

白酒单月销售额创两年新高,啤酒销售额持续下滑

——酒类 1 月线上销售数据跟踪报告

强于大市(维持)

2023 年 02 月 17 日

行业核心观点:

1 月三大电商平台(淘系、京东、拼多多)线上销售数据公布,酒类线上销售表现分化。其中白酒单月线上销售额创下两年新高,啤酒线上销售额同比持续下降。**线上渠道对比来看**,三大电商中京东占据主导地位。白酒行业淘系平台和京东销售额同比均有不同程度上升,拼多多线上销售额同比大幅下降,京东维持绝对渠道优势;啤酒行业三大电商平台销售额同比均出现不同幅度的下降。京东表现相对出色,超越天猫淘宝成酒类线上主要渠道。**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超 50%,五粮液京东占比超 80%。**总体来看**,1 月酒类线上销售表现分化,1)受春节送礼及宴席场景复苏利好,酒类线上销售额较去年末整体呈回暖态势,其中白酒更是两年来单月销售额新高;2)但由于去年同期酒企提前备货导致高基数影响,叠加短期内疫情感染高峰打击居民消费热情,且茅台、五粮液、洋河等众多酒企去年开始纷纷布局自有电商渠道,对三大电商平台的白酒销售有一定的分流,本月同比数据并不亮眼,白酒增速有所放缓,啤酒线下消费场景尚未恢复,同比延续下滑;3)展望未来,随着防疫放开,线下消费场景将逐渐复苏,基本面依旧向好,建议关注需求增长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:

白酒线上销售额增速放缓,茅五价格维稳。1 月白酒三大电商线上销售总额 95.64 亿元(YoY+8.41%),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 70%。淘系平台白酒销售小幅上涨,销售额为 25.96 亿元(YoY+3.88%)。京东白酒销售表现出色,销售额为 68.69 亿元(YoY+23.82%)。拼多多白酒线上销售额同比大幅下降,销售额仅为 0.99 亿元(YoY-87.26%)。贵州茅台 1 月三大电商销售总额为 17.46 亿元(YoY+45.62%),淘系平台、京东、拼多多线上销售额分别为 5.98/8.92/2.55 亿元,占比分别为 34.26%/51.11%/14.62%。1 月 20 年普飞批发价稳定维持在 3030 元,飞天散瓶价格落在 2800 元至 2880 元价格区间,春节后价格有所回升。五粮液 1 月淘系平台与京东线上销售总额 19.33 亿元(YoY+23.98%),淘系平台和京东销售额分别为 3.42 和 15.92 亿元,占比分别为 17.67%和 82.33%。1 月普五(八代)单瓶价格稳定维持在 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。1 月三大电商啤酒销售总额为 3.86 亿元(YoY-35.96%)。其中,淘系线上销售额为 1.41 亿元

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

(YoY-50.78%)，京东啤酒销售额为 2.34 亿元 (YoY-11.59%)，拼多多啤酒销售额为 0.11 亿元 (YoY-79.47%)。青岛啤酒淘系平台与京东线上销售总额 0.60 亿元 (YoY-34.68%)，淘系平台、京东线上销售额分别为 0.23/0.37 亿元，占比分别为 38.30%/61.70%。百威啤酒三大电商线上销售总额为 0.60 亿元 (YoY-43.64%)，淘系平台、京东、拼多多线上销售额分别为 0.20/0.38/0.02 亿元，占比分别为 33.82%/63.17%/3.01%。

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

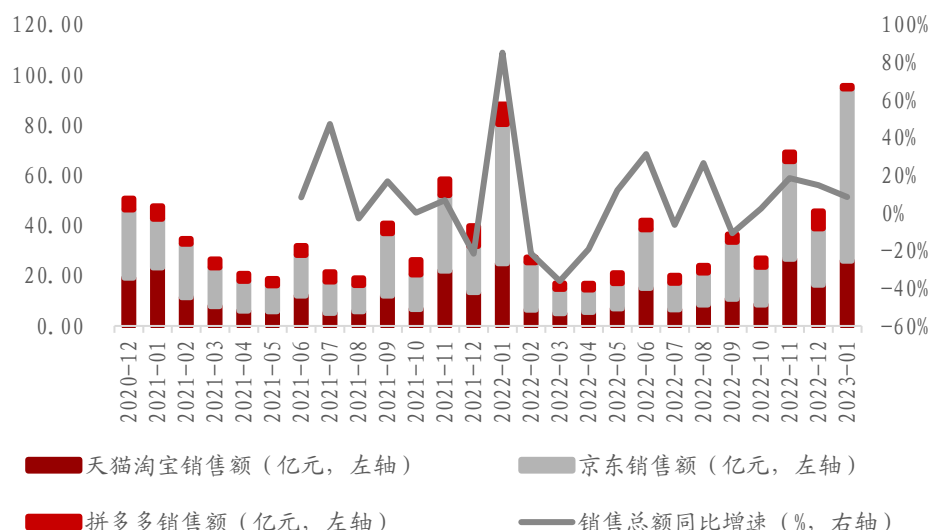
1 白酒：线上销售额创新高，茅五价格维稳	4
1.1 1月白酒线上销售额创新高，主战场京东收入大幅上升	4
1.2 茅五线上销售额同比大幅增加，京东维持领先优势	5
2 啤酒：线上销售额同比下滑，呈持续下降趋势	7
2.1 啤酒线上销售额同比持续下滑，拼多多销售表现不佳	7
2.2 啤酒龙头线上销售同比下降，京东渠道优势明显	9
3 投资建议及风险因素	10
3.1 投资建议	10
3.2 风险因素	10
图表 1：白酒行业线上销售总额及同比增速	4
图表 2：天猫淘宝白酒行业线上销售额及同比增速变化情况	5
图表 3：京东白酒行业销售额及同比	5
图表 4：拼多多白酒行业销售额及同比	5
图表 5：贵州茅台线上销售总额及同比	6
图表 6：贵州茅台 1 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 1 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 1 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 1 月线上各渠道占比	10

1 白酒：线上销售额创新高，茅五价格维稳

1.1 1月白酒线上销售额创新高，主战场京东收入大幅上升

1月白酒线上销售额增速放缓，京东占比大幅回升。受益于春节送礼及宴席场景恢复，白酒线上销售额创两年来单月新高。萝卜投资数据显示，本月白酒三大电商线上销售总额同比增长8.41%至95.64亿元。其中，淘系平台、京东销售额同比维持正增长，拼多多销售额表现较差。三大电商中，京东白酒销售收入占比大幅增加，优势再度扩大。

图表1：白酒行业线上销售总额及同比增速

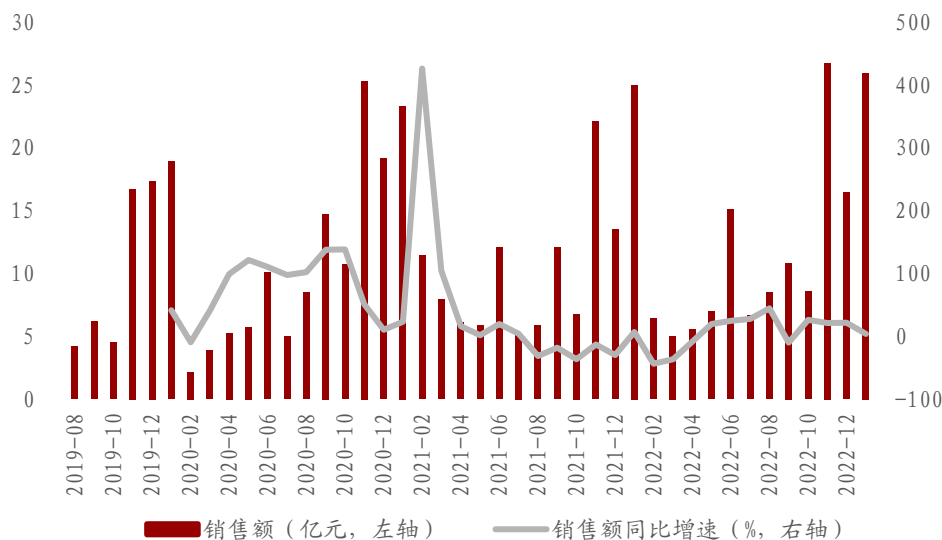


资料来源：萝卜投资，万联证券研究所

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

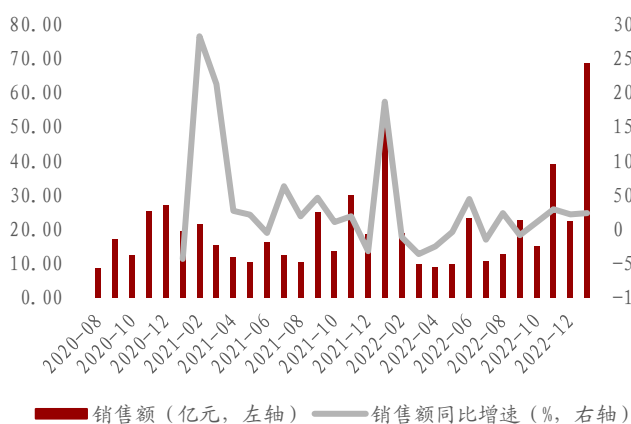
淘系平台和京东白酒线上销售额同比增长，拼多多销售额为历史最差。根据萝卜投资数据，淘系平台、京东线上白酒销售额同比均有不同程度的上涨，拼多多则呈较大跌幅。天猫淘宝1月线上销售额为25.96亿元，同比增加3.88%，环比上升57.86%。京东1月线上销售额为68.69亿元，同比增加23.82%，环比上升205.76%。拼多多白酒销售创历史最低，1月拼多多销售额仅为0.99亿元，同比下降87.26%，环比下降85.35%。

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



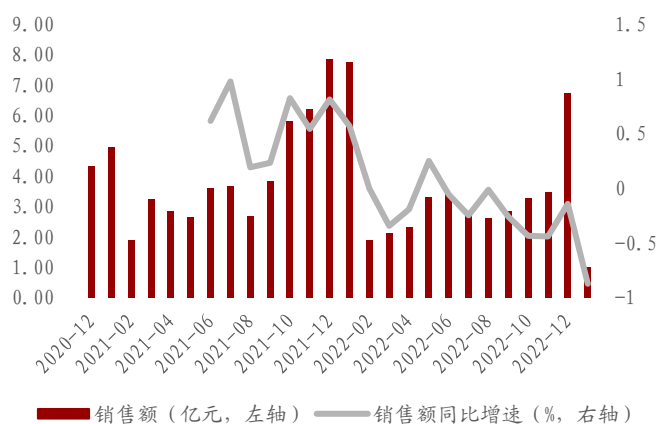
资料来源: 萝卜投资, 万联证券研究所

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

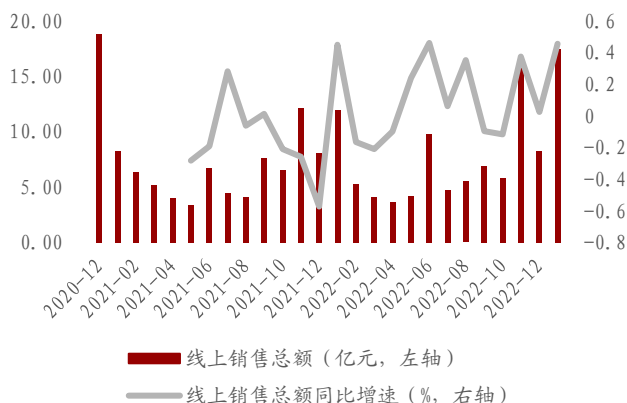


资料来源: 萝卜投资, 万联证券研究所

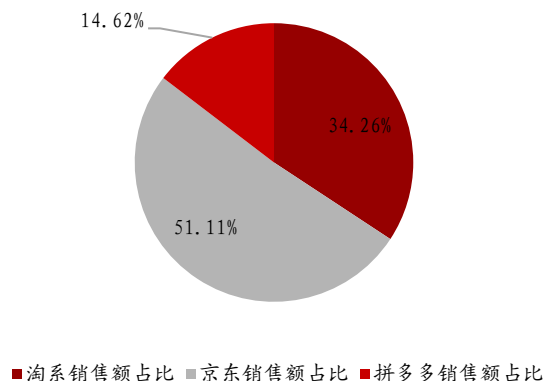
1.2 第五线上销售额同比大幅增加, 京东维持领先优势

1月茅台线上销售额同比增速上升, 拼多多渠道占比翻倍。根据萝卜投资数据, 贵州茅台1月淘系平台、京东、拼多多三大电商销售总额为17.46亿元, 同比增长45.62%, 较上月同比增速大幅回升。三大电商中, 淘系平台和京东销售额占比较上月有所下降, 拼多多销售额占比翻倍。1月淘系平台、京东、拼多多线上销售额分别为5.98/8.92/2.55亿元, 占比分别为34.26%/51.11%/14.62%。

图表5: 贵州茅台线上销售总额及同比



图表6: 贵州茅台1月线上各渠道占比



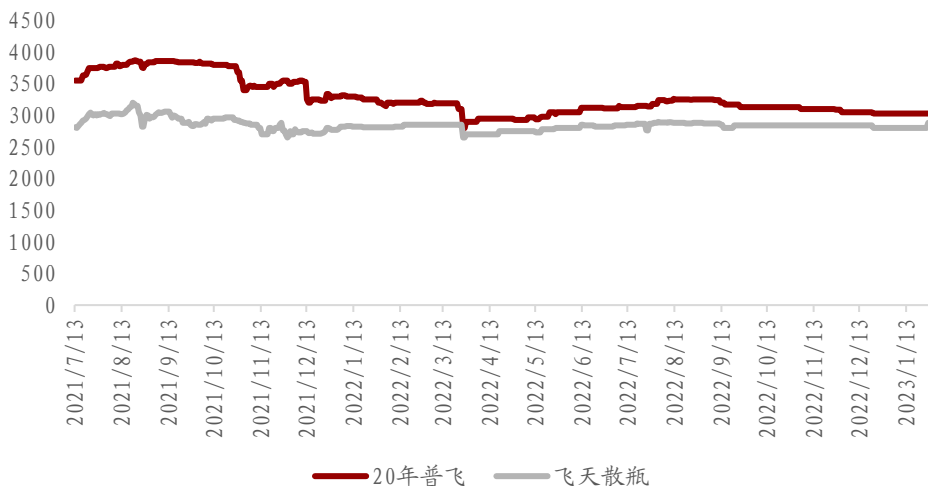
资料来源: 萝卜投资, 万联证券研究所

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1月维持稳定, 暂止下跌趋势。根据今日酒价数据, 1月20年普飞批价稳定维持在3030元, 较上月最高价格下降20元; 飞天散瓶价格落在2800元至2880元价格区间, 春节后价格有所回升。自去年8月20年普飞和飞天散瓶价格触顶后, 1月暂止价格下跌趋势。整体来说, 1月茅台酒批价保持平稳, 波动区间较小。

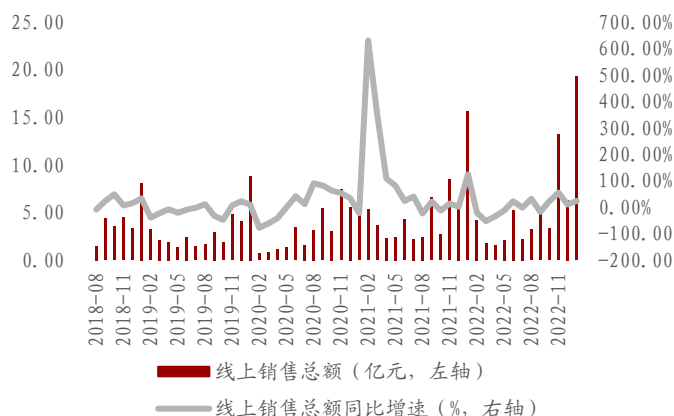
图表7: 飞天茅台批价跟踪 (元)



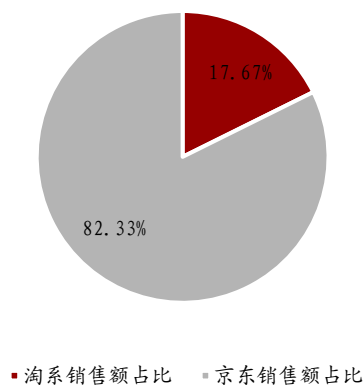
资料来源: 今日酒价, 万联证券研究所

五粮液线上销售额同比上升, 京东渠道优势明显。根据萝卜投资数据, 五粮液1月淘系平台与京东线上销售总额19.33亿元, 同比增长23.98%。京东销售额占比较上月大幅提升至82.33%, 远超淘系平台。淘系平台和京东销售额分别为3.42和15.92亿元, 占比分别为17.67%和82.33%。

图表8: 五粮液线上销售总额及同比



图表9: 五粮液1月线上各渠道占比



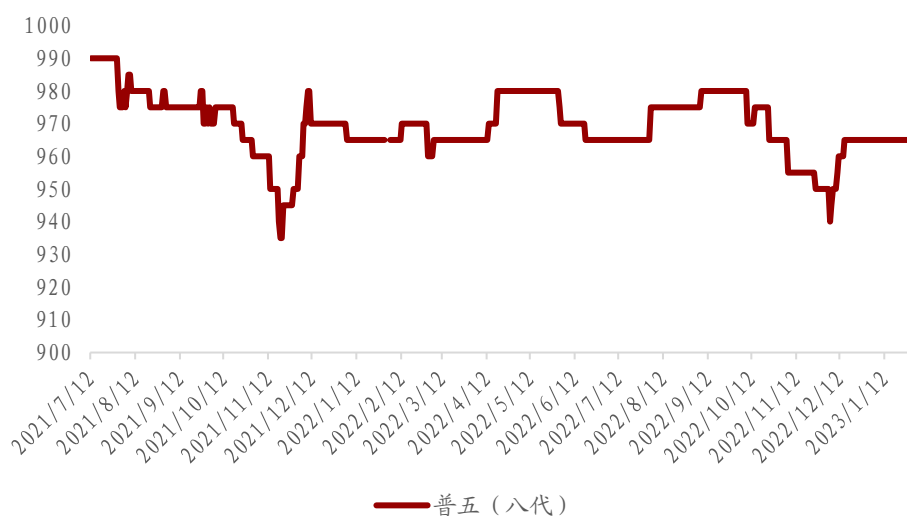
资料来源: 萝卜投资, 万联证券研究所

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。

五粮液酒价保持稳定。根据今日酒价数据, 自去年12月调价以来, 普五(八代)单瓶价格稳定维持在965元, 整体控价能力良好。

图表10: 普五批价跟踪 (元)



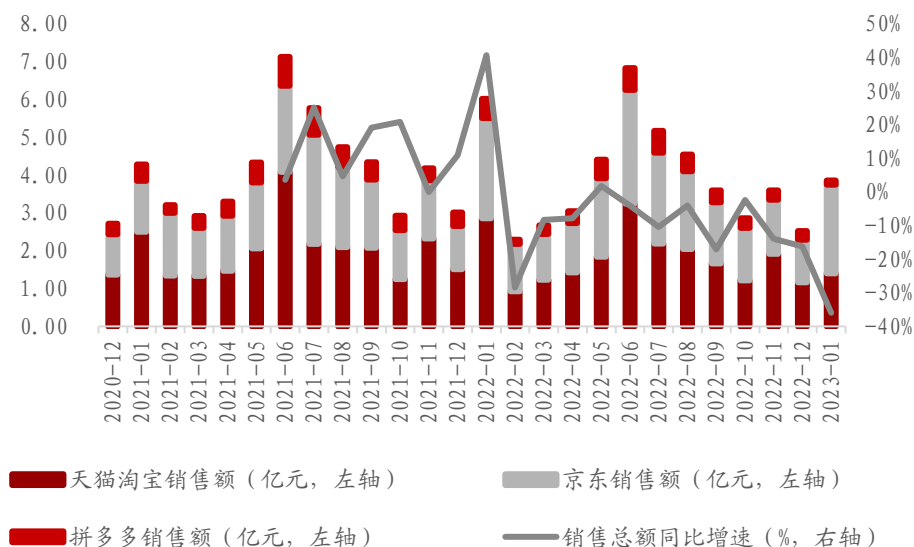
资料来源: 今日酒价, 万联证券研究所

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, 拼多多销售表现不佳

1月啤酒线上销售额同比持续下滑, 京东赶超淘系成销售主场。双十一、双十二大促过后, 新冠感染叠加多地天气转寒, 啤酒线上消费持续走低。根据萝卜投资数据, 本月三大电商啤酒销售总额为3.86亿元 (YoY-35.96%)。三大电商平台销售额同比均有不同程度的下降, 其中京东表现相对坚韧, 销售占比赶超淘系平台。拼多多销售额自去年7月以来持续下降, 与淘系、京东差距明显。

图表11: 啤酒行业线上销售总额及同比增速

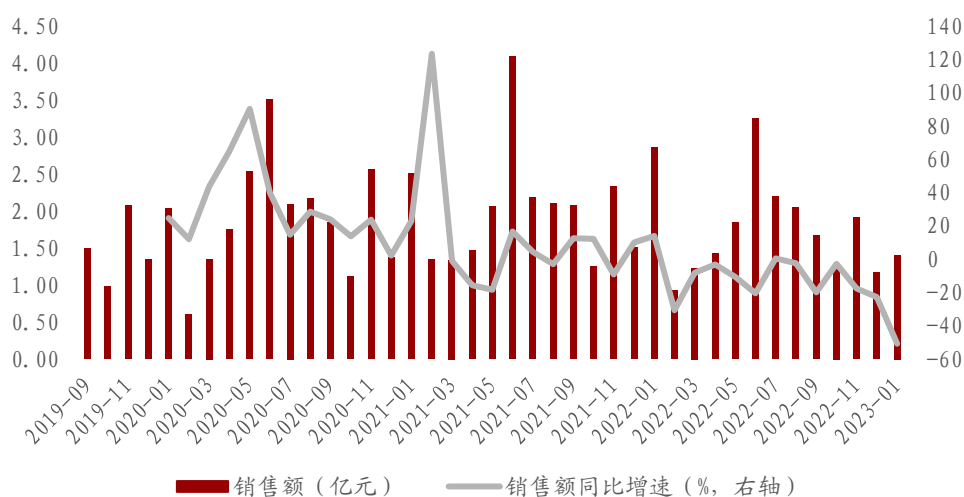


资料来源: 萝卜投资, 万联证券研究所

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

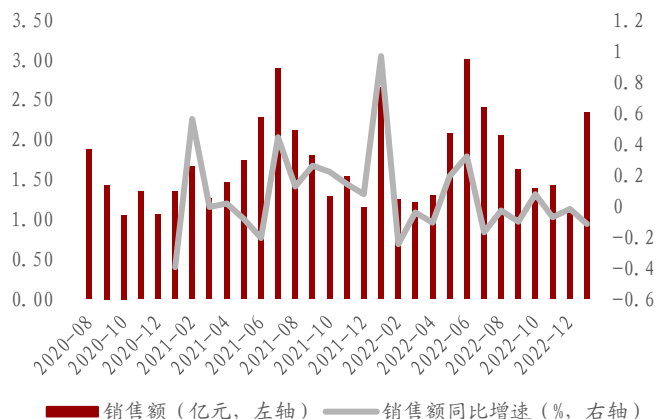
1月三大电商平台啤酒销售额同比增速持续走低, 拼多多同比环比双降。根据萝卜投资数据, 1月淘系啤酒线上销售额为1.41亿元, 同比减少50.78%, 环比增加20.54%。京东啤酒销售额为2.34亿元, 同比下降11.59%, 环比增加108.67%。拼多多啤酒销售额为0.11亿元, 同比下降79.47%, 环比下降54.76%。

图表12: 天猫淘宝啤酒行业销售额及同比增速



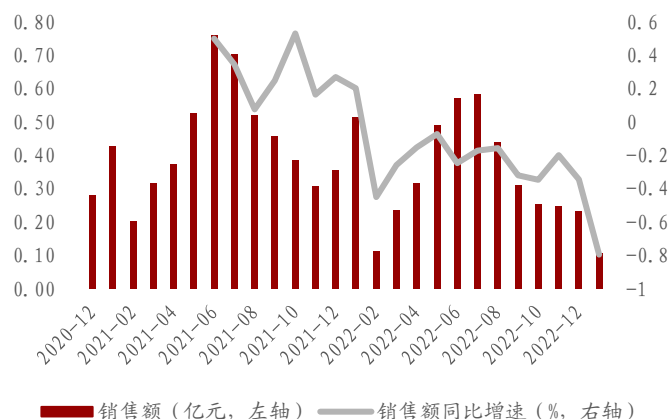
资料来源: 萝卜投资, 万联证券研究所

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

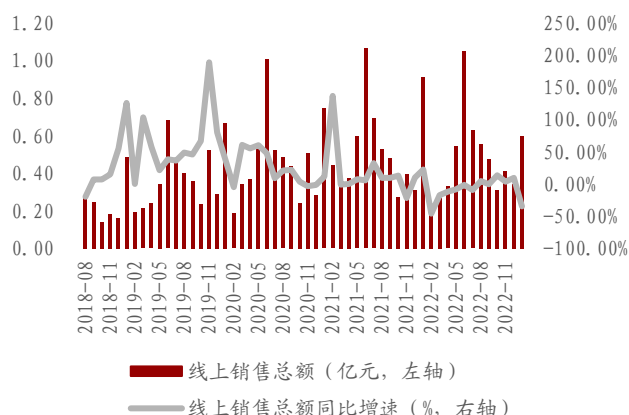


资料来源: 萝卜投资, 万联证券研究所

2.2 啤酒龙头线上销售同比下降, 京东渠道优势明显

1月青岛啤酒线上销售额同比由正转负, 京东渠道回归领先。根据萝卜投资数据, 1月青岛啤酒淘系平台与京东线上销售总额0.60亿元, 较去年同期下降34.68%, 同比由正转负。京东平台销售额回归领先地位, 1月淘系平台、京东线上销售额分别为0.23/0.37亿元, 占比分别为38.30%/61.70%。

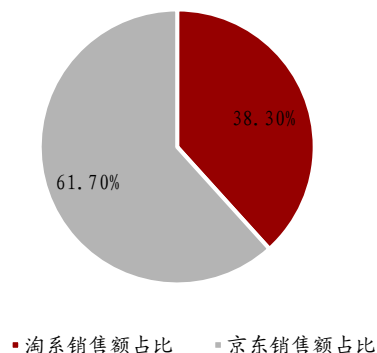
图表15: 青岛啤酒线上销售总额及同比



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。

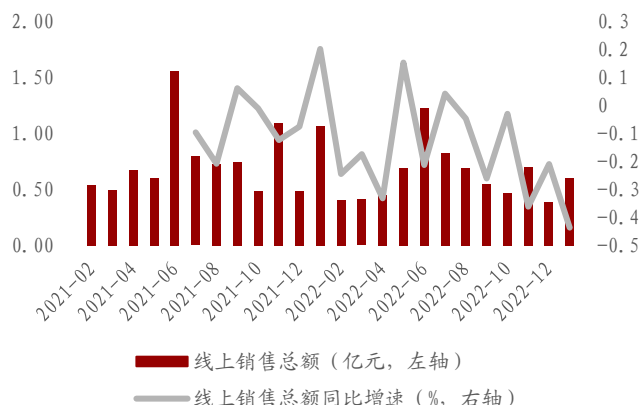
图表16: 青岛啤酒1月线上各渠道占比



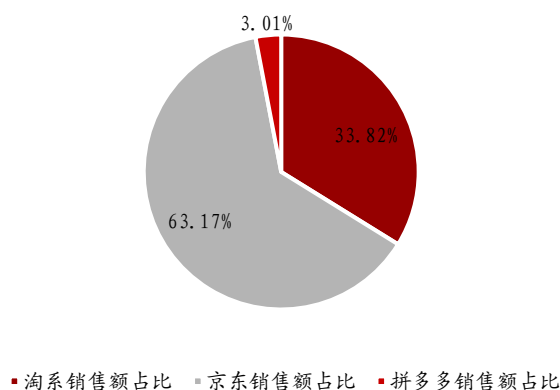
资料来源: 萝卜投资, 万联证券研究所

1月百威啤酒线上销售额同比再度走低, 京东渠道优势扩大。根据萝卜投资数据, 1月百威啤酒三大电商线上销售总额为0.60亿元, 同比减少43.64%。京东销售额占比持续上升, 与淘系差距逐渐扩大。1月淘系平台、京东、拼多多线上销售额分别为0.20/0.38/0.02亿元, 占比分别为33.82%/63.17%/3.01%。

图表17: 百威啤酒线上销售总额及同比



图表18: 百威啤酒1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

1月三大电商平台(淘系、京东、拼多多)线上销售数据公布,酒类线上销售表现分化。其中白酒单月线上销售额创下两年新高,啤酒线上销售额同比持续下降。**线上渠道对比来看**,三大电商中京东占据主导地位。白酒行业淘系平台和京东销售额同比均有不同程度上升,拼多多线上销售额同比大幅下降,京东维持绝对渠道优势;啤酒行业三大电商平台销售额同比均出现不同幅度的下降。京东表现相对出色,超越天猫淘宝成酒类线上主要渠道。**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超50%,五粮液京东占比超80%。总体来看,1月酒类线上销售表现分化,1)受春节送礼及宴席场景复苏利好,酒类线上销售额较去年末整体呈回暖态势,其中白酒更是两年来单月销售额新高;2)但由于去年同期酒企提前备货导致高基数影响,叠加短期内疫情感染高峰打击居民消费热情,且茅台、五粮液、洋河等众多酒企去年开始纷纷布局自有电商渠道,对三大电商平台的白酒销售有一定的分流,本月同比数据并不亮眼,白酒增速有所放缓,啤酒线下消费场景尚未恢复,同比延续下滑;3)展望未来,随着防疫放开,线下消费场景将逐渐复苏,基本面依旧向好,建议关注长期业绩增长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

1.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。

2.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。

3.疫情风险: 目前国内防疫彻底放开,新冠毒株变化莫测,我国仍面临不确定的外部环境以及疫情感染风险,或影响经济修复和食品饮料供需。

4.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。

5.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