

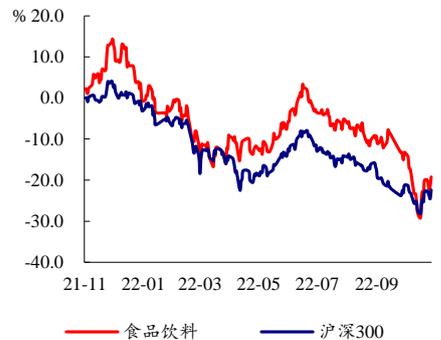


评级 推荐（维持）

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】业绩筑底，价值逐步显现_20221107》2022.11.07

《【食品饮料】线下消费恢复放缓，中长期复苏趋势不改_20221031》2022.11.02

《【食品饮料】基本面不断转好，关注确定性和韧性_20221031》2022.10.31

《【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

需求延续向好趋势，期待行业旺季表现

——食品饮料行业周报

行情回顾

2022年11月7日-11月11日，食品饮料板块（申万）上涨1.07%，上证综指上涨0.54%，深证成指下跌0.43%，沪深300上涨0.56%，食品饮料板块跑赢上证综指0.53个百分点，在申万31个一级子行业周涨跌幅中排名第16位。

核心观点

白酒：行业挤压式格局延续，期待春节旺季迎来开门红。价格方面，名优酒、高端酒价格依旧坚挺。11月11日飞天茅台整箱批价为3010元/瓶，环比上涨20元/瓶，近三周以来持续上升。国务院于近日公布优化防控二十条，防疫措施有望更加精准化，预计线下消费场景将延续恢复态势。2022年10月全国名酒批价的环比指数为100.18，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10月批价的环比指数为100.28，扭转7月以来价格指数连续下滑趋势。高端酒企和次高端酒企的渠道库存水平较低，其他品牌酒企相对维持在较健康的水平。回款方面，高端和次高端酒企在进度上依然保持着领先。春节旺季即将临近，在疫情管控有序放开，消费场景恢复的背景下，高端和次高端酒有望依靠强劲的品牌力和渠道管控力率先打响开门红。

啤酒：世界杯推动啤酒消费，双十一啤酒销量有望攀升。复盘2018年俄罗斯世界杯期间，青岛啤酒携手央视拿下世界杯直播赛中和赛前的广告位。根据京东数据，2018年6月1日至14日世界杯开幕当日，京东线上商城啤酒销量同比增长400%。本届卡塔尔世界杯将于年底开幕，有望推动啤酒消费攀升。11月7日下午，燕京啤酒董事长耿超再次做客京东自营旗舰店直播间，直播间排名登顶啤酒品类top1，整场观看超200万人次，当日GMV同比增长546%。百威啤酒在国内零售渠道推出“FIFA世界罐”系列啤酒，把握世界杯体育赛事营销机会。世界杯叠加“双十一”购物节，啤酒板块有望实现淡季销量攀升。

速冻品：预制菜成交额不断攀升，赛道热度不减。根据《2022年预制菜线上消费趋势洞察报告》，2022年1-10月，预制菜成交额同比增长170%。2022年京东双十一开门红28小时，门店招牌菜同比增长超200%。Q4为速冻品传统旺季，叠加双十一购物节，预制菜销量不断攀升。此外，预制菜赛道持续受到关注，11月7日，得利斯公告公司近日已与多家公司投资成立新公司，孵化和助推新品牌“齐鲜达”，各方将充分发挥各自优势，创新开展互联网新零售业务，本次将进一步拓展预制菜产业链条，完善产业布局，提升经营质量。预制菜赛道热度不断升温，吸引企业纷纷入局。

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：行业挤压式格局延续，期待春节旺季迎来开门红	4
1.2. 啤酒：世界杯推动啤酒消费，双十一啤酒销量有望攀升	4
1.3. 乳制品：行业盈利短期承压，龙头引领高端化转型	4
1.4. 速冻品：预制菜成交额不断攀升，赛道热度不减	5
1.5. 调味品：成本压力依然存在，复调赛道成为新高地	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	5
2.1. 板块总体行情	5
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. 行业新闻动态	14
6.2. 上周重点公司动态	16
7. 风险提示	18

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(11.07-11.11)食品饮料板块在申万行业涨跌幅中排名 16/31	6
图表 3. 调味发酵品、啤酒、乳制品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震荡上涨的趋势	7
图表 5. 上周来伊份、伊力特、古井贡 B 涨幅居前	8
图表 6. 上周百润股份、嘉必优、天味食品跌幅居前	8
图表 7. 板块整体估值为历史分位数的 30.01%	8
图表 8. 白酒整体估值为历史分位数的 42.32%	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. 2022.11.02 生鲜乳主产区均价为 4.15 元/公斤	10
图表 12. 2022.11.04 牛奶零售价为 12.91 元/升	10
图表 13. 2022.11.04 生猪平均价格为 26.27 元/公斤	10
图表 14. 2022.11.04 猪肉平均价格为 35.48 元/公斤	10
图表 15. 2022.11.11 大豆现货价为 5517.89 元/吨	11
图表 16. 2022.11.11 豆粕现货价为 5672.00 元/吨	11
图表 17. 2022.11.04 白砂糖零售价为 11.42 元/公斤	11
图表 18. 2022.11.04 柳糖现货合同价为 5600.00 元/吨	11
图表 19. 2022.11.11 白条鸡平均批价为 18.89 元/公斤	12
图表 20. 2022.11.11 毛鸭主产区均价为 11.27 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：行业挤压式格局延续，期待春节旺季迎来开门红

白酒行业挤压式格局延续，期待春节旺季迎来开门红。价格方面，名优酒、高端酒价格依旧坚挺。11月11日飞天茅台整箱批价为3010元/瓶，环比上涨20元/瓶，近三周以来持续上升。国务院于近日公布优化疫情防控二十条，防疫措施有望更加精准化，预计线下消费场景将延续恢复态势。2022年10月全国名酒批价的环比指数为100.18，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10月批价的环比指数为100.28，扭转7月以来价格指数连续下滑趋势。高端酒企和次高端酒企的渠道库存水平较低，其他品牌酒企相对维持在较健康的水平。回款方面，高端和次高端酒企在进度上依然保持着领先。春节旺季即将临近，在疫情防控有序放开，消费场景恢复的背景下，高端和次高端酒有望依靠强劲的品牌力和渠道管控力率先打响开门红。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：世界杯推动啤酒消费，双十一啤酒销量有望攀升

世界杯推动啤酒消费，双十一啤酒销量有望攀升。复盘 2018 年俄罗斯世界杯期间，青岛啤酒携手央视拿下世界杯直播赛中和赛前的广告位。根据京东数据，2018 年 6 月 1 日至 14 日世界杯开幕当日，京东线上商城啤酒销量同比增长 400%。本届卡塔尔世界杯将于年底开幕，有望推动啤酒消费攀升。11 月 7 日下午，燕京啤酒董事长耿超再次做客京东自营旗舰店直播间，直播间排名登顶啤酒品类 top1，整场观看超 200 万人次，当日 GMV 同比增长 546%。百威啤酒在国内零售渠道推出“FIFA 世界罐”系列啤酒，把握世界杯体育赛事营销机会。世界杯叠加“双十一”购物节，啤酒板块有望实现淡季销量攀升。

1.3. 乳制品：行业盈利短期承压，龙头引领高端化转型

乳制品行业盈利短期承压，龙头引领高端化转型。结合三季报，多数乳制品企业的 2022 单 Q3 的收入增速出现反弹，主要系疫情好转下渠道动销的恢复。但是，2022Q3 多数乳制品企业的盈利出现下滑，主要系刚性费用的支出、原材料成本上涨等。在行业收入端和盈利端均承压的背景下，头部企业领先优势得到凸显，2020 年伊利、蒙牛的市占率共计达到 48%。

伊利、蒙牛、光明等企业今年加快布局奶酪、黄油等低渗透率的细分领域，同时常温奶等传统领域也存在高端化的趋势。参考发达国家的乳业发展历程，随人均收入水平提升和健康意识、理念的普及，国内乳制品行业有望受益于消费升级和以上细分领域的需求扩容。相关标的：白奶增速亮眼，加快布局奶粉、黄油、奶酪领域的伊利股份。

1.4. 速冻品：预制菜成交额不断攀升，赛道热度不减

预制菜成交额不断攀升，赛道热度不减。根据《2022年预制菜线上消费趋势洞察报告》，2022年1-10月，预制菜成交额同比增长170%。2022年京东双十一开门红28小时，门店招牌菜同比增长超200%。Q4为速冻品传统旺季，叠加双十一购物节，预制菜销量不断攀升。此外，预制菜赛道持续受到关注，11月7日，得利斯公告公司近日已与多家公司投资成立新公司，孵化和助推新品牌“齐鲜达”，各方将充分发挥各自优势，创新开展互联网新零售业务，本次将进一步拓展预制菜产业链条，完善产业布局，提升经营质量。预制菜赛道热度不断升温，吸引企业纷纷入局。

1.5. 调味品：成本压力依然存在，复调赛道成为新高地

调味品成本压力依然存在，复合调味赛道成为新高地。大豆市场价格年初以来累计上涨4.99%（截至11月4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11月11日，豆粕期货结算价格年初以来累计上涨60.19%，最新豆粕期货价格出现小幅上涨。结合三季报表现，随餐饮等消费场景处于逐步恢复当中，调味品板块多数上市公司2022单Q3的业绩增速出现反弹。但是，由于，包材、豆粕等原材料成本尚未有效缓解，多数公司2022单Q3的毛利率出现同比下滑。复合调味品龙头天味食品在2022Q1~Q3的收入和归母净利润的增速分别为36.58%和204.76%，业绩表现领跑调味品板块。随“懒宅经济”的兴起、餐饮行业降本和连锁化率的提升、预制菜等细分领域的快速发展，复合调味品行业拥有较强的成长性。此外，海天味业等单一调味品龙头企业开始布局复合调味品领域，有望打开新的增长曲线。

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11月7日-11月11日，食品饮料板块（申万）上涨1.07%，上证综指上涨0.54%，深证成指下跌0.43%，沪深300上涨0.56%，食品饮料板块跑赢上证综指0.53个百分点，在申万31个一级子行业周涨跌幅

中排名第 16 位。

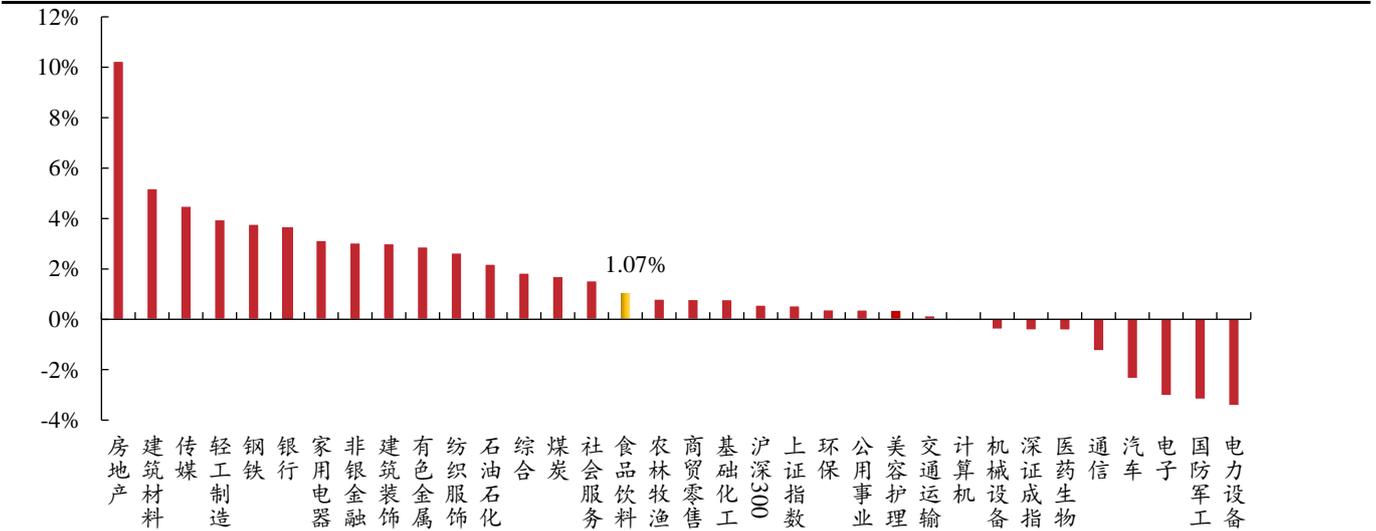
图表1. 上周食品饮料板块跑赢上证指数、深证成指和沪深 300(单位:%)

板块	上周 (11.07-11.11)		本月 (11.01-11.11)		2022 年初至今 (01.01-11.11)	
	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	0.54	0.53	6.70	7.23	-15.18	-9.96
深证成指	-0.43	1.49	7.14	6.78	-25.02	-0.11
沪深 300	0.56	0.50	7.97	5.95	-23.32	-1.82
食品饮料	1.07		13.92		-25.14	

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 (11.07-11.11) 食品饮料板块在申万行业涨跌幅中排名 16/31

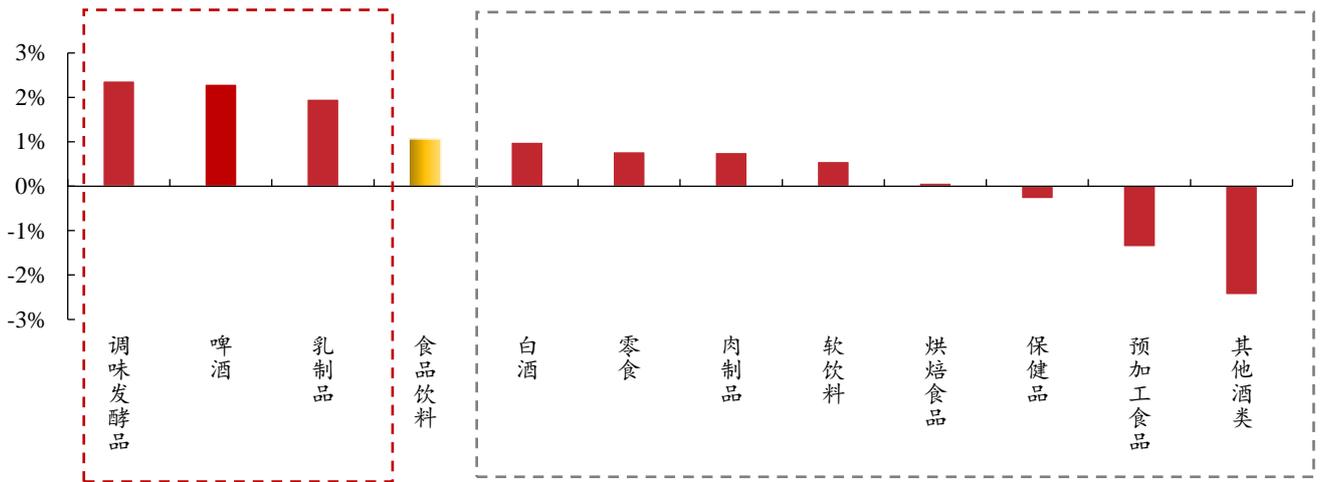


资料来源: Wind, 东亚前海证券研究所

2.2. 子板块行情

分子行业来看, 上周食品饮料多数上涨。调味发酵品、啤酒、乳制品跑赢食品饮料板块指数。子板块涨跌幅依次为调味发酵品(2.38%)、啤酒(2.30%)、乳制品(1.96%)、白酒(0.99%)、零食(0.78%)、肉制品(0.76%)、软饮料(0.56%)、烘焙食品 0.07%)、保健品(-0.28%)、预加工食品(-1.37%)、其他酒类(-2.44%)。

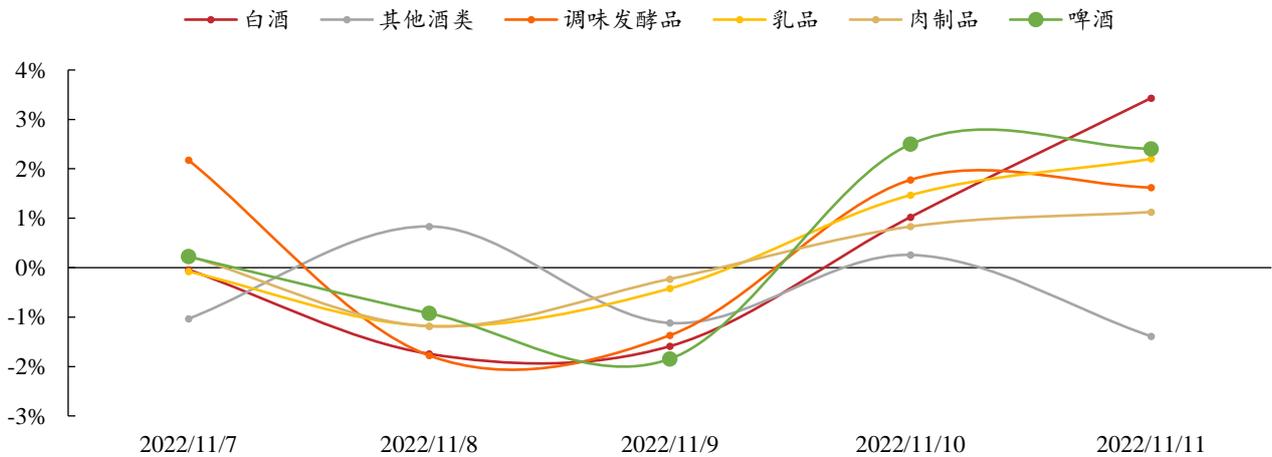
图表3. 调味发酵品、啤酒、乳制品跑赢食品饮料板块指数



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震荡上涨的趋势。对于白酒板块而言, 近三日的涨跌幅分别为 3.43%、1.02%、-1.59%; 对于啤酒板块而言, 近三日的涨跌幅分别为 2.41%、2.50%、-1.85%。

图表4. 上周主要子板块全周呈现震荡上涨的趋势

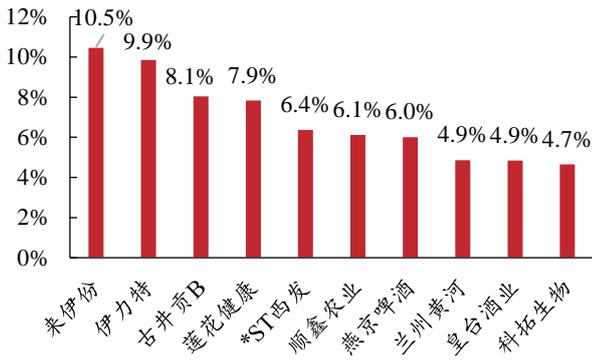


资料来源: Wind, 东亚前海证券研究所

2.3. 个股行情

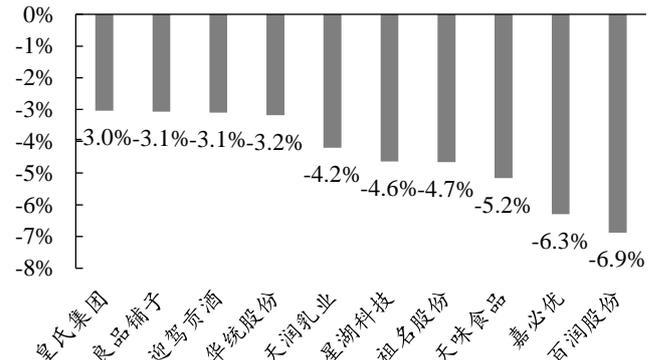
个股方面, 上周来伊份、伊力特、古井贡 B 涨幅居前, 百润股份、嘉必优、天味食品跌幅居前。

图表5. 上周来伊份、伊力特、古井贡B涨幅居前



资料来源: Wind, 东亚前海证券研究所

图表6. 上周百润股份、嘉必优、天味食品跌幅居前

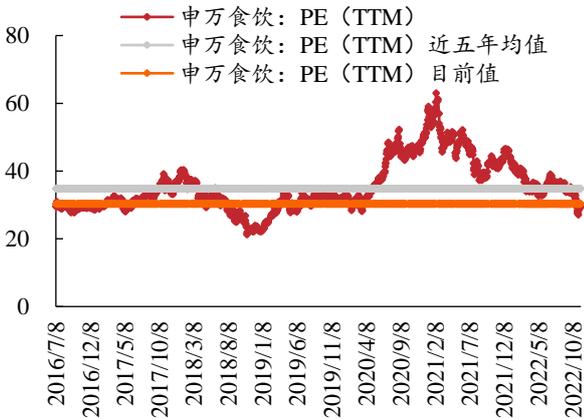


资料来源: Wind, 东亚前海证券研究所

2.4. 板块估值水平

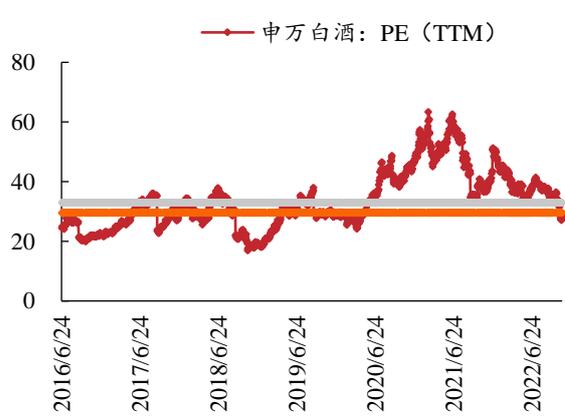
从整体的板块估值水平来看, 目前食品饮料整体估值 PE (TTM) 约为 30.28, 处于 2016 年至今历史分位数水平的约 30.01%, 白酒子板块目前的估值 PE (TTM) 约为 29.54, 处于 2016 年至今历史分位数水平的约 42.32%。与上周相比, 食品饮料整体市盈率有所上升, 白酒市盈率也略有上升。目前板块市盈率 PE (TTM) 排名前三位为其他酒类(78.21)、啤酒(43.43)、调味发酵品(43.32)。

图表7. 板块整体估值为历史分位数的 30.01%



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 42.32%



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 (11.07-11.11), 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(4.59 亿元)、五粮液(-2.00 亿元)、伊利股份(5.83 亿元)、泸州老窖(-3.54 亿元)、山西汾酒(-0.23 亿元), 整体看来五家企业整体净流入 4.65 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	4.59
五粮液	-2.00
伊利股份	5.83
泸州老窖	-3.54
山西汾酒	-0.23

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)
11.07	贵州茅台 伊利股份 山西汾酒	-4.27 0.52 0.00	-3.76	五粮液 泸州老窖	2.45 -1.13	1.32
11.08	贵州茅台 伊利股份 山西汾酒	0.20 0.00 0.00	0.20	五粮液 泸州老窖	-1.48 -2.25	-3.73
11.09	贵州茅台 伊利股份 山西汾酒	-3.41 0.00 0.28	-3.13	五粮液 泸州老窖	-2.27 0.00	-2.27
11.10	贵州茅台 伊利股份 山西汾酒	-1.19 1.17 0.00	-0.02	五粮液 泸州老窖	-6.30 0.00	-6.30
11.11	贵州茅台 伊利股份 山西汾酒	13.27 4.15 -0.52	16.90	五粮液 泸州老窖	5.60 -0.16	5.44

资料来源：Wind，东亚前海证券研究所

4. 行业上游表现情况

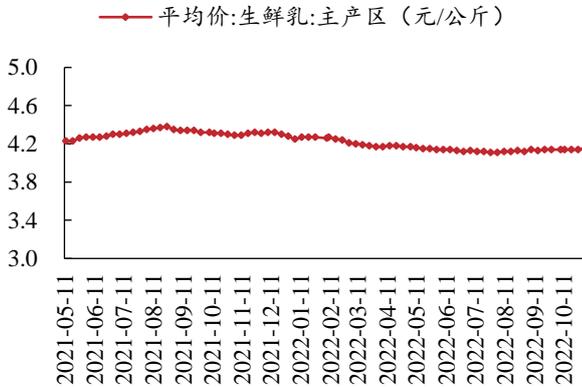
4.1. 原奶及牛奶价格

2022年11月2日，生鲜乳主产区均价为4.15元/公斤，周度环比上升0.24%，年度同比下降3.71%。2022年11月04日，牛奶零售价为12.91元/升，周度环比下降0.31%，年度同比上升1.41%。

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

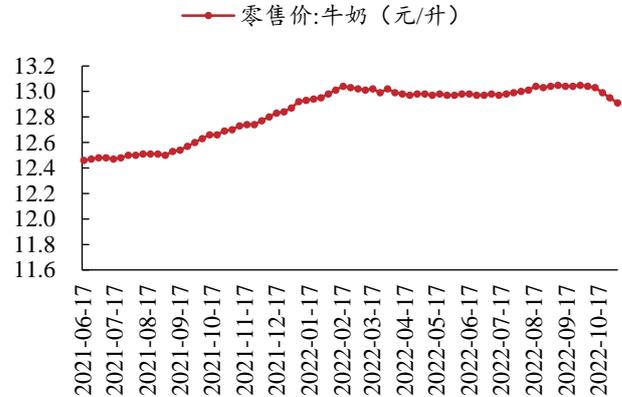
奶供给相对不足。因此需求上升叠加成本上涨或将推动本轮生鲜乳价格持续上升。

图表11. 2022.11.02 生鲜乳主产区均价为 4.15 元/公斤



资料来源: Wind, 农业部, 东亚前海证券研究所

图表12. 2022.11.04 牛奶零售价为 12.91 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

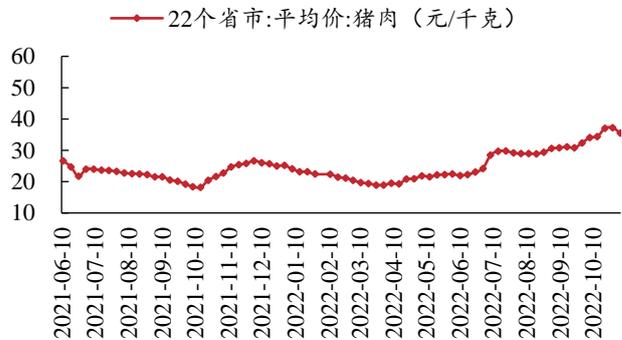
2022年11月04日, 22省市生猪平均价格为26.27元/公斤, 周度环比下降4.33%, 年度同比上升64.70%。22省市猪肉平均价格为35.48元/公斤, 周度环比下降4.70%, 年度同比上升64.26%。

图表13. 2022.11.04 生猪平均价格为 26.27 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. 2022.11.04 猪肉平均价格为 35.48 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11月11日, 大豆现货价为5517.89元/吨, 周度环比下降0.73%, 年度同比上升1.09%。2022年11月11日, 豆粕现货价为5672.00元/吨, 周度环比上升0.75%, 年度同比上升64.45%。

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. 2022.11.11 大豆现货价为 5517.89 元/吨



资料来源: Wind, 国家统计局, 东亚前海证券研究所

图表16. 2022.11.11 豆粕现货价为 5672.00 元/吨

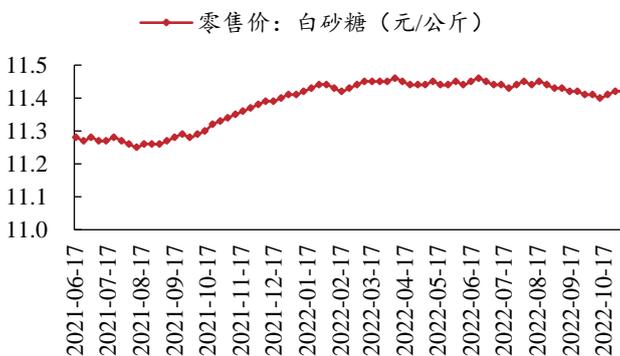


资料来源: Wind, 生意社, 东亚前海证券研究所

4.4. 白砂糖及柳糖价格

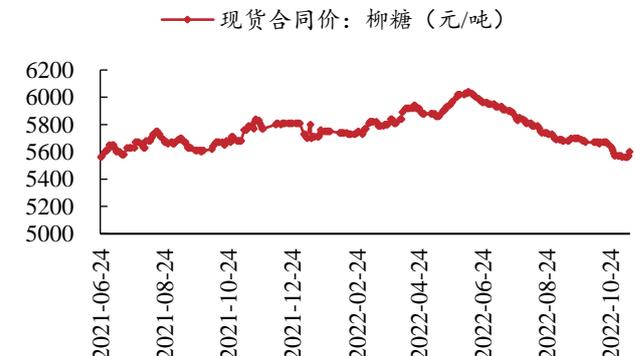
2022年11月04日, 白砂糖零售价为11.42元/公斤, 周度环比持平, 年度同比上升0.62%。2022年11月11日, 柳糖现货合同价为5600.00元/吨, 周度环比上升0.72%, 年度同比下降2.78%。长期来看, 白糖处于历史低价格区间叠加疫情好转后的市场复苏预期, 大宗商品持续走高有望支撑糖价走高。

图表17. 2022.11.04 白砂糖零售价为 11.42 元/公斤



资料来源: Wind, 生意社, 东亚前海证券研究所

图表18. 2022.11.04 柳糖现货合同价为 5600.00 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11月11日, 白条鸡平均批发价为18.89元/公斤, 周度环比下降1.61%, 年度同比上升11.12%。2022年11月11日, 毛鸭主产区平均价为11.27元/公斤, 周度环比上升2.19%, 年度同比上升42.97%。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. 2022.11.11 白条鸡平均批价为 18.89 元/公斤



资料来源: Wind, 商务部, 东亚前海证券研究所

图表20. 2022.11.11 毛鸭主产区均价为 11.27 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							
			11/05	11/06	11/07	11/08	11/09	11/10	11/11	
贵州茅台	飞天 (2022)	53%vol 500ml	3000	2990	2990	2980	2980	2980	3010	
	飞天 (2021)	53%vol 500ml	3010	3010	3010	3010	3010	3010	3010	
	飞天 (2020)	53%vol 500ml	3100	3130	3130	3130	3100	3100	3100	
	飞天 (2019)	53%vol 500ml	3150	3150	3150	3150	3150	3150	3150	
						散瓶价				
						11/08	11/09	11/10	11/11	
	飞天 (2022)	53%vol 500ml	2700	2690	2670	2660	2630	2650	2680	
	飞天 (2021)	53%vol 500ml	2710	2710	2690	2690	2710	2710	2710	
	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	
						11/08	11/09	11/10	11/11	
	十五年	53%vol 500ml	6270	6270	6270	6270	6270	6270	6270	
	精品茅台	53%vol 500ml	3370	3370	3370	3370	3370	3370	3370	
	生肖 (虎年)	53%vol 500ml	3300	3330	3330	3330	3330	3300	3300	
	生肖 (牛年)	53%vol 500ml	3500	3500	3500	3500	3500	3480	3480	
	生肖 (鼠年)	53%vol 500ml	3760	3760	3760	3760	3760	3760	3760	
生肖 (猪年)	53%vol 500ml	3790	3790	3790	3790	3790	3790	3790		
五粮液			11/05	11/06	11/07	11/08	11/09	11/10	11/11	
	普五	52%vol 500ml	965	955	955	955	955	955	955	
	普五 (七代)	52%vol 500ml								
	1618	53%vol 500ml	955	945	945	945	945	945	945	
	15酱	50%vol 500ml								
	10年 (2005)	50%vol 500ml	1130	1130	1130	1130	1130	1130	1130	
泸州老窖			11/05	11/06	11/07	11/08	11/09	11/10	11/11	
	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	60	60	60	60	60	
	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			11/05	11/06	11/07	11/08	11/09	11/10	11/11	
	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	135	
大曲 (青瓷)	52%vol 500ml	50	50	50	50	50	50	50		
山西汾酒			11/05	11/06	11/07	11/08	11/09	11/10	11/11	
	青花30	53%vol 500ml	805	805	805	805	805	805	805	
	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	
玻汾	53%vol 500ml	43	43	43	43	43	43	43		
古井贡酒			11/05	11/06	11/07	11/08	11/09	11/10	11/11	
	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	
	古5	50%vol 500ml	110	110	110	110	110	110	110	
酒鬼酒			11/05	11/06	11/07	11/08	11/09	11/10	11/11	
	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

【玩转数字化，当东鹏特饮遇上世界互联网大会】11月8日，2022年世界互联网大会在浙江乌镇举行，本届大会以“共建网络世界、共创数字未来——携手构建网络空间命运共同体”为主题，深化“线下+线上”相结合的方式，共话互联网未来。东鹏特饮再度以官方指定功能饮料身份重磅亮相。大会期间，东鹏特饮以环保版电子标签产品为概念打造主题展台。在“双碳”政策背景下，东鹏特饮“撕掉”实物标签，不仅在生产端减少塑料的使用，节能环保，并通过电子标签的创新方式，保留了产品的完整信息。实际上，东鹏特饮电子标签产品，背后依托的，是东鹏领先行业的“五码关联”数字化营销管理体系，不仅让东鹏轻松“握手”1.4亿消费者，更解决了传统食品饮料行业渠道环节过多、管理低效的痛点，打通了从品牌到数百万终端的数据链路。值得一提的是，在本次世界互联网大会举办期间，东鹏特饮发行了首款数字藏品——**【能量瓶的美丽中国】**，以电子标签版东鹏特饮为灵感，与首批正式设立的“国家公园”相结合，巧妙融合数字低碳与生态自然，并通过新国风创意设计，将美丽中国绘入数字画卷中。（东鹏饮料官微）

【宁夏：建立“三个清单一项承诺书”制度】近日，宁夏回族自治区食安办组织召开全区食安办主任视频会议，就落实“两个责任”工作机制进行安排部署。会议要求，推动“两个责任”工作机制落地落实，要明确目标，把握重点，抓紧建立“三个清单一项承诺书”（责任清单、任务清单、督查清单和食品安全责任与任务承诺书）制度，将食品生产经营企业按照规模大小、业态类型分为A、B、C、D四级，一一对应到市、县、乡、村四级包保干部肩上，各级包保干部要同本级党委或政府（食品安全委员会）、村支部（村委会）主要负责人签订《食品安全责任与任务承诺书》，将“党政同责”“政府负总责”分解落实到地方各级领导干部身上。切实压紧压实企业主体责任，食品生产经营企业要依法配备食品安全总监和食品安全员，企业主要负责人要与食品安全总监和食品安全员共同承担食品安全责任，健全企业各层级食品安全责任体系，建立日管控、周排查、月调度制度，建立完善保障措施。（中国质量报）

【光明乳业：低温乳制品版块盈利，低温鲜奶盈利能力更强】11月11日下午，光明乳业举行2022年第三季度业绩线上说明会。会上，光明乳业表示，光明乳业低温乳制品版块盈利，其中低温鲜奶盈利能力更强。

作为乳品行业“新鲜”的建设者与倡导者，光明乳业低温乳制品业务保持行业领先地位。公司将牢牢把握高质量发展的总体要求，通过聚焦精准营销，多措并举，不断创新，赋能品牌发展，焕发国潮力量；通过增加网点，加强铺货、陈列、地推等工作，持续提升渠道力；通过夯实管理举措，加强牧业端、生产端、物流端、销售终端精细化管理，促进全产业链优化升级，提质增效。（财经网）

【商业快评 | 双 11 开场 新品类与新商业模式的碰撞开启】11 月 10 日晚 8 点，双 11 正式开买。据国家统计局数据显示，2021 年我国社会消费品零售总额为 44.1 万亿元，其中网上购物零售额为 13.1 万亿元，贡献度达 29.7%，与 2012 年相比增长了近十倍，当年的网上购物零售额只有 1.26 万亿元。那么今年的双 11，我们又看到了哪些变化？根据天猫给出的最新数据，截至 11 月 10 日零点，已有 44 家中华老字号成交额破千万元，分别是：泸州老窖、凤凰牌、杏花村、新华书店、东阿、茅台、洋河、永久、郎牌、大益、寿仙谷、片仔癀、恒源祥、三枪、五粮液、回力、剑南春等。一大批老字号品牌通过发新品、做直播、布局趋势赛道，在天猫双 11 实现了成交额同比翻倍增长。杭州孔凤春同比增长超过 110%、南京冠生园同比增长超过 130%、哈尔滨大众肉联同比增长近 100%、上海杏花楼同比增长超过 240%、北京王麻子同比增长超过 460%，国货品牌交出了亮眼的成绩单。与此同时，今年不仅是潮玩、宠物、运动户外、珠宝四个增速迅猛的行业被称为“新四大金刚”，成长惊人的亮点小品类更是如繁星满天。角膜塑形镜成交额增长近 100 倍，面膜冷热仪增长超 55 倍，耳戴音频设备增长超 40 倍，地毯清洗机增长超 30 倍，内衣洗衣机增长超 20 倍，一些传统行业，也涌现出了趋势“黑马”。例如家电行业中的家用电梯增长超过 500%、空调套装增长超过 280%；服饰行业中，二次元古风服装增长超过 800%、男装民族服装增长超过 700%；美妆行业中，彩妆旅行装增长超过 270%；母婴行业中儿童 POLO 衫增长超过 160%，成为红海中的“蓝海”。天猫双 11 的消费趋势，往往呈现出消费者生活方式的改变。以往霸榜前十的女装、家居家具、美妆尽管增长依旧，但刚需不再是唯一的购物标准，更多的兴趣爱好消费以及健康领域的消费逐渐成为主导，更多细分领域的商品得到了进一步的展示和提升。（封面新闻网）

【连江预制菜出口实现零的突破 1.5 万份佛跳墙“跳”往美国】10 日 12 时许，在福州聚春园食品股份有限公司连江工业园，首批 1.5 万份聚春园佛跳墙系列产品装箱上车，发往美国。这是聚春园佛跳墙首次“出海”，

也标志着连江预制菜出口实现零的突破。值得一提的是，此次出口美国的佛跳墙部分用料取自全国水产大县连江。今年 6 月，在连江县贸促会的牵线搭桥下，聚春园佛跳墙顺利通过美国 FDA 认证，以进出口贸易的形式，销往美国各大商超、餐馆等。本批次产品分为罐装、礼盒装和袋装三种款式，每份重 230 克到 1300 克不等，可满足不同消费者的需求。食用时，只需加热一下即可，方便快捷。此次出口美国只是一个开始，接下去会继续加快出海步伐，积极布局海外闽菜市场，助力打响闽都文化国际品牌。（福州日报）

【“中国第一县”昆山发力咖啡产业】以经济发达、产业兴盛面貌示人的“中国第一县”昆山正发力咖啡产业。在 10 日举行的 2022 中国(昆山)国际咖啡产业大会上，昆山市市长陈丽艳表示，该市全力打造千亿级高端食品产业集群，期待昆山的咖啡产业能够打造成服务业的支柱产业。陈丽艳介绍，将咖啡产业作为发力点，昆山聚焦物流分拨、平台交易、研发烘焙、品牌销售四大中心建设，形成“全产业链”与“国际化”两大咖啡产业特色，营造了浓厚的城市咖啡文化氛围。随着亿政咖啡烘焙工厂、星巴克中国咖啡创新产业园、瑞幸进口咖啡豆生产及分拨中心等项目落地、投产，昆山集产学研、科工贸等多种要素融合的咖啡产业发展生态已经逐步形成、日益完善。当天，中国食品工业协会咖啡与饮品专业委员会在昆山揭牌成立，由昆山亿政咖啡有限公司担任首届专委会会长单位。专委会成立后，将以咖啡与饮品两大食品产业为主要工作领域，从原料种植、生产、流通、市场、消费、文化等各个环节研究咖啡与饮品行业的产业特点，携手推动咖啡与饮品产业创新、可持续和高质量发展。（中国新闻网）

6.2. 上周重点公司动态

【丰岛食品:关于向银行申请授信融资暨资产抵押的公告】公司及子公司以抵押、保证方式申请授信融资额度，具体情况如下：1) 授信银行名称：中国银行股份有限公司新昌支行申请授信额度：2600 万元担保方式：以公司国有建设用地/房屋所有权（浙 2018 新昌县不动产权第 0012794 号、浙 2017 新昌县不动产权第 0017486 号）作为抵押担保。授信期限：一年。2) 授信银行名称：中国工商银行股份有限公司新昌支行申请授信额度：3800 万元担保方式：以公司国有建设用地/房屋所有权（浙 2017 新昌县不动产权第 0017483 号）作为抵押担保。授信期限：一年。3) 授信银行名称：交通银行股份有限公司新昌支行申请授信额度：4000 万元担保方式：以公司国有建设用地/房屋所有权（浙 2017 新昌县不动产

权第 0017484 号、浙 2018 新昌县不动产权第 0012793 号) 作为抵押担保以及实际控制人徐孝方、徐月萍提供担保。授信期限：一年。4) 授信银行名称：湖北宜都农村商业银行股份有限公司申请授信额度：3000 万元担保方式：由全资子公司湖北丰岛食品有限公司向湖北宜都农村商业银行股份有限公司申请授信融资，以子公司国有建设用地/房屋所有权（鄂（2017）宜都市不动产权第 0003438 号、鄂（2017）宜都市不动产权第 0003432 号）作为抵押担保，并由本公司及实际控制人徐孝方、徐月萍提供担保。授信期限：一年。申请的上述授信额度，不等于公司的实际融资金额，具体贷款额度、贷款期限、贷款利率等事宜以公司与银行签订的合同为准。

【安井食品：安井食品股东减持股份计划公告】公司于 2022 年 11 月 11 日分别收到董事长刘鸣鸣先生及总经理张清苗先生的《减持股份告知函》，董事长刘鸣鸣先生计划自 2022 年 12 月 5 日起直至 2023 年 6 月 4 日通过集中竞价方式或者大宗交易方式减持不超过 3,200,000 股（约占公司总股本的 1.0911%）；总经理张清苗先生计划自 2022 年 12 月 8 日起直至 2023 年 6 月 7 日通过集中竞价方式或者大宗交易方式减持不超过 1,700,000 股（约占公司总股本的 0.5796%）。

【妙可蓝多：中国国际金融股份有限公司关于内蒙古蒙牛乳业（集团）股份有限公司豁免要约收购上海妙可蓝多食品科技股份有限公司的持续督导意见】中国国际金融股份有限公司（以下简称“中金公司”）接受委托，担任内蒙古蒙牛乳业（集团）股份有限公司豁免要约收购上海妙可蓝多食品科技股份有限公司的财务顾问，持续督导期从妙可蓝多 3.00 万股限制性股票注销完成之日起至收购报告书公告日后的 12 个月止。2022 年 10 月 29 日，妙可蓝多披露了 2022 年第三季度报告。结合上述第三季度报告及日常沟通，中金公司出具了 2022 年第三季度报告的持续督导意见。

【丽宫食品:对外投资的公告】公司设立成立全资及参股子公司“广西广陈皮投资有限公司”（简称“广陈皮投资”），注册地址为：“广西壮族自治区南宁市青秀区津头街道津头街 5 号”，注册资本为人民币 9,195,000.00 元，公司出资人民币 9,195,000.00 元，占新公司注册资本的 100.00%。2、公司出资设立全资子公司“南宁本草健康产业有限公司”（简称“本草健康”），注册地址为：“广西壮族自治区南宁市青秀区津头街道津头街 5 号”，注册资本为人民币 5,950,000.00 元，公司出资人民币 5,950,000.00

元，占新公司注册资本的 100.00%。3、上述两公司完成注册后，由广陈皮投资（筹）、本草健康（筹）及其他投资者出资设立“广西供销三冠陈皮有限公司”（简称“三冠陈皮”），注册地址为：“浦北县龙门镇纵二路 2 号厂房”，注册资本为 29,500,000.00 元。广陈皮投资（筹）出资人民币 9,145,000.00 元，占新公司注册资本的 31.00%；本草健康（筹）出资人民币 5,900,000.00 元，占新公司注册资本的 20.00%；广西供销三冠健康产业投资有限公司（筹）出资人民币 10,030,000.00 元，占新公司注册资本的 34.00%；广西振涛投资集团有限公司出资人民币 4,425,000.00 元，占新公司注册资本的 15.00%；三冠陈皮设立后，公司间接出资占三冠陈皮注册资本的 51.00%。

【山东惠发食品股份有限公司高管集中竞价减持股份进展公告】截至本公告披露日，公司副总经理兼财务总监王瑞荣女士持有公司股份 70,000 股，占公司总股本的 0.03%，股份来源为公司实施 2020 年限制性股票激励计划所获授的股份及 2021 年资本公积转增股本所取得的股份。截至本公告披露日，王瑞荣女士通过集中竞价方式累计减持公司股份 10,500 股，占公司总股本的 0.01%，减持数量过半，减持计划尚未实施完毕。

【西麦食品：关于为子公司提供担保的进展公告】公司 2021 年 12 月 14 日召开第二届董事会第十三次会议，2022 年 1 月 6 日召开 2022 年第一次临时股东大会审议通过了《关于公司预计对外担保额度事项的议案》，同意公司为合并报表范围内子公司提供担保、同意子公司之间互相担保，公司或子公司担保额度总计不超过 5 亿元（该预计担保额度可循环使用）：其中公司或子公司拟为资产负债率 70% 以上的子公司担保的额度为 1.5 亿元，为资产负债率 70% 以下的子公司担保的额度为 3.5 亿元。在预计担保额度范围内，同类担保对象间的担保额度可调剂使用，相关担保事项以正式签署的担保协议为准。担保范围包括但不限于申请综合授信、借款、承兑汇票等融资或开展其他日常经营业务等。担保方式包括但不限于连带责任担保、抵押担保等方式，担保额度可滚动计算。

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/>