



茅台五粮液泸州老窖股价再创新高

市场“买醉”热情不减 白酒股后市会怎么走？

顺利实现标的业务整合
依旧存在不确定性。21日
晚间，大豪科技还发布了限售
股解禁公告。

不过，风险警报仍难以浇熄
资金对金种子酒和大豪科技的
看好。22日，金种子酒和大豪
科技双双涨停，大豪科技更是
收获12连板，自公布拟收购红
星股份复牌以来，其股价一路
飙升，12月8日至今暴涨
185%。

酒类消费需求或 再攀升

近期白酒股这么火，或与双
节酒类消费需求再度攀升有
关。有机构分析，元旦春节双节
将至，酒类股或提前开启春季攻
势。其中，白酒板块虽存在一定
的估值压力，不过一、二线白酒
龙头公司依旧被机构看好。

中信证券认为，中秋旺季
动销过后，渠道库存普遍处于
较低水平，龙头酒企纷纷对核
心单品提价。在动销复苏、渠
道库存合理、价盘稳固以及

2021年作为“十四五”开局之
年的背景下，2021年春节动销
有望开门红，同时低基数效应、
价格提升背景下，业绩有望兑现
更高弹性。

华泰证券则表示，名酒持续
放量、价格保持强势，看好白酒
2020年四季度—2021年二季度
业绩改善的前景。此外，白酒
行业12月开始逐步进入信息密
集释放期，各家酒企春节前动
销、2021年规划展望将密集出
炉，短期将形成一定催化。

后市该不该落袋为安？

白酒股还能火多久？后市
操作方面，投资者或需关注酒
企业绩分化问题。巨丰投顾总
监郭一鸣表示，当前高端
酒企销售额及利润仍不断提
升，而部分区域及三四线酒企
业绩增速则下降明显，在板块
整体向好之下，后期分化的可
能性将进一步加大。此外，白
酒股整体估值过高，或透支未
来业绩空间。爆炒之后，不建议
继续追进，尤其是那些质地



图/视觉中国

一般却已有较大获利的个股，
不妨逐步落袋为安。

博星证券研究所所长、首席
投顾邢星则表示，白酒股作为
机构抱团的核心方向之一，安
全边际相对较高。“目前白酒股
的表现机会依然明显，只不过
随着估值提升，接下来的上涨
节奏可能会放慢，甚至不排除

进入震荡格局。”基于此，邢
星建议，尚未持有筹码的投资者
不必盲目追高，可将关注重点
向啤酒、黄酒、红酒以及矿泉水、
饮料等细分领域倾斜，挖掘价
格尚处低位的优势品种；而已经
持有筹码的投资者也不必
害怕，可继续保持乐观态势，分
批设置好被动止盈节点。

就医买药不带卡，使用工行医保码 现在激活还可获5元微信立减金！

老人到医院就医，在家
翻箱倒柜都找不到医保卡；年
轻人习惯带手机就出门，到
药店买药时才发现没带医保
卡……这些都是普通人在求
医买药时可能遇到的尴尬场
面。为解决上述就医买药的
痛点，工商银行在其手机银行
APP推出“智慧医保”，客户进
入“智慧医保”即可激活本人
专属的医保电子凭证，现在激
活还可尊享激活礼、分享礼双
重好礼。

据了解，医保电子凭证由
国家医疗保障信息平台统一签
发，是基于医保基础信息库为
全体参保人员生成的医保身份
识别电子介质，与实体社保卡
并行使用，可与身份证、二维
码、人脸等生物特征相关联，实
现全国通用和跨渠道通用。

相比于实体社保卡，医保
电子凭证有一些突出优
势。一是方便快捷，通过工
行手机银行APP激活、使用；

二是应用丰富，适用于医保查
询、参保登记、报销支付等医
保各业务场景；三是全国通
用，医保电子凭证统一生成，
可跨区域互认，实现“一码在
手，医保无忧”；四是安全可
靠，通过实名、实人认证和动
态二维码展示，确保安全。

例如，参保人在工行手机
银行APP中激活自己的医保
电子凭证后，无论是在医院看
病、取药，还是去药店买药，都
只需登录工行手机银行进入
“智慧医保”展码支付，即可完
成医药费结算。

如何通过工行手机银行
APP激活医保电子凭证呢？下
载并登录工行手机银行APP，
进入“智慧医保”，根据页面提
示对医保电子凭证进行激活即
可。工行客户可直接登录，非
工行客户，如果持有农、中、建、
交、邮储的银行卡，也可以打
开手机银行APP后搜索“智
能注册”功能，选择“我要注册电子

银行（他行卡）”，按页面提示完
成自助注册后，通过上述路径
激活医保电子凭证。

即日起至2020年12月31
日，广东地区（不含深圳）客户
通过工行手机银行APP首次
激活医保电子凭证，还可以获
得工行准备的“激活礼”——在
完成首次激活后会弹出活动页
面，点击进入可领取5元微信
立减金；将活动转发好友还可
获得“分享礼”，礼品有京东卡、
视频会员、美食优惠券等。

文/黄婷



扫码激活医保电子凭证

风险警报拦不住 涨停步伐

近期的白酒股火到什么程度？
21日晚间，金种子酒及大豪
科技就因近期股价涨幅较大，双
双发布公告进行风险提示。

金种子酒指出，公司股价近
期涨幅较大，但静态市盈率亏
损，远低于行业均值54.38。

大豪科技同样表示，公司静
态市盈率82.01，滚动市盈率
127.37，不仅高于证监会行业分
类计算机、通信和其他电子信
息设备制造业均值72.38，也远
高于交易标的所处的食品制造
业均值57.91和酒、饮料的制茶
制造业均值55.24。

此外，重组红星二锅头所涉
及的资产审定、评估工作尚未
完成，即便顺利完成，公司能否

0植脂末无负担！ 这几款“轻乳好茶”太能撩

一杯奶茶里生长出了2020年的
消费新风口，让奶茶行业高速发展。

不过，由奶茶带来的健康问题
也越来越受到了人们的关注。比
如高糖、高热量就与当下想要减
肥瘦身的都市人背道而驰。

那有没有一种既好喝又能兼
顾健康的奶茶呢？

最近，笔者就被朋友圈的瑞幸
小鹿茶新品“轻乳好茶”所吸引。
那么这几款主打“0植脂末0奶精
更健康”的瑞幸小鹿茶真的有这么
神奇吗？我们不妨去尝试一下。

我们知道，一般的奶茶为了追求
口感，往往都添加了不少糖精与奶
精之类的“添加剂”。而“轻乳好茶”
系列与常规奶茶最大的不同之处，就
是不添加任何的奶精与植脂末。

那么，这样会不会对奶茶的口感
造成影响呢？当然不会。“轻乳好茶”
系列的茶汤全部选用香气与口感并
存的红茶、茉莉花茶、大红袍和桂花
乌龙。手冲现泡茶汤，极大保留了茶
的甘醇和香气，不会因为泡久后的沉
淀口感变得苦涩，难以入口。而“轻
乳”则采用纯牛奶和冷萃厚牛乳。厚

牛乳产自北纬38°黄金奶源带，浓缩
萃取，搭配纯牛奶，充分保留活性营
养成分与天然风味的同时很好地与
茶底中和带以两种口感，同时增添更
多香浓奶味，让奶茶在无糖的情况
下，也能拥有香甜顺滑的味道。

这样的奶茶完全满足了想喝奶
茶又担心不健康会发胖的都市丽人
们的需求，想不刷爆朋友圈都难。

如果是第一次尝试，那首先推
荐“念奴娇·红袍轻乳茶”，因为冬
季是适合喝大红袍的季节；“水龙
吟·乌龙轻乳茶”则是饭后的不二
选择，一阵幽幽的桂花香气，花香
透过绵软的奶油雪顶飘散开来；
“如梦令·工夫轻乳茶”选取了闽东
的红茶，因为福建独特的气候条件，
红茶虽浓厚但却多了一丝回甘
感，细品还有桂圆的甘甜味；“满庭
芳·茉莉轻乳茶”搭配带有坚果木
香的扁桃仁碎和没有负重感的牛
乳，一饮而尽，清新干净会有花香
四溢的茉莉茶萦绕喉中。

这4款新品，无论哪一杯，都

能在冬日里带来不一般的口感，让

人感到心旷神怡。

文/杨广

打通经营堵点 拥抱“数字化转型” 维系“一家生计”的老广小店们如何连接数字化红利？

文/沈钊 图/受访者提供

2020年对于很多餐饮小店而言，是富有挑战的一年，在新冠疫情的影响下，很多小店曾经一度暂停堂食，甚至还一度遇到了蔬菜肉类等食材“进货难”。一端是受到影响的上门客源，一端是维持经营所必需的食材，这些小店如何打通经营环节的堵点，让自己活下去、活得更好？

“数字化转型”成了这些餐饮小店的主动选择。开通外卖、手机进货、与顾客在“网上门面”评论区积极互动、吸引更多的线上客流光临小店……这些小店正在努力拥抱数字化、学习新知识，以维系好自己一家人和店员们的“一家生计”。



上线外卖打通客源堵点

孖记士多外卖营收已相当
于疫情前堂食营收的2/3

孖记士多是广州传承已久的
老字号，也是有名的“网红大排
档”，许多食客跨过整个广州慕名
而来，甚至到了腊月二十九，店里都
还有客人排队。

但是随着新冠疫情的突发，从
腊月三十一开始，孖记士多营业额
骤降到平时的1/4。店内营业额
一直下降，最差时只有平时营业额的
10%，连租金和员工工资都覆盖不
了。疫情中，孖记士多面临着
经营危机。为了生存，在两个女儿
李彩明、李彩君的建议下，此前从
未开通过外卖的孖记士多店主李
陆荣决定上线外卖。

2月7日，孖记士多向美团申请
上外卖。上线那天，刚好广州开
始封店。店门关了，只在厨房留下
一个窗口让美团小哥来取外卖。
那天，她们卖出了10单外卖。
外卖订单量随后一直增长，到了第五
天，已经过百，后来又涨到200多
单，孖记士多也就这么活下来了。

实际上，去年底，广州市商务局
与美团就共同启动“上线外卖、
老店焕新”活动，运用互联网数字

化技术将一批老广餐饮品牌搬到
线上，为沉寂多年的广州老城区
业态注入能“自我造血”的新活
力。

一年来，外卖不但帮助老店在
疫情期间度过了危机，也已经在老
店的传承发展中占据了重要地位。
孖记士多作为在疫情“触网”的
第二批老店，疫情期间，外卖营
收达到疫情前堂食营收的2/3。

美团小店数据显示，今年9
月和10月全国小店消费、复苏率
均超过100%，首次超越了往年的
消费水平，第三季度美团平台上
新增小店近30万家，数字化助力
小店经济实现了V型复苏。

美团小店成长计划显示，今年9
月和10月全国小店消费、复苏率
均超过100%，首次超越了往年的
消费水平，第三季度美团平台上
新增小店近30万家，数字化助力
小店经济实现了V型复苏。

孖记士多向美团申请上外卖。

上线那天，刚好广州开始封店。

店门关了，只在厨房留下一个

窗口让美团小哥来取外卖。

那天，她们卖出了10单外卖。

外卖订单量随后一直增长，到了第五

天，已经过百，后来又涨到200多

单，孖记士多也就这么活下来了。

实际上，去年底，广州市商务局
与美团就共同启动“上线外卖、
老店焕新”活动，运用互联网数字

化技术将一批老广餐饮品牌搬到
线上，为沉寂多年的广州老城区
业态注入能“自我造血”的新活
力。

一年来，外卖不但帮助老店在
疫情期间度过了危机，也已经在老
店的传承发展中占据了重要地位。
孖记士多作为在疫情“触网”的
第二批老店，疫情期间，外卖营
收达到疫情前堂食营收的2/3。

美团小店成长计划显示，今年9
月和10月全国小店消费、复苏率
均超过100%，首次超越了往年的
消费水平，第三季度美团平台上
新增小店近30万家，数字化助力
小店经济实现了V型复苏。

孖记士多向美团申请上外卖。

上线那天，刚好广州开始封店。

店门关了，只在厨房留下一个

窗口让美团小哥来取外卖。

那天，她们卖出了10单外卖。

外卖订单量随后一直增长，到了第五

天，已经过百，后来又涨到200多

单，孖记士多也就这么活下来了。

实际上，去年底，广州市商务局
与美团就共同启动“上线外卖、
老店焕新”活动，运用互联网数字

化技术将一批老广餐饮品牌搬到
线上，为沉寂多年的广州老城区
业态注入能“自我造血”的新活
力。

一年来，外卖不但帮助老店在
疫情期间度过了危机，也已经在老
店的传承发展中占据了重要地位。
孖记士多作为在疫情“触网”的
第二批老店，疫情期间，外卖营
收达到疫情前堂食营收的2/3。

美团小店成长计划显示，今年9
月和10月全国小店消费、复苏率
均超过100%，首次超越了往年的
消费水平，第三季度美团平台上
新增小店近30万家，数字化助力
小店经济实现了V型复苏。

孖记士多向美团申请上外卖。

上线那天，刚好广州开始封店。

店门关了，只在厨房留下一个

窗口让美团小哥来取外卖。

那天，她们卖出了10单外卖。

外卖订单量随后一直增长，到了第五

天，已经过百，后来又涨到200多

单，孖记士多也就这么活下来了。

实际上，去年底，广州市商务局
与美团就共同启动“上线外卖、
老店焕新”活动，运用互联网数字

化技术将一批老广餐饮品牌搬到
线上，为沉寂多年的广州老城区
业态注入能“自我造血”的新活
力。

一年来，外卖不但帮助老店在
疫情期间度过了危机，也已经在老
店的传承发展中占据了重要地位。
孖记士多作为在疫情“触网”的
第二批老店，疫情期间，外卖营
收达到疫情前堂食营收的2/3。

美团小店成长计划显示，今年9
月和10月全国小店消费、复苏率
均超过100%，首次超越了往年的
消费水平，第三季度美团平台上
新增小店近30万家，数字化助力
小店经济实现了V型复苏。

孖记士多向美团申请上外卖。

上线那天，刚好广州开始封店。

店门关了，只在厨房留下一个

窗口让美团小哥来取外卖。

那天，她们卖出了10单外卖。

外卖订单量随后一直增长，到了第五

天，已经过百，后来又涨到200多

单，孖记士多也就这么活下来了。

实际上，去年底，广州市商务局
与美团就共同启动“上线外卖、
老店焕新”活动，运用互联网数字

化技术将一批老广餐饮品牌搬到
线上，为沉寂多年的广州老城区
业态注入能“