



啤酒及饮料行业月度数据更新 -2022 年第 3 期：嘉士伯份额 提升青啤、RIO 受疫情影响明显



本期投资提示：

2022 年 1-3 月啤酒累计产量 816 万千升，同比下滑-1.5%，主因 3 月中下旬疫情反复致防疫措施严控，部分消费场景缺失；2022 年 3 月，啤酒单月产量 284.9 万千升，同比下滑 10.3%。根据渠道反馈，22 年一季度啤酒龙头公司虽然销量受疫情影响不同程度承压，但结构升级及提价作用下，吨酒价格同比持续提升。竞争格局角度，华润啤酒、嘉士伯份额持续提升，青岛啤酒受疫情影响较大致份额下滑较多。根据尼尔森和我们测算（不含餐饮渠道），月度看，2022 年 3 月，华润啤酒销售额市占率为 28.8%，同比提升 1.4pct；青岛啤酒市占率为 22.3%，同比下降 1.9pct；嘉士伯市占率为 6.9%，同比提升 1.3pct。3 月以来，全国疫情反复，阶段性影响消费场景，但若旺季前疫情得到有效控制，则对全年销量影响有限。长期角度，我们看好啤酒行业未来 3-5 年高端化带来的收入和利润提升空间。标的上，我们认为嘉士伯（重庆啤酒）具备领先的品牌组合，注重品牌培育和消费者引领，精准拓展目标人群和潜力市场，具备优质、可提供持续盈利的基地市场，同时注重成本和费用使用效率的提升，因此我们坚定看好公司高端化和全国化成长空间，嘉士伯是最具成长潜力的啤酒企业。我们认为华润啤酒拥有领先的机制、团队执行力和渠道网络优势，将充分享受啤酒行业的高端化红利，看好公司未来持续的盈利提升空间。青岛啤酒作为品牌力最强、最具高端基因的本土企业，伴随国企改革和激励落地，公司产能利用率和经营效率在不断优化，产品结构持续升级，中长期盈利能力基本持续提升空间。

根据尼尔森和我们测算（不含餐饮渠道），2022年3月，东鹏饮料在能量饮料领域全国销售额份额为15.4%，环比上月提升1.2pct，22年3月环比22年2月增长提速，自2月放缓至个位数后重新恢复到双位数增长。

最近5个月（21年11月-22年3月），东鹏全国销售额的区域占比情况分别为：华南（44%）、西部（25%）、华中（19%）、华东（9%）、华北（3%）、东北（0.5%），其中华北、东北区域增速靠前。根据尼尔森和我们测算（不含餐饮渠道），2022年3月，RIO在预调酒领域全国销售额份额为91.7%，环比上月下降2.5pct，同比21年3月下降0.9pct，22年3月销售额同比双位数下滑，疫情致下滑幅度较上月明显增大。最近5个月（21年11月-22年3月），RIO全国销售额的区域占比情况分别为：华南（21%）、西部（22%）、华中（21%）、华东（18%）、华北（12%）、东北（6%）。22年3月，除了华中，RIO在其他区域销售额都出现下滑。

投资分析意见：我们当前的观点是短期理性应对，全年坚定乐观。22年疫情进一步反复，消费场景暂时性缺失，对白酒业绩增长带来不确定性。

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_40999

