

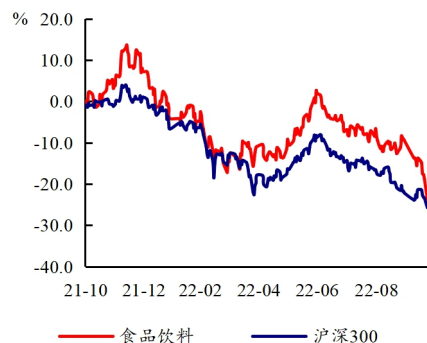


评级 推荐（维持）

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】啤酒厂商涉足多元化业务，企业利润有望增厚_20221026》2022.10.26

《【食品饮料】需求复苏持续，韧性表现支撑确定性_20221024》2022.10.24

《【食品饮料】三季报行情显现，基本面有望持续转好_20221017》2022.10.17

《【食品饮料】旺季复苏延续，龙头引领回暖_20221009》2022.10.09

《【食品饮料】白酒经营韧性较强，大众品业绩回升可期_20220927》2022.09.30

基本面不断转好，关注确定性和韧性

——食品饮料行业周报

行情回顾

2022年10月24日-10月28日，食品饮料板块（申万）下跌11.97%，上证综指下跌4.05%，深证成指下跌4.74%，沪深300下跌5.39%，食品饮料板块跑输上证综指7.92个百分点，在申万31个一级子行业周涨跌幅中排名第31位。

核心观点

白酒：需求复苏背景下，白酒三季报业绩亮眼。下半年消费依然处于弱复苏态势中。9月社会消费品零售总额当月同比+2.5%，累计同比+0.7%，总体表现较为平淡。中秋和国庆双节受到疫情散发影响，使得宴席、聚餐等消费场景的旺季表现较为平缓，但高端和次高端名酒的消费需求依然较旺。价格方面，名优酒、高端酒价格依旧坚挺。10月28日飞天茅台整箱批价为2970元/瓶，环比下降40元/瓶，自9月中旬以来呈下降趋势。2022年9月全国名酒批价的环比指数为100.17，自年初以来保持着环比上涨趋势，但环比涨势趋弱。同时，全国地方酒9月批价的环比指数为99.88，自7月以来连续出现价格指数下滑。贵州茅台、泸州老窖等均发布公告预计2022年前三季度的业绩实现正增长，2022单Q3归母净利润的增速预计处在14.22%~48.85%之间。多数次高端白酒在2022单Q3的归母净利润增速预计出现较大幅度反弹，而高端白酒各季度业绩增速较为平稳，展现出较强的韧性。全年来看，高端白酒的韧性有望凸显。旺季需求回补虽有所延缓，但次高端和区域龙头多数实现较大反弹。随终端需求的不断好转，白酒板块基本面好转逻辑有望逐步得到验证。

啤酒：Q4疫情形势转好预期下，盈利能力有望释放。青岛啤酒/重庆啤酒Q3分别实现营业收入98.37/42.7亿元，分别同比增长16.00%/4.93%，分别实现归母净利润14.15/4.55亿元，分别同比增长18.37%/7.88%。青岛啤酒2022Q3实现销量255.9万千升，同比增长10.64%，销量实现反弹。重庆啤酒2022Q3实现销量87.81万千升，同比增长1.29%，主要是由于8月起新疆、宁夏等地疫情多发及高温限电为公司带来一定压力。当前原材料成本价格持续下行，伴随年底世界杯催化及疫情形势转好预期下，预计啤酒厂商盈利能力有望释放。10月25日，华润啤酒间接全资附属公司华润酒业出资约123亿元收购贵州金沙酒业55.19%的股权，进一步在白酒方面完善多元化布局。华润集团强势支持下，公司白酒产业有望和啤酒形成协同互补，实现良好发展。

速冻品：伊利股份布局预制菜品牌，团体标准不断推出。根据天眼查，内蒙古伊利实业集团股份有限公司申请注册多枚“伊知牛”商标，“伊知牛”是伊利推出的预制牛排品牌。公司曾于2020年10月申请注册4枚“伊知牛”商标，其中食品、餐饮住宿类商标于去年7月注册成功。根据中国食品工业协会，《烟熏鲑鱼预制菜》团体标准立项计划正在征求意见，团标将对烟熏鲑鱼预制菜中可能使用的防腐剂、甜味剂等的限量进行规定。伴随我国预制菜质量管理规范不断完善，预制菜发展有望迈向新台阶。

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.....	5
1.1. 白酒：需求复苏背景下，白酒三季报业绩亮眼.....	5
1.2. 啤酒：Q4 疫情形势转好预期下，啤酒板块盈利能力有望上行.....	5
1.3. 乳制品：瞄准高端细分赛道，头部企业加快布局.....	6
1.4. 速冻品：伊利股份布局预制菜品牌，团体标准不断推出.....	6
1.5. 调味品：成本压力促格局优化，需求恢复拉动基本面好转.....	6
2. 板块行情分析：短期看估值渐趋合理，长远看景气度依旧.....	7
2.1. 板块总体行情.....	7
2.2. 子板块行情.....	7
2.3. 个股行情.....	8
2.4. 板块估值水平.....	9
3. 板块沪深港通活跃个股情况.....	9
4. 行业上游表现情况.....	10
4.1. 原奶及牛奶价格.....	10
4.2. 生猪及猪肉价格.....	11
4.3. 大豆及豆粕价格.....	11
4.4. 白砂糖及柳糖价格.....	12
4.5. 白条鸡及毛鸭价格.....	12
5. 重点白酒价格情况.....	14
6. 行业新闻及重点公司动态.....	15
6.1. 行业新闻动态.....	15
6.2. 上周重点公司动态.....	17
7. 风险提示.....	18

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:%).....	7
图表 2. 上周 (10.24-10.28) 食品饮料板块在申万行业涨跌幅中排名 31/31.....	7
图表 3. 保健品、零食、软饮料、其他酒类、预加工食品、烘焙食品、肉制品、调味发酵品、啤酒跑赢食品饮料板块指数.....	8
图表 4. 上周主要子板块全周呈现先涨后跌的趋势.....	8
图表 5. 上周天味食品、会稽山、华康股份涨幅居前.....	9
图表 6. 上周华统股份、劲仔食品、泸州老窖跌幅居前.....	9
图表 7. 板块整体估值为历史分位数的 12.33%.....	9
图表 8. 白酒整体估值为历史分位数的 30.03%.....	9
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.....	10
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.....	10
图表 11. 2022.10.19 生鲜乳主产区均价为 4.14 元/公斤.....	11
图表 12. 2022.10.21 牛奶零售价为 12.99 元/升.....	11
图表 13. 2022.10.21 生猪平均价格为 28.32 元/公斤.....	11
图表 14. 2022.10.21 猪肉平均价格为 37.02 元/公斤.....	11
图表 15. 2022.10.28 大豆现货价为 5574.74 元/吨.....	12
图表 16. 2022.10.28 豆粕现货价为 5516.57 元/吨.....	12
图表 17. 2022.10.21 白砂糖零售价为 11.41 元/公斤.....	12
图表 18. 2022.10.28 柳糖现货合同价为 5570.00 元/吨.....	12
图表 19. 2022.10.28 白条鸡平均批价为 19.24 元/公斤.....	13

图表 20. 2022.10.28 毛鸭主产区均价为 11.00 元/公斤	13
图表 21. 重点白酒价格情况（元/瓶）	14

1. 核心观点

1.1. 白酒：需求复苏背景下，白酒三季报业绩亮眼

需求复苏背景下，白酒三季报业绩亮眼。下半年消费依然处于弱复苏态势中。9月社会消费品零售总额当月同比+2.5%，累计同比+0.7%，总体表现较为平淡。9月餐饮收入当月同比-1.7%，累计同比-4.6%。9月商贸零售收入当月同比+3.00%，累计同比+1.30%，累计同比涨幅持续扩大。中秋和国庆双节受到疫情散发影响，使得宴席、聚餐等消费场景的旺季表现较为平缓，但高端和次高端名酒的消费需求依然较旺。价格方面，名优酒、高端酒价格依旧坚挺。10月28日飞天茅台整箱批价为2970元/瓶，环比下降40元/瓶，自9月中旬以来呈下降趋势。2022年9月全国名酒批价的环比指数为100.17，自年初以来保持着环比上涨趋势，但环比涨势趋弱。同时，全国地方酒9月批价的环比指数为99.88，自7月以来连续出现价格指数下滑。贵州茅台、泸州老窖、洋河股份、山西汾酒等均发布公告预计2022年前三季度的业绩实现正增长，2022年Q3归母净利润的增速预计处在14.22%~48.85%之间。多数次高端白酒在2022年Q3的归母净利润增速预计出现较大幅度反弹，而高端白酒各季度业绩增速较为平稳，展现出较强的韧性。全年来看，高端白酒的韧性有望凸显。旺季需求回补虽有所延缓，但次高端和区域龙头多数实现较大反弹。随终端需求的不断好转，白酒板块基本面好转逻辑有望逐步得到验证。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：Q4 疫情形势转好预期下，啤酒板块盈利能力有望上行

三季报集中披露，Q4 疫情形势转好预期下，盈利能力有望释放。青岛啤酒/重庆啤酒 Q3 分别实现营业收入 98.37/42.7 亿元，分别同比增长 16.00%/4.93%，分别实现归母净利润 14.15/4.55 亿元，分别同比增长 18.37%/7.88%。青岛啤酒 2022Q3 实现销量 255.9 万千升，同比增长 10.64%，销量实现反弹。重庆啤酒 2022Q3 实现销量 87.81 万千升，同比增长 1.29%，主要是由于 8 月起新疆、宁夏等地疫情多发及高温限电为公司带来一定压力。当前原材料成本价格持续下行，伴随年底世界杯催化及疫情形势转好预期下，预计啤酒厂商盈利能力有望释放。10 月 25 日，华润啤酒间接全资附属公司华润酒业出资约 123 亿元收购贵州金沙酒业 55.19%的股权，进一步在白酒方面完善多元化布局。华润集团强势支持

下，公司白酒产业有望和啤酒形成协同互补，实现良好发展。

1.3. 乳制品：瞄准高端细分赛道，头部企业加快布局

瞄准高端细分赛道，头部企业加快布局。乳制品行业寡头垄断格局已成，2020 年伊利、蒙牛的市占率共计达到 48%。蒙牛拟要约收购妙可蓝多 5% 股份，要约收购完成后，蒙牛将持有妙可蓝多 35% 股份。根据凯度消费者指数家庭样本组，截至 2022 年上半年，妙可蓝多奶酪和奶酪棒的市场占有率分别达 35.5% 和 40%，公司市占率稳居国内市场第一。伊利集团旗下新西兰威士兰乳业完成对 Canary Foods 的股权收购，加码全球黄油市场。光明乳业公告称，目前已拥有液态奶、奶粉、奶酪等多个品类的乳制品，未来还将进一步丰富产品格局。奶酪、黄油、高端牛奶等在发达国家属于较为成熟和普及的乳制品行业的细分领域，而且目前国内市场处在初期阶段，人均消耗量较低，市场尚有较大上升空间。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：伊利股份布局预制菜品牌，团体标准不断推出

Q4 速冻品旺季，成本价格回落下盈利能力有望回升。千味央厨 2022Q3 实现营业收入 3.82 亿元，同比增长 19.21%，实现归母净利润 0.24 亿元，同比增长 18.95%。由于疫情减缓，公司 Q3 业绩相较 Q2 实现环比改善，直营大客户有一定的恢复，经销商客户销售良好。Q4 旺季来临，公司经营较为稳健。安井食品 2022Q3 实现营业收入 22.81 亿元，同比增长 30.79%；实现归母净利润 2.36 亿元，同比增长 61.73%。公司主业表现亮眼，预制菜业务布局顺利。Q4 为速冻品传统旺季，期待原材料成本价格回落下企业盈利能力回升。

1.5. 调味品：成本压力促格局优化，需求恢复拉动基本面好转

成本压力促格局优化，需求恢复拉动基本面好转。大豆市场价格年初以来累计上涨 5.23%（截至 10 月 28 日），延续 6 月初以来的高位回落的趋势。根据生意社数据，截至 10 月 28 日，豆粕期货结算价格年初以来累计上涨 53.21%，最新豆粕期货价格出现回落。餐饮等消费场景处于逐步恢复当中，调味品行业的终端需求有望走旺。但是，包材、豆粕等原材料价格压力尚未消除，行业格局或加速出清。调味品龙头企业的供应链成本控制能力较强，并拥有较强的渠道议价权，在上游成本普遍上涨的环境下，有望稳固市场竞争力并扩大市场份额。

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 10 月 24 日-10 月 28 日，食品饮料板块（申万）下跌 11.97%，上证综指下跌 4.05%，深证成指下跌 4.74%，沪深 300 下跌 5.39%，食品饮料板块跑输上证综指 7.92 个百分点，在申万 31 个一级子行业周涨跌幅中排名第 31 位。

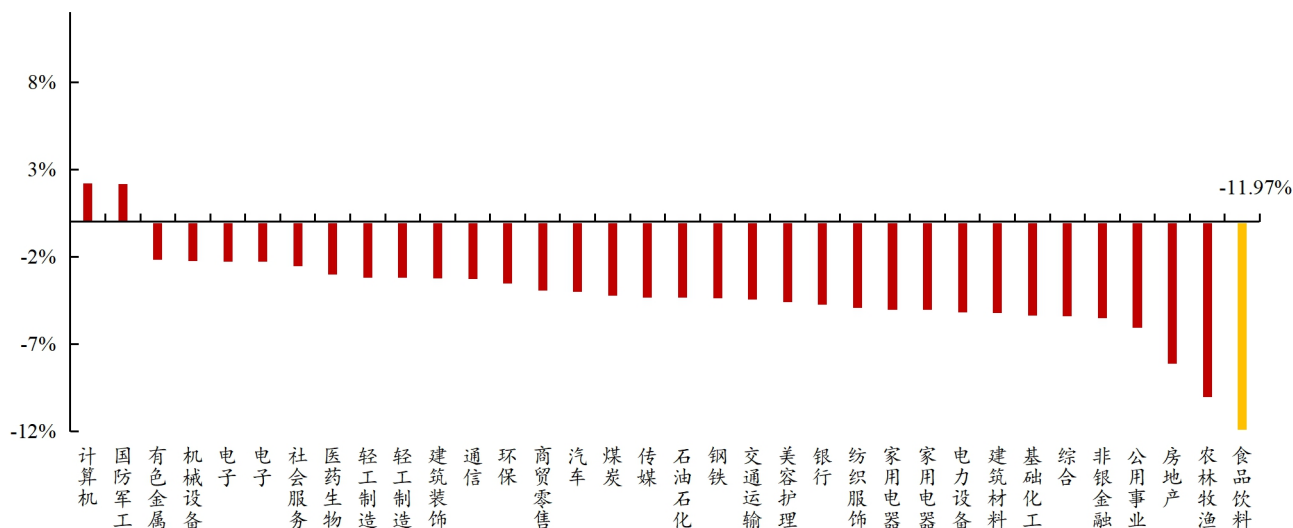
图表 1. 上周食品饮料板块跑输上证指数、深证成指和沪深 300(单位:%)

板块	上周 (10.24-10.28)		本月 (10.01-10.28)		2022 年初至今 (01.01-10.28)	
	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	-4.05	-7.92	-3.59	-17.47	-19.89	-13.49
深证成指	-4.74	-7.23	-3.50	-17.56	-29.99	-3.39
沪深 300	-5.39	-6.58	-6.93	-14.13	-28.32	-5.06
食品饮料	-11.97		-21.06		-33.38	

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 (10.24-10.28) 食品饮料板块在申万行业涨跌幅中排名 31/31



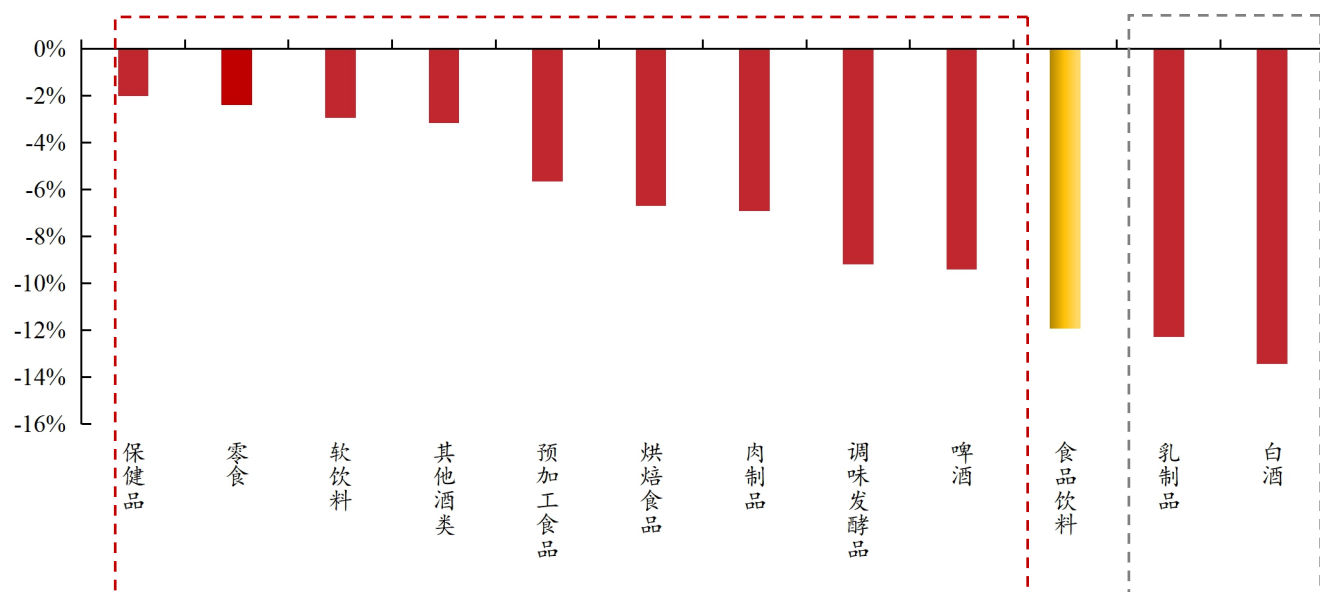
资料来源：Wind，东亚前海证券研究所

2.2. 子板块行情

分子行业来看，上周食品饮料各子板块全线下跌。保健品、零食、软饮料、其他酒类、预加工食品、烘焙食品、肉制品、调味发酵品、啤酒跑赢食品饮料板块指数。子板块涨跌幅依次为保健品(-2.06%)、零食(-2.42%)、软饮料(-2.97%)、其他酒类(-3.21%)、预加工食品(-5.70%)、烘焙食品(-6.73%)、肉制品(-6.95%)、调味发酵品(-9.24%)、啤酒(-9.44%)、乳制

品(-12.34%)、白酒(-13.46%)。

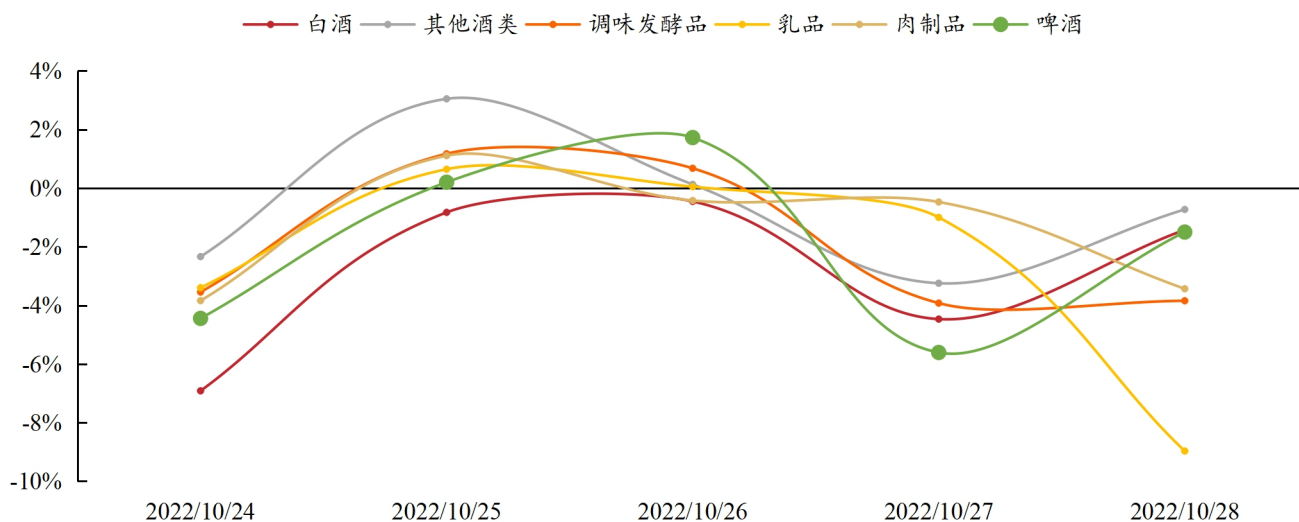
图表 3. 保健品、零食、软饮料、其他酒类、预加工食品、烘焙食品、肉制品、调味发酵品、啤酒跑赢食品饮料板块指数



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涨后跌的趋势。对于白酒板块而言，近三日的涨跌幅分别为-1.42%、-4.47%、-0.45%；对于啤酒板块而言，近三日的涨跌幅分别为-1.50%、-5.61%、1.72%。

图表 4. 上周主要子板块全周呈现先涨后跌的趋势

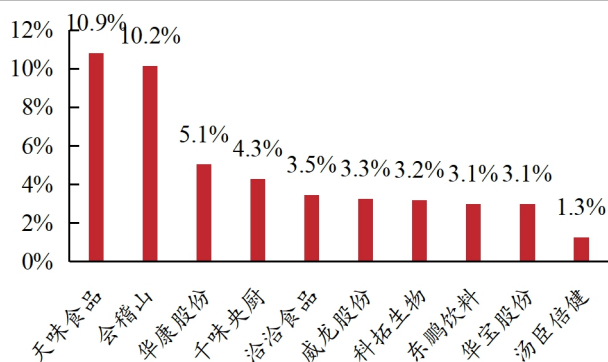


资料来源：Wind，东亚前海证券研究所

2.3. 个股行情

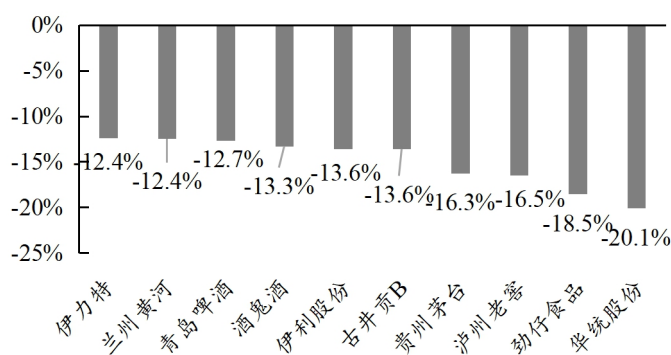
个股方面，上周天味食品、会稽山、华康股份涨幅居前，华统股份、劲仔食品、泸州老窖跌幅居前。

图表 5. 上周天味食品、会稽山、华康股份涨幅居前



资料来源: Wind, 东亚前海证券研究所

图表 6. 上周华统股份、劲仔食品、泸州老窖跌幅居前

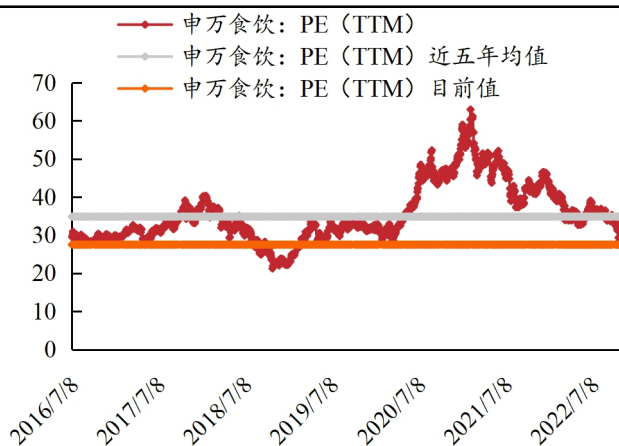


资料来源: Wind, 东亚前海证券研究所

2.4. 板块估值水平

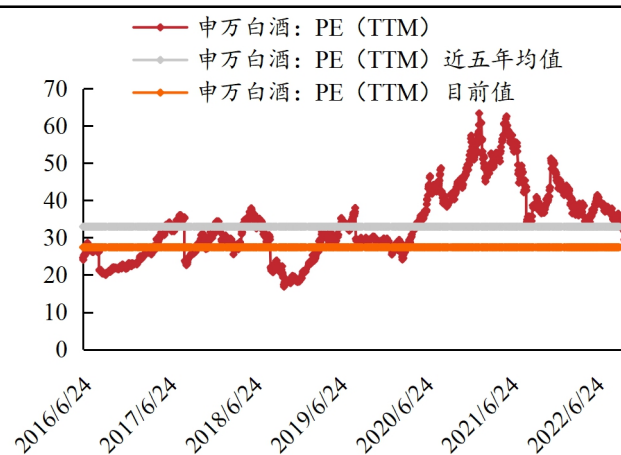
从整体的板块估值水平来看, 目前食品饮料整体估值 PE (TTM) 约为 27.51, 处于 2016 年至今历史分位数水平的约 12.33%, 白酒子板块目前的估值 PE (TTM) 约为 27.42, 处于 2016 年至今历史分位数水平的约 30.03%。与上周相比, 食品饮料整体市盈率有所下调, 白酒市盈率也略有下滑。目前板块市盈率 PE (TTM) 排名前三位为其他酒类(62.32)、预加工食品(40.45)、调味发酵品(38.84)。

图表 7. 板块整体估值为历史分位数的 12.33%



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 30.03%



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 (10.24-10.28), 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(-68.22 亿元)、五粮液(-5.98 亿元)、伊利股份 (-3.11 亿元)、泸州老窖 (2.67 亿元)、山西汾酒(3.51 亿元), 整体看来五家企业整体净卖出 71.13 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	-68.22
五粮液	-5.98
伊利股份	-3.11
泸州老窖	2.67
山西汾酒	3.51

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)
10.24	贵州茅台 伊利股份 山西汾酒	-43.67 -1.34 -1.02	-46.02	五粮液 泸州老窖	-5.90 0.14	-5.76
10.25	贵州茅台 伊利股份 山西汾酒	-12.60 1.00 1.38	-10.22	五粮液 泸州老窖	0.95 2.95	3.89
10.26	贵州茅台 伊利股份 山西汾酒	-9.74 0.00 0.43	-9.31	五粮液 泸州老窖	0.14 -1.42	-1.29
10.27	贵州茅台 伊利股份 山西汾酒	-2.99 0.00 1.72	-1.27	五粮液 泸州老窖	-1.39 1.56	0.17
10.28	贵州茅台 伊利股份 山西汾酒	0.78 -2.76 0.98	-1.00	五粮液 泸州老窖	0.24 -0.55	-0.31

资料来源：Wind，东亚前海证券研究所

4. 行业上游表现情况

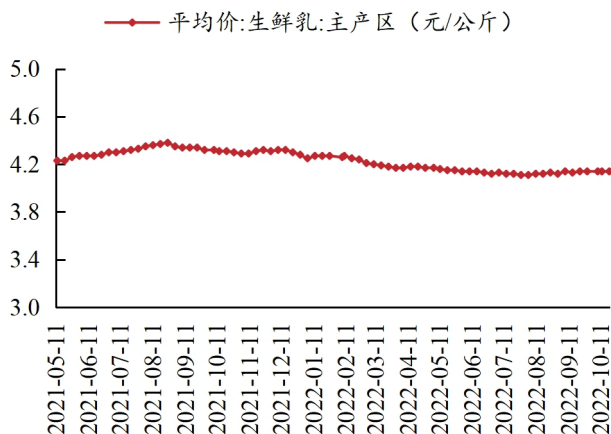
4.1. 原奶及牛奶价格

2022 年 10 月 19 日，生鲜乳主产区均价为 4.14 元/公斤，周度环比持平，年度同比下降 3.50%。2022 年 10 月 21 日，牛奶零售价为 12.99 元/升，周度环比下降 0.31%，年度同比上升 2.36%。

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

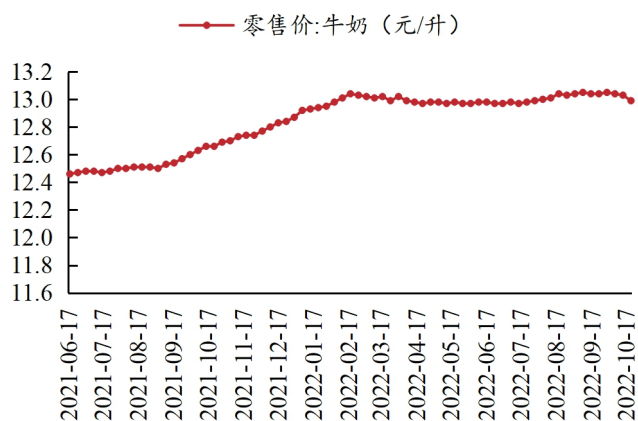
奶供给相对不足。因此需求上升叠加成本上涨或将推动本轮生鲜乳价格持续上升。

图表 11. 2022.10.19 生鲜乳主产区均价为 4.14 元/公斤



资料来源: Wind, 农业部, 东亚前海证券研究所

图表 12. 2022.10.21 牛奶零售价为 12.99 元/升

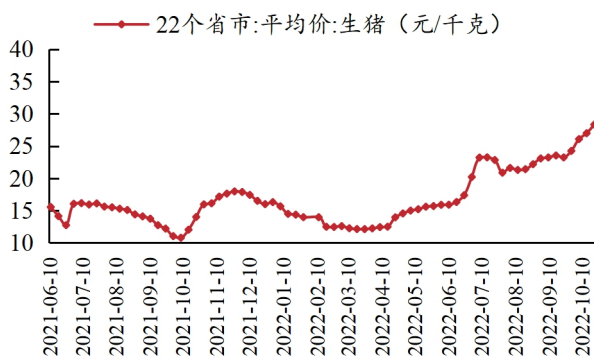


资料来源: Wind, 国家奶牛产业技术网, 东亚前海证券研究所

4.2. 生猪及猪肉价格

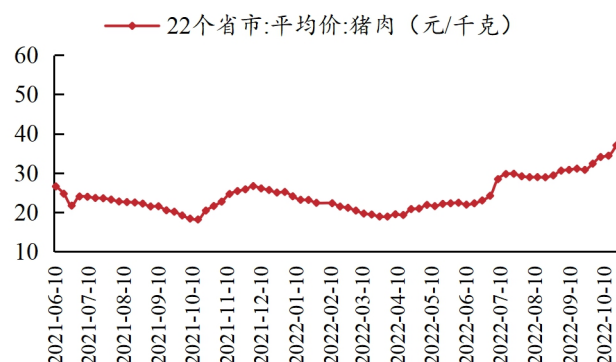
2022 年 10 月 21 日, 22 省市生猪平均价格为 28.32 元/公斤, 周度环比上升 4.97%, 年度同比上升 135.41%。22 省市猪肉平均价格为 37.02 元/公斤, 周度环比上升 7.65%, 年度同比上升 103.74%

图表 13. 2022.10.21 生猪平均价格为 28.32 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. 2022.10.21 猪肉平均价格为 37.02 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

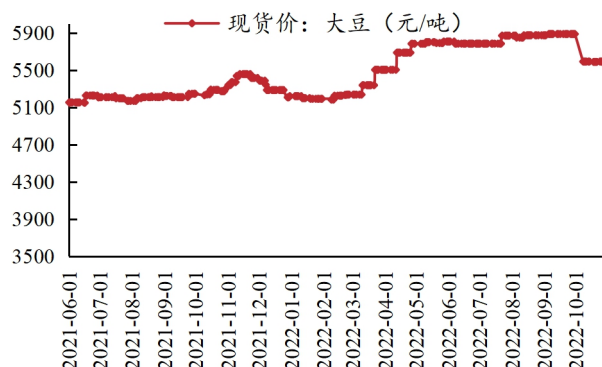
4.3. 大豆及豆粕价格

2022 年 10 月 28 日, 大豆现货价为 5574.74 元/吨, 周度环比下降 0.34%, 年度同比上升 5.27%。2022 年 10 月 28 日, 豆粕现货价为 5516.57 元/吨, 周度环比上升 0.35%, 年度同比上升 52.86%

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。

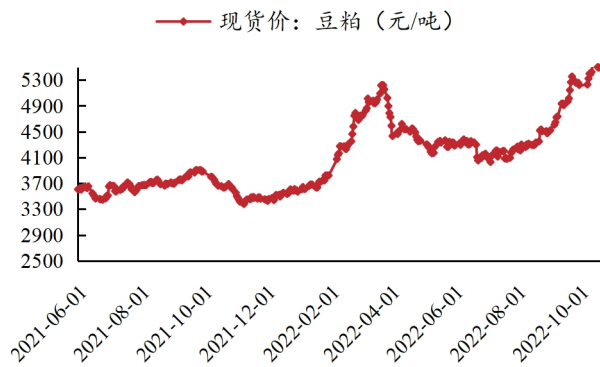
长期来看，国际疫情形势向好、国内粮食大丰收等因素将逐渐改善粮价上涨的局面。

图表 15. 2022.10.28 大豆现货价为 5574.74 元/吨



资料来源：Wind，国家统计局，东亚前海证券研究所

图表 16. 2022.10.28 豆粕现货价为 5516.57 元/吨

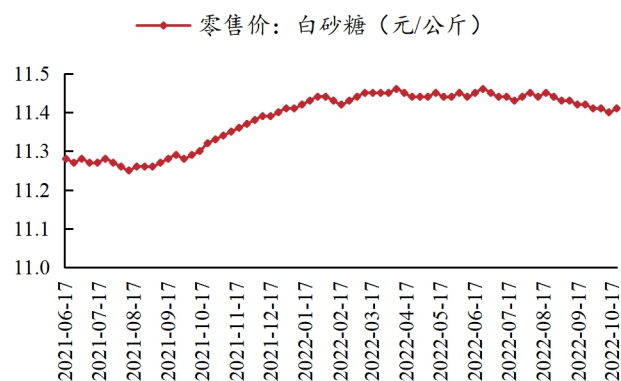


资料来源：Wind，生意社，东亚前海证券研究所

4. 4. 白砂糖及柳糖价格

2022 年 10 月 21 日，白砂糖零售价为 11.41 元/公斤，周度环比上升 0.09%，年度同比上升 0.71%。2022 年 10 月 28 日，柳糖现货合同价为 5570.00 元/吨，周度环比下降 1.24%，年度同比下降 2.45%。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. 2022.10.21 白砂糖零售价为 11.41 元/公斤



资料来源：Wind，生意社，东亚前海证券研究所

图表 18. 2022.10.28 柳糖现货合同价为 5570.00 元/吨

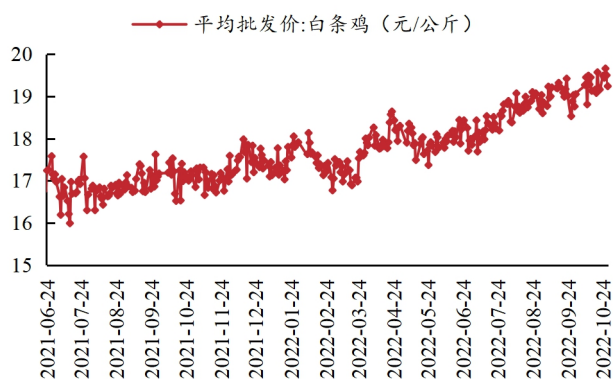


资料来源：Wind，华讯酒精网，东亚前海证券研究所

4. 5. 白条鸡及毛鸭价格

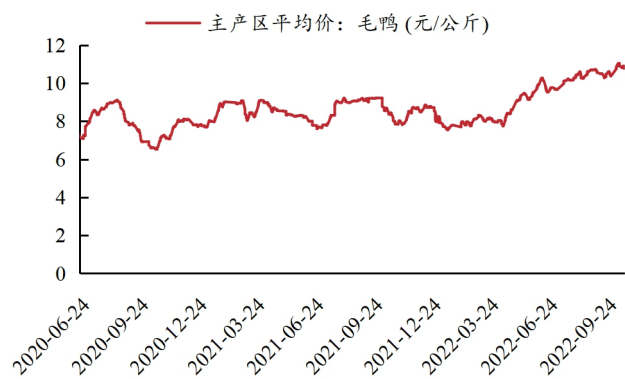
2022 年 10 月 28 日，白条鸡平均批发价为 19.24 元/公斤，周度环比下降 1.28%，年度同比上升 11.73%。2022 年 10 月 28 日，毛鸭主产区平均价为 11.00 元/公斤，周度环比上升 2.07%，年度同比上升 40.19%。整体看，价格整体处于合理区间范围内，短期价格波动属于正常价格调整。

图表 19. 2022.10.28 白条鸡平均批价为 19.24 元/公斤



资料来源: Wind, 商务部, 东亚前海证券研究所

图表 20. 2022.10.28 毛鸭主产区均价为 11.00 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）

	原箱价								
	品名	规格	10/22	10/23	10/24	10/25	10/26	10/27	10/28
贵州茅台	飞天（2022）	53%vol 500ml	3010	3010	3010	3000	3000	2980	2980
	飞天（2021）	53%vol 500ml	3050	3050	3050	3050	3050	3050	3050
	飞天（2020）	53%vol 500ml	3130	3130	3130	3130	3130	3130	3130
	飞天（2019）	53%vol 500ml	3250	3250	3250	3250	3250	3250	3250
	散瓶价								
	品名	规格	10/22	10/23	10/24	10/25	10/26	10/27	10/28
	飞天（2022）	53%vol 500ml	2720	2710	2710	2690	2690	2680	2680
	飞天（2021）	53%vol 500ml	2750	2750	2750	2750	2750	2740	2740
	飞天（2020）	53%vol 500ml	2840	2840	2840	2840	2840	2840	2840
	飞天（2019）	53%vol 500ml	2980	2980	2980	2980	2980	2980	2980
	品名	规格	10/22	10/23	10/24	10/25	10/26	10/27	10/28
	十五年	53%vol 500ml	6330	6330	6330	6320	6310	6310	6300
	精品茅台	53%vol 500ml	3400	3400	3390	3390	3390	3390	3400
	生肖（虎年）	53%vol 500ml	3350	3350	3350	3350	3350	3350	3370
	生肖（牛年）	53%vol 500ml	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3530
	生肖（鼠年）	53%vol 500ml	3760	3760	3760	3760	3760	3760	3800
	生肖（猪年）	53%vol 500ml	3790	3790	3790	3790	3790	3790	3790
	五粮液	品名	规格	10/22	10/23	10/24	10/25	10/26	10/27
普五		52%vol 500ml	975	975	965	965	965	965	965
普五（七代）		52%vol 500ml							
1618		53%vol 500ml	965	965	955	955	955	955	955
15酱		50%vol 500ml							
10年（2005）		50%vol 500ml	1130	1130	1130	1130	1130	1130	1130
泸州老窖	品名	规格	10/22	10/23	10/24	10/25	10/26	10/27	10/28
	国窖1573	52%vol 500ml	905	905	905	905	905	905	905
	特曲	52%vol 500ml	260	260	260	260	260	260	260
	头曲	52%vol 500ml	68	68	68	68	68	68	68
	窖龄30	52%vol 500ml	200	200	200	200	200	200	200
	窖龄60	52%vol 500ml	260	260	260	260	260	260	260
	窖龄90	52%vol 500ml	408	408	408	408	408	408	408
洋河股份	品名	规格	10/22	10/23	10/24	10/25	10/26	10/27	10/28
	梦之蓝M9	52%vol 500ml	1135	1135	1135	1135	1135	1135	1135
	梦之蓝M6+	52%vol 550ml	630	630	630	630	630	630	630
	梦之蓝M6	52%vol 500ml	625	625	625	625	625	625	625
	梦之蓝M3	52%vol 500ml	420	420	420	420	420	420	420
	天之蓝	52%vol 500ml	296	296	296	296	296	296	296
	海之蓝	52%vol 500ml	135	135	135	135	135	135	139
山西汾酒	大曲（青瓷）	52%vol 500ml	50	50	50	50	50	50	50
	品名	规格	10/22	10/23	10/24	10/25	10/26	10/27	10/28
	青花30	53%vol 500ml	810	810	810	810	810	810	810
	青花20	53%vol 500ml	355	355	355	355	355	355	355
	老白汾10	53%vol 500ml	118	118	118	118	118	118	118
	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	10/22	10/23	10/24	10/25	10/26	10/27	10/28
	古20	52%vol 500ml	550	550	550	550	550	550	550
	古16	52%vol 500ml	315	315	315	315	315	315	315
	古8	50%vol 500ml	210	210	210	210	210	210	210
酒鬼酒	古5	50%vol 500ml	110	110	110	110	110	110	110
	品名	规格	10/22	10/23	10/24	10/25	10/26	10/27	10/28
	内参	52%vol 500ml	795	795	795	795	795	795	795
	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. 行业新闻动态

【伊利前三季度营收 939 亿，净利润超 80 亿元】10 月 27 日，伊利股份发布 2022 年三季报，公司 2022Q1-3 实现营业总收入 938.61 亿元，归母净利润 80.61 亿元。值得注意的是，伊利在千亿体量高位上的逆势稳健增长，不仅进一步扩大其遥遥领先行业的规模优势，也使得行业“一超多强”的梯队分化趋势再度加速，显示了龙头企业抵抗风险的经营韧性。宏观环境改善后，公司和行业都将迎来最快速的反弹。前三季度，公司各品类业务经受住疫情影响下，市场份额持续扩大。液奶基本盘和奶粉奶酪第二增长曲线形成合力，共同构筑了公司稳健增长的势头。（饮料行业网）

【英国食品价格上涨，更多家庭从购买新鲜食品转向加工食品】英国官方统计数据显示，随着食品杂货价格全面上涨，新鲜食品的成本在很大程度上已经超过了加工和包装产品。例如，今年 9 月英国新鲜蔬菜价格与去年同期相比上涨约 14%，新鲜牛肉价格上涨 14%，鱼类价格上涨 15%，家禽价格上涨 17%，鸡蛋价格上涨 22%，低脂牛奶价格上涨 42%。相比之下，部分加工食品价格涨幅较慢，腌肉或烟熏肉价格涨幅约为 12%，包装比萨价格上涨近 10%，软糖等含糖零食价格上涨 6%，巧克力价格上涨略高于 3%。“新鲜蔬菜和鱼正在从菜单上消失，包装比萨和加工肉类是当天的菜肴。”路透社报道称。（新京报）

【瞄准牛肉需求，全面发力会员店赛道，麦德龙一边高速拓店一边创新产品】据《中国牛肉行业发展深度研究与投资趋势分析报告（2022-2029 年）》数据显示，目前我国已经成为全球第二大牛肉消费国，2021 年我国牛肉需求量达 930.02 万吨，较 2020 年的 8,84.27 万吨增加了 45.8 万吨，同比增长 5.17%。火热的需求下，国内牛肉供应缺口也在加大，根据中国畜牧业协会牛肉分会发布的报告，2020 年中国牛肉消费量达 884 万吨，占比从 6.11% 上升到了 9.27%，并且到 2025 年仍会呈现上涨趋势。预计到 2035 年，中国的牛肉消费量将达到 1,400 万吨，缺口也将达到 300 万吨以上。看好牛肉在中国的发展前景，麦德龙携澳大利亚知名牛肉供应商 Teys 独家定制品牌 TeysBlack 在其会员店首发，而这也是 Teys 为麦德龙专门定制的品牌。（新民晚报）

【山西省消协发布消费警示：理性看待半成品预制菜】10 月 28 日，省消费者协会针对半成品预制菜发布消费警示。半成品预制菜的问题需要市场监管部门、消协组织以及媒体、互联网平台等多方面多层次地合力监

督治理，而作为消费者也要做到以下几点，共同确保舌尖上的安全。登录食药监部门官网，查询食品生产许可获得企业信息，核对企业是否具有具备半成品菜肴的生产资质；购买预制菜时，注意食品包装有无生产厂家、生产日期，是否过保质期，食品原料、营养成分是否标明，不购买三无产品；检查食品及其包装，是否具有它应有的感官性状。如果出现如腐败变质、油脂酸败、霉变、生虫或者其他感官性状异常的食品，均不能食用；注意个人卫生，饭前便后洗手，餐具洗净消毒，不用不洁容器盛装食品，减少食物中毒的隐患。（山西新闻网）

【桃李面包：短期压力仍存期待经营改善】2022Q1-3 收入/净利润同比+7.8%/-13.8%。2022Q1-3 公司实现收入 50.28 亿元、同比+7.8%，归母净利润 4.90 亿元、同比-13.8%，扣非净利润 4.87 亿元、同比-7.3%。其中 2022Q3 实现收入 18.22 亿元、同比+5.7%，归母净利润 1.32 亿元、同比-33.9%，扣非净利润 1.46 亿元、同比-22.8%。短期销售承压，华东表现亮眼。2022Q3 公司受到疫情散发、高温气候、局部区域限电等因素影响，叠加月饼主销区需求疲软（Q3 月饼收入同比+4%），公司收入端表现降速，区域差异显著。成本压和&局部疫情导致公司盈利短期承压。多因素扰动下压力仍存，期待经营改善和产能释放。短保烘焙行业短期受到疫情、气候、限电等多重因素的影响，导致了企业销售端以及退货率、折扣率等指标的压力。此外面粉、油脂等烘焙行业主要原材料价格仍处于高位，造成盈利端持续承压。后续持续关注：①疫情散发情况及相关区域影响；②原材料价格走势及提价传导效果。目前，公司江苏&浙江工厂产能正处爬坡期，沈阳、青岛、泉州、广西、长春、河南生产基地也在持续建设，如果后续疫情影响逐步削弱叠加公司产能释放，则公司销售有望得到持续恢复增长。（和讯网）

【庄园牧场第三季度净利同比增长 125.46%】10 月 27 日，庄园牧场发布了 2022 年第三季度报告，公司 Q3 实现营业收入 2.8 亿元，同比+10.12%；归母净利润 2,126.26 万元，同比+125.46%。公司 2022Q1-3 共实现营业收入 7.77 亿元，实现归母净利润 3,033.26 万元。截至 2022H1，公司拥有 8 个正在运营中的牧场，存栏奶牛 17,775 头，较 2021 年年末的 17,573 头提高 1.15%；2022H1 生鲜乳产量约 48132 吨，较 2021 年同期的约 43387 吨提升 10.94%。值得一提的是，庄园牧场在报告期内完成了港股私有化。庄园牧场是国内乳制品行业首家 A+H 上市公司，公司于 2021 年末开展 H 股回购及退市计划的筹划论证及前期准备工作。今年 8 月 30

日，庄园牧场 H 股股份正式从联交所撤销上市。公司表示，港股平台私有化后，公司有望集中资源，进一步提升 A 股平台的整体运营能力。（腾讯网）

6.2. 上周重点公司动态

【李子园：关于公开发行可转换公司债券】公司本次发行可转换公司债券的募集资金总额（含发行费用）不超过 60,000 万元（含本数），扣除发行费用后，募集资金拟投资于以下项目：年产 15 万吨含乳饮料生产线扩产及技术改造项目和补充流动资金。若本次扣除发行费用后的实际募集资金少于上述项目募集资金拟投入金额，在不改变本次募投项目的前提下，公司董事会可根据项目的实际需求，对上述项目的募集资金投入顺序和金额进行适当调整。在本次发行募集资金到位之前，如果公司根据经营状况、发展战略及资本市场情况，对部分项目以自筹资金先行投入的，对先行投入部分，将在本次发行募集资金到位之后予以全额置换。

【巴比食品：关于投资设立全资子公司的公告】近年来，公司在华南地区的业务不断增长，门店数量不断增加，公司现有华南地区业务主体广州市良星餐饮服务有限公司在广州市番禺区租赁的厂房及产能空间将不能满足公司华南区域业务发展的需要。为此，公司以自有资金 5,000 万元在广东省东莞市投资设立广东巴比食品有限公司，用于在华南地区寻找合适的产能布局，以提升华南地区产品交付能力。公司占新设子公司股权比例为 100%。

【克明食品：关于部分股票期权注销完成的公告】公司于 2022 年 10 月 21 日召开第六届董事会第四次会议，审议通过了《关于注销行权期满未行权的股票期权的议案》，公司同意注销 2018 年股票期权激励计划第三个行权期内 55 名激励对象已获授到期尚未行权的股票期权 3,057,022 份。本次注销的股票期权不影响公司股本，公司股本结构未发生变化。

【贝因美：董事会决议公告】董事会审议通过了《关于计提资产减值准备及核销资产的议案》、审议通过了《公司 2022 年第三季度报告》、审议通过了《关于调整第二期股票期权激励计划相关事项的议案》以及同意全资子公司浙江领遨数据服务有限公司根据经营业务发展的需要调整经营范围，并根据相关法律法规修改其公司章程中的相应条款。同时授权管理层办理相关变更登记事宜。

【劲仔食品：关于控股股东及其一致行动人承诺特定期间不减持股份的公告】公司正在申请非公开发行股票等相关事宜。公司实际控制人、控股股东周劲松先生作为本次非公开发行股票的认购对象，其与一致行动人李冰玉女士于近日出具《承诺函》，承诺在特定期间不减持公司股份，具体内容如下：“（1）自本次非公开发行股票定价基准日（2022年5月31日）前六个月至本承诺函出具日，本人不存在减持劲仔食品股份的情况，亦无减持计划；（2）自本承诺出具日起至本次发行完成后6个月内，本人承诺不减持本人所持有的劲仔食品股份，亦不会制订减持计划；（3）本人承诺将严格按照《中华人民共和国证券法》《上市公司收购管理办法》等法律法规、交易所的相关规定进行减持并履行权益变动涉及的信息披露义务；（4）如本人违反前述承诺而发生减持的，本人承诺因减持所得的收益全部归公司所有。”

【洽洽食品：洽洽食品股份有限公司第八期员工持股计划（草案）摘要】公司拟推出第八期员工持股计划，参加本次员工持股计划总人数不超过630人。本次员工持股计划筹集资金总额不超1亿元，本员工持股计划的股票来源部分为公司于2019年5月23日至2020年5月10日期间回购的公司股票，受让股数为44.94万股，受让价格约35.51元/股，资金总额预计不超过1,596万元；部分为通过二级市场购买(包括但不限于大宗交易、竞价交易等方式)或法律法规允许的其他方式取得的公司股票，涉及的资金不超过8,404万元，购买价格参照届时市场价格。

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/>