



上海证券
SHANGHAI SECURITIES

春暖花开，复苏向上

——食品饮料行业周报 20230313-20230319

增持（维持）

行业： 食品饮料
日期： 2023年03月19日

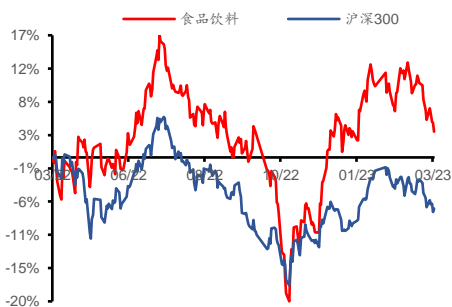
分析师： 花小伟
Tel: 021-53686135
E-mail: huaxiaowei@shzq.com
SAC 编号: S0870522120001
联系人： 夏明达
Tel: 021-53686158
E-mail: xiamingda@shzq.com
SAC 编号: S0870121070028

■ 投资要点：

白酒：春暖花开，复苏向上。本周行业新闻方面，3月9日，名庄荟携手酒鬼酒现场发布了酒鬼酒苗绣翡翠小酒鬼等馥郁香单品，同时会议透露，名庄荟今年1-2月的新开门店数量达30家，超额完成了119%的预期目标。3月10日，“古井贡酒·怀旧版”正式面向全国隆重发布。3月16日，兔茅登录天猫平台；口子窖公告2023年度股权激励方案。

我们认为高端酒继续作为顺周期板块，复苏趋势确定，全年确定性较强；区域型白酒有望受益于产品高端化和基地市场经济复苏，盈利能力和业绩有望继续向上，其中部分区域型次高端市场目标明确，部分地产酒有望受益公司管理提效。考虑主要酒企2023年市场工作目标制定相对积极，我们继续看好宴席消费带来场景回补需求以及居民财富效应渐次释放带来内生驱动。

最近一年行业指数与沪深300比较



啤酒：燕京实现高质量增量发展，关注行业高端化逻辑。据《2022年天猫啤酒市场发展趋势》显示，2021年高端啤酒的销售额增速超过了20%。自此，啤酒行业在消费升级大背景下，消费者对高端产品的需求增加，高端市场成为各大啤酒厂商的必争之地。以燕京为例，在全新管理团队的带领下，持续推进产品矩阵、营销布局、品牌文化等方面改革，加速二次创业征程。持续推出燕京U8、燕京V10、燕京U8 PLUS等一系列具有鲜明特色、符合市场需求的新产品。燕京U8上市两年来，以40万吨、超8亿瓶的年销量成为业内近三年成长速度最快、表现最为亮眼的大单品之一。我们认为，各酒企将会进一步丰富产品结构，布局高端赛道。后续建议持续关注啤酒板块高端化产品出新速度，板块有望保持较高景气度。

相关报告：

《淡季不淡，把握配置窗口》
——食品饮料行业周报 20230306-20230312》

——2023年03月12日

《复苏趋势明显，看好3月动销持续回暖》
——食品饮料行业周报 20230227-20230305》

——2023年03月05日

《终端继续回温，Q1确定性更显重要》
——食品饮料行业周报 20230220-20230226》

——2023年02月26日

软饮预调：“乳+饮”时代，增量有望。据食品板消息，3月12-13日，2023中国饮品创新增长大会在郑州喜来登酒店隆重举行，乳品行业品牌营销专家侯军伟称当前中国乳品行业正在进入到新的增长周期中，从乳业产业链的角度看，上游原奶的供应充足，中游的生产环节产能还没有完全释放，下游的消费正在随着消费升级、消费平移、消费降级而扩大。后续建议关注软饮赛道乳饮复合产品出新、渠道下沉进展情况。

调味品：看好B/C共振下恢复高度。3月我们继续看好商务宴席回补节奏，调味品中B端占比高的公司有望持续受益；复调子行业B端需求复苏井然有序，C端动销良好略超预期。复调行业空间有望受益于大B规模化连锁餐饮及小B标品需求而打开，同时C端消费趋势风已起，看好复调行业在低集中度低渗透率下的成长机会。

速冻食品：看好行业景气提升。速冻食品及预制菜行业有望继续受益于B端餐饮需求恢复以及C端家庭消费粘性的形成。考虑到我国人均预制菜消费水平仍较低，我们看好B/C端兼有布局、具备规模化产能及渠道优势的龙头企业。

冷冻烘焙：行业需求向上。我们认为终端消费升温将继续带动冷冻烘

焙产业链景气提升。商超和餐饮已经逐步成为冷冻烘焙产品应用场景的重要组成部分，冷饮店、家庭烘焙、线上烘焙店等新的烘焙消费业态出现，也进一步丰富了冷冻烘焙产品的应用场景，我们看好冷冻烘焙行业在消费升级下渗透率提升逻辑，行业空间有望迎来持续扩容。

卤制品：格局优化，看好龙头公司内生外延。卤味行业中小企业逐步出清趋势下，行业龙头扩张逻辑顺畅；同时卤制品龙头深耕主业、对外投资，内生外延以延续扩张节奏，龙头份额有望持续提升，进一步强化竞争优势。

休闲零食：消费升级趋势初显，关注个性化产品出新、渠道拓展动能。休闲零食市场增长空间巨大，行业集中度低，存量竞争时代，传统商业模式难以突破瓶颈，同时，原料上涨仓储物流费用增加、流量红利萎缩等问题致使产业模式创新变革。产品端，“个性化”、“差异化”需求初显，健康、安全、消费升级需求高涨。渠道端，当前零食行业渠道变革进入白热期，以盐津铺子为例，公司初期与KA形成稳定共赢的合作关系，2021年下半年开始与平价零食专营品牌联手实现快速放量，目前公司重点突围电商、直播、社区团购等渠道。后续建议关注零食赛道个性化新品出新速度和渠道拓展动能。

■ 本周陆股通资金动向：

本周食品饮料行业陆股通持股占比排名前三的个股为洽洽食品 20.17%、伊利股份 16.91%、重庆啤酒 9.31%。

本周食品饮料行业陆股通（外资）持股市值排名前三的个股为贵州茅台 1562.73 亿元、五粮液 489.32 亿元、伊利股份 308.06 亿元。

■ 投资建议：

白酒：建议关注四条主线：1) 复苏趋势明显，确定性较强：古井贡酒、迎驾贡酒、今世缘、洋河股份等；2) 品牌效应显著，全年稳中有进：贵州茅台、五粮液、泸州老窖等；3) 经济回暖带动商务和宴席复苏：舍得酒业、酒鬼酒、水井坊、山西汾酒等；4) 经济复苏，公司管理提效：金种子酒、老白干酒等。

啤酒：建议关注产品结构优化趋势明确的青岛啤酒、产品升级与渠道拓展齐发力的重庆啤酒、大单品持续向上的燕京啤酒、高端化进程明确的华润啤酒等。

软饮预调：建议关注全国化扩张稳健的东鹏饮料、渠道精准营销，品类矩阵明朗的百润股份等。

调味品：建议关注收入端随场景修复之后，全年利润端有望同样拐点向上的海天味业、中炬高新、千禾味业等。

速冻食品：建议关注BC端兼顾、预制菜发力可期的安井食品，受益春节后团餐宴席需求持续修复的千味央厨等。

冷冻烘焙：建议关注内生改革优势明显的立高食品、成本有望逐季改善的烘焙油脂龙头南侨食品等。

卤制品：建议关注恢复弹性较强、供应链建设完善的绝味食品、门店结构优化空间大的周黑鸭等。

休闲零食：建议关注转型成效显现、业绩进入释放期的盐津铺子、渠道拓展积极的洽洽食品、传统KA合作稳健，会员商超推进顺利的甘源食品等。

■ 风险提示：

宏观经济下行风险；食品安全问题；市场竞争加剧；提价不及预期。

目 录

1 本周周度观点及投资建议	6
1.1 周度观点	6
1.2 投资建议	7
2 本周市场表现回顾	9
2.1 板块整体指数表现	9
2.2 个股行情表现	9
2.3 板块及子行业估值水平	10
2.4 陆股通活跃个股表现情况	10
3 行业重要数据跟踪	11
3.1 白酒板块	11
3.2 啤酒板块	12
3.3 乳制品板块	13
4 成本及包材端重要数据跟踪	14
4.1 肉制品板块	14
4.2 大宗原材料及包材相关	15
5 上市公司重要公告整理	16
6 行业重要新闻整理	17
7 风险提示	18

图

图 1: 本周市场表现 (%)	9
图 2: 本周食品饮料子行业表现 (%)	9
图 3: 本周一级行业表现 (%)	9
图 4: 指数成分股涨幅 TOP10 (%)	10
图 5: 指数成分股跌幅 TOP10 (%)	10
图 6: 截至本周收盘 PE_ttm 前十大一级行业	10
图 7: 截至本周收盘食品饮料子行业估值水平	10
图 8: 本周陆股通持股比例 TOP10	11
图 9: 本周外资持有市值 TOP10	11
图 10: 本周陆股通增减持比例 TOP10 (%)	11
图 11: 飞天茅台批价走势	12
图 12: 五粮液批价走势	12
图 13: 白酒产量月度跟踪	12
图 14: 白酒价格月度跟踪	12
图 15: 啤酒月度产量跟踪	13
图 16: 进口啤酒月度量价跟踪	13
图 17: 国内啤酒平均价格	13
图 18: 生鲜乳价格指数跟踪	14
图 19: 酸奶及牛奶零售价跟踪	14
图 20: 婴幼儿奶粉价格跟踪	14
图 21: 猪肉平均批发价	15
图 22: 猪肉平均零售价	15

图 23: 大豆价格跟踪	15
图 24: 豆粕价格跟踪	15
图 25: 布伦特原油价格跟踪	16
图 26: 塑料价格指数跟踪	16
图 27: 瓦楞纸价格跟踪	16
图 28: 箱板纸价格跟踪	16

1 本周周度观点及投资建议

1.1 周度观点

白酒：春暖花开，复苏向上。本周行业新闻方面，3月9日，名庄荟携手酒鬼酒现场发布了酒鬼酒苗绣翡翠小酒鬼等馥郁香单品，同时会议透露，名庄荟今年1-2月的新开门店数量达30家，超额完成了119%的预期目标。3月10日，“古井贡酒·怀旧版”正式面向全国隆重发布。3月16日，兔茅登录天猫平台；口子窖公告2023年度股权激励方案。

我们认为高端酒继续作为顺周期板块，复苏趋势确定，全年确定性较强；区域型白酒有望受益于产品高端化和基地市场经济复苏，盈利能力和业绩有望继续向上，其中部分区域型次高端市场目标明确，部分地产酒有望受益公司管理提效。考虑主要酒企2023年市场工作目标制定相对积极，我们继续看好宴席消费带来场景回补需求以及居民财富效应渐次释放带来内生驱动。

啤酒：燕京实现高质量增量发展，关注行业高端化逻辑。据《2022年天猫啤酒市场发展趋势》显示，2021年高端啤酒的销售增速超过了20%。自此，啤酒行业在消费升级大背景下，消费者对高端产品的需求增加，高端市场成为各大啤酒厂商的必争之地。以燕京为例，在全新管理团队的带领下，持续推进产品矩阵、营销布局、品牌文化等方面改革，加速二次创业征程。持续推出燕京U8、燕京V10、燕京U8 PLUS等一系列具有鲜明特色、符合市场需求的新产品。燕京U8上市两年来，以40万吨、超8亿瓶的年销量成为业内近三年成长速度最快、表现最为亮眼的大单品之一。我们认为，各酒企将会进一步丰富产品结构，布局高端赛道。后续建议持续关注啤酒板块高端化产品出新速度，板块有望保持较高景气度。

软饮预调：“乳+饮”时代，增量有望。据食品板消息，3月12-13日，2023中国饮品创新增长大会在郑州喜来登酒店隆重举行，乳品行业品牌营销专家侯军伟称当前中国乳品行业正在进入到新的增长周期中，从乳业产业链的角度看，上游原奶的供应充足，中游的生产环节产能还没有完全释放，下游的消费正在随着消费升级、消费平移、消费降级而扩大。后续建议关注软饮赛道乳饮复合产品出新、渠道下沉进展情况。

调味品：看好B/C共振下恢复高度。3月我们继续看好商务宴席回补节奏，调味品中B端占比高的公司有望持续受益；复调子行业B端需求复苏井然有序，C端动销良好略超预期。复调行业空间有望受益于大B规模化连锁餐饮及小B标品需求而打开，同时C端消费趋势风已起，看好复调行业在低集中度低渗透率下的成长

机会。

速冻食品：看好行业景气提升。速冻食品及预制菜行业有望继续受益于 B 端餐饮需求恢复以及 C 端家庭消费粘性的形成。考虑到我国人均预制菜消费水平仍较低，我们看好 B/C 端兼有布局、具备规模化产能及渠道优势的龙头企业。

冷冻烘焙：行业需求向上。我们认为终端消费升温将继续带动冷冻烘焙产业链景气提升。商超和餐饮已经逐步成为冷冻烘焙产品应用场景的重要组成部分，冷饮店、家庭烘焙、线上烘焙店等新的烘焙消费业态出现，也进一步丰富了冷冻烘焙产品的应用场景，我们看好冷冻烘焙行业在消费升级下渗透率提升逻辑，行业空间有望迎来持续扩容。

卤制品：格局优化，看好龙头公司内生外延。卤味行业中小企业逐步出清趋势下，行业龙头扩张逻辑顺畅；同时卤制品龙头深耕主业、对外投资，内生外延以延续扩张节奏，龙头份额有望持续提升，进一步强化竞争优势。

休闲零食：消费升级趋势初显，关注个性化产品出新、渠道拓展动能。休闲零食市场增长空间巨大，行业集中度低，存量竞争时代，传统商业模式难以突破瓶颈，同时，原料上涨仓储物流费用增加、流量红利萎缩等问题致使产业模式创新变革。产品端，“个性化”、“差异化”需求初显，健康、安全、消费升级需求高涨。渠道端，当前零食行业渠道变革进入白热期，以盐津铺子为例，公司初期与 KA 形成稳定共赢的合作关系，2021 年下半年开始与平价零食专营品牌联手实现快速放量，目前公司重点突围电商、直播、社区团购等渠道。后续建议关注零食赛道个性化新品出新速度和渠道拓展动能。

1.2 投资建议

白酒：建议关注四条主线：1) 复苏趋势明显，确定性较强：古井贡酒、迎驾贡酒、今世缘、洋河股份等；2) 品牌效应显著，全年稳中有进：贵州茅台、五粮液、泸州老窖等；3) 经济回暖带动商务和宴席复苏：舍得酒业、酒鬼酒、水井坊、山西汾酒等；4) 经济复苏，公司管理提效：金种子酒、老白干酒等。

啤酒：建议关注产品结构优化趋势明确的青岛啤酒、产品升级与渠道拓展齐发力的重庆啤酒、大单品持续向上的燕京啤酒、高端化进程明确的华润啤酒等。

软饮预调：建议关注全国化扩张稳健的东鹏饮料、渠道精准营销，品类矩阵明朗的百润股份等。

调味品：建议关注收入端随场景修复之后，全年利润端有望同样拐点向上的海天味业、中炬高新、千禾味业等。

速冻食品：建议关注 BC 端兼顾、预制菜发力可期的安井食品，受益春节后团餐宴席需求持续修复的千味央厨等。

冷冻烘焙：建议关注内生改革优势明显的立高食品、成本有望逐季改善的烘焙油脂龙头南侨食品等。

卤制品：建议关注恢复弹性较强、供应链建设完善的绝味食品、门店结构优化空间大的周黑鸭等。

休闲零食：建议关注转型成效显现、业绩进入释放期的盐津铺子、渠道拓展积极的洽洽食品、传统 KA 合作稳健，会员商超推进顺利的甘源食品等。

2 本周市场表现回顾

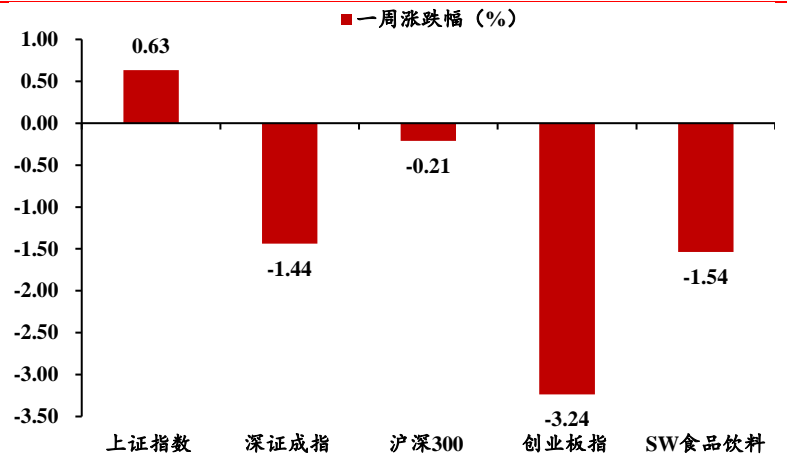
2.1 板块整体指数表现

本周申万食品饮料行业指数下跌 1.54%，相对沪深 300 跑输 1.33 个百分点。沪深 300 下跌 0.21%，上证综指上涨 0.63%，深证成指下跌 1.44%，创业板指下跌 3.24%。

在 31 个申万一级行业中，食品饮料排名第 18。

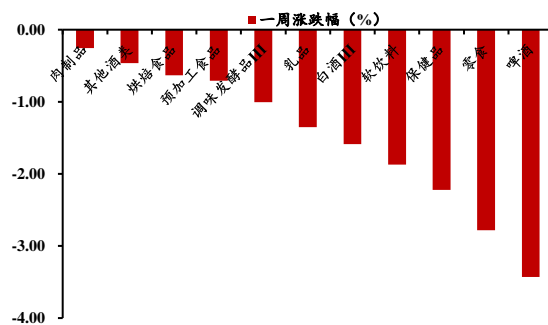
本周申万食品饮料各二级行业中，肉制品下跌 0.26%，其他酒类下跌 0.46%，烘焙食品下跌 0.63%。

图 1：本周市场表现 (%)



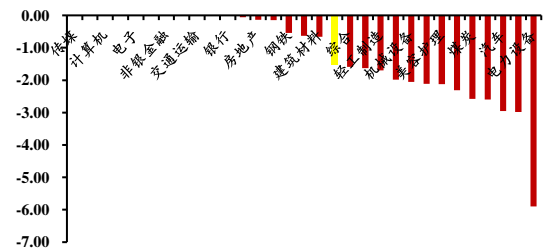
资料来源：Wind，上海证券研究所

图 2：本周食品饮料子行业表现 (%)



资料来源：Wind，上海证券研究所

图 3：本周一级行业表现 (%)



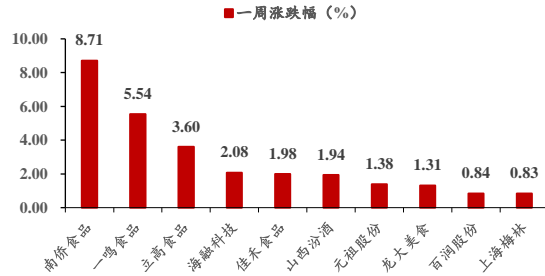
资料来源：Wind，上海证券研究所

2.2 个股行情表现

本周食品饮料行业涨幅排名前三的个股为南侨食品上涨 8.71%、一鸣食品上涨 5.54%、立高食品上涨 3.60%；排名后三的个股为妙

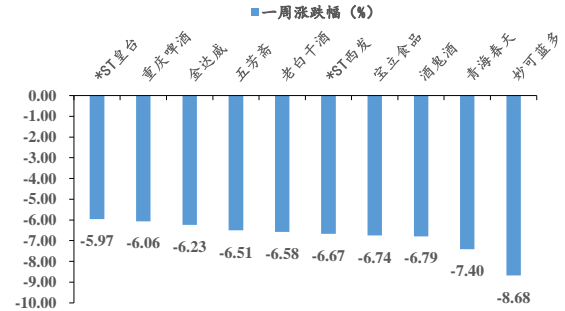
可蓝多下跌 8.68%、青海晴天下跌 7.40%、酒鬼酒下跌 6.79%。

图 4：指数成分股涨幅 TOP10 (%)



资料来源：Wind，上海证券研究所

图 5：指数成分股跌幅 TOP10 (%)



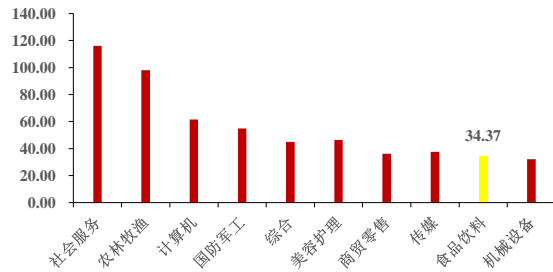
资料来源：Wind，上海证券研究所

2.3 板块及子行业估值水平

截至本周收盘，食品饮料板块整体估值水平在 34.37x，位居申万一级行业第 9。

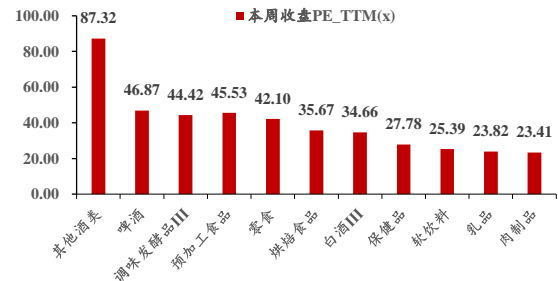
从食品饮料子行业来看，估值排名前三的子行业为其他酒类 87.32x，啤酒 46.87x，调味发酵品 44.42x。

图 6：截至本周收盘 PE_ttm 前十大一级行业



资料来源：Wind，上海证券研究所

图 7：截至本周收盘食品饮料子行业估值水平



资料来源：Wind，上海证券研究所

2.4 陆股通活跃个股表现情况

本周食品饮料行业陆股通持股占比排名前三的个股为洽洽食品 20.17%、伊利股份 16.91%、重庆啤酒 9.31%。

本周食品饮料行业陆股通（外资）持股市值排名前三的个股为贵州茅台 1562.73 亿元、五粮液 489.32 亿元、伊利股份 308.06 亿元。

图 8：本周陆股通持股比例 TOP10

股票名称	本周陆股通持股比例 (%)
洽洽食品	20.17
伊利股份	16.91
重庆啤酒	9.31
桃李面包	8.23
东鹏饮料	7.78
涪陵榨菜	7.60
贵州茅台	7.14
海天味业	7.02
五粮液	6.68
水井坊	6.58

资料来源：Wind，上海证券研究所

图 9：本周外资持有市值 TOP10

股票名称	本周外资持有市值 (亿元)
贵州茅台	1,562.73
五粮液	489.32
伊利股份	308.06
海天味业	243.39
泸州老窖	133.67
山西汾酒	106.30
洋河股份	71.13
重庆啤酒	53.79
洽洽食品	43.53
安井食品	30.32

资料来源：Wind，上海证券研究所

本周陆股通增持前三的个股为老白干酒增持 1.15%、千禾味业增持 0.44%、舍得酒业增持 0.42%；陆股通减持前三的个股为宝立食品减持 0.32%、伊利股份减持 0.29%，妙可蓝多减持 0.27%。

图 10：本周陆股通增减持比例 TOP10 (%)

股票名称	本周陆股通增持比例 (%)	股票名称	本周陆股通减持比例 (%)
老白干酒	1.15	宝立食品	-0.32
千禾味业	0.44	伊利股份	-0.29
舍得酒业	0.42	妙可蓝多	-0.27
重庆啤酒	0.37	山西汾酒	-0.25
盐津铺子	0.36	承德露露	-0.23
上海梅林	0.36	三全食品	-0.21
海南椰岛	0.35	中炬高新	-0.19
安井食品	0.25	安琪酵母	-0.17
立高食品	0.23	李子园	-0.09
甘源食品	0.23	广州酒家	-0.08

资料来源：Wind，上海证券研究所

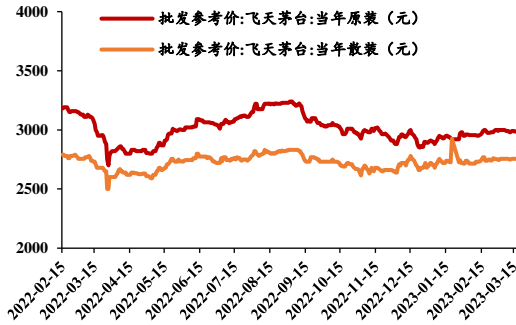
3 行业重要数据跟踪

3.1 白酒板块

根据 wind 信息整理，截至 2023 年 3 月 17 日，飞天茅台当年原装和散装批发参考价分别为 2985 元和 2755 元；五粮液普五（八代）批发参考价为 960 元。

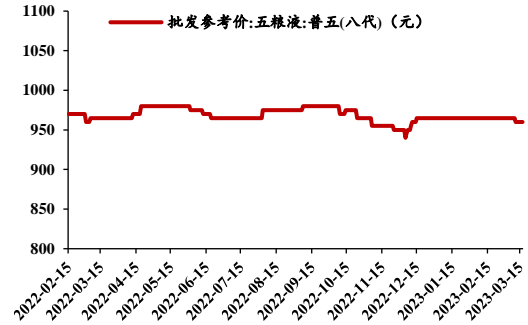
2022 年 12 月，全国白酒产量 74.10 万升，当月同比下降 8.6%。2023 年 2 月全国 36 大中城市日用工业消费品白酒 500ml 左右 52 度高档平均价格 1272.44 元/瓶，白酒 500ml 左右 52 度中低档平均价格 176.83 元/瓶。

图 11: 飞天茅台批价走势



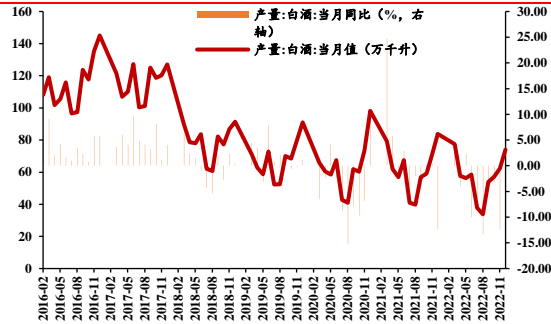
资料来源: Wind, 上海证券研究所

图 12: 五粮液批价走势



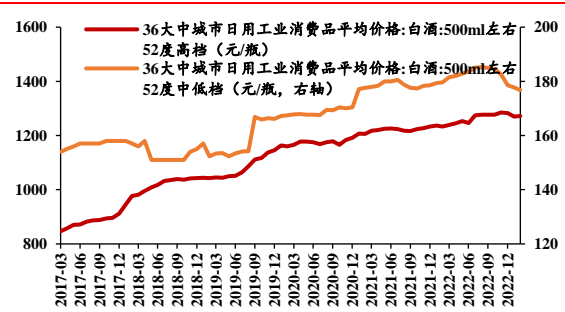
资料来源: Wind, 上海证券研究所

图 13: 白酒产量月度跟踪



资料来源: Wind, 上海证券研究所

图 14: 白酒价格月度跟踪

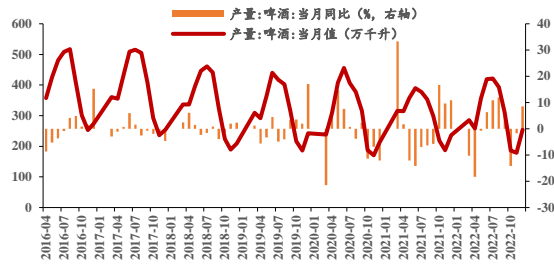


资料来源: Wind, 上海证券研究所

3.2 啤酒板块

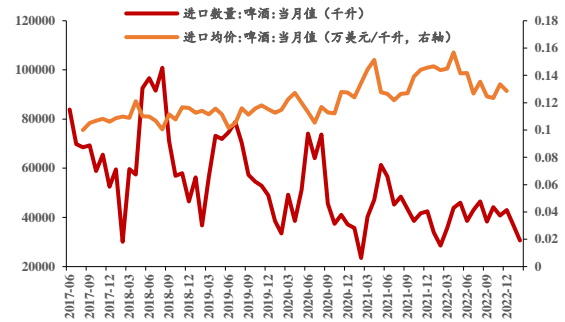
2022年12月, 全国啤酒产量254.30万升, 同比增加8.50%。
2023年2月全国啤酒进口数量3.06万千升。2023年2月全国36大中城市日用工业消费品啤酒罐装350ml左右平均价格4.13元/罐, 啤酒瓶装630ml左右平均价格4.97元/瓶。

图 15: 啤酒月度产量跟踪



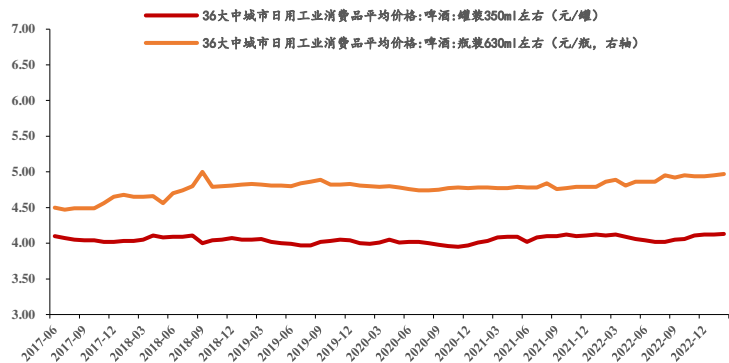
资料来源: Wind, 国家统计局, 上海证券研究所

图 16: 进口啤酒月度量价跟踪



资料来源: Wind, 海关总署, 上海证券研究所

图 17: 国内啤酒平均价格

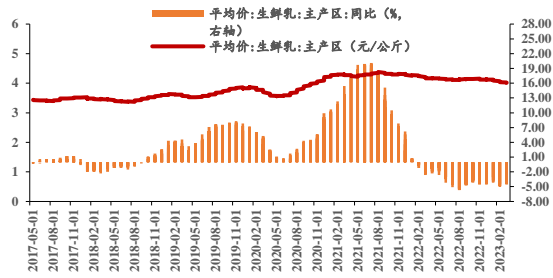


资料来源: Wind, 国家发改委, 上海证券研究所

3.3 乳制品板块

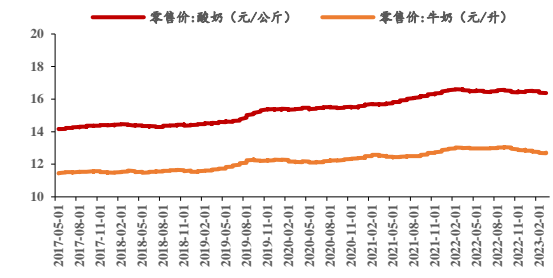
截至 2023 年 3 月 8 日, 全国生鲜乳主产区平均价格 4.01 元/公斤, 同比上周下降 4.50%。截至 2023 年 3 月 10 日, 全国酸奶零售价 16.37 元/公斤, 牛奶零售价 12.71 元/升。截至 2023 年 3 月 10 日, 全国婴幼儿奶粉零售价格 220.47 元/公斤, 国外婴幼儿奶粉零售价格 268.32 元/公斤。

图 18: 生鲜乳价格指数跟踪



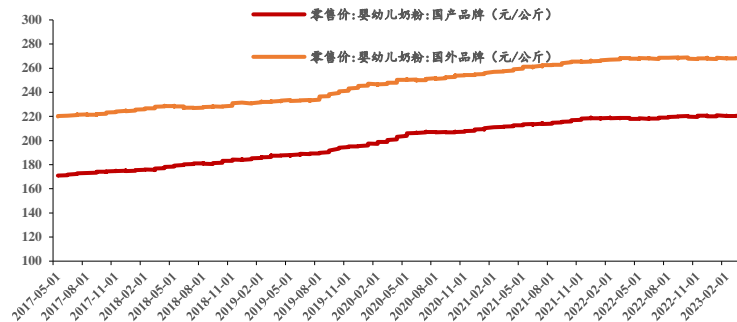
资料来源: Wind, 农业部, 上海证券研究所

图 19: 酸奶及牛奶零售价跟踪



资料来源: Wind, 商务部, 上海证券研究所

图 20: 婴幼儿奶粉价格跟踪



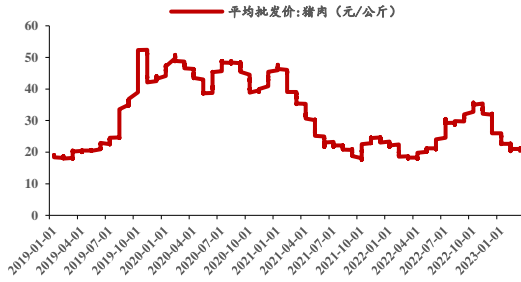
资料来源: Wind, 商务部, 上海证券研究所

4 成本及包材端重要数据跟踪

4.1 肉制品板块

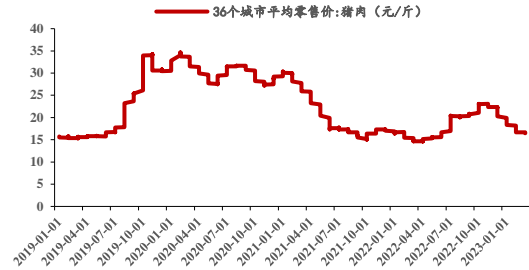
截至 2023 年 3 月 17 日, 全国猪肉平均批发价 20.45 元/公斤;
截至 2023 年 3 月 16 日, 全国 36 个城市猪肉平均零售价 16.45 元/500 克。

图 21: 猪肉平均批发价



资料来源: Wind, 农业部, 上海证券研究所

图 22: 猪肉平均零售价

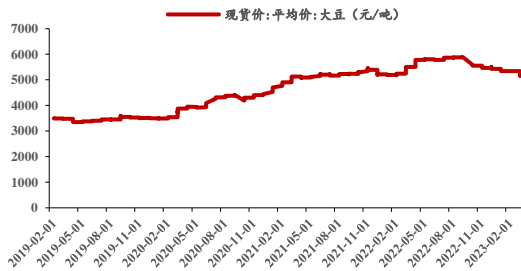


资料来源: Wind, 国家发改委, 上海证券研究所

4.2 大宗原材料及包材相关

截至 2023 年 3 月 17 日, 全国大豆现货平均价格 5197.89 元/吨。截至 2023 年 3 月 10 日, 全国豆粕(粗蛋白含量 $\geq 43\%$)市场价 4235.60 元/吨。截至 2023 年 3 月 17 日, 英国布伦特 Dtd 原油现货价格 72.31 美元/桶。截至 2023 年 3 月 17 日, 全国塑料价格指数 857.86。截至 2023 年 3 月 10 日, 全国瓦楞纸(AA 级 120g)市场价格 3106.70 元/吨。截至 2023 年 3 月 17 日, 我国华东市场箱板纸(130gA 级牛卡纸)市场价格 3450 元/吨。

图 23: 大豆价格跟踪



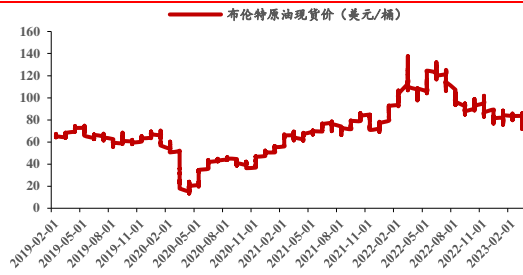
资料来源: Wind, 中国汇易, 上海证券研究所

图 24: 豆粕价格跟踪



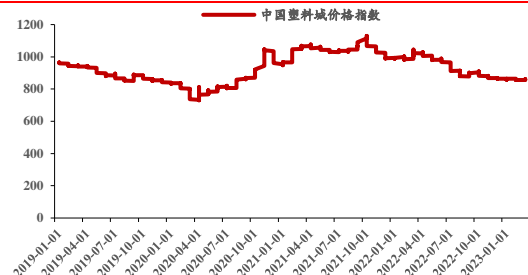
资料来源: Wind, 国家统计局, 上海证券研究所

图 25: 布伦特原油价格跟踪



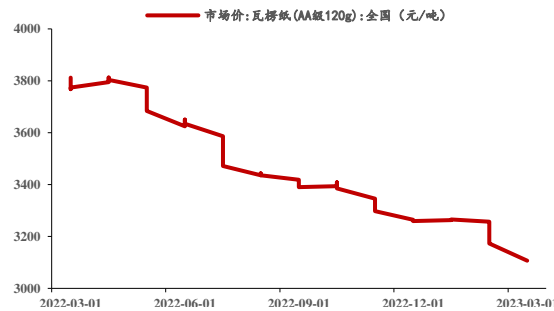
资料来源: Wind, 上海证券研究所

图 26: 塑料价格指数跟踪



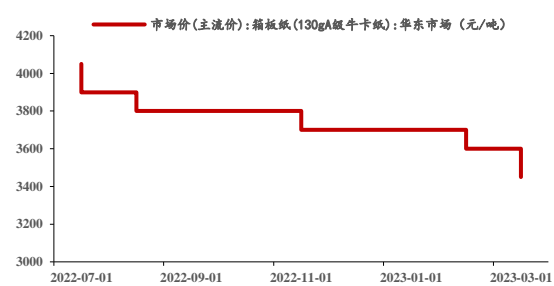
资料来源: Wind, 中塑在线, 上海证券研究所

图 27: 瓦楞纸价格跟踪



资料来源: Wind, 国家统计局, 上海证券研究所

图 28: 箱板纸价格跟踪



资料来源: Wind, 隆众化工, 上海证券研究所

5 上市公司重要公告整理

【今世缘】2022 年度及 2023 年 1 至 2 月主要经营数据公告: 2022 年度, 公司预计实现营业总收入 78.5 亿元左右, 同比增长 23% 左右; 预计实现归属于上市公司股东的净利润 24.8 亿元左右, 同比增长 22% 左右。2023 年 1 至 2 月, 公司实现营业总收入 31 亿元左右, 同比增长 27% 左右; 实现归属于上市公司股东的净利润 11.8 亿元左右, 同比增长 25% 左右。(公告日期: 2023 年 3 月 13 日)

【天味食品】2023 年 1-2 月主要经营数据披露公告: 2023 年 1-2 月公司实现营业收入 48,758 万元左右, 同比增长 21.35% 左右; 实现归属于上市公司股东的净利润 8,220 万元左右, 同比增长 22.68% 左右。(公告日期: 2023 年 3 月 13 日)

【安井食品】2023 年 1-2 月主要经营数据的公告: 2023 年 1 月-2 月期间公司实现营业收入 25.8 亿元左右, 同比增长约 37.4%。(公告日期: 2023 年 3 月 13 日)

【广州酒家】2023 年 1-2 月主要经营数据披露公告: 2023 年
请务必阅读尾页重要声明

1-2月，广州酒家实现营业收入6.43亿元，同比增长12.1%，归属于上市公司股东的净利润5,947.58万元，同比增长33.8%。（公告日期：2023年3月13日）

【口子窖】2023年限制性股票激励计划（草案）：本激励计划拟授予激励对象的限制性股票数量为313.4214万股，约占本激励计划草案公布日公司股本总额60,000.00万股的0.52%。本激励计划授予的激励对象共计58人，包括公司公告本激励计划时在公司任职的高级管理人员、核心管理/技术/业务人员。授予价格为35.16元/股。（公告日期：2023年3月16日）

【岩石股份】2023年员工持股计划（草案）：本次员工持股计划的参与对象为对公司整体业绩和业务发展具有重要作用和影响的公司员工。参加本次员工持股计划的员工总人数不超过86人。本员工持股计划筹集资金总额不超过6,035.00万元，其中公司员工自筹资金不超过3,550.00万元，自筹资金与拟通过融资融券等法律法规允许的方式实现融资资金的比例不超过1:0.7，即金融机构融资金额不超过2,485.00万元。（公告日期：2023年3月16日）

6 行业重要新闻整理

近日消息，国台国标（2018年酿造）上市发布会将于3月15日举办。此次发布会国台将同步举办“挑战舌尖 品味时间——第二届国台国标真实年份酒品鉴节”，联动全国31个城市，在每个城市招募100位国粉品鉴官，盲品从2012年到2017年六个酿造年份的国台国标。（中国酒业协会）

茅台、江南大学在国际期刊联合发文：3月7日，茅台集团联合江南大学共同在国际食品TOP期刊《食品科学与食品安全综述》发表了文章，研究肯定了白酒传统工艺的优势，同时明确了科技创新对提升工艺的重要性，致力于实现让茅台酒生产传承的更加传统，创新的更加现代，推动传统白酒产业朝着绿色、智能、高质、高效的方向发展，为白酒行业科技创新发展作出新的贡献。（酒说）

中粮名庄荟1-2月开店目标达成119%：3月9日，中粮名庄荟酒类融合发展大会暨新品上市发布会在湖南长沙召开。名庄荟携手酒鬼酒现场发布了酒鬼酒苗绣翡翠小酒鬼等馥郁香单品，同时，还宣布了与全球知名葡萄酒生产商干露集团的战略合作。会议透露，名庄荟今年1-2月的新开门店数量达30家，超额完成了119%的预期目标。（中国酒业协会）

“古井贡酒·怀旧版”发布：3月10日，古井贡酒荣获老八大名酒60周年感恩之旅(合肥站)举行。会上，承载古井贡酒老八大名酒荣耀的“古井贡酒·怀旧版”正式面向全国隆重发布。作为一款复刻大单品，“古井贡酒·怀旧版”被确立为古井贡酒全国化战略的塔基产品。(中国酒业协会)

兔茅登录天猫平台：3月16日消息，在天猫搜索“茅台”后即可进入“天猫超市·茅台”专版页面，其中，除了早已为消费者熟知的飞天茅台抢购外，还出现了“兔茅”贵州茅台酒(癸卯兔年)的购买入口。(中国酒业协会)

郎酒考察团到访口子窖：3月15日，郎酒考察团一行到访口子酒业，口子酒业从制曲到酿造，从产品到博物馆，向郎酒考察团进行了详尽的介绍，双方就共同做大兼香市场达成共识。(中国酒业协会)

7 风险提示

宏观经济下行风险；食品安全问题；市场竞争加剧；提价不及预期。

分析师声明

作者具有中国证券业协会授予的证券投资咨询资格或相当的专业胜任能力，以勤勉尽责的职业态度，独立、客观地出具本报告，并保证报告采用的信息均来自合规渠道，力求清晰、准确地反映作者的研究观点，结论不受任何第三方的授意或影响。此外，作者薪酬的任何部分不与本报告中的具体推荐意见或观点直接或间接相关。

公司业务资格说明

本公司具备证券投资咨询业务资格。

投资评级体系与评级定义

股票投资评级：	分析师给出下列评级中的其中一项代表其根据公司基本面及（或）估值预期以报告日起 6 个月内公司股价相对于同期市场基准指数表现的看法。
买入	股价表现将强于基准指数 20%以上
增持	股价表现将强于基准指数 5-20%
中性	股价表现将介于基准指数±5%之间
减持	股价表现将弱于基准指数 5%以上
无评级	由于我们无法获取必要的资料，或者公司面临无法预见结果的重大不确定性事件，或者其他原因，致使我们无法给出明确的投资评级
行业投资评级：	分析师给出下列评级中的其中一项代表其根据行业历史基本面及（或）估值对所研究行业以报告日起 12 个月内的基本面和行业指数相对于同期市场基准指数表现的看法。
增持	行业基本面看好，相对表现优于同期基准指数
中性	行业基本面稳定，相对表现与同期基准指数持平
减持	行业基本面看淡，相对表现弱于同期基准指数
相关证券市场基准指数说明：A 股市场以沪深 300 指数为基准；港股市场以恒生指数为基准；美股市场以标普 500 或纳斯达克综合指数为基准。	

投资评级说明：

不同证券研究机构采用不同的评级术语及评级标准，投资者应区分不同机构在相同评级名称下的定义差异。本评级体系采用的是相对评级体系。投资者买卖证券的决定取决于个人的实际情况。投资者应阅读整篇报告，以获取比较完整的观点与信息，投资者不应以分析师的投资评级取代个人的分析与判断。

免责声明

本报告仅供上海证券有限责任公司(以下简称“本公司”)的客户使用。本公司不会因接收人收到本报告而视其为客户。

本报告版权归本公司所有，本公司对本报告保留一切权利。未经书面授权，任何机构和个人均不得对本报告进行任何形式的发布、复制、引用或转载。如经过本公司同意引用、刊发的，须注明出处为上海证券有限责任公司研究所，且不得对本报告进行有悖原意的引用、删节和修改。

在法律许可的情况下，本公司或其关联机构可能会持有报告中涉及的公司所发行的证券或期权并进行交易，也可能为这些公司提供或争取提供多种金融服务。

本报告的信息来源于已公开的资料，本公司对该等信息的准确性、完整性或可靠性不作任何保证。本报告所载的资料、意见和推测仅反映本公司于发布本报告当日的判断，本报告所指的证券或投资标的的价格、价值或投资收入可升可跌。过往表现不应作为日后的表现依据。在不同时期，本公司可发出与本报告所载资料、意见或推测不一致的报告。本公司不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，本公司对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，投资者应当自行关注相应的更新或修改。

本报告中的内容和意见仅供参考，并不构成客户私人咨询建议。在任何情况下，本公司、本公司员工或关联机构不承诺投资者一定获利，不与投资者分享投资收益，也不对任何人因使用本报告中的任何内容所引致的任何损失负责，投资者据此做出的任何投资决策与本公司、本公司员工或关联机构无关。

市场有风险，投资需谨慎。投资者不应将本报告作为投资决策的唯一参考因素，也不应当认为本报告可以取代自己的判断。