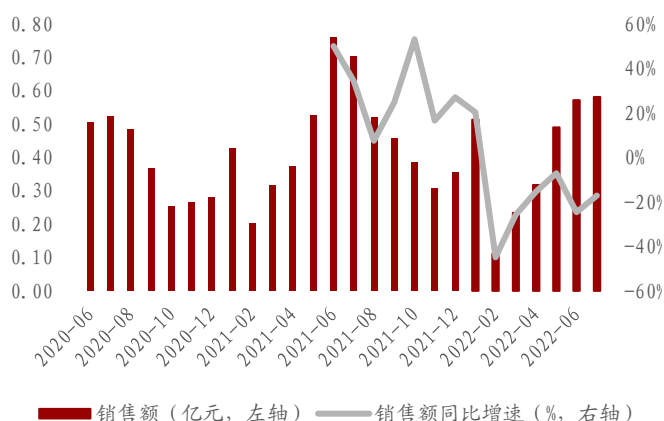
资料来源: 萝卜投资, 万联证券研究所

图表13: 京东啤酒行业销售额及同比



资料来源: 萝卜投资, 万联证券研究所

图表14: 拼多多啤酒行业销售额及同比

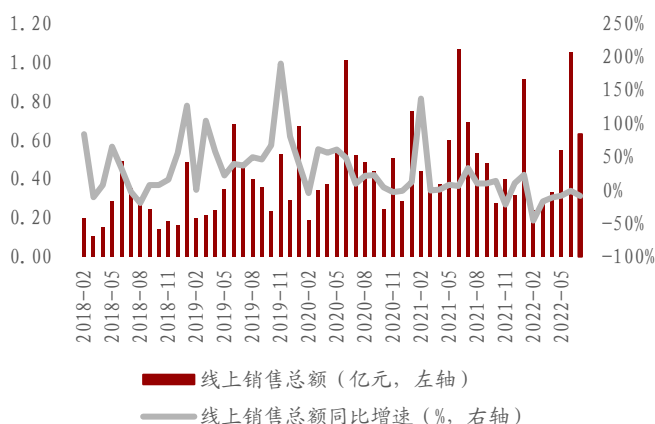


资料来源: 萝卜投资, 万联证券研究所

2.2 啤酒龙头线上销售表现分化, 青岛啤酒同比下跌

7月青岛啤酒线上销售额同比下跌, 京东渠道回归领先地位。根据萝卜投资数据, 7月青岛啤酒淘系平台与京东线上销售总额0.63亿元, 较去年同期下降9.32%。京东平台销售额回归领先地位, 7月淘系平台、京东线上销售额分别为0.27/0.36亿元, 占比分别为42.7%/57.3%。

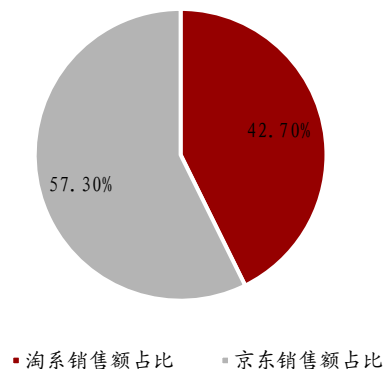
图表15: 青岛啤酒线上销售总额及同比



资料来源: 萝卜投资, 万联证券研究所

注: 线上销售总额统计平台包括淘系全网、京东。

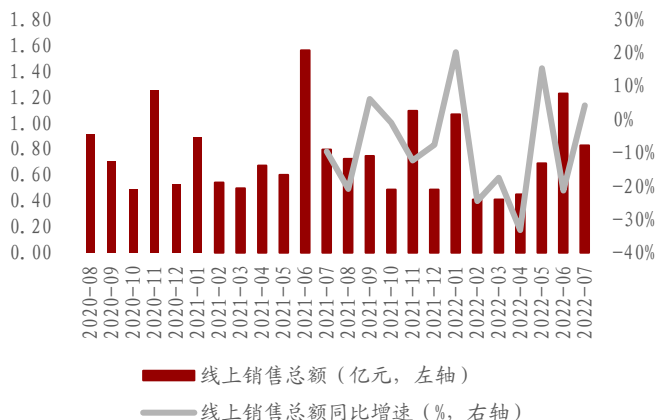
图表16: 青岛啤酒7月线上各渠道占比



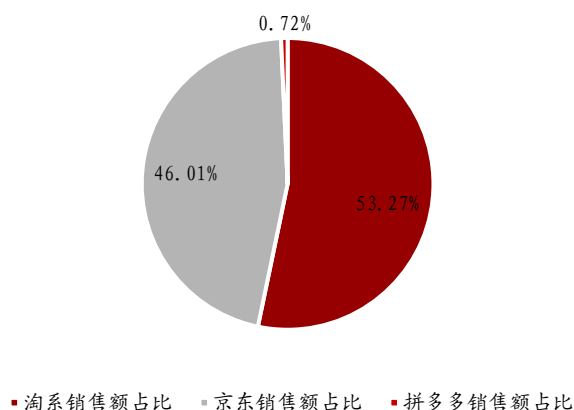
资料来源: 萝卜投资, 万联证券研究所

7月百威啤酒线上销售额同比由负转正, 淘系平台维持领先优势。根据萝卜投资数据, 7月百威啤酒三大电商线上销售总额为0.83亿元, 同比增加4.07%。淘系销售额占比较前四月略有下降, 仍维持领先优势。7月淘系平台、京东、拼多多线上销售额分别为0.44/0.38/0.01亿元, 占比分别为53.27%/46.01%/0.72%。

图表17: 百威啤酒线上销售总额及同比



图表18: 百威啤酒7月线上各渠道占比



资料来源: 萝卜投资, 万联证券研究所

资料来源: 萝卜投资, 万联证券研究所

注: 线上销售总额统计平台包括淘系全网、京东、拼多多。

3 投资建议及风险因素

3.1 投资建议

7月三大电商平台(淘系、京东、拼多多)线上销售数据公布,受618大促活动结束的影响,7月酒类线上销售表现不佳。其中白酒线上销售额同比由正转负,啤酒线上销售额同比持续下降。线上渠道对比来看,三大电商中淘系平台与京东仍占据主导地位。白酒行业淘系平台销售额同比上升,京东和拼多多线上销售额同比大幅下降,京东拥有绝对渠道优势;啤酒行业淘宝天猫和京东平台销售额接近,淘系平台销售额同比小幅上升,京东和拼多多线上销售额同比大幅下降。从龙头线上渠道来看,京东平台是白酒龙头的线上主战场,其中茅台京东销售占比近60%,五粮液京东占比近80%。总体来看,7月酒类线上销售表现不佳,但随着中秋国庆双节销售旺季来临,白酒消费需求稳固,上涨势能仍存,基本面依旧向好,建议关注长期需求确定性和成长性较强的高端、次高端白酒龙头,产品结构高端化、长期边际向好的啤酒龙头。

3.2 风险因素

- 政策风险:** 食品饮料中的诸多板块,如白酒等,与政策关联度较大,限制或管控相应产品于某些消费场景的消费将会带来较大的行业调整。
- 食品安全风险:** 食品安全是消费者关注的重中之重,消费者对出现食品安全问题的产品及公司甚至行业的信任度及消费意愿将大幅下降。
- 疫情风险:** 国内疫情局部出现反复,且海外疫情尚未完全得到控制,我国仍面临不确定的外部环境以及疫情防控常态化的风险,可能影响食品饮料供需两端。
- 经济增速不及预期风险:** 白酒等子板块仍有一定的周期性,提示经济增速不及预期的风险。
- 平台数据统计有误及统计不全风险:** 萝卜投资存在数据统计有误及统计不全风险,报告数据仅供参考。

行业投资评级

强于大市：未来6个月内行业指数相对大盘涨幅10%以上；

同步大市：未来6个月内行业指数相对大盘涨幅10%至-10%之间；

弱于大市：未来6个月内行业指数相对大盘跌幅10%以上。

公司投资评级

买入：未来6个月内公司相对大盘涨幅15%以上；

增持：未来6个月内公司相对大盘涨幅5%至15%；

观望：未来6个月内公司相对大盘涨幅-5%至5%；

卖出：未来6个月内公司相对大盘跌幅5%以上。

基准指数：沪深300指数

风险提示

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。投资者应阅读整篇报告，以获取比较完整的观点与信息，不应仅仅依靠投资评级来推断结论。

证券分析师承诺

本人具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格并注册为证券分析师，以勤勉的执业态度，独立、客观地出具本报告。本报告清晰准确地反映了本人的研究观点。本人不曾因，不因，也将不会因本报告中的具体推荐意见或观点而直接或间接收到任何形式的补偿。

免责声明

本报告仅供万联证券股份有限公司（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。

本公司是一家覆盖证券经纪、投资银行、投资管理和证券咨询等多项业务的全国性综合类证券公司。本公司具有中国证监会许可的证券投资咨询业务资格。在法律许可情况下，本公司或其关联机构可能会持有报告中提到的公司所发行的证券头寸并进行交易，还可能为这些公司提供或争取提供投资银行、财务顾问或类似的金融服务。

本报告为研究员个人依据公开资料和调研信息撰写，本公司不对本报告所涉及的任何法律问题做任何保证。本报告中的信息均来源于已公开的资料，本公司对这些信息的准确性及完整性不作任何保证。报告中的信息或所表达的意见并不构成所述证券买卖的出价或征价。研究员任何形式的分享证券投资收益或者分担证券投资损失的书面或口头承诺均为无效。

本报告的版权仅为本公司所有，未经书面许可任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制、刊登、发表和引用。

未经我方许可而引用、刊发或转载的，引起法律后果和造成我公司经济损失的，概由对方承担，我公司保留追究的权利。

万联证券股份有限公司 研究所

上海浦东新区世纪大道 1528 号陆家嘴基金大厦

北京西城区平安里西大街 28 号中海国际中心

深圳福田区深南大道 2007 号金地中心

广州天河区珠江东路 11 号高德置地广场