

2023年04月17日

超配

首席证券分析师:

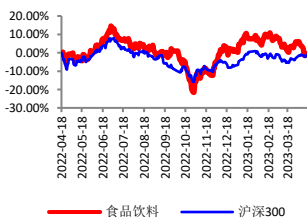
丰毅 S0630522030001

fengyi@longone.com.cn

证券分析师:

任晓帆 S0630522070001

rxf@longone.com.cn



相关研究

1.健康持续，持续关注白酒、零食、益生菌——食品饮料行业周报（2023/3/20-2023/3/24）

2.公司简评：干味央厨（001215）：拟定增5.9亿，收购味宝，扩增产能

3.公司简评：劲仔食品（003000）：大包装战略初见成效，鹌鹑蛋快速成长

糖酒会热度较高，马太效应将增强

——食品饮料行业周报（2023/4/10-2023/4/14）

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5.20%，较上证综指下跌5.52pct，较沪深300指数下跌4.44pct，在31个申万一级板块中排名第31位。(2) **细分板块:** 本周子板块悉数下跌，啤酒、白酒和休闲食品跌幅居前，分别下跌6.31%、5.69%和4.85%。本周各板块PE（TTM）悉数下跌。年初至今，子板块多数下跌，除啤酒板块上涨外，其余均下跌。(3) **个股方面:** 本周涨幅前三名为仲景食品、好想你和*ST皇台，分别上涨11.4%、10.7%和5.8%。跌幅前三为口子窖、顺鑫农业和重庆啤酒，分别下跌12.7%、12.6%和11.7%。
- **白酒: 活动高热度，招商平稳，马太效应将增强。** (1) **活动热度明显好于往年，招商平稳，白酒会场热度好于其他细分板块。** 本届春糖会，预计参会人次40万+，参展6517家企业（同比增加30%+），企业活动举办踊跃，龙头酒企举办高规格论坛、会议、新品发布会较往年相比均更活跃，现场整体较往年拥挤。实际招商情况较往年则相对平稳。白酒会场热度好于其他版块。(2) **马太效应将增强。** ①**3月淡季表现平而不淡，名酒收割明显。** 因春节结束较早，提前进入淡季，2月中旬宴席回补结束后，3月在去年低基数下，动销为正但增长有限，叠加龙头淡季批价上浮有限，导致市场担忧。在此基础上，高端酒、省区名酒表现较强势，结合疫后经经销商较为谨慎，高于行业的动销主要表现为对地方小品牌额度收割。②**中小品牌疫情影响仍在:** 中小品牌、非茅酱酒品牌、部分持续招商次高端品牌库存消化并未结束，具体来看，非茅酱酒价格虽已企稳，库存仍较高，次高端品牌除了剑南春、舍得等名酒品牌外，部分上市酒企部分大单品、非上市酒企今年主要仍以去库存为主。③**名酒全价位带布局，信心较强:** 经过疫情后，名酒目前已逐步开始趋势性全价位带布局，从动销到招商将进一步对中小品牌产生干扰和影响，不同于地方性小品牌，春节后名酒库存恢复常态，茅台、五粮液等主要名酒价格逐步企稳回升，5、6月小长假的行业主题，对于非名酒、名酒可能分别为去库存和中秋旺季提价跳板，我们预计2023年白酒行业发展特征主要为集中度提升。**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。**
- **非白酒饮食观点: 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）、餐饮企业宣传需求（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；政策影响；竞争加剧的影响。

正文目录

1. 本周观点：糖酒会热度较高，马太效应将增强.....	5
2. 重点公司盈利预测.....	6
3. 本周消费行业：子板块悉数下跌.....	7
4. 消费趋势及相关数据：3月CPI增速小幅回落.....	9
5. 主要食品饮料价格：白酒价格稳定.....	12
5.1. 白酒：价格稳定.....	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：涨跌不一.....	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.....	17
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.....	6
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.....	17

1.本周观点：糖酒会热度较高，马太效应将增强

白酒：活动高热度，招商平稳，马太效应将增强。(1) 活动热度明显好于往年，招商平稳，白酒会场热度好于其他细分板块。本届春糖会，预计参会人次 40 万+，参展 6517 家企业(同比增加 30%+)，企业活动举办踊跃，龙头酒企举办高规格论坛、会议、新品发布会较往年相比均更活跃，现场整体较往年拥挤。实际招商情况较往年则相对平稳。白酒会场热度好于其他版块。(2) **马太效应将增强。**①**3 月淡季表现平而不淡，名酒收割明显。**因春节结束较早，提前进入淡季，2 月中旬宴席回补结束后，3 月在去年低基数下，动销为正但增长有限，叠加龙头淡季批价上浮有限，导致市场担忧。在此基础上，高端酒、省区名酒表现较强势，结合疫后经销商较为谨慎，高于行业的动销主要表现为对地方小品牌额度收割。②**中小品牌疫情影响仍在：**中小品牌、非茅酱酒品牌、部分持续招商次高端品牌库存消化并未结束，具体来看，非茅酱酒价格虽已企稳，库存仍较高，次高端品牌除了剑南春、舍得等名酒品牌外，部分上市酒企部分大单品、非上市酒企今年主要仍以去库存为主。③**名酒全价位带布局，信心较强：**经过疫情后，名酒目前已逐步开始趋势性全价位带布局，从动销到招商将进一步对中小品牌产生干扰和影响，不同于地方性小品牌，春节后名酒库存恢复常态，茅台、五粮液等主要名酒价格逐步企稳回升，5、6 月小长假的行业主题，对于非名酒、名酒可能分别为去库存和中秋旺季提价跳板，我们预计 2023 年白酒行业发展特征主要为集中度提升。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	21,524	12%	16%	16%	12%	19%	18%	525	625	736	41	34	29
五粮液	6,816	16%	15%	14%	17%	15%	16%	234	269	312	37	25	22
泸州老窖	3,379	24%	22%	21%	32%	28%	25%	80	102	127	47	33	27
山西汾酒	2,969	43%	34%	27%	73%	47%	30%	53	78	102	73	38	29
酒鬼酒	387	87%	41%	30%	82%	32%	28%	9	12	15	77	33	26
舍得酒业	605	84%	40%	31%	114%	25%	38%	12	16	21	61	39	28
古井贡酒	1,276	29%	22%	20%	24%	32%	27%	23	30	39	56	42	33
洋河股份	2,260	20%	20%	18%	0%	28%	21%	75	96	116	33	24	19
今世缘	737	25%	24%	22%	30%	23%	25%	20	25	31	34	30	24
口子窖	352	25%	18%	17%	35%	0%	17%	17	17	20	25	20	17
迎驾贡酒	475	33%	26%	22%	45%	27%	24%	14	18	22	40	27	22
伊利股份	1,787	14%	16%	12%	23%	8%	18%	87	94	110	30	19	16
妙可蓝多	143	57%	46%	32%	161%	55%	38%	2	2	3	187	60	43
青岛啤酒	1,300	9%	9%	8%	43%	11%	24%	32	35	44	43	37	30
珠江啤酒	204	7%	8%	7%	7%	0%	17%	6	6	7	33	33	28
华润啤酒	1,766	6%	10%	8%	119%	-8%	28%	46	42	54	37	42	33
百润股份	434	35%	26%	25%	24%	-29%	51%	7	5	7	67	92	61
东鹏饮料	720	41%	25%	24%	47%	19%	31%	12	14	18	61	51	39
海天味业	3,388	10%	12%	14%	4%	1%	18%	67	67	80	66	50	43
味知香	67	23%	22%	24%	6%	12%	31%	1	1	2	72	45	34
千味央厨	57	35%	25%	25%	16%	14%	40%	1	1	1	57	56	40
安井食品	428	33%	27%	24%	13%	57%	27%	7	11	14	61	40	31

资料来源：ifind 一致性预期，东海证券研究所

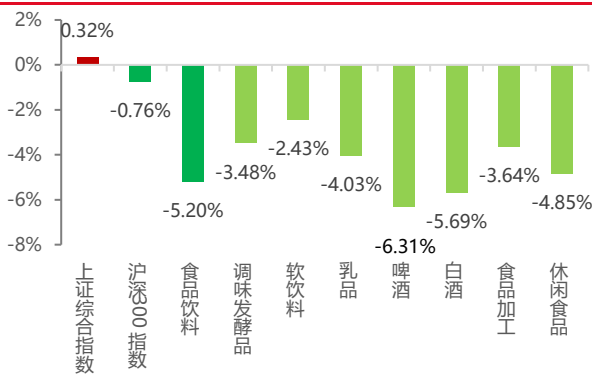
注：数据截至 202304016

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 5.20%,较上证综指下跌 5.52pct,较沪深 300 指数下跌 4.44pct, 在 31 个申万一级板块中排名第 31 位。

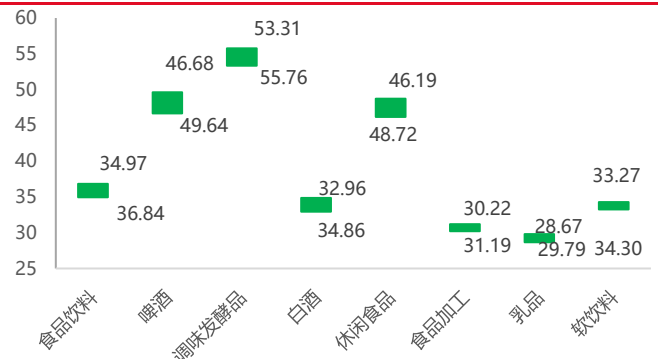
(2)细分板块:本周子板块悉数下跌,啤酒、白酒和休闲食品跌幅居前,分别下跌 6.31%、5.69%和 4.85%。本周各板块 PE (TTM) 悉数下跌。年初至今,子板块多数下跌,除啤酒板块上涨外,其余均下跌。

图1 本周板块涨跌幅



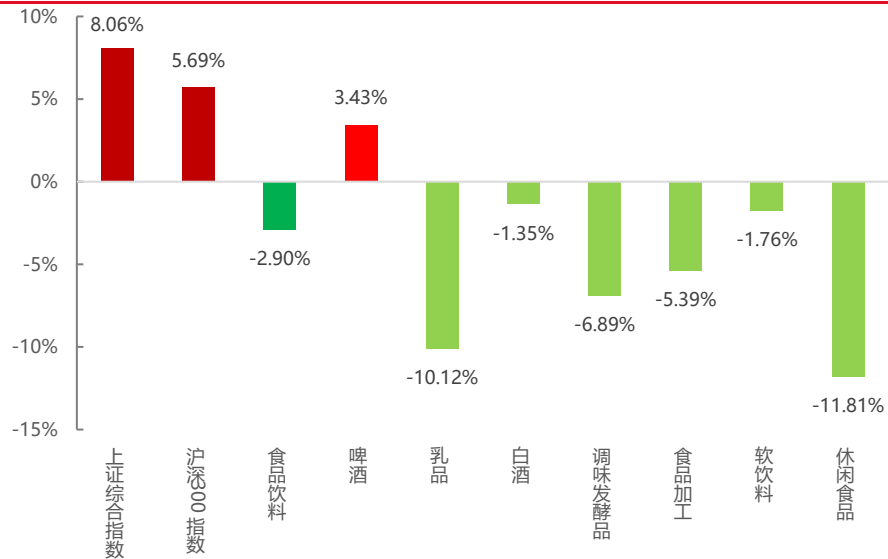
资料来源: ifind, 东海证券研究所

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



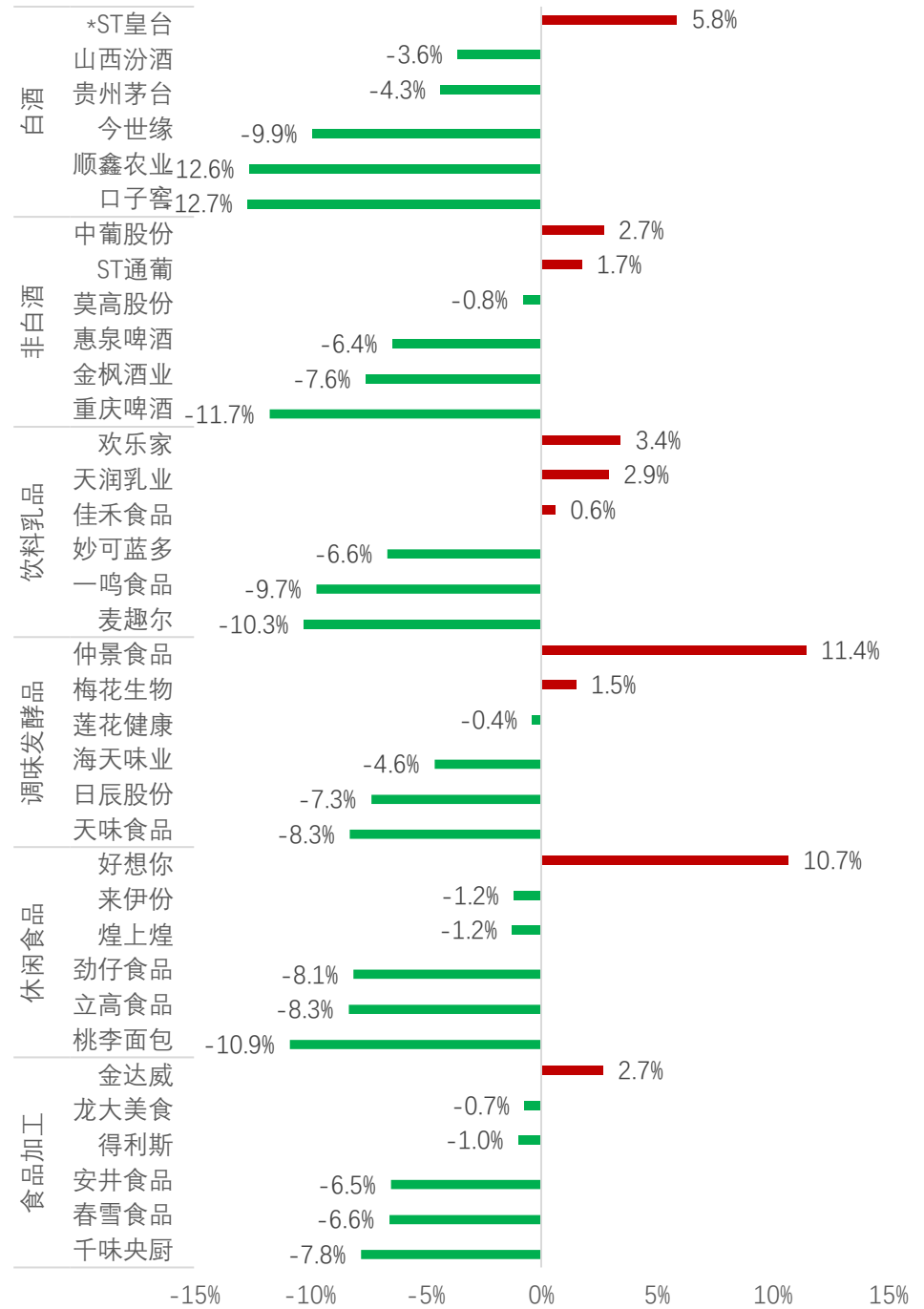
资料来源: ifind, 东海证券研究所

(3) 个股方面:

白酒板块*ST 皇台涨幅居前,为 5.8%, 口子窖、顺鑫农业和今世缘跌幅居前,为-12.7%、-12.6%和-9.9%。

非白酒板块中葡股份涨幅居前,为 2.7%, 重庆啤酒跌幅居前,为-11.7%。饮料乳品板块欢乐家涨幅居前,为 3.4%, 麦趣尔跌幅居前,为-10.3%。调味发酵品板块仲景食品涨幅居前,为 11.4%, 天味食品跌幅居前,为-8.3%。休闲食品板块好想你涨幅居前,为 10.7%, 桃李面包跌幅居前,为-10.9%。食品加工板块金达威涨幅居前,为 2.7%, 干味央厨跌幅居前,跌幅为-7.8%。

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：3月CPI增速小幅回落

(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3月份整体居民消费价格指数同比上升0.7%，同比增速环比下降0.3pct。各分项价格指数中，教育文化和娱乐环比上升0.2pct，衣着环比上升0.1pct，食品烟酒、医疗保健环比不变，居住环比下跌0.2pct，生活用品及服务环比下跌0.7pct，交通和通信环比下跌2.0pct。

(3) 消费者信心指数：2023年2月份消费者信心指数94.7，较2023年1月小幅上涨3.5pct。

(4) 工业企业利润总额：2023年2月份工业企业利润总额8872.1亿元，同比下跌23.36%。

(5) 百城住宅价格指数：2023年3月份一线城市百城住宅价格指数环比上涨0.04%，二线城市百城住宅价格指数环比上涨0.01%，三线城市百城住宅价格指数环比下跌0.02%。

(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%。

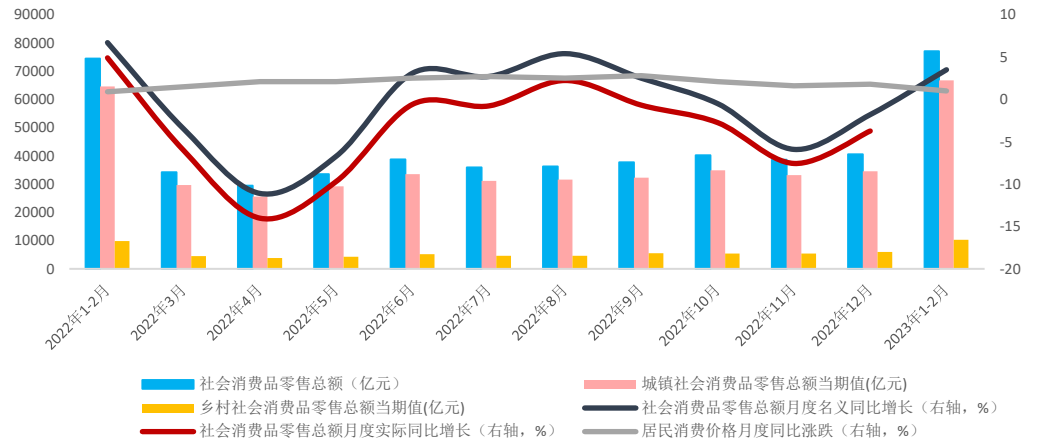
表2 社零数据细分小类增速比较

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

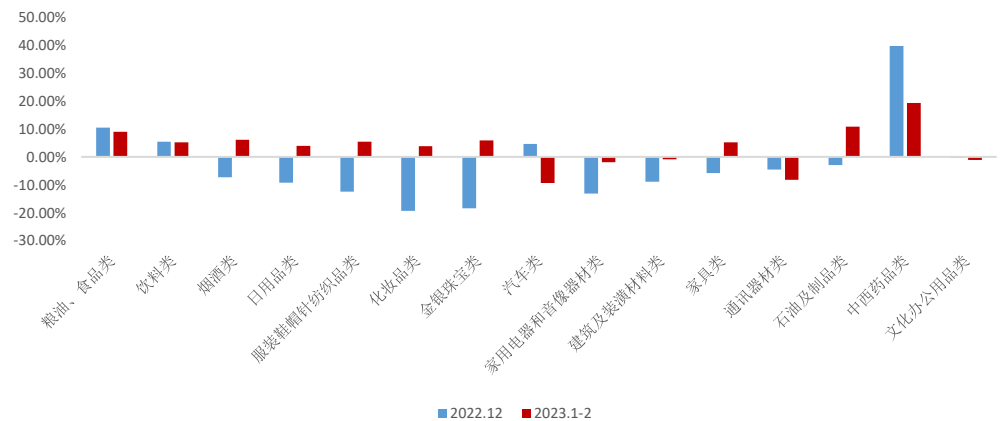
资料来源: wind, 东海证券研究所

图5 近期整体社会消费品零售总额



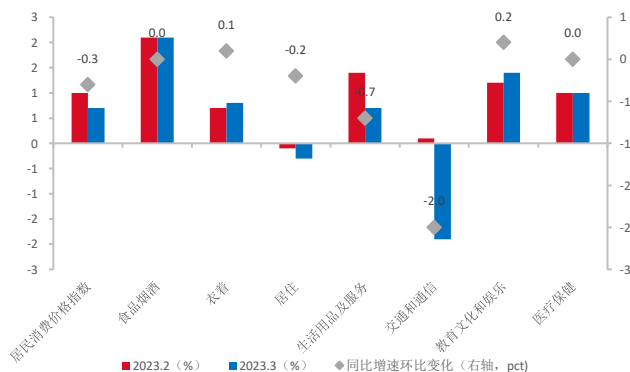
资料来源: 国家统计局, 东海证券研究所

图6 近两个月分行业社零同比增速对比



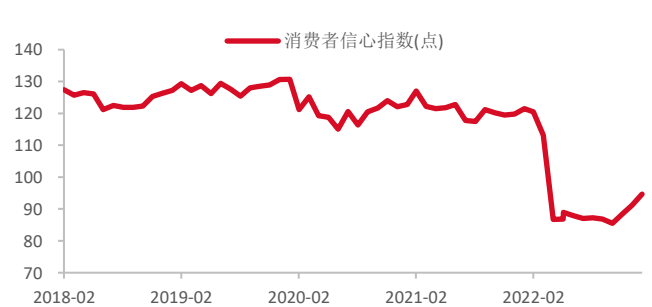
资料来源: 国家统计局, 东海证券研究所

图7 居民消费价格指数同比变化



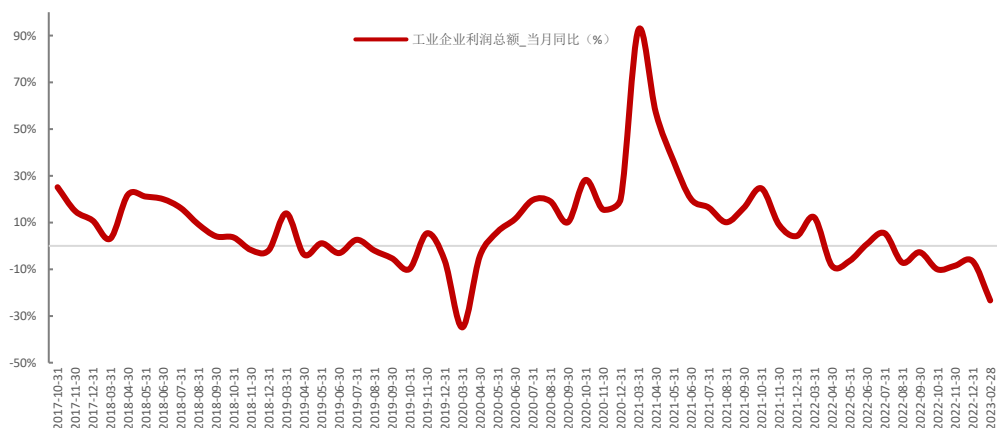
资料来源: wind, 东海证券研究所

图8 消费者信心指数



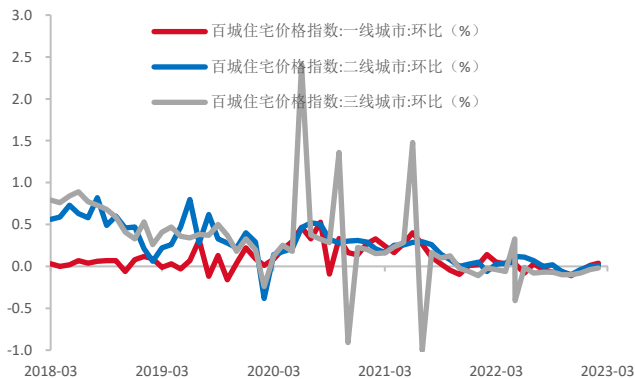
资料来源: wind, 东海证券研究所

图9 工业企业利润总额同比变化趋势



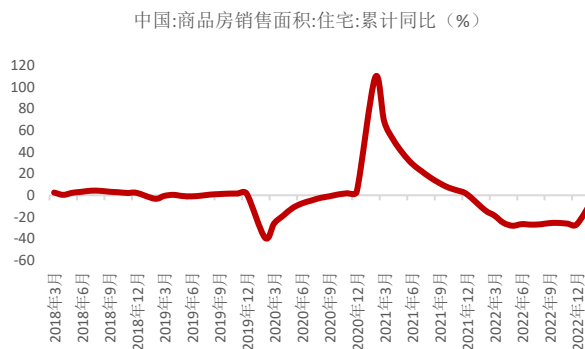
资料来源：国家统计局，东海证券研究所

图10 百城住宅价格指数



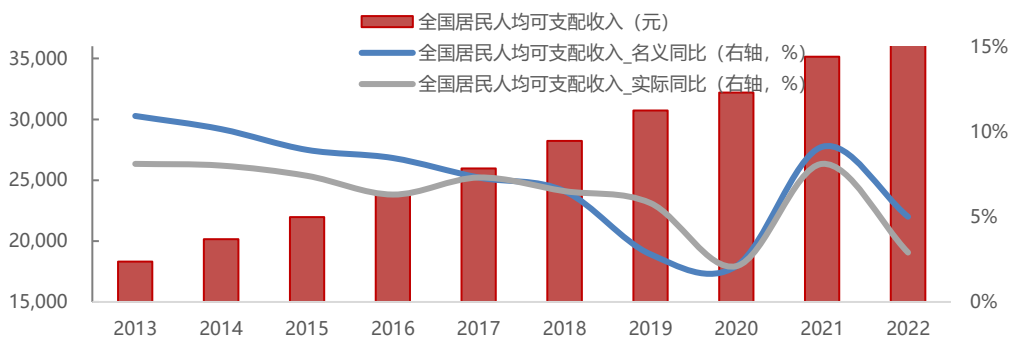
资料来源：wind，东海证券研究所

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：价格稳定

(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，较上周环比不变，较去年同期上涨 4.53%。原箱飞天茅台批价本周最后一日报 3035 元，周均价 3035 元，较上周环比不变，较去年同期上涨 6.65%。

(2) 五粮液：

普五批价本周最后一日报 965 元，周均价 965 元，较上周环比不变，较去年同期下降 0.22%。

(3) 泸州老窖：

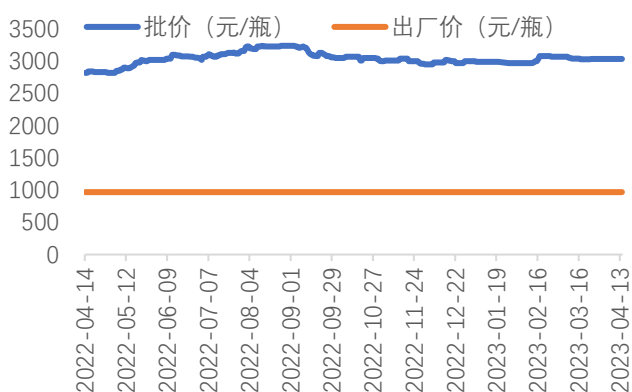
国窖 1573 批价本周最后一日报 905 元，周均价 905 元，较上周环比不变，较去年同期下降 1.63%。

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	2650	4.53%	2,770	0.00%
批发价_茅台飞天系列_飞天(2021)(53%vol 500ml)_原箱	3035	3035	2846	6.65%	3,035	0.00%
批发价_五粮液系列_普五(八代)(52%vol 500ml)	965	965	967	-0.22%	965	0.00%
批发价_泸州老窖系列_国窖 1573(52%vol 500ml)	905	905	920	-1.63%	905	0.00%

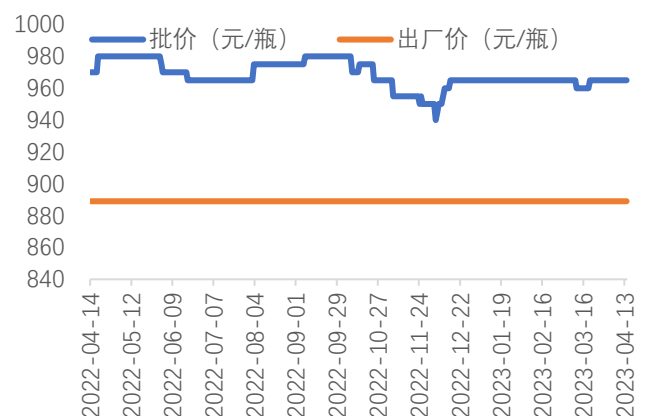
资料来源：萝卜投资，东海证券研究所

图13 原箱飞天茅台出厂价及批价



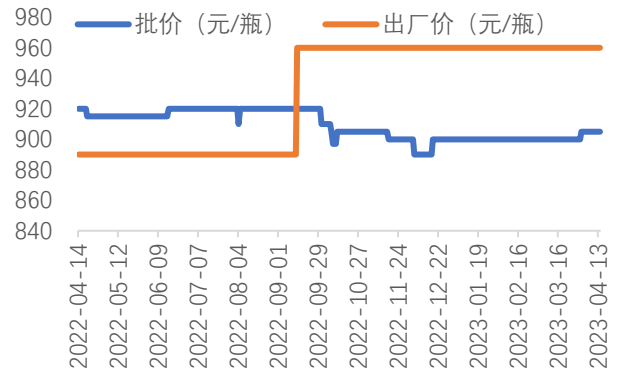
资料来源：萝卜投资，东海证券研究所

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 3.94 元/公斤，价格较上周下跌 0.25%，去年同期 4.17 元/公斤，同比下降 5.52%。

(2) 酸奶零售价 16.24 元/公斤，价格较上周环比下跌 0.31%，去年同期 16.52 元/公斤，同比下降 1.69%。

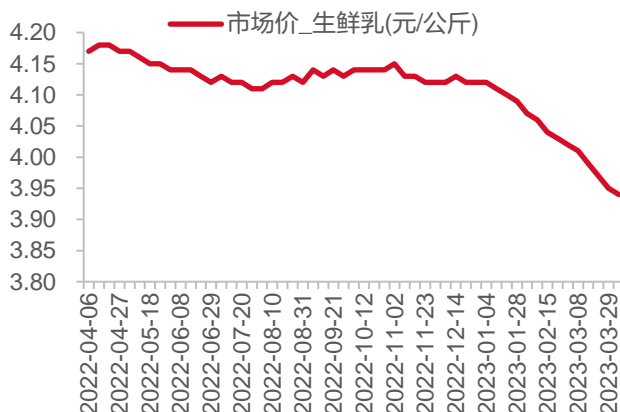
(3) 牛奶零售价 12.57 元/升，价格较上周环比下跌 0.32%，去年同期 12.99 元/升，同比下降 3.23%。

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)	3.94	4.17	-5.52%	3.95	-0.25%
国内现货价格_零售价_酸奶(元/公斤)	16.24	16.52	-1.69%	16.29	-0.31%
国内现货价格_零售价_牛奶(元/升)	12.57	12.99	-3.23%	12.61	-0.32%

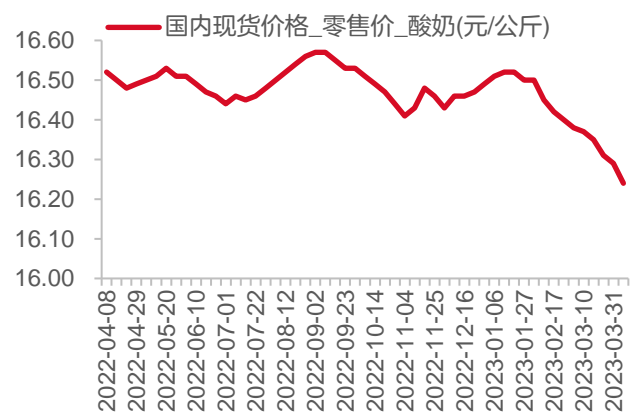
资料来源：ifind，东海证券研究所

图16 生鲜乳市场价变化趋势



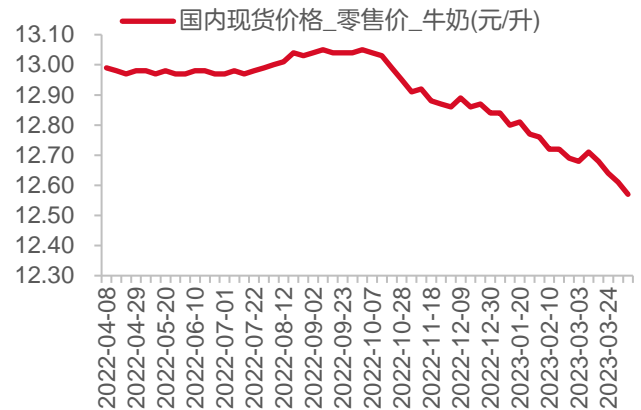
资料来源：wind，东海证券研究所

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15.72元/斤，周均价15.78元/斤，环比下跌1.81%，同比上涨7.26%。生猪交易市场成交均价、周均价14.21元/公斤，环比下跌2.60%，同比上涨12.33%。牛肉平均批发价本周最后一日为76.71元/公斤，周均价76.67元/公斤，环比上涨0.58%，同比下跌0.28%。白条鸡平均批发价本周最后一日为18.40元/公斤，周均价18.29元/公斤，环比上涨1.31%，同比上涨3.17%。

(2) 大宗商品方面：涨跌不一

大豆本周最后一日5192元/吨，周均价5192元/吨，环比上涨0.68%，同比下跌5.94%。棕榈油期货结算价（活跃合约），本周最后一日7690元/吨，周均价7743元/吨，环比下跌1.21%，同比下跌27.98%。豆油期货结算价（活跃），本周最后一日8194元/吨，周均价8203元/吨，环比下跌1.53%，同比下跌23.40%。大麦现货全国均价本周最后一日2790元/吨，周均价2795元/吨，环比下跌0.84%，同比下跌6.39%。小麦现货全国均价本周最后一日2911元/吨，周均价2907元/吨，环比上涨1.21%，同比下跌5.92%。

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)	15.72	15.78	14.66	7.26%	16.01	-1.81%
生猪交易市场:成交均价(元/公斤)	14.21	14.21	12.65	12.33%	14.59	-2.60%
平均批发价:牛肉(元/公斤)	76.71	76.67	76.93	-0.28%	76.26	0.58%
平均批发价:白条鸡(元/公斤)	18.40	18.29	17.83	3.17%	18.16	1.31%
市场价:大豆:黄豆:全国(元/吨)	5192	5192	5520	-5.94%	5157	0.68%
期货结算价(活跃合约):棕榈油(元/吨)	7690	7743	10677	-27.98%	7785	-1.21%

期货结算价(活跃):豆油(元/吨)	8194	8203	10697	-23.40%	8322	-1.53%
现货价:大麦:全国均价(元/吨)	2790	2795	2981	-6.39%	2814	-0.84%
现货价:小麦:全国均价(元/吨)	2911	2907	3094	-5.92%	2876	1.21%

资料来源: ifind, 萝卜投资, 东海证券研究所

6.2. 食品饮料包材及运费: 涨跌不一

(1) 食品饮料包材方面: 环比涨跌不一

铝锭市场价 18608 元/吨, 周均价 18608 元/吨, 环比上涨 1.41%, 同比下跌 16.38%。PET 出厂价最后一日 8000 元/吨, 周均价 8000 元/吨, 环比下跌 0.93%, 同比下跌 4.48%。瓦楞纸出厂均价最后一日 3860 元/吨, 周均价 3860 元/吨, 环比不变, 同比下跌 10.02%。玻璃期货结算价(活跃合约)最后一日 1689 元/吨, 周均价 1657 元/吨, 环比上涨 2.38%, 同比下跌 17.02%。

(2) 物流运费指数方面: 多数下跌

中国公路物流指数, 本周最后一日 1039 点, 环比上涨 1.31%, 同比上涨 2.75%。巴拿马型运费指数(BPI), 本周最后一日 1702, 环比下跌 2.04%, 同比下降 41.60%。波罗的海运费指数干散货(BDI), 本周最后一日 1435 点, 环比下跌 2.50%, 同比下降 30.60%。好望角型运费指数(BCI), 本周最后一日 1850 点, 环比下跌 0.03%, 同比上涨 31.79%。

表6 主要食品饮料包材及运费本周价格

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)	18608	18608	22253	-16.38%	18350	1.41%
出厂价:PET(PET瓶片):江苏三房巷(元/吨)	8000	8000	8375	-4.48%	8075	-0.93%
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)	1689	1657	2036	-17.02%	1650	2.38%
中国公路物流运价指数(点)	1039	1039	1011	2.75%	1025	1.31%
巴拿马型运费指数(BPI)	1702	1778	2914	-41.60%	1737	-2.04%
波罗的海运费指数:干散货(BDI)	1435	1467	2068	-30.60%	1472	-2.50%
好望角型运费指数(BCI)	1850	1868	1404	31.79%	1851	-0.03%

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
4.10	1.【山西汾酒】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。 2.【古井贡酒】控股股东解除质押公司15.89%股份。 3.【光明乳业】聘任朱毅为公司副总经理。 4.【燕京啤酒】2022年公司实现啤酒销量377.02万千升，同比增长4.12%；实现营业收入132.02亿元，同比增长10.38%；实现归属于上市公司股东的净利润3.52亿元，同比增长54.51%。 5.【安琪酵母】公司预计2023年第一季度实现归属于上市公司股东的净利润在3.44亿元至3.69亿元，同比增加10%至18%。 6.【宝立食品】2022年公司实现营业收入20.37亿元，同比增长29.10%；归属于上市公司股东的净利润2.15亿元，同比增长16.15%。 7.【欢乐家】2022年公司实现营业收入15.96亿元，同比增长8.38%，归属于上市公司股东的净利润为2.03亿元，同比增长10.65%。
4.11	1.【仲景食品】2023年第一季度公司营收约2.23亿元，同比增加12.26%；归属于上市公司股东的净利润约3909万元，同比增加132.55%。 2.【东鹏饮料】2023年第一季度公司实现归属于母公司所有者的净利润约4.82-4.97亿元，同比增长39.88%-44.2%。 3.【华统股份】2023年3月生猪销售数量同比增长129.61%，生猪销售收入同比增长142.67%。 4.【惠泉啤酒】2022年公司营业收入6.13亿元，同比增长5.39%；归属于上市公司股东的净利润3984.83万元，同比增长28.41%。
4.12	1.【南侨食品】公司2023年3月合并营业收入为人民币2.86亿元，同比增长23.25%。 2.【克明食品】克明集团所持公司股份累计质押数由2500万股降低到1500万股，质押率降低至16.29%。 3.【古越龙山】2022年公司实现营业收入16.2亿元，同比上涨2.75%；归母净利润2.02亿元，同比上涨0.7%。 4.【张裕A】2022年公司实现营业收入39.19亿元，同比下降0.86%；归母净利润4.29亿元，同比下降14.28%。
4.13	1.【桃李面包】2023年一季度营业收入约14.76亿元，同比增加1.66%；归属于上市公司股东的净利润约1.39亿元，同比减少12.15%。 2.【绝味食品】2023年第一季度实现归属于上市公司股东的净利润为1.28亿元-1.38亿元，同比上升43.71%-54.94%。 3.【燕京啤酒】预计2023年一季度净利润6200万元-6600万元，同比增长7076.76%-7539.77%。
4.14	1.【兰州黄河】2022年公司实现营业收入2.66亿元，同比下降13.63%；归属于上市公司股东的净利润-2924.42万元，同比盈转亏。2023年第一季度公司实现营收7363.90万元，同比增长1.42%；实现净利润-297.98万元，上年同期为-328.15万元。 2.【盐津铺子】2022年营业收入约28.94亿元，同比增加26.83%；归属于上市公司股东的净利润约3.01亿元，同比增加100.01%。 3.【贵州茅台】2023年第一季度，公司实现营业总收入391.6亿元左右，同比增长18%左右；实现归属净利润205.2亿元左右，同比增长19%左右。

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
4.10	1. 全国首家茅台冰淇淋体验店在红色延安启幕。 2. 黑龙江省海林市天湖啤酒公司 5 万千升项目开工。。
4.11	1. 洋河股份推出 33.8%vol 微分子新品，布局“轻白酒”市场。 2. 上海贵州茅台实业公司法定代表人变更，陈璐接替冯镛。
4.12	1. 叮咚买菜与盱眙战略合作打造小龙虾供应链。
4.13	1. 盒马预制菜部门在中国连锁餐饮峰会上首次亮相，将加速新品开发。
4.14	1. 第 108 届糖酒会三天展期观展总人数达 38.6 万人次。 2. 4 月上旬全国白酒环比价格总指数为 100.01，上涨 0.01%。

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) 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。

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](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](http://www.longone.com.cn)
 电话:(8610) 59707105
 传真:(8610) 59707100
 邮编:100089