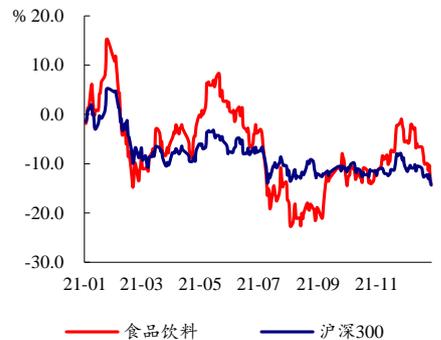


评级 推荐（维持）

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

《预制菜系列之一：厨房革命引领万亿赛道崛起》2022.01.13
 《跨年行情下高端白酒提价潮延续，2022年白酒结构性行情依旧》2022.01.09
 《东亚前海证券-食品饮料 2022 年策略：困境反转，静待花开》2022.01.07
 《白酒企业业绩高增长，2022 年动能依旧强劲》2022.01.03
 《白酒涨价潮继续推进，板块基本面持续向好》2021.12.27

市场扰动因素增多，白酒结构性行情依存

——食品饮料行业周报

上周行情回顾：

上周（2022.01.10-2022.01.14）食品饮料板块（申万）下跌 4.40%，上证综指下跌 1.63%，深证成指下跌 1.35%，沪深 300 下跌 1.98%，食品饮料板块上周跑输上证综指 2.78 个百分点，在申万 31 个一级子行业周涨跌幅中排名第 27 位。子板块多数下跌，白酒板块下跌 4.71%。

核心观点：市场扰动因素增多，白酒结构性行情依存

白酒板块：市场扰动因素增多导致白酒板块回调。2021 年末至今，白酒板块持续回调。究其原因在于市场上多方扰动因素，1) 伴随着五粮液、泸州老窖、古井贡酒等高端、次高端酒企的提价，投资者始终对白酒消费税心存担忧；2) 在市场对 2022 年白酒销量高预期的背景下，疫情反复叠加当前终端市场冷清，预期差下白酒板块遭受回调。

白酒长期需求稳固，结构性行情依然存在。白酒在消费品中具有极高消费粘性，在没有外部政策的影响下，长期看白酒需求依然稳固。目前整体白酒处于量减价增的阶段，板块分化明显。贵州茅台、五粮液等高端白酒持续价增的趋势不改，高端白酒将以提价带动业绩的增长；而次高端白酒如古井贡酒、口子窖等，在高端白酒提价后的空白价格带中可充分享受量价齐升的增长空间。根据近期业绩预告，今世缘预计 2021 年营收同比增长 23%—27%，金沙酒业在全国经销商大会上表示 2021 年营收同比增长约 122%，次高端白酒企业的营收稳健增长。在 2021 年白酒提价潮和当前低渠道库存的双重因素下，建议关注白酒春节动销情况。

速冻品板块：预制菜行业市场规模有望破万亿。在 2021 年，疫情的负面影响正在逐渐消散，餐饮收入有望恢复长期增长的趋势。此外，我国团餐市场规模较大，但存在用餐耗时、口味多样性少、健康隐患等问题。预制菜便捷、多样、健康的特点可解决团餐的痛点。根据艾媒咨询，2021 年中国预制菜市场规模预计为 3459 亿元，若未来中国预制菜市场增速保持稳定在 20%，则在 2027 年预制菜市场将破万亿。

预制菜行业增长驱动因素清晰。从供给端来看，随着冷链物流技术的突破和基础设施的完善，餐饮供应链市场将高速发展，预制菜的供给将有望提升；从需求端来看，1) 预制菜安全、健康的特点契合消费升级趋势；2) 人口结构单身化趋势叠加宅经济等社会现象的出现，消费者倾向于选择节省做菜时间的预制菜；3) 预制菜易于统一化、标准化，可节省 B 端餐饮企业后厨人力及房租成本。整体来看，预制菜在供给端和需求端都有望长期快速发展，未来预计预制菜 B、C 两端将齐头并进。

投资建议

板块配置：白酒>啤酒>乳制品>休闲食品>调味品；

白酒：建议关注高端酒企贵州茅台、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：建议关注未来业绩具备高增长预期的青岛啤酒；

乳制品：建议关注在产能、渠道、产品三方齐发力的伊利股份。

风险提示：

白酒提价落地不及预期、终端需求回落、食品安全问题等。

正文目录

1. 核心观点:	4
1.1. 白酒: 市场扰动因素增多, 白酒结构性行情依存	4
1.2. 速冻品: 掘金万亿蓝海的预制菜行业	4
1.3. 调味品: 餐饮复苏叠加需求增长, 复合调味品未来可期	5
1.4. 啤酒: 高端化再推进, 啤酒行业业绩有望高增	5
1.5. 乳制品: 乳制品行业欣欣向荣, 行业集中度有望提升	6
1.6. 卤制品: 2022年疫情扰动有望消退, 休闲卤制品有望恢复发展	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	6
2.1. 板块总体行情	6
2.2. 子板块行情	7
2.3. 个股行情	9
2.4. 板块估值水平	9
3. 板块沪深港通活跃个股情况	10
4. 行业上游表现情况	11
4.1. 原奶及牛奶价格	11
4.2. 生猪及猪肉价格	12
4.3. 大豆及豆粕价格	12
4.4. 白砂糖及柳糖价格	13
4.5. 白条鸡及毛鸭价格	13
5. 重点白酒价格情况	15
6. 行业新闻及重点公司动态	16
6.1. 上周行业新闻动态	16
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综指、深证成指与沪深 300(单位:%)	7
图表 2.	上周 (01.10-01.14) 食品饮料板块在申万行业涨跌幅中排名 27/31	7
图表 3.	烘焙食品、预加工食品、零食、肉制品、乳品、保健品、软饮料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下跌的趋势	9
图表 5.	上周海欣食品、得利斯、ST 通葡涨幅居前	9
图表 6.	上周百润股份、顺鑫农业、东鹏饮料跌幅居前	9
图表 7.	板块整体估值为历史分位数的 46.64%	10
图表 8.	白酒整体估值为历史分位数的 56.71%	10
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	11
图表 11.	2021.12.29 生鲜乳主产区均价为 4.28 元/公斤	12
图表 12.	2021.12.31 牛奶零售价为 12.87 元/升	12
图表 13.	2021.12.31 生猪平均价格 16.30 元/千克	12
图表 14.	2021.12.31 猪肉平均价格为 25.18 元/千克	12
图表 15.	2022.01.07 大豆现货价为 5221.58 元/吨	13
图表 16.	2022.01.07 豆粕现货价为 3609.71 元/吨	13
图表 17.	2021.12.31 白砂糖零售价为 11.41 元/公斤	13
图表 18.	2022.01.07 柳糖现货合同价 5700 元/吨	13
图表 19.	2022.01.07 白条鸡平均批价为 17.13 元/公斤	14



图表 20.	2022.01.07 毛鸭主产区均价为 7.93 元/公斤	14
图表 21.	上周市场主要白酒批价情况 (单位: 元)	15

1. 核心观点：

1.1. 白酒：市场扰动因素增多，白酒结构性行情依存

市场扰动因素增多导致白酒板块回调。2021年末至今，白酒板块持续回调。从Wind白酒指数来看，2021年12月15日至2022年1月14日，白酒指数下跌了17.42%。其中，作为白酒龙头的贵州茅台从2021年12月24日的最高值2216.96元下跌至1867元。究其原因在于市场上多方扰动因素，1) 伴随着五粮液、泸州老窖、古井贡酒等高端、次高端酒企的提价，投资者始终对白酒消费税心存担忧；2) 在市场对2022年白酒销量高预期的背景下，疫情反复叠加当前终端市场冷清，预期差下白酒板块遭受回调。

白酒长期需求稳固，结构性行情依然存在。白酒在消费品中具有极高消费粘性，在没有外部政策的影响下，长期来看白酒需求依然稳固。目前整体白酒处于量减价增的阶段，板块分化明显。贵州茅台、五粮液、泸州老窖等高端白酒持续价增的趋势不改，未来高端白酒将以提价带动业绩的增长；而次高端白酒如古井贡酒、口子窖等，在高端白酒提价后的空白价格带中可充分享受量价齐升的增长空间。根据白酒企业的业绩预告，今世缘预计2021年营收同比增长23%—27%，金沙酒业在全国经销商大会上表示2021年营收同比增长约122%，次高端白酒企业的营收保持稳健增长。在2021年白酒提价潮以及当前低渠道库存的双重因素作用下，当前节点建议重点关注白酒板块春节动销情况。

1.2. 速冻品：掘金万亿蓝海的预制菜行业

预制菜行业市场规模有望破万亿。在2021年，疫情的负面影响正在逐渐消散，餐饮收入有望恢复长期增长的趋势。此外，我国团餐市场规模较大，但我国团餐依然存在用餐耗时、口味多样性较少、健康隐患等问题。预制菜作为标准化、规模化的产品，其便捷、多样、健康的特点可解决团餐的痛点。根据艾媒咨询，2021年中国预制菜市场规模预计为3459亿元，2023年将达到5156亿元，若未来中国预制菜市场增速保持稳定在20%，则在2027年预制菜市场规模将破万亿。

预制菜行业增长驱动因素清晰。从供给端来看，冷链运输贯穿预制菜整个产业链，是预制菜发展的基础保障。随着冷链物流技术的突破和基础设施的完善，餐饮供应链市场将高速发展，预制菜的供给将有望提升；从需求端来看，1) 预制菜安全、健康的特点契合消费升级趋势。当前消费升级趋势下，便携化、高端化、多样化、健康化是产品发展的方向。预制菜质控标准严格，多环节层层把关保证产品安全。在营养健康方面，预制菜通过食品工

业手法将各调味品与营养成分合理配比再统一生产制成，因此产品的成分比例科学健康；2) 当前国内人口结构出现了较为明显的单身化趋势，同时伴随着宅经济等社会现象的出现，消费者倾向于选择节省做菜时间的预制菜；3) 对于B端餐饮企业，消费疲软下经营压力较大，预制菜易于统一化、标准化，可节省后厨人力及房租成本。整体来看，预制菜在供给端和需求端都有望长期快速发展，未来预计预制菜B、C两端将齐头并进。

1.3. 调味品：餐饮复苏叠加需求增长，复合调味品未来可期

餐饮收入复苏的预期叠加需求增长，复合调味品行业将高速发展。根据国家统计局数据，我国餐饮收入以11.43%的CAGR在2010-2019年逐年递增，从2010年的1.76万亿元增长到2019年的4.67万亿元。2020年疫情袭来后，线下餐饮业受到重创，餐饮收入同比下降了15.38%。到了2021年，疫情的负面影响正在逐渐消散，截至2021年11月，餐饮收入达4.21万亿元，餐饮收入有望持续修复，恢复长期增长的趋势。以11.43%的CAGR来计算，预计2023年餐饮收入将超5万亿元。在餐饮收入逐渐恢复的预期下，复合调味品的基本面有望进一步改善，行业高速发展可期。

复合调味品行业需求有望高增。处于行业导入期的复合调味品，具有较多的发展方向和较大的发展空间。预制菜是“速冻品+复合调味料”的工业食品，在预制菜持续发展的同时，对复合调味料的需求也将持续增长。根据中商产业研究院的预测，2021年我国复合调味料市场规模为1588亿元。根据2021年中国连锁餐饮行业报告，在我国餐饮连锁化率仅有15%的背景下，餐饮连锁化、全国化的发展空间较大，复合调味料的需求有望持续保持高增长。

1.4. 啤酒：高端化再推进，啤酒行业业绩有望高增

啤酒高端化升级再推进，行业业绩有望高增。近日，青岛啤酒推出“百年之旅一世传奇”的超高端新品，天猫平台显示售价为2698元/1.5L*2瓶。啤酒高端化持续升温，在啤酒产品结构升级的背景下，啤酒企业的业绩有望实现较高的增长。以啤酒龙头青岛啤酒为例，根据2022年1月14日青岛啤酒的业绩预增公告披露，预计2021年青岛啤酒将实现归母净利润约31.50亿元，同比增长约43%。展望2022年，当前啤酒提价浪潮下成本端压力有望逐步改善，高端化升级下啤酒行业2022年有望实现量价齐升。

1.5. 乳制品：乳制品行业欣欣向荣，行业集中度有望提升

消费升级推动乳制品行业发展，行业集中度提升加速。随着国民收入的不断提升，消费升级不断推进。中国经济高速发展下，国民人均可支配收入不断增加。根据国家统计局数据，2006年，我国城镇居民人均可支配收入为1.18万元，而到了2020年，城镇居民人均可支配收入为4.38万元，2006-2020年的CAGR达到9.9%。居民收入的提升促进了人均食品消费支出的增长，全国居民人均现金食品消费支出从2013年的2691.90元增长至2020年的4251.40元，2013-2020年的CAGR达6.75%。伴随着我国经济结构的转变，高质量发展和共同富裕成为新的发展主线，我国人均可支配收入和人均食品消费支出均有望持续增加。消费支出和收入的增长为消费升级提供了持续发展的土壤，高端化、多样化、健康化是消费升级带来的新观念。受益于消费升级的趋势，乳制品行业产品结构升级，奶酪、低温奶等产品成为未来的发展方向。在乳制品行业的快速发展下，行业整合有望开始加速。

1.6. 卤制品：2022年疫情扰动有望消退，休闲卤制品有望恢复发展

2022年疫情扰动有望消散，休闲卤制品有望恢复发展。随着疫情的防控深化和居民疫苗的接种，疫情对餐饮需求的压制逐渐减少，消费者对门店的休闲卤制品需求有望逐渐恢复，休闲卤制品行业高增长有望维持。根据Frost&Sullivan数据，2010年，休闲卤制食品市场规模仅237亿元；而到了2020年，休闲卤制食品市场规模达908亿元，2010-2020年休闲卤制品行业市场规模CAGR达14.38%，随着消费升级的趋势持续、冷链物流技术的突破和基础设施的完善，便携化、多样化的休闲卤制品需求将持续增长。

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1月10日-1月14日，食品饮料板块（申万）下跌4.40%，上证综指下跌1.63%，深证成指下跌1.35%，沪深300下跌1.98%，食品饮料板块跑输上证综指2.78个百分点，在申万31个一级子行业周涨跌幅中排名第27位。

图表1. 上周食品饮料板块跑输上证综指、深证成指与沪深300(单位:%)

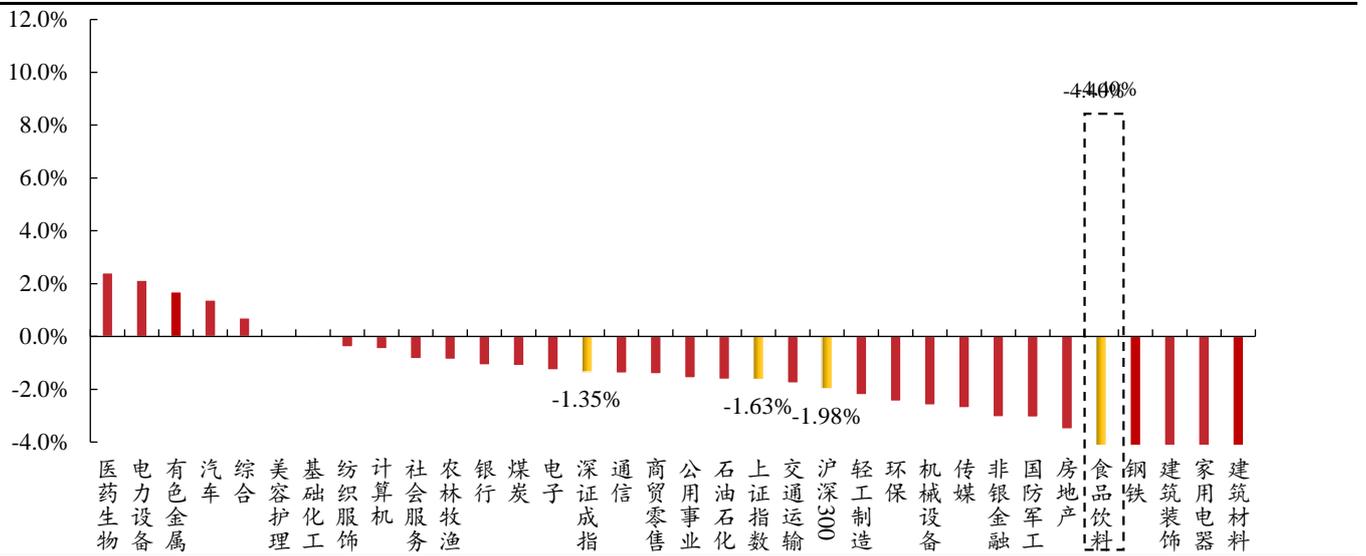
板块	上周 (01.10-01.14)		本月 (01.01-01.14)		2022年初至今 (01.01-01.14)	
	涨跌幅	超额收益	涨跌幅	超额收益	涨跌幅	超额收益
上证综指	-1.63	-2.78	-3.26	-4.76	-3.26	-4.76
深证成指	-1.35	-3.06	-4.76	-3.26	-4.76	-3.26
沪深300	-1.98	-2.42	-4.32	-3.69	-4.32	-3.69
食品饮料	-4.40	/	-8.01	/	-8.01	/

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

2.2. 子板块行情

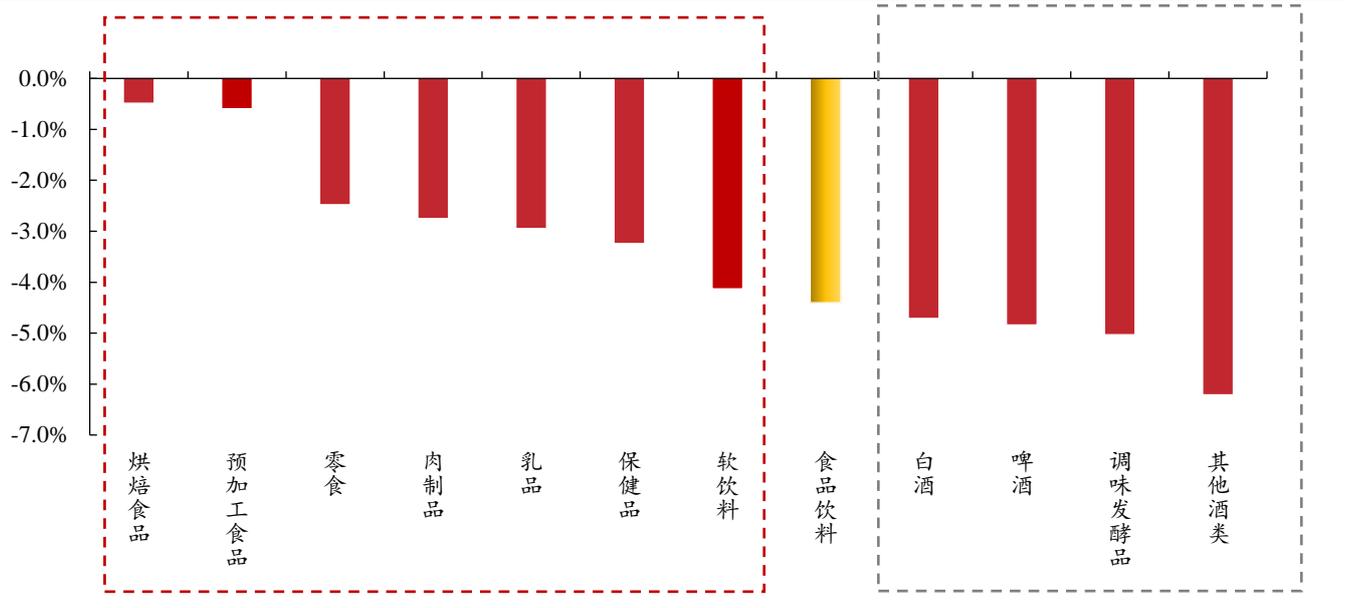
图表2. 上周 (01.10-01.14) 食品饮料板块在申万行业涨跌幅中排名 27/31



资料来源: Wind, 东亚前海证券研究所

分子行业来看, 上周食品饮料各子板块全体下跌。烘焙食品、预加工食品、零食、肉制品、乳品、保健品、软饮料跑赢食品饮料板块指数。子板块涨跌幅依次为烘焙食品(-0.49%)、预加工食品(-0.59%)、零食(-2.48%)、肉制品(-2.75%)、乳品(-2.95%)、保健品(-3.24%)、软饮料(-4.13%)、白酒(-4.71%)、啤酒 (-4.84%)、调味发酵品(-5.03%)、其他酒类(-6.21%)。

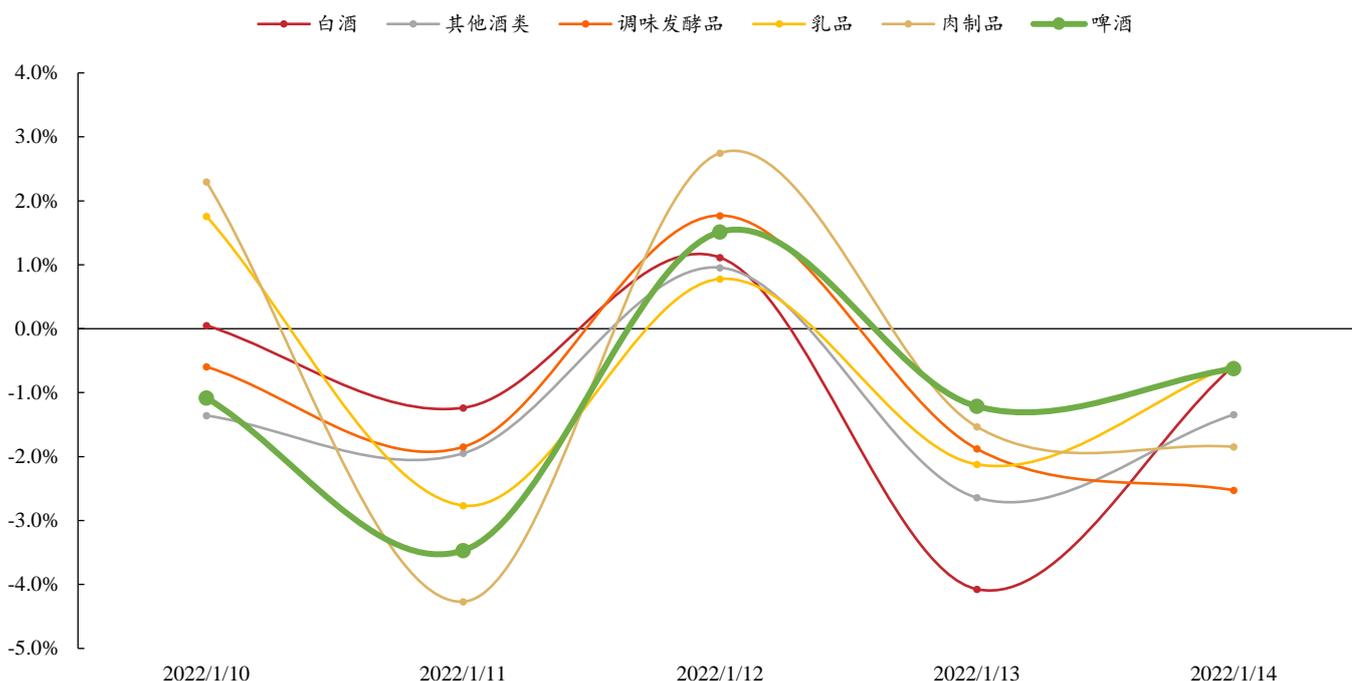
图表3. 烘焙食品、预加工食品、零食、肉制品、乳品、保健品、软饮料跑赢食品饮料板块指数



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下跌的趋势。对于白酒板块而言, 近四日的涨跌幅分别为 0.05%、-1.24%、1.11%、-4.07%、-0.58%; 对于啤酒板块而言, 近四日的涨跌幅分别为-1.08%、-3.47%、1.51%、-1.21%、-0.63%。

图表4. 上周主要子板块全周呈现下跌的趋势

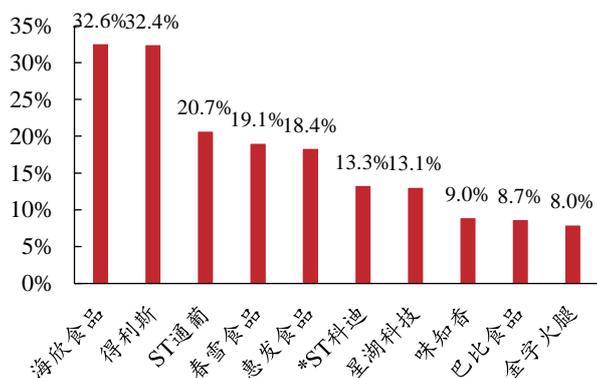


资料来源: Wind, 东亚前海证券研究所

2.3. 个股行情

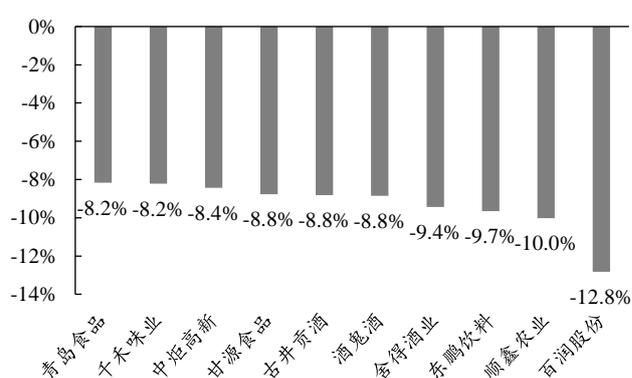
个股方面, 上周海欣食品、得利斯、ST 通葡涨幅居前, 百润股份、顺鑫农业、东鹏饮料跌幅居前。

图表5. 上周海欣食品、得利斯、ST 通葡涨幅居前



资料来源: Wind, 东亚前海证券研究所

图表6. 上周百润股份、顺鑫农业、东鹏饮料跌幅居前



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 40.70, 处于 2016 年至今历史分位数水平的约 46.64%, 白酒子板块目前的估值 PE(TTM) 约为 43.22, 处于 2016 年至今历史分位数水平的约 56.71%。

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 (62.15)、预加工食品

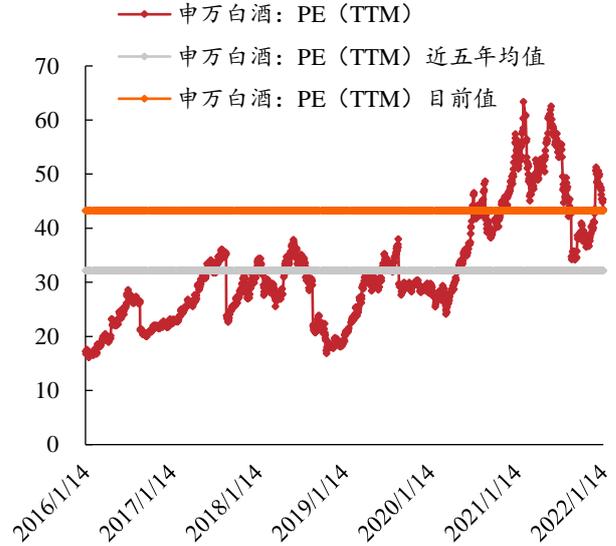
(50.80)、调味发酵品(48.74)。

图表7. 板块整体估值为历史分位数的 46.64%



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 56.71%



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(01.10-01.14), 沪深港通各自前十大活跃个股中食品饮料行业公司共计四家, 其中沪股通三家: 贵州茅台、山西汾酒、伊利股份; 深股通一家, 为五粮液。

四家公司上周净买入额分别为: 贵州茅台(1.74 亿元)、山西汾酒(-0.47 亿元)、伊利股份(-1.45 亿元), 整体看来三家企业整体净卖出 1.63 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	1.74
五粮液	-1.45
山西汾酒	-0.47
伊利股份	-1.45
合计	-1.63

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)
01.10	贵州茅台	-1.28	2.18	五粮液	0.81	0.81
	山西汾酒	-0.19				
	伊利股份	3.65				
01.11	贵州茅台	-3.44	-8.81	五粮液	0	0
	山西汾酒	-0.28				
	伊利股份	-5.09				
01.12	贵州茅台	2.93	2.93	五粮液	0	0
01.13	贵州茅台	0.76	0.76	五粮液	-2.26	-2.26
01.14	贵州茅台	2.76	2.76	五粮液	0	0

资料来源: Wind, 东亚前海证券研究所

4. 行业上游表现情况

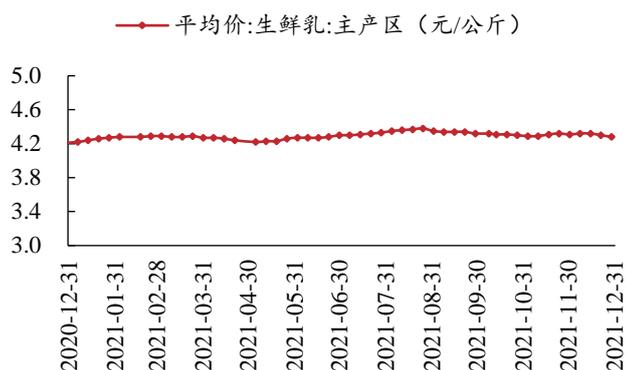
4.1. 原奶及牛奶价格

2021年12月29日, 生鲜乳主产区的平均价为4.28元/公斤, 周度环比下降0.47%, 年度同比上升1.66%。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, 近期小幅下跌。

2021年12月31日, 牛奶零售价为12.87元/升, 周度环比上升0.23%, 年度同比上升3.79%。

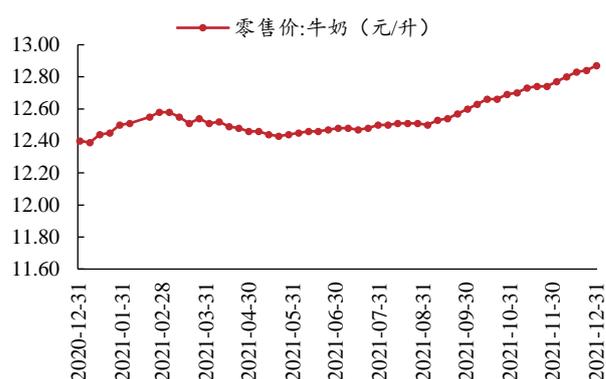
从长期的需求角度看, 随着国人消费能力与健康需求不断提升, 鲜奶尤其是低温奶渗透率逐渐提高, 国内对原奶的高需求有望维持; 从供给角度看, 前几年由于环保等问题导致行业大洗牌叠加饲料价格上涨, 国内原奶供给相对不足。因此需求上升叠加成本上涨或将推动本轮生鲜乳价格持续上升。

图表11. 2021.12.29 生鲜乳主产区均价为 4.28 元/公斤



资料来源: Wind, 农业部, 东亚前海证券研究所

图表12. 2021.12.31 牛奶零售价为 12.87 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

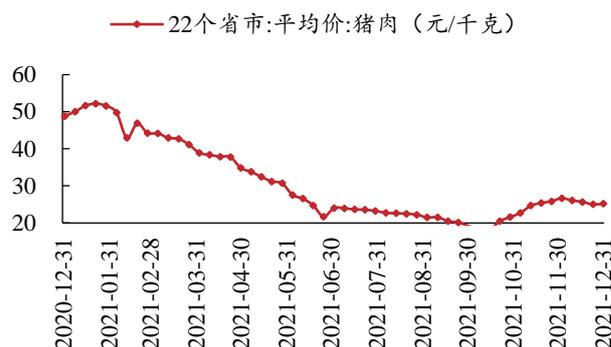
2021 年 12 月 31 日, 22 省市生猪平均价格为 16.30 元/千克, 周度环比上升 1.94%, 年度同比下降 53.97%; 22 省市猪肉平均价格为 25.18 元/千克, 周度环比上升 0.64%, 年度同比下降 48.43%。

图表13. 2021.12.31 生猪平均价格 16.30 元/千克



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. 2021.12.31 猪肉平均价格为 25.18 元/千克



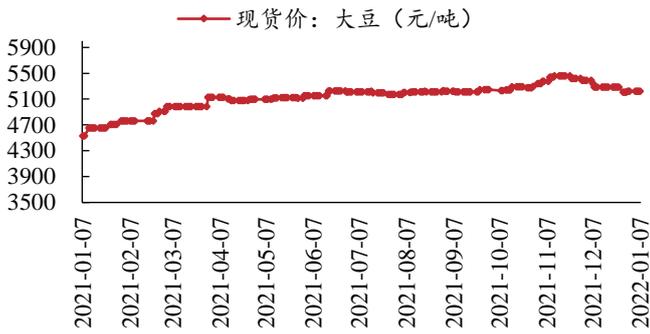
资料来源: Wind, 中国畜牧业信息网, 东亚前海证券研究所

4.3. 大豆及豆粕价格

2022 年 01 月 07 日, 大豆现货价为 5221.58 元/吨, 周度环比无变化, 年度同比上升 15.35%; 2022 年 01 月 07 日, 豆粕现货价为 3609.71 元/吨, 周度环比上升 1.11%, 年度同比下降 0.82%。

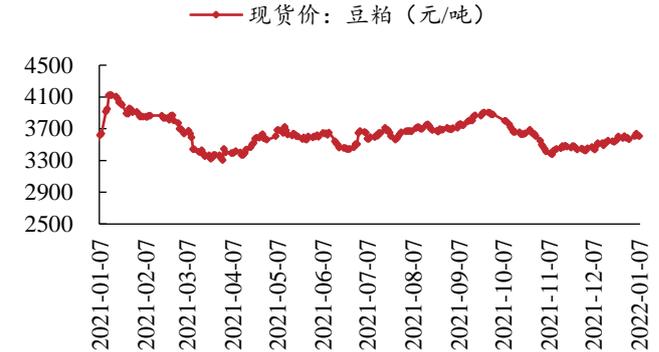
短期来看, 2021 年国际疫情和相关自然灾害对大豆及豆粕的负面影响叠加供需情况偏紧张的局面, 大豆及豆粕价格预计将维持高位震荡格局。长期来看, 国际疫情形势向好、国内粮食大丰收等因素将逐渐改善粮价上涨的局面。

图表15. 2022.01.07 大豆现货价为 5221.58 元/吨



资料来源: Wind, 中国大豆网, 东亚前海证券研究所

图表16. 2022.01.07 豆粕现货价为 3609.71 元/吨

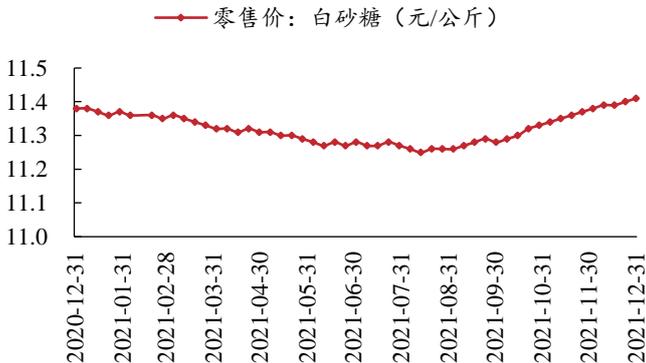


资料来源: Wind, 中国大豆网, 东亚前海证券研究所

4.4. 白砂糖及柳糖价格

2021年12月31日,白砂糖零售价为11.41元/公斤,周度环比上涨0.09%,年度同比上涨0.26%。2022年01月07日,柳糖现货合同价为5700元/吨,周度环比下降1.89,年度同比上升7.95%。短期来看,供应充足叠加需求进入淡季不利于糖价的持续上涨;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. 2021.12.31 白砂糖零售价为 11.41 元/公斤



资料来源: Wind, 商务部, 东亚前海证券研究所

图表18. 2022.01.07 柳糖现货合同价 5700 元/吨

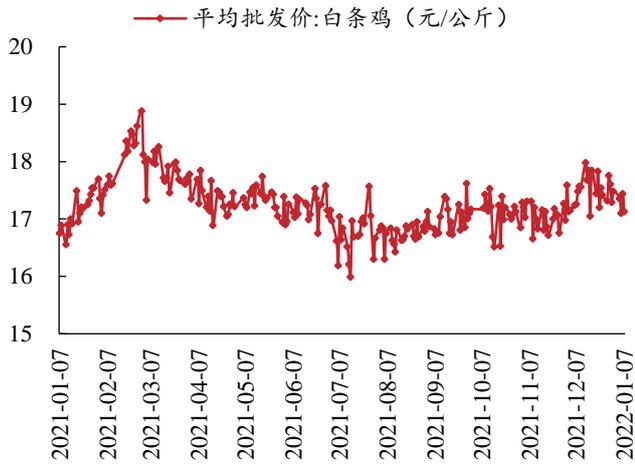


资料来源: Wind, 东亚前海证券研究所

4.5. 白条鸡及毛鸭价格

2022年01月07日,白条鸡平均批发价为17.13元/公斤,周度环比下降2.00%,年度同比上升2.27%。2022年01月07日,毛鸭主产区平均价为7.93元/公斤,周度环比下降0.52%,年度同比下降0.66%。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. 2022.01.07 白条鸡平均批价为 17.13 元/公斤



资料来源: Wind, 商务部, 东亚前海证券研究所

图表20. 2022.01.07 毛鸭主产区均价为 7.93 元/公斤



资料来源: Wind, 东亚前海证券研究所

5. 重点白酒价格情况

图表21. 上周市场主要白酒批价情况 (单位: 元)

	品名	规格	原箱价						
			1/8	1/9	1/10	1/11	1/12	1/13	1/14
贵州茅台	飞天 (2021)	53%vol 500ml	3285	3285	3280	3280	3250	3250	3230
	飞天 (2020)	53%vol 500ml	3330	3300	3300	3300	3300	3330	3280
	飞天 (2019)	53%vol 500ml	3470	3450	3450	3450	3430	3500	3430
	飞天 (2020)	43%vol 500ml	995	995	995	995	995	3550	995
	品名	规格	1/8	1/9	1/10	1/11	1/12	1/13	1/14
	飞天 (2021)	53%vol 500ml	2790	2790	2780	2780	2760	2780	2760
	飞天 (2020)	53%vol 500ml	2830	2830	2830	2830	2820	2830	2820
	飞天 (2019)	53%vol 500ml	2950	2950	2950	2950	2930	2935	2930
	飞天 (2020)	43%vol 500ml	960	960	960	960	960	960	960
	品名	规格	1/8	1/9	1/10	1/11	1/12	1/13	1/14
	十五年	53%vol 500ml	7280	7280	7280	7320	7320	7320	7400
	精品茅台	53%vol 500ml	3850	3850	3800	3800	3800	3800	3800
	生肖 (鼠年)	53%vol 500ml	4280	4280	4280	4280	4280	4300	4280
生肖 (猪年)	53%vol 500ml	4280	4280	4280	4280	4280	4300	4280	
生肖 (狗年)	53%vol 500ml	4150	4100	4100	4100	4100	4120	4100	
生肖 (鸡年)	53%vol 500ml	4200	4130	4130	4150	4150	4260	4150	
五粮液	品名	规格	1/8	1/9	1/10	1/11	1/12	1/13	1/14
	普五	52%vol 500ml	965	965	965	965	965	965	965
	普五 (七代)	52%vol 500ml	960	960	960	960	960	960	960
	1618	53%vol 500ml	950	950	950	950	950	950	950
	15酱	50%vol 500ml	430	430	430	430	430	430	430
	10年 (2005)	50%vol 500ml	1130	1130	1130	1130	1130	1130	1130
泸州老窖	品名	规格	1/8	1/9	1/10	1/11	1/12	1/13	1/14
	国窖1573	52%vol 500ml	920	920	920	920	920	920	920
	特曲	52%vol 500ml	270	270	270	270	270	270	270
	头曲	52%vol 500ml	50	50	50	50	53	53	53
	窖龄30	52%vol 500ml	192	192	192	192	197	197	197
	窖龄60	52%vol 500ml	238	238	238	238	243	243	243
窖龄90	52%vol 500ml	360	360	360	360	360	360	360	
洋河股份	品名	规格	1/8	1/9	1/10	1/11	1/12	1/13	1/14
	梦之蓝M9	52%vol 500ml	1170	1170	1170	1170	1170	1170	1170
	梦之蓝M6+	52%vol 550ml	650	650	650	650	650	650	650
	梦之蓝M6	52%vol 500ml	640	640	640	640	640	640	640
	梦之蓝M3	52%vol 500ml	460	460	460	460	460	460	460
	天之蓝	52%vol 500ml	305	305	305	305	305	305	305
	海之蓝	52%vol 500ml	140	140	140	140	140	140	140
大曲 (青瓷)	52%vol 500ml	50	50	50	50	50	50	50	
山西汾酒	品名	规格	1/8	1/9	1/10	1/11	1/12	1/13	1/14
	青花30	53%vol 500ml	830	830	830	830	830	830	830
	青花20	53%vol 500ml	377	377	377	377	377	377	377
	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
玻汾	53%vol 500ml	41	42	42	41	42	42	42	
古井贡酒	品名	规格	1/8	1/9	1/10	1/11	1/12	1/13	1/14
	古20	52%vol 500ml	550	550	550	550	550	550	550
	古16	52%vol 500ml	330	330	330	330	330	330	330
	古8	50%vol 500ml	235	235	235	235	235	235	235
	古5	50%vol 500ml	110	110	110	110	110	110	110

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

【青岛啤酒发布新品】1月9日，青岛啤酒新品“一世传奇”在青岛啤酒百年工厂的百年酒窖隆重发布。这款集啤酒、威士忌、葡萄酒、香槟各家之所长于一体的艺术酿造集大成之作，传承百年青啤酿造工艺，融汇北美经典威士忌过桶酿法与欧洲古典葡萄酒窖藏方式；丝滑醇厚的神秘琥珀红酒液，入口立体丰富。当天，中国酒业协会秘书长兼啤酒分会理事长何勇，青岛啤酒集团董事长黄克兴与受邀前来的各界专家代表、消费者代表、超高端合作伙伴一同见证新品发布。(中国质量新闻网)

【百年智胜鲜肉老味火腿菌落总数超标】1月12日，河南省市场监督管理局发布关于48批次食品不合格情况的通告(2022年第2期)。其中，沃尔玛(河南)百货有限公司郑州中原西路分店销售的标称辽宁智胜食品有限公司生产的1批次百年智胜鲜肉老味火腿(450g/袋，百年智胜+图形，2021-08-11)，菌落总数检出值为8800CFU/g、20000CFU/g、43000CFU/g、36000CFU/g、21000CFU/g，而标准规定为5次检验结果均不得超过100000CFU/g且至少3次检验结果不得超过10000CFU/g。(财经网)

【娃哈哈入选助力共同富裕“民企样本”】1月12日，浙江省工商业联合会十一届六次执委会议在杭州召开，会上发布了八个助力共同富裕“民企样本”，娃哈哈集团入选。建党百年之际，浙江被赋予了高质量发展建设共同富裕示范区的光荣使命，广大民营企业也努力寻求企业发展和社会责任的最大公约数。娃哈哈秉承“产业报国、泽被社会”的发展理念，携手员工共富致远，以产业振兴为支点，彰显出了属于浙商的时代担当。(中国经济网)

【燕京啤酒与德勤中国战略合作正式启动】燕京啤酒-德勤中国战略合作启动仪式在燕京啤酒总部举行。此次与德勤中国的战略合作，是燕京啤酒营销创新再发力，引领企业高质量发展，助推燕京十四五规划达成的重要一环。(证券时报)

【肯德基盲盒套餐被中消协点名】肯德基与泡泡玛特联合推出联名款盲盒套餐，引发消费者抢购及社会广泛关注。中消协1月12日发文点名肯德基称，肯德基作为食品经营者，利用限量款盲盒销售手段，诱

导并纵容消费者不理性超量购买食品套餐，容易造成食品浪费。(财联社)

【洽洽食品坚果品类暂无提价计划，着力于做大每日坚果规模】洽洽食品1月14日公布了投资者关系活动记录表，公司表示，目前坚果品类的竞争仍较激烈，公司坚果的市场规模还不是很大，每日坚果的品牌首位效应不够突出。虽然目前坚果的部分原料以及海运费等有所上涨，公司会努力克服这些因素，在未来2年到3年，着力于做大每日坚果规模，希望做到细分品类绝对第一，在品牌力和渠道力提升后才会进一步考虑是否提价。(洽洽食品投资者关系活动记录表)

6.2. 上周重点公司动态

【千禾味业：关于调整公司组织架构的公告】千禾味业食品股份有限公司于2022年1月10日召开的第四届董事会第四次会议审议通过了《关于调整公司组织架构的议案》。将公司组织架构优化调整如下：1.撤销一级职能部门项目工程部，原职能并入眉山工厂；2.撤销一级职能部门战略投资部；3.撤销一级职能部门电商事业部，原职能并入零售事业部；4.撤销一级职能部门品牌部，原职能并入运营部；5.一级职能部门餐饮事业部更名为特通事业部。

【桃李面包：2021年度业绩快报公告】桃李面包股份有限公司发布2021年度业绩快报公告：1、经营业绩说明：报告期内，公司实现营业收入634,314.67万元，同比增长6.38%；营业利润97,001.89万元，同比下降13.91%；利润总额98,287.85万元，同比下降13.61%；实现归属于上市公司股东净利润76,353.70万元，同比下降13.51%；2、财务状况说明：公司报告期末总资产为602,097.38万元，较年初增长5.91%；归属于上市公司股东的所有者权益为493,533.67万元，较年初增长2.12%；归属于上市公司股东的每股净资产为5.1896元，较年初下降27.09%；3、影响经营业绩的主要因素：报告期内，归属于上市公司股东的净利润同比下降13.51%，其主要原因是：①去年同期受国家阶段性社保减免政策影响，公司人力成本费用低于本期；②部分原材料价格上涨导致产品成本有所增加；③去年同期受疫情影响，促销活动相对较少，本期折让率高于去年同期。

【嘉必优：关于持股5%以上股东减持比例累计超过1%的提示性公告】嘉必优生物技术（武汉）股份有限公司于2022年1月11日收到股东贝优有限公司发来的关于股份减持比例累计超过1%的通知，将其有关权益变动情况告知如下：本次权益变动属于减持，不触及要约收购。截至2022年1月10日，股东贝优有限累计减持比例已超过1%。

本次权益变动后，公司股东贝优有限公司(以下简称“贝优有限”)持有公司的股份数量由 14,490,000 股减少至 13,245,000 股，占公司总股本的比例由 12.08%减少至 11.04%。本次权益变动不会使公司控股股东、实际控制人发生变化。

【伊利股份：关于使用募集资金向全资子公司实缴出资并增资以实施募投项目的公告】经中国证监会《关于核准内蒙古伊利实业集团股份有限公司非公开发行股票批复》（证监许可[2021]3196号）核准，公司于 2021 年 12 月 9 日完成向 22 名特定投资者以非公开发行股票的方式发行人民币普通股（A 股）317,953,285 股，发行价格为 37.89 元/股，募集资金总额人民币 12,047,249,968.65 元，扣除不含税的发行费用人民币 6,284,207.02 元，募集资金净额为人民币 12,040,965,761.63 元。

【青岛啤酒：2021 年年度业绩预增公告】青岛啤酒 1 月 13 日晚间发布公告，公司预计 2021 年度实现归属于上市公司股东的净利润约为 31.5 亿元，与上年同期相比将增加约 9.48 亿元，同比增长约 43%。2021 年公司积极主动开拓国内外市场，加快推进产品结构升级，同时积极开源节流，降本增效，实现了经营利润的持续增长。另外，2021 年，政府对位于杨家群地块的土地进行收储，土地征收补偿款确认收入后预计将增加公司净利润约 4.36 亿元。

【千禾味业：关于使用闲置自有资金购买理财产品的公告】公司第三届董事会第二十五次会议审议通过了《关于使用闲置自有资金进行现金管理的议案》，同意公司及全资子公司使用额度不超过 5 亿元（其中子公司不超过 5,000 万元）的自有资金购买中低风险、流动性好的理财产品及国债逆回购等品种。在上述额度内，该类资金可以自该事项经公司董事会审议通过之日起 12 个月内滚动使用，授权公司董事长自该事项经公司董事会审议通过之日起 12 个月内行使现金管理投资决策权。公司监事会、独立董事对此事项发表了明确同意意见。

7. 风险提示

白酒提价落地不及预期、终端需求回落、食品安全问题等。

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/>