

食品饮料

报告日期：2023年06月18日

端午回款为短期关注点，大众品处在渐进式恢复阶段

——食品饮料行业周报（2023年6月第3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：在当前行业处于预期底背景下，我们仍看好23H2消费升级趋势延续下的板块弹性表现，23H2将关注三大投资主线：①确定性主线：看好高端酒需求韧性表现，当前首推估值具备性价比&业绩具备确定性的高端酒，比如：贵州茅台/泸州老窖/五粮液等；②复苏弹性主线：看好随着消费加速复苏，需求&业绩弹性均较大的次高端酒，比如：山西汾酒/舍得酒业/水井坊等；③季报超预期或事件催化主线，看好潜力升级产品铺货表现，比如：迎驾贡酒/顺鑫农业/金徽酒/洋河股份/今世缘等。

大众品板块：我们认为23年大众品渐进式回暖，疫后复苏存在新的消费特点，由此我们总结大众品23H2三大投资主线：1)基于当前消费者希望以更合适的价格获得高品质产品，我们重点推荐具备“高质性价比”特点的标的，主要涉及零食板块、低温奶、高档啤酒等；2)基于当前场景消费恢复较缓，我们推荐不太依赖中小B门店&场景受损带来的低基数的标的，主要涉及乳制品、饮料板块；3)具备事件催化&成本下行标的。本周组合：中炬高新、五芳斋、盐津铺子、劲仔食品、千味央厨、新乳业、伊利股份、青岛啤酒、重庆啤酒等。

6月12日~6月16日，5个交易日沪深300指数上升3.30%，食品饮料板块上升7.49%，其中其他酒类(+10.94%)、白酒(+9.30%)涨幅居前，肉制品(+0.17%)、乳制品(+2.25)涨幅靠后。具体来看，本周白酒板块顺鑫农业(+15.15%)、舍得酒业(+13.83%)涨幅较大，天佑德酒(+4.99%)、华致酒行(+5.08%)涨幅相对较小；本周大众品威龙股份(+26.20%)、古越龙山(+14.88%)涨幅相对居前，星湖科技(-4.98%)、仙乐健康(-3.45%)跌幅相对较大。

【白酒板块】端午回款节点即将到来，关注潜在23Q2业绩超预期机会

板块回顾：本周多因素驱动板块情绪表现向好

板块个股回顾：6月12日~6月16日，5个交易日沪深300指数上升3.30%，食品饮料板块上涨7.49%，白酒板块涨幅大于食品饮料板块，涨幅为9.30%。具体来看：顺鑫农业(+15.15%)、舍得酒业(+13.83%)、迎驾贡酒(+13.67%)涨幅居前，板块情绪积极向好，核心原因或为近期市场对宏观预期有所改善+端午节点回款即将开启+23Q2业绩预期差逐步显现+贵州茅台股东大会释放积极信号等。基本面看，由于当前白酒消费仍处于淡季，终端动销表现平稳，在端午回款节点即将到来之际，酒企相继开启端午相关动作，我们预计优质酒企23Q2回款进度仍将有优秀表现。

酒企观点更新：贵州茅台/水井坊股东大会召开，传递积极信号

贵州茅台：供产销稳定可控，全年业绩确定性高。本周茅台召开股东大会，董事长丁雄军发言并向市场传递积极信号。公司依托五大核心竞争力—品牌/品质/工法/环境/文化，将美学观和生态观持续融入企业发展，打造可持续发展的五大生态体系：①蓝线生态体系（产业生态/产品生态/渠道生态），在保证供产销稳定可控的同时，打造完整产品价格带，满足消费者收藏/投资/社交等不同需求；②绿线生态体系（质量生态/自然生态）；③白线生态体系（科技/数字化/改革/开放），截至6月12日“i茅台”的注册用户数/日活用户/累计预约人次达4179万人/500万人/33.82亿，累计金额达270亿元；④紫线生态体系（文化生态/共

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

同体生态)，坚持稳定分红并重视投资者关系。⑤红线生态体系（安全生态）。公司持续拓展直营渠道，加大系列产品投放，坚持营销体制改革+价格改革，推动直营&非标占比提升，围绕全年15%的营收目标攻坚克难，全年业绩确定性高。

水井坊：价值链表现稳定，看好新财年业绩表现。根据公司股东大会交流反馈，今年以来宴席场次持续增长，宴席场景占比更高的八号销售表现更为优异，BC联动带动开瓶率持续提升。公司二季度持续动销，库存控制良性，预计端午节将加大费用投入，争夺宴席份额。战略上，公司市场&产品战略延续，持续聚焦八大核心市场，深化打造重点Top20城市并予以资源倾斜。公司将于7月1日开启新财年，总体市场&产品战略延续，预计在经历库存去化后二季度将重拾正增长，三季度恢复双位数增长，当前公司动销表现符合预期，看好新财年业绩表现。

数据更新：飞天茅台批价环比稳定，库存保持相对低位

贵州茅台：本周飞天茅台（散）批价约2795-2820元，批价环比稳定；五粮液：本周批价稳定在930-940元，批价保持稳定；泸州老窖：批价约880-900元，批价表现稳定。

投资建议：看好全年投资机会，推荐关注三条主线

在当前行业处于预期底背景下，我们仍看好23H2消费升级趋势延续下的板块弹性表现，23H2将关注三大投资主线：①确定性主线：看好高端酒需求韧性表现，当前首推估值具备性价比&业绩具备确定性的高端酒，比如：贵州茅台/泸州老窖/五粮液等；②复苏弹性主线：看好随着消费加速复苏，需求&业绩端弹性均较大的次高端酒，比如：山西汾酒/舍得酒业/水井坊等；③季报超预期或事件催化主线，看好潜力升级产品铺货表现，比如：迎驾贡酒/顺鑫农业/金徽酒/洋河股份/今世缘等。

□ **【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：速冻食品（+2.62%）、非乳饮料（+2.25%）涨幅居前，其他酒类（-3.68%）、啤酒（-2.55%）跌幅居前。

个股涨跌方面：本周大众品板块麦趣尔（+15.82%）、香飘飘（+14.70%）涨幅相对居前，科拓生物（-22.00%）、巴比食品（-9.54%）跌幅相对偏大。

本周更新：大众品成本跟踪、周思考、青岛啤酒、重庆啤酒、五芳斋更新

1、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16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（-48%），降幅扩大，价格达到7558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6月10日玻璃、瓦楞纸、铝价格同比变动+11%、-22%、-11%，环比23年5月10日变动-9%、-3%、0%，较22年均值变动+9%、-22%、-8%；2023年5月进口大麦价格同比增长1%，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 18.03 元/公斤，较上周 17.87 元/公斤环比上涨 0.9%，较去年同期持平。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 19.18 元/公斤，与上周持平，与去年同期相比下降 8.8%。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 2023.6.9，油料油脂类大宗商品价格指数为 258.05 点，较上周 258.31 点环比下降 0.1%，同比下降 20.2%。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 4774.21 元/吨，较上周持平，同比下降 17%。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 2023.6.7，生鲜乳主产区周平均价为 3.84 元/公斤，较上周 3.85 元/公斤环比下降 0.3%，同比下降 7.2%。近期生鲜乳价格走弱主要是需求疲弱而供给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。

2、周思考：5 月社零数据公布，大众品处在渐进式恢复阶段

5 月社零同比增长 12.7%。其中，除汽车以外的消费品零售额同比增长 11.5%。5 月份较 4 月份下降了 5.7 个百分点。与 2021 年同期相比，增长 5.2%，两年平均增长 2.6%，增速与 4 月份基本持平。按消费类型分，5 月份，商品零售 33733 亿元，同比增长 10.5%；其中粮油、食品类、饮料类商品同比增速分别为 -0.7%、-0.7%；餐饮收入 4070 亿元，增长 35.1%。从 5 月数据来看，得益于五一节假日数据整体改善，当前大众品正处在渐进式恢复阶段。

3、青岛啤酒：结构升级态势迅猛，产品战略更加明晰

23H1 结构升级态势迅猛、总销量表现优秀

1) 核心大单品动销：今年 1-5 月经典销量快速增长，纯生、白啤实现高增，经典近几年呈持续增长态势，纯生销量恢复至疫情之前。高温下 6 月动销加速，预计 23H1 总销量表现优秀。

2) 战略单品：青岛原浆和 21 天纯生的高端布局需长期推进，不追求短期放量，现依托冷链物流实现全场景覆盖，公司下大决心坚定投入。

3) 中低端：目前中低端产品主要为主品牌青岛经典以下及崂山啤酒。未来崂山啤酒仍然在中低端继续做结构升级、经典以下各产品全部整合做清爽，整合后有利于吨价和吨利的提升。

量与结构并重，产品结构更加明晰

1) 量价策略：提结构但不能牺牲总量，目标是量要增长、结构也要调整。

2) 产品战略：青岛+崂山 1+1 战略，青岛主品牌为 1+1+1+2+N 战略，即经典+纯生+白啤+原浆/21 天纯生+新特产品。

3) 高端化：伴随人均 GDP 和人均收入增长，啤酒价格也在增长，目前尚未看到拐点和天花板，啤酒企业供给侧的结构调整对引导消费和促进啤酒转型升级作用很大。

区域仍有较大利润提升空间，沿黄一带通过产品结构的调整、费用的降低、价格的调整创造利润，对标山东和陕西市场。其中河北对标山东的产品结构、盈利能力。

百廿青啤活动开启，费用投放侧重线下活动

有节奏推进青啤 120 周年品牌宣传，“感恩百廿同行，共创美好未来”，活动包括数字“120”造型的乐高巨型积木作品、青啤 120 周年纪念标识旗帜传递活动、央视和各大卫视广告投放、青岛啤酒节等，费用投放侧重于线下活动投入。

4、重庆啤酒：乌苏疆内较优，期待旺季表现

【乌苏】

1) 乌苏动销：疆内 1-5 月实现同比增长，疆外福建 4-5 月恢复较好，广东及华东区域仍承压。

2) 疆内产品结构及价格：疆内绿乌苏占比较多，绿乌苏、经典红乌苏、超级红乌苏、黑啤/小麦白流通渠道价格约 4、5、6、8 块钱，餐饮渠道售价略高。

3) 疆内展望：得益于政策支持、交通更便捷，全面放开后旅游火爆，预计旅游旺季到来将显著拉动疆内啤酒消费。

4) 结构升级：高端化依托 6+6 品牌组合&品牌内部产品结构提升，京 A、夏日纷、1664、乐堡在疆内均有销售。

【产能】

区域分布：疆内共 5 家酒厂，分别位于乌鲁木齐、北疆（伊宁和乌苏）、南疆（阿克苏和库尔勒），各酒厂覆盖周边直径 500 公里区域。

【渠道&市场】

1) 现饮恢复速度较慢，23Q1 现饮占比仍低于非现饮，现饮仍在持续恢复中，其中中低端餐饮恢复速度较快，中高端餐饮恢复速度慢。

2) 流货管理严格：流货问题为公司红线，员工、经销商均有严厉的处罚力度。

【管理&财务】

1) 人事调整：新疆 BU 新任大区经理具备丰富啤酒行业从业经验，曾于嘉士伯重庆、华东、云南市场任职。

2) 考核：嘉士伯实施标准化的管理模式，区域经理调整对基层员工操作影响较小。

3) 税率：得益于西部大开发优惠税率，预计全年整体税率较去年或有 1 个多点的下行。

投资建议：

我们认为 23 年经济的温和复苏与大众品的渐进式回暖为主旋律，但疫后复苏亦存在新的消费特点，冲动性消费让位于理智型消费，在此背景下消费者希望以更合适的价格获得高品质产品，因此“高质性价比”产品更受消费者青睐，比如零食量贩、低温奶、高端啤酒、零添加调味品等；另外我们认为从终端恢复来看，由于中小餐饮和门店的修复稍显缓慢，使得相关线下场景恢复较慢；线上和家庭

消费恢复较好，由此我们看到饮料、乳制品等在 22 年低基数且不依托餐饮和门店修复的板块在本轮复苏中具有较强的表现。

由此，我们针对以上情况，总结三大投资主线：

- 1) 基于当前消费者希望以更合适的价格获得高品质产品，我们重点推荐具备“高质性价比”特点的标的，主要涉及零食板块、低温奶、高档啤酒等；
- 2) 基于当前场景消费恢复较缓，我们推荐不太依赖中小 B 门店&场景受损带来的低基数的标的，主要涉及乳制品、饮料板块；
- 3) 具备事件催化&成本下行标的。

本周组合：中炬高新、五芳斋、盐津铺子、劲仔食品、千味央厨、新乳业、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

1 本周行情回顾	8
2 重要数据跟踪	11
2.1 重点白酒价格数据跟踪	11
2.2 重点葡萄酒价格数据跟踪	12
2.3 重点啤酒价格数据跟踪	12
2.4 重点乳业价格数据跟踪	13
3 重要公司公告	14
4 重要行业动态	16
5 近期重大事件备忘录	19
6 风险提示	19

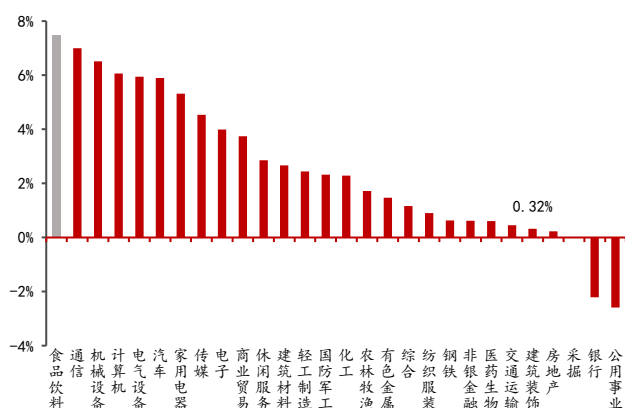
图表目录

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

1 本周行情回顾

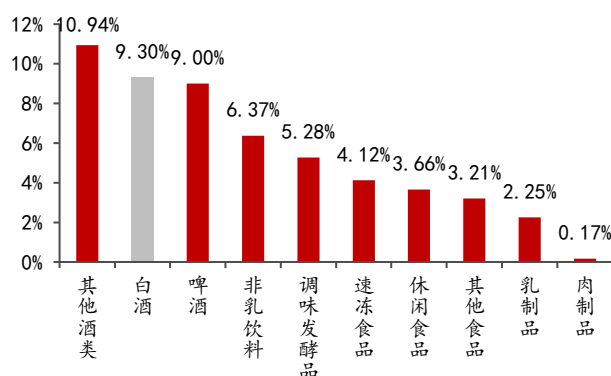
6月12日~6月16日，5个交易日沪深300指数上涨3.30%，食品饮料板块上涨7.49%，其他酒类(+10.94%)、白酒(+9.30%)涨幅居前，肉制品(+0.17%)、乳制品(+2.25%)涨幅靠后。具体来看，顺鑫农业(+15.15%)、舍得酒业(+13.83%)涨幅较大，天佑德酒(+4.99%)、华致酒行(+5.08%)涨幅相对较小；本周大众品威龙股份(+26.20%)、古越龙山(+14.88%)涨幅相对居前，星湖科技(-4.98%)、仙乐健康(-3.45%)跌幅相对较大。

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
000860.SZ	顺鑫农业	34.35	15.15%	002304.SZ	洋河股份	145.15	6.52%
600702.SH	舍得酒业	146.96	13.83%	600199.SH	金种子酒	25.99	6.08%
603198.SH	迎驾贡酒	63.26	13.67%	000995.SZ	*ST 皇台	18.17	5.95%
000568.SZ	泸州老窖	232.60	12.95%	300755.SZ	华致酒行	25.66	5.08%
000799.SZ	酒鬼酒	97.99	12.34%	002646.SZ	天佑德酒	14.52	4.99%

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

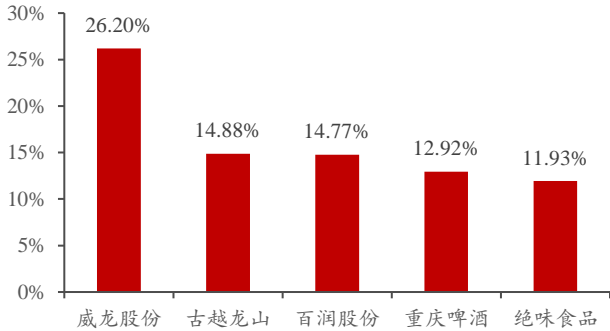
周涨幅居前				周涨幅居后			
证券代码	证券简称	收盘价(元)	涨跌幅	证券代码	证券简称	收盘价(元)	涨跌幅
603779.SH	威龙股份	13.68	26.20%	600186.SH	莲花健康	2.79	-1.76%
600059.SH	古越龙山	10.81	14.88%	300908.SZ	仲景食品	47.29	-2.64%
002568.SZ	百润股份	38.08	14.77%	002840.SZ	华统股份	15.37	-3.27%
600132.SH	重庆啤酒	99.58	12.92%	300791.SZ	仙乐健康	30.49	-3.45%
603517.SH	绝味食品	40.80	11.93%	600866.SH	星湖科技	5.53	-4.98%

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威龙股份(+26.20%)、古越龙山(+14.88%)、百

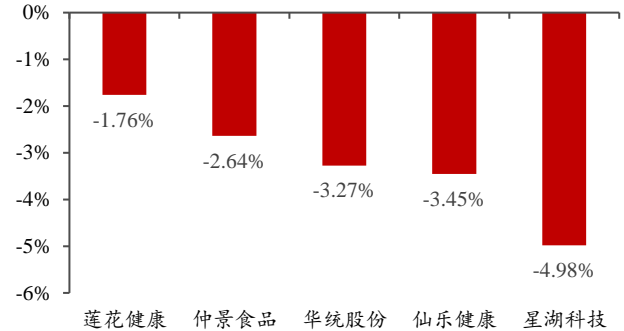
润股份 (+14.77%)、重庆啤酒 (+12.92%)、绝味食品 (+11.93%)，跌幅前五个股分别为星湖科技 (-4.98%)、仙乐健康 (-3.45%)、华统股份 (-3.27%)、仲景食品 (-2.64%)、莲花健康 (-1.76%)。具体来看，本周乳品板块妙可蓝多 (+7.35%) 涨幅相对居前，伊利股份 (-1.58%) 跌幅相对居前。

图3: 本周大众品板块涨幅前五个股



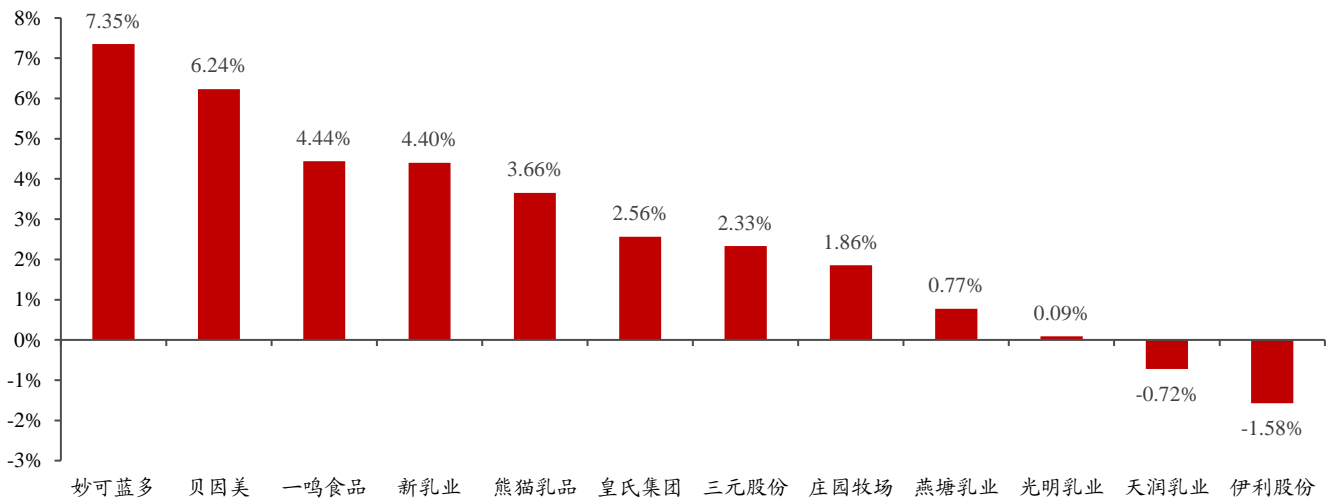
资料来源: Wind, 浙商证券研究所

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

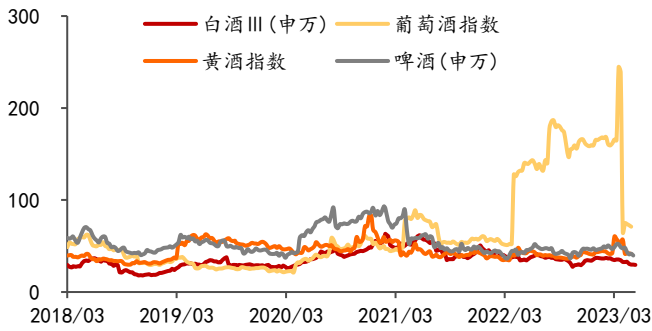
图5: 本周乳品板块个股涨跌幅



资料来源: Wind, 浙商证券研究所

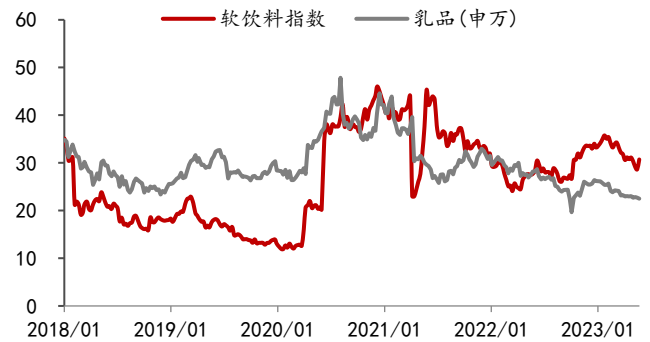
估值方面，食品饮料行业整体估值水平上升。2023年6月16日，食品饮料行业31.01倍，白酒、啤酒、葡萄酒、黄酒细分行业估值分别为31.04、42.58、79.64、44.21倍，其中白酒板块 (+9.33%) 本周估值涨幅相对较大，啤酒板块 (+8.18%) 本周估值涨幅相对较小。

图6: 白酒、啤酒、葡萄酒、黄酒板块估值情况 (单位, 倍)



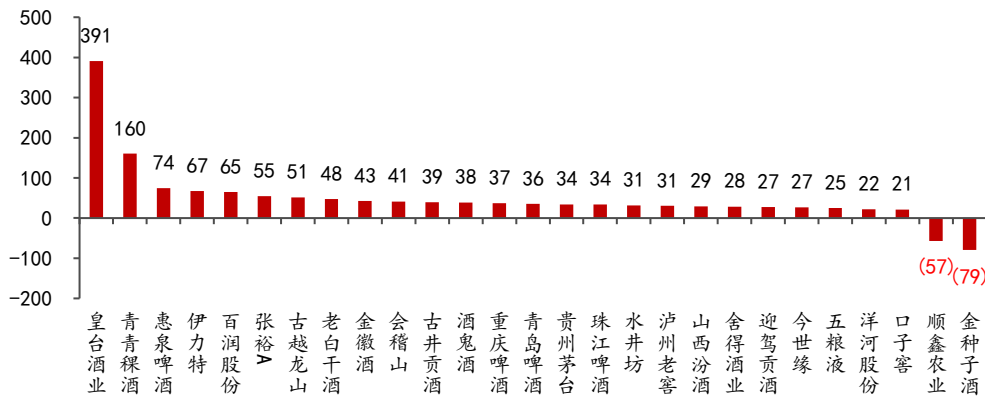
资料来源: Wind, 浙商证券研究所

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, 贵州茅台 (+7.10%)、五粮液 (+6.67%)、重庆啤酒 (+6.49%)、口子窖 (+4.29%) 泸州老窖 (+3.94%) 持股排名居前。酒水板块 14 支个股受北向资金增持, 其中五粮液 (+0.31pct)、金徽酒 (+0.28pct)、金种子酒 (+0.28pct) 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	2023/6/17	较上周变化	证券代码	证券简称	2023/6/17	较上周变化
600519.SH	贵州茅台	7.10%	0.09%	603198.SH	迎驾贡酒	1.18%	0.07%
000858.SZ	五粮液	6.67%	0.31%	603919.SH	金徽酒	0.93%	0.28%
600132.SH	重庆啤酒	6.49%	-0.42%	600199.SH	金种子酒	0.58%	0.28%
603589.SH	口子窖	4.29%	-0.26%	002461.SZ	珠江啤酒	0.58%	0.07%
000568.SZ	泸州老窖	3.94%	-0.03%	002646.SZ	天佑德酒	0.47%	0.06%
600779.SH	水井坊	3.92%	0.08%	600197.SH	伊力特	0.44%	0.01%

资料来源: Wind, 浙商证券研究所

2 重要数据跟踪

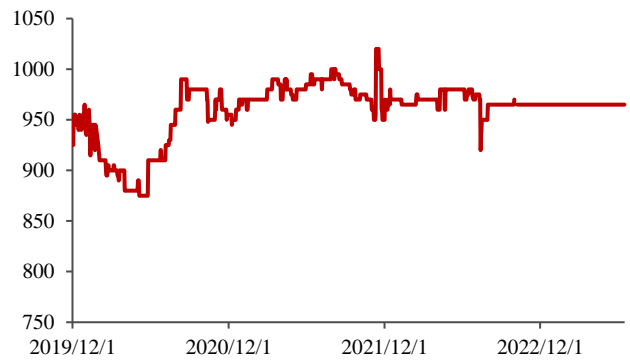
2.1 重点白酒价格数据跟踪

图9: 贵州茅台批价走势(单位, 元/瓶)



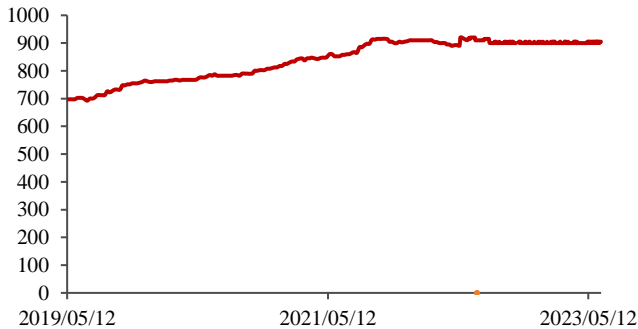
资料来源: Wind, 浙商证券研究所

图10: 五粮液批价走势(单位, 元/瓶)



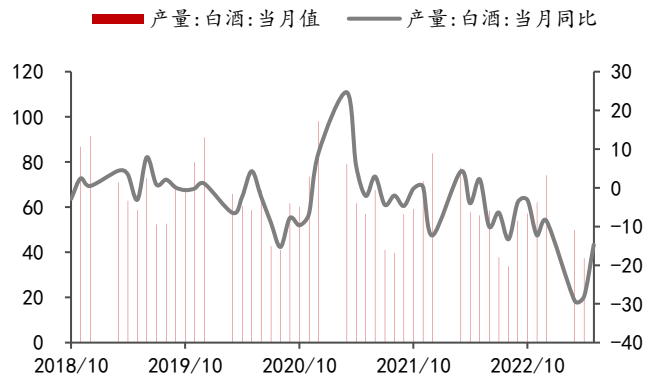
资料来源: Wind, 浙商证券研究所

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

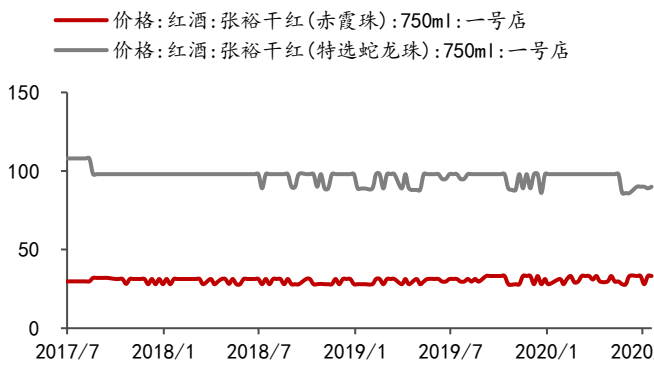
表4: 本周高端酒批价同比及环比变化(单位: 元)

品牌	产品	规格	5月19日 批价	5月26 日批价	6月2 日批价	6月9日 批价	6月16日 批价	环比变动
贵州茅台	23年飞天(原) 53°	500ml	2965	2950	2965	2955	2950	-5
	23年飞天(散) 53°	500ml	2800	2810	2835	2835	2795	-40
五粮液	普五(八代) 52°	500ml	965	965	965	965	965	/
	1618 52°	500ml	940	940	940	940	950	+10
	国窖 1573 52°	500ml	900	900	905	905	895	-10
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	425	-25

资料来源: Wind, 浙商证券研究所

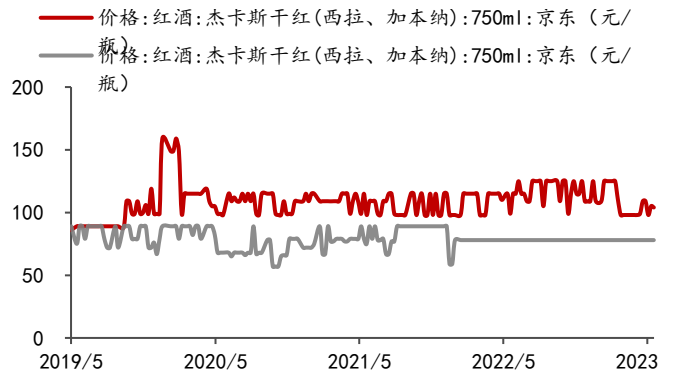
2.2 重点葡萄酒价格数据跟踪

图13: 国产葡萄酒价格走势 (单位: 元/瓶)



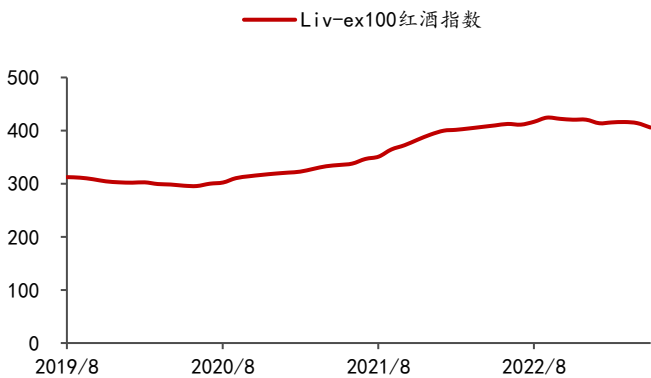
资料来源: Wind, 浙商证券研究所

图14: 海外葡萄酒价格走势 (单位: 元/瓶)



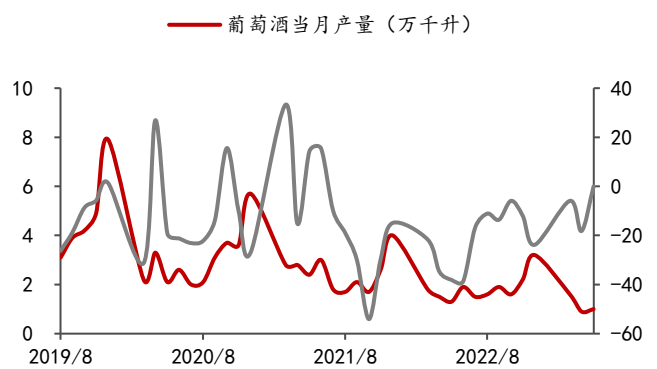
资料来源: Wind, 浙商证券研究所

图15: Liv-ex100 红酒指数走势



资料来源: Wind, 浙商证券研究所

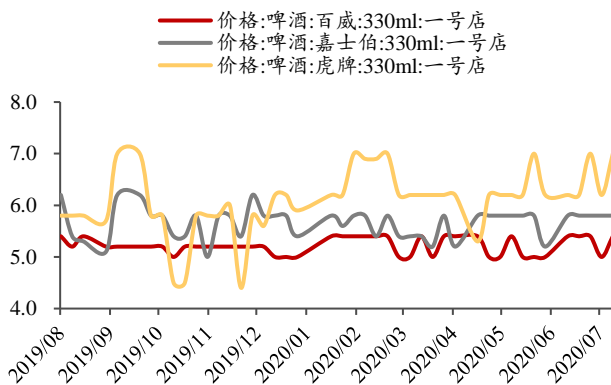
图16: 葡萄酒月度产量及同比增速走势



资料来源: Wind, 浙商证券研究所

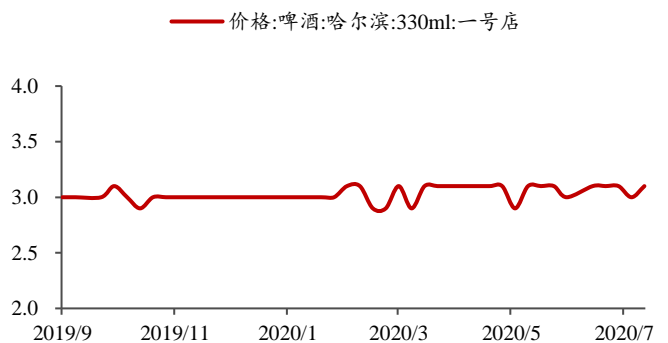
2.3 重点啤酒价格数据跟踪

图17: 海外啤酒零售价走势 (单位: 元/罐)



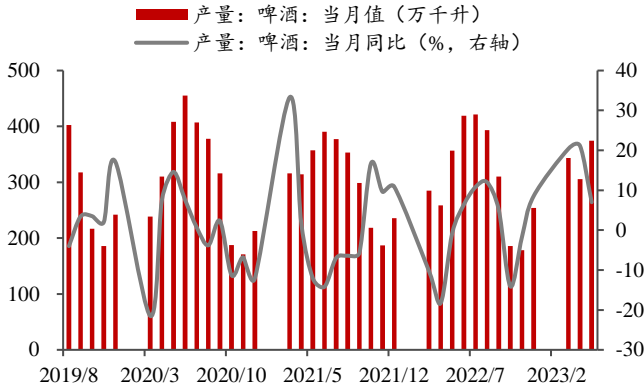
资料来源: Wind, 浙商证券研究所

图18: 国产啤酒零售价走势 (单位: 元/罐)



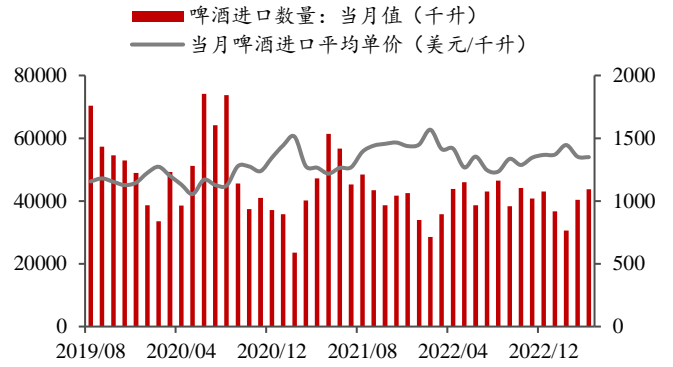
资料来源: Wind, 浙商证券研究所

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

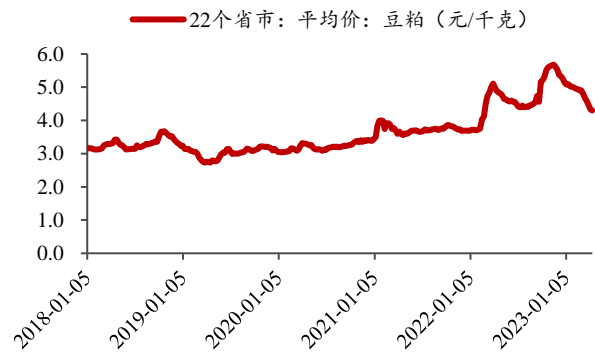
饲料市场, 本周玉米平均价小幅上涨, 豆粕平均价环比持平。根据 Wind 数据, 截至 2023 年 06 月 09 日, 22 省市玉米平均价为 2.90 元/千克, 环比小幅上涨 0.69%; 截至 2023 年 06 月 16 日, 豆粕平均价为 4.77 元/千克, 环比持平。

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

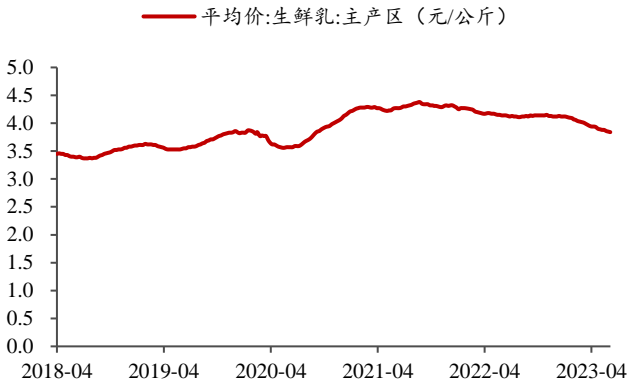
图22: 22 省市豆粕平均价格走势



资料来源: Wind, 浙商证券研究所

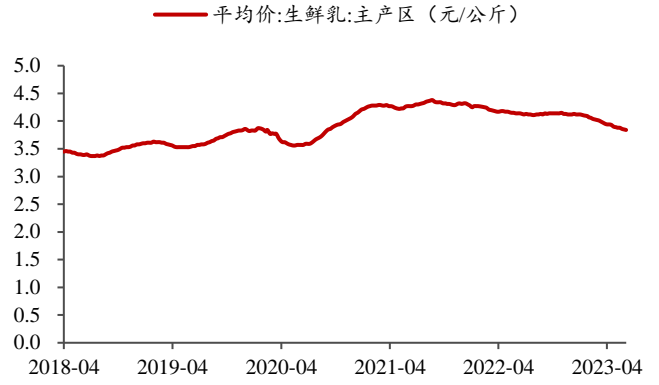
液态奶市场, 主产区生鲜乳平均价环比微幅下跌, 牛奶零售价环比微幅下跌, 酸奶零售价环比微幅下跌。根据 Wind 数据, 截至 2023 年 06 月 07 日, 主产区生鲜乳平均价为 3.84 元 /公斤, 环比微幅下跌 0.26%; 截至 2023 年 06 月 09 日, 牛奶零售价为 12.47 元/升, 环比微幅下跌 0.08%; 酸奶零售价为 16.10 元/升, 环比微幅下跌 0.06%。

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

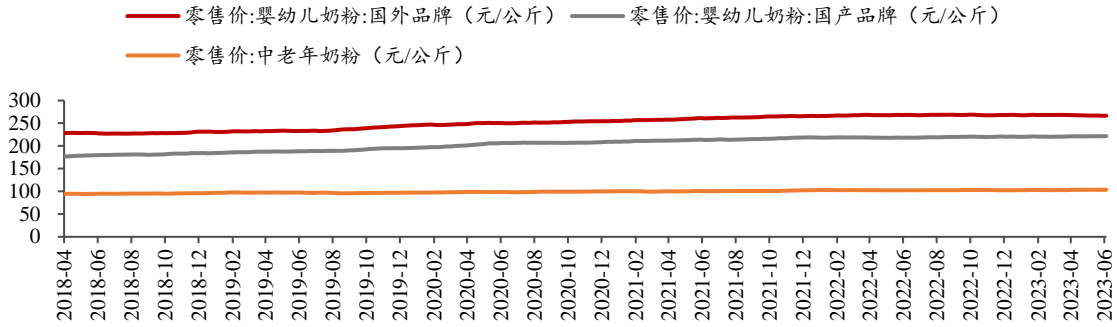
图24: 牛奶、酸奶零售价走势



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上涨, 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上涨。根据 Wind 数据, 截至 2023 年 06 月 09 日, 国外品牌婴幼儿奶粉零售价为 266.59 元/公斤, 环比微幅上涨 0.06%; 国内品牌婴幼儿奶粉零售价为 221.57 元/公斤, 环比微幅上涨 0.01%; 中老年奶粉零售价为 103.55 元/公斤, 环比微幅上涨 0.14%。

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	宜宾五粮液股份有限公司(以下简称“公司”或“本公司”)2022年度利润分配方案已经2023年5月26日召开的2022年度股东大会审议通过, 具体内容为: 以公司现有总股本3,881,608,005股为基数, 向全体股东每10股派现金37.82元(含税), 分配总额固定, 共分配金额14,680,241,474.91元(含税)。
贵州茅台	贵州茅台酒股份有限公司(以下简称公司)2022年度股东大会决议形成后, 公司第四届董事会2023年度第一次会议(以下简称会议)在征得全体董事一致同意豁免会议通知期限的情况下, 于2023年6月13日下午在茅台国际大酒店会议室召开。1. 会议选举丁雄军先生为公司第四届董事会董事长; 2. 会议决定, 由李静仁先生代行公司总经理职责。聘任钟正强先生、涂华彬先生、王晓维先生、蒋焰女士为公司副总经理, 聘任蒋焰女士为公司财务总监、董事会秘书。
威龙股份	威龙葡萄酒股份有限公司股东深圳市仕乾投资发展有限公司于2023年5月26日与杭州斐尼克斯企业管理合伙企业(有限合伙)签署了《股份转让协议》, 深圳市仕乾投资发展有限公司将其持有的26,619,932股公司股份(占公司

总股本的8%)，以7.69元/股的价格，通过协议转让方式转让予杭州斐尼克斯企业管理合伙企业(有限合伙)。具体内容详见公司于2023年5月30日在上海证券交易所网站披露的《威龙葡萄酒股份有限公司关于股东协议转让公司股份的提示性公告》(公告编号为:2023-035)及《威龙葡萄酒股份有限公司简式权益变动报告书》。

威龙股份

威龙葡萄酒股份有限公司(以下简称“公司”)股东杭州斐尼克斯企业管理合伙企业(有限合伙)持有公司股份总数为26,619,932股,占公司总股本比例8.00%。杭州斐尼克斯企业管理合伙企业(有限合伙)本次股份质押数量为26,619,932股,占其持股数量比例的100%,占公司总股本的8.00%。

古井贡酒

海南椰岛(集团)股份有限公司(以下简称“公司”)董事会于2023年6月12日向全体董事、监事通过电子通讯等方式发出了会议通知和会议材料。本次会议于2023年6月12日当天以现场结合通讯表决方式召开。1. 根据《公司法》和《公司章程》的相关规定,经董事会审议,同意选举段守奇先生为公司第八届董事会董事长,任期自本次董事会审议通过之日起至本届董事会任期届满时止;2. 公司收到第一大股东海口市国有资产经营有限公司提名函,提名李铁锋为公司第八届董事会非独立董事,任期与第八届董事会一致。经公司第八届董事会提名委员会审核通过,董事会同意增补李铁锋先生为公司第八届董事会非独立董事,任期与第八届董事会一致。本议案提交公司股东大会审议;3. 公司收到第一大股东海口市国有资产经营有限公司提名函,提名詹道颖为公司第八届董事会非独立董事,任期与第八届董事会一致。经公司第八届董事会提名委员会审核通过,董事会同意选举增补詹道颖先生为公司第八届董事会非独立董事,任期与第八届董事会一致。本议案提交公司股东大会审议;4. 同意公司于2023年6月28日召开临时股东大会,具体详见公司《关于召开2023年第四次临时股东大会的通知》(公告编号:2023-048号)

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
李子园	<p>李子园:向不特定对象发行可转换公司债券募集说明书</p> <p>2021年5月12日,公司2020年年度股东大会审议通过《关于2020年度利润分配及转增股本方案的议案》,本次利润分配及转增股本以方案实施前的公司总股本15,480.00万股为基数,每股派发现金红利0.50元(含税),以资本公积金向全体股东每股转增0.40股,共计派发现金红利7,740.00万元,转增6,192.00万股。</p> <p>2022年5月9日,公司2021年年度股东大会审议通过《关于2021年度利润分配及资本公积转增股本预案的议案》,本次利润分配及转增股本以方案实施前的公司总股本21,672.00万股为基数,每股派发现金红利0.45元(含税),以资本公积金向全体股东每股转增0.40股,共计派发现金红利9,752.40万元,转增8,668.80万股,本次分配后总股本为30,340.80万股。</p> <p>2023年5月17日,公司2022年年度股东大会审议通过《关于2022年度利润分配及资本公积转增股本预案的议案》,本次利润分配及转增股本以方案实施前的公司总股本30,340.80万股为基数,每股派发现金红利0.30元(含税),以资本公积金向全体股东每股转增0.30股,共派发现金红利9,102.24万元,转增9,102.24万股,本次分配后总股本为39,443.04万股。</p>
广东燕塘乳业股份有限公司	<p>广东燕塘乳业股份有限公司</p> <p>2022年年度权益分派实施公告</p> <p>公司于2023年4月27日召开的2022年年度股东大会,审议通过了《关于2022年年度利润分配预案》:公司以总股本15,735万股为基数,向全体股东每10股派发现金红利2.0元(含税),共分配现金红利3,147万元(含税);不以公积金转增股本;不送红股;剩余未分配利润结转以后年度。在本分配预案实施前,若公司总股本由于股份回购等原因而发生变化的,分配比例将按分派总额不变的原则相应调整。</p> <p>2、自权益分派方案披露至实施期间公司股本总额未发生变化。</p> <p>3、本次实施的权益分派方案与股东大会审议通过的权益分派方案一致。</p> <p>4、本次权益分派距离股东大会通过权益分派方案时间未超过两个月。</p>

新希望乳业股份有限公司	新希望乳业股份有限公司 关于新乳转债转股价格调整的公告 1、债券代码：128142；债券简称：新乳转债。 2、调整前转股价格：18.40 元/股。 3、调整后转股价格：18.32 元/股。 4、本次转股价格调整生效日期：2023 年 6 月 20 日。 5、本次转股价格调整生效之前不暂停转股。
-------------	---

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
洋河：三项科技成果通过鉴定	6月10日，中国轻工业联合会在宿迁组织召开洋河股份2023年科技成果鉴定会。会上对由洋河股份完成的《绵柔型白酒创新工艺研究与应用》，以及由洋河股份分别和江南大学、南京林业大学共同完成的《洋河绵柔型白酒绵柔特征风味解析及应用》《绵柔型白酒舒适度关键影响因素的研究及应用》三项创新性科技成果进行鉴定。鉴定委员会专家认为，三个科技成果总体技术达到国际领先水平，一致同意通过鉴定，并建议进一步扩大推广与应用。
贵州茅台：召开股东大会	6月13日，贵州茅台2022年度股东大会在茅台国际大酒店举行。据贵州茅台的公开信息，本次股东大会审议13项议案，包含《2022年度董事会工作报告》《2022年度利润分配方案》《关于出资参与设立产业发展基金的议案》《关于选举董事的议案》《关于选举独立董事的议案》等。 年报显示，贵州茅台2022年生产茅台酒基酒5.68万吨左右、系列酒基酒3.51万吨左右；实现营业总收入1275.54亿元（其中茅台酒营业收入1078.34亿元，系列酒营业收入159.39亿元），同比增长16.53%；实现归属于上市公司股东的净利润627.16亿元，同比增长19.55%。
珍酒李渡：珍酒文创新品“珍十五 竞享端阳”限量发布	6月10日，“贵州珍酒癸卯端午大赏暨端阳产品上市发布会”在武汉举行。在开展“沉浸式”体验大戏的同时，贵州珍酒还限量发布了癸卯端午限定文创新品——“珍十五·竞享端阳”，率先打响端午“小旺季”的争夺战。
贵州茅台：台源酒线上首发	6月13日，京东联合茅台保健酒业公司线上首发台源酒。该款新品系酱香酒，是“茅台家族”首款百元价格产品，将面向京东近6亿用户发布。作为“茅台家族”新成员，台源酒被定位为大众酱香酒、亲民质量酒、终端消费酒，填补了“茅台家族”百元酱香酒的空白，极具性价比。据悉，2023年台源酒销售目标为6亿元左右。
海南椰岛：段守奇任海南椰岛董事长	6月12日，海南椰岛发布公告称，选举段守奇为公司第八届董事会董事长。根据公告内容，海南椰岛经董事会审议，同意选举段守奇为公司第八届董事会董事长，任期自本次董事会审议通过之日起至本届董事会任期届满时止。
水井坊：水井坊预期Q3营收双位数增长	6月13日，水井坊举办了2022年度暨2023年第一季度业绩说明会。说明会上，水井坊表示，公司目前社会库存回归较低水平。公司预期从2023年第三季度开始，营业收入恢复双位数增长，并实现2023年全年净利润与营收同比2022年保持增长。
泸州老窖：国窖1573、泸州老窖老字号特曲、窖龄酒30/60、老头曲停货	6月16日，酒说从市场层面获悉，泸州老窖国窖酒类销售股份有限公司、泸州老窖特曲酒类销售股份有限公司、泸州老窖窖龄酒类销售股份有限公司、泸州大成浓香酒类销售有限公司相继发布暂停接受部分产品订单的通知。具体产品包括： 《关于停止接收国窖1573经典装销售订单的通知》文件称，经公司研究决定，即日（6月16日）起停止接收国窖1573经典装销售订单。 《关于暂停接收泸州老窖特曲酒（老字号）产品订单的通知》文件称，经公司研究决定，即日（6月16日）

起暂停接收泸州老窖特曲酒(老字号)产品订单。

《关于暂停接收百年泸州老窖窖龄酒产品订单的通知》文件称,经公司研究决定,即日(6月16日)起,暂停接收百年泸州老窖窖龄酒 30 年、60 年产品订单。

《关于暂停接收老头曲产品订单与发货的通知》文件称,经公司研究决定,即日(6月16日)起,暂停接收老头曲产品订单与发货恢复时间另行通知。

6月15日,由世界品牌实验室(World Brand Lab)主办的“世界品牌大会”在北京举行,2023年《中国500最具价值品牌》榜单及分析报告在会上发布。本年度《中国500最具价值品牌》排行榜中,共有来自食品饮料、轻工业、建材、传媒等在内的25个相关行业的品牌入选。其中食品饮料业依然是入选品牌最多的行业,共有83个品牌入选,占总入选品牌数的16.60%。

值得注意的是,酒类品牌占比最高。其中,贵州茅台以4096.02亿元的品牌价值荣登榜单第14位,五粮液以4083.65亿元的品牌价值荣登榜单第15位,此外还包括青岛啤酒、雪花、燕京、郎酒、稻花香、洋河、泸州老窖、舍得、汾酒、古井贡、剑南春、勇闯天涯、沱牌、崂山啤酒、汉斯啤酒、漓泉啤酒、张裕、水井坊、西凤、王朝、劲牌、惠泉、贵州珍酒、小糊涂仙、白云边、古越龙山等。

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
国内乳业大咖访好一多: 做中国好鲜奶 我们心中有“数”	<p>国内乳业大咖访好一多: 做中国好鲜奶 我们心中有“数”</p> <p>数字经济的浪潮席卷而来,传统乳业怎么样才能搭上数智化转型的时代快车,在乳品消费市场“乘风破浪”,让互联网“流量”变大消费“留量”?</p> <p>在这方面,刚刚亮相2023数博会的好一多,早有探索。作为贵州省“万企融合”省级标杆,好一多的数智化转型经验,引起了业界的关注。</p> <p>日前,来自国内的乳业大咖参观考察好一多,并就数字经济时代的乳业高质量发展,作了交流与探讨。</p> <p>“鲜奶具有很好的互联网属性”</p> <p>“互联网的本质,其实就是流量,从这一点看,鲜奶具有很好的互联网属性。”新希望乳业股份有限公司董事长席刚说,鲜奶不同于常温奶的一大特点,就是每天喝每天都要复购,是高频的刚需。</p> <p>“所以,现在鲜奶的价值越来越受到电商的重视。”</p> <p>互联网的一个基本逻辑就是用户思维。在参观考察中,针对鲜奶的互联网属性,怎么样才能更好地洞察消费需求,从竞争充分的乳品消费市场中获取流量,成为各位乳业大咖共同关心的话题。有的乳业大咖说,应该强化“领鲜”的优势,积极融入本土化互联网生活圈,这样,用户的粘性才会越来越强。</p> <p>从“有奶喝”,到“喝好奶”,乳业的高质量发展,必然不再是一个单品打天下的时代。“未来,满足消费者更多的个性化需求,将成为一个趋势。”好一多乳业董事长张琴透露,下一步,该公司将结合贵州的特色食品,为消费者提供更多功能性的健康乳制品。</p> <p>在这方面,好一多乳业不乏成功案例。网红气质满满的折耳根酸奶,“一出生就风华正茂”,冲上了微博热搜,成为网上热议的热门话题,而颇具个性的“新鲜屋”,是对环境友好的可降解材料,外表时尚,常常成为消费者在网上“秀”的道具。</p>
北大荒集团十大品牌总价值超四千亿	<p>6月15日,由世界品牌实验室主办的2023年(第二十届)世界品牌大会暨2023年(第二十届)中国500最具价值品牌发布会在北京举行。会上发布了2023年《中国500最具价值品牌》分析报告,北大荒农垦集团有限公司十大品牌——“北大荒”“九三”“完达山”“丰缘”“建三江”“北国宝泉47度”“垦丰种业”“荒都”“查哈阳大米”“亲民食品”携手荣登中国500最具价值品牌排行榜,品牌总价值达到4147.02亿元。其中,“北大荒”品牌价值突破2000亿元。</p> <p>发布会现场</p> <p>在这份基于财务数据、品牌强度和消费者行为分析的年度报告中,由北大荒农垦集团有限公司持有的“北大荒”品牌,品牌价值达2018.59亿元,位列第40名,较2022年增长311.63亿元,排名提</p>

升两名。同 2004 年品牌价值相比，19 年间“北大荒”品牌价值增长了 112.7 倍。由九三粮油工业集团有限公司持有的“九三”品牌，品牌价值达 645.85 亿元，位列第 158 名；由北大荒完达山乳业股份有限公司持有的“完达山”品牌，品牌价值达 592.17 亿元，位列第 170 名；由北大荒丰缘集团有限公司持有的“丰缘”品牌，品牌价值达到 153.06 亿元，位列第 410 名；由建三江分公司持有的“建三江”品牌，品牌价值达到 152.69 亿元，位列第 412 名；由宝泉岭分公司持有的“北国宝泉 47 度”品牌，品牌价值达到 145.56 亿元，位列第 426 名；由北大荒垦丰种业股份公司持有的“垦丰种业”品牌，品牌价值达到 121.52 亿元，位列第 457 名；由牡丹江分公司持有的“荒都”品牌，品牌价值达到 108.85 亿元，位列第 464 名；由黑龙江查哈阳米业有限公司持有的“查哈阳大米”品牌，品牌价值达到 107.65 亿元，位列第 466 名；由北大荒亲民有机食品有限公司持有的“亲民食品”品牌，品牌价值达到 101.08 亿元，位列第 471 名。

2023 年 6 月 15 日，第二十届世界品牌大会暨 2023 年中国 500 最具价值品牌发布会顺利召开，会上，来自世界各地的专家和学者就大会主题“人工智能(AI)和 Web3.0:品牌全球”进行了演讲与互动。

大会发布了 2023 年《中国 500 最具价值品牌》分析报告，北大荒完达山乳业以 592.17 亿元的品牌价值晋升品牌榜，位列第 170 位，较 2022 年的 521.52 亿元增长 13.5%。

作为民族乳企杰出代表，北大荒完达山乳业连续 20 年荣登《中国最具价值品牌 500 强》，综合实力获权威认可，充分体现了北大荒完达山乳业强大的品牌实力。

2023 世界品牌大会在京举行，完达山连续 20 年入选“中国 500 最具价值品牌”

多年来，北大荒完达山乳业秉持着“创新绿色发展，科技赋能未来”的发展理念，将创新基因融入企业血液，充分依靠技术研发和应用来塑造企业核心竞争力，助力品牌打造。

2021 年北大荒完达山乳业首次提出“高寒生态”概念，很好地诠释完达山独有的生态资源优势，开辟了中国奶业高寒生态发展新赛道；2022 年与中国农垦乳业联盟联合发布了高寒生态奶牛标准，认证了高寒生态牧场，推进了高寒生态发展进程，并倡议构建精准营养圈，赋能国民营养全面升级。

与此同时，北大荒完达山乳业构建了更高端、更丰富的产品矩阵，推出了以菁稚非凡、菁采雅护、菁美雅淳为代表的婴幼儿奶粉，以黄金季、诸葛小将系列为代表的细分人群品类奶粉，打造出全民营养健康全面布局产品矩阵；此外，为满足消费者多元化需求，北大荒完达山乳业积极布局有机赛道，全面打造了有机+A2 的核心产区，塑造全家营养的有机产业链。值得一提的是，北大荒完达山乳业九大系列婴儿粉全部焕新升级，液奶“黑沃”“益养 100”“乳此新鲜”“妍轻”和“艾菲娅”5 大子品牌成功上市，标志着北大荒完达山乳业迈入提质创新时代。

奶业大会即将举办，需求回暖叠加降本，这些标的或可关注

财联社 6 月 13 日讯，据近日报道，第十四届中国奶业大会、2023 中国奶业 20 强峰会暨 2023 中国奶业展览会将于 7 月 19 日至 21 日在重庆举办。展会同期将举办第十四届中国奶业大会专题论坛，围绕奶业战略研究、种质提升、奶酪创新发展、智能化装备、饲料饲养、健康养殖与疾病防控、乳品加工创新技术、乳品加工标准化建设、乳品营养健康与消费、特色奶产业等内容，举办五大板块 17 场行业论坛。

近期，原奶价格持续走低，根据农业农村部数据，6 月份第 1 周(采集日为 5 月 31 日)内蒙古、河北等 10 个主产省份生鲜乳平均价格 3.85 元/公斤，比前一周下跌 0.3%，同比下跌 7.0%。较今年 1 月份第一周 4.12 元/公斤价格下跌 6.55%。随着原奶成本同比回落，有分析预计，乳品生产企业成本压力得到缓解，预计二季度利润率有望得到改善。

德邦证券近日研报指出，乳制品行业一般从第二季度开始进入销售旺季，全年看需求回暖+结构升级+奶价回落；随着消费信心逐步修复与国民健康认知加深，中长期高端化与多元化趋势不改。看新品类：(1) 奶酪市场持续成长，零食奶酪品类趋于丰富，佐餐奶酪渗透率持续提升，同时消费场景逐步恢复，长期看行业生态边际转好。(2) 疫情催化大众对于营养的升级需求凸显，低温乳制品更新鲜营养的概念被接受，渗透率提升的同时竞争也更为多元，赛道发展空间大。

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
张裕 B	20230619	分红
威龙股份	20230619	股东大会召开
张裕 A	20230619	分红
老白干酒	20230620	分红股权登记
酒鬼酒	20230620	股东大会现场会议登记起始
永丰泰	20230620	分红股权登记
*ST 西发	20230620	股东大会现场会议登记起始
洋河股份	20230620	分红股权登记
泸州老窖	20230621	股东大会现场会议登记起始
洋河股份	20230621	分红
山西汾酒	20230621	分红股权登记
永丰泰	20230621	分红
老白干酒	20230621	分红
张裕 B	20230621	B 股股权登记
海南椰岛	20230626	股东大会现场会议登记起始
古井贡酒	20230626	股东大会现场会议登记起始

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>