



糖酒会反馈：头部企业反馈积极 看好精准防控下的板块反弹



投资要点

糖酒会反馈：1) 白酒：头部企业对未来经济/疫情好转/行业均具有信心，对于明年量价中的价格呈现相对理性态度，对于当前库存去化、备战春节较有信心，整体看反馈较积极。同时小企业/渠道对当前环境多较为悲观，也反映出当前行业已经处于最悲观的情绪底部。2) 大众品：由于餐饮渠道前三季度受疫情影响带来需求下滑，调味品在此次糖酒会中人气较其他品类相对低迷，参展品牌产品普遍聚焦复调核心大单品，如火锅底料、川式餐调、钵钵鸡、鱼调料、麻辣烫等品类。渠道端，中小品牌普遍收缩至自身强势区域招商，因此天味等全国性品牌外拓预期良好。休闲食品板块在此次糖酒会中人气较旺，同时参展品牌普遍推出具有性价比、目标下沉市场的量贩规格产品。乳制品软饮料板块头部品牌参展较少，且参展产品非热门单品，参展各品牌新品以差异化竞争为主，其中乳制品以差异化奶源、蛋白质含量为主打方向，软饮料也以小众原料、产品功能性为核心发力点。

公司&渠道调研结论：1) 白酒：泸州老窖应对市场有信心，随着疫情逐步放松/未来经济恢复，量价的冲刺点仍然在高度国窖，也会根据市场反馈来考虑后续提价策略。五粮液管理层换届后将坚持以消费者为核心，更加关注动销，目前 14 个战区动销增长、全国 8 代动销增长 3%。舍得酒业明年目标参考股权激励方案，四季度积极筹备春节促销活动、对动销保持乐观。明年深耕传统渠道、聚焦宴席、积极布局 KA、私域、直采渠道。次

高端稳价。未来应股东要求定位为白酒平台。

古井贡酒古 8/16 增长迅速，古 20 增速稍慢于前两者但也可观，献礼古 5 保持稳定，产品结构继续提升。外阜市场表现亮眼，产品结构更好，后续势头强劲。费用端通过规划制度、合理减少随量费用等带来费用率稳步下降。2) 大众品：天味食品持续提升大单品规模，目标 14 款产品达到细分市场第一，同时渠道端继续优商扶商，推进经销商实力强化。龙大美食一体两翼，以预制菜为主体，屠宰和养殖为支撑。

明年依旧主推标品，目标小 b 端市场，大单品肥肠放量，预制菜规模化后明后年毛利率将修复到行业水平。新乳业坚持鲜立方战略，规划鲜奶保持高增长，常温高个位数增速，酸奶正增长，新品维持双位数收入贡献。明年唯品进入激励业绩备考关键年，公司额外投入进行品牌赋能。明年更注重盈利能力提升，预计净利率 5 年后对标行业龙头。

投资建议：

板块经历过 10 月急速下跌后，对于需求/经济/疫情/政策担忧已在股

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_48751

