



**上海证券**  
SHANGHAI SECURITIES

## 4月积极把握业绩验证期

——食品饮料行业周报 20230320-20230326

### 增持（维持）

行业： 食品饮料  
日期： 2023年03月26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：淡季关注业绩验证与春糖催化，看好高端确定性，地方酒与次高端在分化中寻找机会。**

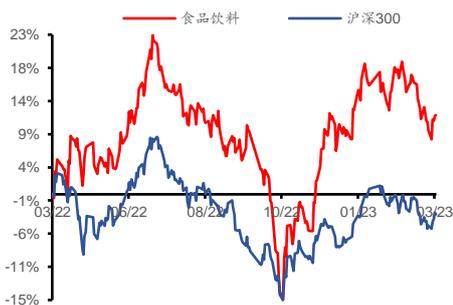
高端酒方面，本周飞天茅台一批价（23年飞天原箱）小幅下滑至2965元，八代普五和国窖1573一批价周内持平保持965元及900元；泸州老窖近日召开经销商大会，阐述重点1：产品端1573大单品贡献收入60%以上，特曲和窖龄酒突破80亿元，2：渠道端，华北和西南两大基地市场已经建成，共有超13个5亿级省区，全国化正持续加速。次高端和地方酒方面，舍得酒业公告2022年营收/归母净利润60.56/16.85亿元，同比增长21.86%/35.31%，公司老酒战略持续推进提升品牌价值，省外市场扩张带动推动全国化进程，复星赋能持续迈向平台化企业；金徽酒公告2022年实现营收/归母净利润20.12/2.80亿元，同比增长12.49%/降低13.73%，公司销售规模扩张，全国化成效显著，公司2023年市场目标预计实现营收/净利润25.00/4.00亿元，分别同比+24.27%/+42.73%。

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得到修复，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。4月业绩期与春糖有望给板块带来催化，同时关注后续的分化表现。当前板块估值水平较为合理，布局性价比较高，建议关注泸州老窖、古井贡酒、山西汾酒等；以及边际改善的酒鬼酒、老白干等。

**啤酒：景气度持续，旺季可期。**本周，青岛啤酒、华润啤酒发布2022年年度报告。青岛啤酒报告期内，公司共实现产品销量807.2万千升；实现营业收入321.7亿元，同比增长6.65%；实现归母净利润37.1亿元，同比增长17.6%，营收、净利双创历史新高。亮眼的业绩表明青啤的数字化、智能化转型成效显著降本增效得以实现。华润啤酒实现营业收入352.6亿元，同比增长5.6%，其中次高端以上产品销量增长12.6%，也带动净利润同比增长32.8%。根据计划，华润啤酒希望在2023年将次高端以上产品的销量占比提升到23%到25%，并希望到2025年，即华润啤酒“3+3+3”发展战略的最后一年，次高端以上销量占比达到30%到35%。我们认为，啤酒板块产品结构升级趋势不变，2022年同期较低的基数叠加成本压力放缓，板块有望在即将到来的旺季备货获得催化。

**软饮预调：重构加速，功能化、高端化趋势显著。**据食品板消息，无形策划创始人李鹏在2023中国饮品创新增长大会上表明，饮品行业的内部重构加速进行，行业正呈现出全新的特点。首先是功能化趋势，消费者已经不满足于饱腹或解渴需求，而是希望吃的更有益健康，故健康、高效的功能性产品亟待打造。其次是高端化趋势，快消品行业顺应消费升级趋势，高端趋势愈加显著。此外，东鹏特饮顾问唐立新表明，能量饮料市场增量可观，预计在2026年，市场规模将达到1536亿人民币。后续建议关注软饮赛道趋势品类增量、渠道下沉进展情况。

#### 最近一年行业指数与沪深300比较



#### 相关报告：

《春暖花开，复苏向上》  
——食品饮料行业周报 20230313-20230319

——2023年03月19日

《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

**调味品：挑战与机遇并存，看好龙头渠道优势。**本周，中炬高新、金龙鱼发布 2022 年年度报告。报告期内，中炬高新实现营业收入 53.41 亿元（人民币，下同），比 2021 年增长 4.41%。公司表示，近年，蚝油、料酒、米醋、酱类等系列新产品发展势头迅猛，多品类发展格局正逐步形成。从渠道层面看，报告期内，中炬高新净增经销商 301 个，经销商数量达到 2003 个，渠道下沉助力公司中西部和北部区域营收快速增长。金龙鱼实现营业收入约 2574.85 亿元，同比增长 13.82%。乘餐饮行业复苏东风，推动调味品市场快速放量，坐拥 7768 家经销商的金龙鱼加码调味品板块优势明显。后续建议关注调味品板块产能提升，渠道下沉进展情况，以及复调子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。**本周，劲仔食品、良品铺子发布 2022 年年度报告。劲仔食品 2022 年，公司实现营收 14.62 亿元，同比增长 31.59%；实现净利润 1.25 亿元，同比增长 46.77%。公司表示，业绩新高主要得益于公司在经销模式中推行大包装产品策略、开发及优化经销商、终端市场建设以及新产品推广所致。良品铺子公布 2022 年实现营业收入 94.4 亿元，同比增长 1.24%；实现净利润 3.35 亿元，同比增长 19.16%。公司聚焦于核心品类的研发，共开发出 83 款产品及 57 款储备产品；持续优化各渠道业务以提升经营质量、做强利润，截至报告期末，公司线下门店数量达到 3226 家，覆盖 23 个省份 181 个城市。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 20.49%、伊利股份 16.65%、重庆啤酒 9.57%。

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 1606.28 亿元、五粮液 507.11 亿元、伊利股份 306.09 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著、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

<b>1 本周周度观点及投资建议</b> .....	<b>6</b>
1.1 周度观点 .....	6
1.2 投资建议 .....	8
<b>2 本周市场表现回顾</b> .....	<b>9</b>
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
<b>3 行业重要数据跟踪</b> .....	<b>11</b>
3.1 白酒板块 .....	11
3.2 啤酒板块 .....	12
3.3 乳制品板块 .....	13
<b>4 成本及包材端重要数据跟踪</b> .....	<b>14</b>
4.1 肉制品板块 .....	14
4.2 大宗原材料及包材相关 .....	15
<b>5 上市公司重要公告整理</b> .....	<b>16</b>
<b>6 行业重要新闻整理</b> .....	<b>17</b>
<b>7 风险提示</b> .....	<b>17</b>

## 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：淡季关注业绩验证与春糖催化，看好高端确定性，地方酒与次高端在分化中寻找机会。**

高端酒方面，本周飞天茅台一批价（23年飞天原箱）小幅下滑至2965元，八代普五和国窖1573一批价周内持平保持965元及900元；泸州老窖近日召开经销商大会，阐述重点1：产品端1573大单品贡献收入60%以上，特曲和窖龄酒突破80亿元，2：渠道端，华北和西南两大基地市场已经建成，共有超13个5亿级省区，全国化正持续加速。

次高端和地方酒方面，舍得酒业公告2022年营收/归母净利润60.56/16.85亿元，同比增长21.86%/35.31%，公司老酒战略持续推进提升品牌价值，省外市场扩张带动推动全国化进程，复星赋能持续迈向平台化企业；金徽酒公告2022年实现营收/归母净利润20.12/2.80亿元，同比增长12.49%/降低13.73%，公司销售规模扩张，全国化成效显著，公司2023年市场目标预计实现营收/净利润25.00/4.00亿元，分别同比+24.27%/+42.73%。

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得到修复，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。4月业绩与春糖有望给板块带来催化，同时关注后续的分化表现。当前板块估值水平较为合理，布局性价比较高，建议关注泸州老窖、古井贡酒、山西汾酒等；以及边际改善的酒鬼酒、老白干等。

**啤酒：景气度持续，旺季可期。**本周，青岛啤酒、华润啤酒发布2022年年度报告。青岛啤酒报告期内，公司共实现产品销量807.2万千升；实现营业收入321.7亿元，同比增长6.65%；实现归母净利润37.1亿元，同比增长17.6%，营收、净利双创历史新高。亮眼的业绩表明青啤的数字化、智能化转型成效显著降本增效得以实现。华润啤酒实现营业收入352.6亿元，同比增长5.6%，其中次高端以上产品销量增长12.6%，也带动净利润同比增长32.8%。根据计划，华润啤酒希望在2023年将次高端以上产品的销量占比提升到23%到25%，并希望到2025年，即华润啤酒“3+3+3”发展战略的最后一年，次高端以上销量占比达到30%到35%。我们认为，啤酒板块产品结构升级趋势不变，2022年同期较低的基数叠加成本压力放缓，板块有望在即将到来的旺季备货获得催化。

**软饮预调：重构加速，功能化、高端化趋势显著。**据食品板

消息，无形策划创始人李鹏在 2023 中国饮品创新增长大会上表明，饮品行业的内部重构加速进行，行业正呈现出全新的特点。首先是功能化趋势，消费者已经不满足于饱腹或解渴需求，而是希望吃的更有益健康，故健康、高效的功能性产品亟待打造。其次是高端化趋势，快消品行业顺应消费升级趋势，高端趋势愈加显著。此外，东鹏特饮顾问唐立新表明，能量饮料市场增量可观，预计在 2026 年，市场规模将达到 1536 亿人民币。后续建议关注软饮赛道趋势品类增量、渠道下沉进展情况。

**调味品：挑战与机遇并存，看好龙头渠道优势。**本周，中炬高新、金龙鱼发布 2022 年年度报告。报告期内，中炬高新实现营业收入 53.41 亿元（人民币，下同），比 2021 年增长 4.41%。公司表示，近年，蚝油、料酒、米醋、酱类等系列产品发展势头迅猛，多品类发展格局正逐步形成。从渠道层面看，报告期内，中炬高新净增经销商 301 个，经销商数量达到 2003 个，渠道下沉助力公司中西部和北部区域营收快速增长。金龙鱼实现营业收入约 2574.85 亿元，同比增长 13.82%。乘餐饮行业复苏东风，推动调味品市场快速放量，坐拥 7768 家经销商的金龙鱼加码调味品板块优势明显。后续建议关注调味品板块产能提升，渠道下沉进展情况，以及复调子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。**本周，劲仔食品、良品铺子发布 2022 年年度报告。劲仔食品 2022 年，公司实现营收 14.62 亿元，同比增长 31.59%；实现净利润 1.25 亿元，同比增长 46.77%。公司表示，业绩新高主要得益于公司在经销模式中推行大包装产品策略、开发及优化经销商、终端市场建设以及新产品推广所致。良品铺子公布 2022 年

实现营业收入 94.4 亿元，同比增长 1.24%；实现净利润 3.35 亿元，同比增长 19.16%。公司聚焦于核心品类的研发，共开发出 83 款产品及 57 款储备产品；持续优化各渠道业务以提升经营质量、做强利润，截至报告期末，公司线下门店数量达到 3226 家，覆盖 23 个省份 181 个城市。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

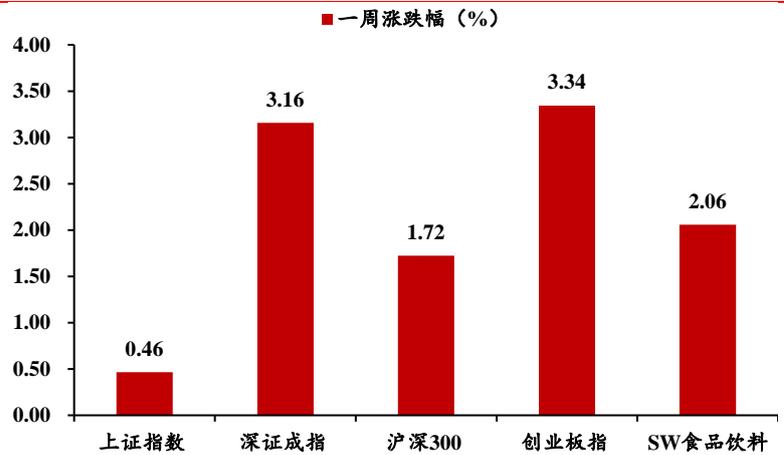
### 2.1 板块整体指数表现

本周 SW 食品饮料指数上涨 2.06%，相对沪深 300 跑赢 0.33pct。沪深 300 上涨 1.72%，上证指数上涨 0.46%，深证成指上涨 3.16%，创业板指上涨 3.34%。

在 31 个申万一级行业中，食品饮料排名第 9。

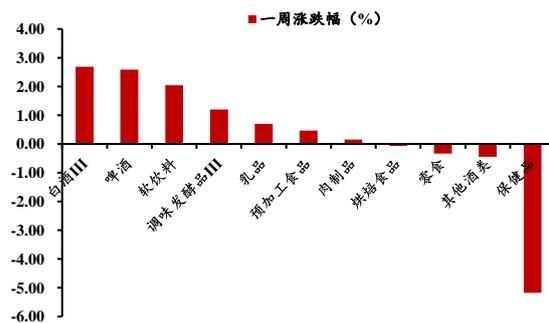
本周 SW 食品饮料各二级行业中，白酒 III 上涨 2.68%，啤酒上涨 2.59%，软饮料上涨 2.04%。

图 1：本周市场表现 (%)



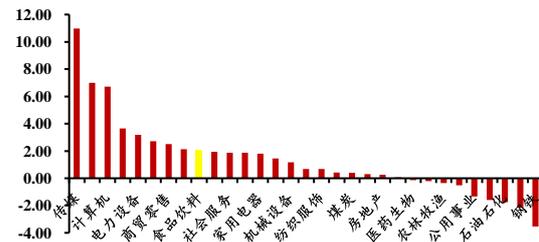
资料来源：Wind，上海证券研究所

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 (%)



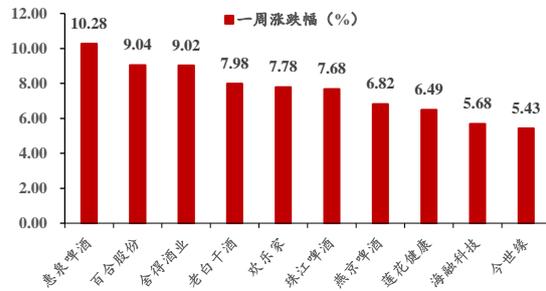
资料来源：Wind，上海证券研究所

### 2.2 个股行情表现

本周食品饮料行业涨幅排名前五的个股为惠泉啤酒上涨 10.28%、百合股份上涨 9.04%、舍得酒业上涨 9.02%、老白干酒

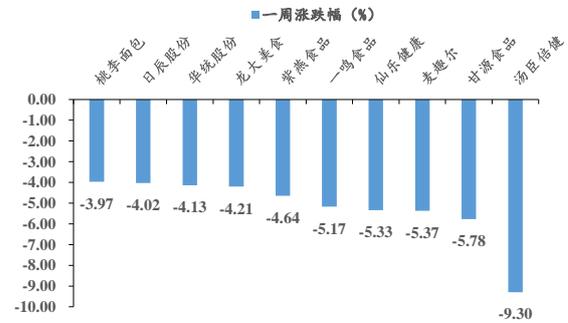
上涨 7.98%、欢乐家上涨 7.78%；排名后五的个股为汤臣倍健下跌 -9.30%、甘源食品下跌 -5.78%、麦趣尔下跌 -5.37%、仙乐健康下跌 -5.33%、一鸣食品下跌 -5.17%。

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 (%)



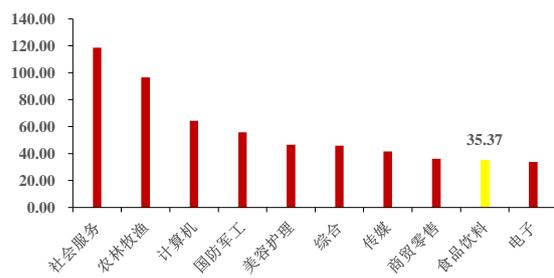
资料来源：Wind，上海证券研究所

### 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 35.37x，位居 SW 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 86.93x，调味发酵品 III 52.03x，啤酒 48.76x。

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 20.49%、伊利股份 16.65%、重庆啤酒 9.57%。

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 1606.28 亿元、五粮液 507.11 亿元、伊利股份 306.09 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	20.49
伊利股份	16.65
重庆啤酒	9.57
桃李面包	8.36
东鹏饮料	8.03
涪陵榨菜	7.62
贵州茅台	7.18
海天味业	7.09
五粮液	6.76
水井坊	6.34

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	1,606.28
五粮液	507.11
伊利股份	306.09
海天味业	246.49
泸州老窖	140.07
山西汾酒	105.87
洋河股份	74.58
重庆啤酒	53.96
洽洽食品	44.10
青岛啤酒	30.42

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千禾味业增持 0.56%、味知香增持 0.55%、舍得酒业增持 0.43%；陆股通减持前三的个股为老白干酒减持 0.97%、汤臣倍健减持 0.38%、伊利股份减持 0.26%。

**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 (%)
千禾味业	0.56	老白干酒	-0.97
味知香	0.55	汤臣倍健	-0.38
舍得酒业	0.43	伊利股份	-0.26
口子窖	0.34	水井坊	-0.24
洽洽食品	0.32	安井食品	-0.24
绝味食品	0.31	妙可蓝多	-0.21
重庆啤酒	0.26	金达威	-0.19
盐津铺子	0.25	海南椰岛	-0.19
东鹏饮料	0.25	燕京啤酒	-0.18
甘源食品	0.23	顺鑫农业	-0.18

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

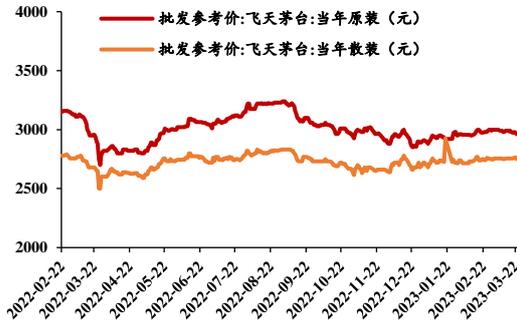
根据 wind 信息整理，截至 2023 年 3 月 24 日，飞天茅台当年原装和散装批发参考价分别为 2965 元和 2750 元；五粮液普五（八代）批发参考价为 965 元。

2022 年 12 月，全国白酒产量 74.10 万千升，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

请务必阅读尾页重要声明

低档平均价格 176.83 元/瓶。

图 11: 飞天茅台批价走势



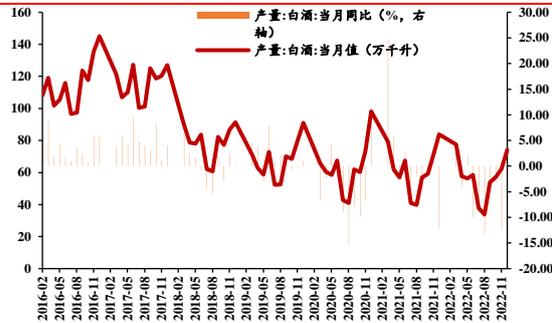
资料来源: Wind, 上海证券研究所

图 12: 五粮液批价走势



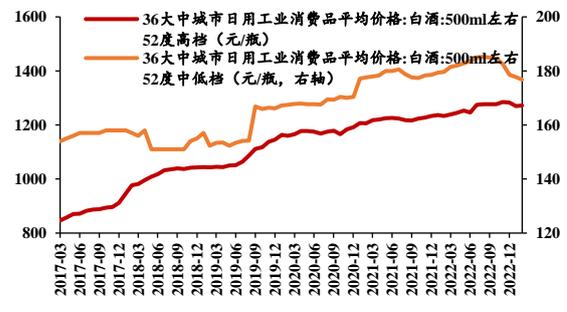
资料来源: Wind, 上海证券研究所

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

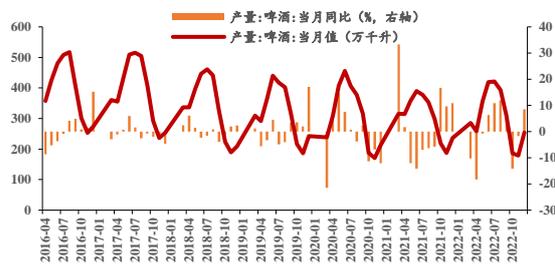


资料来源: Wind, 上海证券研究所

### 3.2 啤酒板块

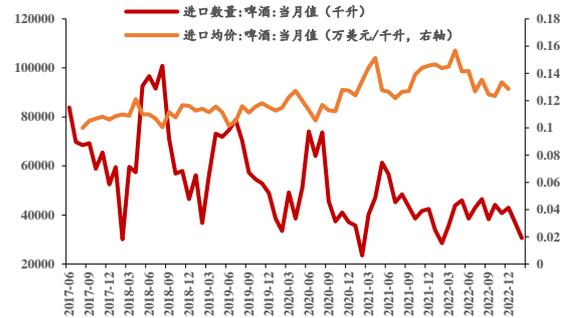
2022 年 12 月, 全国啤酒产量 254.30 万千升, 同比增加 8.50%。2023 年 2 月全国啤酒进口数量 3.06 万千升。2023 年 2 月全国 36 大中城市日用工业消费品啤酒罐装 350ml 左右平均价格 4.13 元/罐, 啤酒瓶装 630ml 左右平均价格 4.97 元/瓶。

图 15: 啤酒月度产量跟踪



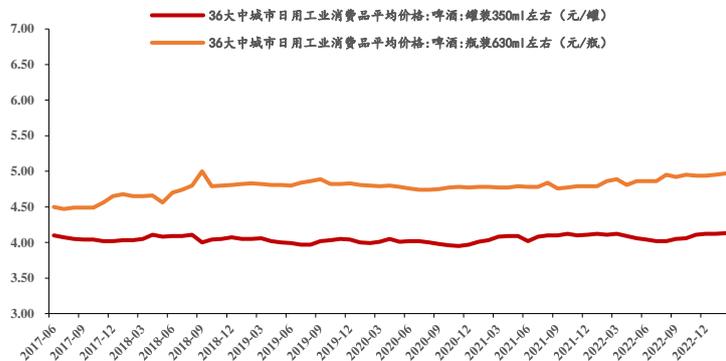
资料来源: Wind, 国家统计局, 上海证券研究所

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

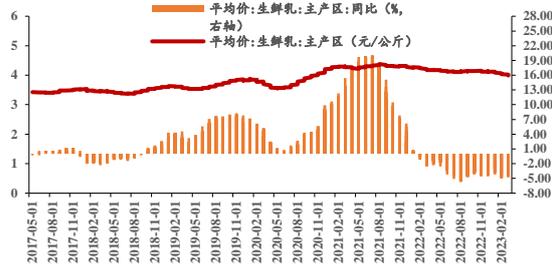


资料来源: Wind, 国家发改委, 上海证券研究所

### 3.3 乳制品板块

截至 2023 年 3 月 15 日, 全国生鲜乳主产区平均价格 3.99 元/公斤, 同比上周下降 4.80%。截至 2023 年 3 月 17 日, 全国酸奶零售价 16.35 元/公斤, 牛奶零售价 12.68 元/升。截至 2023 年 3 月 17 日, 国产品牌奶粉零售价格 220.53 元/公斤, 国外品牌奶粉零售价格 268.36 元/公斤。

图 18: 生鲜乳价格指数跟踪



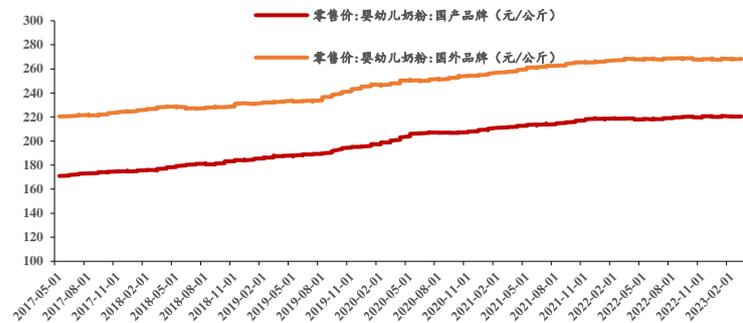
资料来源: Wind, 农业部, 上海证券研究所

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



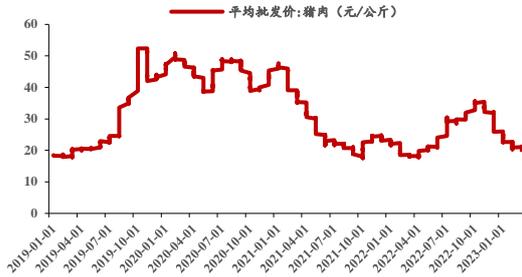
资料来源: Wind, 商务部, 上海证券研究所

## 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 24 日，全国猪肉平均批发价 20.31 元/公斤；截至 2023 年 3 月 23 日，全国 36 个城市猪肉平均零售价 16.34 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 24 日, 全国大豆现货平均价格 5176.84 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 24 日, 英国布伦特 Dtd 原油现货价格 73.44 美元/桶。截至 2023 年 3 月 24 日, 中国塑料城价格指数 852.02。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 24 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



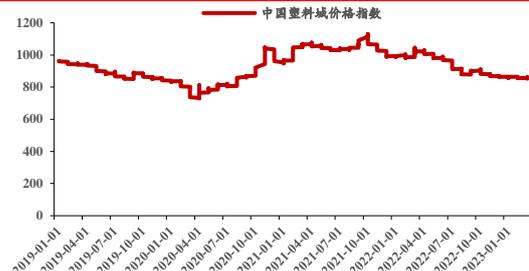
资料来源: Wind, 国家统计局, 上海证券研究所

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

**【南侨食品】**2023 年 2 月归属于母公司股东的净利润简报: 公司 2023 年 2 月归属于母公司股东的净利润为人民币 778.69 万元, 同比增长 17.12%。(公告日期: 2023 年 3 月 20 日)

**【劲仔食品】**2022 年年度报告: 2022 年, 公司实现营业收入 146,203.07 万元, 同比增长 31.59%, 主要品类鱼制品、豆制品、禽类制品分别增长 24.74%、27.53%、87.24%; 实现归属于上市公司股东的净利润 12,466.13 万元, 同比增长 46.77%; 实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 11,338.47 万元, 同比增长 50.54%。(公告日期: 2023 年 3 月 20 日)

**【舍得酒业】**2022 年年度报告: 2022 年度公司实现营业收入 605,552.56 万元, 较上年同期增长 21.86%, 实现营业利润 223,551.95 万元, 较上年同期增长 33.52%, 实现归属于上市公司股东的净利润 168,544.19 万元, 较上年同期增长 35.31%。(公告日期: 2023 年 3 月 21 日)

## 6 行业重要新闻整理

19998 瓶茅台 1935 投放 i 茅台：i 茅台官微消息，3 月 19 日 19:35-20:35，i 茅台 APP 开启“向美而行·共赴山河”（腾冲站）i 茅台线上专场“小茅陪你走中国·彩云之南”活动，共计投放 19998 瓶 53%vol500ml 茅台 1935，每个用户可申购 2 瓶，共计 9999 个名额。（中国酒业协会）

“茅台 1935·国之大医”公益基金成立：3 月 19 日，茅台 1935 与《中国国家地理》“寻道”行至“胡焕庸线”南起点——腾冲，贵州茅台公益基金会、贵州茅台酱香酒营销有限公司、茅台 1935 酒全国经销商，联合中国医药卫生事业发展基金会在活动现场共同发起成立“茅台 1935·国之大医”公益基金，并向中国医药卫生事业发展基金会捐赠 1000 万元，旨在发扬光大中医药文化传统，为中医药基因的保护、中医药事业的传承创新发展。（微酒）

20 万吨啤酒瓶罐项目签约：近日，湖北省黄冈市武穴市刊江街道与湖北粤玻实业有限公司签订了年产 20 万吨轻量化啤酒瓶罐等生产项目的投资协议。该项目计划投资 3.8 亿元，用地 73 亩，主要建设一个制瓶车间、一个配料车间、两栋仓库、三栋宿舍楼、10 条生产线，计划建设周期 18 个月。项目完全达产后，可年产 20 万吨玻璃瓶罐，实现年产值 2 亿元，年纳税 1000 万元，创造就业岗位 300 个。（云酒头条）

品味舍得终端售价上调 20 元/瓶：3 月 21 日，四川沱牌舍得营销有限公司发布“关于调整品味舍得终端售价的通知，自 2023 年 4 月 1 日起，品味舍得第五代、第四代、精华版、庆典装等产品的终端售价上调 20 元/瓶。（微酒）

## 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

<b>股票投资评级：</b>	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
<b>行业投资评级：</b>	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。