

三季报行业·板块盘点

又到一年贴膘季 盘点A股那些“舌尖上的业绩”

■本报记者 何文英

又到了贴秋膘的季节，A股也迎来了“舌尖上的机会”。据《证券日报》记者统计，75%的A股休闲食品上市公司第三季度营收同比实现增长，实现盈利的占比高达90%。

中国品牌研究院高级研究员朱丹蓬对《证券日报》记者表示，“今年前三季度，整个消费的走势相对较弱，但第四季度以及次年的第一季度是食品行业的红利期，这已经成为一种新常态，随着消费旺季的到来，整个行业将会步入上升区间。”

绝味食品
第三季度净利同比增88%

绝味食品今年前三季度实现营业收入48.47亿元，同比增长24.74%，实现净利润9.64亿元，同比增长85.39%，已超过2020年全年。公司第三季度单季实现营收17.03亿元，同比增长15.67%，实现净利4.62亿元，同比增长88.16%，净利增长幅度在20家休闲食品上市公司中排名居首。

绝味食品董秘彭刚毅在接受《证券日报》记者采访时表示，“虽然疫情影响因素依然存在，但公司通过品牌势能的提升，消费者触达体验的升级以及新开门店业绩的厚积薄发实现了公司第三季度业绩较高增长，进入第四季度公司将竭尽所能努力达成全年65亿元的营收目标。”

劲仔食品在第三季度也呈现出了业绩向好的迹象。三季报显示，劲仔食品第三季度实现营收2.78亿元，同比增长14.57%；实现净利润2290万元，同比增长10.3%。

劲仔食品董秘丰文姬对《证券日报》记者表示，“公司第三季度营收净利均实现两位数增长，得益于品牌提升、渠道深耕等多个方面。公司坚持聚焦鱼制品、豆干制品和肉制品等优质蛋白品类辣卤风味，所处的赛道具有较好的发展空间，且自上半年更名后，品牌效益逐渐凸显。”

“同时，公司坚持线上线下全渠道布局，深耕线下渠道，通过优化增加了许多空白网点、空白渠道，终端服务能力更强的优质经销商，整体客户结构进一步优化，提升了渠道竞争力，对营收净利增长起到了关键促进作用。线上方面，公司增加了直播带货和新媒体线上业务投入，在更好地触达年轻消费群体的同时促进业绩稳步增长。”丰文姬补充说。

休闲食品市场表现亮眼

随着休闲食品上市公司三季度业绩呈现好转趋势，二级市场闻风而动。据同花顺iFinD数据统计，10月21日至11月1日，20家休闲食品上市公司超六成股价出现了不同程度的上涨。其中，涨幅最大的是盐津铺子，涨幅达到37%，青岛食品、洽洽食品、良品铺子等涨幅亦超过



了20%。

券商研报对休闲食品龙头四季度的表现给予了乐观预期。德邦证券研报认为，盐津铺子第三季度营收增速转正，归母净利润扭亏为盈，预期公司经营将迎来拐点向上。

华西证券研报认为，绝味食品四季度经营有望环比加速，全年新开门店有望达到1400家，新品火爆出圈也将助力品牌年轻化，拉动单店营收，完成全年业绩目标。

财经评论员张雪峰在接受《证券日报》记者采访时表示，“民以食为天，舌尖上的投资机会永不过时，加上第四季度是传统消费旺季，休闲食品也已成为现代人的消费刚需，在上半行业深度调整后，目前大部分上市公司迎来业绩拐点，行业投资机会进一步凸显。”

相关预测显示，到2025年，国内休闲零食市场会从2020年的27281亿元飙升至40000亿元。即便如此，

增速与欧美国家相比仍存在较大差距，这意味着行业的发展仍有超预期空间。

“需求导向已成为休闲食品行业发展的重要方向，如何契合新生代个性化、差异化的需求将有助企业在行业大军中脱颖而出。”朱丹蓬表示，虽然休闲食品行业空间广阔，但未来的发展也面临着转型升级，休闲食品将不止于“休闲”，还将向健康化等功能拓展。

“元宇宙”概念股三季报分化：一半是海水 一半是火焰

■本报记者 王倩

“元宇宙”概念又火了！因为Facebook将更名为“Meta”，显示其全力进军元宇宙的决心。

随着A股三季报披露上旬，根据东方财富Choice数据，A股市场上的27只元宇宙概念股整体呈现出的三季报业绩分化明显，可谓“一半是海水，一半是火焰”。

被业内认为是提供元宇宙体验的“硬件入口”，即VR/AR/MR等的电子行业的相关上市公司，业绩整体表现亮眼。采访中，众多机构和受访专家都表示，此类公司未来的成长空间巨大，发展前景值得期待。

“硬件入口”公司业绩亮眼

虽然元宇宙并非近年才有的概念，但2021年无疑是元宇宙概念最火的一年，A股市场的元宇宙概念板块也随之跌宕起伏。

根据东方财富Choice数据，前三季度，A股27只元宇宙概念股中25只实现盈利，但业绩增幅程度却呈现两极分化。其中，中青宝前三季度归母净利润同比增长7.3倍，位列榜首；共达电声、恒信东方、数码视讯增幅同比逾1倍，歌尔股份、利亚德、凯撒文化同比增

幅超60%。但是，还有12只个股前三季度归母净利润同比为负增长。

从板块细分来看，前三季度归母净利润同比增长的15只个股中，除恒信东方属于通信服务行业、风语筑属于建筑装饰行业外，其余个股多属于电子、软件开发和游戏板块。其中，电子板块业绩最为亮眼，整体呈现正增长。

安信证券研报称，提供元宇宙体验的硬件入口，即VR/AR/MR/脑机接口，直接决定用户规模。

国信证券表示，VR/AR作为元宇宙的入口级终端具备广阔的发展前景，歌尔股份作为产业龙头将明显受益。据了解，歌尔股份长期布局VR/AR业务，目前在高端VR/AR设备整机代工领域中占率接近80%，客户包括Facebook、Sony等。该公司三季报显示，前三季度实现营收527.9亿元，同比增长52%，归母净利润33.3亿元，同比增长65.3%，并预计2021年度归母净利润为42.4亿元至45.3亿元，同比增长49%至59%。公司近期颇受市场关注，获得400多家机构扎堆调研。

“今年VR行业中主要厂商的成长非常显著，行业的未来成长性也值得期待。”歌尔股份副董事长兼总裁姜凌谈及公司业绩高增长的驱动因素时表示，VR/AR等新兴的智能硬件业务在

引领公司成长。

展望未来，姜龙认为，VR不止是游戏，而是将拓展为包括社交、娱乐、UGC、生产力等多个方面的应用场景在内的大生态，VR/AR未来有望发展成为与智能手机相类似的计算平台。

前瞻布局还是蹭热点

二级市场上，在Facebook更名的消息刺激下，10月份最后一个交易日和11月份的首个交易日，元宇宙概念再次爆发。其中，中青宝接连收获两个20%涨停。

11月1日盘后，中青宝再发股价异动公告。中青宝称，公司目前正在研发元宇宙相关游戏《酿酒大师》，根据公司对交易所关注函的相关回复，《酿酒大师》是一款基于元宇宙概念的全拟真社交经营产品，可在平行世界虚拟酿酒，同时在线下提取实物白酒，实现“梦幻联动”。

该公司表示，元宇宙是一个巨大的概念和模式，尚处于初步探索阶段，触及概念相对较浅，对应产品尚在研发中，相关事项均存在较大的不确定性。对于股价异动，公司否认存在蹭概念和操纵股价的情况。

其实不止中青宝，近段时间，多家元宇宙概念股公司都纷纷宣告在该领

域的探索和初步布局。如凯撒文化在互动平台称，代号为“动物星球”的游戏背景环境完全按照元宇宙的模式设计，具备时间、环境、生态三大维度要素，还引入了NFT技术。汤姆猫已经成立了元宇宙的专项工作室，并对特定品类的产品进行概念开发与立项工作，从AI体感游戏、VR游戏、脑机交互的数字疗法等多元场景应用面向元宇宙发展方向进行尝试与探索。此外，宝通科技、世纪华通等其他游戏厂商也在通过开发VR游戏等方式探索元宇宙。

但是，机构和专家接受《证券日报》记者采访时对元宇宙热度进行了提醒。财经专栏作家宋清辉对《证券日报》记者表示，从目前的技术发展来看，虽然元宇宙前景无量，但是，目前元宇宙仍处于“雏形中的萌芽阶段”，“市场对于元宇宙这一概念更多的是投机炒作，投资者对此应保持警惕”。

元宇宙应用空间巨大

“元宇宙是一个非常宏大的概念，国内相关上市公司接下来的重点方向应是专注于一个或者多个自己擅长的领域，进行大力研发、精耕细作，并全力突破行业技术局限性，一方面有望在行业建立起属于自己的护城河，另

一方面也有助于增厚相关公司业绩。”宋清辉说。

中国人民大学副教授王鹏接受《证券日报》记者采访时表示，元宇宙未来应用场景很广阔，但在短时间内还很难看到硬件、软件、内容、应用前景的高度适配。结合目前元宇宙概念股的业绩，王鹏认为，从实际的营收角度来说，短时间内，硬件或终端的制造商会经历一波好的行情，但相关概念的上市公司若要形成长线的趋势，尚需时日。

在王鹏看来，想实现元宇宙设想的现实效果，不仅要有硬件设备上的技术变革，更重要的还在其可提供的内容，即所谓的场景要更加多元化。“目前能够严格意义上称为元宇宙应用工具的，更多的还是在展览、游戏等一些领域，且体验还需进一步提升。”王鹏说，未来元宇宙应包含更大的范畴，如园区建设、未来的生产端、数字治理、智慧政府等，涉及教育、卫生、医疗、培训等众多广泛的领域，并可以跟目前的移动互联网、数字孪生、工业互联网、产业互联网、智能制造等实现有机的融合。

国盛证券表示，当下离实现元宇宙的愿景尚有距离，但趋势已起，元宇宙或是下一轮科技创新的“集大成者”，成为互联网的下一站。

19家白酒上市公司三季报：行业深度分化趋势不变 头部酒企造血能力强劲

■本报记者 许洁

在疫情防控常态化、以国内大循环为主体的大背景下，白酒企业如何抓住机遇，实现高质量发展，成为白酒行业需要共同研究的课题。

梳理A股19家白酒上市公司三季报数据可见，19家公司的营收和净利润总和与上年同期相比均实现了接近20%的增长。今年前三季度，除了皇台酒业、顺鑫农业和种子酒外，其他16家酒企均交出了营收和净利润双增长的成绩单。

具体分析每家企业的数据可知，白酒行业的深度分化趋势并未改变，在存量市场竞争中，强者恒强的态势更加明显，部分区域酒企未来或更加艰难。

此外，不管是营收还是净利润，五粮液和贵州茅台这两家公司合计占据了半壁江山，且在报告期内实现了稳健的增长。值得关注的是，上述两大酒企的经营现金流净额合计521.5亿元，表现出强劲的造血能力。

19家酒企营收超2300亿元
贵州茅台五粮液占半壁江山

Choice数据统计显示，19家白酒上市公司今年前三季度实现营收总和2308.61亿元，而上年同期为1933.62亿

元，同比增长19.39%；实现净利润总和为824.85亿元，上年同期为691.26亿元，同比增长19.32%。

从营收涨幅来看，酒鬼酒和舍得酒业今年前三季度营收增幅超过100%，分别为134.19%和104.54%。营收额为26.39亿元和36.06亿元。水井坊、山西汾酒、青青稞酒这3家公司的营收涨幅均超过50%，分别为75.9%、66.23%和52.49%。除了皇台酒业和顺鑫农业在报告期内营收同比下降32.66%和6.5%外，其他包括贵州茅台、五粮液在内的12家酒企的营收实现了同比10%以上的增长。

对比2020年三季报业绩，受疫情影响，去年有11家酒企三季报营收同比下降。但2021年前三季度，有17家公司营收同比增长，企业经营回归到2019年同期水平。

从营收规模来看，百亿元体量的白酒上市公司分别为贵州茅台、五粮液、洋河股份、山西汾酒、泸州老窖、顺鑫农业、水井坊，这7家公司三季报营收总额为2017.96亿元，而贵州茅台和五粮液的营收总额达到1267.73亿元，占19家公司营收比重达54.89%。

净利润方面，19家白酒上市公司实现净利润总额为824.85亿元，上年同期为691.26亿元，同比增长19.32%。五粮液和贵州茅台的净利润总额为483.72亿元，占比达到58.6%。

另外，在报告期内，皇台酒业、金种子酒和顺鑫农业3家酒企的净利润同比下降了512.12%、37.36%和14.22%。洋河股份和老白干酒净利润同比增长0.37%和7.04%，其他酒企均实现了10%以上的增长，其中酒鬼酒、舍得酒业和青青稞酒净利润增长幅度超过100%，分别为117.69%、211.91%和232.73%。

通过上市酒企的营收和净利润表现来看，除个别酒企外，拥有品牌张力和品质实力的酒企表现出强者恒强的态势，特别是拥有高端白酒的酒企，展现出超强的造血能力。

行业分化加剧
龙头企业现金流充沛

对国内白酒行业而言，产能过剩已是不争的事实。在一个不缺酒但缺好酒的时代，对酒企而言是一次综合大考。而在这场高质量对决中，拥有高品质的产品、超强的品牌力、且拥有充足现金流的酒企，无疑会在中国经济高质量发展的红利中受益。

《证券日报》记者统计显示，19家白酒上市公司前三季度经营活动产生的现金流量净额合计为777.93亿元，其中，贵州茅台经营活动产生的现金流量净额为367.52亿元，五粮液为153.97亿元，山西汾酒为61.23亿元，洋

河股份54.74亿元、泸州老窖39.56亿元、古井贡酒为39.52亿元；今世缘、舍得酒业、水井坊、老白干酒4家酒企的经营活动产生的现金流量净额分别为18.7亿元、16.16亿元、14.44亿元、11.03亿元；酒鬼酒为7.61亿元，迎驾贡酒为6.63亿元，口子窖酒2.7亿，青青稞酒为0.98亿元。

除了上述公司现金流为正外，顺鑫农业、金种子酒、金徽酒、伊力特和皇台酒业的经营产生的现金流量净额则为负数，分别为-12.18亿元、-3.13亿元、-0.76亿元、-0.66亿元和-0.19亿元。

值得注意的是，上市公司经营活动现金流量的变化，可以反映出企业经营形态以及由此产生的竞争力，是判断公司实力的重要指标之一，把握现金流就是把握公司的“经营命脉”。

贵州茅台和五粮液前三季度经营活动产生的现金流与公司三季报净利润接近，足看出两大酒企的综合实力及强大的造血能力。而对于部分现金流为负数的酒企，业内也有不同的解读。

一位券商分析师对《证券日报》记者表示，“在行业存量竞争中，头部酒企的表现都非常好，但有的酒企选择与经销商同甘共苦，通过降低经销商打款的频率，或以票据的形式来支持经销商，并且这些票据违约的概率较

小，因此，也不能单纯看现金流单一指标来判断公司。”

白酒营销专家、知趣咨询总经理蔡学飞接受《证券日报》记者采访时表示，白酒企业的第三季度是为第四季度铺货做准备，因此，三季度也是酒企的管理季。从上市酒企业绩来看，白酒品牌分化在进一步加强。除了贵州茅台和五粮液强势品牌外，大多数品牌都在存量市场下竞争，企业的管理成本、扩张成本、渠道成本都在大幅增长。整体来看，中国白酒行业经过前两个季度的高速增长，第三季度出现了增速放缓的态势，品牌间的竞争进一步加大，市场竞争进一步加强。

事实上，除了头部知名酒企外，部分区域强势品牌在此轮酒类消费结构升级中也是受益者。据了解，今世缘加速了在次高端的发力，今年前三季度营收和净利润均实现了接近30%的增长。

在开源证券分析师看来，边际改善以及具备业绩持续高增长预期的股票更易被基金增持，“白酒‘双节’的表现以平稳为主，礼品与餐饮需求也得到正常释放。展望春节，考虑到连续两年疫情影响春节返乡不及预期，如果2022年春节疫情控制得当，返乡高峰可能会带动消费活跃度提升，对于包括白酒在内的多数消费品形成正面影响。”

63家ST类公司称“可能暂停上市”

■本报记者 桂小隼

看着刚刚披露完毕的三季报，投资者有人欢喜有人忧。对于持仓ST类公司的投资者来说，一些公司迟迟未见好转的经营基本面和被监管部门揪出的多项问题，始终是笼罩在投资者心头的愁云惨雾。

同花顺数据统计显示，截至11月1日，两市共有185家ST类公司对自己目前存在的风险进行了预测。其中，有63家公司称“可能暂停上市”，预测“可能暂停上市”的原因都是连续两年亏损，且最新业绩续亏；还有28家公司称，因最新业绩的不确定性，因此未来公司的风险预测类型也是“不确定”；其余的公司预测类型则为“可能不变”或“可能摘星”等。

由于多家ST公司业绩不佳且还有此前被处罚的事项，因此，投资者如何维护自身权益颇受关注。对此，上海明伦律师事务所律师王智斌在接受《证券日报》记者采访时建议，因为公司被ST或者退市而导致无法执行的案件比例并不高，投资者仍应积极维权。

*ST新亿
披星戴帽队伍中的“钉子户”

在185家ST类的公司中，被披星戴帽的多是在最近2年，不过，仍有一些公司成了ST榜中的“钉子户”。例如，*ST新亿被实施ST的日期是在2014年5月5日，是185家ST类公司中，披星戴帽时间最长的公司，长达7年半。

10月30日，*ST新亿发布了三季报和可能被终止上市的相关提示公告。*ST新亿三季报显示，公司归属于上市公司股东的净利润为280万元，同比增长1488.35%。不过，对于公司的业绩，有市场人士表示疑惑。

*ST新亿发布半年报之后，曾收到上交所的问询函。

*ST新亿于2021年10月18日收到中国证监会《行政处罚及市场禁入事先告知书》，公司2018年度至2019年度虚增收入，追溯调整后，公司可能存在2018年、2019年、2020年连续三年营业收入均低于1000万元的情形，公司可能触及重大违法类强制退市情形。

受上述利空因素的影响，*ST新亿连续6个交易日跌停，至11月1日收盘，股价收于1.57元/股。

投资者要主动维权

除了经营状况的不乐观，许多ST公司还有诸多麻烦缠身。例如，*ST济堂曾发布公告称，因涉嫌信息披露违法违规，被中国证券监督管理委员会立案调查。公司于2021年10月24日收到中国证监会《行政处罚及市场禁入事先告知书》，公司可能触及重大违法类强制退市情形，而此前，公司连续两个会计年度被会计师事务所出具了无法表示意见的审计报告。

鉴于ST类公司的现状，有投资者担忧如果这些公司退市，是否还有维权的价值？

对此，王智斌律师在接受《证券日报》记者采访时表示，证券类诉讼的胜诉成功率分为两部分：一部分是拿到胜诉判决的概率，一部分是胜诉判决实际执行到赔偿款的比例。在前一部分，被告是否ST并不影响案件的胜诉概率，案件能否胜诉主要取决于被告违规行为的性质、股价的波动情况等客观因素。对于后一部分，确实存在一部分ST公司无力支付的情况，但总体而言，因为公司被ST或者退市导致无法执行的案件比例并不高，投资者仍应积极维权。

中国证券监督管理委员会
行政处罚罚没款催告书

斯太尔动力股份有限公司：

我会《行政处罚决定书》〔2021〕13号决定对斯太尔动力股份有限公司处以60万元罚款。该处罚决定书已送达生效，但你公司至今未按规定缴纳罚没款。

现依法向你公司公告送达罚没款催告书，自公告之日起经过60日，即视为送达。请你公司自收到本催告书之日起10日内缴清罚没款。罚没款汇至中国证券监督管理委员会（开户银行：中信银行北京分行营业部，账号：711101018980000162），并将汇款凭证传真至证监会处罚委备案（传真：010-88061632）。逾期不缴，我会将按照《行政强制法》的有关规定申请人民法院强制执行，并将申请执行的信息记入证券期货市场诚信档案。你公司对本催告书依法享有陈述权和申辩权。

2021年11月2日

本版主编 袁元 责编 徐建民 制作 王敬涛
E-mail: zmxz@zqrb.net 电话 010-83251785