

食品饮料

报告日期：2023年06月04日

## 多家酒企股东大会召开，新增推荐五芳斋

### ——食品饮料行业周报（2023年6月第1期）

#### 投资要点

##### □ 报告导读

**餐饮观点：白酒板块处于强性价比区间，大众品关注数据恢复情况**

**白酒板块：**当前板块处于强性价比区间，再迎配置良机。推荐关注三条主线：① 高端酒主线：贵州茅台/泸州老窖/五粮液。② 业绩确定性主线：古井贡酒/洋河股份+舍得酒业；③ 改革&新品招商线：口子窖/顺鑫农业。

**大众品板块：**大众品 23Q2 有望迎逐季改善，同时伴随场景恢复带来的数据恢复，以及节令到来带来的礼赠场景恢复，叠加成本端有望边际向好，建议积极布局大众品板块投资机会。重点关注经营数据加速改善、二季度有催化剂的标的，如啤酒板块、休闲零食板块等。本周更新：周思考（推荐五芳斋）、大众品成本数据、重庆啤酒、百威亚太、新乳业更新。本周组合：五芳斋、新乳业、盐津铺子、劲仔食品、中炬高新、千味央厨、伊利股份、青岛啤酒、重庆啤酒等。

5月29日~6月2日，5个交易日沪深300指数上涨0.28%，食品饮料板块下跌1.15%，其中乳制品（+0.92%）、休闲食品（0.79%）涨幅居前，调味发酵品（-2.73%）、其他食品（-2.67%）跌幅居前。具体来看，本周白酒板块金种子酒（+4.99%）、伊力特（+3.37%）涨幅较大，酒鬼酒（-6.00%）、舍得酒业（-4.86%）跌幅相对偏大；本周大众品板块黑芝麻（+11.11%）、威龙股份（+9.47%）涨幅相对居前，嘉必优（-5.77%）、中炬高新（-4.51%）跌幅相对偏大。

#### 【白酒板块】估值具强性价比，等催化东风来

**板块回顾：基本面趋势向上，情绪&资金面原因导致短期略承压**

板块个股回顾：5月29日~6月2日，5个交易日沪深300指数上涨0.28%，食品饮料板块下跌1.15%，白酒板块下跌幅度大于食品饮料板块，跌幅为1.30%。具体来看：本周板块表现平稳，其中金种子酒（+4.99%）、伊力特（+3.37%）涨幅较大。我们坚持前期观点，认为近期板块表现平稳主因当前处于淡季（缺乏强催化剂），后续我们将持续关注：① 端午/中秋国庆回款表现；② 酒企批价/库存水平表现；③ 酒企渠道/价格相关操作；④ 23Q2/23Q3 板块/酒业业绩弹性；⑤ 宏观经济指标表现等方面。基于4-5月白酒终端需求处于向上阶段，我们看好今年白酒投资大年机会，当前板块处于强性价比区间，再迎配置良机。推荐关注三条主线：① 高端酒主线：贵州茅台/泸州老窖/五粮液。② 业绩确定性主线：古井贡酒/洋河股份+舍得酒业；③ 改革&新品招商线：口子窖/顺鑫农业。

**酒企观点更新：优质酒企势能不减，23年有望实现突破发展**

**今世缘：次高端酒战略不改，产品体系清晰完善。**① 中档酒：受益于对开四开消费者培育传导作用明显+100-200元价位带逐步成熟+单开等产品消费基数小等原因，今年以来中低档酒动销表现亮眼；② 次高端酒：四开为主干产品，六开战略性价格布局高于V3，V9做点状式布局。其中V3表现优秀，原因之一为：V3在婚宴中占比提升，主要源于此前商务消费培育。

**洋河股份：聚焦“一顶双基四梁”，2023年将实现八大突破。**本周公司召开股东大会：2022年，洋河深入推进营销调整转型，在组织架构调整、各级责任明确、厂商一体化、营商环境建设、队伍能力提高等方面做文章，战斗力、执行力、竞争力、影响力显著提升；2023年，在竞争环境下，在“慢进亦退”竞争大背景下，

#### 行业评级：看好(维持)

分析师：杨骥

执业证书号：S1230522030003  
yangji@stocke.com.cn

分析师：张潇倩

执业证书号：S1230520090001  
zhangxiaolian@stocke.com.cn

分析师：孙天一

执业证书号：S1230521070002  
suntianyi@stocke.com.cn

分析师：杜宛泽

执业证书号：S1230521070001  
17621373969  
duwanze@stocke.com.cn

#### 相关报告

- 《需求持续向好，重视改善机会》 2023.05.21
- 《需求回暖，积极布局》 2023.05.16
- 《白酒需求环比修复，大众品数据持续复苏》 2023.05.14

公司将继续保持战略清醒，坚定战术自信，把握战法主动，构建“一顶双基四梁八柱”名酒大厦，才能在激流勇进的白酒市场中，深耕落地，突出重围。

**山西汾酒：三大品牌协同发展，多措并举下批价有望上行。**本周公司召开股东大会，23年公司将：①聚焦营销：强化优化市场布局，加大南方拓展力度；加强渠道终端掌控；优化产品结构。②聚焦品质路线；③聚焦文化赋能；④聚焦深化改革；⑤聚焦管理优化。产品角度看，公司将全面发力三大系列：玻汾培育消费；巴拿马老白汾腰部产品加大市场投入，提升占有率，获得更多利润；青花以青20为中心引领品牌升级。另外，竹叶青&杏花村将加大市场投入聚焦重点市场，渠道终端要做到共享。当前公司核心产品批价/库存表现稳定，我们期待公司灵活的量价&市场操作下，迎来批价上行。

**金种子酒：改革重塑稳中有进，全年业绩有望驶入快车道。**本周公司召开股东大会：自华润入主/新管理层组建以来，公司便积极开展销售模式改革，启动组织重塑/品牌重塑/数字化重塑。在产品战略上，公司明确聚焦一体双翼战略（金种子+醉三秋/头号种子），做强“3+3”（头号种子/柔和/大师+馥7/9/20），其中：①头号种子已经顺利完成合肥大区、阜阳大区部分市场的渠道布局，后续将继续借助啤白赋能优势，完成渠道规划与啤酒客户布局。②馥20即将上市，实现包装工艺焕新升级，提升公司产品天花板。公司立足安徽布局全国，在华润强大渠道力的赋能下，全年公司有望扭亏为盈，业绩驶入快车道。

**数据更新：飞天茅台批价环比提升，库存保持相对低位**

贵州茅台：本周飞天茅台（散）批价约2800-2820元，批价呈向上态势；五粮液：本周批价稳定在930-965元，批价保持稳定；泸州老窖：批价约880-905元。

**投资建议：看好全年投资机会，推荐关注三条主线**

白酒消费升级趋势延续，我们看好今年白酒投资大年机会，当前板块处于强性价比区间，再迎配置良机。推荐关注三条主线：①高端酒主线：贵州茅台/泸州老窖/五粮液。②业绩确定性主线：古井贡酒/洋河股份+舍得酒业；③改革&新品招商线：口子窖/顺鑫农业。

## □ 【食品板块】：重点关注数据持续恢复的标的

**板块回顾：本周大众品板块表现分化**

**板块涨幅方面：**乳制品（+0.92%）、休闲食品（0.79%）涨幅居前，调味发酵品（-2.73%）、其他食品（-2.67%）跌幅居前。

**个股涨跌方面：**本周大众品板块黑芝麻（+11.11%）、威龙股份（+9.47%）涨幅相对居前，嘉必优（-5.77%）、中炬高新（-4.51%）跌幅相对偏大。

**本周更新：周思考（推荐五芳斋）、大众品成本跟踪、重庆啤酒更新、百威亚太更新、新乳业更新**

### 1、周思考：推荐五芳斋

**一句话逻辑**

五芳斋是粽子行业龙一，短期来看端午节+618大促的旺季销售有望催化业绩超预期；中长期连锁业务有望在新模式下快速实现盈亏平衡，叠加新品规模效应显现驱动盈利能力提升超预期。

**超预期的点：**

- 1) 连锁业务有望减亏叠加新品类规模优势凸显，盈利能力提升有望超预期；
- 2) 618大促+端午节旺季销售，有望带来业绩的超预期

**驱动因素**

- 1) 连锁门店优化有望带来业绩的超预期。公司积极进行连锁门店的优化，并推进“新零售+轻餐饮”新店型，跑通后将通过加盟模式推广至全国范围。当前公

司连锁门店恢复良好，已经基本恢复至疫情前盈利水平，我们预计公司 23 年连锁门店有望减亏或实现盈亏平衡，从而带来业绩的超预期。

2) 产品规模效应显现带来盈利能力提升的超预期。非棕产品的占比在持续提升，同时以月饼为代表的时令烘焙产品的规模快速起量，依托公司较强的产品创新能力，我们认为在后续单品规模的规模效应逐步显现后，其产品的盈利能力将会得到快速释放，带来盈利能力的超预期。

3) 端午节叠加 618 大促，经销商下单备货积极。23Q1 合同负债金额表现优异，环比大增至 4.13 亿元；公司订货打款率较好，有效保证了即将到来的旺季销售，从而驱动业绩的超预期。

4) 粽子产品第一成长曲线再升级，非棕产品打造第二成长曲线。针对粽子产品，公司进一步巩固现有优势，打造“五芳斋”+“鸡牌”+“嘉湖细点”三大品牌矩阵，覆盖线上+线下全渠道，B 端+C 端全覆盖；高端到低端全消费层级，加深粽子产品的护城河，提升市占率和渗透率，进一步扩大市场规模，依托公司渠道的优化和拓展实现公司第一成长曲线的再升级；同时进一步提升非棕产品的占比，通过多元化产品战略和快速产品创新，突破品牌固有的粽子认知，成为具备多元化产品的时令烘焙食品品牌，打造公司的第二增长曲线。

**催化剂：**端午节数据和 618 销售数据有望为公司带来新催化

## 2、大众品成本跟踪：大众品大部分原材料价格同比下行

23 年大众品需求上行，成本下行是我们投资策略中一条重要的投资主线，我们认为可以密切跟踪大众品成本变化并预判 23 年趋势，寻求投资机会。当前我们认为部分板块如烘焙板块、调味品板块的成本下行趋势较为确定，应关注成本下行带来的利润弹性机会。

**烘焙板块：**截至 2023 年 6 月 2 日，棕榈油价格（期货活跃合约收盘价）相比上周继续下跌，同比 22 年同期价格仍有下降（-55%），价格达到 7117 元/吨，21-22 年棕榈油成本大幅上涨，并在 22 年 6 月达到历史高点，主要系俄乌冲突和欧洲能源危机，导致作为生物柴油的棕榈油的需求快速提升，价格持续走高。当前伴随夏季欧洲能源危机缓解，供需关系逐步平衡，预计 23 年棕榈油价格下行趋势较为确定，预判 23 年棕榈油价格有望持续下降，并恢复至 21 年年初水平。

**啤酒板块：**2023 年 5 月 20 日玻璃、瓦楞纸、铝价格同比变动+14%、-23%、-10%，环比 23 年 4 月 20 日变动+20%、+2%、-2%，较 22 年均值变动+20%、-19%、-9%；2023 年 4 月进口大麦价格同比增长 10%，环比下降 4%。主要酒企已于 22 年末完成 23 年度大麦锁价，进口大麦成本同比上涨幅度近 20%；当前瓦楞纸、铝材成本均呈现同比下行趋势；当前能源价格走弱，预计 23 年运费成本有望持续下降，预计 23 年吨成本涨幅为低个位数，成本增幅小于 22 年，对于 23Q1 后成本走势更加乐观。

**调味品板块：**截至 5 月 27 日：1) 大豆 5 月均价 4971.72 元/吨，同比下降 14.2%，环比下降 3.0%，成本有所滑落。2) 白砂糖 5 月均价 6957.63 元/吨，同比上涨 17.2%，环比上涨 3.2%，成本上涨。3) 味精 5 月均价 1.62 美元/千克，同比上涨 0.4%，环比下降 2.4%。4) PET 切片 5 月均价 7523.68 元/吨，同比下降 15.3%，环比下降 4.1%，成本有所回落。5) 玻璃 5 月均价 2218.07 元/吨，同比上涨 11.6%，环比上涨 18.8%，成本上涨。

**卤味连锁：**截至 5 月 27 日：1) 大豆 5 月均价 4971.72 元/吨，同比下降 14.2%，环比下降 3.0%，成本有所滑落。2) 白砂糖 5 月均价 6957.63 元/吨，同比上涨 17.2%，环比上涨 3.2%，成本上涨。3) 味精 5 月均价 1.62 美元/千克，同比上涨 0.4%，环比下降 2.4%。4) PET 切片 5 月均价 7523.68 元/吨，同比下降 15.3%，环比下降 4.1%，成本有所回落。5) 玻璃 5 月均价 2218.07 元/吨，同比上涨 11.6%，环比上涨 18.8%，成本上涨。

**速冻板块：**鸡肉价：本周鸡肉平均批发价为 18.07 元/公斤，较上周 18.03 元/公斤环比上涨 0.2%，较去年同期上涨 1.1%。判断将继续震荡走高，同时需重点跟踪需求端变化。猪肉价：本周猪肉平均批发价为元 19.24 元/公斤，较上周

19.38元/公斤环比下降0.7%，与去年同期相比下降9.0%。当前受需求疲弱导致供过于求影响猪价出现阶段性下降，根据去年存栏来看今年下半年供给会下降，判断猪价或逐季升高，判断全年均价高于22年。油脂油料：截至2023.5.26，油料油脂类大宗商品价格指数为260.66点，与上周持平，同比下降20.9%。判断全球油脂供应在2023年将变得非常充足，若需求改善有限，油脂重心或下移。大豆/豆粕：本周大豆五日现货平均价为4855.47元/吨，较上周4896.95元/吨环比下降0.8%，同比下降16.4%。2022年大豆、豆粕行情中，供应紧张成为贯穿全年的逻辑主线。展望未来，2023年的豆类行情中大豆的增产前景较为乐观。

**乳制品：**原奶：截至2023.5.24，生鲜乳主产区周平均价为3.86元/公斤，较上周3.88元/公斤环比下降0.5%，同比下降7.0%。近期生鲜乳价格走弱主要是需求疲弱而供给持续增加导致的阶段性供过于求。短期内国内奶源供过于求的状态仍会持续一段时间，预计2023年生鲜乳价格整体仍将温和下降，判断下半年或者Q4随着需求端的逐步回暖价格将企稳。

### 3、重庆啤酒更新

**动销恢复&库存良性：**3-4月后动销整体呈恢复态势，库存整体保持良性。品牌投入有序推进，消费信心持续回升，期待夏季迎来动销高峰。

**乌苏推新：**乌苏积极拓展产品矩阵，已推出乌苏白啤、楼兰秘酿等产品，将在旺季积极开展推广活动。

**高端化持续推进：**目前国内高端啤酒占比仍远低于国外，公司仍积极推进6+6产品矩阵打造，并继续推进品牌与场景的联动，推进各品牌内部的产品结构升级。

**BU调整：**对BU调整充满信心，渠道变化正有序推进，未来会根据市场情况及需求进行调整。

**成本环比改善：**23年原料成本同比上升，公司将通过降本增效、提升产能利用率等方式缓解吨成本压力，预计二季度后吨成本增幅有望环比改善。

**盈利能力改善：**伴随产品结构升级、吨成本环比改善、费用率维持稳定，毛利率有望持续改善。

### 4、百威亚太更新：持之以恒，引领高端

#### 【策略】

- 1) 引领及发展品类（高端化、业务扩张，核心产品卓越力）；
- 2) 业务最佳化（运营优化、盈利规模化、可持续发展优化）；
- 3) 生态圈数字化转型（数字化消费者、数字化客户、数字化供应链）。

#### 【高端化】

1) 高端化动能：可支配收入日益提高引领行业持续高端化，预计2030年中高档及以上收入的家庭占比将从21年11%提升至32%，此外不断演变的人群、新兴的渠道和场景、多元化的消费者需求均为高端化的来源。

2) 高端化展望：高端及以上将在未来10年贡献超过100%的净收入和80%的毛利增长，预计2030年中国啤酒行业高端、超高端啤酒销量占比将达18%、8%，收入占比将达26%、25%，毛利占比将达34%、27%，其中预计2030年百威中国高端、超高端啤酒毛利占比将达49%、37%。

3) 高端化举措：①通过渠道、区域、场景扩张来持续引领高端行业增长②利用超高端的产品组织优势和渠道优势打造超高端成为下一片蓝海③锚定消费场景多元渠道发展④地域拓展奠基未来高端化⑤清晰聚焦，规模化跨啤酒品类。

#### 【市场】

1) 市场拓张策略: 公司依据市场成熟度和城市阶段构建了 9 宫格城市阶段扩张指导手册。2016 年中国有 29% 的市场处于成熟度 3 阶段, 2021 年提升至 40%, 预计 2030 将有 58% 的市场处于成熟度 3 阶段, 34% 的市场处于成熟度 4 阶段。

2) 中国: 以福建为例, 福建为百威高端化升级的典范, 2012 年百威、中高端产品销量占比为 10%、90%, 预计 23 年精酿、超高端、百威创新、百威、中高端产品销量占比分别为 1%、18%、5%、23%、53%。

3) 韩国&印度: 22 年百威亚太均为当地啤酒高端市场第一。

#### 【渠道】

1) 先锋购: 战略为促多量、拓多店、提效率、优服务, 23Q1 数字化渠道已拓展超过 180 个城市, 收入占比达 40%。

2) 渠道策略: 公司积极拓展夜场外经销网络, 在大众餐饮和传统渠道持续招商布局, 并构建百威大使、百威精英俱乐部、蓝宝石俱乐部、经销商卓越计划等经销商项目体系。

3) 渠道潜力: 目前百威中国在分销渠道中精酿、超高端、高端的铺货率为 1%、10%、35%, 相较发达国家有很多的铺货、扩张和分销机会。预计百威分销地级市数量将从 21 年 184 个扩张至 23 年 220 个, 超高端分销地级市数量将从 21 年 53 个扩张至 23 年 60 个, 预计高端啤酒分销率将从 21 年 49% 提升至 30 年 76%, 超高端啤酒分销率将从 21 年 15% 提升至 30 年 35%。

## 5、新乳业更新

我们认为: 23Q1 是盈利能力提升的起点, 公司通过产品结构优化+降本增效实现中期业绩改善的思路清晰、规划详细。中期维度内, 净利率弹性或将有序释放, 持续推荐。

战略方向: 未来五年, 继续以“鲜立方战略”为核心方向, 并审时度势对战略目标优化精进, 通过做大做强核心业务, 努力推动规模复合年均双位数增长净利率实现翻一番。具体如下:

### (1) 做强低温, 价值引领。

坚持以“鲜”为核心主题, 将低温鲜奶和低温特色酸奶作为核心重点品类。推动以“24 小时”系列产品为代表的高品质鲜奶产品未来五年复合年均增长率不低于 20%, 并通过产品创新和重点产品推广的方式加速低温特色酸奶品类的增长。

### (2) 科技加持, 体验为上。

生物科技方面, 围绕自有菌种库建设、菌株功能研究、菌株产业化开发、发酵动力学研究等进行研发创新, 不断打强公司的“芯”能力和“新”能力, 力争未来五年新品年复合增长率大于 10%;

数字科技方面, 通过数字化灯塔项目打造从牧场到用户的高效供应链体系, 提高管理效率和效益, 并坚持以数字化转型实现用户精准运营和服务提升, 五年力争实现突破 5000 万数字化用户。

### (3) 内生为主, 并购为辅。

努力将负债率在未来五年降低 10 个百分点。推动各子公司进行线上、线下渠道有机融合, 将订奶入户、形象店、自主征订、电商等 D2C 业务作为渠道增长的第一引擎, 推动 2027 年 D2C 业务规模占比达到 30%。

### (4) 分布经营, 区域深耕。

专注核心区域和核心市场, 打强各区域市场的深度和密度, 同时特色品牌进行区域扩张, 提升各区域市场的份额和品牌影响力

盈利预测: 预计公司 2023-2025 年营收分别 113.0、127.0、141.2 亿元, 预计归母净利润分别为 5.1、6.6、7.9 亿元。

**投资建议:**

重视当前修复窗口期，积极布局大众品投资机会。当前我们认为大众品板块在疫后的修复过程中正在演绎三大阶段的投资机会：

- 1) 在疫后防控全面放开后，板块带来整体的估值和预期的修复；
- 2) 伴随消费场景的修复，终端数据持续恢复，表现亮眼，行业β性机会显著；
- 3) 当前阶段，我们认为应重视α机会，即重点把控数据恢复可持续以及边际改善明显、处在持续复苏的标的，重点提示啤酒板块和休闲零食板块的投资机会。

**4月份大众品的表现印证我们上述的观点，板块表现已经反映了市场预期，但根据我们的观测，五一数据恢复**，根据商务部商务大数据显示，五一假期首日和第三天，全国重点零售和餐饮企业销售额分别同比增长21.4%/15.6%；美团数据显示，假期前三天，全国生活服务业务线上日均消费规模较2019年同期增长133%。其中，全国餐饮消费规模较2019年同期增长92%。**与此同时，叠加成本端有望边际向好，建议积极布局大众品板块投资机会。重点关注经营数据加速改善、二季度有催化剂的标的，如啤酒板块、休闲零食板块等。**

我们认为当前大众品板块正在经历第三阶段的机会，投资主线如下：

- 1) **赛道高景气维度下带来整体板块机会，重点提示休闲零食板块及啤酒板块。**休闲零食板块23年仍处于渠道变革红利期，业内企业通过新渠道的布局和拓展以及新品类的开拓带来业绩的快速增长；啤酒板块23年高端化大周期加速演绎，气温回暖较早或导致旺季提前到来，驱动业绩超预期。涉及标的：盐津铺子、劲仔食品、华润啤酒、青岛啤酒。
- 2) **需求上行成本下行主线下的投资机会重点提示烘焙、餐饮供应链、乳品和保健品板块的机会。**伴随23年终端需求回暖，此前受疫情影响严重的板块需求有望快速恢复，同时23年大众品大部分原材料价格持续下行带来利润端的修复。涉及标的：烘焙板块（南侨食品、立高食品、海融科技）、餐饮供应链（千味央厨、日辰股份、安井食品）、乳品（伊利股份、妙可蓝多、新乳业）、保健品（仙乐健康）。
- 3) **依托于事件驱动，标的具备潜在催化的投资机会。**涉及标的：中炬高新、安琪酵母、莱茵生物。

**本周组合：**五芳斋、新乳业、盐津铺子、劲仔食品、中炬高新、千味央厨、伊利股份、青岛啤酒、重庆啤酒等。

**风险提示：**消费疲软；白酒动销恢复不及预期；食品安全风险。

## 正文目录

<b>1 本周行情回顾</b> .....	<b>9</b>
<b>2 重要数据跟踪</b> .....	<b>12</b>
2.1 重点白酒价格数据跟踪 .....	12
2.2 重点葡萄酒价格数据跟踪 .....	13
2.3 重点啤酒价格数据跟踪 .....	13
2.4 重点乳业价格数据跟踪 .....	14
<b>3 重要公司公告</b> .....	<b>15</b>
<b>4 重要行业动态</b> .....	<b>17</b>
<b>5 近期重大事件备忘录</b> .....	<b>19</b>
<b>6 风险提示</b> .....	<b>19</b>

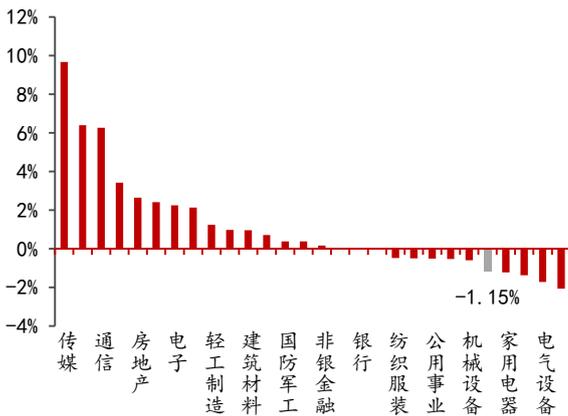
## 图表目录

图 1: 本周各板块涨幅.....	9
图 2: 本周食品饮料行业子板块涨跌幅.....	9
图 3: 本周大众品板块涨幅前五个股.....	10
图 4: 本周大众品板块跌幅前五个股.....	10
图 5: 本周乳品板块个股涨跌幅.....	10
图 6: 白酒、啤酒、葡萄酒、黄酒板块估值情况 (单位, 倍) .....	11
图 7: 软饮料、乳品板块估值情况 (单位, 倍) .....	11
图 8: 本周主要酒企 PE(TTM) 情况一览 (单位, 倍) .....	11
图 9: 贵州茅台批价走势 (单位, 元/瓶) .....	12
图 10: 五粮液批价走势 (单位, 元/瓶) .....	12
图 11: 国窖 1573 批价走势 (单位, 元/瓶) .....	12
图 12: 白酒月度产量及同比增速走势.....	12
图 13: 国产葡萄酒价格走势 (单位: 元/瓶) .....	13
图 14: 海外葡萄酒价格走势 (单位: 元/瓶) .....	13
图 15: Liv-ex100 红酒指数走势.....	13
图 16: 葡萄酒月度产量及同比增速走势.....	13
图 17: 海外啤酒零售价走势 (单位: 元/罐) .....	13
图 18: 国产啤酒零售价走势 (单位: 元/罐) .....	13
图 19: 啤酒月度产量及同比增速走势 (单位: 万千升, %) .....	14
图 20: 啤酒月度进口量及进口平均单价走势.....	14
图 21: 22 省市玉米平均价格走势.....	14
图 22: 22 省市豆粕平均价走势.....	14
图 23: 主产区生鲜乳平均价走势.....	15
图 24: 牛奶、酸奶零售价走势.....	15
图 25: 婴幼儿奶粉和中老年奶粉零售价走势.....	15
表 1: 本周主要白酒公司涨跌幅情况.....	9
表 2: 本周主要大众品公司涨跌幅情况.....	9
表 3: 酒水板块个股沪 (深) 股通持股占比.....	11
表 4: 本周高端酒批价及环比变化 (单位: 元) .....	12
表 5: 本周饮料板块上市公司重要公告.....	15
表 6: 本周乳品板块上市公司重要公告.....	16
表 7: 本周饮料行业重要动态.....	17
表 8: 本周乳品行业重要动态.....	18
表 9: 饮料板块最近重大事件备忘录.....	19

## 1 本周行情回顾

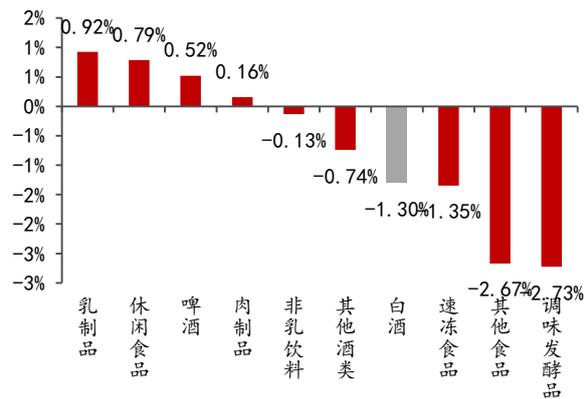
5月29日~6月2日，5个交易日沪深300指数上涨0.28%，食品饮料板块下跌1.15%，其中乳制品(+0.92%)、休闲食品(0.79%)涨幅居前，调味发酵品(-2.73%)、其他食品(-2.67%)跌幅居前。具体来看，本周白酒板块金种子酒(+4.99%)、伊力特(+3.37%)涨幅较大，酒鬼酒(-6.00%)、舍得酒业(-4.86%)跌幅相对偏大；本周大众品板块黑芝麻(+11.11%)、威龙股份(+9.47%)涨幅相对居前，嘉必优(-5.77%)、中炬高新(-4.51%)跌幅相对偏大。

图1: 本周各板块涨幅



资料来源: Wind, 浙商证券研究所

图2: 本周食品饮料行业子板块涨跌幅



资料来源: Wind, 浙商证券研究所

表1: 本周主要白酒公司涨跌幅情况

周涨幅居前				周涨幅居后			
证券代码	证券简称	收盘价(元)	涨跌幅	证券代码	证券简称	收盘价(元)	涨跌幅
600199.SH	金种子酒	25.05	4.99%	603369.SH	今世缘	56.65	-3.08%
600197.SH	伊力特	28.80	3.37%	603919.SH	金徽酒	24.04	-3.30%
300755.SZ	华致酒行	25.16	0.44%	600779.SH	水井坊	59.48	-3.36%
002646.SZ	天佑德酒	14.07	0.07%	600702.SH	舍得酒业	155.36	-4.86%
002304.SZ	洋河股份	137.89	-0.56%	000799.SZ	酒鬼酒	95.12	-6.00%

资料来源: Wind, 浙商证券研究所

表2: 本周主要大众品公司涨跌幅情况

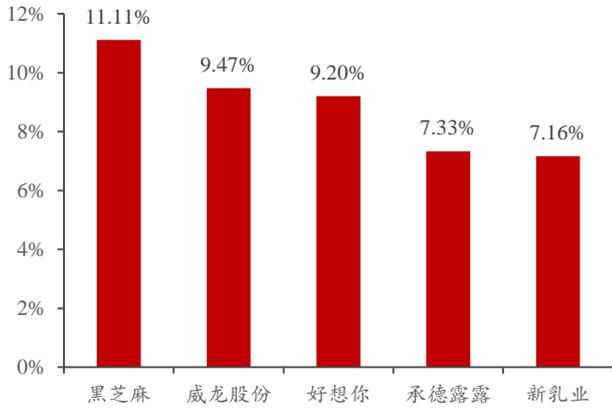
周涨幅居前				周涨幅居后			
证券代码	证券简称	收盘价(元)	涨跌幅	证券代码	证券简称	收盘价(元)	涨跌幅
000716.SZ	黑芝麻	7.30	11.11%	603288.SH	海天味业	50.83	-3.75%
603779.SH	威龙股份	7.28	9.47%	002329.SZ	皇氏集团	5.87	-3.77%
002582.SZ	好想你	8.10	9.20%	002991.SZ	甘源食品	82.69	-4.35%
000848.SZ	承德露露	9.23	7.33%	600872.SH	中炬高新	35.96	-4.51%
002946.SZ	新乳业	17.06	7.16%	688089.SH	嘉必优	28.91	-5.77%

资料来源: Wind, 浙商证券研究所

本周大众品板块涨幅前五个股分别为黑芝麻(+11.11%)、威龙股份(+9.47%)、好想

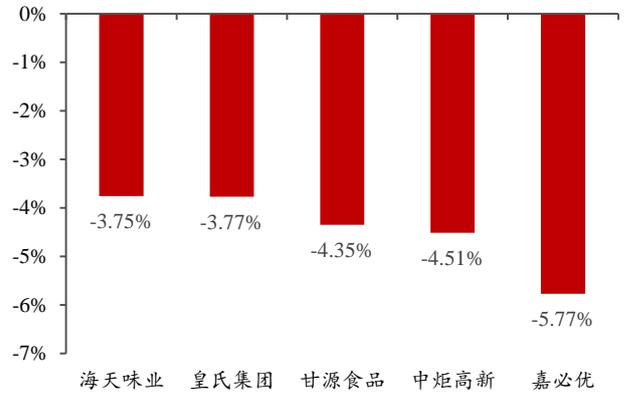
你(+9.20%)、承德露露(+7.33%)和新乳业(+7.16%)，跌幅前五个股分别为嘉必优(-5.77%)、中炬高新(-4.51%)和甘源食品(-4.35%)、皇氏集团(-3.77%)、海天味业(-3.75%)。具体来看，本周乳品板块新乳业(+7.16%)涨幅相对居前，皇氏集团(-3.77%)跌幅相对居前。

图3: 本周大众品板块涨幅前五个股



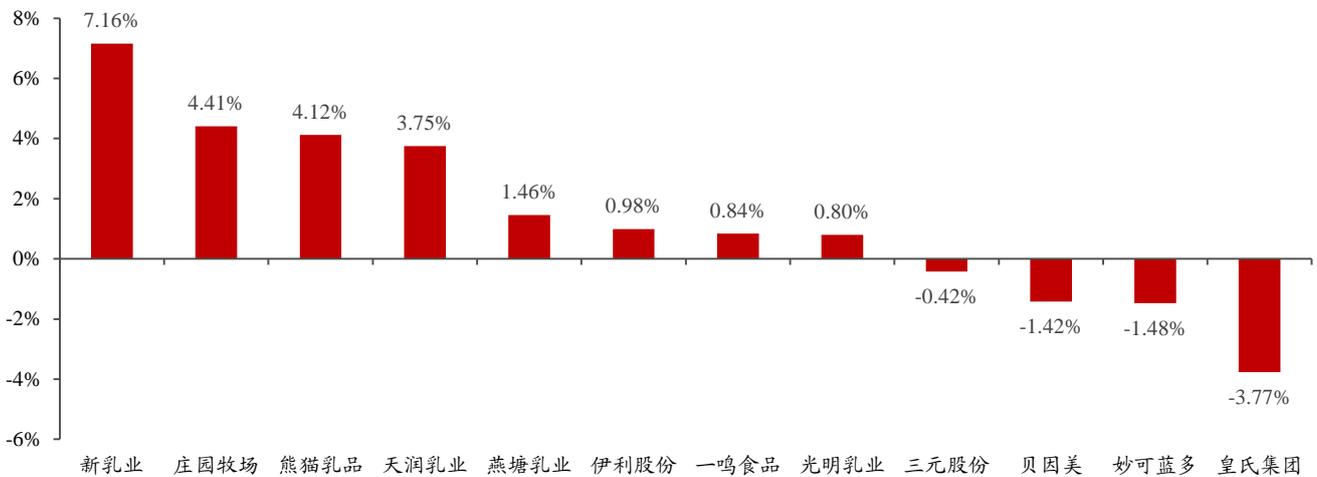
资料来源: Wind, 浙商证券研究所

图4: 本周大众品板块跌幅前五个股



资料来源: Wind, 浙商证券研究所

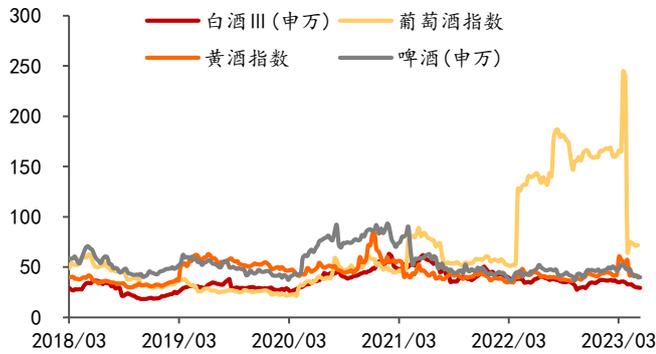
图5: 本周乳品板块个股涨跌幅



资料来源: Wind, 浙商证券研究所

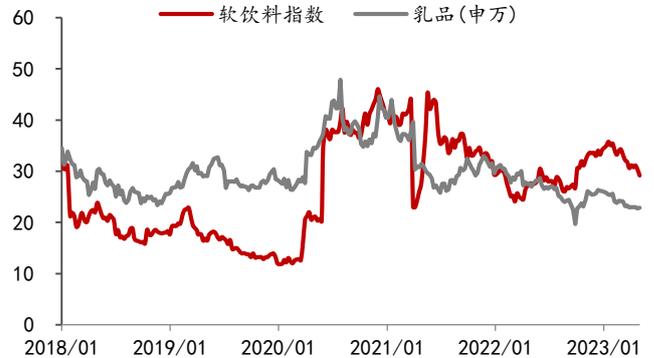
估值方面，食品饮料行业整体估值水平下降。2023年6月2日，食品饮料行业29.41倍，白酒、啤酒、葡萄酒、黄酒细分行业估值分别为28.98、39.91、71.90、41.05倍，其中葡萄酒板块(+1.24%)本周估值跌幅较小，白酒板块(-1.29%)本周估值跌幅较大。具体酒水公司来看，惠泉啤酒(+5.04%)本周估值涨幅较大。

图6: 白酒、啤酒、葡萄酒、黄酒板块估值情况(单位, 倍)



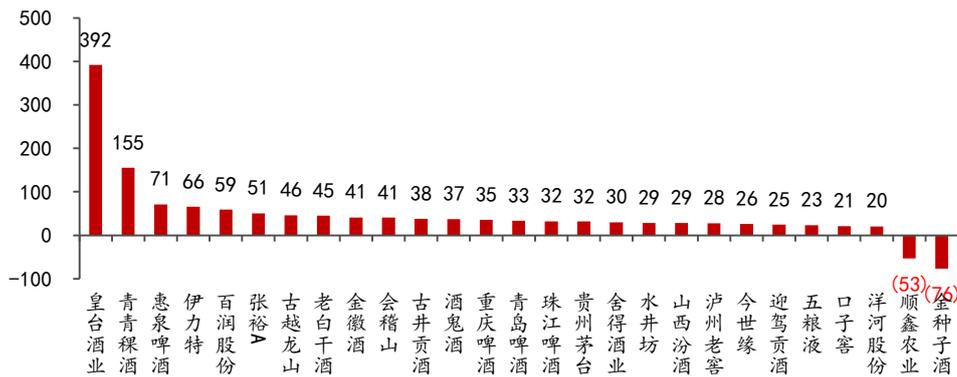
资料来源: Wind, 浙商证券研究所

图7: 软饮料、乳品板块估值情况(单位, 倍)



资料来源: Wind, 浙商证券研究所

图8: 本周主要酒企 PE(TTM) 情况一览(单位, 倍)



资料来源: Wind, 浙商证券研究所

陆股通持股标的中, 重庆啤酒(7.45%)、贵州茅台(6.99%)、五粮液(6.47%)、口子窖(4.36%)、泸州老窖(3.96%)持股排名居前。酒水板块13支个股受北向资金增持, 其中老白干酒(+0.30pct)、会稽山(+0.21pct)、金种子酒(+0.13pct)北上资金增持比例较高。

表3: 酒水板块个股沪(深)股通持股占比

沪(深)股通持股占比居前个股				沪(深)股通持股占比居后个股			
证券代码	证券简称	2023/6/2	较上周变化	证券代码	证券简称	2023/6/2	较上周变化
600132.SH	重庆啤酒	7.45%	-0.30%	603198.SH	迎驾贡酒	1.16%	-0.02%
600519.SH	贵州茅台	6.99%	-0.14%	603919.SH	金徽酒	0.72%	-0.11%
000858.SZ	五粮液	6.47%	-0.20%	002461.SZ	珠江啤酒	0.59%	-0.04%
603589.SH	口子窖	4.36%	0.11%	600199.SH	金种子酒	0.48%	0.13%
000568.SZ	泸州老窖	3.96%	-0.03%	002646.SZ	天佑德酒	0.48%	0.06%
600779.SH	水井坊	3.91%	-0.23%	600197.SH	伊力特	0.38%	-0.11%

资料来源: Wind, 浙商证券研究所

## 2 重要数据跟踪

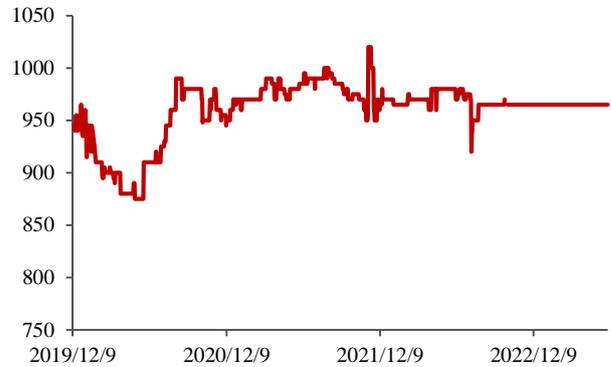
### 2.1 重点白酒价格数据跟踪

图9: 贵州茅台批价走势 (单位, 元/瓶)



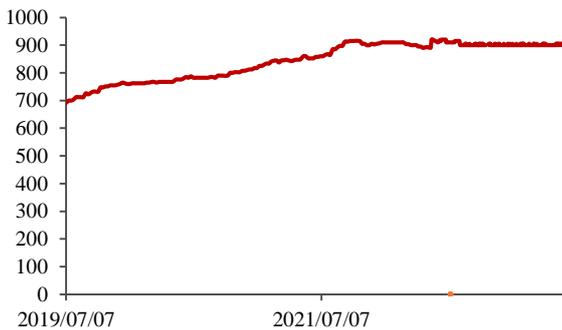
资料来源: Wind, 浙商证券研究所

图10: 五粮液批价走势 (单位, 元/瓶)



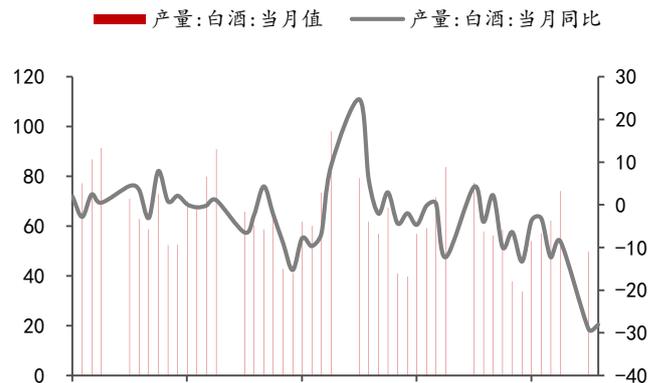
资料来源: Wind, 浙商证券研究所

图11: 国窖 1573 批价走势 (单位, 元/瓶)



资料来源: Wind, 浙商证券研究所

图12: 白酒月度产量及同比增速走势



资料来源: Wind, 浙商证券研究所

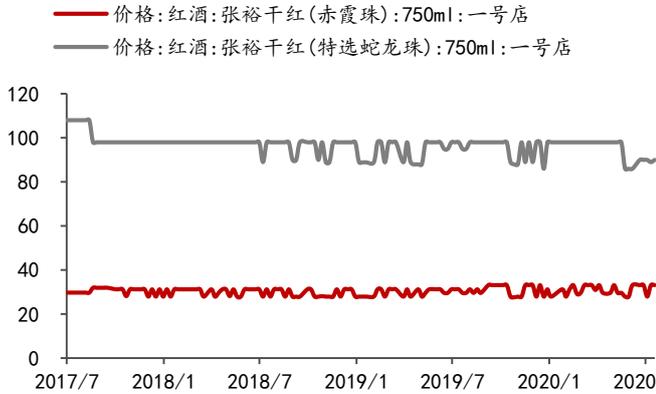
表4: 本周高端酒批价及环比变化 (单位: 元)

品牌	产品	规格	5月5日 批价	5月12 日批价	5月19 日批价	5月26 日批价	6月2日 批价	环比变动
贵州茅台	21年飞天(原) 53°	500ml	3020	3020	3020	3020	3020	/
	21年飞天(散) 53°	500ml	2800	2800	2840	2840	2825	-15
	20年飞天(原) 53°	500ml	3080	3050	3050	3050	3050	/
	20年飞天(散) 53°	500ml	2830	2860	2880	2880	2850	-30
五粮液	普五(八代) 52°	500ml	965	965	965	965	965	/
	1618 52°	500ml	940	940	940	940	940	/
	国窖 1573 52°	500ml	900	905	900	900	905	+5
泸州老窖	特曲(老字号) 52°	500ml	260	260	260	260	260	/
	特曲(60版) 52°	500ml	450	450	450	450	450	/

资料来源: Wind, 浙商证券研究所

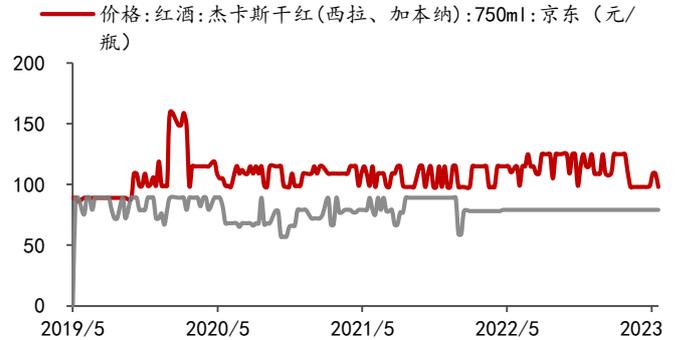
## 2.2 重点葡萄酒价格数据跟踪

图13: 国产葡萄酒价格走势 (单位: 元/瓶)



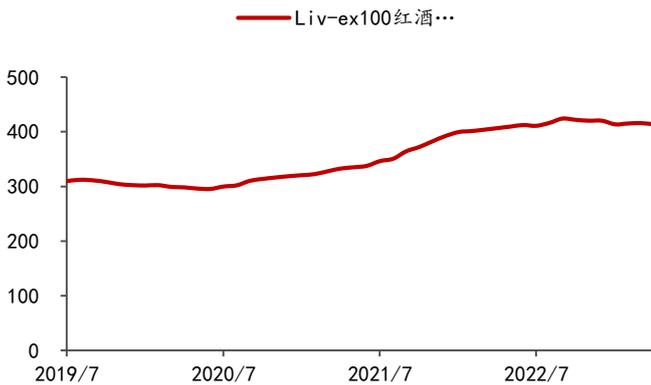
资料来源: Wind, 浙商证券研究所

图14: 海外葡萄酒价格走势 (单位: 元/瓶)



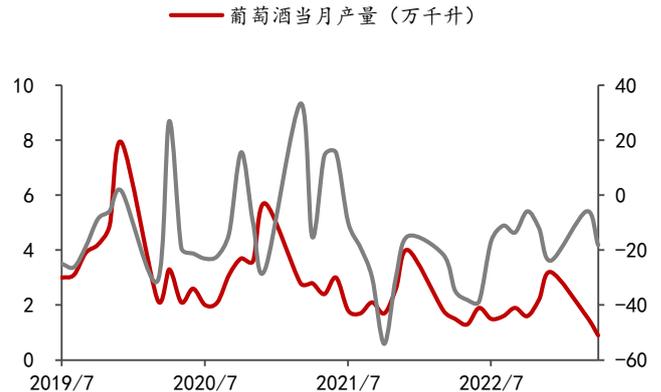
资料来源: Wind, 浙商证券研究所

图15: Liv-ex100 红酒指数走势



资料来源: Wind, 浙商证券研究所

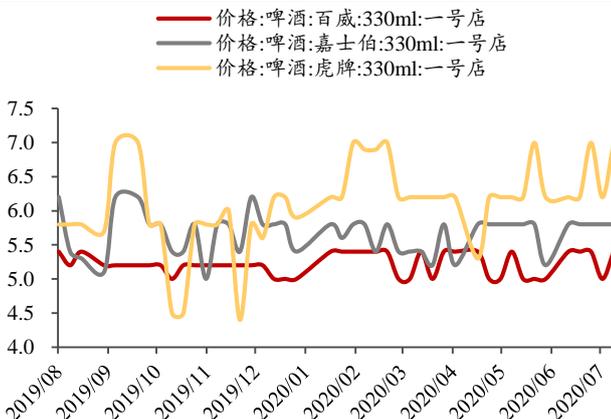
图16: 葡萄酒月度产量及同比增速走势



资料来源: Wind, 浙商证券研究所

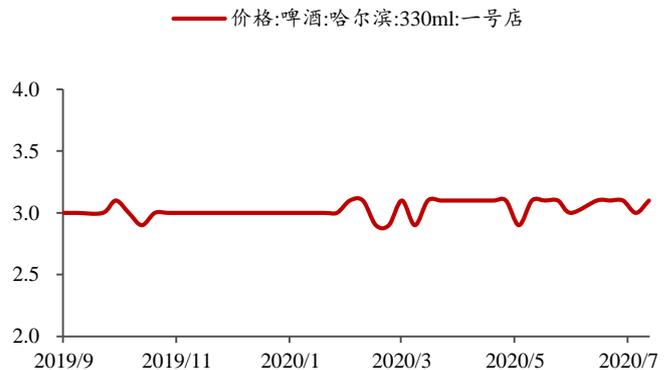
## 2.3 重点啤酒价格数据跟踪

图17: 海外啤酒零售价走势 (单位: 元/罐)



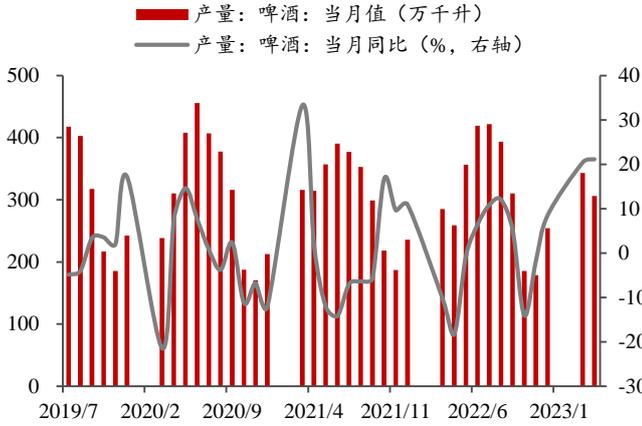
资料来源: Wind, 浙商证券研究所

图18: 国产啤酒零售价走势 (单位: 元/罐)



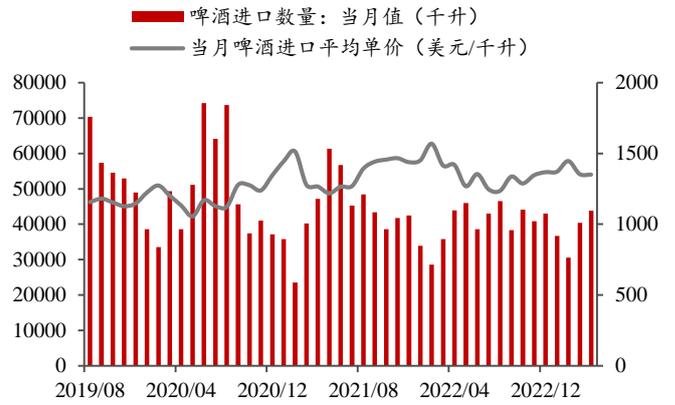
资料来源: Wind, 浙商证券研究所

图19: 啤酒月度产量及同比增速走势 (单位: 万千升, %)



资料来源: Wind, 浙商证券研究所

图20: 啤酒月度进口量及进口平均单价走势



资料来源: Wind, 浙商证券研究所

## 2.4 重点乳业价格数据跟踪

饲料市场, 本周玉米平均价微幅上涨, 豆粕平均价大幅下跌。根据 Wind 数据, 截至 2023 年 05 月 12 日, 22 省市玉米平均价为 2.90 元/千克, 环比微幅上涨 0.35%; 截至 2023 年 06 月 02 日, 豆粕平均价为 4.77 元/千克, 环比大幅下跌 2.08%。

图21: 22 省市玉米平均价格走势



资料来源: Wind, 浙商证券研究所

图22: 22 省市豆粕平均价格走势



资料来源: Wind, 浙商证券研究所

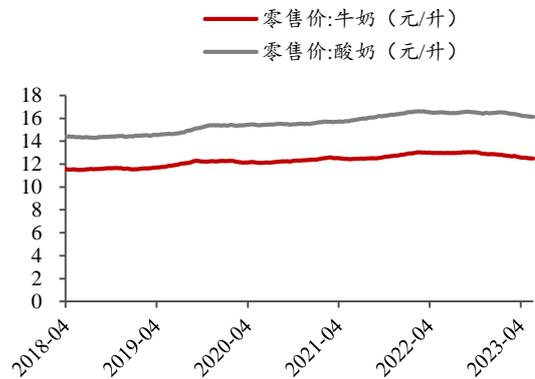
液态奶市场, 主产区生鲜乳平均价环比小幅下跌, 牛奶零售价环比环比微幅下跌, 酸奶零售价环比微幅下跌。根据 Wind 数据, 截至 2023 年 05 月 24 日, 主产区生鲜乳平均价为 3.86 元 /公斤, 环比小幅下跌; 截至 2023 年 05 月 26 日, 牛奶零售价为 12.29 元/升, 环比微幅下跌 0.08%; 酸奶零售价为 16.12 元/升, 环比微幅下跌 0.06%。

图23: 主产区生鲜乳平均价走势



资料来源: Wind, 浙商证券研究所

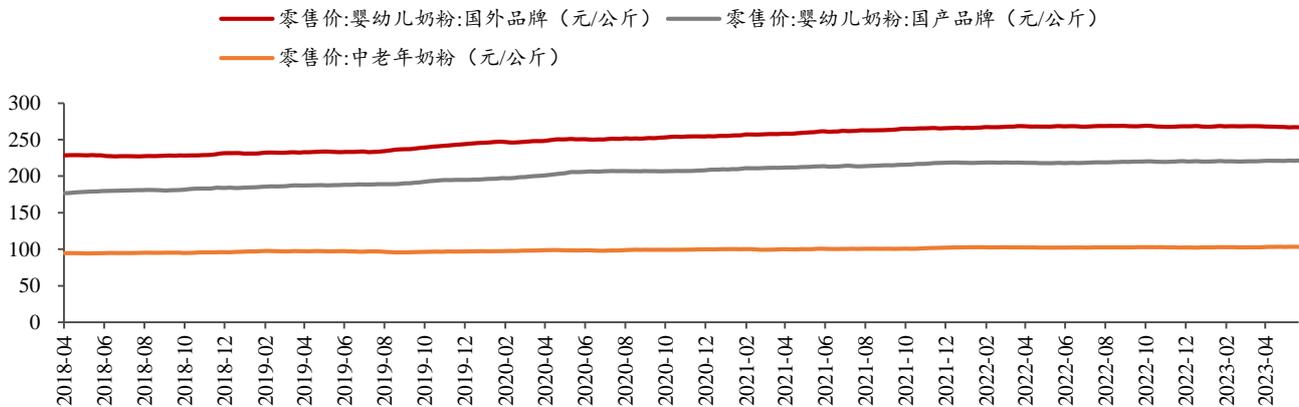
图24: 牛奶、酸奶零售价走势



资料来源: Wind, 浙商证券研究所

奶粉市场, 国外品牌婴幼儿奶粉环比微幅下跌, 国内品牌婴幼儿奶粉环比微幅上涨, 中老年奶粉零售价环比微幅下跌。根据 Wind 数据, 截至 2023 年 05 月 26 日, 国外品牌婴幼儿奶粉零售价为 266.81 元/公斤, 环比微幅下跌 0.06%; 国内品牌婴幼儿奶粉零售价为 221.49 元/公斤, 环比微幅上涨 0.13%; 中老年奶粉零售价为 103.53 元/公斤, 环比微幅下跌 0.05%。

图25: 婴幼儿奶粉和中老年奶粉零售价走势



资料来源: Wind, 浙商证券研究所

### 3 重要公司公告

表5: 本周饮料板块上市公司重要公告

上市公司	公司公告
五粮液	2023 年 5 月 25 日-29 日以通讯及传阅方式召开第六届董事会 2023 年第 6 次会议, 会议审议通过了关于开展中央广播电视总台“和美好礼”品牌传播项目的议案和关于开展第五代专卖店品牌形象升级工作的议案。
金种子酒	2023 年 5 月 31 日于安徽省阜阳市清河东路 523 号金种子研发大楼 9 楼会议室召开 2022 年年度股东大会, 会议审议通过了《公司 2022 年度董事会工作报告》、《公司 2022 年度监事会工作报告》、《公司 2022 年年度报告及摘要》等议案。
洋河股份	2023 年 5 月 31 日上午 9:30 于江苏省宿迁市洋河新区酒都大道 118 号, 公司总部办公楼一楼多功能厅召开 2022 年度股东大会, 大会采用现场投票和网络投票相结合的方式召开。会议审议通过了《2022 年度董事会工作报告》、

《2022 年度监事会工作报告》、《2022 年年度报告》等议案。

重庆啤酒	2023 年 5 月 30 日于广东省广州市天河区金穗路 62 号侨鑫国际金融中心 13 层召开 2022 年度股东大会，会议审议通过了《公司 2022 年年度报告及年度报告摘要》、《公司 2022 年度财务决算报告》、《公司 2022 年度利润分配方案》等议案。
水井坊	2023 年 5 月 30 日发布董事会公告，因许勇先生达到法定退休年龄，许勇先生申请辞去公司副总经理职务。根据相关规定，本项辞职自 2023 年 5 月 28 日起生效。公司董事会将按照有关规定尽快完成副总经理的聘任工作。
山西汾酒	2023 年 5 月 30 日于公司会议室召开了 2022 年年度股东大会，会议审议通过了《2022 年度董事会工作报告》、《2022 年度监事会工作报告》、《2022 年度独立董事述职报告》等议案。
顺鑫农业	2023 年 5 月 29 日于北京市顺义区站前街 1 号院 1 号楼顺鑫国际商务中心 14 层会议室召开 2023 年第一次临时股东大会，本次股东大会采用现场表决与网络投票相结合的方式召开。会议审议通过了《关于公司以债转股方式对北京顺鑫佳宇房地产开发有限公司增资暨推进该全资子公司公开挂牌转让》的议案。

资料来源：Wind，浙商证券研究所

**表6：本周乳品板块上市公司重要公告**

上市公司	公司公告
内蒙古伊利实业集团股份有限公司	<p>关于调整 2022 年度利润分配现金分红总额的公告</p> <p>一、2022 年度利润分配预案情况公司 2022 年度利润分配方案如下：公司拟向全体股东每 10 股派发现金红利 10.40 元（含税），截至 2023 年 3 月 31 日，公司总股本 6,398,918,718 股，扣除公司回购专户股份 22,596,809 股，以此计算合计拟派发现金红利总额为 6,631,374,785.36 元，占公司 2022 年度合并报表归属于母公司股东净利润比例为 70.31%。如在实施权益分派股权登记日前，公司总股本发生变动的，拟维持每股分配比例不变，相应调整分配总额。</p> <p>二、利润分配预案披露后公司股份变化情况</p> <p>2023 年 5 月 26 日，公司完成本次回购，实际回购公司股份 32,468,413 股，占公司总股本的 0.5074%。经申请，公司于 2023 年 5 月 29 日在中国证券登记结算有限责任公司上海分公司注销本次所回购的全部股份 32,468,413 股，公司总股本由 6,398,918,718 股变更为 6,366,450,305 股。具体内容详见公司于 2023 年 5 月 27 日披露的《内蒙古伊利实业集团股份有限公司关于股份回购实施结果暨股份变动公告》。</p> <p>三、公司 2022 年度利润分配预案调整情况</p> <p>鉴于本次回购股份注销，公司总股本变更为 6,366,450,305 股，根据公司 2022 年度利润分配预案，公司拟维持每股分配比例不变，相应调整股本基数及分配总额，即以实施权益分派股权登记日登记的总股本为基数，每股派发现金红利 1.04 元（含税），以此计算合计派发现金红利总额为 6,621,108,317.20 元，占公司 2022 年度合并报表归属于母公司股东净利润比例为 70.21%。</p>
皇氏集团股份有限公司	<p>关于转让控股子公司股权的公告</p> <p>1. 2022 年 1 月 22 日，皇氏集团股份有限公司（以下简称“公司”或“乙方”）与石家庄君乐宝乳业有限公司（现已更名为君乐宝乳业集团有限公司，以下简称“君乐宝”或“甲方”）、云南皇氏来思尔乳业有限公司（以下简称“来思尔乳业”）、云南皇氏来思尔智能化乳业有限公司（以下简称“来思尔智能化”）签署了《股权转让协议》，公司将所持有的控股子公司来思尔乳业 20%的股权和来思尔智能化 20%的股权转让给君乐宝。</p> <p>2. 结合公司“深耕大西南，挺进大湾区，布局大华东”的战略布局需要，2023 年 5 月 25 日，公司与君乐宝、来思尔乳业、来思尔智能化签署了《股权转让协议》，公司拟将所持有的控股子公司来思尔乳业 32.8996%的股权和来思尔智能化 32.8996%的股权转让给君乐宝。转让完成后，公司不再持有来思尔乳业和来思尔智能化股权，来思尔乳业和来思尔智能化不再纳入公司合并报表范围。本次股权转让在当期会产生一定的投资收益，对公司经营业绩产生积极影响。</p> <p>公司与君乐宝、来思尔乳业、来思尔智能化签署了《股权转让协议》，公司拟将所持有的来思尔乳业 32.8996%的股权和来思尔智能化 32.8996%的股权以总价款人民币 328,996,000 元转让给君乐宝（其中：来思尔乳业 32.8996%股权的价格为 304,102,500 元，来思尔智能化 32.8996%股权的价格为 24,893,500 元）。本次股权转让后，公司不再持有来思尔乳业和来思尔智能化股权。</p>

资料来源：Wind，浙商证券研究所

## 4 重要行业动态

**表7: 本周饮料行业重要动态**

上市公司	行业动态
贵州茅台: 1) 加快建设“智慧茅台 2.0” 2) 实现绿电全覆盖	1) 6月1日, 茅台集团召开 2023 年第十八次党委(扩大)会, 会议提出, 要积极拥抱全球化, 践行全球倡议, 加速茅台国际化战略, 加强茅台酒出口市场建设; 要大力推进数字产业创新、数字融合创新、数字基建创新和数字生态创新, 加快“智慧茅台 2.0”项目建设, 以数实赋能茅台高质量发展。 2) 5月30日, 仁怀市融媒体中心发布, 为了减少用电导致的碳排放, 从去年开始, 贵州茅台将由风能、太阳能等可再生能源转化的绿色电力作为企业用电的主要来源, 并在今年实现全覆盖, 绿电采购量达到 1 亿度, 占全省绿电交易总量的近 15%, 接下来三年公司扩能也全部使用绿电。据了解, 贵州茅台酒股份有限公司在 2023 年可以助力减少标煤 3 万吨、减少二氧化碳排放 9.4 万吨。
五粮液: 1) 推出第五代专卖店 2) 过超 8 亿费用议案	1) 5月31日, 据五粮液发布公告显示, 公司将开展第五代专卖店品牌形象升级, 在全国范围内建设一批第五代专卖店, 两年期费用总预算为 2 亿元。据了解, 五粮液今年将推进直营渠道建设, 从“三店一家”“专卖店”“团购渠道”三个方面进行。其中, 专卖店建设方面除了完成第五代专卖店推广建设外, 还明确了加快推进智慧门店建设, 持续加大空白市场布局。 2) 5月31日, 五粮液发布第六届董事会 2023 年第 6 次会议决议公告, 审议通过了关于开展中央广播电视总台“和美好礼”品牌传播项目的议案, 同意公司与中央广播电视总台在 2023 年品牌强国工程“强国品牌”项目、“2024 年春节联欢晚会”和美好礼独家互动合作伙伴项目开展合作, 费用总预算 6.3 亿元; 通过关于开展第五代专卖店品牌形象升级工作的议案, 在全国范围内高质量建设一批第五代专卖店, 2 年期费用总预算为 2 亿元。
口子窖: 2023 增长目标不低于 18%	6月2日, 口子窖召开 2022 年度业绩说明会, 预计 2023 年公司整体业绩增长目标不低于 18%。未来, 公司将继续深耕安徽市场, 加快拓展江浙沪等高潜力市场, 加大招商选商和品牌推广力度; 聚焦口子酒“一企三园”产业规划, 加快口子产业园一期、二期建设进度, 预计完全达产后, 65°原酒产能将突破 6 万吨, 储酒规模将达 40 万吨。
金徽酒: 2023 年营收目标 25 亿	6月1日, 金徽酒举行 2022 年度暨 2023 年第一季度业绩说明会, 提到 2023 年金徽酒将力争实现营业收入 25 亿元、净利润 4 亿元。2023 年一季度省外经销商净增长 57 家, 后续将继续在新市场加大招商力度, 主要为华东、北方市场。
老白干: 一季度预收款 22 亿	5月29日, 河北衡水老白干酒业股份有限公司发布最新投资者交流活动, 其中提到, 2023 年一季度末, 公司预收款为 22 亿元, 其中老白干占比 50%以上, 其余几家占比 40%多。此外, 武陵酒在重点做好湖南常德和长沙市场外, 先后稳步开拓了广东、福建、河南和河北市场。
行业: 1) 贵州规划 218 平方公里酱酒产业集群 2) 一季度遵义酱酒产值同比增长 11% 3) 赤水酱酒产能 2.6 万千升	1) 5月29日, 据仁怀市融媒体中心报道, 近年来, 贵州省先后出台了赤水河流域酱香白酒生产环境保护条例、规范发展意见、产业产区规划等, 系统规划了酱香白酒 218 平方公里的产业集群地带, 包括 15.03km 茅台酒产区、53km 茅台镇传统优势产区、52.4km 仁怀集聚区、68.4km 习水集聚区、29.1km 赤水河流域特色产区。对酱香白酒主产区内的生态、生产、生活实行最严格的保护和管控, 规划范围内严禁发展白酒及配套以外的产业。 2) 5月29日, 遵义市人民政府召开新闻发布会提到, 2022 年, 遵义市白酒产业规模以上白酒产量占全国约 3.6%比重, 创造了全国白酒行业约 43%的利润, 产值在遵义全市十大工业产业中占比 53.3%。 3) 遵义发布 5月31日消息, 截至 2023 年 2 月, 赤水市有产能 500 千升以上酱香白酒企业 13 家, 已建成投产 8 家; 现有酱香白酒建成产能达 2.6 万千升; 年销售量约 0.5 万千升。

资料来源: 酒说, 微酒, 酒业家, 糖酒快讯, 啤酒板, 浙商证券研究所

**表8: 本周乳品行业重要动态**

标题	乳品行业动态
	<p>5月31日,呼和浩特晚报记者从自治区市场监督管理局了解到,5月25日,国家知识产权局批准内蒙古自治区建设乳业知识产权运营中心,这是我区获批建设的首家国家级产业知识产权运营中心,目前全国共有36家产业知识产权运营中心获批。</p>
内蒙古首家国家级乳业知识产权运营中心获批	<p>据了解,2022年5月,自治区市场监管局建立自治区乳业知识产权运营中心,于12月底向国家知识产权局提出申请建设国家乳业知识产权运营中心。中心建设以来,自治区市场监管局指导内蒙古乳业技术研究院有限责任公司制定了《乳业知识产权运营中心方案》,明确利用三年时间整合区内外乳制品企业开展知识产权运营,同时拨付资金给予支持。截至2023年5月底,共为创新主体挖掘并形成专利申请580件(中国专利569件,PCT申请11件),其中发明专利225件(中国专利214件,PCT申请11件);商标申请1600件(中国申请1556件,海外申请44件),这些知识产权成果涉及乳制品加工、奶牛饲养与繁育、牧草培育与饲料加工、乳成分功效研究、母乳化营养研究、成人营养研究、益生菌功效研究、食品安全风险控制、食品包装研究等乳制品相关的多个技术领域,实现了乳制品全产业链的知识产权保护服务。</p>
新疆农牧投集团与青河县人民政府签订奶产业高质量发展示范项目框架协议	<p>为加快推进奶业振兴,进一步提升青河县畜牧业标准化、产业化、规模化、集约化水平,延伸产业链,带动农牧民增收致富,5月29日至30日,新疆农牧投集团党委副书记、总经理祁世军,党委委员、副董事长陈克智一行赴青河县考察畜牧产业养殖发展情况,并与青河县人民政府签订《青河县奶产业高质量发展示范项目框架协议》,青河县委书记李天新、县长海拉提·对山参加考察、座谈交流活动,海拉提·对山出席签约仪式。</p> <p>青河县委书记李天新表示,“十四五”期间青河县将依托县域资源禀赋、产业基础和市场需求,以实施畜牧业振兴行动为总抓手,加快提升畜牧业综合生产能力,促进产业提档升级。青河县人民政府高度重视此次与新疆农牧投集团的合作,重点将在有机饲草料基地建设、牲畜品种改良、畜牧产业发展、数字化管理、奶制品加工等方面深入开展一系列合作,促进共赢。青河县各行业主管部门将通力配合、全面保障奶产业高质量发展项目的建设实施,力争实现青河县奶业高质量发展。</p>
首届中国羊奶产业与大健康融合发展高层论坛暨“美拉小羊”品牌发布会在京举行	<p>奶业是朝阳产业、健康产业,是健康中国、强壮民族不可或缺的产业,同时也是一二三产业融合协调发展的战略性产业。羊奶作为与人母乳营养相似度很高的奶品,被称为“奶中之王”。大力发展符合中国人饮食乳制品遗传特征的羊奶产业,做强做大羊奶产业,对于实施健康中国战略具有重要意义。大力发展羊奶产业,既是落实农业强国的必然要求,也是满足市场发展的必然要求。</p> <p>2023年5月27日,由全国农业科技创业创新联盟(以下简称联盟)主办,国家食物与营养咨询委员会、农业农村部畜牧兽医局、农业农村部全国畜牧总站、江苏省农业农村厅支持,中国奶业协会、中国疾病预防控制中心营养与健康所、西北农林科技大学、中国营养学会、南京亨当当生物科技有限公司、北京大诚品牌咨询协办,江苏山海云集品牌管理有限公司、南京瑞羚品牌管理有限公司承办的首届中国羊奶产业与大健康融合发展高层论坛暨“美拉小羊”品牌发布会在北京亮马河大厦隆重召开。</p>

资料来源:乳业头条,浙商证券研究所

## 5 近期重大事件备忘录

表9: 饮料板块最近重大事件备忘录

上市公司	日期	事件
天佑德酒	20230609	股东大会召开
张裕 B	20230608	业绩发布会
张裕 A	20230608	业绩发布会
伊力特	20230606	业绩发布会
百龙创园	20230605	业绩发布会
山西汾酒	20230605	业绩发布会

资料来源: Wind, 浙商证券研究所

## 6 风险提示

疫情影响超预期; 白酒动销恢复不及预期; 食品安全风险。

## 股票投资评级说明

以报告日后的6个月内，证券相对于沪深300指数的涨跌幅为标准，定义如下：

1. 买入：相对于沪深300指数表现+20%以上；
2. 增持：相对于沪深300指数表现+10%~+20%；
3. 中性：相对于沪深300指数表现-10%~+10%之间波动；
4. 减持：相对于沪深300指数表现-10%以下。

## 行业的投资评级：

以报告日后的6个月内，行业指数相对于沪深300指数的涨跌幅为标准，定义如下：

1. 看好：行业指数相对于沪深300指数表现+10%以上；
2. 中性：行业指数相对于沪深300指数表现-10%~+10%以上；
3. 看淡：行业指数相对于沪深300指数表现-10%以下。

我们在此提醒您，不同证券研究机构采用不同的评级术语及评级标准。我们采用的是相对评级体系，表示投资的相对比重。

建议：投资者买入或者卖出证券的决定取决于个人的实际情况，比如当前的持仓结构以及其他需要考虑的因素。投资者不应仅仅依靠投资评级来推断结论。

## 法律声明及风险提示

本报告由浙商证券股份有限公司（已具备中国证监会批复的证券投资咨询业务资格，经营许可证编号为：Z39833000）制作。本报告中的信息均来源于我们认为可靠的已公开资料，但浙商证券股份有限公司及其关联机构（以下统称“本公司”）对这些信息的真实性、准确性及完整性不作任何保证，也不保证所包含的信息和建议不发生任何变更。本公司没有将变更的信息和建议向报告所有接收者进行更新的义务。

本报告仅供本公司的客户作参考之用。本公司不会因接收人收到本报告而视其为本公司的当然客户。

本报告仅反映报告作者的出具日的观点和判断，在任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见均不构成对任何人的投资建议，投资者应当对本报告中的信息和意见进行独立评估，并应同时考量各自的投资目的、财务状况和特定需求。对依据或者使用本报告所造成的一切后果，本公司及/或其关联人员均不承担任何法律责任。

本公司的交易人员以及其他专业人士可能会依据不同假设和标准、采用不同的分析方法而口头或书面发表与本报告意见及建议不一致的市场评论和/或交易观点。本公司没有将此意见及建议向报告所有接收者进行更新的义务。本公司的资产管理公司、自营部门以及其他投资业务部门可能独立做出与本报告中的意见或建议不一致的投资决策。

本报告版权均归本公司所有，未经本公司事先书面授权，任何机构或个人不得以任何形式复制、发布、传播本报告的全部或部分内容。经授权刊载、转发本报告或者摘要的，应当注明本报告发布人和发布日期，并提示使用本报告的风险。未经授权或未按要求刊载、转发本报告的，应当承担相应的法律责任。本公司将保留向其追究法律责任的权利。

## 浙商证券研究所

上海总部地址：杨高南路729号陆家嘴世纪金融广场1号楼25层

北京地址：北京市东城区朝阳门北大街8号富华大厦E座4层

深圳地址：广东省深圳市福田区广电金融中心33层

上海总部邮政编码：200127

上海总部电话：(8621) 80108518

上海总部传真：(8621) 80106010

浙商证券研究所：<https://www.stocke.com.cn>