

# 社零超预期，复苏空间仍在

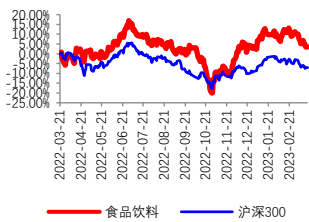
——食品饮料行业周报（2023/3/13-2023/3/17）

## 首席证券分析师：

丰毅 S0630522030001  
fengyi@longone.com.cn

## 证券分析师：

任晓帆 S0630522070001  
rxf@longone.com.cn



## 相关研究

1. 食品饮料行业周报：景气向上，抓确定性-2.28
2. 食品饮料行业周报：稳步修复，持续向好-02.21
3. 食品饮料行业周报：茅台增持，行业向好-2.13
2. 食品饮料行业周报：行业持续修复，继续向好-02.06
3. 食品饮料行业周报：春节消费势能强，看好消费复苏-01.30

## 投资要点：

- **市场表现：（1）食品饮料板块：**本周食品饮料板块较上周收盘下跌1.54%，较上证综指下跌2.17pct，较沪深300指数下跌1.33pct，在31个申万一级板块中排名18位。**（2）细分板块：**本周子板块悉数下跌，啤酒、软饮料和休闲食品跌幅居前，分别下跌为3.43%、1.87%和1.61%。本周各板块PE（TTM）多数下跌。年初至今，子板块涨跌不一，仅啤酒和白酒板块上涨，其余均下跌。**（3）个股方面：**本周涨幅前三名为南侨食品、一鸣食品和山西汾酒，分别上涨8.7%、5.5%和1.9%。跌幅前三为ST通葡、妙可蓝多和青海春天，分别下跌10.7%、8.7%和7.4%。
- **社零超预期，线下乐观，可选表现较强，必选、地产后周期、线上仍有空间。**随着疫情政策优化，在1月初仍存疫情二次冲击外，今年以来消费场景持续复苏，并延续至春节后。整体复苏以餐饮场景复苏为茅，其次传导至商超、购物中心等整个线下全面复苏。品类上，可选弹性明显好于必选及地产后周期；渠道上，线上因基数及春节错峰、线下回归等因素，明显弱于线下的强劲势头。目前来看，消费复苏终点尚远，Q2低基数效应下，消费趋势望继续向上。**①本月社零同比高于预期：**受益疫情政策优化后消费场景复苏，2023年1-2月社零同比增速为3.5%（+5.3pct），高于市场预期2.9%。**②本月社零相比2019CAGR环比上涨。**去除掉疫情对社零的干扰因素，2023年1-2月较2019年同期CAGR达4.1%，较上月提升2.6pct。**③线上、线下当月同比均上涨，线上复苏弱于线下：**受春节2023年1-2月网上商品和服务零售额累计同比达6.2%，较上月提升2.2pct，1-2月网上实物零售额累计同比增长5.3%，较上月下跌0.9pct。推算2023年1-2月线下社零当月同比为3%，较上月环比提升9.4pct，复苏明显。**④分品类看，可选复苏好于必选：**可选恢复明显好于必选，必选整体维持高位，其中受春节餐饮、聚会、送礼等消费场景恢复影响，烟酒、日用品表现较好，地产后周期恢复相对弱于可选及必选。
- **白酒：口子窖股权激励出台，继续看好白酒复苏。**行业方面，目前白酒板块基本面动销的表现正在从两端（高端宴请送礼、低端自饮场景）向中端（次高端宴席场景）演绎；随着淡季部分龙头控货开始，短期正在从量增转向价驱，而价格成为高端、次高端长线发展核心。**公司方面，**本周口子窖发布股权激励草案，在新品发布的背景下，叠加地域品牌较强、产品口碑较好，渠道拓展空间较大，看好公司未来表现。**建议关注贵州茅台、五粮液、山西汾酒、口子窖、古井贡酒、洋河股份、迎驾贡酒等。**
- **非白酒食饮：关注零食、益生菌、速冻及预制菜。（1）零食贝塔明确，逻辑持续验证，继续关注。**短线来看，零食专营店迅速扩张成为核心预期，但十年来消费渠道变革导致的白牌及渠道型龙头崛起带来的替代空间（类似于海外的生产型龙头对渠道型龙头、白牌产品替代）才是零食长线逻辑的核心。在此背景下，大单品型生产型龙头替代、集中度提升逻辑鲜明（劲仔食品、洽洽食品、卫龙），多品类型生产型龙头未来空间巨大（甘源食品、盐津铺子、劲仔食品）。**（2）关注益生菌渗透率提升机遇。**基于国内健康需求（需求侧）、食饮企业宣传需求（供给侧），海内外人种群不同等原因，C端、B端益生菌长期渗透趋势明确，行业快速增长。基于较强研发优势、新兴消费场景空间较大，关注科拓生物。**（3）关注速冻及预制菜长期趋势。**因便利性、标准化刚需、地域保护（较远区域需重新建厂建渠道），结合冷链物流运力提升，B端渗透率提升长期趋势不可逆。较低的教育成本叠加短期成本回落，C端盈利稳健。预制菜板块投入产出比高于其他新消费行业，目前仍处初期，重点关注。关注安井食品、绝味食品、味知香、干味央厨、立高食品等。

- **投资建议：**重点关注白酒公司有贵州茅台、山西汾酒、古井贡酒、洋河股份、迎驾贡酒、口子窖等；重点关注的非白酒公司有盐津铺子、劲仔食品、甘源食品、科拓生物、安井食品、味知香、干味央厨等。
- **风险提示：**疫情影响；原材料价格的影响；竞争加剧的影响；消费需求的影响。

## 正文目录

1. 本周观点：社零超预期，复苏空间仍在 .....	5
2. 重点公司盈利预测 .....	5
3. 本周消费行业：子板块悉数下跌.....	6
4. 消费趋势及相关数据：2月CPI回升.....	9
5. 主要食品饮料价格：白酒价格稳定.....	12
5.1. 白酒：环比小幅下跌 .....	12
5.2. 乳制品：生鲜乳价格环比下跌.....	13
6. 食饮原材料及包材运费：涨跌不一 .....	14
6.1. 食饮原材料：同比涨跌不一.....	14
6.2. 食饮包材及运费：国外运费指数环比上涨 .....	15
7. 核心行业及公司动态 .....	16
7.1. 核心公司动态.....	16
7.2. 行业动态.....	16
8. 投资建议 .....	17
9. 风险提示 .....	17

## 图表目录

图 1 本周板块涨跌幅 .....	7
图 2 本周板块 PE ( TTM ) 变化趋势 .....	7
图 3 2023 年内至今涨跌幅 .....	7
图 4 本周涨跌幅居前股票 .....	8
图 5 近期整体社会消费品零售总额 .....	10
图 6 近两个月分行业社零同比增速对比 .....	10
图 7 居民消费价格指数同比变化 .....	10
图 8 消费者信心指数 .....	10
图 9 工业企业利润总额同比变化趋势 .....	11
图 10 百城住宅价格指数 .....	11
图 11 商品房销售面积 ( 住宅 ) .....	11
图 12 居民人均可支配收入 .....	11
图 13 原箱飞天茅台出厂价及批价 .....	12
图 14 普五出厂价及批价 .....	12
图 15 国窖 1573 出厂价及批价 .....	13
图 16 生鲜乳市场价变化趋势 .....	13
图 17 酸奶零售价变化趋势 .....	13
图 18 牛奶零售价变化趋势 .....	14
表 1 重点公司盈利预测 .....	5
表 2 社零数据细分小类增速比较 .....	9
表 3 本周白酒价格 .....	12
表 4 本周乳制品价格 .....	13
表 5 主要食饮原材料本周价格 .....	14
表 6 主要食饮包材及运费本周价格 .....	15
表 7 核心公司动态 .....	16
表 8 行业核心动态 .....	16

## 1.本周观点：社零超预期，复苏空间仍在

社零超预期，线下乐观，可选表现较强，必选、地产后周期、线上仍有空间。随着疫情政策优化，在1月初仍存疫情二次冲击外，今年以来消费场景持续复苏，并延续至春节后。整体复苏以餐饮场景复苏为茅，其次传导至商超、购物中心等整个线下全面复苏。品类上，可选弹性明显好于必选及地产后周期；渠道上，线上因基数及春节错峰、线下回归等因素，明显弱于线下的强劲势头。目前来看，消费复苏终点尚远，Q2低基数效应下，消费趋势望继续向上。①**本月社零同比高于预期**：受益疫情政策优化后消费场景复苏，2023年1-2月社零同比增速为3.5% (+5.3pct)，高于市场预期2.9%。②**本月社零相比2019CAGR 环比上涨**。去除掉疫情对社零的干扰因素，2023年1-2月较2019年同期CAGR达4.1%，较上月提升2.6pct。③**线上、线下当月同比均上涨，线上复苏弱于线下**：受春节2023年1-2月网上商品和服务零售额累计同比达6.2%，较上月提升2.2pct，1-2月网上实物零售额累计同比增长5.3%，较上月下跌0.9pct。推算2023年1-2月线下社零当月同比为3%，较上月环比提升9.4pct，复苏明显。④**分品类看，可选复苏好于必选**：可选恢复明显好于必选，必选整体维持高位，其中受春节餐饮、聚会、送礼等消费场景恢复影响，烟酒、日用品表现较好，地产后周期恢复相对弱于可选及必选。

**白酒：口子窖股权激励出台，继续看好白酒复苏。**行业方面，目前白酒板块基本面动销的表现正在从两端（高端宴请送礼、低端自饮场景）向中端（次高端宴席场景）演绎；随着淡季部分龙头控货开始，短期正在从量增转向价驱，而价格成为高端、次高端长线发展核心。公司方面，本周口子窖发布股权激励草案，在新品发布的背景下，叠加地域品牌较强、产品口碑较好，渠道拓展空间较大，看好公司未来表现。**建议关注贵州茅台、五粮液、山西汾酒、口子窖、古井贡酒、洋河股份、迎驾贡酒等。**

**非白酒食饮：关注零食、益生菌、速冻及预制菜。**（1）**零食贝塔明确，逻辑持续验证，继续关注。**短线来看，零食专营店迅速扩张成为核心预期，但十年来消费渠道变革导致的白牌及渠道型龙头崛起带来的替代空间（类似于海外的生产型龙头对渠道型龙头、白牌产品替代）才是零食长线逻辑的核心。在此背景下，大单品型生产型龙头替代、集中度提升逻辑鲜明（劲仔食品、洽洽食品、卫龙），多品类型生产型龙头未来空间巨大（甘源食品、盐津铺子、劲仔食品）。（2）**关注益生菌渗透率提升机遇。**基于国内健康需求（需求侧）、食饮企业宣传需求（供给侧），海内外人种菌群不同等原因，C端、B端益生菌长期渗透趋势明确，行业快速增长。基于较强研发优势、新兴消费场景空间较大，关注科拓生物。（3）**关注速冻及预制菜长期趋势。**因便利性、标准化刚需、地域保护（较远区域需重新建厂建渠道），结合冷链物流运力提升，B端渗透率提升长期趋势不可逆。较低的教育成本叠加短期成本回落，C端盈利稳健。预制菜板块投入产出比高于其他新消费行业，目前仍处初期，重点关注。关注安井食品、绝味食品、味知香、干味央厨、立高食品等。

## 2.重点公司盈利预测

表1 重点公司盈利预测

证券简称	总市值(亿元)	营收增速			归母净利润增速			归母净利润(亿元)			PE		
		2021A	2022E	2023E	2021A	2022E	2023E	2021A	2022E	2023E	2021A	2022E	2023E
贵州茅台	21,883	12%	16%	16%	12%	19%	17%	525	625	733	42	35	30
五粮液	7,317	16%	15%	14%	17%	15%	16%	234	269	312	37	27	23
泸州老窖	3,470	24%	22%	21%	32%	28%	25%	80	102	127	47	34	27
山西汾酒	3,260	43%	34%	27%	73%	47%	30%	53	78	102	73	42	32

酒鬼酒	417	87%	41%	30%	82%	32%	29%	9	12	15	77	35	27
舍得酒业	583	84%	40%	31%	114%	24%	28%	12	15	20	61	38	29
古井贡酒	1,213	29%	22%	20%	24%	32%	27%	23	30	38	56	40	32
洋河股份	2,404	20%	20%	18%	0%	28%	21%	75	96	116	33	25	21
今世缘	740	25%	24%	22%	30%	23%	25%	20	25	31	34	30	24
口子窖	414	25%	18%	17%	35%	2%	16%	17	18	20	25	23	20
迎驾贡酒	509	33%	26%	22%	45%	27%	24%	14	18	22	40	29	23
伊利股份	1,847	14%	16%	12%	23%	8%	18%	87	94	111	30	20	17
妙可蓝多	157	57%	46%	32%	161%	57%	84%	2	2	4	187	65	35
青岛啤酒	1,226	9%	9%	8%	43%	11%	20%	32	35	42	43	35	29
珠江啤酒	187	7%	8%	7%	7%	0%	19%	6	6	7	33	31	26
华润啤酒	1,761	6%	10%	8%	119%	-8%	28%	46	42	54	37	42	33
百润股份	416	35%	26%	25%	24%	-29%	51%	7	5	7	67	88	58
东鹏饮料	763	41%	25%	24%	47%	19%	30%	12	14	18	61	54	42
海天味业	3,465	10%	12%	14%	4%	1%	18%	67	68	80	66	51	43
味知香	73	23%	22%	24%	6%	12%	30%	1	1	2	72	49	38
千味央厨	63	35%	25%	25%	16%	14%	34%	1	1	1	57	62	46
安井食品	468	33%	27%	24%	13%	57%	28%	7	11	14	61	44	34

资料来源: ifind 一致性预期, 东海证券研究所

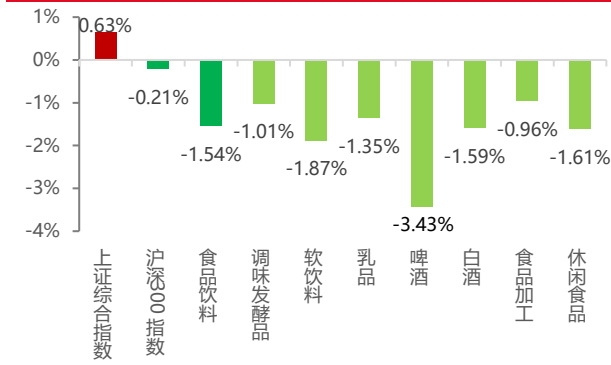
注: 数据截至 20230319

### 3.本周消费行业: 子板块悉数下跌

(1) **食品饮料板块**: 本周食品饮料板块较上周收盘下跌 1.54%, 较上证综指下跌 2.17pct, 较沪深 300 指数下跌 1.33pct, 在 31 个申万一级板块中排名 18 位。

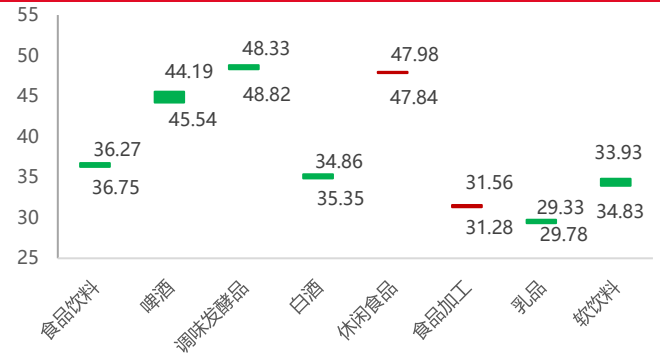
(2) **细分板块**: 本周子板块悉数下跌, 啤酒、软饮料和休闲食品跌幅居前, 分别下跌为 3.43%、1.87%和 1.61%。本周各板块 PE (TTM) 多数下跌。年初至今, 子板块涨跌不一, 仅啤酒和白酒上涨, 其余均下跌。

图1 本周板块涨跌幅



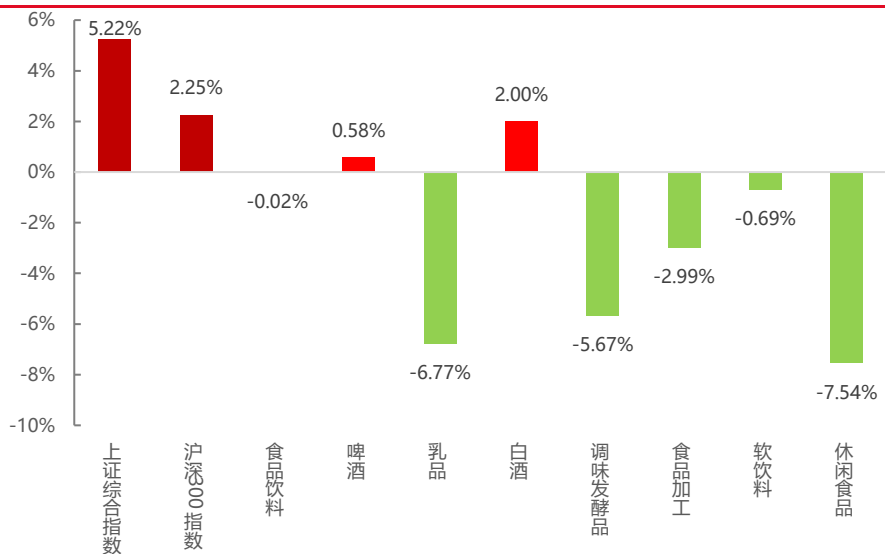
资料来源: ifind, 东海证券研究所

图2 本周板块 PE ( TTM ) 变化趋势



资料来源: ifind, 东海证券研究所

图3 2023 年内至今涨跌幅



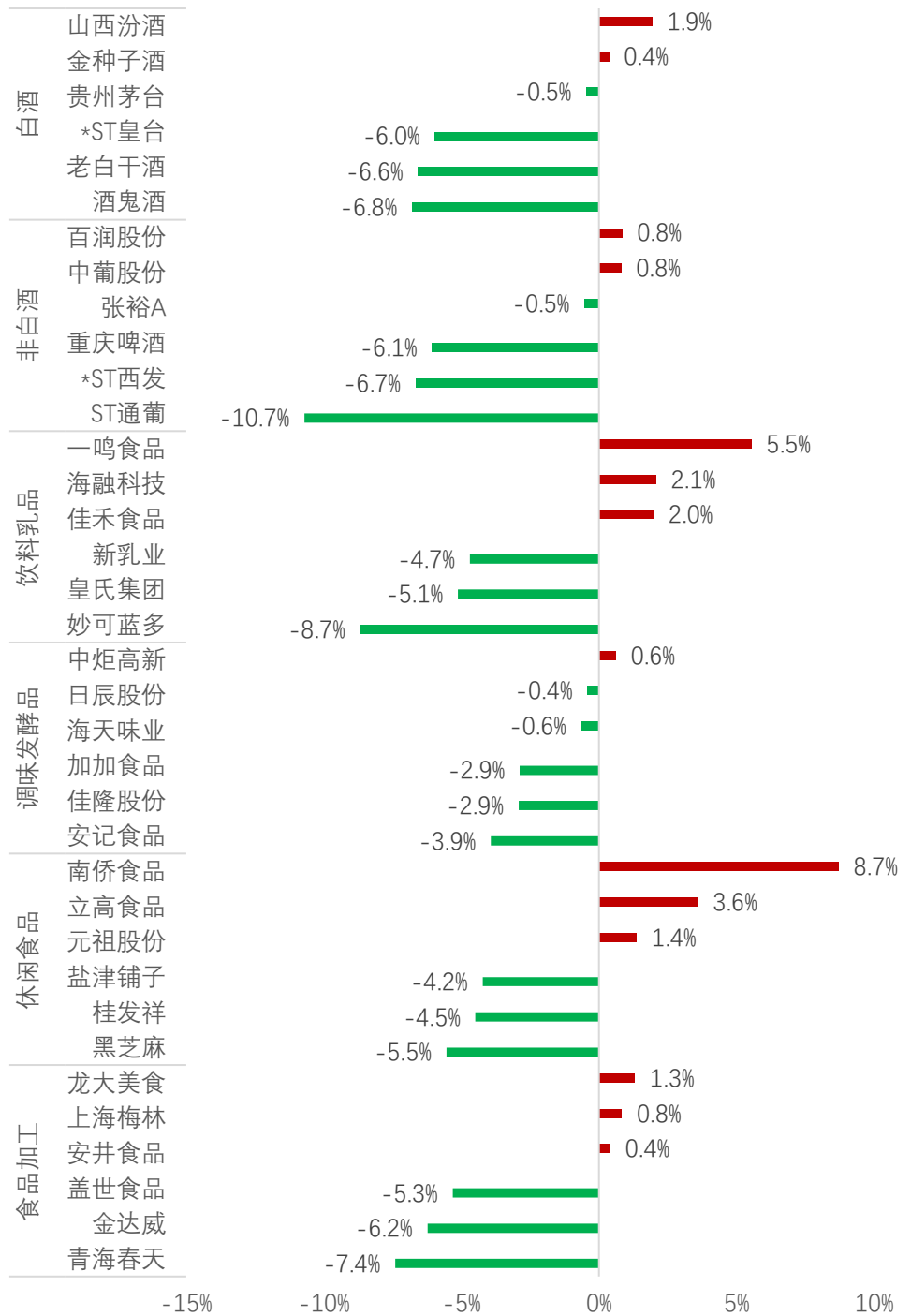
资料来源: ifind, 东海证券研究所

(3) 个股方面:

白酒板块山西汾酒和金种子酒涨幅居前, 为 1.9%和 0.4%, 酒鬼酒、老白干酒和\*ST 皇台跌幅居前, 为-6.8%、-6.6%和-6.0%。

非白酒板块百润股份和中葡股份涨幅居前, 均为 0.8%, ST 通葡跌幅居前, 为-10.7%。饮料乳品板块一鸣食品涨幅居前, 为 5.5%, 妙可蓝多跌幅居前, 为-8.7%。调味发酵品板块中炬高新涨幅居前, 为 0.6%, 安记食品跌幅居前, 为-3.9%。休闲食品板块南侨食品涨幅居前, 为 8.7%, 黑芝麻跌幅居前, 为-5.5%。食品加工板块龙大美食涨幅居前, 为 1.3%, 青海春天跌幅居前, 跌幅为-7.4%。

图4 本周涨跌幅居前股票



资料来源: ifind, 东海证券研究所



## 4.消费趋势及相关数据：2月CPI回升

### (1) 社会消费品零售总额

2023年1-2月社零同比增长3.5%（环比上涨5.3pct），强于市场预期2.9%。城镇乡村增速均大幅上升。城镇社零同比增速为3.4%，较上月环比上涨5.2pct，乡村社零同比增速达4.5%，较上月环比上涨5.8pct。

### (2) 居民消费价格指数：

2023年2月份整体居民消费价格指数同比上升1.0%，同比增速环比下降1.1pct。各分项价格指数中，衣着、医疗保健环比上升0.2pct，居住环比不变，生活用品及服务下跌0.2pct，教育文化和娱乐下跌1.2pct，交通和通信环比下跌1.9pct，食品烟酒环比下跌2.6pct。

(3) 消费者信心指数：2023年1月份消费者信心指数91.2，较2022年12月小幅上涨2.9pct。

(4) 工业企业利润总额：2022年12月份工业企业利润总额6858.9亿元，同比下跌6.57%，跌幅收窄。

(5) 百城住宅价格指数：2023年2月份一线城市百城住宅价格指数环比上涨0.01%，二线城市百城住宅价格指数环比不变，三线城市百城住宅价格指数环比下跌0.04%。

(6) 住宅商品房销售面积：2023年2月累计同比下降0.6%，降幅收窄26.2pct。

(7) 人均可支配收入：2022年全国居民人均可支配收入36883元，同比名义增长5%，扣除价格因素，实际增长2.9%。

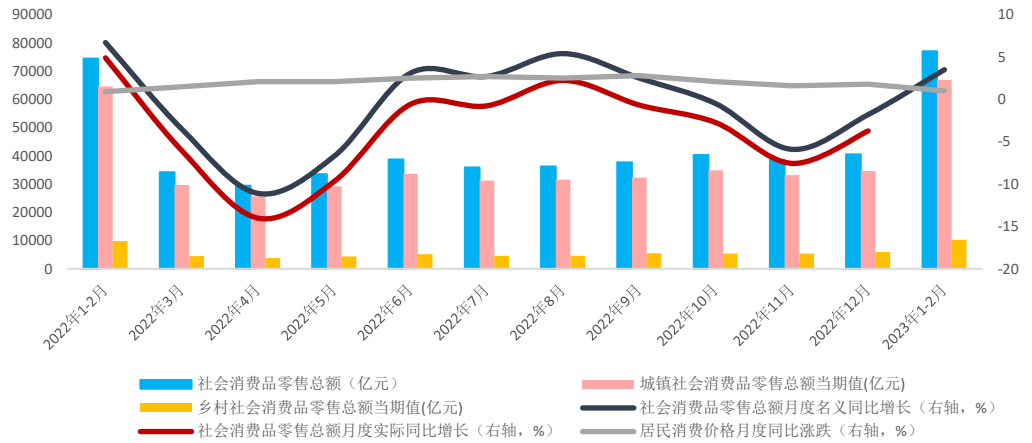
**表2 社零数据细分小类增速比较**

大类	小类	1-2月同比增速 (%)	12月同比增速 (%)	增速环比改善 (pct)	2023年1-2月对比 2019CAGR (%)	2022年12月对比 2019CAGR (%)
必选消费	粮油、食品类	9	10.5	-1.5	9.4	10.0
	饮料类	5.2	5.5	-0.3	13.4	11.6
	烟酒类	6.1	-7.3	13.4	10	6.2
	日用品类	3.9	-9.2	13.1	9.7	5.2
可选消费	服装鞋帽、 针、纺织品类	5.4	-12.5	17.9	3	-3.9
	化妆品类	3.8	-19.3	23.1	7.6	-3.4
	金银珠宝类	5.9	-18.4	24.3	10.3	-3.1
	体育、娱乐用 品类	-	-	-	-	-
地产后周 期类	汽车类	-9.4	4.6	-14.0	1.3	1.0
	家用电器和音 响器材类	-1.9	-13.1	11.2	2.6	-3.2
	建筑及装潢材 料类	-0.9	-8.9	8.0	2.8	3.4
	家具类	5.2	-5.8	11.0	1.1	-2.9
其他类	通讯器材类	-8.2	-4.5	-3.7	7.7	5.0
	石油及制品类	10.9	-2.9	13.8	5.8	2.9

中西药品类	19.3	39.8	-20.5	10.7	19.7
文化办公用品类	-1.1	-0.3	-0.8	8.5	5.5

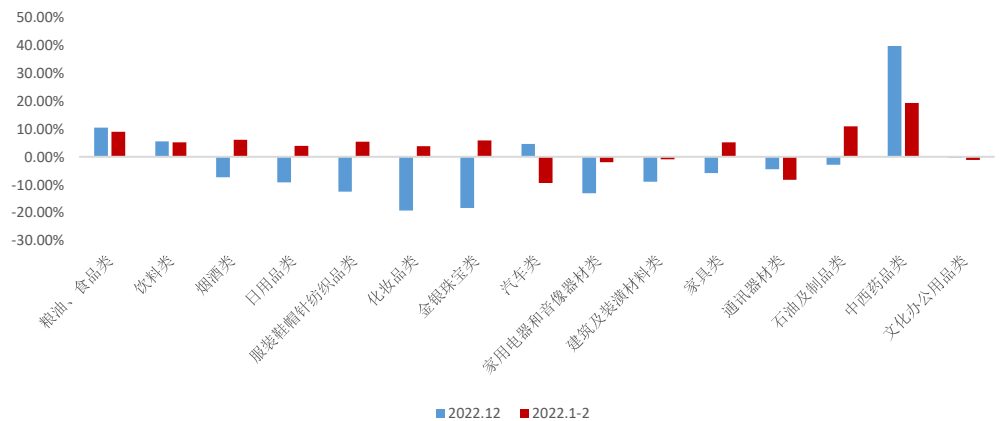
资料来源: wind, 东海证券研究所

图5 近期整体社会消费品零售总额



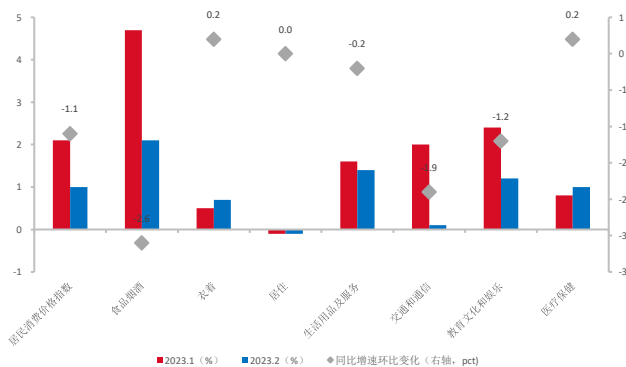
资料来源: 国家统计局, 东海证券研究所

图6 近两个月分行业社零同比增速对比



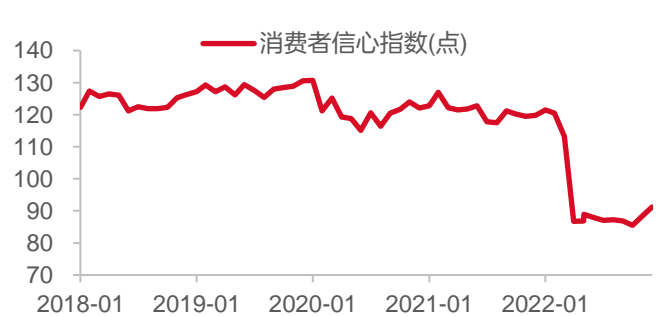
资料来源: 国家统计局, 东海证券研究所

图7 居民消费价格指数同比变化



资料来源: wind, 东海证券研究所

图8 消费者信心指数



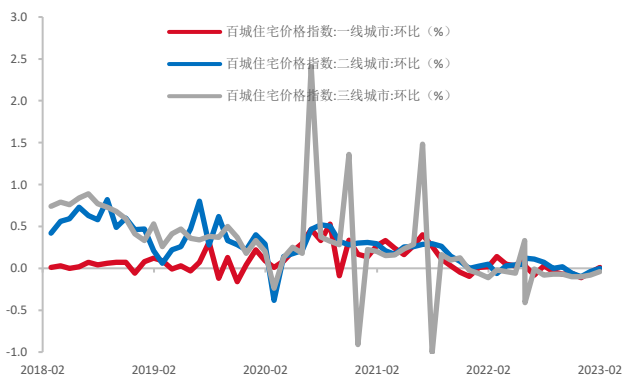
资料来源: wind, 东海证券研究所

图9 工业企业利润总额同比变化趋势



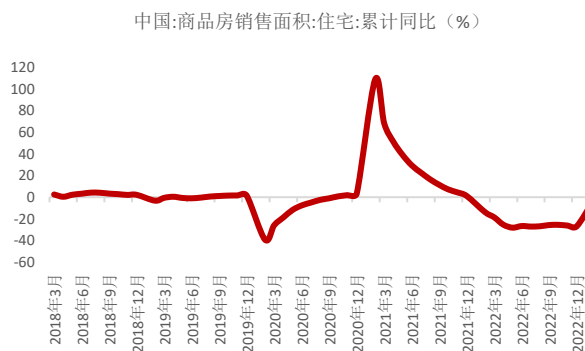
资料来源：国家统计局，东海证券研究所

图10 百城住宅价格指数



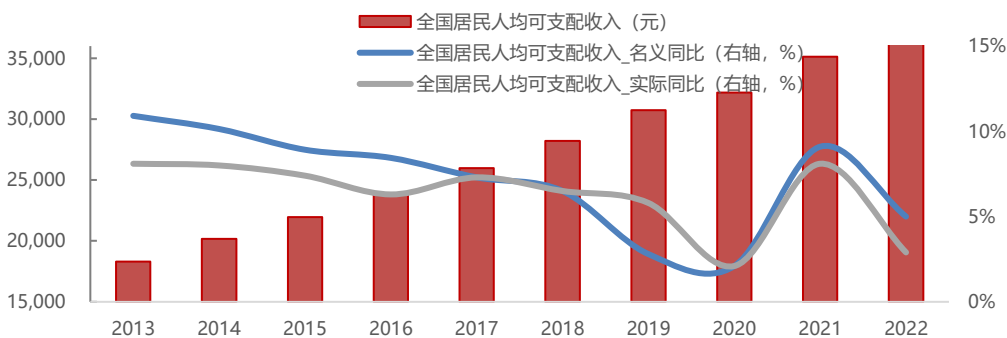
资料来源：wind，东海证券研究所

图11 商品房销售面积（住宅）



资料来源：wind，东海证券研究所

图12 居民人均可支配收入



资料来源：国家统计局，东海证券研究所

## 5.主要食品饮料价格：白酒价格稳定

### 5.1.白酒：环比小幅下跌

#### (1) 茅台：

散瓶飞天茅台批价本周最后一日报 2770 元，周均价 2770 元，较上周环比下跌 0.36%，较去年同期上涨 1.12%。原箱飞天茅台批价本周最后一日报 3040 元，周均价 3039 元，较上周环比下跌 0.84%，较去年同期下降 1.66%。

#### (2) 五粮液：

普五批价本周最后一日报 960 元，周均价 960 元，较上周环比下跌 0.52%，较去年同期下跌 0.52%。

#### (3) 泸州老窖：

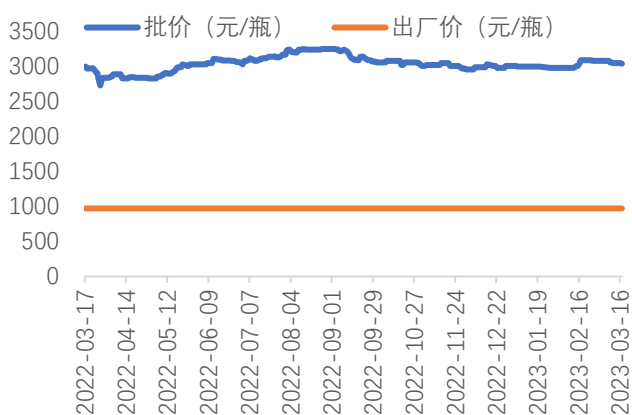
国窖 1573 批价本周最后一日报 900 元，周均价 900 元，较上周环比不变，较去年同期下降 2.17%。

表3 本周白酒价格

商品名称	本周最后一日 价格(元)	周均价 (元)	去年同期价格 (元)	同比增速	上周均价 (元)	环比增 速
批发价_茅台飞天系列_飞天(2021)(53%vol 500ml)_散瓶	2770	2770	2739	1.12%	2,780	-0.36%
批发价_茅台飞天系列_飞天(2021)(53%vol 500ml)_原箱	3040	3039	3090	-1.66%	3,064	-0.84%
批发价_五粮液系列_普五(八代)(52%vol 500ml)	960	960	965	-0.52%	965	-0.52%
批发价_泸州老窖系列_国窖 1573(52%vol 500ml)	900	900	920	-2.17%	900	0.00%

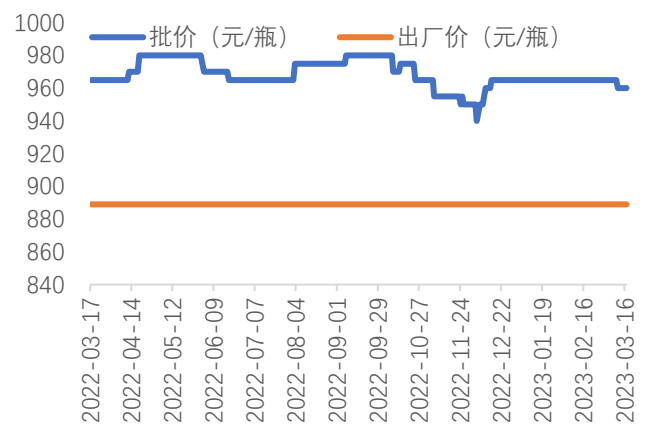
资料来源：萝卜投资，东海证券研究所

图13 原箱飞天茅台出厂价及批价



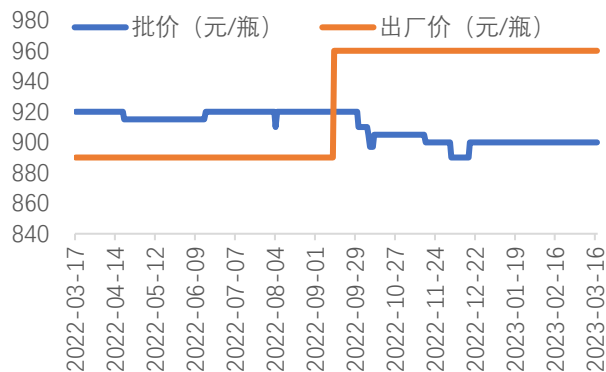
资料来源：萝卜投资，东海证券研究所

图14 普五出厂价及批价



资料来源：萝卜投资，东海证券研究所

图15 国窖 1573 出厂价及批价



资料来源：萝卜投资，东海证券研究所

## 5.2.乳制品：生鲜乳价格环比下跌

本周生鲜乳价格环比下跌。

(1) 生鲜乳市场价 4.01 元/公斤，价格较上周下跌 0.25%，去年同期 4.20 元/公斤，同比下降 4.52%。

(2) 酸奶零售价 16.37 元/公斤，价格较上周环比下跌 0.06%，去年同期 16.61 元/公斤，同比下降 1.44%。

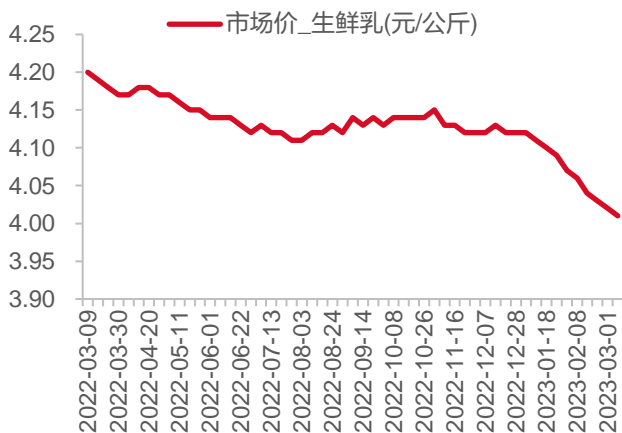
(3) 牛奶零售价 12.71 元/升，价格较上周环比上涨 0.24%，去年同期 13.01 元/升，同比下降 2.31%。

表4 本周乳制品价格

	本周最后一日	去年同期	同比	上周	环比
市场价_生鲜乳(元/公斤)	4.01	4.20	-4.52%	4.02	-0.25%
国内现货价格_零售价_酸奶(元/公斤)	16.37	16.61	-1.44%	16.38	-0.06%
国内现货价格_零售价_牛奶(元/升)	12.71	13.01	-2.31%	12.68	0.24%

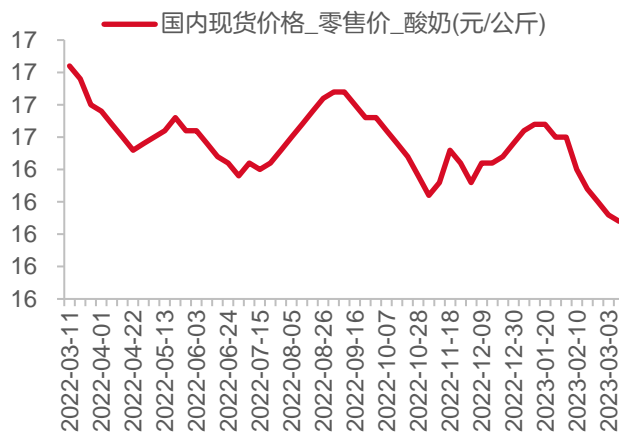
资料来源：ifind，东海证券研究所

图16 生鲜乳市场价变化趋势



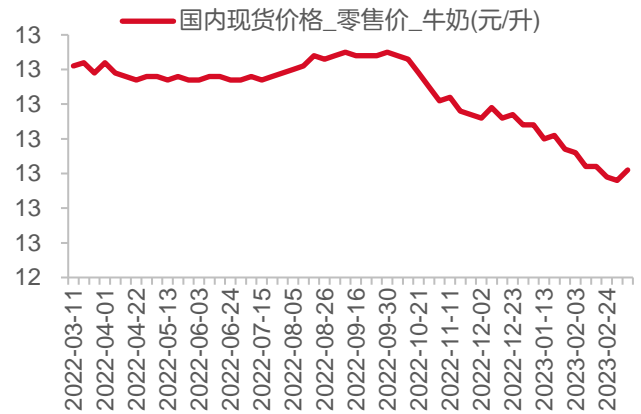
资料来源：wind，东海证券研究所

图17 酸奶零售价变化趋势



资料来源：wind，东海证券研究所

图18 牛奶零售价变化趋势



资料来源: wind, 东海证券研究所

## 6. 食品饮料原材料及包材运费：涨跌不一

### 6.1. 食品饮料原材料：同比涨跌不一

#### (1) 肉类原材料方面：生猪价格环比下跌

36个城市猪肉平均零售价本周最后一日价格为16.42元/斤，周均价16.47元/斤，环比下跌1.13%，同比上涨10.48%。生猪交易市场成交均价、周均价15.17元/公斤，环比下跌3.13%，同比上涨27.59%。牛肉平均批发价本周最后一日为76.90元/公斤，周均价77.05元/公斤，环比下跌0.34%，同比下跌0.99%。白条鸡平均批发价本周最后一日为18.35元/公斤，周均价18.41元/公斤，环比下跌0.27%，同比上涨6.69%。

#### (2) 大宗商品方面：多数下跌

大豆本周最后一日5352元/吨，周均价5352元/吨，环比下跌0.13%，同比下跌3.05%。棕榈油期货结算价（活跃合约），本周最后一日7784元/吨，周均价7804元/吨，环比下跌4.29%，同比下跌33.02%。豆油期货结算价（活跃），本周最后一日8170元/吨，周均价8356元/吨，环比下跌7.26%，同比下跌21.79%。大麦现货全国均价本周最后一日2880元/吨，周均价2898元/吨，环比下跌1.25%，同比下跌0.24%。小麦现货全国均价本周最后一日3109元/吨，周均价3115元/吨，环比下跌0.43%，同比下跌3.16%。

表5 主要食品饮料原材料本周价格

指标名称	本周最后一日价	周均价	去年同期价格	同比	上周	环比
36个城市平均零售价:猪肉(元/500g)	16.42	16.47	14.86	10.48%	16.61	-1.13%
生猪交易市场:成交均价(元/公斤)	15.17	15.17	11.89	27.59%	15.66	-3.13%
平均批发价:牛肉(元/公斤)	76.90	77.05	77.67	-0.99%	77.17	-0.34%
平均批发价:白条鸡(元/公斤)	18.35	18.41	17.20	6.69%	18.40	-0.27%
市场价:大豆:黄豆:全国(元/吨)	5352	5352	5520	-3.05%	5359	-0.13%

期货结算价(活跃合约):棕榈油(元/吨)	7784	7804	11621	-33.02%	8133	-4.29%
期货结算价(活跃):豆油(元/吨)	8170	8356	10447	-21.79%	8810	-7.26%
现货价:大麦:全国均价(元/吨)	2880	2898	2887	-0.24%	2917	-1.25%
现货价:小麦:全国均价(元/吨)	3109	3115	3211	-3.16%	3123	-0.43%

资料来源: ifind, 萝卜投资, 东海证券研究所

## 6.2. 食品饮料及运费: 国外运费指数环比上涨

### (1) 食品饮料方面: 多数下跌

铝锭市场价 18493 元/吨, 周均价 18493 元/吨, 环比下跌 0.05%, 同比下跌 18.90%。PET 出厂价最后一日 7500 元/吨, 周均价 7520 元/吨, 环比下跌 1.06%, 同比下降 10.5%。瓦楞纸出厂均价最后一日 3860 元/吨, 周均价 3860 元/吨, 环比不变, 同比下降 10.02%。玻璃期货结算价(活跃合约)最后一日 1554 元/吨, 周均价 1599 元/吨, 环比下跌 1.52%, 同比下跌 19.90%。

### (2) 物流运费指数方面: 环比多数上涨

中国公路物流指数, 本周最后一日 1026 点, 环比下跌 2.57%, 同比上涨 2.29%。巴拿马型运费指数(BPI), 本周最后一日 1723, 环比上涨 7.26%, 同比下降 42.27%。波罗的海运费指数干散货(BDI), 本周最后一日 1535 点, 环比上涨 14.79%, 同比下降 42.35%。好望角型运费指数(BCI), 本周最后一日 1913 点, 环比上涨 23.32%, 同比下降 29.26%。

表6 主要食品饮料及运费本周价格

指标名称	本周最后一日	周均值	去年同期	同比	上周	环比
市场价:铝锭:A00:全国(元/吨)	18493	18493	22802	-18.90%	18502	-0.05%
出厂价:PET(PET 瓶片):江苏三房巷(元/吨)	7500	7520	8380	-10.50%	7580	-1.06%
出厂均价:瓦楞纸:玖龙纸业(元/吨)	3860	3860	4290	-10.02%	3860	0.00%
期货结算价(活跃合约):玻璃(元/吨)	1554	1599	1940	-19.90%	1578	-1.52%
中国公路物流运价指数(点)	1026	1026	1003	2.29%	1053	-2.57%
巴拿马型运费指数(BPI)	1723	1732	2984	-42.27%	1606	7.26%
波罗的海运费指数:干散货(BDI)	1535	1550	2663	-42.35%	1337	14.79%
好望角型运费指数(BCI)	1913	1985	2704	-29.26%	1551	23.32%

资料来源: ifind, 东海证券研究所

## 7.核心行业及公司动态

### 7.1.核心公司动态

表7 核心公司动态

日期	公司新闻
3.13	1.【广州酒家】2023年1-2月公司实现营业收入6.43亿元，同比增长12.1%，净利润5947.58万元，同比增长33.8%。 2.【今世缘】2022年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1-2月实现营业总收入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。 3.【安井食品】2023年1-2月期间公司实现营业收入25.8亿元左右，同比增长约37.4%。 4.【莫高股份】拟不低于2115.45万元出售饮马麦芽厂部分固定资产。 5.【南侨食品】2022年营业收入约28.61亿元，同比减少0.4%；归属于上市公司股东的净利润约1.61亿元，同比减少56.41%，扣非后的净利润为1.48亿元。
3.14	1.【安井食品】控股股东国力民生累计减持1%股份。 2.【干味央厨】公司第三届董事会非独立董事叶威先生辞职。
3.15	1.【新乳业】董事会同意投建福州澳牛新厂一期项目。
3.16	1.【金达威】子公司金达威药业改扩建项目取得环评批复。 2.【岩石股份】拟推2023年员工持股计划，筹资总额不超6035万元。 3.【口子窖】拟推313.42万股的2023年限制性股票激励计划，授予价格为35.16元/股。 4.【劲仔食品】股东青岛佳沃累计减持超过1%。
3.17	1.【天佑德酒】聘任郭守明为公司名誉董事长。 2.【华统股份】2月生猪销售收入2.74亿元，同比增长180.87%；鸡销售收入1560.68万元，同比变动155.33%。

资料来源：ifind，东海证券研究所

### 7.2.行业动态

表8 行业核心动态

日期	行业新闻
3.13	1.侯孝海卸任华润酒业法定代表人，魏强接任。 2.茅台集团联合江南大学共同在国际食品期刊发表综述性文章，聚焦传统发酵食品微生物群控制。
3.14	1.3月上旬全国白酒环比价格总指数为99.91，下跌0.09%。 2.兰善锋同志当选燕京啤酒集团工会主席。
3.15	1.1-2月国民经济企稳回升，社零总额同比增长3.5%。 2.雪花啤酒嘉善公司5升装铁金刚啤酒生产线试生产。
3.16	1.青啤研发创新基地项目：对标国际一流标准，打造研发创新高地。 2.韩国海特真露公司TERRA啤酒正式出口日本。
3.17	1.嘉士伯集团成功收购加拿大滑铁卢啤酒公司，并且Jacob Aarup-Andersen将加入嘉士伯担任首席执行官。 2.2023年1-2月四川省啤酒产量49.6万千升，同比增长10.7%。

资料来源：ifind，东海证券研究所



## 8.投资建议

重点关注白酒公司有贵州茅台、山西汾酒、古井贡酒、洋河股份、迎驾贡酒、口子窖等；重点关注的非白酒公司有盐津铺子、劲仔食品、甘源食品、科拓生物、安井食品、味知香、干味央厨等。

## 9.风险提示

**(1) 疫情影响：**目前餐饮等主要消费场景虽恢复明显，甲流等其他疫情因素仍有可能对部分市场产生影响，积极关注。

**(2) 政策影响：**目前政策方向整体积极，以“扩内需”为重点，如果政策变化，仍有可能对整体消费产生系统性影响。

**(3) 原材料价格影响：**疫情情况可能对用工、开工情况产生影响进而进一步影响部分原材料市场价格。

**(4) 竞争加剧的影响：**去年以疫情以来，白酒、食品等部分行业受到需求减少影响，部分品牌竞争有所加剧，集中度有所提升，如果竞争进一步剧烈，可能对部分公司业绩产生实际影响。

**(5) 消费需求的影响：**疫情对部分人群消费力产生了明显影响，仍有可能进一步对未来消费产生继续影响。

## 一、评级说明

	评级	说明
市场指数评级	看多	未来 6 个月内沪深 300 指数上升幅度达到或超过 20%
	看平	未来 6 个月内沪深 300 指数波动幅度在-20%—20%之间
	看空	未来 6 个月内沪深 300 指数下跌幅度达到或超过 20%
行业指数评级	超配	未来 6 个月内行业指数相对强于沪深 300 指数达到或超过 10%
	标配	未来 6 个月内行业指数相对沪深 300 指数在-10%—10%之间
	低配	未来 6 个月内行业指数相对弱于沪深 300 指数达到或超过 10%
公司股票评级	买入	未来 6 个月内股价相对强于沪深 300 指数达到或超过 15%
	增持	未来 6 个月内股价相对强于沪深 300 指数在 5%—15%之间
	中性	未来 6 个月内股价相对沪深 300 指数在-5%—5%之间
	减持	未来 6 个月内股价相对弱于沪深 300 指数 5%—15%之间
	卖出	未来 6 个月内股价相对弱于沪深 300 指数达到或超过 15%

## 二、分析师声明：

本报告署名分析师具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格并注册为证券分析师，具备专业胜任能力，保证以专业严谨的研究方法和分析逻辑，采用合法合规的数据信息，审慎提出研究结论，独立、客观地出具本报告。

本报告中准确反映了署名分析师的个人研究观点和结论，不受任何第三方的授意或影响，其薪酬的任何组成部分无论是在过去、现在及将来，均与其在本报告中所表述的具体建议或观点无任何直接或间接的关系。

署名分析师本人及直系亲属与本报告中涉及的内容不存在任何利益关系。

## 三、免责声明：

本报告基于本公司研究所及研究人员认为合法合规的公开资料或实地调研的资料，但对这些信息的真实性、准确性和完整性不做任何保证。本报告仅反映研究人员个人出具本报告当时的分析和判断，并不代表东海证券股份有限公司，或任何其附属或联营公司的立场，本公司可能发表其他与本报告所载资料不一致及有不同结论的报告。本报告可能因时间等因素的变化而变化从而导致与事实不完全一致，敬请关注本公司就同一主题所出具的相关后续研究报告及评论文章。在法律允许的情况下，本公司的关联机构可能会持有报告中涉及的公司所发行的证券并进行交易，并可能为这些公司正在提供或争取提供多种金融服务。

本报告仅供“东海证券股份有限公司”客户、员工及经本公司许可的机构与个人阅读和参考。在任何情况下，本报告中的信息和意见均不构成对任何机构和个人的投资建议，任何形式的保证证券投资收益或者分担证券投资损失的书面或口头承诺均为无效，本公司亦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任何责任。本公司客户如有任何疑问应当咨询独立财务顾问并独自进行投资判断。

本报告版权归“东海证券股份有限公司”所有，未经本公司书面授权，任何人不得对本报告进行任何形式的翻版、复制、刊登、发表或者引用。

## 四、资质声明：

东海证券股份有限公司是经中国证监会核准的合法证券经营机构，已经具备证券投资咨询业务资格。我们欢迎社会监督并提醒广大投资者，参与证券相关活动应当审慎选择具有相当资质的证券经营机构，注意防范非法证券活动。

### 上海 东海证券研究所

地址：上海市浦东新区东方路1928号 东海证券大厦  
 网址：Http://www.longone.com.cn  
 电话：( 8621 ) 20333619  
 传真：( 8621 ) 50585608  
 邮编：200215

### 北京 东海证券研究所

地址：北京市西三环北路87号国际财经中心D座15F  
 网址：Http://www.longone.com.cn  
 电话：( 8610 ) 59707105  
 传真：( 8610 ) 59707100  
 邮编：100089