



上海证券
SHANGHAI SECURITIES

行业景气度依旧，关注季报超预期品种

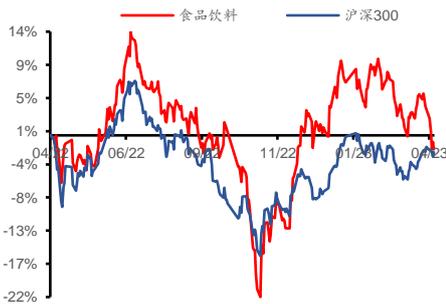
——食品饮料行业周报 20230410-20230416

增持（维持）

行业： 食品饮料
日期： 2023年04月16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

最近一年行业指数与沪深 300 比较



相关报告：

- 《春糖反馈符合预期，关注结构性机会》
——2023年04月12日
- 《白酒基本面向上，大众品有望持续改善》
——食品饮料行业周报 20230327-20230402》
——2023年04月02日
- 《4月积极把握业绩验证期》
——食品饮料行业周报 20230320-20230326》
——2023年03月26日

■ 投资要点：

白酒：短期扰动下关注配置机会，继续看好高端和区域酒

本周春糖正式落幕，虽市场出现短期扰动，但正如我们此前观点（《春糖反馈符合预期，关注结构性机会》，2023年4月12日）我们仍看好白酒行业结构性增长机会，名优酒企兼具抗风险能力和成长性。短期批价与库存波动是对企业的考验，行业基本面在分化中上行，继续看好高端确定性、把握区域酒企弹性、密切跟踪次高端的改善拐点。当前板块估值较为合理具备配置价值。重点关注泸州老窖、古井贡酒、老白干，建议关注山西汾酒、五粮液、洋河股份、金徽酒等。

啤酒：景气度持续，旺季可期，2023Q2 啤酒增速有望提升。本周，燕京啤酒发布 2022 年业绩快报及 2023 年一季度业绩预告，其中一季报超市场预期。2022 年燕京 U8 销量 39 万千升，同比增长超 50%，营收及归母净利润同比上升；2023 年第一季度，公司预计归母净利润为 6,200 万元至 6,600 万元，比上年同期增长 7076.76%至 7539.77%，实现 2023 年首季“开门红”。燕京发力中高端显成效、管理层方面积极谋变，2022 年交出圆满答卷，2023Q1 随着餐饮和夜场等现饮消费场景恢复，转让多家亏损子公司股权，盈利提速。我们认为，啤酒板块产品结构升级趋势不变，头部品牌对高端份额的抢攻将日趋激烈。去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：产品矩阵完备、渠道深度厚度奠定龙头增长韧性。本周，东鹏饮料发布一季度业绩预告，2023 年第一季度实现归母净利润预计约 4.82 亿-4.97 亿元之间，与上年同期相比将增加约 1.37 亿-1.52 亿元，增幅为 39.88%-44.20%。华润怡宝 2022 年业绩再创新高——整体收入、净利润均取得双高位数增长。其中，包装水业务在百亿以上量级的基础上，取得同比双位数韧性增长；饮料整体业务更是实现接近 40% 的高增速。据食品板消息，华润怡宝在 2022 年饮料行业整体下行的背景下韧性高增，与其产品双轮驱动，加快产能布局，坚持渠道下沉，专注可持续发展密切相关。我们认为，软饮赛道后续建议关注趋势品类增量、渠道下沉进展情况。

调味品：品质化、健康化趋势延续，关注龙头企业成本管控情况及第二增长曲线落地情况。本周，千禾味业发布 2022 年业绩报告，千禾味业营收净利创新高背后系“零添加”出圈、外阜市场拓展、费用降低等综合因素。公司称将聚焦大单品、高端高品质发展战略，精准实施产品和渠道策略。据糖酒会情况来看，调味品板块又两大趋势品类值得关注。一是产品高度同质化的菜品式调料；二是在健康化浪潮之下，主打“0 添加”的各类调味品。相比传统调味品品类，菜品式调料的消费更高频、使用量更大，且菜品式调料的毛利空间更高，产品流通性更强。“0 添加”调味料已经不局限在酱油品类，而是全品类“渗透”，“0 添加”火锅底料和“0 添加”豆瓣酱均亮相本次糖酒会。我们认为，调味品板块复苏趋势向好，业绩弹性可期，后续建议关注龙头企业成本管控情况及第二增长曲线落地情况。

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。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，进一步丰富冷冻烘焙产品应用场景，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，看好冷冻烘焙行业在消费升级下渗透率提升逻辑。

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，渠道变革迎红利。本周，盐津铺子召开 2023 战略共识会并发布 2022 年年度报告及 2023 年一季度业绩预告。公司 2022 年营收及归母净利润分别同比增长 26.83% 和 100.01%，2023Q1 归母净利润同比上涨 62.87%-95.44%。盐津铺子从 2017 年开始寻找第二曲线，同年烘焙、薯类、肉枣、魔芋等品类上线；2018 年至 2020 年实行双中岛战略，做品牌零食终端方案解决者；2021 至 2022 年升级战略为双轮驱动，持续打磨产品力加速全渠道发展。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 20.22%、伊利股份 16.28%、重庆啤酒 8.85%。

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 1553.43 亿元、五粮液 469.32 亿元、伊利股份 286.75 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	13
4.1 肉制品板块	13
4.2 大宗原材料及包材相关	14
5 上市公司重要公告整理	15
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: 飞天茅台批价走势	11
图 11: 五粮液批价走势	11
图 12: 白酒产量月度跟踪	11
图 13: 白酒价格月度跟踪	11
图 14: 啤酒月度产量跟踪	12
图 15: 进口啤酒月度量价跟踪	12
图 16: 国内啤酒平均价格	12
图 17: 生鲜乳价格指数跟踪	13
图 18: 酸奶及牛奶零售价跟踪	13
图 19: 婴幼儿奶粉价格跟踪	13
图 20: 猪肉平均批发价	14
图 21: 猪肉平均零售价	14
图 22: 大豆价格跟踪	14

图 23: 豆粕价格跟踪	14
图 24: 布伦特原油价格跟踪	15
图 25: 塑料价格指数跟踪	15
图 26: 瓦楞纸价格跟踪	15
图 27: 箱板纸价格跟踪	15

1 本周周度观点及投资建议

1.1 周度观点

白酒：短期扰动下关注配置机会，继续看好高端和区域酒

本周春糖正式落幕，虽市场出现短期扰动，但正如我们此前观点（《春糖反馈符合预期，关注结构性机会》，2023年4月12日）我们仍看好白酒行业结构性增长机会，名优酒企兼具抗风险能力和成长性。短期批价与库存波动是对企业的考验，行业基本面在分化中上行，继续看好高端确定性、把握区域酒企弹性、密切跟踪次高端的改善拐点。当前板块估值较为合理具备配置价值。重点关注泸州老窖、古井贡酒、老白干，建议关注山西汾酒、五粮液、洋河股份、金徽酒等。

啤酒：景气度持续，旺季可期，2023Q2 啤酒增速有望提升。

本周，燕京啤酒发布2022年业绩快报及2023年一季度业绩预告，其中一季报超市场预期。2022年燕京U8销量39万千升，同比增长超50%，营收及归母净利润同比上升；2023年第一季度，公司预计归母净利润为6,200万元至6,600万元，比上年同期增长7076.76%至7539.77%，实现2023年首季“开门红”。燕京发力中高端显成效、管理层方面积极谋变，2022年交出圆满答卷，2023Q1随着餐饮和夜场等现饮消费场景恢复，转让多家亏损子公司股权，盈利提速。我们认为，啤酒板块产品结构升级趋势不变，头部品牌对高端份额的抢攻将日趋激烈。去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：产品矩阵完备、渠道深度厚度奠定龙头增长韧性。

本周，东鹏饮料发布一季度业绩预告，2023年第一季度实现归母净利润预计约4.82亿-4.97亿元之间，与上年同期相比将增加约1.37亿-1.52亿元，增幅为39.88%-44.20%。华润怡宝2022年业绩再创新高——整体收入、净利润均取得双高位数增长。其中，包装水业务在百亿以上量级的基础上，取得同比双位数韧性增长；饮料整体业务更是实现接近40%的高增速。据食品板消息，华润怡宝在2022年饮料行业整体下行的背景下韧性高增，与其产品双轮驱动，加快产能布局，坚持渠道下沉，专注可持续发展密切相关。我们认为，软饮赛道后续建议关注趋势品类增量、渠道下沉进展情况。

调味品：品质化、健康化趋势延续，关注龙头企业成本管控情况及第二增长曲线落地情况。本周，千禾味业发布2022年业绩报告，千禾味业营收净利创新高背后系“零添加”出圈、外阜市场拓展、费用降低等综合因素。公司称将聚焦大单品、高端高品质发展战略，精准实施产品和渠道策略。据糖酒会情况来看，调

料品板块又两大趋势品类值得关注。一是产品高度同质化的菜品式调料；二是在健康化浪潮之下，主打“0添加”的各类调味品。相比传统调味品品类，菜品式调料的消费更高频、使用量更大，且菜品式调料的毛利空间更高，产品流通性更强。“0添加”调料已经不局限在酱油品类，而是全品类“渗透”，“0添加”火锅底料和“0添加”豆瓣酱均亮相本次糖酒会。我们认为，调味品板块复苏趋势向好，业绩弹性可期，后续建议关注龙头企业成本管控情况及第二增长曲线落地情况。

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。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，进一步丰富冷冻烘焙产品应用场景，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，看好冷冻烘焙行业在消费升级下渗透率提升逻辑。

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，渠道变革迎红利。本周，盐津铺子召开2023战略共识会并发布2022年年度报告及2023年一季度业绩预告。公司2022年营收及归母净利润分别同比增长26.83%和100.01%，2023Q1归母净利润同比上涨62.87%-95.44%。盐津铺子从2017年开始寻找第二曲线，同年烘焙、薯类、肉枣、魔芋等品类上线；2018年至2020年实行双中岛战略，做品牌零食终端方案解决者；2021至2022年升级战略为双轮驱动，持续打磨产品力加速全渠道发展。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

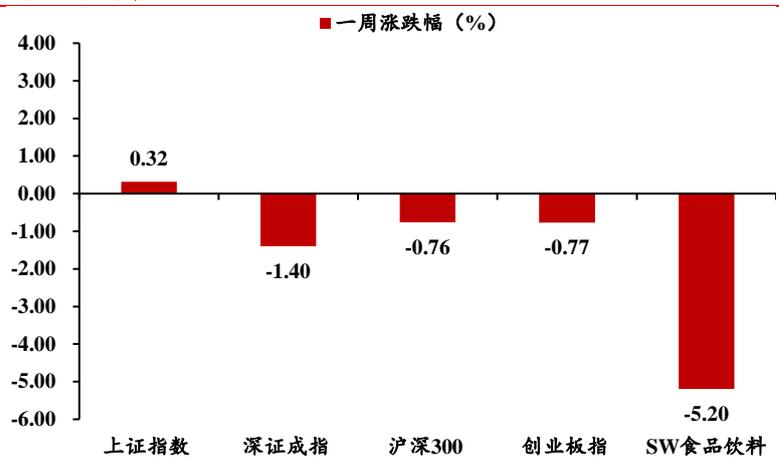
2.1 板块整体指数表现

本周 SW 食品饮料指数下跌 5.2%，相对沪深 300 跑输 4.44pct。沪深 300 下跌 0.76%，上证指数上涨 0.32%，深证成指下跌 1.4%，创业板指下跌 0.77%。

在 31 个申万一级行业中，食品饮料排名第 31。

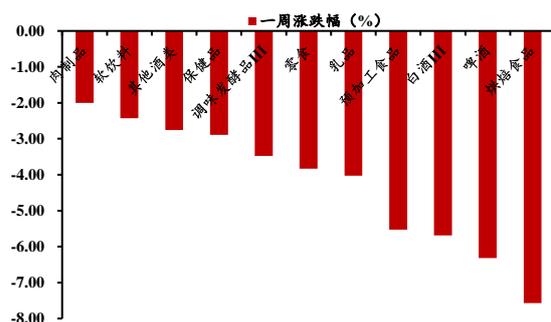
本周 SW 食品饮料各二级行业中，肉制品下跌 2%，软饮料下跌 2.43%，其他酒类下跌 2.75%。

图 1：本周市场表现 (%)



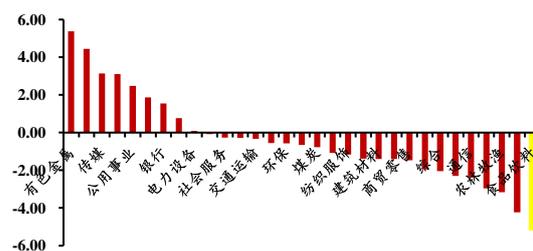
资料来源：Wind，上海证券研究所

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 (%)



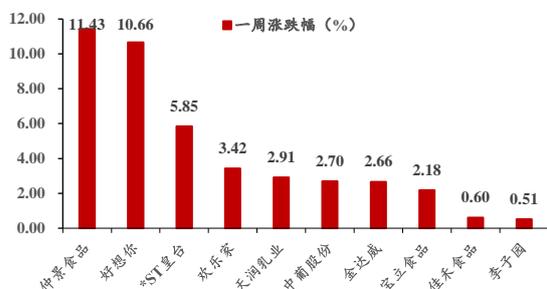
资料来源：Wind，上海证券研究所

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仲景食品上涨 11.43%、好想你上涨 10.66%、*ST 皇台上涨 5.85%、欢乐家上涨

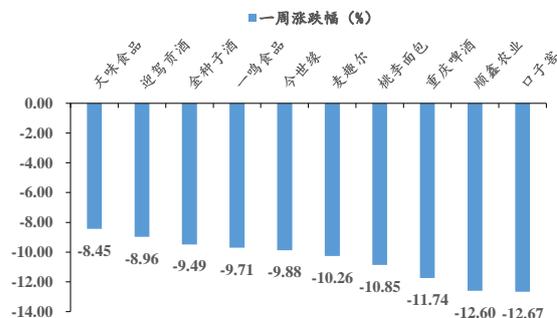
3.42%、天润乳业上涨 2.91%；排名后五的个股为口子窖下跌 12.67%、顺鑫农业下跌 12.6%、重庆啤酒下跌 11.74%、桃李面包下跌 10.85%、麦趣尔下跌 10.26%。

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 (%)



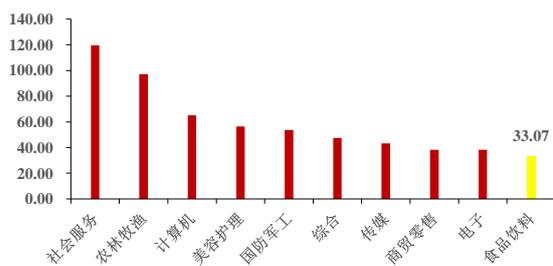
资料来源：Wind，上海证券研究所

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 33.07x，位居 SW 一级行业第 10。

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 99.44x，调味发酵品 III 49.44x，啤酒 48.82x。

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 20.22%、伊利股份 16.28%、重庆啤酒 8.85%。

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 1553.43 亿元、五粮液 469.32 亿元、伊利股份 286.75

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	20.22
伊利股份	16.28
重庆啤酒	8.85
桃李面包	8.67
东鹏饮料	8.43
涪陵榨菜	7.57
贵州茅台	7.21
海天味业	7.20
五粮液	6.88
水井坊	6.22

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	1,553.43
五粮液	469.32
伊利股份	286.75
海天味业	244.29
泸州老窖	135.44
山西汾酒	96.83
洋河股份	68.57
重庆啤酒	47.36
洽洽食品	41.88
双汇发展	30.00

资料来源：Wind，上海证券研究所

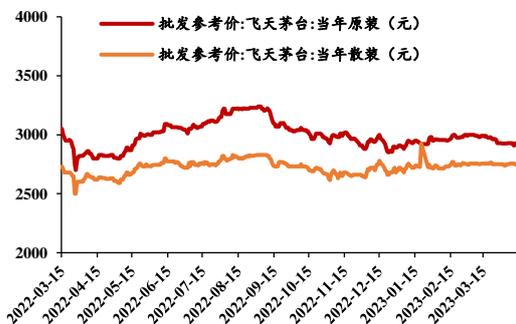
3 行业重要数据跟踪

3.1 白酒板块

根据 wind 信息整理，截至 2023 年 4 月 14 日，飞天茅台当年原装和散装批发参考价分别为 2930 元和 2745 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 3 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 1271.59 元/瓶，白酒 500ml 左右 52 度中低档平均价格 180.52 元/瓶。

图 10：飞天茅台批价走势



资料来源：Wind，上海证券研究所

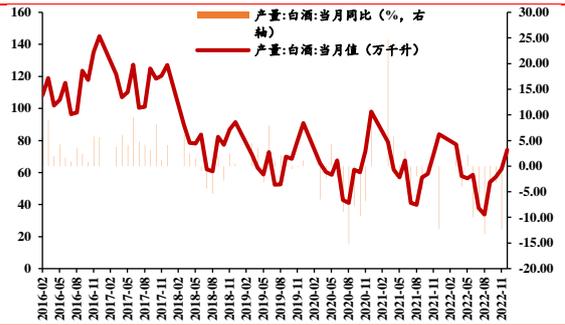
图 11：五粮液批价走势



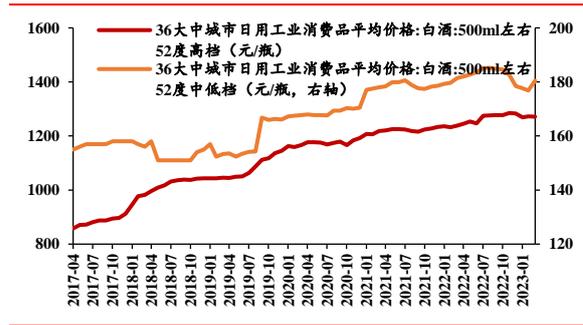
资料来源：Wind，上海证券研究所

图 12：白酒产量月度跟踪

图 13：白酒价格月度跟踪



资料来源: Wind, 上海证券研究所

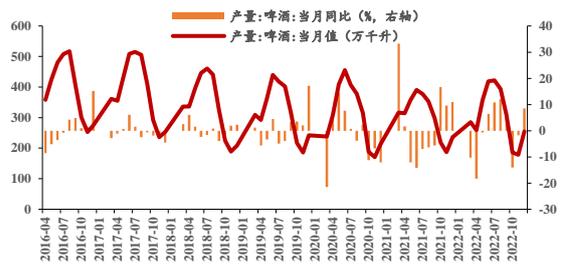


资料来源: Wind, 上海证券研究所

3.2 啤酒板块

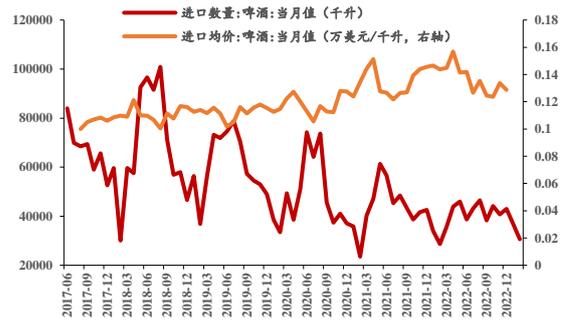
2022年12月, 全国啤酒产量254.30万千升, 同比增加8.50%。2023年2月全国啤酒进口数量3.06万千升。2023年3月全国36大中城市日用工业消费品啤酒罐装350ml左右平均价格4.14元/罐, 啤酒瓶装630ml左右平均价格4.97元/瓶。

图 14: 啤酒月度产量跟踪



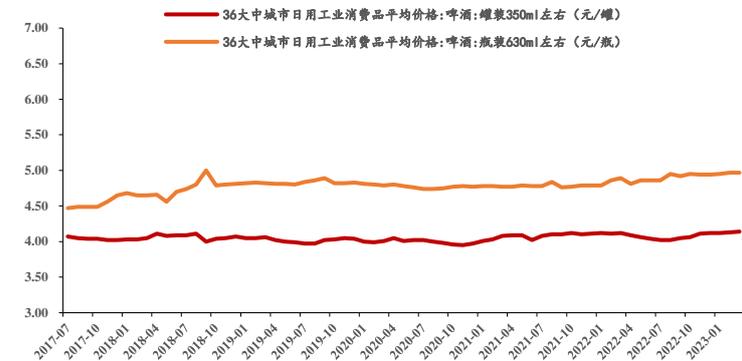
资料来源: Wind, 国家统计局, 上海证券研究所

图 15: 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 16: 国内啤酒平均价格

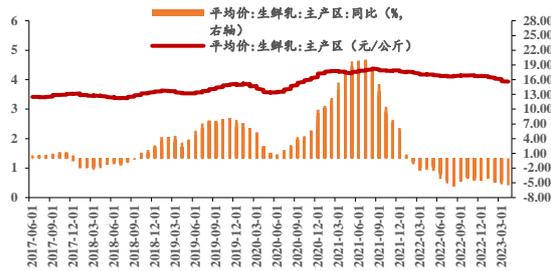


资料来源: Wind, 国家发改委, 上海证券研究所

3.3 乳制品板块

截至 2023 年 4 月 5 日，全国生鲜乳主产区平均价格 3.94 元/公斤，同比上周下降 5.50%。截至 2023 年 4 月 7 日，全国酸奶零售价 16.24 元/公斤，牛奶零售价 12.57 元/升。截至 2023 年 4 月 7 日，国产品牌奶粉零售价格 221.21 元/公斤，国外品牌奶粉零售价格 267.82 元/公斤。

图 17：生鲜乳价格指数跟踪



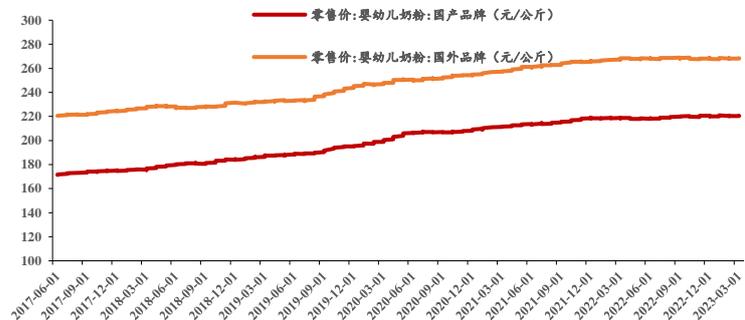
资料来源：Wind，农业部，上海证券研究所

图 18：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 19：婴幼儿奶粉价格跟踪



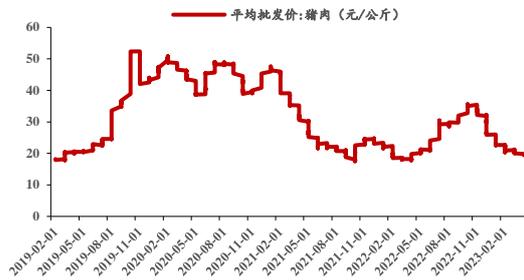
资料来源：Wind，商务部，上海证券研究所

4 成本及包材端重要数据跟踪

4.1 肉制品板块

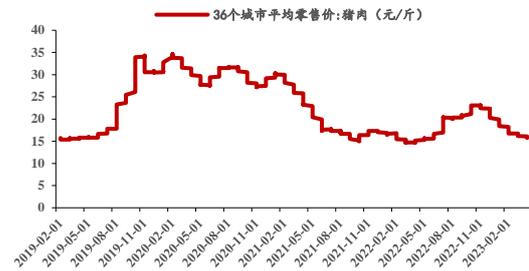
截至 2023 年 4 月 14 日，全国猪肉平均批发价 19.39 元/公斤；截至 2023 年 4 月 13 日，全国 36 个城市猪肉平均零售价 15.76 元/500 克。

图 20: 猪肉平均批发价



资料来源: Wind, 农业部, 上海证券研究所

图 21: 猪肉平均零售价

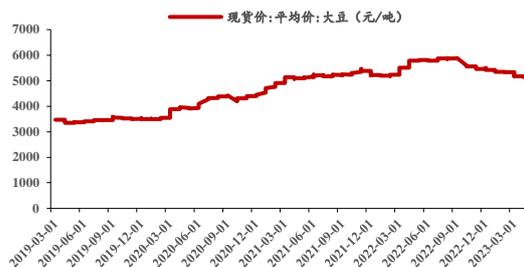


资料来源: Wind, 国家发改委, 上海证券研究所

4.2 大宗原材料及包材相关

截至 2023 年 4 月 14 日, 全国大豆现货平均价格 5130.53 元/吨。截至 2023 年 4 月 10 日, 全国豆粕(粗蛋白含量 $\geq 43\%$)市场价 3994.90 元/吨。截至 2023 年 4 月 14 日, 英国布伦特 Dtd 原油现货价格 87.93 美元/桶。截至 2023 年 4 月 14 日, 中国塑料城价格指数 847.14。截至 2023 年 4 月 10 日, 全国瓦楞纸(AA 级 120g)市场价格 2820.00 元/吨。截至 2023 年 4 月 14 日, 我国华东市场箱板纸(130gA 级牛卡纸)市场价格 3450 元/吨。

图 22: 大豆价格跟踪



资料来源: Wind, 中国汇易, 上海证券研究所

图 23: 豆粕价格跟踪



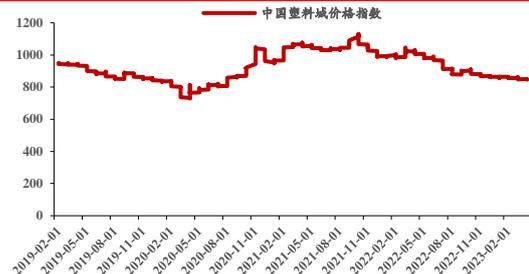
资料来源: Wind, 国家统计局, 上海证券研究所

图 24: 布伦特原油价格跟踪



资料来源: Wind, 上海证券研究所

图 25: 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 26: 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 27: 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

【山西汾酒】2023 年 1-3 月主要经营情况公告: 2023 年以来, 公司持续深化市场布局, 积极打造汾酒全方位产品矩阵, 强化市场秩序管理, 市场销售呈现稳中有升的良好态势。经公司初步核算, 2023 年 1-3 月, 公司预计实现营业总收入 126.36 亿元左右, 同比增长 20%左右; 预计实现归属于上市公司股东的净利润 44.52 亿元左右, 同比增长 20%左右。(公告日期: 2023 年 4 月 10 日)

【燕京啤酒】2022 年度业绩快报: 报告期内, 公司实现啤酒销量 377.02 万千升, 同比增长 4.12%, 销量增速快于行业增速, 其中燕京 U8 销量 39 万千升, 同比增长超 50%; 实现营业收入 1,320,206.95 万元, 同比增长 10.38%; 实现营业利润 69,154.71 万元, 同比增长 59.11%; 实现利润总额 69,464.75 万元, 同比增长 56.25%; 实现归属于上市公司股东的净利润 35,229.31 万元, 同比增长 54.51%。(公告日期: 2023 年 4 月 10 日)

【安琪酵母】2023 年第一季度业绩预增公告: 经财务部初步预测, 公司 2023Q1 归母净利润预计增加 3,125.37 万元至 5,625.66 万元。请务必阅读尾页重要声明

万元，同比增加 10%至 18%。扣非归母净利润预计增加 5,696.46 万元至 8,196.76 万元，同比增加 21.52%至 30.96%。（公告日期：2023 年 4 月 10 日）

【宝立食品】2022 年年度报告：2022 年，公司实现营业收入 20.37 亿元，同比增长 29.10%；实现归母净利润 2.15 亿元，同比增长 16.15%；实现扣非归母净利润 1.94 亿元，同比增长 10.92%。（公告日期：2023 年 4 月 10 日）

【东鹏饮料】2023 年第一季度业绩预告：经财务部门初步测算，2023 年第一季度实现归属于母公司所有者的净利润预计在 48,209 万元到 49,700 万元之间，与上年同期相比，将增加 13,744 万元到 15,235 万元，增幅为 39.88%到 44.20%。预计 2023 年第一季度实现归属于母公司所有者的扣除非经常性损益后的净利润为 44,174 万元到 45,540 万元，与上年同期相比，将增加 11,054 万元到 12,420 万元，增幅为 33.38%到 37.50%。（公告日期：2023 年 4 月 11 日）

【仲景食品】2023 年第一季度报告：报告期内，公司实现营业收入 22,317.02 万元，较上年同期增长 12.26%，归属于上市公司股东净利润 3,909.22 万元，较上年同期增长 132.55%。业绩同比变动的主要因素如下：1、收入增长，仲景香菇酱、上海葱油大单品销量增加；2、销售费用降低，其中央视等广告费用支出减少。（公告日期：2023 年 4 月 11 日）

【惠泉啤酒】2022 年年度报告：2022 年，中国规模以上啤酒企业累计产量 3568.7 万千升，同比增长 1.1%。（数据来源：国家统计局）。报告期内，公司紧紧围绕企业高质量发展目标，推进企业各项经营管理工作。公司实现啤酒销量 21.69 万千升，同比增长 3.75%；实现营业收入 61,341.51 万元，同比增长 5.39%；实现利润总额 4,645.71 万元，同比增长 23.05%；实现归属于上市公司股东的净利润 3,984.83 万元，同比增长 28.41%。公司销量、收入、利润实现同步稳健增长，企业经营质量向好。（公告日期：2023 年 4 月 11 日）

【南侨食品】2023 年 3 月营业收入简报：公司 2023 年 3 月合并营业收入为人民币 28,632.12 万元，同比增长 23.25 %。（公告日期：2023 年 4 月 12 日）

【绝味食品】2023 年第一季度业绩预告：经财务部门初步测算，公司预计 2023 年第一季度实现营业收入 18 亿元—18.5 亿元，上年同期营业收入为 16.88 亿元，较上年同期营业收入同比上升 6.63%—9.59%；预计 2023 年第一季度实现归属于上市公司股东的净利润为：12,800 万元—13,800 万元，与上年同期相比，同比

上升 43.71%—54.94%。；预计归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润为：12,600 万元—13,600 万元，同比上升 52.95%—65.09%。（公告日期：2023 年 4 月 13 日）

【燕京啤酒】2023 年第一季度业绩预告的自愿性披露公告：2023 年第一季度，公司预计归母净利润为 6,200 万元至 6,600 万元，比上年同期增长 7076.76%至 7539.77%，实现 2023 年首季“开门红”。公司预计扣非归母净利润为 5406.57 万元至 5806.57 万元。（公告日期：2023 年 4 月 13 日）

6 行业重要新闻整理

泸州老窖举办首届“窖主节”：近日，泸州老窖发布视频，官宣首届“窖主节”于 4 月 7 日至 4 月 11 日在成都举办，以线上线下一系列互动活动、福利计划，感恩和回馈广大消费者的陪伴与支持，为窖主们带来丰富多元、乐趣不断的体验。泸州老窖携手从全国各地循香而来的广大窖主共同启动泸州老窖首届“窖主节”，以线上线下多重专属福利以及一系列白酒文化体验活动，为窖主们打造一场美酒嘉年华。（中国酒业协会）

洋河大曲（经典版）重磅发布：4 月 8 日，“名酒复兴·重塑经典”洋河名酒价值论坛暨新品发布会在成都举办，会上发布了“洋河大曲（经典版）”，定位全国大单品百元标杆，树立名酒价值经典印象。（酒说）

郎酒官宣 3 个阶段性百亿目标：4 月 8 日，郎酒表示，用 2-3 年时间，使兼香郎酒达到 100 亿元年销售规模；再用 2-3 年时间，使郎牌特曲单个事业部达到 100 亿元销售规模；再用 3-5 年时间，打造核心单品 100 亿元年销售规模。（酒说）

茅台集团将成华贵人寿第一大股东：4 月 11 日，贵州银保监局发布批复称，批准华贵人寿注册资本从 10 亿元增加至 20 亿元，由茅台集团认购新增注册资本 46660 万元。增加注册资本和股东后，茅台集团持股 33.33%华贵人寿股权。（中国酒业协会）

陕西扶风县 10 万吨精酿啤酒项目将试运行：日前消息，陕西省宝鸡市扶风县科技工业园精酿啤酒生产基地项目 4 月中旬将投料试运行。据了解，该项目是扶风县招商引资重点项目，由宝鸡赋比兴品牌有限公司投资建设，总投资约 11 亿元，计划年产能 10 万吨。（中国酒业协会）

贵州茅台酒（癸卯兔年）成都鉴赏会举行：4 月 12 日，“月印

天府·春望蜀川”贵州茅台酒（癸卯兔年）成都鉴赏会举行，茅台生肖文化再次行至天府之国，以一场集光影、音乐、艺术的诗酒文化大赏，开启兔茅“生肖酒寻美之路”。（中国酒业协会）

4月13日，以“共创 共进 共赢”为主题的2023汾酒经销商座谈会在成都召开。对于汾酒未来发展，袁清茂强调要实现“三个提高”：要提高全国化市场拓展速度；要提升清香消费群体的培育深度；要提高汾酒营销人才的培养力度。（云酒头条）

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。