

# 催化效应集中释放 白酒市场迎跨年消费旺季

白酒板块近日走高，成为资本市场热点。其中，贵州茅台时隔近五个月后股价重返2000元大关。前十个月，全国酿酒产业实现营收利润双增长，而白酒产量在细分酒类中增速居前。业内人士表示，酒企提价预期逐步升温，高端酒维持量价齐升态势，次高端酒持续分化。跨年旺季将至，白酒消费有望集中释放。

● 本报记者 高佳晨



## 提价预期升温

今年前十个月，全国酿酒产业实现营收利润双增长。据中国酒协数据，2021年1-10月，全国酿酒行业规模以上企业完成酿酒总产量4593.85万千升，同比增长3.37%；销售收入6926.48亿元，同比增长14.02%；利润总额1560.58亿元，同比增长25.57%；其中白酒产量558.19万千升，同比增长5.49%，在细分酒类中增速最高。中金公司预计，明年宏观经济边际向好支撑白酒需求，千元价格带产品加速扩容，高端酒企有望量价齐升。近期，酒企不断释放提价信号，白酒板块被资金看好。

泸州老窖股权激励有了新进展，也对板块产生了催化作用。欧阳予告诉记者，按照股权激励设定的目标，预计明年还有20%以上的增长。“在其他次高端产品中，汾酒的确定性高，持续开展消费者培育，扎实推进全国化市场布局，预计明年销售目标增速在30%左右。另外，舍得、酒鬼酒预计明年仍会高增长。”

此前，关于五粮液即将提价的消息层出不穷。据媒体报道，五粮液经销商明年新签的合同价格有所变化，52度第八代五粮液计划外价格从999元/瓶提升为1089元/瓶，计划内价格889元/瓶不变，计划内外的合同量为3:2。经测算，综合下来，第八代五粮液出厂价每瓶从889元提升为969元，增幅近9%，与53度500毫升的飞天茅台酒出厂价保持一致。新的提价政策有望在今年12月18日的五粮液经销商大会上正式宣布。华东某白酒大型经销商负责人陈伟（化名）告诉中国证券报记者，五粮液涨价消息属实。一些大型经销商今年的打款价配额外是889元/瓶，配额外是999元/瓶，今年

新增的经销商都算配额外，打款价也是999元/瓶。这都是涨价前的价格，不知道什么时候发布涨价文件，但涨价是肯定的。“五粮液主要市场在江浙沪地区，主要应用场景是接待、宴席等。老百姓比较认可五粮液品牌，团购业务五粮液在慢慢弱化。”陈伟说。华创证券食品饮料首席分析师欧阳予告诉中国证券报记者，进入12月后，年底提价预期逐步升温。“五粮液作为明年行业需求风向标，批发价回升会直接影响自身经营、行业招商渠道的信心，以及资本市场的预期。在今年大幅放量的情况下，预计五粮液明年销量呈个位数增长，其中普五贡献10%的增长，经典

## 迎来消费旺季

多家券商表示，白酒板块迎来年底及春节消费旺季，高景气有望延续至明年。各家酒企将陆续召开2021年营销总结会议，并布置2022年发展目标和春节旺季策略。茅台、五粮液、酒鬼酒、舍得、剑南春等均释放积极信号，提振了酒业市场信心。平安证券指出，高端白酒供需保持紧平衡，在产品放量以及价格提升的带动下，业

绩有望实现较快增长；次高端白酒集中度仍然较低，高端酒提价后打开次高端酒价格空间，同时疫情好转下宴席市场有望恢复，次高端产品带动公司业绩增长弹性加大。“当下市场对来年白酒需求仍有争议，但从经营质量看，白酒行业基本面健康，报表端留有余力，渠道信心仍足。”华创证券表示，短期建议重视年底经销商大

五粮液贡献额外增长。”欧阳予说。陈伟预计，五粮液宣布提价之后，国窖1573大概率会紧跟，并逐步提价。“不会像五粮液一次涨一百，应该是先涨三五十元，然后下个季度再涨三五十元，慢慢往上涨。”“近日茅台经销商增配800吨飞天配额，货源来自茅台集团未用完的直销配额，经销商打款1479元/瓶，建议零售价1499元/瓶，释放出价格体系改革信号，提振市场信心。此外，近期渠道反馈五粮液多种产品价格上调，五粮液的打款价均有不同幅度上涨。”国信证券在研报中指出，临近年底，白酒板块有望迎来经销商大会、酒企2022年规划、主流核心产品提价等密集催化剂。

会、酒企披露来年经营规划，以及旺季备货等催化，重视白酒跨年行情。国信证券指出，目前正处白酒行业春节旺季打款、备货的关键阶段，各家酒企都在蓄力迎战，12月份渠道会陆续回款，预计各酒企春节开门红打款比例在40%-50%左右。春节旺季渐进，目前渠道打款备货进展顺利，看好2022年开门红表现。

## 工程机械企业纷纷发力电动化

● 本报记者 段芳媛

工程机械行业需求逐渐平缓。中国工程机械工业协会12月9日发布的数据显示，自今年5月起，挖掘机国内销量持续同比下滑。不过，出口市场一片火热。1-11月，挖掘机出口数量同比增长超九成。业内认为，工程机械行业开始进入新一轮下行周期，但得益于海外需求强劲与智能制造发展，工程机械行业此轮周期波动将被对冲。另外，工程机械企业纷纷发力电动化市场。随着“三电”技术逐步成熟，制造成本不断降低，电动化工程机械产品吸引力和经济性将不断提升，工程机械电动化渐行渐近。

### 销量下滑

根据中国工程机械工业协会对25家挖掘机制造企业的统计数据，11月销售各类挖掘机20444台，同比下降36.6%。其中，国内销售14014台，同比下降51.4%；出口6430台，同比增长89%。自今年5月起，国内挖掘机销量已连续7个月下滑。长沙市工程机械行业协会副秘书长袁振认为，经历前几年的火热之后，工程机械行业出现产能过剩。对于国内挖掘机销量下滑的原因，山河智能相关负责人表示，一是2020年基数较大，“各大项目开工，促进工程机械市场爆发式增长。”另一个是行业周期性因素。“2016年以来，销量一直高速增长，目前市场保有量基本上达到甚至超过需求。预计行业会保持平稳趋势，这是一种理性调整、理性回归。”三一重工总裁向文波在接受中国证券报记者采访时表示，工程机械行业不会再经历之前那样的低迷周期，市场会有一些波动，但不会出现之前那样的较大幅度下跌。机器替代人工的过程才刚刚开始，挖掘机还有很大的市场空间。

### 弱化周期性波动

工程机械国内市场需求有所下降，但国际市场仍然一片火热。中国工程机械工业协会统计数据显示，1-11月，挖掘机出口数量达5.98万台，同比增长95.9%。国开证券认为，海外需求有望持续增长，叠加国产品牌市场竞争力不断提升，海外渠道布局日益完善，出口市场有望成为行业重要的收入增长点。今年以来，相关上市公司海外业务营收大幅增长。今年上半年，三一重工国际销售收入达124.44亿元，同比增长94.69%；徐工机械实现出口营收48.54亿元，同比增长68.50%；中联重科境外收入达27.68亿元，同比增长52.28%；山河智能国际市场实现营收9.7亿元，同比增长44.34%，其中挖掘机海外销售同比增长125%。

山河智能相关负责人判断：“由于疫情不断反复，不少海外国家和地区的需求并未完全得到释放，很多地区施工项目并未开工。随着疫情控制不断加强，预计2022年海外基础设施建设投资会不断加大，将持续拉动挖掘机需求。”某工程机械行业上市公司负责人介绍：“近年来，国内工程机械企业海外竞争力持续提升，市场拓展取得积极进展，国际化成为强劲增长动力，将较大程度弱化行业周期性波动。”同时，智能制造有助于对冲行业周期风险。“工程机械行业可能出现新的下滑周期，要想办法应对。”三一集团董事、高级副总裁代晴华表示，智能制造可以从平衡工厂用工、稳定工厂效率和保障产品质量方面助力企业熨平周期性波动。“以往，工程机械企业需要在销售旺季大量招聘工人，而行业低谷时用工需求大幅减少，会给企业带来负担。实现智能制造改造后，工厂用工数量稳定，基本不会受周期影响。”代晴华说。

### 电动化市场崛起

电动化、智能化、节能环保是工程机械行业发展趋势，并成为驱动行业长期发展的新动力。三一重工相关负责人表示，2021年下半年，电动化工程车辆市场呈快速增长势头，预计未来5-10年，电动化工程机械将实现快速增长。今年以来，新能源重卡市场持续向好。1-10月，国内新能源重卡总销量5590台。其中，10月份新能源重卡销售1279台，同比增长435%，创今年以来最大增幅。三一重工相关负责人介绍，1-10月，三一新能源重卡累计销量773台，同比增长约854%，累计市占率达到13.83%，成为国内新能源重卡市场的销量冠军。“从新能源产品种类看，前10个月纯电动重卡销量占比达到91.9%。”该负责人说。中联重科日前举行新能源产品及碳纤维复合材料新技术发布会，发布了纯电动泵车、非公路纯电动宽体自卸车等8大系列16种新能源产品。山河智能也推出了20吨锂电池挖掘机，公司的高空作业平台也是电力驱动。业内人士预测，到2025年电动化产品的渗透率将达到25%。华泰证券指出，随着“三电”技术逐步成熟，制造成本不断降低，电动化工程机械产品吸引力和经济性将不断提升，工程机械电动化趋势渐行渐近。适用于港口、城建、矿山等封闭和固定工作环境等应用场景的细分品类已率先走向电动化，挖机等主流工程机械电动化需求有望支撑国内工程机械行业增长。

# 前11个月新能源汽车销量近300万辆

● 本报记者 崔小粟

## 19.5%

11月新能源汽车市场渗透率为17.8%，继续高于上月，其中新能源车乘用车市场渗透率达到19.5%。

位居全年最高，为283万辆。叠加芯片供应不足问题依然存在，今年12月汽车行业面临压力较大。分车型看，乘用车市场虽受到芯片供应不足、散点疫情等因素影响，但月产销环比上升，运行态势基本与10月一致。

11月，乘用车产销分别完成223.1万辆和219.2万辆，环比分别增长12.2%和9.2%，同比分别下降4.3%和4.7%，降幅比10月分别收窄0.4个百分点和0.3个百分点。1-11月，乘用车产销分别完成1887.9万辆和1906.0万辆，同比分别增长6.9%和7.1%，增幅比1-10月均回落1.7个百分点。豪华车销量继续增长。11月，国内生产的

豪华车销量为31.9万辆，同比增长3.5%，增幅比10月回落9.4个百分点。1-11月，国内生产的豪华车销量为311.2万辆，同比增长19.5%。

商用车产销同比大幅下降，运行态势弱于10月。11月，商用车产销分别完成35.3万辆和33.0万辆，环比分别增长3.2%和1.1%；同比分别下降31.9%和30.3%，降幅比10月分别扩大5和0.6个百分点。1-11月，商用车产销分别完成429.3万辆和442.9万辆，同比分别下降9.1%和5.3%，降幅比1-10月均扩大2.8个百分点。

展望12月，中汽协方面表示，随着宏观经济稳中向好，汽车消费需求仍然稳定。但供给端仍存在不确定性，芯片供应紧张的问题依然存在，叠加去年同期高基数因素影响，汽车产销压力依然较大。综合判断，全年汽车产销将略高于去年同期水平。

### 新能源车市亮眼

11月，新能源汽车市场需求依旧旺盛，产

销继续创新高。1-11月累计产量超过300万辆，销量接近300万辆，1-11月销量渗透率提升至12.7%。

具体看，11月，新能源汽车产销分别完成45.7万辆和45万辆，同比分别增长1.3倍和1.2倍。11月新能源汽车市场渗透率为17.8%，继续高于上月，其中新能源乘用车市场渗透率达到19.5%。1-11月，新能源汽车产销分别完成302.3万辆和299万辆，同比均增长1.7倍。市场渗透率将达到12.7%，高于前10月。

中国汽车工业协会常务副会长付炳锋认为，新能源汽车产量突破300万辆是一个巨大的变化，显示出新能源汽车产业发展从过去以政策驱动为主转向市场驱动。

工业和信息化部装备工业一司副司长郭守刚认为，新能源汽车是全球汽车产业绿色发展、低碳转型的主要方向，也是我国汽车产业高质量发展的战略选择。相关部门、地方政府、行业企业群策群力、奋发有为，共同推动我国新能源汽车产业发展取得了积极成效。

# 药企加码布局创新药赛道

● 本报记者 乔翔 见习记者 倪铭

2021年国家医保药品目录近日公布，新增74种药品。其中，67种药品通过谈判纳入。机构认为，医保谈判成为国产创新药纳入医保目录的主要方式，“以量换价”加速创新药放量。近年来，医药公司加码布局创新药，抗肿瘤药领域竞争格外激烈。

### 医药公司研发动力提升

在上述新增的67种药品中，5年内上市药品66个，占比达99.1%。其中27个创新药物实现当年上市、当年即入医保。首创新药表示，纳入医保后创新药销售峰值将提前，以前需要7-9年甚至10年才能实现单适应症销售峰值，现在可能缩短到3-5年。进入医保周期缩短，销售峰值提前，提升了企业的研发动力。银河证券研报显示，截至2021年12月，创

新药IND（临床试验审批）申报达986件，涉及520种新药。而去年共受理771件创新药IND，涉及393种新药。

从目前情况看，已获批或进入报产阶段的一类创新药中，抗肿瘤药物居多，占据近“半壁江山”。其次为抗感染用药、神经系统用药和血液系统用药。

Wind数据显示，创新药产业链公司今年三季度研发投入达209.96亿元，同比增长超30%。其中，恒瑞医药研发投入达41.42亿元，占营收的20.51%；复星医药研发投入为24.14亿元，占营收的8.92%。

前三季度，恒瑞医药一共提交31个临床试验申请，已获得23个批件。2021年上半年，新药申请获批达5项，接近2020年全年的获批数量。创新药研发推动CXO（医药外包）板块高速增长。三季度显示，CXO公司营收总额同比增长43%，归母净利润总额同比增长50%。

前三季度，药明康德小分子药物发现业务完成20万个化合物合成，CDMO服务项目所涉新药物分子1548个。其中，临床I期及临床

前阶段1229个、临床II期阶段235个、临床III期阶段47个、商业化阶段37个。

### 抗肿瘤药领域竞争激烈

在创新药领域，抗肿瘤药成药企竞相追逐的“香饽饽”。

在今年医保目录新增74种药品中，抗肿瘤药有18种，占比达24%，覆盖范围包括肺癌、淋巴瘤、乳腺癌等领域，平均降幅为64.88%。

11月发布的《中国新药注册临床试验现状年度报告（2020年）》指出，化学药适应症主要以抗肿瘤药物为主，占化学药临床试验总体的42.1%，生物制品适应症同样以抗肿瘤药物为主，占生物制品临床试验总体的47.3%。

12月8日，复宏汉霖自主研发的PD-1抑制剂——斯鲁利单抗联合化疗在未接受过治疗的广泛期小细胞肺癌一项随机、双盲、国际多中心III期临床研究中，达到总生存期的主要研究终点。

同日，恒瑞医药皮下注射PD-1抗体

SHR-1901在药物临床试验登记与信息公示平台网站登记了一项I期临床试验。

目前，国内已经有11款PD-1/PD-L1抗体获批上市，且适应症范围持续扩大。

近日，信达生物信迪利单抗新增“一线鳞状非小细胞肺癌（NSCLC）+一线非鳞NSCLC+一线肝癌”3项适应症；百济神州替雷利珠单抗新增“一线鳞状NSCLC+一线非鳞NSCLC+二线肝癌”3项适应症；恒瑞医药卡瑞利单抗新增“一线+三线鼻咽癌”2项适应症；君实生物瑞普利单抗新增“三线鼻咽癌+二线尿路上皮癌”2项适应症。

12月10日，国家药监局最新公示显示，恒瑞医药PD-1抑制剂卡瑞利单抗两项新适应症上市申请已获得批准。

根据国盛证券研报，我国目前创新药研发同质化现象较为严重，靶向药物同质化现象最为严重。单抗热门靶点未来同质化竞争将持续白热化，新技术、稀缺的技术平台、差异化的治疗领域、创新的给药方式等都可能给企业带来更好的竞争格局。