



# 食品饮料行业周报：疫情虽 暂干扰 调整已企稳 价值 布局时



白酒：终端进入密集动销阶段，消费升级趋势持续。高端酒方面，需求呈现较强韧性，消费保持稳健，价格表现稳定，本周飞天茅台原箱批价为 3250 元/瓶，环比上周略有上升，散瓶批价为 2760 元/瓶，环比上周持平；八代普五本周批价为 965 元/瓶，环比上周持平；国窖 1573 本周批价为 920 元/瓶，环比上周持平。千元价位新品茅台 1935 上市，建议零售价 1188 元/瓶，受到市场追捧，批价升至 1630 元/瓶，进一步佐证高端白酒的市场热度，当前估值回调至合理位置，高端酒板块建议适当乐观。次高端名酒方面，提价动作不断，价盘有保障，提价对回款的催化开始显现，开门红的进展较为顺利，从近期四川、安徽、江苏的渠道跟踪来看，春节期间的消费升级趋势明显，虽然疫情对个别区域如天津、河南、陕西等地造成一定扰动，但东部和南部省份影响有限，结构化提升趋势持续，22 年春节疫情管控好于 21 年/20 年，21 年提倡就地过年，尤其限制学生离市的政策限制了春节流动，而今年目前是比去年要宽松，我们预计 22 年春节疫情的影响好于预期，终端对于全国性名酒和地方性名酒备货积极性和接受度较高，区域性非主流产品表现较弱，预计疫情冲击下名酒马太效应继续强化。

啤酒：短期疫情再度冲击无虞，积极把握 22 年啤酒贝塔行情。短期来看，奥密克戎在陕西、河南、天津等地出现点状爆发，市场担心会对 Q1 消费形成压制，其次市场担忧疫情防控常态化是否会对啤酒企业的经营势产生影响。我们认为：1) 短期来看，Q1 往往是啤酒消费的淡季，预计在销量层面对啤酒业绩冲击不大。分区域来看，陕西/河南等地是青岛啤酒

的主销区域，预计短期动销存在一定的压力。

2) 春节期间，随着我国防疫进入常态化防疫+动态清零下，22 年春节相较往年没有采取大规模的限制流动、堂食限制等政策，预计春节期间的消费好于预期。3) 中长期来看，随着疫情防控的常态化演进，预计疫情的冲击将逐期钝化。随着啤酒企业积极应对了 2-3 年的疫情复发，预计未来不会对重啤等企业的经营势能产生影响。我们持续看好中长期啤酒高端化升级的趋势，预计 22 年啤酒板块在提价顺利传导+成本上涨边际走弱的背景下，或有较好的投资机会。

调味品：2022 年复苏为主基调，短期看旺季催化。展望 2022 年，需求回暖乃大趋势，成本有望高位回落，渠道库存去化良好，社区团购边际影响削弱，行业复苏为主基调。春节旺季将至，有望推动提价落地、库存去化。继海天提价落地，李锦记、恒顺醋业、加加食品、千禾味业、中炬高新等相继跟随提价。据跟踪，部分区域海天提价进展良好，预计春节前基本完成终端挺价；部分地区提价传导缓慢，需待春节后完成挺价动作。其他品牌提价时间窗口较晚，以李锦记、厨邦、千禾为例，预计均在年后完成价格体系传导。库存来看，提价前行业库存已良性，后续在提价政策、春节备货影响下，经销商提前囤货，库存走高属正常现象，待春节旺季动销拉动后，有望逐渐回落至正常水平。本周调味品部分标的出现回调，由于行业趋势依然向好，预计企业将逐渐走出寒冬，建议关注回调带来的配置机遇。

休闲食品：绝味提价顺利，春节开门红活动丰富，建议关注龙头春节动销情况。疫情反复下大众消费需求仍承压，休闲食品板块公司积极调整产品、渠道和费用投放。

跟踪反馈，绝味北京市场提价顺利，春节开门红活动丰富，对门店、员工、加盟商给予营业奖励、供货折扣及部分单品补贴，鼓励春节期间继续营业。22 年春节临近，礼盒装成为休闲食品公司营销重点，22 年春节对人员流动的管控力度较 21 年有所减小，或将提升送礼需求，建议持续关注优质龙头的春节动销情况。

冷冻烘焙：立高业绩预告披露，维持高速增长。立高食品发布 2021 年年度业绩预告，预计 2021 年公司实现收入 27.8 亿元-28.5 亿元，同比增长 53.6%-57.5%；实现归母净利润 2.75-2.95 亿元，同比增长 18.5%-27.15%。受益于下游的旺盛需求，收入维持高速增长，全年收入超过股权激励目标（目标收入 25.34 亿元）。从产品上看，公司麻薯、冷冻蛋糕等大单品持续放量带动业绩。利润端 21Q4 相比 Q3 表现更佳，尽管原材料价格持续上涨，受益于冷冻烘焙收入占比提升，利润率持续改善。

**预览已结束，完整报告链接和二维码如下：**

[https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1\\_36658](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_36658)

