



食品饮料行业研究周报：从 线上销售角度看食饮



投资摘要：

每周一谈：从线上销售角度看食饮

22 年本轮新冠疫情及其防控政策预计对食品饮料行业造成一定影响。2022 年 4 月我国社会消费品零售总额 2.95 万亿, 同比减 11.1%, 为 2020 年 4 月以来的最大跌幅; 其中, 餐饮收入同比下滑了 22.7%, 为降幅最大的分项。疫情冲击了部分消费场景, 降低了终端需求。因此, 建议在食品饮料行业的投资中, 选择业绩确定性较强, 或需求偏刚性的行业。即使在严格的封城政策下, 线上销售相较线下而言, 仍能一定程度上延续, 甚至起到替代线下销售的作用。因此可能需要提高对于线上销售的重视程度。

4 月份多数食品饮料子行业线上销售额同比下滑。其中主要品类 4 月线上销售额 (同比增速): 白酒 5.59 亿元 (-8.29%)、黄酒 0.19 亿元 (-31.38%)、葡萄酒 1.5 亿元 (-26.05%)、洋酒 1.78 亿元 (-4.89%)、其他酒类 0.27 亿元 (-13.16%)、啤酒 1.42 亿元 (-3.13%)。

白酒: 线上销售额有所下降, 2021 年线上销售除春节档外, 均不及 2020 年的水平。建议投资者适当关注白酒行业的终端需求下降的风险。

啤酒: 自 21 年 4 月起结束此前持续增长的势头, 近 14 个月来有 6 个月同比增速为正, 建议在啤酒行业严选优秀公司, 寻找 α 投资机会。

葡萄酒、洋酒及其他酒类: 在 21 年起均出现了销售增速的下滑。其中, 葡萄酒自 21 年 4 月起已经持续 1 年的增速为负, 需求明显下降, 因

此可能葡萄酒当前缺乏行业性的投资机会。洋酒的其他酒类的增长中枢显著降低，自 21 年 4 月以来虽然整体上维持正增长，但是建议投资者关注洋酒、其他酒类增速下滑带来的行业估值重构的风险。

婴幼儿食品：婴幼儿液态奶及婴幼儿调味品在 2020 年以来持续保持较高的线上销售增速。而奶粉品类中的特殊配方奶粉增速最高，牛奶粉剂羊奶粉的增速在 21 年以来出现下行，其中羊奶粉增速持续为负，但牛奶粉仍能在多数月份保持低个位数增长。

在婴幼儿食品中，婴幼儿牛奶粉的占比最高、具有强刚性需求，在疫情期间仍保持着较为稳健的销售增长，且当前具有较为合理的估值，因此建议关注婴幼牛奶粉赛道，寻求优秀公司的投资机会。

市场回顾

最近一周食品饮料指数涨跌幅+1.31%，在申万 31 个行业中排名第 24，跑输沪深 300 指数 0.92pct，子行业中软饮料(+3.38%)、零食(+2.82%)、预加工食品(+2.49%) 相对表现较好。

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_42184

