

食品饮料行业跟踪周报

白酒企业股东大会传递积极信号，行业向上趋势不改

增持（维持）

2023年05月29日

证券分析师 汤军

执业证书：S0600517050001

021-60199793

tangj@dwzq.com.cn

证券分析师 王颖洁

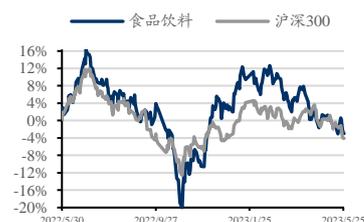
执业证书：S0600522030001

wangyj@dwzq.com.cn

投资要点

- 舍得酒业股东大会反馈：战略规划清晰，长期定力不变。**产品方面：藏品十年新品预计今年6月份上市，招商客户相对更优质，占领千元价位带；舍得鉴藏不进入流通渠道，只满足小范围需求。渠道方面：骨干经销商维护为渠道建设重点。公司坚持不对经销商压货，大力支持经销商旗舰店、形象店建设，推动消费者转化。销售团队方面，团队人员提前储备，通过宴席、团购跟单、拜访终端等方式拉动终端动销，同时通过年度+多维的评估考核销售加强团队干劲。市场方面：规划10个省单元，加强新市场开拓，公司预计传统市场增量占比70%左右。
- 五粮液股东大会反馈：内外发展动能充足，稳中有进谱新篇。**产品方面：继续巩固提升八代五粮液千元价位带核心大单品地位，坚持经典五粮液核心战略产品地位，针对性推出限量定制版经典系列产品。渠道建设方面，优化经销商结构，推行扶商、优商、强商，推进直营和新兴创新渠道建设。消费者培育方面，提高精度，做好宴席、礼赠、收藏场景，通过强化会员体系、做好消费者服务。市场方面，渠道管控做好市场有效投放、增厚渠道利润。
- 老白干股东大会反馈：改革红利逐步释放，发展势能向上。**产品方面：重心放在300元价位以上，不追求短期上量。次高端以上重点聚焦1915、老白干20/30、甲等15/20。市场方面：省会石家庄是第一战场，唐山进行重点攻克，衡水作为基地市场要稳住。公司通过遴选有能力的门店持续推进渠道模式改革，核心是大领导大店大企业，配合推广次高端产品使得费用投放更加精准。费用管理方面：加强预算管理，加大投放检查力度；通过营销改革实现收入突破，全年看费用率有望持续改善。公司从22H1对渠道库存持续进行监控管理，目前库存处于相对良性区间。
- 贵州茅台：开门红打下坚实基础，全年目标完成信心充足。**2023年一季度净利润历史上首次突破200亿元，为完成全年任务打下坚实基础。公司持续理顺优化产品结构，推出兔年生肖、1935等；开发i茅台更加贴近消费者需求，上线以来深受消费者喜爱成为又一增长极；在直营方面提高比例，一季度直营同比增长63%，通过优化产品结构、改变渠道来保障15%的增长。
- 洋河股份：调整全面落地，成长动能充足。**产品方面，高端产品聚焦梦九和手工班。梦九产品定位千元价位段，全面抢抓销量，集中资源重点运作；手工班产品定位高端占位产品，围绕核心消费者做培育，打造稀缺、超高端产品形象。公司在内部机制、组织架构、厂商关系、消费者运营等方面进行了一系列调整，目前调整已经进入全面落地阶段。2023年公司将按照计划全力推进各项工作有效落地，确保达成全年目标。
- 当前白酒观点：**我们近期参与各酒企股东大会，酒企端对于后续销售保持较为乐观态度。我们认为全年复苏主线清晰，库存持续消化，当前虽然淡季动销相对较弱，但基本面恢复情况并不差，酒企端各项动作持续推进，我们认为当前白酒板块低预期情况下，回调已提供布局性价比，受外界影响波动短期加仓意愿较弱，伴随酒企动作推进信心逐步传导，板块信心或将更加坚定。重点推荐泸州老窖、舍得酒业，关注五粮液、洋河股份。
- 风险提示：**疫情反复、宏观经济波动、食品安全问题、复苏不及预期。

行业走势



相关研究

《2022年报&23Q1白酒行业总结：行业向上趋势不改，放量推动增长，部分利润超预期》

2023-05-03

《量贩零食门店草根调研反馈：门店前端管理差别大，产品存区域分化》

2023-04-20

内容目录

1. 近期酒企调研反馈	4
1.1. 舍得酒业：战略规划清晰，长期定力不变.....	4
1.2. 五粮液：内外发展动能充足，稳中有进谱新篇.....	4
1.3. 老白干：改革红利逐步释放，发展势能向上.....	5
1.4. 贵州茅台：稳健发展，目标完成确定性高	5
1.5. 洋河股份：调整全面落地，成长动能充足.....	6
2. 近期白酒观点	6
3. 本周食品饮料行情回顾	6
3.1. 板块表现.....	6
3.2. 主要食品饮料跟踪数据更新.....	8
3.2.1. 外资对板块及个股的持股数据.....	8
3.2.2. 重点产品价格数据跟踪.....	10
3.2.3. 食品饮料成本端价格数据更新.....	11
4. 本周重要公告、新闻动态	13
5. 风险提示	15

图表目录

图 1: 本周申万一级行业涨跌幅.....	7
图 2: 本周食品饮料子版块涨跌幅.....	7
图 3: 食品饮料板块外资持股总市值及占比 (亿元, %)	8
图 4: 茅台沪股通持股.....	8
图 5: 五粮液深股通持股.....	8
图 6: 泸州老窖深股通持股.....	9
图 7: 山西汾酒沪股通持股.....	9
图 8: 洋河股份深股通持股.....	9
图 9: 海天味业沪股通持股.....	9
图 10: 青岛啤酒沪股通持股.....	9
图 11: 伊利股份沪股通持股.....	9
图 12: 飞天茅台 23 年批价走势.....	10
图 13: 飞天茅台 22 年批价走势.....	10
图 14: 茅台 1935 批价走势.....	10
图 15: 五粮液及国窖 1573 批价走势.....	10
图 16: i 茅台销售数据	10
图 17: 生鲜乳 (原奶) 主产区均价 (元/公斤)	11
图 18: 铝期货官方价 (美元/吨)	11
图 19: 玻璃期货结算价 (元/吨)	11
图 20: 大麦进口平均单价 (美元/吨) 及进口数量 (万吨)	12
图 21: 大豆现货均价 (元/吨)	12
图 22: 白砂糖期货结算价 (元/吨)	12
图 23: 棕榈油期货结算价 (元/吨)	13
图 24: 国内 PET 切片 (纤维级) 现货价 (元/吨)	13
表 1: 本周 (20230521-20230527) 食品饮料板块内个股涨跌幅前五	7

1. 近期酒企调研反馈

近期我们参加了部分酒企召开的股东大会及业绩说明会，感受到酒企端发展信心较为充足，对未来发展规划整体较为清晰，总结反馈如下：

1.1. 舍得酒业：战略规划清晰，长期定力不变

产品结构稳步升级，打造多品牌矩阵。公司坚持落实多品牌矩阵，推动核心大单品发展，强化舍得品牌渠道优势，独立运营沱牌打开发展空间，同时加速夜郎古融入整个生态体系，以完成浓酱并重，内外并举的矩阵。分产品看，藏品十年新品预计今年6月份上市，招商客户相对更优质，占领千元价位带；舍得鉴藏不进入流通渠道，为全封闭式全程直销产品，只满足小范围需求。品类中首要使命是品味舍得单品过百亿，二是藏品舍得10年过10亿；三是沱牌特级单品过10亿。

稳步夯实渠道质量，考核优化推动终端动销。目前公司500万以上经销商占公司销售额比重近80%，骨干经销商维护为渠道建设重点。公司持续坚持长期主义，保持渠道稳定利润及高周转，不对经销商压货，加大消费端政策倾斜，23年大力支持经销商旗舰店、形象店建设，推动消费者转化。销售团队方面，团队人员提前储备，通过宴席、团购跟单、拜访终端、政策兑现、团购品鉴会等方式拉动终端动销，同时通过年度+多维的评估考核销售，进一步加强团队干劲。

聚焦核心市场，加强板块联动。区域方面，四川、山东和东北相对表现更好，公司坚持巩固基地市场，持续深耕核心区域，主要销售增量仍在传统市场，同时追求板块联动效应，在市场、经销商等方面形成板块化联动，规划10个省单元，加强新市场开拓，公司预计短期新市场基数小增长快，传统市场增量占比70%左右。

发展路径清晰，长期定力充足。23年公司将进一步深入融入复星生态，加强深度绑定，品牌端置顶东方生活美学，继续落实老酒战略、多品牌矩阵、年轻化和国际化四大战略，围绕战役、过程、破圈、爆品四个关键词推动管理思维转变，扎实推进销售、管理等多方面工作，发展动能充足，目标清晰，战略坚定，路径可行。

1.2. 五粮液：内外发展动能充足，稳中有进谱新篇

经营质量稳步提升，持续保持战略定力。2022年公司营收突破700亿元，连续7年营收利润总额保证两位数增长，公司在宏观向好的发展窗口期、政策加码的战略机遇期、行业集中的结构红利期三重叠加下，将继续通过着力提升名酒产量、持续追求卓越品牌、持续深化营销改革等方式塑造中国酒王新形象，持续提升品牌影响力。

完善1+3产品矩阵，持续优化产品结构。公司将继续巩固提升八代五粮液千元价位带核心大单品地位，坚持经典五粮液核心战略产品地位，针对性推出限量定制版经典系列产品。浓香系列酒方面，集中力量打五粮春、五粮醇、特头曲、尖庄4大单品，五粮春在五一期间开瓶达到10万瓶，创历史新高，主要是以新品为核心大单品巩固次高端

核心地位；五粮醇通过宴席政策投放扩大市场份额；五粮特曲精彩版、五粮头曲红玉版作为大单品，尖庄做大盒装酒以及核心终端持续建设。低度酒方面，政策为低度不低价，品质优良，为行业内最早实施低度酒战略，通过红包扫码持续拉动开瓶，文化酒为公司首创，也是公司今年发展重点之一。

实际动销表现优秀，量价反馈积极。动销方面，五一期间全国 26 个大区均实现双位数增长，库存处于良性区间。量价方面，当前公司价格已经企稳，通过积极努力开拓线上市场（提高直销收入）、拓展海外市场、加大文化酒/创意酒/紫气东来低度酒销售等方式逐步推高吨酒价格，进一步理顺渠道价格。

深化营销改革，优化经销商结构。渠道建设方面，优化传统经销商结构，推行扶商、优商、强商，大力推进直营和新兴创新渠道建设，优化抖音天猫平台店铺矩阵，推进快手平台首批专卖店铺开。消费者培育方面，提高精度，做好宴席、礼赠、收藏场景，通过强化会员体系、提升效率做好消费者服务。市场管理方面，渠道管控做好市场有效投放、增厚渠道利润，做大价差收益，做好个性化产品收益，做精正向激励收益。

1.3. 老白干：改革红利逐步释放，发展势能向上

全年目标清晰，战略重心明确。公司 2023 年主营业务收入目标 51.7 亿元，费用不超过 20 亿。产品方面，重点做 100-300 元价位段不符合公司长期主义战略，产品重心要放在 300 元价位以上，不追求短期上量。次高端以上重点聚焦 1915、老白干 20/30、甲等 15/20。武陵酒大战略方面确保质量，坚持长期主义。市场方面：省会石家庄是第一战场，唐山进行重点攻克，衡水作为基地市场要稳住。武陵酒首先做好基地市场，最重点将常德长沙要做好，省外 23 年重点从广东福建河南河北去铺货，稳中有进跑通发展模式。公司通过遴选有能力的门店持续推进渠道模式改革，核心是大领导大店大企业，配合推广次高端产品使得费用投放更加精准。

加强降本增效，精细化运营能力不断提升。公司经营重点清晰，费用管理方面：一方面加强预算管理，加大投放检查力度，每月战略办公室专门汇报降本增效的原因，每季度召开五厂的预算分析会，效果逐步显现。另一方面通过营销改革实现收入突破，全年看费用率有望持续改善。此外，公司从 21 年开始对业务员考核调整，更注重过程及出库情况；22H1 开始对渠道库存持续进行监控管理，目前库存处于相对良性区间。

1.4. 贵州茅台：稳健发展，目标完成确定性高

22 年完美收官，发展势能持续释放。2022 年公司营收突破千亿，成为全球唯一千亿级超级酒类。坚持优化产品带和价格带，升级 1363 家第三代茅台酒专卖店，打造 10 家茅台文化体验，全国还有 162 家酱香系列酒体验中心。推出“i 茅台”数字营销平台，累计注册用户超 4000 万，销售额超 230 亿（截至 5 月 18 日）。文创方面推动茅台文化与中华优秀传统文化结合，围绕“福”“喜”“佑”开发一大批文创产品；积极出海，参加泰国 APEC 会议，传播茅台文化，提升茅台品牌的国际影响力。

开门红打下坚实基础，全年目标完成信心充足。2023 年一季度实现营收 393.79 亿 (+18.66%)，归属上市公司股东净利润 207.94 亿 (+20.59%)，单季度净利润历史上首次突破 200 亿元，为圆满完成全年任务打下坚实基础。从产品端和供应端来看，1) 生产端有良好的原料保障，基地建设为原料保障起到战略储备；2) 有优秀的基酒供应；3) 有包装能力的配套；在营销方面持续改善和创新。在产品端来看，公司持续理顺优化产品结构，推出兔年生肖、1935 等；渠道进一步优化：开发 i 茅台更加贴近消费者需求，上线以来深受消费者喜爱，效益来看也成了另一个增长极；在直营方面提高比例，一季度直营同比增长 63%，通过优化产品结构、改变渠道来保障 15% 的增长。

1.5. 洋河股份：调整全面落地，成长动能充足

产品结构持续升级，实际动销表现优秀。23Q1 公司实现营收、归母净利 150.5、57.7 亿元，分别同比增长 15.5%、15.7%。产品方面，公司持续推进产品结构优化，高端产品聚焦梦九和手工班。梦九产品定位千元价位段主导产品，全面抢抓销量，集中公司资源重点运作；手工班产品定位高端占位产品，围绕核心消费者做培育，通过长期品牌运作，打造稀缺、超高端的产品形象。持续提升高端产品份额数字化工具主要应用在海、天和梦之蓝等主导产品上，主导产品占营收 70% 以上。伴随消费场景恢复，特别是宴会高峰期，五一动销符合预期。

调整到位，发展动能充足。公司将聚焦公司优质资源，着力打造样板市场、着力优化产品布局、着力加强品牌建设、着力强化消费者培育、着力打造核心终端。公司在内部机制、组织架构、厂商关系、消费者运营等方面进行了一系列调整，目前公司调整已经进入全面落地阶段。公司也将深入推进各项措施并及时评估效果，根据市场环境的变化和发展需要，在实践中不断完善和优化。2023 年公司将按照计划全力推进各项工作有效落地，确保达成全年目标。

2. 近期白酒观点

我们近期参与各酒企股东大会，酒企端对于后续销售保持较为乐观态度。我们认为全年复苏主线清晰，库存持续消化，当前虽然淡季动销相对较弱，但基本面恢复情况并不差，酒企端各项动作持续推进，我们认为当前白酒板块低预期情况下，回调已提供布局性价比，受外界影响波动短期加仓意愿较弱，伴随酒企动作推进信心逐步传导，板块信心或将更加坚定。重点推荐泸州老窖、舍得酒业，关注五粮液、洋河股份。

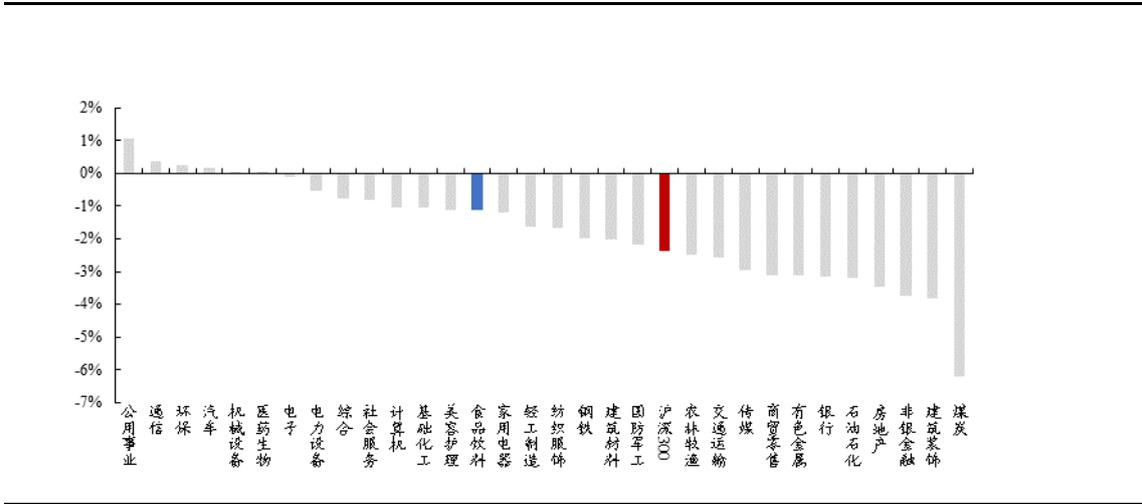
3. 本周食品饮料行情回顾

3.1. 板块表现

本周（2023/05/21-2023/05/27）上证指数下跌 2.16%，深证成指下跌 1.64%，申万食品饮料指数下跌 1.13%，在 31 个申万一级行业（2021）中排名第 14 位。从食品饮料子

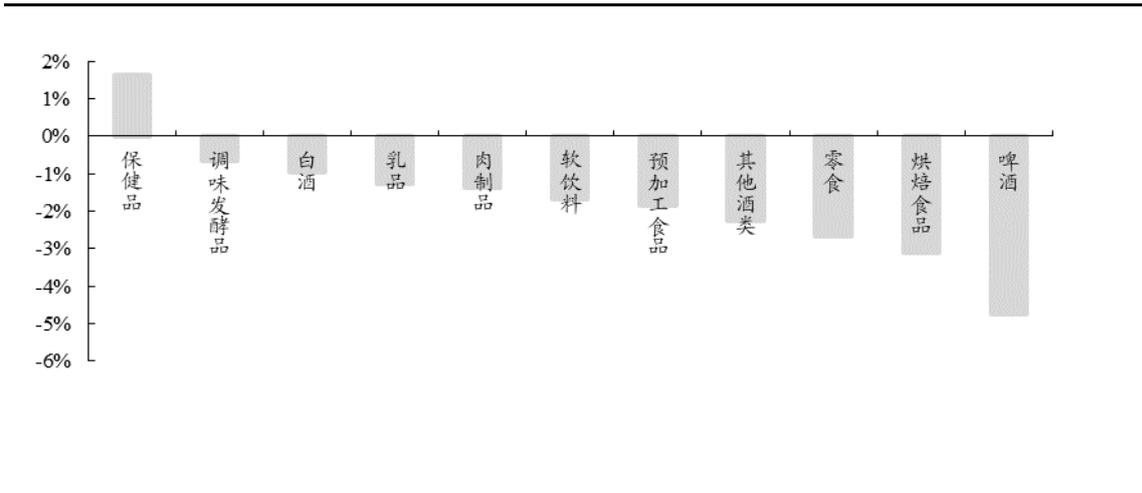
行业来看，本周板块涨幅前三的是保健品（1.63%）、调味发酵品 III（-0.65%）、白酒（-0.97%）板块，跌幅前三的是零食（-2.65%）、烘焙食品（-3.10%）、啤酒（-4.76%）板块。

图1: 本周申万一级行业涨跌幅



数据来源: Wind、东吴证券研究所

图2: 本周食品饮料子版块涨跌幅



数据来源: Wind、东吴证券研究所

个股方面，食品饮料板块中总统计 110 家公司，其中上涨 25 家，下跌 84 家。涨幅前五分别是：金种子酒（+5.44%）、绝味食品（+4.74%）、中炬高新（+4.00%）、*ST 莫高（+3.52%）、汤臣倍健（+3.00%）；跌幅前五分别是：惠泉啤酒（-8.44%）、威龙股份（-8.28%）、老白干酒（-7.48%）、青岛啤酒（-7.08%）、山西汾酒（-6.42%）。

表1: 本周（20230521-20230527）食品饮料板块内个股涨跌幅前五

涨幅前五名	周涨幅%	收盘价 (元)	跌幅前五名	周跌幅%	收盘价 (元)
金种子酒	5.44%	23.86	惠泉啤酒	-8.44%	11.50
绝味食品	4.74%	40.41	威龙股份	-8.28%	6.65
中炬高新	4.00%	37.66	老白干酒	-7.48%	27.72

*ST 莫高	3.52%	5.29	青岛啤酒	-7.08%	99.83
汤臣倍健	3.00%	23.34	山西汾酒	-6.42%	217.36

数据来源：Wind、东吴证券研究所

3.2. 主要食品饮料跟踪数据更新

3.2.1. 外资对板块及个股的持股数据

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、洋河股份截至 2023 年 5 月 25 日的沪（深）港通持股比例分别为 7.13%/6.67%/3.99%/3.11%/2.97%，同比上周+0.02pct/-0.21pct/-0.15pct/+0.05pct/-0.07pct；海天味业沪港通持股比例为 6.75%，同比上周-0.03pct；青岛啤酒沪港通持股比例为 3.60%，同比上周-0.10pct；伊利股份沪港通持股比例为 16.47%，同比上周-0.06pct。

图3：食品饮料板块外资持股总市值及占比（亿元，%）



数据来源：Wind、东吴证券研究所

图4：茅台沪股通持股



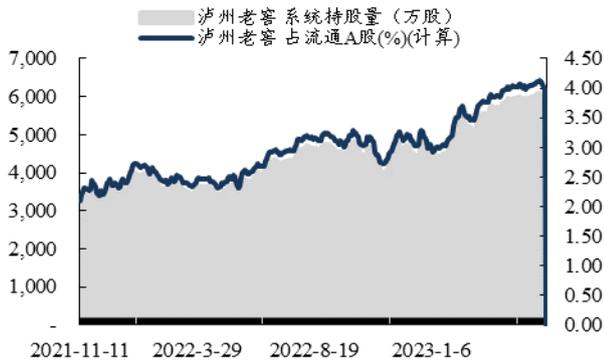
数据来源：Wind、东吴证券研究所

图5：五粮液深股通持股



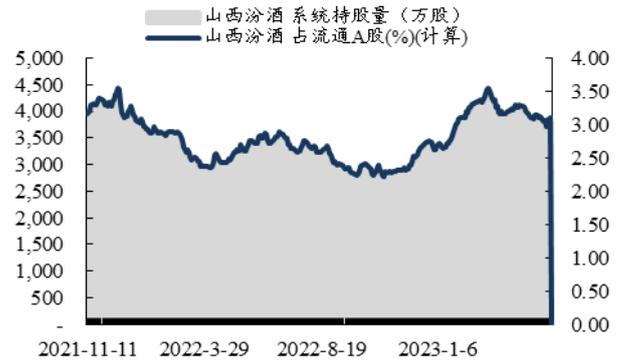
数据来源：Wind、东吴证券研究所

图6: 泸州老窖深股通持股



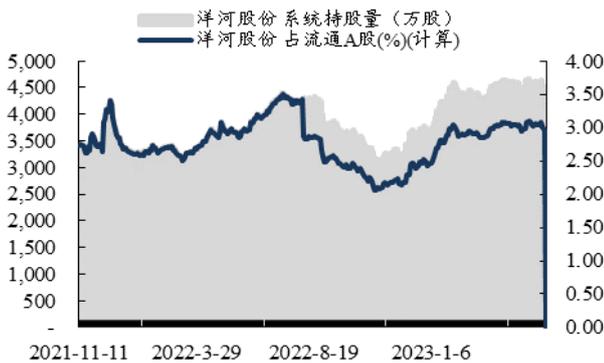
数据来源: Wind、东吴证券研究所

图7: 山西汾酒沪股通持股



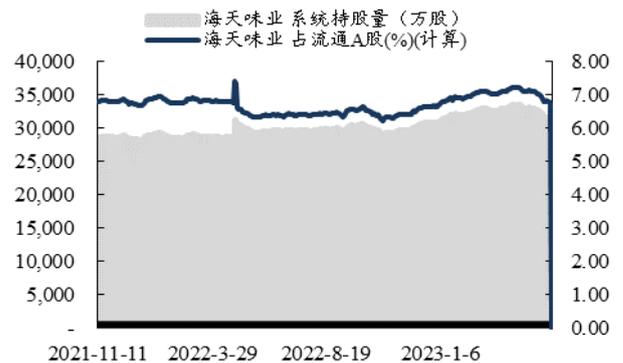
数据来源: Wind、东吴证券研究所

图8: 洋河股份深股通持股



数据来源: Wind、东吴证券研究所

图9: 海天味业沪股通持股



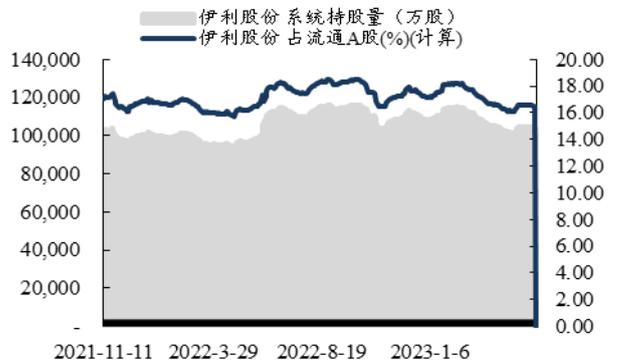
数据来源: Wind、东吴证券研究所

图10: 青岛啤酒沪股通持股



数据来源: Wind、东吴证券研究所

图11: 伊利股份沪股通持股

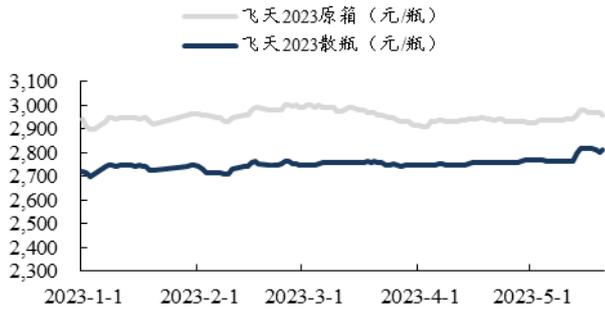


数据来源: Wind、东吴证券研究所

3.2.2. 重点产品价格数据跟踪

高端白酒批价：截至本周五（20230526），茅台 23 年整箱批价 2960 元/瓶（单位下同），环比前一周下降 10 元，23 年散瓶批价 2810 元，环比前一周上升 10 元，茅台 1935 批价 1050 元，环比前一周持平；五粮液批价 965 元，环比前一周持平；国窖 1573 批价 895 元，环比前一周持平。

图12: 飞天茅台 23 年批价走势



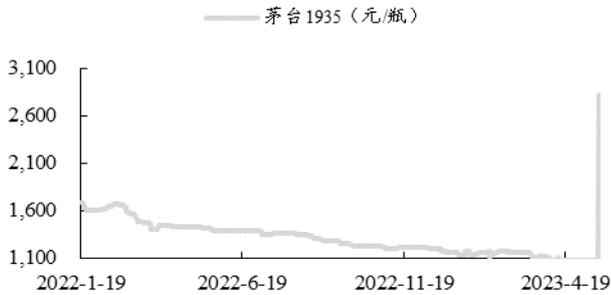
数据来源：渠道调研、茅粉鲁智深、东吴证券研究所

图13: 飞天茅台 22 年批价走势



数据来源：渠道调研、茅粉鲁智深、东吴证券研究所

图14: 茅台 1935 批价走势



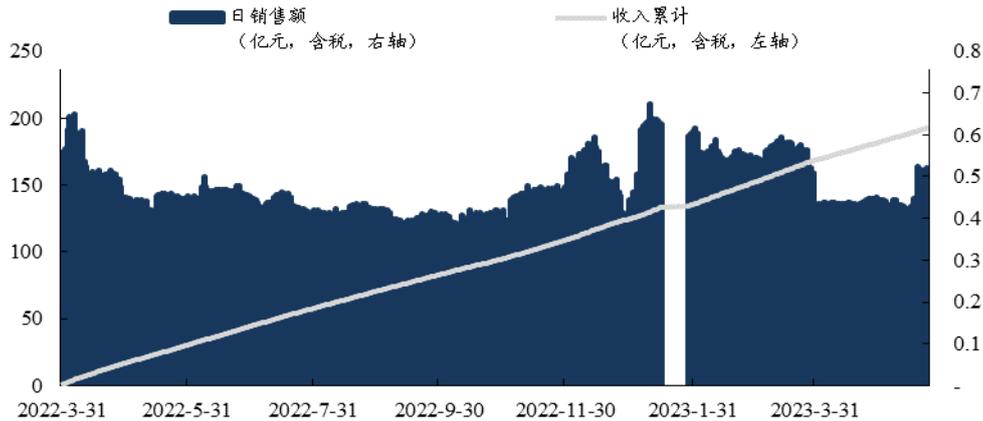
数据来源：渠道调研、茅粉鲁智深、东吴证券研究所

图15: 五粮液及国窖 1573 批价走势



数据来源：渠道调研、今日酒价、东吴证券研究所

图16: i 茅台销售数据

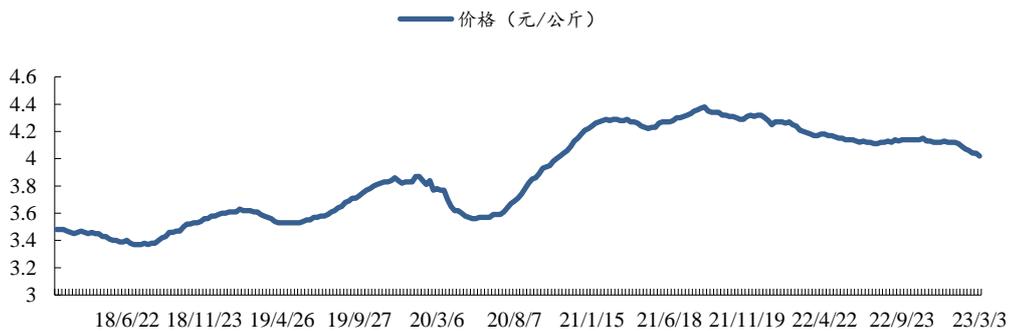


数据来源：i 茅台 APP、东吴证券研究所

3.2.3. 食品饮料成本端价格数据更新

本周（20230521-20230527）铝期货价格 2226 美元/吨，环比上周上升 2.6%；玻璃期货价格 1485 元/吨，环比上周下降 4.7%；大豆现货均价 4875.79 元/吨，环比上周下降 2.1%；白砂糖期货价格 6858 元/吨，环比下降 1.4%；棕榈油期货价 6784 元/吨，环比上升 0.9%；PET 切片现货价 7320 元/吨，环比前一周下降 1.1%。较今年年初相比，铝期货价格下降 6.0%，玻璃期货结算价下降 10.7%；大豆现货均价下降 10.1%，白砂糖期货价格上升 18.5%，棕榈油期货价下降 17.5%，PET 切片现货价上升 1.9%。

图17：生鲜乳（原奶）主产区均价（元/公斤）



数据来源：wind、东吴证券研究所

图18：铝期货官方价（美元/吨）

图19：玻璃期货结算价（元/吨）

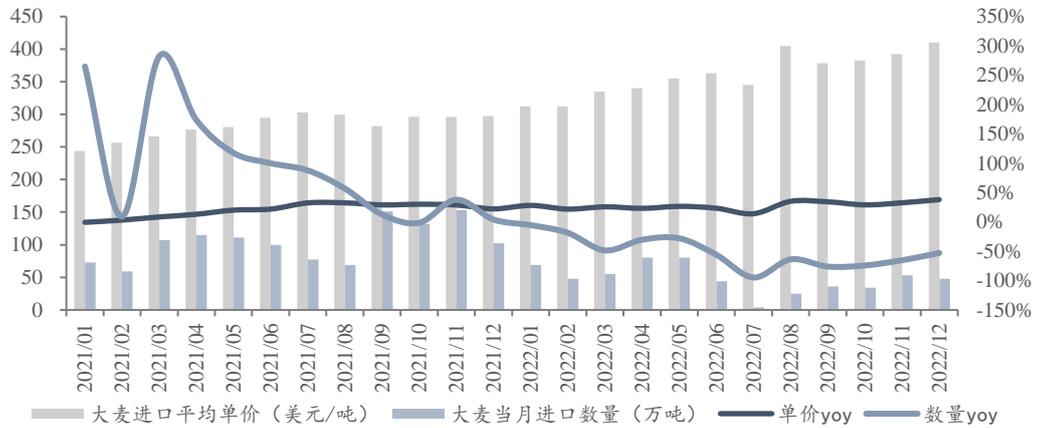


数据来源: Wind, 东吴证券研究所



数据来源: Wind, 东吴证券研究所

图20: 大麦进口平均单价 (美元/吨) 及进口数量 (万吨)



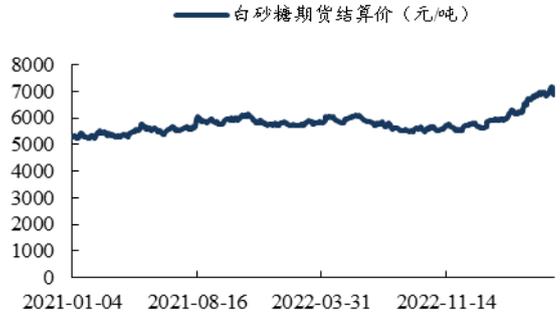
数据来源: Wind, 东吴证券研究所

图21: 大豆现货平均价 (元/吨)



数据来源: 中国汇易, 东吴证券研究所

图22: 白砂糖期货结算价 (元/吨)



数据来源: 郑州商品交易所, 东吴证券研究所

图23: 棕榈油期货结算价(元/吨)



数据来源: 大连商品交易所, 东吴证券研究所

图24: 国内PET切片(纤维级)现货价(元/吨)



数据来源: Wind, 东吴证券研究所

4. 本周重要公告、新闻动态

1) 公司公告

【舍得酒业】(600702)于5月27日发布独立董事宋之杰先生任期满六年辞职的公告。

【古越龙山】(600059)于5月24日关于签署合作伙伴协议之补充协议暨投资古越龙山绍兴酒发展基金进展的公告,与杭州大头投资管理有限公司(以下简称“大头投资”)开展合作,通过设立产业基金的方式,开展产业投资。为进一步明确与补充《合伙协议》相关内容,经双方同意,对《合伙协议》条款进行修改,于近日签署《杭州古越龙山创业投资基金合伙企业(有限合伙)合伙协议》之补充协议。

【金种子酒】(600199)于5月23日发布关于公司董事及高级管理人员增持股份计划的公告,部分董事及高级管理人员拟于2023年5月23日起6个月内,通过集中竞价交易方式增持公司股份,合计增持金额不低于320万元且不超过420万元。

【口子窖】(603589)于5月23日发布关于调整2022年年度利润分配现金分红总额的公告。公司以实施权益分派股权登记日登记的公司总股本扣减公司回购专用证券账户中股份总数为基数,向全体股东每10股派发现金红利人民币15.00元(含税)。如在本方案披露之日起至实施权益分派股权登记日期间,公司总股本扣除公司回购专用账户中的回购股份的基数发生变动的,公司拟维持每股分配比例不变,相应调整分配总额,合计派发现金红利900,000,000元(含税)。

2) 行业要闻

5月19日:贵州茅台京东自营店发布i茅台上线一周年庆生海报,同时发布618初期茅台酒及系列产品销售规划,5月23日至6月3日将投放三万瓶茅台酒及系列产品。这期间,贵州茅台京东自营店将在每天20点,增加1499元飞天茅台抢购波次。

5月22日：洋河股份公示了2022年度业绩说明会内容，其中提到，5月动销情况符合预期。针对“千名经销商退出”的疑问，洋河方面表示，未来将继续优化经销商结构，进一步落实“1320”强商计划，推进公司渠道改革。针对旗下产品布局，目前省外海、天、梦销售占比基本持平，省内份额不断提升，公司的优级酒率占60%以上，2022年，包括梦之蓝水晶版、梦6+、M9、手工班等在内的梦之蓝系列占比公司销售比重30%以上，未来将不断加大中高端产品的推广。酒鬼酒举行2022年度网上业绩说明会，酒鬼酒副总经理王哲表示，公司正在全面治理市场窜货和低价行为，同时全方位推进核心网点建设，下一步公司会丰富产品线，提升铺市率，同时，酒鬼酒表示，针对一些产品也将进行限制性推出。

5月23日：泸州老窖国窖酒类销售股份有限公司西南大区发布通知，因本阶段52度国窖1573经典装产品配额已执行完毕，自5月26日起，暂停接收52度国窖1573经典装产品的销售订单。古井贡酒召开2022年度网上业绩说明会。在说明会上，古井贡酒方面透露，公司稳步推进全国化战略，目前全国化覆盖率达到70%以上，省内、省外结构比为6:4。2022年古井贡酒华中区域营收占比85.89%，华北区域营收占比7.93%，华南区域营收占比6.05%。古井贡酒在会上表示，华中区域数据包含安徽区域销售数据，且安徽市场规模较大，白酒消费量居于全国前列，消费升级将带动白酒价格带提高，安徽白酒市场仍有较大发展空间。

5月24日：茅台集团党委书记、董事长丁雄军在茅台国际大酒店会见希腊特里波利斯市市长齐奥米斯·康斯坦丁诺斯一行。希腊卡格里斯公司与茅台有着长期的合作关系，在推广茅台文化方面做出了积极的贡献。未来，茅台愿与希腊特里波利斯市在文化交流、公益活动等方面开展更多的有益探索，扩大茅台在希腊的品牌美誉度和影响力。

5月25日：舍得酒业推出品味舍得·江河万象新限量礼盒套装(375ml*2)，礼盒限量发售十万套，零售指导价为998元/套。产品甄选陈年浓香老酒，以光刻立体浮雕工艺，呈现波光粼粼的水面，烫金形式展现的江豚与抹香鲸跃然于瓶身描绘万物和谐的蓝色画卷。

5月26日：以“共建和美新格局 同心共谱新篇章”为主题的五粮液2022年度股东大会在宜宾成功召开。会上通过了《2022年度报告》、《2022年董事会工作报告》、《2022年监事会工作报告》等9项议案。五粮液2022年度股东分红方案也同期出炉：每10股派37.82元(含税)，现金分红总额146.8亿元，分红比例为55%。酒业家也注意到，2022年超146亿的股东分红，也创下了五粮液上市以来的分红新高。

5月中旬全国白酒价格指数下滑：全国白酒价格调查资料显示，2023年5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99.99，下跌0.01%；地方酒、基酒环比价格指数均为100.00，保持稳定。从定基价格指数看，2023年5月中旬全国白酒商品批发价格定基总指数为110.93，上涨10.93%。其中，名酒定基价格指数为114.81，上涨14.81%；地方酒定基价格指数为105.79，上涨5.79%；

基酒定基价格指数为 108.38，上涨 8.38%。（酒说）

5. 风险提示

疫情反复、宏观经济波动、食品安全问题、复苏不及预期。

免责声明

东吴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。

本研究报告仅供东吴证券股份有限公司（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。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见并不构成对任何人的投资建议，本公司不对任何人因使用本报告中的内容所导致的损失负任何责任。在法律许可的情况下，东吴证券及其所属关联机构可能会持有报告中提到的公司所发行的证券并进行交易，还可能为这些公司提供投资银行服务或其他服务。

市场有风险，投资需谨慎。本报告是基于本公司分析师认为可靠且已公开的信息，本公司力求但不保证这些信息的准确性和完整性，也不保证文中观点或陈述不会发生任何变更，在不同时期，本公司可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告。

本报告的版权归本公司所有，未经书面许可，任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制和发布。如引用、刊发、转载，需征得东吴证券研究所同意，并注明出处为东吴证券研究所，且不得对本报告进行有悖原意的引用、删节和修改。

东吴证券投资评级标准：

公司投资评级：

- 买入：预期未来 6 个月个股涨跌幅相对大盘在 15% 以上；
- 增持：预期未来 6 个月个股涨跌幅相对大盘介于 5% 与 15% 之间；
- 中性：预期未来 6 个月个股涨跌幅相对大盘介于 -5% 与 5% 之间；
- 减持：预期未来 6 个月个股涨跌幅相对大盘介于 -15% 与 -5% 之间；
- 卖出：预期未来 6 个月个股涨跌幅相对大盘在 -15% 以下。

行业投资评级：

- 增持：预期未来 6 个月内，行业指数相对强于大盘 5% 以上；
- 中性：预期未来 6 个月内，行业指数相对大盘 -5% 与 5%；
- 减持：预期未来 6 个月内，行业指数相对弱于大盘 5% 以上。

东吴证券研究所
苏州工业园区星阳街 5 号
邮政编码：215021
传真：（0512）62938527
公司网址：<http://www.dwzq.com.cn>

