

食品饮料组

分析师：刘宸倩（执业 S1130519110005）
liuchengqian@gjzq.com.cn

联系人：李本媛
libenyuan@gjzq.com.cn

联系人：林晨星
linchenxing@gjzq.com.cn

联系人：叶韬
yetao@gjzq.com.cn

联系人：陈宇君
chenyujun@gjzq.com.cn

餐饮修复为当下核心主线，消费力回暖将逐步兑现

周专题：从社零数据看食品饮料恢复

社零解读：3月社会消费品零售总额同比增长10.6%，Q1累计同比增长5.8%；3月社零餐饮收入同比增长26.3%，Q1累计同比增长13.9%。社零数据来看，消费表现超预期，餐饮弹性显著，必需品粮油食品类、饮料类、烟酒类等增速表现偏稳健；餐饮数据来看，3月环表现景气度环比大幅回升，但还原后（以19年为基数）实际景气度仍偏弱，或因1-2月报复性消费，这与社服板块的高频跟踪及3月走弱的消费“体感”相吻合。

板块修复：3月餐饮和消费力复苏阶段性走弱，后续餐饮修复仍为复苏主线，消费力修复仍需时间兑现。基础调味品及速冻板块与餐饮关联度较高，3月环比走弱，Q1龙头动销总体双位数以上增长，发货表现欠佳则转为库存水位的控制；乳制品板块和零售端消费力关联度更高，龙头整体Q1动销和发货表现较弱，侧面反应出消费力复苏需假以时日；啤酒板块龙头销量修复较好，价增分化，符合当下仍以场景修复为主的趋势；白酒当下是阶段性淡季，对于企业端而言，从渠道反馈来看目前普遍仍处于规划阶段，中小企业的招待需求仍在修复中，居民侧100-300元价位的产品动销反馈仍较好，五一、端午的宴席招待需求按当前的预订情况来看释放也会比较充分。

我们认为：春糖、CPI数据披露后，当前市场对复苏的预期比较低迷；社零、餐饮表现数据优秀，但核心为低基数下的餐饮复苏，若还原基数3月确实环比走弱。实际上我们从复苏的链条来看，当前已经不存在场景的硬约束，从出行等维度也可以看出消费情绪释放比较充分（例如飞猪此前披露五一国内机票、酒店、景区门票、跟团游等预订量均已超过2019年同期，客单均价同比提升超30%），3月餐饮的环比走弱可能更多来自于前期的报复性消费，因而后续博弈的点可能在于消费力的释放节奏，消费力的回归长期具备确定性但短期尚未充分印证。

子板块观点

白酒：从实际披露的茅台、汾酒的Q1业绩情况来看均有较好的表现，短期建议关注业绩催化带来的情绪回暖。目前仍推荐布局性价比凸显、确定性占优的高端酒板块，业绩阶段性景气度较优的区域酒板块。往后我们建议愈发关注顺周期的次高端赛道，景气度恢复具备确定性，只待量变引起质变。

啤酒：全国规模以上啤酒产量3月同比+20.4%，Q1同比+4.5%。下周将密集披露季报，我们判断Q1重啤吨成本或增长3%以上，吨价受1664、乌苏下滑而承压，Q1毛利率下行；华润吨价增速中个位数以上，毛利率得以改善；青啤预计收入增速中双位数左右，利润20%多。

休闲食品：休闲食品偏可选，但单价相对较低，在疫情期间受消费力下降的扰动小。我们持续看好零食专营业态向下线市场扩张的思路，推荐受益的上游生产商，建议重点关注低估值、年内可能超预期的标的。

餐饮链：基本面表现平稳，伴随板块阶段性走弱。3月餐饮环比出现走弱迹象，4月仍处过渡期，对应餐饮链标的亦普遍表现平稳。季报窗口将至，结合跟踪情况，建议更多关注业绩确定性佳、具备超预期可能性的龙头。

乳制品：3月淡季，需求回暖+盈利改善仍可期。行业2月开始步入销售淡季，后续看消费力修复情况，当下偏弱的基本面已充分预期。奶价企稳下的结构升级改善毛利率，竞争趋缓费率有望优化，净利率提升逻辑具备兑现潜力。

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：从社零数据看食品饮料恢复.....	3
1.2 子板块观点更新.....	3
二、本周行情回顾.....	5
三、食品饮料行业数据更新.....	8
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.....	10
4.3 近期上市公司重要事项.....	11
五、风险提示.....	11

图表目录

图表 1： 2020 年至今，茅五泸汾洋古井 Forward PE.....	4
图表 2： 本周行情.....	5
图表 3： 周度申万一级行业涨跌幅.....	6
图表 4： 当周食品饮料子板块涨跌幅.....	6
图表 5： 申万食品饮料指数行情.....	6
图表 6： 周度食品饮料板块个股涨跌幅 TOP10.....	6
图表 7： 食品饮料板块沪（深）港通持股金额 TOP20.....	7
图表 8： i 茅台上市至今单品投放量情况（瓶）.....	7
图表 9： 非标茅台及茅台 1935 批价走势（元/瓶）.....	8
图表 10： 白酒月度产量（万千升）及同比（%）.....	8
图表 11： 高端酒批价走势（元/瓶）.....	8
图表 12： 国内主产区生鲜乳平均价（元/公斤）.....	9
图表 13： 中国奶粉月度进口量及同比（万吨，%）.....	9
图表 14： 啤酒月度产量（万千升）及同比（%）.....	9
图表 15： 啤酒进口数量（千升）与均价（美元/千升）.....	9
图表 16： 近期上市公司重要事项.....	11

一、周专题及板块观点

1.1 周专题：从社零数据看食品饮料恢复

在疫情防控平稳落地后的复工复产大背景下，23Q1 实现 GDP 的超预期 4.5% 同比增长，经济表现强劲主要系出口表现超预期和第三产业领衔复苏。具体至消费板块，3 月社会消费品零售总额同比增长 10.6%，1-2 月同比增长 3.5%，Q1 累计同比增长 5.8%；3 月社零餐饮收入同比增长 26.3%，1-2 月同比增长 9.2%，Q1 累计同比增长 13.9%。

社零数据：消费表现超预期，餐饮弹性显著，必需品表现偏稳健。从地区划分来看，城镇和乡村零售额 3 月同比分别+10.7%/+10.5%，Q1 同比分别+5.7%/+6.2%，城镇和乡村均有明显修复趋势；从消费类型来看，餐饮收入和商品零售 3 月同比分别+26.3%/+9.1%，Q1 同比分别+13.9%/+4.9%，餐饮收入明显快于商品零售，场景复苏的逻辑率先强势兑现；具体细分来看，粮油食品类、饮料类、烟酒类 3 月份同比分别+4.4%/-5.1%/+9.0%，Q1 同比分别+7.5%/+1.8%/+6.8%，相对稳健的增长是必需属性的印证。此外，实物商品网上零售额 Q1 同比增长 7.3%，线上增速优秀，电商渗透率延续提升趋势；限额以上单位消费品零售额 Q1 同比增长 4.8%，零售端大 B 略有跑输；除汽车以外的消费品零售额 Q1 同比增长 6.8%，汽车类 3 月修复但 Q1 累计下滑 2.3% 有所拖累。

餐饮数据：3 月环表观景气度环比大幅回升，但受到 22M3 低基数干扰，实际仍环比走弱。因 2020 年疫情以来各地管控政策干扰出现和餐饮表现，餐饮收入的基数较为混乱，我们根据统计局的同比数据计算 2019-2023 年的累计增长情况，1-2 月累计增长 14.3% (19-23CAGR=3.4%)，3 月累计增长 7.6% (19-23CAGR=1.9%)。还原后来看，今年 3 月餐饮实际景气度仍偏弱，或因 1-2 月报复性消费后环比走弱，这与社服板块的高频跟踪及 3 月走弱的消费“体感”相吻合。此外，限额以上单位餐饮收入 3 月同比增长 37.2%，Q1 同比增长 18.3%，大 B 优于大盘，可能系疫间闭店影响可控。

CPI 数据：3 月 CPI 同比+0.7%，环比-0.3pct；3 月食品价格同比+2.4%，环比-0.2pct，释放价增环比走弱的信号。

板块修复：3 月餐饮和消费力复苏阶段性走弱，后续餐饮修复仍为复苏主线，消费力修复仍需时间兑现。基础调味品及速冻板块与餐饮关联度较高，3 月环比走弱，Q1 龙头动销总体仍有接近双位数增长，若表现欠佳则转为库存水位的控制；乳制品板块和零售端消费力关联度更高，龙头整体 Q1 动销和发货表现较弱，侧面反应出消费力复苏需假以时日；啤酒板块龙头销量修复较好，价增分化，当下仍以场景修复为主；白酒当下阶段性淡季，对于企业端而言，从渠道反馈来看目前普遍仍处于规划阶段，中小企业的招待需求仍在修复中，居民侧 100-300 元价位的产品动销反馈仍较好，五一、端午的宴席招待需求按当前的预订情况来看释放也会比较充分。

我们认为，春糖、CPI 数据披露后，当前市场对复苏的预期比较低迷；社零、餐饮表现数据优秀，但核心为低基数下的餐饮复苏，若还原基数 3 月确实环比走弱。实际上我们从复苏的链条来看，当前已经不存在场景的硬约束，从出行等维度也可以看出消费情绪释放比较充分（例如飞猪此前披露五一国内机票、酒店、景区门票、跟团游等预订量均已超过 2019 年同期，客单均价同比提升超 30%），3 月餐饮的环比走弱可能更多来自于前期的报复性消费，因而后续博弈的点可能在于消费力的释放节奏，长期具备确定性但短期尚未充分印证。

1.2 子板块观点更新

■ 白酒

3 月社零录得超预期表现（同比+10.6%），单月餐饮收入+26.3%，线下消费快速恢复。其中，可选消费的韧性凸显。服装、鞋帽、针纺织品类单月同比+17.7%，金银珠宝类同比+37.4%，增幅明显优于耐用型消费。此外，烟酒类同比+9.0%，仍延续稳健增长。

春糖及 CPI 数据披露后，当前市场对复苏的预期比较低迷。实际上我们从复苏的链条来看，当前已经不存在场景的硬约束，从出行等维度也可以看出消费情绪释放比较充分（例如飞猪此前披露五一国内机票、酒店、景区门票、跟团游等预订量均已超过 2019 年同期，客单均价同比提升超 30%），因此博弈的点在于消费力的释放节奏。

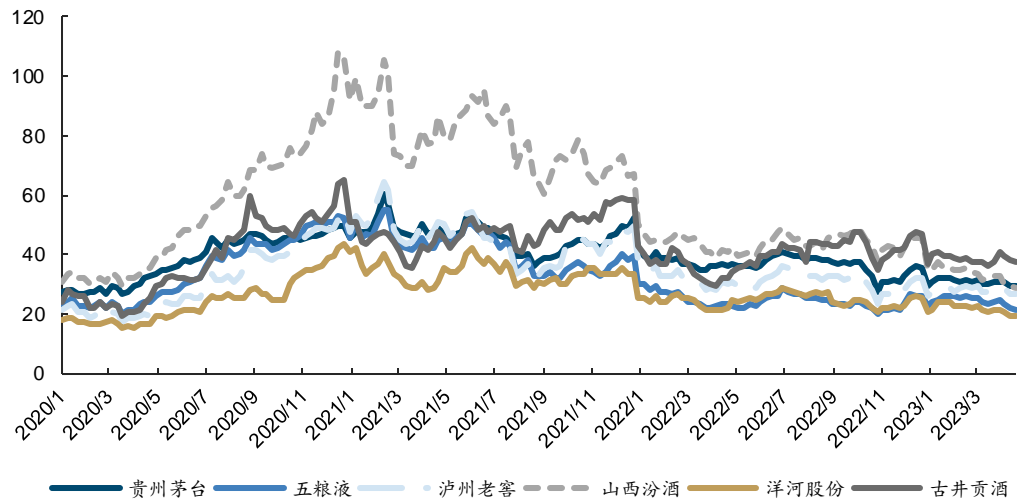
对于企业端而言，从渠道反馈来看目前普遍仍处于规划阶段，中小企业的招待需求仍在修复中；对于居民侧而言，100-300 元价位的产品动销反馈仍较好，五一、端午的宴席招待需求按当前的预订情况来看释放也会比较充分。

整体而言，我们认为基本面的恢复态势会优于当前低迷的复苏预期，批价的上行一方面同

需求有关,另一方面渠道自2月旺季后步入3-4月淡季情绪上存在落差,情绪也需要时间恢复,此外也与酒厂的投放节奏相关。我们认为越往后,酒企的业绩压力相对而言会趋缓,因此本身对于渠道节奏把握会更游刃有余,而且渠道反馈来看,各类消费者培育、促销的活动已经在积极开展,伴随低价库存去化,批价上行可更乐观。

短期内22年度包括23Q1业绩尚未完全落地,从实际披露的茅台、汾酒的Q1业绩情况来看均有较好的表现,短期建议关注业绩催化带来的情绪回暖。目前仍推荐布局性价比凸显、确定性占优的高端酒板块(茅五泸23年PE分别29X/21X/26X),业绩阶段性景气度较优的区域酒板块(洋河等)。往后我们建议愈发关注顺周期的次高端赛道,景气度恢复具备确定性,只待量变引起质变(汾酒、舍得、酒鬼等)。

图1: 2020年至今,茅五泸汾洋古井 Forward PE



来源: Wind, 国金证券研究所 (注: 数据截至23年4月21日)

地产酒: 本周洋河敦煌(高线光瓶)、金种子馥合香新品发布,金徽酒发布一季报(收入+27%,超预期)。下周地产酒将密集披露季报,我们认为,在春节返乡潮下,Q1业绩都不会差(收入增速洋河近15%、口子15%,今世缘、古井、迎驾25%或以上)。持续看好苏皖酒在复苏中的确定性和韧劲,五一宴席、宴请有望恢复。当前23年PE 洋河/今世缘/古井19/24/35X,迎驾/口子22/18X,步入性价比区间。

金种子: 本周发布核心新品馥合香。去年9月开窖节明确产品线(从100多只产品变成了12+6,从六七个品牌变成一体双翼),一体是馥合香,两翼是醉三秋+头号种子。今年2月首次发布竞争战略。1)名称焕新:原来比较拗口的字取消,用了馥。2)产品焕新:馥7/9/15/20平均酒龄5/6/7/8年以上。3)价位焕新:馥7/9/20定价188/368/888元,馥7餐饮端188,未来走向烟酒店是158/138,比原来268的最低价更亲民。4)包装焕新:阜阳非遗柳叶编,丰收黄/岁月金/福气粽。5)服务创新:新品全面使用5码关联、终端消费者互动的数字营销。6)馥合香落地5大动作:品牌IP、三级品鉴、万人回厂、体验道场、两名工程。

■ 啤酒

据统计局数据,全国规模以上啤酒企业产量3月为343.3万千升,同比+20.4%(对比21年增长8%);Q1为853.7万千升,同比+4.5%。分公司看,3月青啤量增20%多,重啤双位数以上,华润中双位数左右;Q1青啤11%、重啤中个位数左右、华润大个位数、燕京13%、珠江双位数。下周将密集披露季报,我们判断Q1重啤吨成本或增长3%以上,吨价受1664、乌苏下滑而略承压,带动Q1毛利率下行;青啤预计收入增速中双位数左右,利润增速20%多;华润吨价增速中个位数以上,毛利率明显改善。

燕京啤酒: 公司发布年报和一季报,22年量+4.1%,吨价同比+4.6%至3231元/吨。22年赤峰、衡阳实现高两位数增长,漓泉H2恢复小个位数增长,所得税率同比-13pct至21%,少数股东损益占比同比+14pct至36%。关厂裁员边际加快,22年折旧摊销占比-0.8pct,员工减少9%(近几年在7%),主要在生产、技术和财务人员,职工薪酬占比-1.6pct。22年净利率同比+1.7pct至4.2%,毛利率同比-1pct,啤酒吨成本同比+5.4%(吨原料涨10%,吨人工降5%)。

23Q1销量同比+12.8%;吨收入同比+0.8%,或系货折+其他非啤酒业务扰动影响。23Q1净利率同比+1.5pct至2.55%,1)毛利率同比+2.2pct,吨成本同比-2.6%,主要系产能、人

员优化+包材压力减轻；2) 销售/管理费率同比+0.6/-1.3pct，品牌投入提升，但管理效率受规模效应、组织架构调整增强；所得税率同比-16.1pct至28.7%。

华润啤酒：公司公告，侯孝海从首席执行官调任董事会主席，ceo暂时空悬（侯总暂代工作）。董事会认为，侯总展现出卓越的管理、领导能力，是董事会主席的最佳人选，必能推动本公司及附属公司进一步发展。我们认为，侯总职位提升、权力进一步扩大，将继续领导公司。目前啤酒、白酒两大业务分事业部运作，分管啤酒的赵总同时担任浙江、福建区域公司总经理，也曾在华东任职（均是喜力重点市场）。

■ 休闲食品

单3月粮油、食品类实现社零收入1608亿元，同比+4.4%；Q1实现5072亿元，同比+7.5%。从各公司层面数据来看，小零食龙头收入提速，主要系新型业态零食很忙、020、兴趣电商等渠道红利不断释放。各卤味业态的单店收入也逐步修复至19年同期水平，主要系出行人流恢复。休闲食品偏可选，但单价相对较低，在疫情期间受消费力下降的扰动小，能够满足消费者购物自由的消费心理。从宏观数据来看，经济修复斜率较平稳，消费力的修复仍需等待。我们持续看好零食专营业态向下线市场扩张的思路，推荐受益的上游生产商，建议重点关注低估值、年内可能超预期的标的（推荐盐津、甘源）。

■ 软饮料

软饮料：单3月饮料类实现社零收入230亿元，同比-5.1%；Q1实现745亿元，同比+1.8%。我们认为同比增速放缓，主要系22年基数较高（或有囤货效应）。但我们剔除基数效应，发现饮料行业受疫情扰动小，增速较为稳健。19Q1-23Q1社零饮料收入CAGR为11.5%，单3月为10%，增速显著超过其他零售业态。我们认为这与饮料供给端竞争加剧，新品上新速度加快，消费频次提升有关，饮料19Q1-23Q1产量年复合增速达到5.3%，基本与19年之前的增速保持一致。从上市公司层面来看，东鹏已经发布一季报，Q1增速延续20%+，全国化扩张顺利。随着气温增加，学校饮用场景打开，李子园、农夫山泉3月环比改善。我们持续看好龙头型公司，23年不断推陈出新，有望衔接为第二成长曲线。

■ 餐饮链

基本面表现平稳，伴随板块阶段性走弱。3月餐饮环比出现走弱迹象，4月仍处过渡期，对应餐饮链标的亦普遍表现平稳。基础调味品及速冻板块与餐饮关联度较高，3月环比走弱，Q1龙头动销总体仍有接近双位数增长，若表现欠佳则转为库存水位的控制。季报窗口将至，结合跟踪情况，建议更多关注业绩确定性佳、具备超预期可能性的龙头。

■ 乳制品

3月淡季，需求回暖+盈利改善仍可期。行业2月开始步入销售淡季，后续看消费力修复情况，当下偏弱的基本面已充分预期。乳制品板块和零售端消费力关联度更高，龙头整体Q1动销和发货表现较弱，侧面反应出消费力复苏需假以时日。奶价企稳下的结构升级改善毛利率，竞争趋缓费率有望优化，净利率提升逻辑具备兑现潜力。

二、本周行情回顾

本周（2023.04.17~2023.04.21）食品饮料（申万）指数收于22205点（-0.38%）。沪深300指数收于4033点（-1.45%），上证综指收于3301点（-1.11%），深证综指收于2066点（-3.32%），创业板指收于2341点（-3.58%）。

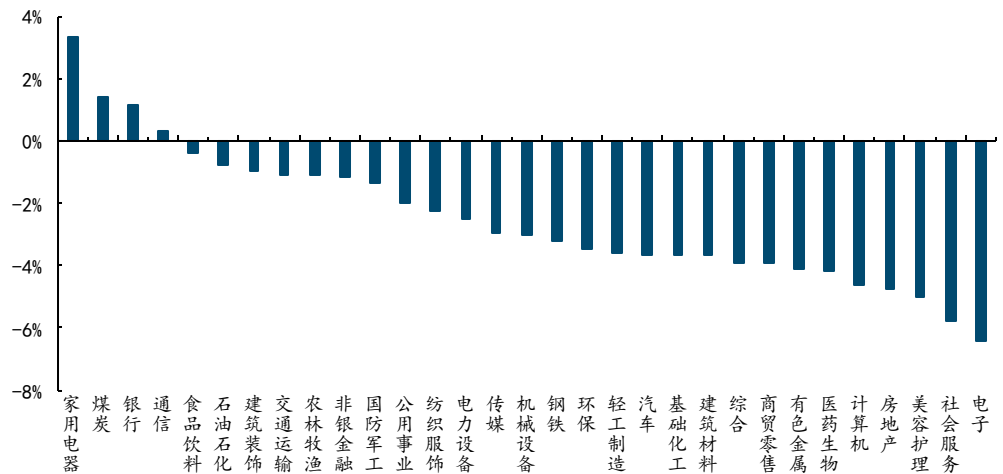
图表2：本周行情

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	22205	-0.38%	-3.27%
沪深300	4033	-1.45%	4.16%
上证综指	3301	-1.11%	6.86%
深证综指	2066	-3.32%	4.58%
创业板指	2341	-3.58%	-0.24%

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家用电器（+3.35%）、煤炭（+1.39%）、银行（+1.17%）。

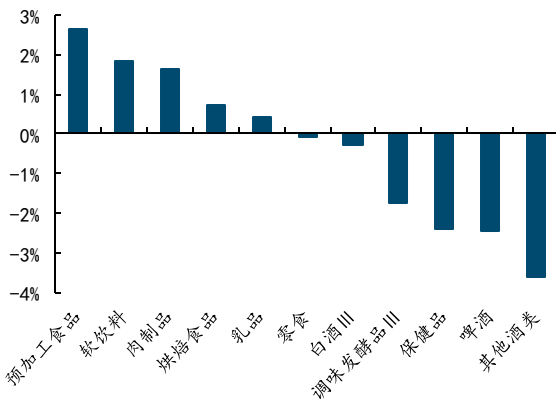
图表3: 周度申万一一级行业涨跌幅



来源: Wind, 国金证券研究所

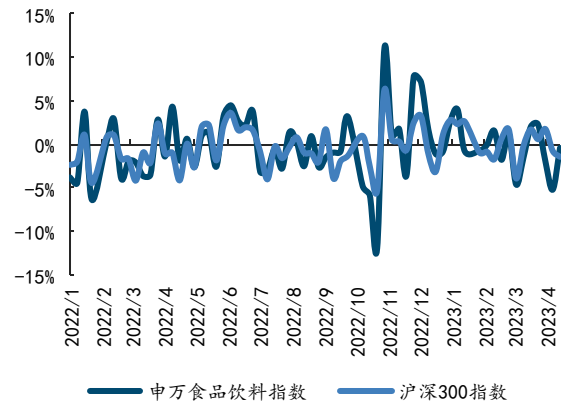
从食品饮料子板块来看, 涨跌幅前三的板块为预加工食品 (+2.65%)、软饮料 (+1.83%)、肉制品 (+1.65%)。

图表4: 当周食品饮料子板块涨跌幅



来源: Wind, 国金证券研究所

图表5: 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: 麦趣尔 (+15.82%)、香飘飘 (+14.70%)、好想你 (+13.93%)、天润乳业 (+12.85%)、熊猫乳品 (+11.58%) 等; 跌幅居前的为: 金达威 (-10.73%)、巴比食品 (-9.54%)、交大昂立 (-7.78%)、黑芝麻 (-6.79%)、皇氏集团 (-5.80%) 等。

图表6: 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 (%)
麦趣尔	15.82	金达威	-10.73
香飘飘	14.70	巴比食品	-9.54
好想你	13.93	交大昂立	-7.78
天润乳业	12.85	黑芝麻	-6.79
熊猫乳品	11.58	皇氏集团	-5.80
承德露露	10.17	兰州黄河	-5.54
青海春天	8.92	海融科技	-5.50
千味央厨	8.05	百润股份	-5.30
得利斯	7.91	燕京啤酒	-5.28
新乳业	7.32	佳隆股份	-5.18

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)

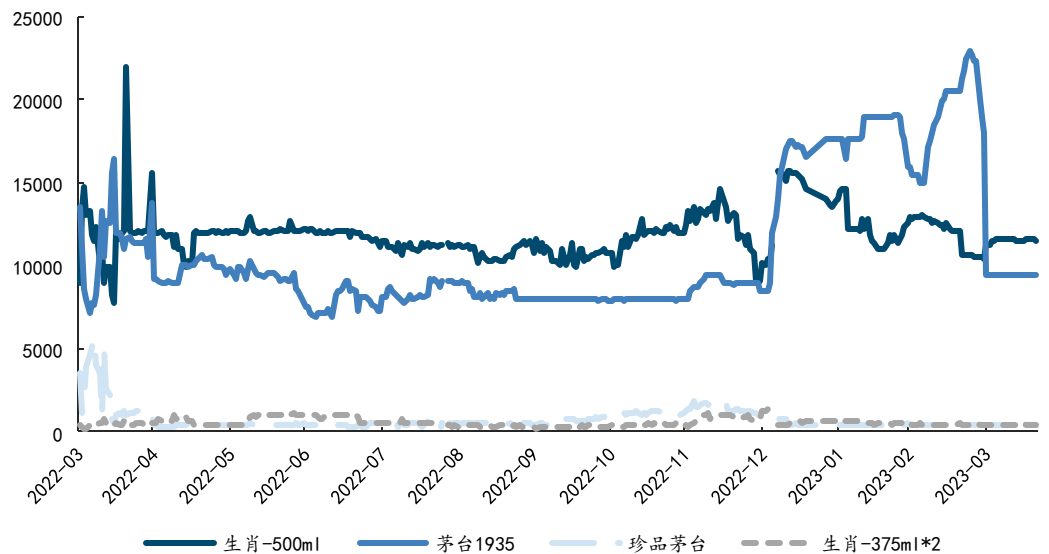
从沪(深)港通持股情况来看,白酒板块重点公司贵州茅台、五粮液、泸州老窖、山西汾酒在4月21日沪(深)港通持股比例分别为7.21%/6.98%/4.05%/3.27%,环比持平/+0.09pct/+0.02pct/+0.01pct;伊利股份沪港通持股比例为16.17%,环比-0.11pct;重庆啤酒沪港通持股比例为8.78%,环比-0.07pct;海天味业沪港通持股比例为7.11%,环比-0.09pct。

图表7: 食品饮料板块沪(深)港通持股金额TOP20

股票名称	2023/04/21	2023/04/14	周环比(%)	持股金额(亿元)
贵州茅台	7.21	7.21	0.00	1563
五粮液	6.98	6.89	0.09	466
伊利股份	16.17	16.28	-0.11	290
海天味业	7.11	7.20	-0.09	235
泸州老窖	4.05	4.03	0.02	137
山西汾酒	3.27	3.26	0.01	95
洋河股份	3.04	3.04	0.00	69
东鹏饮料	8.48	8.43	0.05	59
青岛啤酒	3.65	3.40	0.25	57
重庆啤酒	8.78	8.85	-0.07	46
洽洽食品	20.26	20.22	0.03	42
汤臣倍健	8.93	8.70	0.24	33
双汇发展	3.42	3.37	0.05	31
安井食品	6.54	6.51	0.03	29
古井贡酒	1.94	1.95	-0.02	28
今世缘	3.61	3.47	0.14	27
安琪酵母	5.33	5.43	-0.10	19
水井坊	5.65	6.22	-0.57	18
涪陵榨菜	7.64	7.66	-0.02	16
千禾味业	7.58	6.76	0.82	16

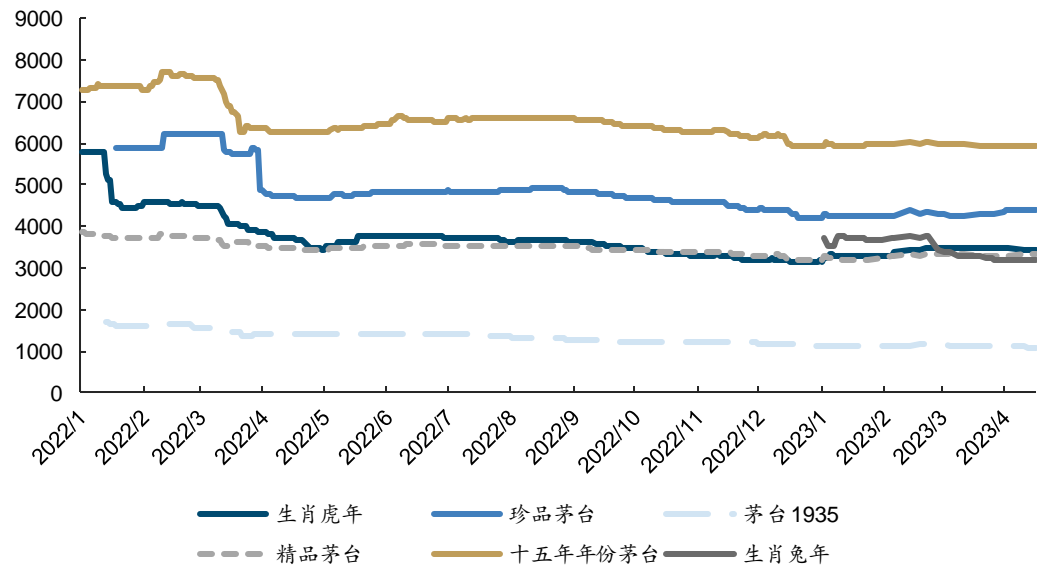
来源: Wind, 国金证券研究所

图表8: 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4月20日)

图9：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 4 月 22 日）

三、食品饮料行业数据更新

■ 白酒板块

2023 年 3 月，全国白酒产量 49.8 万千升，同比-29.20%。

据今日酒价，4 月 22 日，飞天茅台整箱批 2930 元（环周持平），散瓶批价 2760 元（环周+10 元），普五批价 960 元（环周-5 元），高度国窖 1573 批价 895 元（环周-10 元）。

图10：白酒月度产量（万千升）及同比（%）

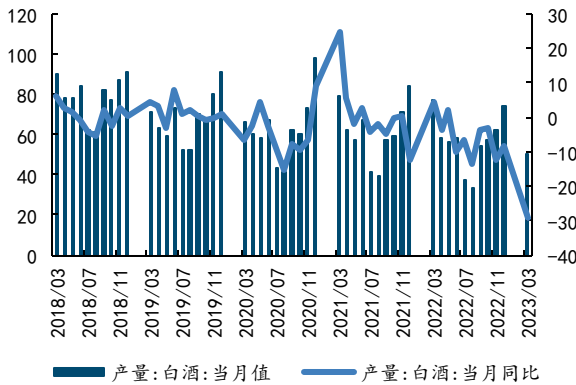
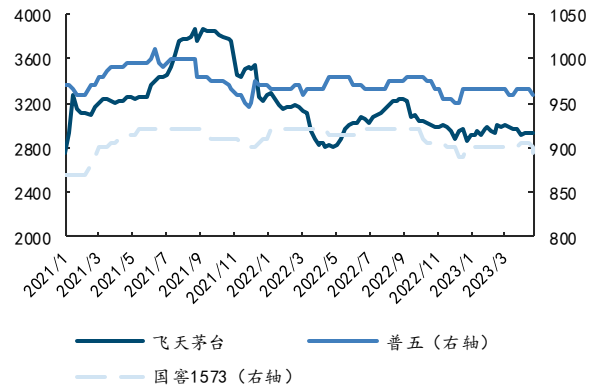


图11：高端酒批价走势（元/瓶）



来源：Wind，国金证券研究所（注：数据更新至 23 年 3 月）

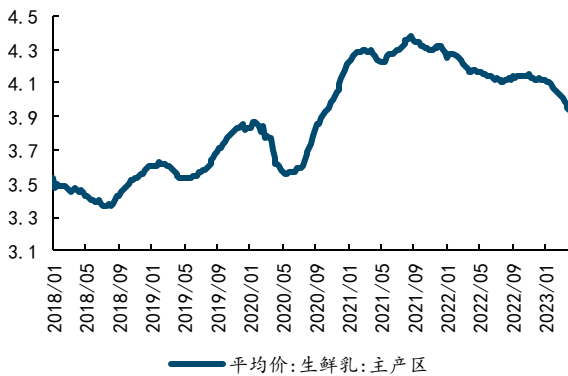
来源：今日酒价，国金证券研究所（注：数据更新至 23 年 4 月 22 日）

■ 乳制品板块

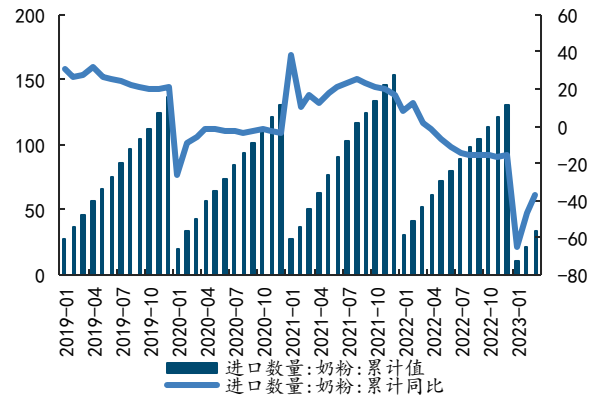
2023 年 4 月 12 日，我国生鲜乳主产区平均价为 3.94 元/公斤，同比-5.7%，环比 0.00%。

2023 年 1~3 月，我国累计进口奶粉 33 万吨，累计同比-36.60%；累计进口金额为 23.9 亿美元，累计同比-13.30%。

图表12: 国内主产区生鲜乳平均价 (元/公斤)



图表13: 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 4 月 12 日)

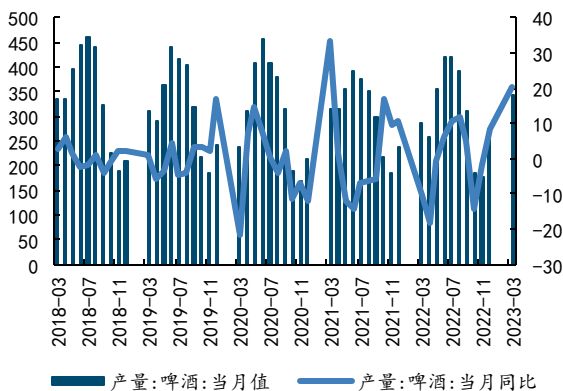
来源: Wind, 国金证券研究所 (注: 数据更新至 23 年 3 月)

■ 啤酒板块

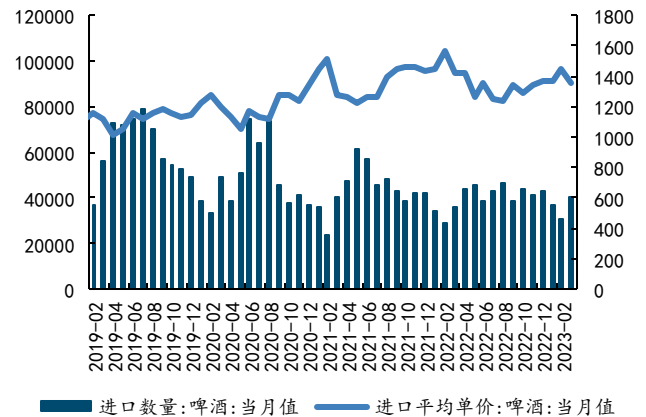
2023 年 3 月, 我国啤酒产量为 343.3 万千升, 同比+20.4%。

2023 年 1~3 月, 我国累计进口啤酒数量为 10.77 万千升, 同比+9.90%。其中 3 月啤酒进口平均单价为 1353.42 美元/千升, 同比-4.27%。

图表14: 啤酒月度产量 (万千升) 及同比 (%)



图表15: 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 23 年 3 月)

来源: Wind, 国金证券研究所 (注: 数据更新至 23 年 3 月)

四、公司公告与事件汇总

4.1 公司公告精选

【燕京啤酒】4 月 18 日公司发布 2022 年年度报告。公司 2022 年度合并报表实现净利润 132.02 亿元, 其中归属于上市公司股东的净利润 3.52 亿元, 较去年同期上涨 54.51%。

【香飘飘】4 月 18 日公司发布 2022 年年度报告。报告期内公司实现营业收入 31.28 亿元, 归属于上市公司股东的净利润 2.14 亿元, 较去年同期下降 3.89%。

【青岛食品】4 月 18 日公司发布 2022 年年度报告。报告期内公司实现营业收入 4.94 亿元, 归属于上市公司股东的净利润 9142 万元, 较去年同期上涨 34.38%。

【千味央厨】4 月 19 日公司发布 2022 年年度报告。报告期内公司实现营业收入 14.89 亿元, 归属于上市公司股东的净利润 1.02 亿元, 较去年同期上涨 15.20%。

【品渥食品】4 月 19 日公司发布 2022 年年度报告。报告期内公司实现营业收入 15.39 亿元, 归属于上市公司股东的净利润 1120 万元, 较去年同期下降 88.26%。

【得利斯】4 月 19 日公司发布 2022 年年度报告。报告期内公司实现营业收入 30.75 亿元, 归属于上市公司股东的净利润 3163 万元, 较去年同期下降 27.67%。

【惠发食品】4 月 20 日公司发布 2022 年年度报告。报告期内公司实现营业收入 15.81 亿

元，归属于上市公司股东的净利润-1.2 亿元，较去年同期上涨 13.06%。

【金达威】4月20日公司发布2022年年度报告。公司2022年度合并报表实现净利润30.09亿元，其中归属于上市公司股东的净利润2.57亿元，较去年同期下降67.44%。

【承德露露】4月20日公司发布2022年年度报告。公司2022年度合并报表实现净利润26.92亿元，其中归属于上市公司股东的净利润6.02亿元，较去年同期上涨5.69%。

【熊猫乳品】4月20日公司发布2022年年度报告。公司2022年度合并报表实现净利润8.92亿元，其中归属于上市公司股东的净利润5340万元，较去年同期下降30.95%。

【均瑶健康】4月20日公司发布2022年年度报告。公司2022年度合并报表实现净利润9.86亿元，其中归属于上市公司股东的净利润7663万元，较去年同期下降47.87%。

【海欣食品】4月21日公司发布2022年年度报告。公司2022年度合并报表实现净利润16.21亿元，其中归属于上市公司股东的净利润6321万元，较去年同期上涨283.58%。

【桂发祥】4月21日公司发布2022年年度报告。公司2022年度合并报表实现净利润2.36亿元，其中归属于上市公司股东的净利润-7061万元，较去年同期下降431.72%。

【庄园牧场】4月21日公司发布2022年年度报告。公司2022年度合并报表实现净利润10.5亿元，其中归属于上市公司股东的净利润6094万元，较去年同期上涨13.85%。

【安记食品】4月21日公司发布2022年年度报告。公司2022年度合并报表实现净利润5.57亿元，其中归属于上市公司股东的净利润1383万元，较去年同期下降69.51%。

【洽洽食品】4月21日公司发布2022年年度报告。公司2022年度合并报表实现净利润68.83亿元，其中归属于上市公司股东的净利润9.76亿元，较去年同期上涨5.10%。

【仙乐健康】4月21日公司发布2022年年度报告。公司2022年度合并报表实现净利润25.07亿元，其中归属于上市公司股东的净利润2.12亿元，较去年同期下降8.43%。

【紫燕食品】4月22日公司发布2022年年度报告。公司2022年度合并报表实现净利润36.03亿元，其中归属于上市公司股东的净利润2.22亿元，较去年同期下降32.28%。

【养元饮品】4月22日公司发布2022年年度报告。公司2022年度合并报表实现净利润59.23亿元，其中归属于上市公司股东的净利润14.74亿元，较去年同期下降30.16%。

【东鹏饮料】4月22日公司发布2022年年度报告。公司2022年度合并报表实现净利润85.05亿元，其中归属于上市公司股东的净利润14.41亿元，较去年同期上涨20.75%。

4.2 行业要闻

4月21日，以“一江共一脉·川鄂共举杯”为主题的2023“川酒全国行”品牌推广活动在武汉举办。活动中，“川酒全国行”线上推广活动正式启幕。四川省经济和信息化厅相关负责人介绍，“武汉站活动意味着首个‘川酒日’正式亮相。今后的每月9日，‘川酒日’活动都将在川观新闻APP与广大网友见面，届时将提供趣玩拼图赢川酒、达人直播探秘境等互动内容。”（四川日报）

4月21日，2023淮北食品工业博览会在安徽省淮北市开幕。展会上，来自全国18个省、市、自治区以及韩国、波兰、保加利亚、马来西亚、斯里兰卡等5个国家的200多家企业，携30多个品类2000多种产品亮相。（中国新闻网）

4月21日，2023年3月，中国规模以上企业白酒产量49.8万千升，同比下降29.2%。2023年1-3月，中国规模以上企业白酒产量148.3万千升，同比下降19.0%。备注：规模以上企业起点标准为年主营业务收入2000万元。（中国白酒网）

海关公布了2023年3月份生猪产品进出口数据，博亚和讯按税号进行统计，1季度全国猪肉产品进口总量81.96万吨，同比增加19.43%；进口金额145.16亿元，同比增加53.76%；猪产品进口单价17.71元/kg，同比上涨28.75%。1季度国内猪价在15元/kg左右，进口冷鲜冻猪肉单价在17元/kg左右，进口猪肉与国内活猪价格倒挂。3月猪价环比上涨，进口猪肉价格有所下降，二者价差负向明显收窄。（博亚和讯）

4月，2023贵州白酒企业发展圆桌会在贵州省仁怀市举行，会上发布的《贵州省白酒产业发展报告(2022年)》显示，2022年贵州省白酒总产能约80万千升，其中酱香型白酒产能60万千升，约占全国酱香型白酒总产能的80%。从全国情况看，2022年贵州白酒以占比4.3%的产量，实现了行业销售收入的30%，贡献了行业利润总额的43.9%，与行业“量减质提”的趋势相比，贵州白酒始终保持“量少质优”的发展特点，在全国白酒行业的重要地位巩固提升。新国发2号文件提出贵州要推进传统产业提质升级，其中明确“发挥赤水

河流域酱香型白酒原产地和主产区优势，建设全国重要的白酒生产基地”“引导传统业态积极开展线上线下、全渠道、定制化、精准化营销创新”。(新华网)

4.3 近期上市公司重要事项

图表16: 近期上市公司重要事项

日期	公司	事项
4月24日	元祖股份	2022年年度股东大会
4月26日	金枫酒业	2022年年度股东大会
4月27日	燕塘乳业	2022年年度股东大会
5月5日	黑芝麻	2023年第二次临时股东大会
5月8日	莲花健康	2023年第一次临时股东大会
5月8日	燕京啤酒	2022年年度股东大会
5月9日	三元股份	2023年第一次临时股东大会
5月9日	千味央厨	2022年年度股东大会
5月10日	均瑶健康	2022年年度股东大会
5月10日	熊猫乳品	2022年年度股东大会
5月11日	金达威	2022年年度股东大会
5月11日	品渥食品	2022年年度股东大会
5月12日	养元饮品	2022年年度股东大会
5月12日	洽洽食品	2022年年度股东大会
5月12日	安记食品	2022年年度股东大会
5月12日	承德露露	2022年年度股东大会
5月15日	紫燕食品	2022年年度股东大会
5月16日	惠发食品	2022年年度股东大会
5月18日	香飘飘	2022年年度股东大会
5月19日	东鹏饮料	2022年年度股东大会
5月19日	桂发祥	2022年年度股东大会
5月19日	得利斯	2022年年度股东大会
5月22日	海欣食品	2022年年度股东大会
5月23日	青岛食品	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