

食品饮料行业研究

买入（维持评级）

行业周报
证券研究报告

食品饮料组

分析师：刘宸倩（执业 S1130519110005） 联系人：李本媛
 liuchengqian@gjzq.com.cn libenyuan@gjzq.com.cn

联系人：叶韬
 yetao@gjzq.com.cn

联系人：陈宇君
 chenyu jun@gjzq.com.cn

联系人：林晨星
 linchenxing@gjzq.com.cn

气温升高啤酒旺季启动，关注利润释放

投资逻辑：

啤酒板块：5月青啤销量下滑2%，华润下滑1%，燕京微增，百威增长4%，重啤个位数增长，主要系去年基数影响；重啤表现优于行业，系新疆、云南等地旅游复苏明显。展望未来：

- 1) 6月起行业进入高基数，炒量的逻辑应转变为对高端化、成本、费用的关注。从4-5月的情况来看，高端化速度普遍对比Q1加快，我们判断Q2龙头利润端仍有双位数增长；H1青啤、华润收入增速在双位数左右，利润弹性在20%+（主要系毛利率提升、费率节约）。此外，6月气温升高、旺季已开启，各家积极开启动作，量上可能仍有不错表现。
- 2) 23年吨价提升的动力在于餐饮、夜场恢复后的结构升级，而去年淡季提价贡献的ASP增长仅在1%以内或1-2%（成本压力不大）。未来高端大单品是胜负手，我们建议重点关注喜力、U8、乌苏、白啤等大单品的表现。
- 3) 成本端看，旺季包材成本已经确定，从青啤来看，全年吨成本指引为+1%，测算得Q2-Q4吨成本将低个位数下降；华润直接材料成本上涨幅度从之前的5亿下调到没有压力，重啤全年吨成本维持在增长3%（逐季改善）。

重点推荐华润啤酒（因成本下调+喜力超预期，业绩上调，23年啤酒还原利润增速接近30%，对应58e，啤酒还原利润不到26X），建议关注青啤（23年利润增速20%+，45e，PE为30X）、燕京（23年为利润红利年，6e利润，PE为56X）、重啤（利润增速15-20%，14.5-15e，PE为30X）。

华润啤酒：渠道反馈，次高及以上销量5月+24%，4-5月+29%，1-5月+25%多（Q1为24%）。其中，5月喜力延续高两位数增长，纯生保持20%多增长，1-5月超勇增速保持在双位数左右、勇闯在中个位数。

青岛啤酒：主品牌增速4月20%以上，5月个位数，4-5月合计为双位数（Q1为7.5%）。其中，4-5月经典双位数增长，白啤增速超30%，纯生4月表现较好。5月底将启动夏日风暴计划，6-8月追销量下普低档可能会侧重。

重庆啤酒：4-5月乌苏正增长（主要是疆内带动，疆外仍有压力），分价格带看，6-10元价格带表现不错，高端餐饮恢复相对缓慢，拖累高档产品表现。

燕京啤酒：渠道反馈，U8 4月增速35%，5月增速40%左右，1-5月累计实现25万吨。今年U8将减少北方核心区域投放，加大对南方生产基地附近区域的品牌建设资源倾斜，加快全渠道布局（提升听装占比）。

白酒板块：近期渠道反馈平稳，端午临近备货节奏有所加速，但对小旺季的预期并不强，预计仍会平稳中度过。短期市场对次高端预期较为承压，主要系估值回调过程中由于自上而下的担忧，对于业绩的置信度预期有所调低。我们仍强调，当前板块需求实质上处于稳步恢复的过程中，板块估值底部的认知均较强，低预期下情绪反转可期。当前优选确定性高端以及赛道龙头，关注弹性标的下半年的势能。

大众品板块：首推确定性高的零食板块，近期估值调整具备性价比。受益于新渠道和新产品放量，小零食4-5月延续Q1高增态势，且月销环比逐渐改善。零食专营业态外埠市场进展顺利，门店扩张符合预期。我们认为盐津、劲仔年内激励目标完成较为容易，或具备超预期可能性。卤味方面，当下业绩受成本拐点具体时间影响确定性较弱。我们认为从4月起，鸭副价格环比下降+单店模型逐步接近19年同期水平，基本面已有改善。但消费力仍处于弱复苏状态叠加市场对于主业天花板的担忧，短期仍处于磨底状态，仍需等待成本拐点。

风险提示

宏观经济下行风险、区域市场竞争风险、食品安全问题风险。

内容目录

一、周专题：气温升高启动啤酒旺季，关注利润释放.....	3
二、本周行情回顾.....	4
三、食品饮料行业数据更新.....	7
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.....	9
4.3 近期上市公司重要事项.....	10
五、风险提示.....	10

图表目录

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

一、周专题：气温升高启动啤酒旺季，关注利润释放

■ 啤酒板块周专题

5月青啤销量下滑2%，华润下滑1%，燕京微增，百威增长4%，重啤个位数增长，主要系去年基数影响；重啤表现优于行业，系新疆、云南等地旅游复苏明显。4-5月青啤、华润销量+3%，燕京中个位数增长，重啤中大个位数增长；1-5月青啤+7%多、华润+6%、重啤中个位数增长。展望未来：

1) 6月起行业进入高基数，炒量的逻辑应转变为对高端化、成本、费用的关注。从4-5月的情况来看，高端化进度对比Q1加快，我们判断Q2龙头利润端仍有双位数增长；H1青啤、华润收入增速双位数左右，利润弹性在20%+（主要系毛利率提升、费率节约）。此外，6月气温升高、旺季已开启，各家积极开启动作，量上可能仍有不错表现。

2) 23年吨价提升的动力在于餐饮、夜场恢复后的结构升级，而去年淡季提价贡献的ASP增长仅在1%以内或1-2%（成本压力不大）。未来高端大单品是胜负手，我们建议重点关注喜力、U8、乌苏、白啤等大单品的表现。

3) 成本端看，旺季包材成本已经确定，从青啤来看，全年吨成本指引为+1%，测算得Q2-Q4吨成本将低个位数下降；华润直接材料成本上涨幅度从之前的5亿下调到没有压力，重啤全年吨成本维持在增长3%（逐季改善）。

重点推荐华润啤酒（因成本下调+喜力超预期，业绩上调，23年啤酒还原利润增速接近30%，对应58e，啤酒还原利润不到26X），建议关注青啤（23年利润增速20%+，45e，PE为30X）、燕京（23年为利润红利年，6e利润，PE为56X）、重啤（利润增速15-20%，14.5-15e，PE为30X）。

华润啤酒：渠道反馈，次高及以上销量5月+24%，4-5月+29%，1-5月+25%多（Q1为24%）。其中，5月喜力延续高两位数增长（10元以上大单品增速领先），纯生保持20%多增长，1-5月超勇增速保持在双位数左右、勇闯在中个位数。分区域看，5月安徽、四川等基地市场保持优势表现，福建喜力势头良好；山西、陕西受天气影响而略承压。

青岛啤酒：主品牌增速4月20%以上，5月个位数，4-5月合计为双位数（Q1为7.5%）。其中，4-5月经典双位数增长，白啤增速超30%，纯生4月表现较好。5月底将启动夏日风暴计划，6-8月追销量下普低档可能会侧重。

重庆啤酒：4-5月乌苏正增长（主要是疆内带动，疆外仍有压力），分价格带看，6-10元价格带表现不错，高端餐饮恢复相对缓慢，拖累高档产品表现。

燕京啤酒：渠道反馈，U8 4月增速35%，5月增速40%左右，1-5月累计实现25万吨。北京U8一季度增幅40%，4月因销售策略调整而下降，5月+30%左右。今年U8将减少北方核心区域投放，加大对南方生产基地附近区域的品牌建设资源倾斜，加快全渠道布局（提升听装、非现饮的占比）。区域上，河北将纳入北京保卫战的范围，缩小南北方市场差距。

■ 白酒板块

近期渠道反馈平稳，端午临近备货节奏有所加速，但对小旺季的预期并不强，预计仍会平稳中度过。短期市场对次高端预期较为承压，主要系估值回调过程中由于自上而下的担忧，对于业绩的置信度预期有所调低。我们仍强调，当前板块需求实质上处于稳步恢复的过程中，板块估值底部的认知均较强，低预期下情绪反转可期。当前优选确定性高端（茅五泸）以及赛道龙头（洋河、汾酒），关注弹性标的下半年的势能（酒鬼酒、舍得、老白干等）。

■ 舍得酒业

终端：1) 宴席需求截至到今年5月比去年将近翻倍；2) 渠道库存比年初降了很多，监控到舍得动销比去年有大幅增长；3) 宴席使用产品取决于价位和当地情况，舍之道和T68仍在高速增长，婚宴不会消费降级，商务相对持平。

库存：1) 库存一直在下降，一般除了2个重要节点库存都在合理状态内，根据经验不能过量压库存。2) 端午终端政策包括扫红包、送酒、送金条等，不会因短期业绩压力铺货。

分事业部：1) 舍得事业部的库存最良性，后劲更足；2) 老酒事业部：藏品10年平台公司股东差不多了，在注册中，采购会有贡献；招到一些很有实力的经销商，预计会有较大提振。

分产品：1) 品味、舍之道、T68增速均较快。舍之道、T68势能较大，品味和公司整体增速差不多，未来希望尽快冲到50亿；2) 未来重点宣传藏品10年和品味舍得；3) 天子乎：是20年原坛存储酒，更多起品牌提升的作用，带动藏品和品味。

■ 大众品板块

首推确定性高的零食板块，近期估值调整具备性价比。受益于新渠道和新产品放量，小零食 4-5 月延续 Q1 高增态势，且月销环比逐渐改善。零食专营业态外埠市场进展顺利，门店扩张符合预期。我们认为盐津、劲仔年内激励目标完成较为容易，或具备超预期可能性。卤味方面，当下业绩受成本拐点具体时间影响确定性较弱。我们认为从 4 月起，鸭副价格环比下降+单店模型逐步接近 19 年同期水平，基本面已有改善。但消费力仍处于弱复苏状态叠加市场对于主业天花板的担忧，短期仍处于磨底状态，仍需等待成本拐点。

1) 海天味业：5 月完成进度 7.2%，增速 1.1%，月底库存 22.2%；目前库存端保持稳健，真实动销来看压力尚存。2) 中炬高新：5 月能够完成确保任务，同比双位数增长，库存有所上行。或因当下 C 端恢复较慢，未能出现理想的消费升级，餐饮端公司占比有限。3) 千禾味业：5 月同比增速 30%+，增速环比略有放缓，系电商增速回落至低双。线下增长主要系网点持续开拓，新开经销商数量预计与 Q1 持平。4) 天味食品：5 月同比+15%，主要以龙虾料、鱼调料为主，龙虾料去年同期基数较高（5 月同比+30%）。

1) 甘源食品：5 月环比 4 月进一步改善，预计维持 30%以上增速。新品冻干坚果已在 costco、盒马上市。2) 洽洽食品：5 月同比略有增长，其中坚果仍有双位数，瓜子高基数下承压。3) 东鹏饮料：5 月动销维系良好态势，预计仍有 20%+增速，看好后续高温催化。4) 百润股份：5 月环比 4 月改善 20%左右，系清爽出厂价每箱提价 5 元、0 糖新品上市、高温旺季到来，经销商加强备货。目前库存良性，2 个月左右。分品类看，清爽月销依旧强势预计 2e+，微醺基本持平，经典瓶和清爽下滑。

■ 百润股份

空间：目前还在人群培育和终端建设阶段，铺设终端不及预想中的 1/3。餐饮渠道、下沉市场（四五线城市）仍有较大空间。

清爽：清爽仍是 23 年公司发力重点，长期看好的产品。前期希望低价打下沉市场，但终端对价格的执行力一般。今年对定位、人群、包装改进会有新品上市。未来希望 3-5-8 度矩阵遵循日本的经验，占比分别为 30%：20%：50%。

强爽：复购率很强，约为微醺、清爽 2-3 倍。能沉淀下来的是核心消费人群，即对酒有成瘾性。今年会继续加大费用投放（如冠名电竞赛事）但注重费效比。目前在测试餐饮渠道，谨慎进入。

烈酒：17 年开始独立搭建团队，目前基本筹建成型，未来会以多品牌运作，价格段涵盖大众、中端、高端，按照酿造时长依次推出。预计 24H2 调和威士忌简单版产品上市。

食用香精：具备稳定现金流，维持稳健增长，近期下游竞争加剧对创新品类需求增加。公司只做食用甜味香精，在细分领域前三，下游客户一旦有需求，可以快速响应。

■ 宝立食品

经营近况：4-5 月 C 端个位数增长（去年同期有政府采购 1500-2000 万），B 端去年低基数增速超预期（估计 20%+），合计增速预计 10-15%。5 月 B/C 同步回落，有消费力下降压力。

全年目标：收入层面，B 端增速 15-20%，C 端增速 30%-40%，Q2 有扰动但不改全年目标。利润层面，B 端下游大客户降本增效，C 端增加费用投放，预计净利润率和 22H2：10.9%（22H1：10.2%）近似，同比略有增长。

盈利预测：中性情况下预计 23 年收入 25.5 亿元（+25%），净利润 2.8 亿，对应 PE 30x。

二、本周行情回顾

本周（2023.06.05~2023.06.09）食品饮料（申万）指数收于 20913 点（-1.90%）。沪深 300 指数收于 3837 点（-0.65%），上证综指收于 3231 点（+0.04%），深证综指收于 2006 点（-1.43%），创业板指收于 2143 点（-4.04%）。

图表1：本周行情

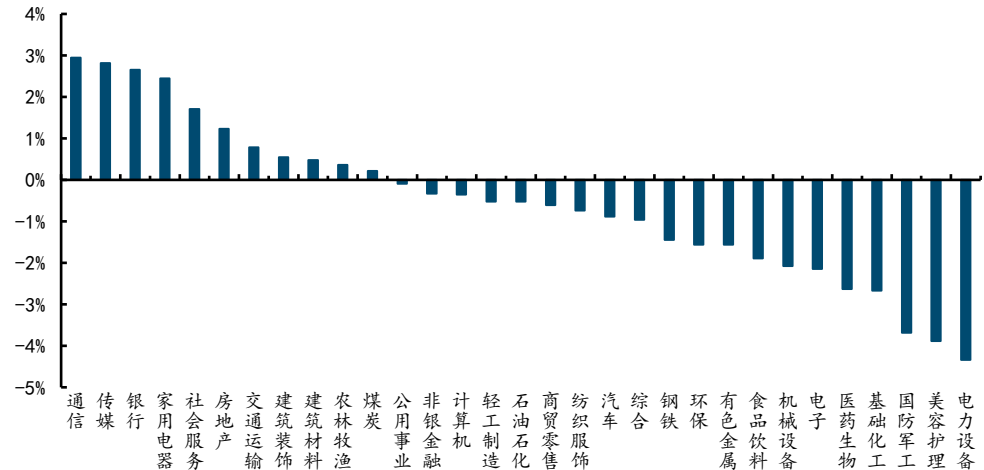
指数	周度收盘价	本周涨跌幅	23 年至今涨跌幅
申万食品饮料指数	20913	-1.90%	-8.90%
沪深 300	3837	-0.65%	-0.90%
上证综指	3231	0.04%	4.60%
深证综指	2006	-1.43%	1.56%

指数	周度收盘价	本周涨跌幅	23年至今涨跌幅
创业板指	2143	-4.04%	-8.68%

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通信 (+2.95%)、传媒 (+2.82%)、银行 (+2.66%)。

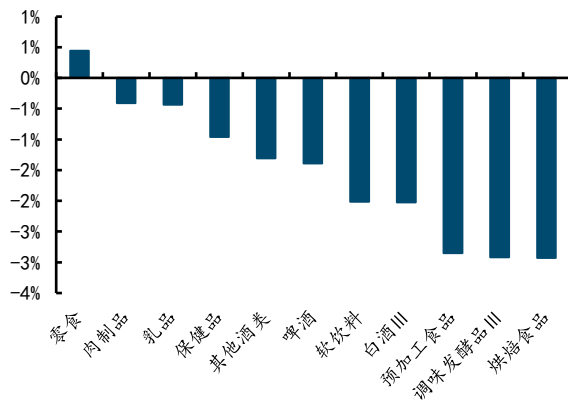
图表2: 周度申万一级行业涨跌幅



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零食 (+0.44%)、肉制品 (-0.41%)、乳品 (-0.43%)。

图表3: 当周食品饮料子板块涨跌幅



来源: Wind, 国金证券研究所

图表4: 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: 威龙股份 (+48.90%)、来伊份 (+17.42%)、千味央厨 (+7.63%)、金字火腿 (+3.21%)、中葡股份 (+2.53%) 等; 跌幅居前的为: 舍得酒业 (-16.03%)、绝味食品 (-9.76%)、酒鬼酒 (-8.29%)、新乳业 (-8.03%)、顺鑫农业 (-7.85%) 等。

图表5: 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 (%)
威龙股份	48.90	舍得酒业	-16.03
来伊份	17.42	绝味食品	-9.76
千味央厨	7.63	酒鬼酒	-8.29
金字火腿	3.21	新乳业	-8.03

涨幅前十名	涨幅 (%)	跌幅前十名	跌幅 (%)
中葡股份	2.53	顺鑫农业	-7.85
*ST 西发	2.23	五芳斋	-7.53
兰州黄河	2.15	天润乳业	-7.08
香飘飘	1.97	妙可蓝多	-6.77
品渥食品	1.89	伊力特	-6.60
惠泉啤酒	1.74	*ST 皇台	-5.77

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)

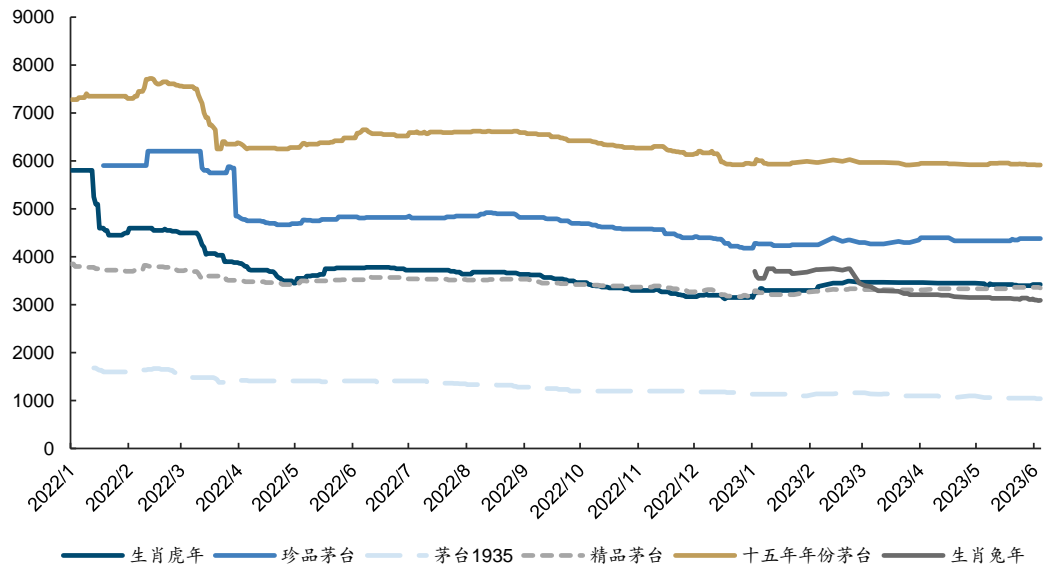
从沪(深)港通持股情况来看,白酒板块重点公司贵州茅台、五粮液、泸州老窖、山西汾酒在6月9日沪(深)港通持股比例分别为7.01%/6.37%/3.99%/3.04%,环比分别+0.02pct/-0.11pct/+0.01pct/-0.01pct;伊利股份沪港通持股比例为16.42%,环比-0.02pct;重庆啤酒沪港通持股比例为6.91%,环比-0.54pct;海天味业沪港通持股比例为6.37%,环比-0.13pct。

图表6: 食品饮料板块沪(深)港通持股金额TOP20

股票名称	2023/06/09	2023/06/02	周环比 (%)	持股金额 (亿元)
贵州茅台	7.01	6.99	0.02	1467
五粮液	6.37	6.48	-0.11	407
伊利股份	16.42	16.44	-0.02	312
海天味业	6.37	6.50	-0.13	173
泸州老窖	3.99	3.98	0.01	121
山西汾酒	3.04	3.05	-0.01	76
洋河股份	2.85	2.86	-0.01	59
青岛啤酒	3.51	3.65	-0.14	47
洽洽食品	20.28	20.20	0.09	43
安井食品	7.66	6.80	0.86	34
汤臣倍健	8.29	8.68	-0.39	32
古井贡酒	2.44	2.32	0.13	32
重庆啤酒	6.91	7.45	-0.54	30
东鹏饮料	4.61	4.60	0.01	30
双汇发展	3.24	3.22	0.02	28
今世缘	3.95	3.67	0.28	27
千禾味业	8.00	8.48	-0.48	16
安琪酵母	4.63	4.94	-0.31	15
口子窖	4.55	4.36	0.19	14
涪陵榨菜	6.63	6.73	-0.10	14

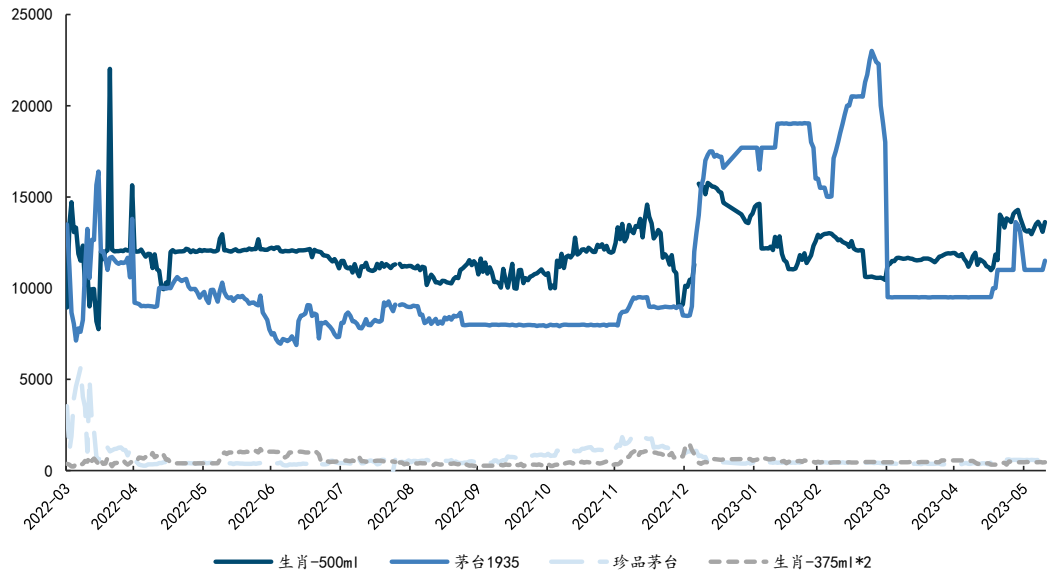
来源: Wind, 国金证券研究所

图表7: 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 6 月 10 日)

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 6 月 9 日)

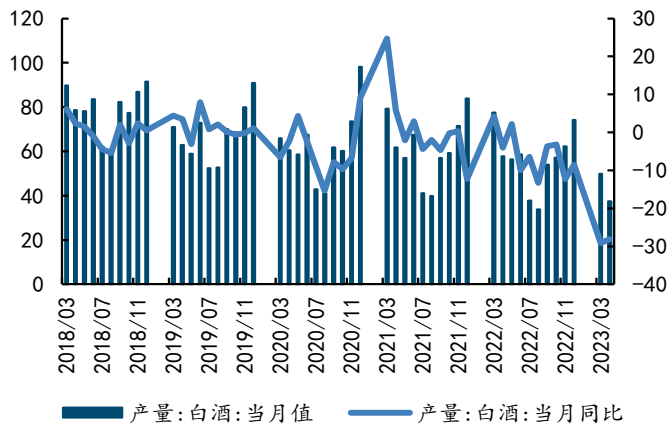
三、食品饮料行业数据更新

■ 白酒板块

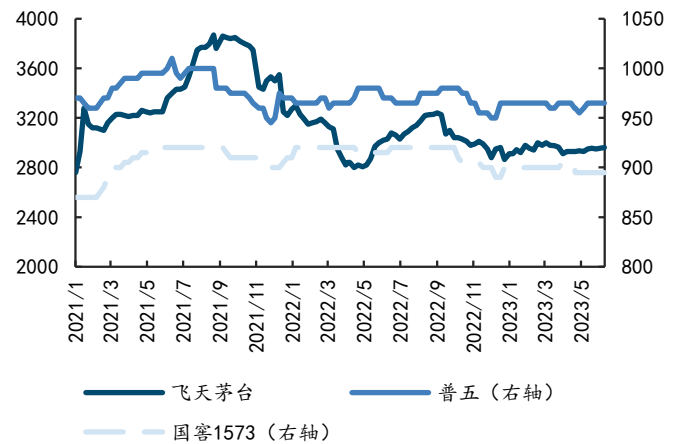
2023 年 4 月, 全国白酒产量 37.4 万千升, 同比-28.10%。

据今日酒价, 6 月 10 日, 飞天茅台整箱批 2960 元 (环周+5 元), 散瓶批价 2820 元 (环周持平), 普五批价 965 元 (环周持平), 高度国窖 1573 批价 895 元 (环周持平)。

图表9: 白酒月度产量(万千升)及同比(%)



图表10: 高端酒批价走势(元/瓶)



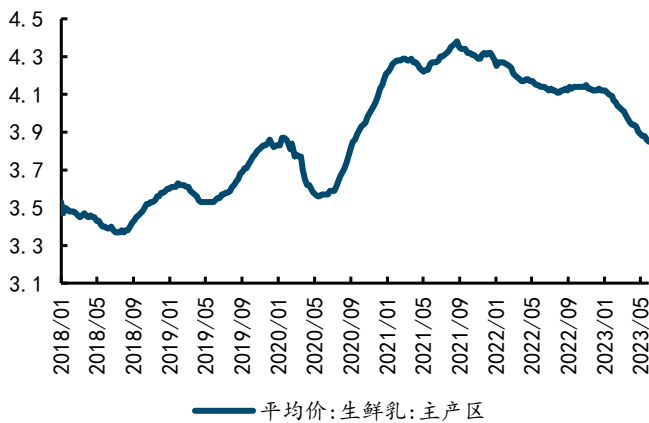
来源: Wind, 国金证券研究所 (注: 数据更新至 23 年 4 月)

来源: 今日酒价, 国金证券研究所 (注: 数据更新至 23 年 6 月 10 日)

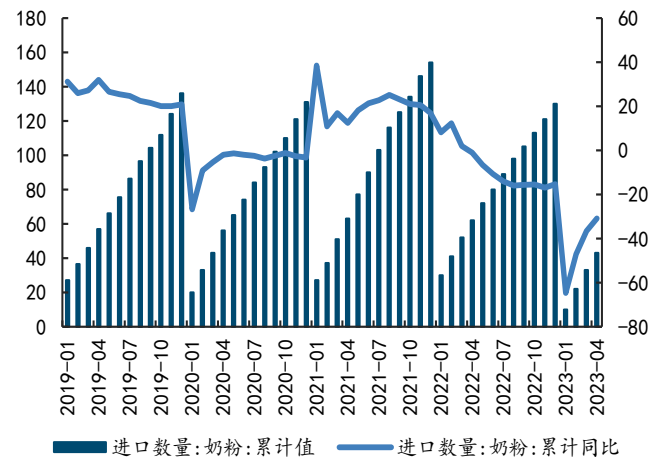
■ 乳制品板块

2023 年 5 月 31 日, 我国生鲜乳主产区平均价为 3.85 元/公斤, 同比-7.00%, 环比-0.30%。
2023 年 1~4 月, 我国累计进口奶粉 43 万吨, 累计同比-30.90%; 累计进口金额为 31.60 亿美元, 累计同比-9.10%。

图表11: 国内主产区生鲜乳平均价(元/公斤)



图表12: 中国奶粉月度进口量及同比(万吨, %)



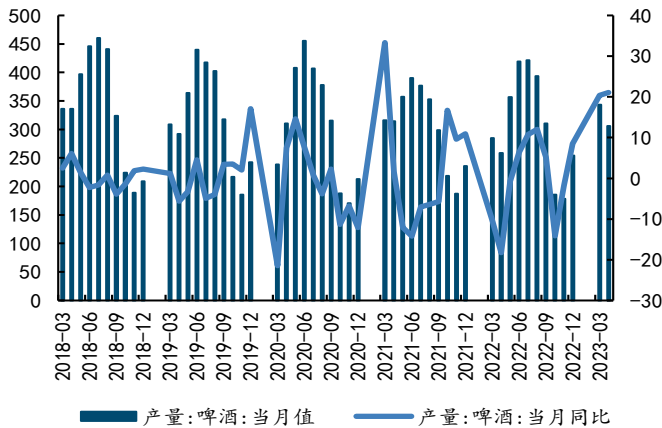
来源: Wind, 国金证券研究所 (注: 数据更新至 23 年 5 月 31 日)

来源: Wind, 国金证券研究所 (注: 数据更新至 23 年 4 月)

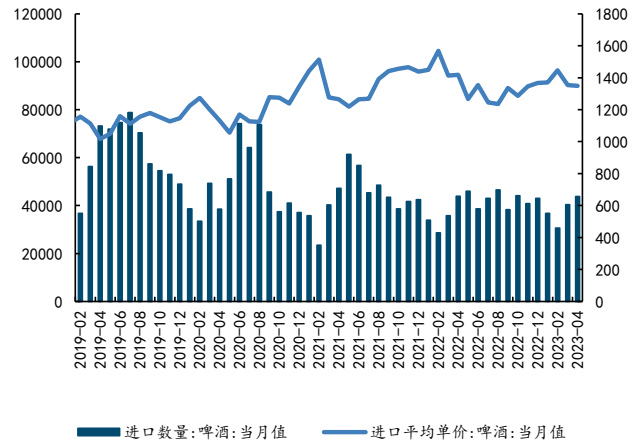
■ 啤酒板块

2023 年 4 月, 我国啤酒产量为 305.9 万千升, 同比+21.1%。
2023 年 1~4 月, 我国累计进口啤酒数量为 15.15 万千升, 同比+6.80%。其中 4 月啤酒进口平均单价为 1349.60 美元/千升, 同比-4.85%。

图表13: 啤酒月度产量(万千升)及同比(%)



图表14: 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 4 月)

来源: Wind, 国金证券研究所 (注: 数据更新至 23 年 4 月)

四、公司公告与事件汇总

4.1 公司公告精选

【安记食品】6月6日公司发布2022年年度权益分派实施公告。本次利润分配以方案实施前的公司总股本2.35亿股为基数,每股派发现金红利0.05元(含税),共计派发现金红利1176万元(含税)。

【东鹏饮料】6月6日公司发布2022年年度权益分派实施公告。本次利润分配以方案实施前的公司总股本4亿股为基数,每股派发现金红利2元(含税),共计派发现金红利8亿元。

【伊利股份】6月6日公司发布2022年年度权益分派实施公告。本次利润分配以方案实施前的公司总股本63.66亿股为基数,向全体股东每股派发现金红利1.04元(含税),共计派发现金红利66.21亿元。

【绝味食品】6月7日公司发布2022年年度权益分派实施公告。本次利润分配以方案实施前的公司总股本6.31亿股为基数,每股派发现金红利0.18元(含税),共计派发现金红利1.14亿元。

【巴比食品】6月7日公司发布2022年年度权益分派实施公告。本次利润分配以方案实施前的公司总股本2.50亿股为基数,每股派发现金红利0.32元(含税),共计派发现金红利8003.64万元。

【今世缘】6月7日公司发布2022年年度权益分派实施公告。本次利润分配以方案实施前的公司总股本12.55亿股扣减不参与利润分配的回购专户股份770万股后的12.47亿股为基数,每股派发现金红利0.73元(含税),共计派发现金红利9.10亿元。本次利润分配不送红股,不以公积金转增股本。

【舍得酒业】6月8日公司发布2022年年度权益分派实施公告。本次利润分配以方案实施前的公司总股本3.33亿股为基数,每股派发现金红利1.50元(含税),共计派发现金红利5.00亿元。

【口子窖】6月8日发布2022年年度权益分派实施公告。本次利润分配以方案实施前的公司总股本6亿股为基数,每股派发现金红利1.5元(含税),共计派发现金红利9亿元(含税)。

4.2 行业要闻

6月8日,2020年至2022年,清香型白酒在全国商超渠道白酒销售额的份额分别为7.7%、8.5%、10.2%,占比实现稳步提升。清香型白酒市场规模约为750亿元,有业内人士预估,“十四五”末清香白酒将达1500亿元,行业占比将由15%上升至20%以上。各种迹象表明,清香复兴,已在路上。清香复兴,一定程度上得益于人们消费多元的意识觉醒。此外,近几年来,伴随着清香型白酒的崛起,也在一定程度上吸引了资本的注意。当前清香渠道规模正处于加速扩容阶段,浓香、酱香品类对于渠道布局已基本完成。(酒说)

6月8日，2023中国休闲食品饮料博览会开幕式暨“休食之夜”工商联谊晚会在济南举行。来自全国的400多位休食饮料行业采购商、参展商齐聚一堂，面对面展开对接洽谈，共享发展机遇，共谋合作新篇。我国已成为全球第二大消费市场，居民消费需求的不断升级推动休闲食品行业蓬勃发展。随着消费需求从“吃饱”“吃好”到“悦己”“利己”的变化，休闲食品饮料产业也向多元化、精细化进阶。数据表明，2022年我国休闲零食市场规模已超1.5万亿元，年复合增长率保持在11%以上，是规模大、潜力足的消费市场。（舜网）

6月6日，宿迁市工业和信息化局披露，截至目前，宿迁酿酒产业已形成涵盖上游原材料、中游酿造、下游消费服务及应用的全产业链，今年一季度，全市规上酿造（酒）企业实现产值136.18亿元，同比增长11.32%。（中国酒业协会 CADA）

6月5日，中国白酒商品批发价格指数显示，5月份全国白酒环比价格指数为100.20，上涨0.20%。其中名酒环比价格指数为100.23，上涨0.23%；地方酒环比价格指数为100.25，上涨0.25%；基酒环比价格指数为100.04，上涨0.04%。（中国酒业协会 CADA）

4.3 近期上市公司重要事项

图表15：近期上市公司重要事项

日期	公司	事项
6月16日	青岛啤酒	2022年年度股东大会
6月26日	克明食品	2023年第三次临时股东大会
6月28日	酒鬼酒	2022年年度股东大会
6月29日	古井贡酒	2022年年度股东大会
6月29日	泸州老窖	2022年年度股东大会
6月30日	交大昂立	2023年第三次临时股东大会

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；
- 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。

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：深圳市福田区金田路2028号皇岗商务中心
紫竹国际大厦7楼		18楼1806