

食品饮料行业研究

买入（维持评级）

行业周报

证券研究报告

食品饮料组

分析师：刘宸倩（执业 S1130519110005） 联系人：李本媛
 liuchengqian@gjzq.com.cn libenyuan@gjzq.com.cn

联系人：林晨星
 linchenxing@gjzq.com.cn

联系人：叶韬
 yetao@gjzq.com.cn

如何看待调味品的基本面改善？

周专题：从需求端和成本端看调味品行业修复

疫情期间，B端陷入存量市场，C端内卷竞争加剧。餐饮端主要系消费场景的缺失带来销量下滑，存量市场下竞争趋于白热化；居民端承接餐饮应有量增，但消费力疲软导致消费升级放缓，价增引擎熄火，市场总体有所扩容，但因龙头竞争策略从B向C倾斜，带动C端市场内卷竞争和费投低效。疫后需求回暖遵循场景修复快于消费力的逻辑，以B端场景修复为核心，走出存量竞争泥淖，C端则表现为消费升级重启和内卷程度趋缓。终端动销改善后渠道库存去化，渠道周转率提升叠加信心修复带来潜在的压货空间，支撑板块内公司发货目标的达成。

需求回暖背景下的收入改善，将通过多方途径作用于厂家利润端：（1）产品结构优化拉升毛利率，对应消费力逐渐恢复后向高端的升级趋势；（2）产销提升带来更好的规模效应，解决疫情期间劳动力短缺和销售疲软共同导致的产能利用率不足；（3）行业竞争趋缓后费效比优化，改善前期厂家在存量市场中内卷式竞争出现的费投低效。

成本端来看，疫情期间包括农产品、包材、运费在内的成本出现全面且大幅的上涨。对于调味品企业而言，包括大豆、包材、小麦、食盐、味精等在内的原材料价格快速爬坡带来显著的盈利压力。当前包材价格已于22H2显著回落，但大豆、小麦等核心原材料价格仍有待回归。

投资建议：基础调味品需求受益全餐饮修复，酱油成本核心看大豆，关注业绩释放节奏和其他事件催化。复合调味品C端表现稳健，无需过度担忧；B端仍看好定制餐调高弹性，关注竞争格局改善和新品催化，龙头确定性更强。

子板块观点

白酒：节后动销处于持续恢复的过程中，此前我们也提到需求回暖传导至批价属于“量变引起质变”。普五的批价环比已提升5元，印证了渠道情绪的逐渐转换。目前主流品牌库存均为良性，我们认为当下只是批价上行的起点，复苏的节奏会逐步兑现，带动板块情绪向好。当前板块所处的环境、面临的风险点早已不同往日，板块内多数标的具备安全垫，我们也看好在行业景气期估值的容忍弹性。当前首推确定性、韧性占优的高端酒及性价比区域龙头，关注弹性&成长性逻辑占优的次高端板块以及预期差区域酒。

啤酒：部分酒企披露业绩，好于预期。主要在于费用控制、关厂费用、其他收入、税费计提等扰动。3-4月行业低基数，但考虑青啤2月提前压货影响，预计3月出货增长不一定恢复至21年水平；华润预计Q1销量中个位数以上增长（略好于1-2月），1-2月喜力增速30%以上、次高及以上增速在两位数，纯生、superX有不错的增长。我们持续看好现饮恢复将带来的升级机会，重点推荐华润（喜力超预期、金沙价值重估）。

餐饮链：3月餐饮表现平稳，板块前期需求利好落地。前期1-2月餐饮链公司需求反馈均向好，餐饮修复下动销快于发货，库存压力有所缓释。本周板块暂无催化，走势平稳，反应利好落地。不排除季报业绩超预期可能性，更多关注估值仍具性价比的龙头公司。

休闲食品：小零食年初至今涨幅明显，我们仍持续看好该赛道具备高确定性、高成长性。近期板块略有调整多为非基本面因素，我们认为后续应持续关注新渠道、新产品放量空间，并重视前期超跌机会。

乳制品：3月淡季板块走弱，23年看需求回暖+结构优化持续演绎。预计23年行业需求稳健向好，结构升级重启，竞争趋缓后费率有望稳中有降，奶价预计企稳，龙头演绎净利率提升逻辑。

风险提示

宏观经济下行风险、疫情持续反复风险、区域市场竞争风险、食品安全问题风险。

内容目录

一、周专题及板块观点.....	3
1.1 周专题：从需求和成本看调味品的基本面改善.....	3
1.2 子板块观点更新.....	4
二、本周行情回顾.....	4
三、食品饮料行业数据更新.....	7
四、公司公告与事件汇总.....	9
4.1 公司公告精选.....	9
4.2 行业要闻.....	9
4.3 近期上市公司重要事项.....	10
五、风险提示.....	10

图表目录

图表 1： 本周行情.....	4
图表 2： 周度申万一级行业涨跌幅.....	5
图表 3： 当周食品饮料子板块涨跌幅.....	5
图表 4： 申万食品饮料指数行情.....	5
图表 5： 周度食品饮料板块个股涨跌幅 TOP10.....	5
图表 6： 食品饮料板块沪（深）港通持股金额 TOP20.....	6
图表 7： i 茅台上市至今单品投放量情况（瓶）.....	7
图表 8： 非标茅台及茅台 1935 批价走势（元/瓶）.....	7
图表 9： 白酒月度产量（万千升）及同比（%）.....	8
图表 10： 高端酒批价走势（元/瓶）.....	8
图表 11： 国内主产区生鲜乳平均价（元/公斤）.....	8
图表 12： 中国奶粉月度进口量及同比（万吨，%）.....	8
图表 13： 啤酒月度产量（万千升）及同比（%）.....	9
图表 14： 啤酒进口数量（千升）与均价（美元/千升）.....	9
图表 15： 近期上市公司重要事项.....	10

一、周专题及板块观点

1.1 周专题：从需求和成本看调味品的基本面改善

疫情期间，B端陷入存量市场，C端内卷竞争加剧。餐饮端主要系消费场景的缺失带来销量下滑，存量市场下竞争趋于白热化；居民端承接餐饮应有量增，但消费力疲软导致消费升级放缓，价增引擎熄火，市场总体有所扩容，但因龙头竞争策略从B向C倾斜，带动C端市场内卷竞争和费投低效。

疫后需求回暖遵循场景修复快于消费力的逻辑，以B端场景修复为核心，走出存量竞争泥淖，C端则表现为消费升级重启和内卷程度趋缓。终端动销改善后渠道库存去化，渠道周转率提升叠加信心修复带来潜在的压货空间，支撑板块内公司发货目标的达成。

与此同时，建立在以上需求回暖背景下的收入改善，将通过多方途径作用于厂家利润端：
 (1) 产品结构优化拉升毛利率，对应消费力逐渐恢复后向高端的升级趋势；
 (2) 产销提升带来更好的规模效应，解决疫情期间劳动力短缺和销售疲软共同导致的产能利用率不足；
 (3) 行业竞争趋缓后费效比优化，改善前期厂家在存量市场中内卷式竞争出现的费投低效。

成本则直接影响盈利能力，疫情期间包括农产品、包材、运费在内的成本出现全面且大幅的上涨。对于调味品企业而言，包括大豆、包材、小麦、食盐、味精等在内的原材料价格快速爬坡带来显著的盈利压力。当前包材价格已于22H2显著回落，但大豆、小麦等核心原材料价格仍有待回归。

■ **基础调味品：需求受益全餐饮修复，酱油成本核心看大豆。龙头更具确定性，关注业绩释放节奏和其他事件催化。**

1、海天味业：渠道反馈1-2月动销双位数以上增长，主要为餐饮复苏拉动，公司餐饮占比近六成，充分受益下游回暖。从发货角度来看，因22年H1发货完成度较好，在任务比重接近的前提下，预计23H1较难出现大幅增长，更多弹性留在23H2。结合目前Q1观察到的大豆价格回落情况，23H2有望同时在报表端展现收入弹性和盈利修复。站在目前时点展望，23H1大概率平稳渡过，23H2业绩放量可期。

2、中炬高新：渠道反馈1-2月动销双位数以上增长，主要为C端复苏，餐饮共驱。公司餐饮占比近三成，23年把握餐饮复苏趋势，加快餐饮攻坚步伐。从发货角度来看，公司22年平稳收官，调味品收入+7%，在逆境之中兑现增长潜力；23年预计全年收入提速，并保持良好的季度增长节奏。近期拍卖落地释放利好，中山火炬一致行动人成功竞拍中山润田被强制拍卖的股份（占比1.53%）；公司治理结构愈发明晰，23年内部经营管理和外部市场环境共同趋稳向好，有望持续释放业绩。

3、千禾味业：基本面改善与行业关联度有限，受益消费复苏。零添加事件催化后劲足，1-2月销售仍亮眼，流通渠道铺货顺畅。股权激励高指引加持，全年业绩有保障，动销存在持续超预期可能性。

4、涪陵榨菜：基本面改善与行业关联度有限，受益消费复苏。预计Q1良性增长，22年产品矩阵式发展见效，但榨菜提价消化不良掣肘增长，23年榨菜提价消化为核心工作，借助费用投放和价格带卡位放量，同时继续推进下饭菜、调味菜高增，多元化布局零食和酱类业务，静待动销边际回暖。

■ **复合调味品：C端表现稳健，无需过度担忧；B端仍看好定制餐调高弹性。龙头确定性高，关注竞争格局改善和新品催化。**

1、天味食品：根据公司此前发布的1-2月主要经营数据，预计营业收入/归母净利润均同比增长20%以上，展现出C端较好的经营韧性。此前市场担忧疫情放开后消费者在外就餐较多，而复调偏可选，销量易受损。我们分析天味具备较好表现的原因。1) 改革势能释放，从21H2起，渠道管理依托“优商辅商”模式，经销商合作意愿更强，精细化管理下费用控制得当。2) 经营策略占优，今年仍对小龙虾提前铺市（2月底已经发货至经销商仓库），提前占据优势资源，抢占竞争对手份额。后续仍需关注团餐、季节性大单品及新品放量效果，或存在超预期的可能。

2、颐海国际：结合海底捞的经营表现，预计1-2月B端修复在双位数。C端受发货节奏扰动，1月增速放缓，引发市场担忧；而2月在补货效应和低基数加持下，同比修复至双位数增长。我们认为公司品牌力较强，且渠道管控能力优秀，22年降终端价有助于经销商提高商品周转率，对收入和利润影响较小。近年来关联方占比不断下降，加上自产牛油、底料等预计今年投产，有望提振毛利率水平。后续仍需关注方便速食推新力度、终端售点开拓速度。

1.2 子板块观点更新

■ 白酒

节后动销处于持续恢复的过程中，此前我们也提到需求回暖传导至批价属于“量变引起质变”。普五的批价环比已提升 5 元，印证了渠道情绪的逐渐转换。目前主流品牌库存均为良性，例如普五、国窖在 1 个月多，舍得 2 个月。我们认为当下只是批价上行的起点，复苏的节奏会逐步兑现，带动板块情绪向好。

从 Q1 预期来看，预计收入端：1) 茅五接近 15%，老窖 20%+；2) 汾酒 15-20%，舍得正增，酒鬼下滑双位数以上；3) 洋河小双，古井、今世缘、迎驾在 25%附近，口子 15%。Q2 步入低基数区间，酒企的渠道运作也会更自由；4-5 月是宴席需求释放的集中期，预期底部向好无需悲观。

回溯估值来看，22 年底部茅五沪分别 27/19/23X，汾酒舍得 37/25X，洋河古井 21/34X。目前来看，板块所处的环境、面临的风险点早已不同往日，板块内多数标的具备安全垫，我们也看好在行业景气期估值的容忍弹性。

整体我们建议关注复苏方向的确定性，后期 4 月核心关注产品的批价表现、春糖前后酒企对新品发布等维度的布局。当前首推确定性、韧性占优的高端酒（茅五沪）及性价比区域龙头（如洋河等），关注弹性&成长性逻辑占优的次高端板块（汾酒、舍得、酒鬼等）、以及预期差区域酒（老白干、伊力特）。

■ 啤酒

青啤、华润披露业绩，好于预期，主要在于费用控制、关厂费用、其他收入、税费计提等扰动。3-4 月行业低基数，但考虑青啤 2 月提前压货影响，预计 3 月出货增长不一定恢复至 21 年水平；华润预计 Q1 销量中个位数以上增长（略好于 1-2 月），1-2 月喜力增速 30% 以上、次高及以上增速在两位数，纯生、superX 有不错的增长。我们持续看好现饮恢复将带来的升级机会，重点推荐华润（23 年啤酒业务 30X，喜力超预期、金沙价值重估）。

■ 餐饮链

3 月餐饮表现平稳，板块前期需求利好落地。前期 1-2 月餐饮链公司需求反馈均向好，餐饮修复下动销快于发货，库存压力有所缓释。本周板块暂无催化，走势平稳，反应利好落地。不排除季报业绩超预期可能性，更多关注估值仍具性价比的龙头公司。

■ 休闲食品

小零食一直是我们首推的板块之一，年初至今涨幅明显，我们仍持续看好该赛道具备高确定性、高成长性。近期有所回调主要系 1) 市场对 Q1 业绩兑现度存疑。2) 部分资金切换赛道，容易对小市值股票造成扰动。3) 前期零食专营话题热度攀升，相关公司 22 年业绩亮眼，推动预期和估值抬升，近期略有调整。我们认为基本面稳中向好的背景下，应持续关注新渠道、新产品放量逻辑，并重视前期超跌机会。推荐盐津、甘源；建议关注劲仔、卫龙。

■ 乳制品

3 月淡季板块走弱，23 年看需求回暖+结构优化持续演绎。春节龙头动销回暖，2 月开始步入销售淡季。预计 23 年行业需求稳健向好，结构升级重启，竞争趋缓后费率有望稳中有降，奶价预计企稳，龙头演绎净利率提升逻辑。

二、本周行情回顾

本周（2023.03.20~2023.03.24）食品饮料（申万）指数收于 23423 点（+2.06%）。沪深 300 指数收于 4027 点（+1.72%），上证综指收于 3266 点（+0.46%），深证综指收于 2117 点（+2.75%），创业板指收于 2370 点（+3.34%）。

图表1：本周行情

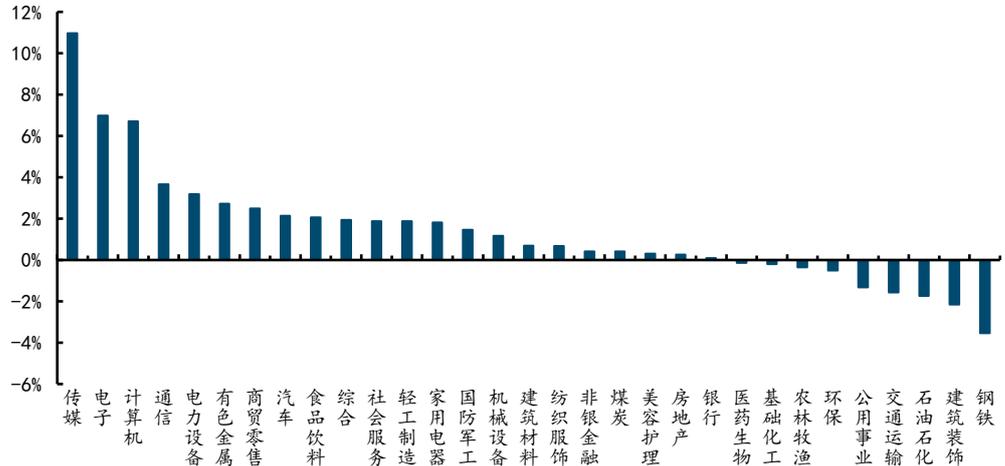
指数	周度收盘价	本周涨跌幅	23 年至今涨跌幅
申万食品饮料指数	23423	2.06%	2.03%
沪深 300	4027	1.72%	4.01%
上证综指	3266	0.46%	5.71%
深证综指	2117	2.75%	7.15%

指数	周度收盘价	本周涨跌幅	23年至今涨跌幅
创业板指	2370	3.34%	1.01%

来源: Wind, 国金证券研究所

从一级行业涨跌幅来看, 周度涨跌幅前三的行业为传媒 (+10.97%)、电子 (+6.99%)、计算机 (+6.71%)。

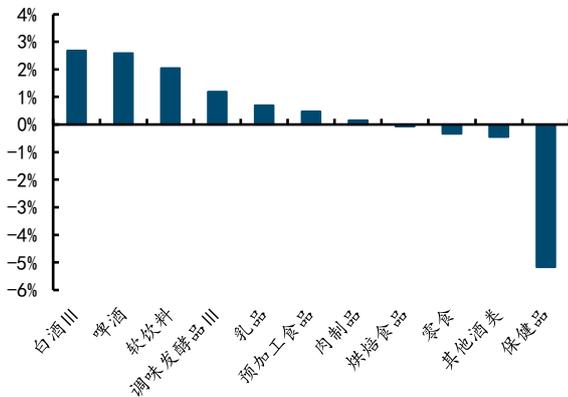
图表2: 周度申万一行业涨跌幅



来源: Wind, 国金证券研究所

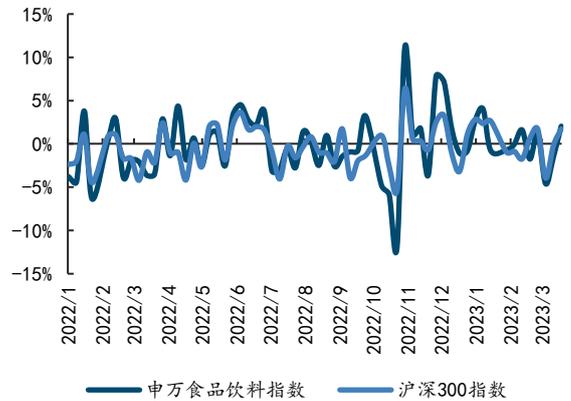
从食品饮料子板块来看, 涨跌幅前三的板块为白酒III (+2.68%)、啤酒 (+2.59%)、软饮料 (+2.04%)。

图表3: 当周食品饮料子板块涨跌幅



来源: Wind, 国金证券研究所

图表4: 申万食品饮料指数行情



来源: Wind, 国金证券研究所

从个股表现来看, 周度涨幅居前的为: 惠泉啤酒 (+10.28%)、百合股份 (+9.04%)、舍得酒业 (+9.02%)、老白干酒 (+7.98%)、欢乐家 (+7.78%) 等; 跌幅居前的为: 汤臣倍健 (-9.30%)、甘源食品 (-5.78%)、麦趣尔 (-5.37%)、仙乐健康 (-5.33%)、一鸣食品 (-5.17%) 等。

图表5: 周度食品饮料板块个股涨跌幅 TOP10

涨幅前十名	涨幅 (%)	跌幅前十名	跌幅 (%)
惠泉啤酒	10.28	汤臣倍健	-9.30
百合股份	9.04	甘源食品	-5.78
舍得酒业	9.02	麦趣尔	-5.37
老白干酒	7.98	仙乐健康	-5.33
欢乐家	7.78	一鸣食品	-5.17

涨幅前十名	涨幅 (%)	跌幅前十名	跌幅 (%)
珠江啤酒	7.68	紫燕食品	-4.64
燕京啤酒	6.82	龙大美食	-4.21
莲花健康	6.49	华统股份	-4.13
海融科技	5.68	日辰股份	-4.02
今世缘	5.43	桃李面包	-3.97

来源: Wind, 国金证券研究所 (注: 周涨跌幅不考虑新股上市首日涨跌幅)

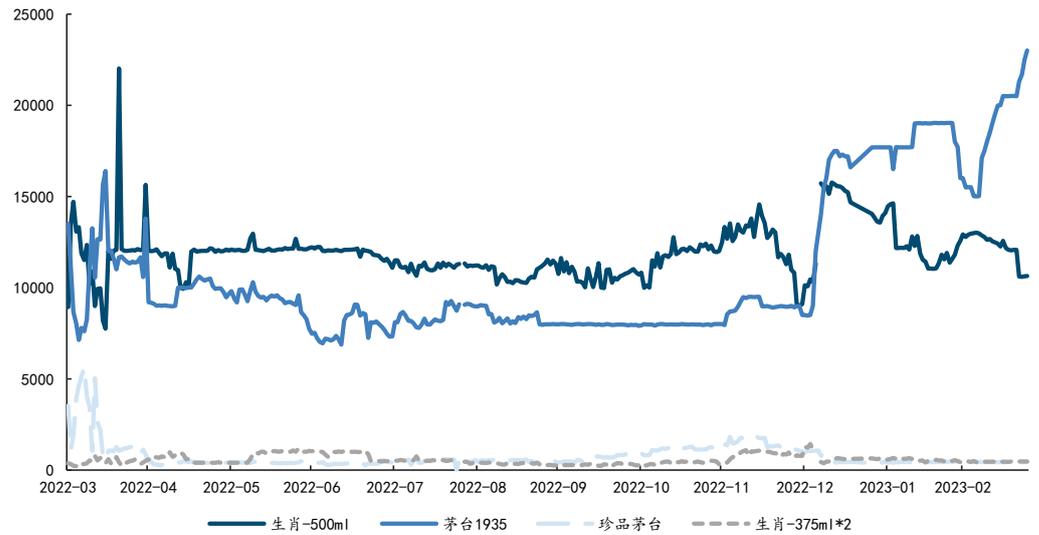
从沪(深)港通持股情况来看, 白酒板块重点公司贵州茅台、五粮液、泸州老窖、山西汾酒在3月24日沪(深)港通持股比例分别为7.18%/6.77%/3.89%/3.17%, 环比+0.04pct/+0.08pct/+0.02pct/-0.09pct; 伊利股份沪港通持股比例为16.65%, 环比-0.26pct; 重庆啤酒沪港通持股比例为9.57%, 环比+0.26pct; 海天味业沪港通持股比例为7.09%, 环比+0.07%。

图表6: 食品饮料板块沪(深)港通持股金额TOP20

股票名称	2023/03/24	2023/03/17	周环比 (%)	持股金额 (亿元)
贵州茅台	7.18	7.14	0.04	1604
五粮液	6.77	6.69	0.08	507
伊利股份	16.65	16.91	-0.26	310
海天味业	7.09	7.02	0.07	246
泸州老窖	3.89	3.87	0.02	141
山西汾酒	3.17	3.26	-0.09	106
洋河股份	3.03	2.97	0.07	75
东鹏饮料	8.03	7.78	0.25	63
青岛啤酒	3.86	3.78	0.08	59
重庆啤酒	9.57	9.31	0.26	54
洽洽食品	20.49	20.18	0.31	44
古井贡酒	2.21	2.16	0.05	32
汤臣倍健	9.21	9.78	-0.58	31
双汇发展	3.35	3.35	0.00	29
安井食品	6.23	6.47	-0.24	29
今世缘	3.22	3.03	0.19	25
水井坊	6.34	6.58	-0.24	24
安琪酵母	5.64	5.49	0.15	20
涪陵榨菜	7.72	7.70	0.02	17
桃李面包	8.36	8.23	0.13	17

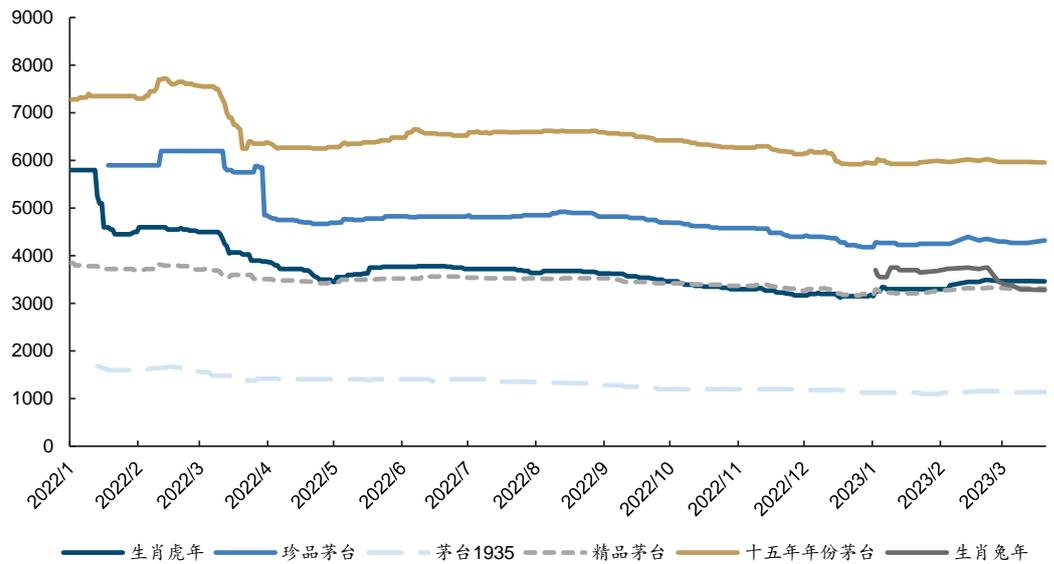
来源: Wind, 国金证券研究所

图表7: i 茅台上市至今单品投放量情况 (瓶)



来源: i 茅台, 国金证券研究所 (注: 数据截至 23 年 3 月 24 日)

图表8: 非标茅台及茅台 1935 批价走势 (元/瓶)



来源: 今日酒价, 国金证券研究所 (注: 数据截至 23 年 3 月 26 日)

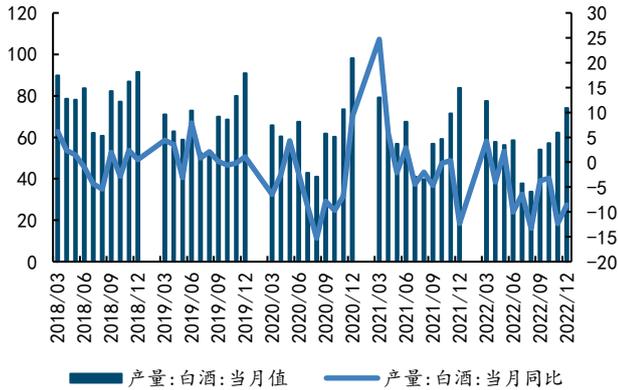
三、食品饮料行业数据更新

■ 白酒板块

2022 年 12 月, 全国白酒产量 74.1 万千升, 同比-8.60%。

据今日酒价, 3 月 25 日, 飞天茅台整箱批 2965 元 (环周-10 元), 散瓶批价 2750 元 (环周-5 元), 普五批价 965 元 (环周+5 元), 高度国窖 1573 批价 900 元 (环周持平)。

图表9: 白酒月度产量(万千升)及同比(%)



图表10: 高端酒批价走势(元/瓶)



来源: Wind, 国金证券研究所 (注: 数据更新至 22 年 12 月)

来源: 今日酒价, 国金证券研究所 (注: 数据更新至 23 年 3 月 25 日)

■ 乳制品板块

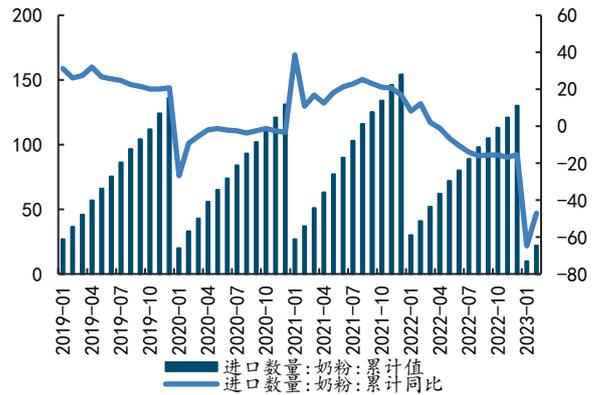
2023 年 3 月 15 日, 我国生鲜乳主产区平均价为 3.99 元/公斤, 同比-4.8%, 环比-0.5%。

2023 年 1~2 月, 我国累计进口奶粉 22 万吨, 累计同比-47.20%; 累计进口金额为 15 亿美元, 累计同比-27.20%。

图表11: 国内主产区生鲜乳平均价(元/公斤)



图表12: 中国奶粉月度进口量及同比(万吨, %)



来源: Wind, 国金证券研究所 (注: 数据更新至 23 年 3 月 15 日)

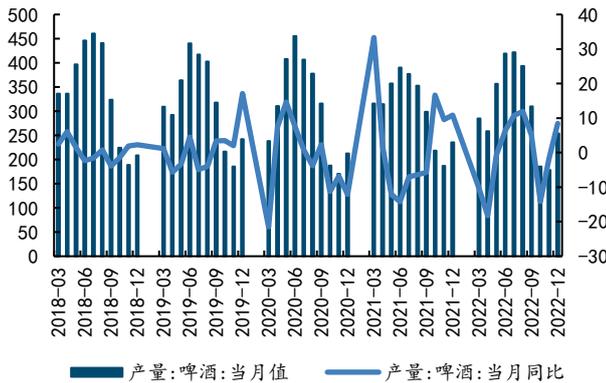
来源: Wind, 国金证券研究所 (注: 数据更新至 23 年 2 月)

■ 啤酒板块

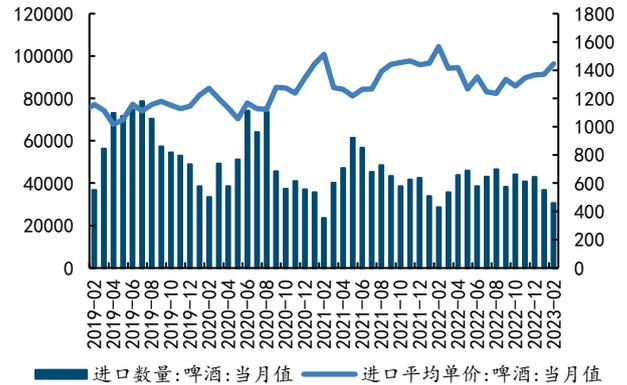
2022 年 12 月, 我国啤酒产量为 254.3 万千升, 同比+8.5%。

2023 年 1~2 月, 我国累计进口啤酒数量为 6.73 万千升, 同比+8.10%。其中 2 月啤酒进口平均单价为 1445.77 美元/千升, 同比-7.80%。

图表13: 啤酒月度产量(万千升)及同比(%)



图表14: 啤酒进口数量(千升)与均价(美元/千升)



来源: Wind, 国金证券研究所(注: 数据更新至22年12月)

来源: Wind, 国金证券研究所(注: 数据更新至23年2月)

四、公司公告与事件汇总

4.1 公司公告精选

【顺鑫农业】3月24日公司发布2022年年度报告。报告期内公司实现营业收入116.78亿元, 归属于上市公司股东的净利润-6.73亿元。

【涪陵榨菜】3月24日公司发布2022年年度报告。报告期内公司实现营业收入25.48亿元。

【良品铺子】3月24日公司发布2022年年度报告。2022年度公司合并报表实现归属于上市公司股东的净利润为3.35亿元, 母公司实现净利润3458.55万元。截至2022年12月31日, 母公司口径期末可供分配利润为人民币3.92亿元。营业收入94.40亿元。

【青岛啤酒】3月23日公司发布2022年年度报告。2022年公司克服市场消费需求波动的不利影响和成本大幅上涨的压力, 累计实现产品销量807.2万千升, 同比增长1.8%; 实现营业收入人民币321.7亿元, 同比增长6.65%; 实现归属于上市公司股东的净利润人民币37.1亿元, 同比增长17.6%; 实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润32.1亿元, 同比增长45.4%。实现了利润增幅高于收入增幅、收入增幅高于销量增幅的良好发展态势。

【桃李面包】3月23日公司发布2022年年度报告。2022年公司营业收入为66.86亿元, 归属于上市公司股东的净利润为6.4亿元。

【妙可蓝多】3月23日公司发布2022年年度报告。2022年, 公司核心业务收入稳健增长, 实现营业收入48.30亿元, 较去年同期增长7.84%, 其中奶酪业务实现收入38.69亿元, 较上年同期增长16.01%。经营业绩保持良好韧性, 市场占有率进一步提升, 稳居行业第一。但受交通物流不畅、原材料价格上涨、竞争加剧、消费疲软等影响, 2022年公司实现归属于上市公司股东的净利润1.35亿元, 较去年同期下降12.32%。

【舍得酒业】3月22日公司发布2022年年度报告。公司2022年度共实现归属于母公司的净利润16.85亿元, 加上截至2021年末留存未分配利润35.39亿元, 扣除2021年度的利润分配2.66亿元, 2022年度可供股东分配的利润合计49.58亿元。

【中炬高新】3月21日公司发布2022年年度报告。公司2022年营业收入53.41亿元, 归属于上市公司股东的净利润-5.92亿元。

【劲仔食品】3月21日公司发布2022年年度报告。公司2022年营业收入14.62亿元, 归属于上市公司股东的净利润1.25亿元。

【光明乳业】3月21日公司发布2022年年度报告。明乳业股份有限公司(母公司)2022年度实现税后利润1.45亿元, 本公司拟按母公司2022年度实现税后利润之8.34%提取法定盈余公积1213.68万元(提取后法定盈余公积余额为6.89亿元, 占本公司注册资本的百分之五十以上), 加年初未分配利润20.51亿元, 可供分配的利润为21.84亿元。

4.2 行业要闻

2023年奶业前沿科技交流暨高质量发展论坛在京召开。2023年以来, 奶业进入了下行调

整的艰难时刻，伴随着国际形势错综复杂、国内经济发展需求急迫等多重压力。会议指出奶业发展面临全产业链挑战，育种仍旧是乳业瓶颈所在等问题，并提出了科技为中国奶业赋能的观点。（中国科学报）

由爱尔兰食品局举办的圣帕特里克日午餐会暨欧洲猪禽肉项目收官活动于北京爱尔兰大使馆顺利落下帷幕。据悉，欧洲猪禽肉项目已进入中国三年。目前，该项目已走过12个城市，参加5次行业展会，并举办了15场贸易商交流会，与500多位行业买家面对面交流，加深行业对欧洲爱尔兰猪肉与欧洲爱尔兰禽肉的了解。同时，项目联手多位不同菜系主厨，将欧洲爱尔兰猪肉与中国特色结合，与40多位美食KOL合作，将美味呈现给大众消费者。项目与100多家媒体合作宣传，获得千万级曝光。据了解，欧盟会定期进行食品标准的审查和更新，这一体系旨在保障食品生产在各个阶段达到卓越水平。除了欧盟严格的法规和标准外，同时也受合规部门监督。（北京商报）

3月23日，由华糖云商、酒说主办的“预见新增长——2023中国酱酒产业大会·仁怀峰会暨贵州产区企业家50人论坛”在贵州仁怀希尔顿欢朋酒店举行，杜建明表示酱酒依然是黄金赛道，坚定信心、抓住结构新机遇很关键！其次对于酱酒未来的发展，杜总具体提出了三个观点：一是坚定酱酒发展信心，坚持高质量发展。二是加强品牌建设，创新营销模式。第三，抓住新机遇，加快新布局。（酒说）

2023年3月中旬全国白酒环比价格总指数为99.99，下跌0.01%。从分类指数看，名酒环比价格指数为99.97，下跌0.03%；地方酒环比价格指数为100.02，上涨0.02%；基酒环比价格指数为100.00，保持稳定。从定基价格指数看，2023年3月上旬全国白酒定基价格指数为110.65，上涨10.65%。其中，名酒定基价格指数为114.53，上涨14.53%；地方酒定基价格指数为105.38，上涨5.38%；基酒定基价格指数为108.26，上涨8.26%。（中国白酒网）

4.3 近期上市公司重要事项

图表15：近期上市公司重要事项

日期	公司	事项
4月6日	金种子酒	2023年第一次临时股东大会
4月6日	仙乐健康	2023年第一次临时股东大会
4月7日	皇氏集团	2023年第二次临时股东大会
4月10日	千味央厨	2023年第一次临时股东大会
4月11日	中炬高新	2022年年度股东大会
4月12日	劲仔食品	2022年年度股东大会
4月12日	光明乳业	2022年年度股东大会
4月12日	好想你	2023年第一次临时股东大会
4月12日	桃李面包	2022年年度股东大会
4月13日	良品铺子	2022年年度股东大会
4月18日	顺鑫农业	2022年年度股东大会
4月18日	维维股份	2022年年度股东大会
4月21日	涪陵榨菜	2022年年度股东大会
4月21日	金徽酒	2022年年度股东大会

来源：Wind，国金证券研究所

五、风险提示

- 宏观经济下行风险——经济增长降速将显著影响整体消费情绪释放节奏；
- 疫情持续反复风险——若国内外疫情不可控将影响经济修复进度；
- 区域市场竞争风险——区域市场竞争态势的改变将影响厂商政策。
- 食品安全问题风险——食品安全问题会对所处行业声誉等造成影响。

行业投资评级的说明：

买入：预期未来 3—6 个月内该行业上涨幅度超过大盘在 15%以上；

增持：预期未来 3—6 个月内该行业上涨幅度超过大盘在 5%—15%；

中性：预期未来 3—6 个月内该行业变动幅度相对大盘在 -5%—5%；

减持：预期未来 3—6 个月内该行业下跌幅度超过大盘在 5%以上。

特别声明：

国金证券股份有限公司经中国证券监督管理委员会批准，已具备证券投资咨询业务资格。

本报告版权归“国金证券股份有限公司”（以下简称“国金证券”）所有，未经事先书面授权，任何机构和个人均不得以任何方式对本报告的任何部分制作任何形式的复制、转发、转载、引用、修改、仿制、刊发，或以任何侵犯本公司版权的其他方式使用。经过书面授权的引用、刊发，需注明出处为“国金证券股份有限公司”，且不得对本报告进行任何有悖原意的删节和修改。

本报告的产生基于国金证券及其研究人员认为可信的公开资料或实地调研资料，但国金证券及其研究人员对这些信息的准确性和完整性不作任何保证。本报告反映撰写研究人员的不同设想、见解及分析方法，故本报告所载观点可能与其他类似研究报告的观点及市场实际情况不一致，国金证券不对使用本报告所包含的材料产生的任何直接或间接损失或与此有关的其他任何损失承担任何责任。且本报告中的资料、意见、预测均反映报告初次公开发布时的判断，在不作事先通知的情况下，可能会随时调整，亦可因使用不同假设和标准、采用不同观点和分析方法而与国金证券其它业务部门、单位或附属机构在制作类似的其他材料时所给出的意见不同或者相反。

本报告仅为参考之用，在任何地区均不应被视为买卖任何证券、金融工具的要约或要约邀请。本报告提及的任何证券或金融工具均可能含有重大的风险，可能不易变卖以及不适合所有投资者。本报告所提及的证券或金融工具的价格、价值及收益可能会受汇率影响而波动。过往的业绩并不能代表未来的表现。

客户应当考虑到国金证券存在可能影响本报告客观性的利益冲突，而不应视本报告为作出投资决策的唯一因素。证券研究报告是用于服务具备专业知识的投资者和投资顾问的专业产品，使用时必须经专业人士进行解读。国金证券建议获取报告人员应考虑本报告的任何意见或建议是否符合其特定状况，以及（若有必要）咨询独立投资顾问。报告本身、报告中的信息或所表达意见也不构成投资、法律、会计或税务的最终操作建议，国金证券不就报告中的内容对最终操作建议做出任何担保，在任何时候均不构成对任何人的个人推荐。

在法律允许的情况下，国金证券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。

本报告并非意图发送、发布给在当地法律或监管规则下不允许向其发送、发布该研究报告的人员。国金证券并不因收件人收到本报告而视其为国金证券的客户。本报告对于收件人而言属高度机密，只有符合条件的收件人才能使用。根据《证券期货投资者适当性管理办法》，本报告仅供国金证券股份有限公司客户中风险评级高于 C3 级（含 C3 级）的投资者使用；本报告所包含的观点及建议并未考虑个别客户的特殊状况、目标或需要，不应被视为对特定客户关于特定证券或金融工具的建议或策略。对于本报告中提及的任何证券或金融工具，本报告的收件人须保持自身的独立判断。使用国金证券研究报告进行投资，遭受任何损失，国金证券不承担相关法律责任。

若国金证券以外的任何机构或个人发送本报告，则由该机构或个人为此发送行为承担全部责任。本报告不构成国金证券向发送本报告机构或个人的收件人提供投资建议，国金证券不为此承担任何责任。

此报告仅限于中国境内使用。国金证券版权所有，保留一切权利。

上海	北京	深圳
电话：021-60753903	电话：010-85950438	电话：0755-83831378
传真：021-61038200	邮箱：researchbj@gjzq.com.cn	传真：0755-83830558
邮箱：researchsh@gjzq.com.cn	邮编：100005	邮箱：researchsz@gjzq.com.cn
邮编：201204	地址：北京市东城区建内大街 26 号	邮编：518000
地址：上海浦东新区芳甸路 1088 号	新闻大厦 8 层南侧	地址：中国深圳市福田区中心四路 1-1 号
紫竹国际大厦 7 楼		嘉里建设广场 T3-2402