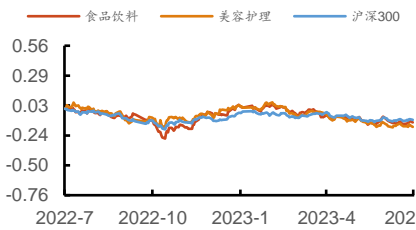


证券研究报告 — 行业定期报告

投资评级：强于大市

相对指数表现



消费组

分析师：肖雪瑞（分析师）

联系方式：0871-63577091

邮箱地址：xiaoxr@hongtastock.com

资格证书：S1200522070001

分析师：于快（分析师）

邮箱地址：yukuai@hongtastock.com

资格证书：S1200522010001

相关研究

食品饮料、美容护理月报：食品饮料温和复苏，关注美妆618大促销展

2023.06.16

食品饮料、美容护理月报：食品饮料23Q1复苏趋势明朗；4月美妆消费整体回暖但分化持续

2023.05.26

食品饮料、美容护理月报：食品饮料结构性回暖，关注一季报业绩兑现；美妆分化持续，关注医美复苏

2023.04.18

食品饮料、美容护理月报：食品饮料景气向上，关注复苏进程；珀莱雅38节表现亮眼，医美客流复苏

2023.03.20

食品饮料、美容护理行业月报：食品饮料春节消费回暖，全年增长可期；美妆1月线上承压，线下复苏

2023.02.22

独立性声明

作者保证报告所采用的数据均来自正规渠道，分析逻辑基于本人的职业理解，通过合理判断并得出结论，力求客观、公正，结论不受任何第三方的授意、影响，特此声明。

食品饮料、美容护理月报：温和复苏，分化持续，关注中报业绩

报告摘要

2023H1 社会消费品零售总额 227588 亿元，同比+8.2%。6 月社会消费品零售总额同比+3.1%，环比+0.23%，前值 12.7%，增速有所回落。根据文旅部数据，端午期间全国国内旅游出游 1.06 亿人次，同比+32.3%，按可比口径恢复至 2019 年同期的 112.8%；实现国内旅游收入 373.10 亿元，同比+44.5%，按可比口径恢复至 2019 年同期的 94.9%，端午消费平稳复苏，消费潜力仍待激发。

食品饮料：白酒：当前处于温和复苏阶段，品牌和区域继续分化。二季度是白酒消费淡季，行业处于去库存阶段，价盘整体平稳。高端白酒中长期具备穿越周期逻辑，目前估值合理，继续关注贵州茅台、五粮液、泸州老窖。**啤酒：**啤酒行业旺季来临，各地啤酒节频繁举办，暑期旅游、全国高温天气等因素进一步利好啤酒的动销，包材、大麦等价格呈下行趋势，啤酒高端化的趋势继续演进，建议关注基本面相对稳健的青岛啤酒及华润啤酒，产品与渠道齐发力的重庆啤酒以及弹性空间大的燕京啤酒。**乳制品：**需求端弱复苏，成本端不断改善。原奶成本继续回落，乳品生产企业成本压力得到缓解，利润率有望改善。继续关注估值处于底部区间的伊利、蒙牛以及低温乳赛道具备竞争优势的新乳业。

化妆品：2023 年 6 月，淘系（天猫+淘宝）护肤+彩妆合计实现销售额 347.54 亿元，同比下降 1.4%；限额以上单位化妆品类零售额 451 亿元，同比增长 4.8%，表现优于社零增速 1.7pct。行业持续弱复苏，品牌线上表现分化明显。7 月开始陆续进入中报业绩披露期，建议关注三条投资主线：1) 稳健型标的：如多品牌 GMV 增长较好，业绩兑现能力较强的珀莱雅；2) 赛道型标的：如深耕重组胶原蛋白高景气赛道，618 期间旗下品牌可复美表现较好的巨子生物；3) 改善型标的：如二季度低基数，疫情、超头、特渠等负面因素有所消化，销售数据边际改善的上海家化。

医美：产品端华东医药利拉鲁肽注射液肥胖或超重适应症获批，锦波生物登陆北交所。机构端朗姿股份发布定增预案，拟募资新建 5 家米兰柏羽医院、建设朗姿医美研究院、补充流动资金。推荐医美针剂龙头爱美客，医美业务增长较好、管线布局丰富的华东医药，头部服务机构朗姿股份。

风险提示

宏观经济增速承压导致终端消费需求不及预期的风险；原材料短缺或价格大幅波动；新产品或新品牌推广不及预期；线上流量成本提升；行业竞争加剧；行业政策及监管风险；疫情反复风险。

正文目录

1. 行情回顾.....	4
2. 行业月度数据跟踪.....	5
2.1. 食品饮料.....	5
2.1.1. 白酒.....	5
2.1.2. 啤酒.....	5
2.1.3. 乳制品.....	6
2.2. 化妆品.....	6
2.2.1. 淘系数据跟踪.....	6
2.2.2. 化妆品类零售额跟踪.....	8
3. 行业及上市公司动态.....	8
3.1. 行业动态及重点公司跟踪点评.....	8
3.2. 其它重要动态.....	10
4. 投资建议.....	15
4.1. 食品饮料.....	15
4.2. 美容护理.....	16
5. 风险提示.....	16

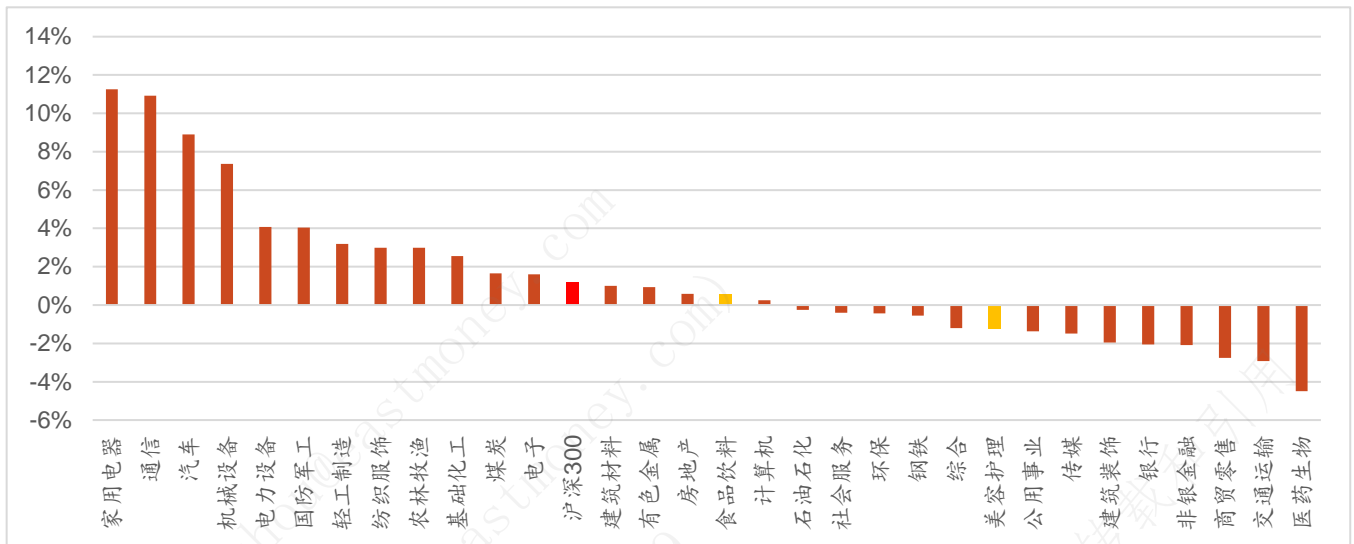
图目录

图 1. 2023 年 6 月申万一级行业月涨跌幅	4
图 2. 2023 年 6 月食品饮料行业涨幅前五的个股	4
图 3. 2023 年 6 月食品饮料行业跌幅前五的个股	4
图 4. 2023 年 6 月美容护理行业涨幅前五的个股	5
图 5. 2023 年 6 月美容护理行业跌幅前五的个股	5
图 6. 白酒月度产量（万千升）及同比	5
图 7. 京东白酒销售价格	5
图 8. 啤酒月度产量（万千升）及同比	6
图 9. 啤酒进口数量及均价	6
图 10. 全国乳制品产量（万吨/月）及同比	6
图 11. 国内主产区生鲜乳平均价（元/公斤）	6
图 12. 淘系护肤 GMV	7
图 13. 淘系彩妆 GMV	7
图 14. 限额以上单位化妆品类零售额同比和社零同比	8

1. 行情回顾

2023年6月，沪深300指数上涨1.16%。申万一级31个行业中，有17个行业上涨，家用电器、通信、汽车涨幅居前，医药生物、交通运输跌幅居前。食品饮料行业上涨0.55%，跑输沪深300指数0.61pct。美容护理行业下跌1.25%，跑输沪深300指数2.41pct。

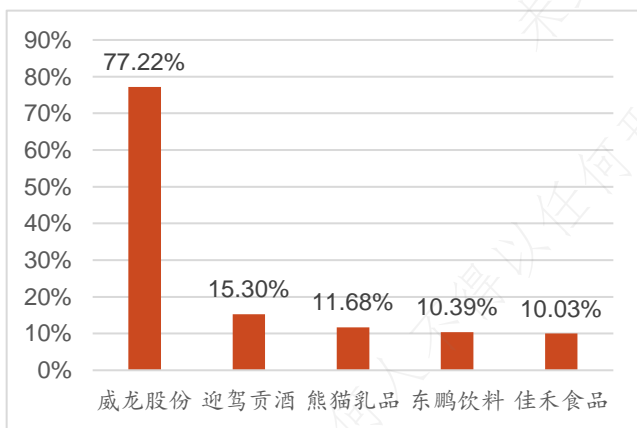
图 1. 2023 年 6 月申万一级行业月涨跌幅



资料来源：iFind，红塔证券

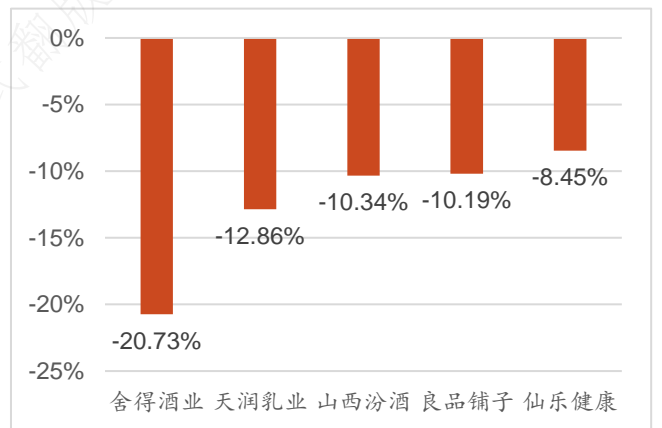
6月食品饮料行业涨幅居前的为威龙股份+77.22%、迎驾贡酒+15.30%、熊猫乳品+11.68%、东鹏饮料+10.39%、佳禾食品+10.03%；跌幅居前的为舍得酒业-20.73%、天润乳业-12.86%、山西汾酒-10.34%、良品铺子-10.19%、仙乐健康-8.45%。

图 2. 2023 年 6 月食品饮料行业涨幅前五的个股



资料来源：iFind，红塔证券

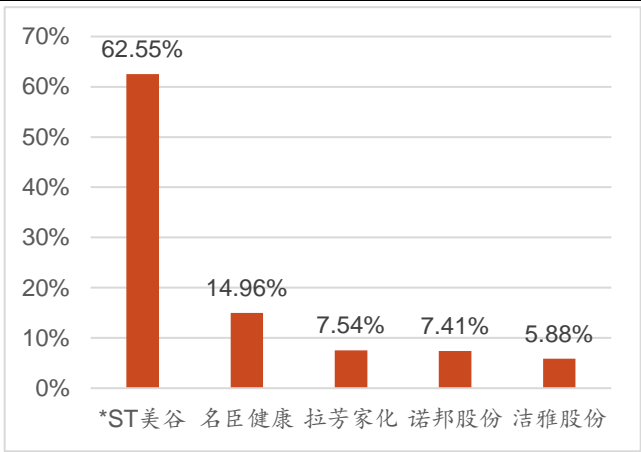
图 3. 2023 年 6 月食品饮料行业跌幅前五的个股



资料来源：iFind，红塔证券

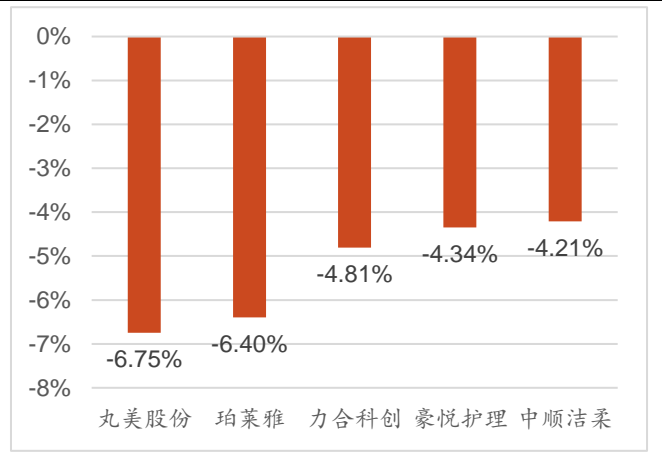
6月美容护理行业涨幅居前的为*ST美谷+62.55%、名臣健康+14.96%、拉芳家化+7.54%、诺邦股份+7.41%、洁雅股份+5.88%；跌幅居前的为丸美股份-6.75%、珀莱雅-6.40%、力合科创-4.81%、豪悦护理-4.34%、中顺洁柔-4.21%。

图 4. 2023 年 6 月美容护理行业涨幅前五的个股



资料来源: iFinD, 红塔证券

图 5. 2023 年 6 月美容护理行业跌幅前五的个股



资料来源: iFinD, 红塔证券

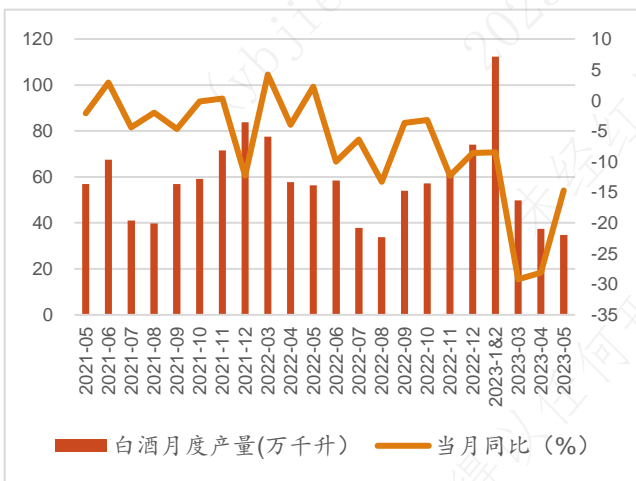
2. 行业月度数据跟踪

2.1. 食品饮料

2.1.1. 白酒

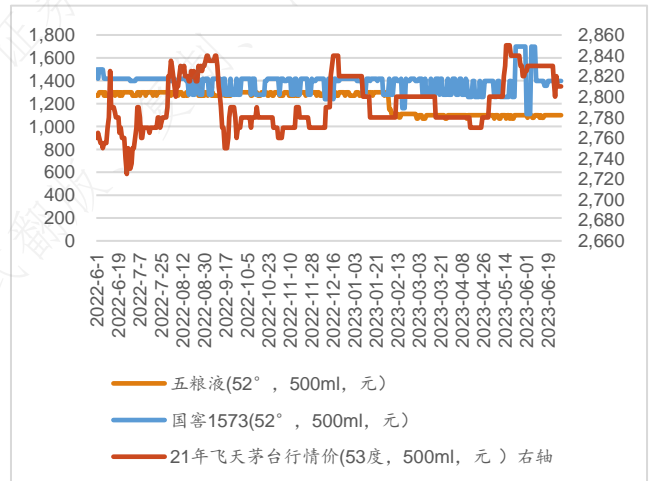
2023 年 5 月, 全国白酒产量 34.7 万千升, 同比-14.7%。截止 2023 年 6 月 30 日, 京东平台飞天茅台散装零售行情价 2810 元/瓶, 价格基本持平; 52 度五粮液零售价 1099 元/瓶, 价格基本持平; 国窖 1573 零售价 1399 元/瓶, 价格基本持平。

图 6. 白酒月度产量(万千升)及同比



资料来源: iFind, 红塔证券

图 7. 京东白酒销售价格

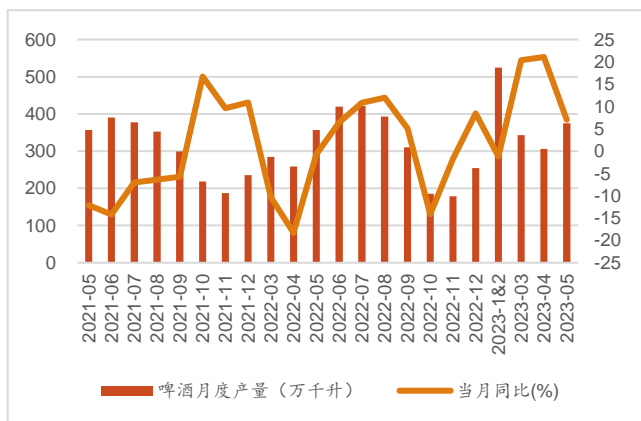


资料来源: iFind, 红塔证券

2.1.2. 啤酒

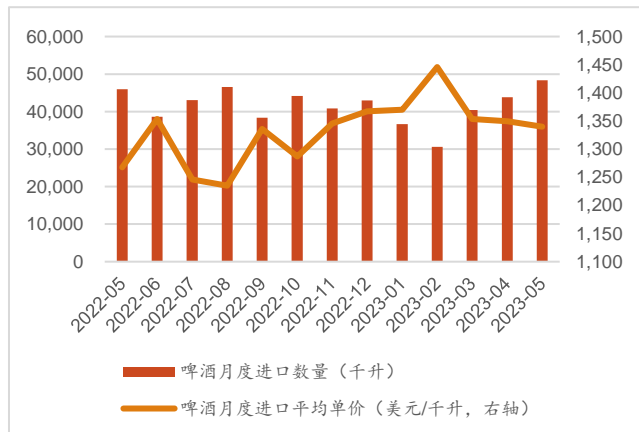
2023 年 5 月, 我国啤酒产量为 374.6 万千升, 同比+7%, 增速较上月有所放缓, 涨幅环比收缩, 主要因去年同期基数较高。我国进口啤酒数量为 48310 千升, 同比+5%, 进口平均单价为 1340 美元/千升, 同比+5.7%, 进口啤酒量价均有提升。

图 8. 啤酒月度产量（万千升）及同比



资料来源：iFind，红塔证券

图 9. 啤酒进口数量及均价

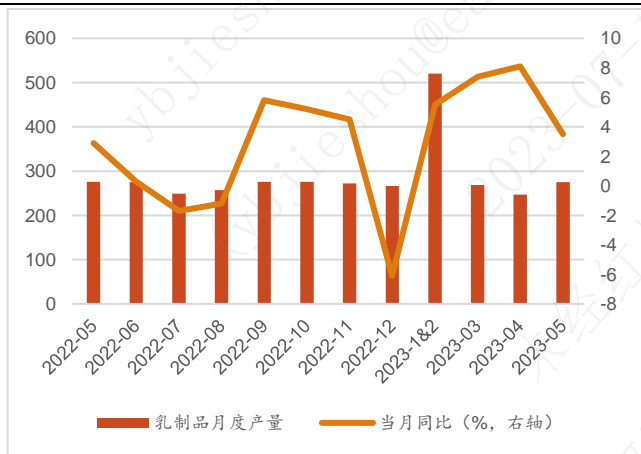


资料来源：iFind，红塔证券

2.1.3. 乳制品

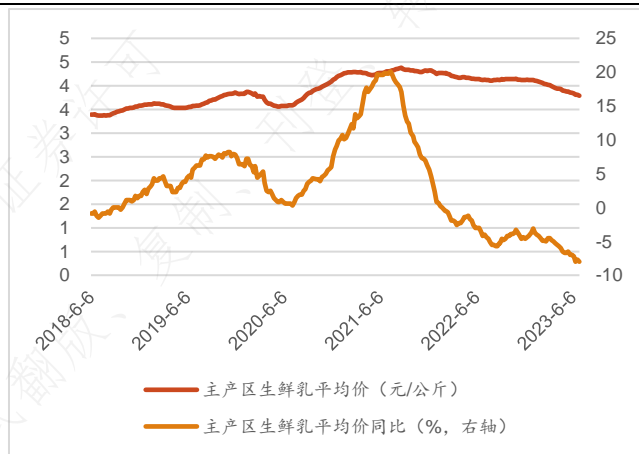
23 年 5 月乳制品累计产量 275.2 万吨，同比+3.5%，增速较上月有所回落；主产省份生鲜乳平均价格 3.79 元/公斤，同比-8%（截止 6 月 30 日），国内奶价继续高位回落。

图 10. 全国乳制品产量（万吨/月）及同比



资料来源：iFind，红塔证券

图 11. 国内主产区生鲜乳平均价（元/公斤）



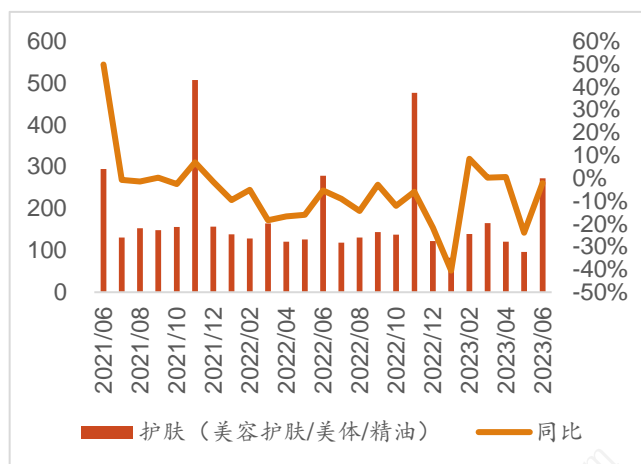
资料来源：iFind，红塔证券

2.2. 化妆品

2.2.1. 淘系数据跟踪

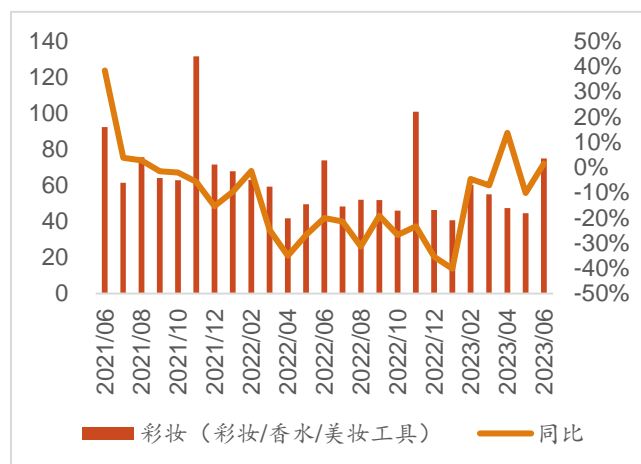
2023 年 6 月，淘系（天猫+淘宝）护肤+彩妆合计实现销售额 347.54 亿元，同比下降 1.4%，其中，护肤实现销售额 272.58 亿元，同比下降 2.1%，彩妆实现销售额 74.95 亿元，同比增长 1.5%。

图 12. 淘系护肤 GMV



资料来源：魔镜，红塔证券

图 13. 淘系彩妆 GMV



资料来源：魔镜，红塔证券

2023 年 6 月，美妆品牌在淘系平台的表现持续分化。各重点公司相关重点品牌在淘系平台的跟踪数据如下：

贝泰妮：薇诺娜淘系销售额 5.26 亿元，同比下降 11%；薇诺娜 Baby 淘系销售额 0.24 亿元，同比增长 57%。

珀莱雅：珀莱雅淘系销售额 10.33 亿元，同比增长 43%；彩棠淘系销售额 1.61 亿元，同比增长 71%。

华熙生物：润百颜淘系销售额 1.41 亿元，同比增长 14%；夸迪淘系销售额 2.20 亿元，同比下降 13%；米蓓尔淘系销售额 0.91 亿元，同比下降 30%；BM 肌活淘系销售额 1.11 亿元，同比增长 43%。

上海家化：佰草集淘系销售额 0.43 亿元，同比增长 45%；玉泽淘系销售额 0.72 亿元，同比增长 24%；六神淘系销售额 0.77 亿元，同比增长 10%。

丸美股份：丸美淘系销售额 0.69 亿元，同比增长 4%；恋火淘系销售额 0.55 亿元，同比增长 164%。

福瑞达：颐莲淘系销售额 0.94 亿元，同比增长 24%；瑷尔博士淘系销售额 1.77 亿元，同比增长 18%。

水羊股份：御泥坊淘系销售额 0.22 亿元，同比下降 46%；小迷糊淘系销售额 0.06 亿元，同比下降 58%；大水滴淘系销售额 0.17 亿元，同比下降 39%。

巨子生物：可复美淘系销售额 4.15 亿元，同比增长 252%；可丽金淘系销售额 0.62 亿元，同比增长 190%。

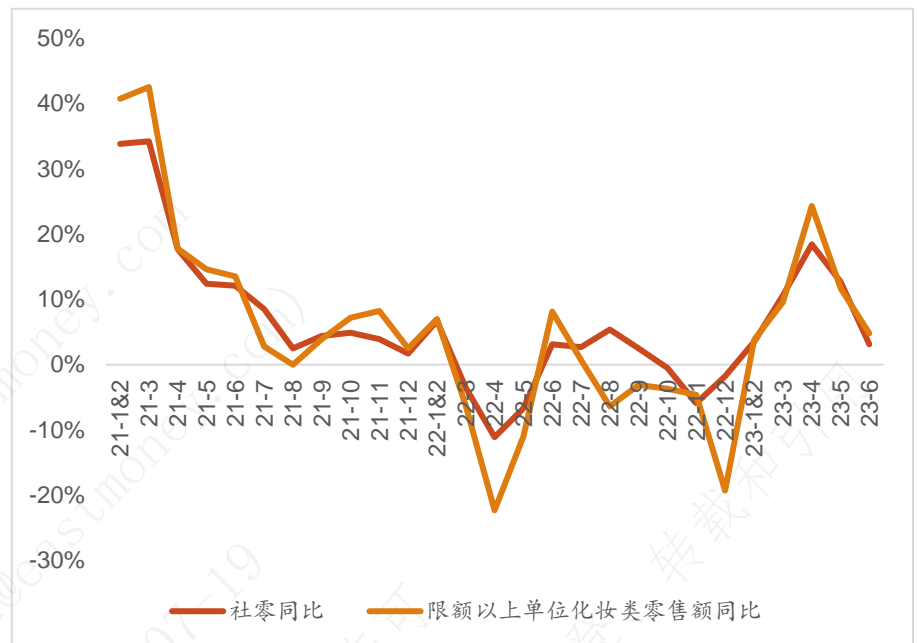
逸仙电商：完美日记淘系销售额 0.64 亿元，同比下降 52%。

上美股份：韩束淘系销售额 0.85 亿元，同比增长 36%；一叶子淘系销售额 0.26 亿元，同比下降 47%。

2.2.2.化妆品类零售额跟踪

2023年6月社会消费品零售总额39951亿元，同比增长3.1%，限额以上单位化妆品类零售额451亿元，同比增长4.8%，跑赢社零增速1.7pct。今年以来，在低基数、疫后消费复苏、线下渠道恢复、出行增加带动彩妆需求等因素作用下，化妆品消费有所回暖。

图 14. 限额以上单位化妆品类零售额同比和社零同比



资料来源：国家统计局，红塔证券

3.行业及上市公司动态

3.1.行业动态及重点公司跟踪点评

➤ 贵州茅台：发布2023年上半年主要经营数据公告

事件：经贵州茅台酒股份有限公司（以下简称“公司”）初步核算，2023年上半年，公司预计实现营业总收入706亿元左右（其中茅台酒营业收入591亿元左右，系列酒营业收入99亿元左右），同比增长18.8%左右；预计实现归属于上市公司股东的净利润356亿元左右，同比增长19.5%左右。（公司公告）

点评：贵州茅台2023H1业绩维持高增速，23H1预计茅台酒贡献营收591亿元左右，同比+18.3%左右，主要系直销比例提升及非标产品放量；系列酒贡献营收99亿元左右，同比+30.3%左右，得益于1935引领增长。

23Q2预计实现营收312亿元左右，同比+18.9%左右；实现归母净利润148亿元，同比+18.0%左右。对应23Q2预计茅台酒贡献营收254亿元左右，同比+20.2%；系列酒贡献营收49亿元左右，同比+17.2%左右。Q2单季度茅台酒维持高增，系列酒增速较一季度略有放缓。在产品结构与渠道改革的持续推进下，公司经营彰显韧性。

➤ **百润股份：发布 2023 年半年度业绩预告**

事件：公司预计归属于上市公司股东的净利润 4.1 亿元-4.5 亿元，较上年同期增长 90%-105%。（公司公告）

点评：预计 23Q2 归母净利润实现盈利 2.32-2.65 亿元，同比增长 80%-105%。百润股份作为预调酒的龙头，随着消费场景的修复及大单品清爽的销量攀升，公司业绩有望延续高增。中长期来看随着公司布局威士忌产能，有望打造第二增长曲线，为公司带来新的业绩增量。

➤ **华东医药：利拉鲁肽注射液肥胖或超重适应症获批**

事件：2023 年 7 月 4 日，华东医药公告称其全资子公司杭州中美华东制药有限公司收到国家药品监督管理局（NMPA）核准签发的《药品注册证书》，由中美华东申报的利拉鲁肽注射液肥胖或超重适应症的上市许可申请获得批准。（公司公告）

点评：利拉鲁肽为人胰高血糖素样肽-1（GLP-1）受体激动剂，与人 GLP-1 具有 97% 的序列同源性。GLP-1 类产品兼具减肥、降糖和心血管获益的功效，是相对成熟稳定和安全的靶点。利拉鲁肽注射液的原研企业为丹麦诺和诺德公司，其糖尿病适应症（商品名：Victoza®/诺和力®）于 2009 年、2010 年、2011 年分别获得欧洲药品管理局（EMA）、美国食品药品监督管理局（FDA）、中国国家食品药品监督管理局（现中国国家药品监督管理局，NMPA）批准，其肥胖或超重适应症（商品名：Saxenda®）于 2014 年、2015 年分别获得 FDA、EMA 批准，截至目前该适应症尚未在国内获批。从市场规模看，Victoza®2022 年全球销售额为 123.22 亿丹麦克朗（约为人民币 123.28 亿元），其中中国市场（含中国大陆、香港和台湾）销售额为 14.78 亿丹麦克朗（约为人民币 14.79 亿元）。Saxenda®2022 年的全球销售额总计为 106.76 亿丹麦克朗（约为人民币 106.81 亿元）。从竞争格局看，目前在中国大陆仅有中美华东及原研企业拥有利拉鲁肽注射液糖尿病适应症的上市批文，且中美华东为中国大陆首家也是目前唯一一家拥有利拉鲁肽注射液肥胖或超重适应症上市批文的医药企业。

➤ **珀莱雅：发布 2023 年半年度业绩预告**

事件：经初步核算，预计 2023 年上半年实现归母净利润 4.6-4.9 亿元，同比增长 55%-65%；实现扣非归母净利润 4.35-4.65 亿元，同比增长 55%-66%（公司公告）

点评：根据半年度业绩预告和一季报，测算 23Q2 单季度归母净利润 2.52-2.82 亿元，同比增长 82%-104%。我们认为，业绩高增主要系：1) 618 大促多品牌表现亮眼。根据珀莱雅股份微信公众号发布的 618 战报，2023 年 618 期间，主品牌珀莱雅成交金额排名天猫国货美妆第一、美妆行业第四，渠道 GMV 同比增长 80%+，抖音排名国货美妆第一、美妆行业第六，渠道 GMV 同比增长 80%+，京东排名国货美妆第一，美妆行业第九，渠道 GMV

同比增长 70%+；彩妆品牌彩棠成交金额排名天猫国货彩妆第二、彩妆行业第六，渠道 GMV 同比增长 50%+，抖音排名彩妆行业第四，渠道 GMV 同比增长 70%+；洗护品牌 Off & Relax 天猫官方旗舰店、海外旗舰店分列天猫头发清洁&美发护发双类目店铺排名 Top15、国际店铺排名 Top5，双店总销售额同比增长 300%+，抖音排名头发护理类目品牌 TOP16，品牌销售同比增长 60%+；定位年轻油皮的悦芙媞 618 期间天猫 GMV 同比增长 30%+，抖音 GMV 同比增长 130%+。2) 22Q2 公司受羽感防晒退货事件的影响导致净利润基数较低。

3.2.其它重要动态

➤ 食品饮料酒业

前 5 月酒饮茶制造业营收 6460 亿。6 月 28 日，国家统计局发布数据，1-5 月，全国规上工业企业实现营业收入 51.39 万亿元，同比增长 0.1%；实现利润总额 26688.9 亿元，同比下降 18.8%。其中酒、饮料和精制茶制造业实现营业收入 6460.1 亿元，同比增长 5.9%；实现利润总额 1107.9 亿元，同比增长 11.5%。（云酒头条）

京东 618 酒类成交额增长 80%。6 月 19 日，京东酒业发布 618 全时期战报，自 5 月 31 日 20 点至 6 月 18 日 24 点，京东超市酒类实现成交额同比增长 80%，用户同比增长 60%。从细分品类看，白酒成交额同比增长 80%、宁夏葡萄酒成交额同比增长 170%、白色烈酒成交额同比增长 120%、精酿&鲜啤成交额同比增长 210%。重点品牌方面，茅台成交额同比增长 2 倍，奔富成交额同比增长 7 倍，口子窖、贺兰红成交额同比增长 2 倍，今世缘、人头马、张裕可雅、雪花、百威、洋河、舍得、布赫拉迪等品牌成交额同比增长均超 100%；从不同酒种看，茅台、张裕、人头马、青岛啤酒、古越龙山分别登顶白酒、葡萄酒、洋酒、啤酒、黄酒品类榜首。（云酒头条）

抖音 618 酒类榜单出炉。近日，抖音 618 好物节酒水行业战报出炉，此次 618 期间酒水行业 GMV 同比增长 90%+，国产白酒 GMV 同比增长 99%，泛商城 GMV 同比增长 700%，支付 GMV 破百万爆品达到 26 个。白酒品牌前十为茅台、五粮液、汾酒、洋河、泸州老窖、习酒、郎酒、远明、沙河、剑南春；葡萄酒品牌排名前三的为张裕、木莱特和云南红；啤酒品牌排名前三的为青岛、百威、喜力。行业大商榜单中，1919 卖场旗舰店、玫到家酒类专营店、歌德老酒行卖场旗舰店位列前三（云酒头条）

➤ 食品饮料白酒

6 月份全国白酒月环比价格指数略微上涨。全国白酒价格调查资料显示，6 月份全国白酒月环比价格指数为 100.07，上涨 0.07%。其中名酒环比价格指数为 100.07，上涨 0.07%；地方酒环比价格指数为 100.15，上涨 0.15%；基酒环比价格指数为 99.92，下跌 0.08%。从月定基价格指数看，6 月份全国白酒月定基价格指数为 110.68，上涨 10.68%。其中，名酒定基价格指数为

114.20，上涨 14.20%；地方酒定基价格指数为 106.24，上涨 6.24%；基酒定基价格指数为 108.09，上涨 8.09%。（云酒头条）

贵州茅台：发布 2022 年年度权益分派实施公告。每股派发现金红利 25.91 元（含税），共计派发现金红利 325.49 亿元，除息日为 6 月 30 日。（公司公告）

贵州茅台：以价值 875.24 亿美元第六度蝉联 BrandZ 最具价值全球品牌排行榜酒类榜单首位。6 月 14 日，凯度 BrandZ 发布了 2023 年最具价值全球品牌排行榜，茅台以价值 875.24 亿美元第六度蝉联酒类榜单首位。今年，上榜百强榜单的品牌总价值达 6.9 万亿美元，与 2022 年相比有所下降。此次共计 14 个中国品牌上榜，茅台位居其三，仅次于腾讯(1410.20 亿美元)、阿里巴巴(918.98 亿美元)。（云酒头条）

五粮液：在河北建储销基地。6 月 26 日，河北行唐县与河北科丰供应链管理有限公同就京东云仓五粮液白酒华北储销基地项目签订协议，标志着该项目正式落户行唐县。该项目选址位于行唐经济开发区，投资 10 亿元，主要建设数据中心、销售中心、丙类二级仓房及相关辅助设施，总建筑面积约 9 万平方米。该项目目前土地调规、评估等工作已完成，即将启动招拍挂程序，计划 7 月份进场施工，12 月份建成投用。项目投用后，可年储销吞吐量 200 万吨，年销售收入 16 亿元。（云酒头条）

泸州老窖：泸州老窖集团有限责任公司发生股权变更。变更后，泸州市国有资产监督管理委员会出资 22.39 亿元，持股比例 80%；四川省财政厅与泸州发展控股集团有限公司分别出资 2.80 亿元，持股比例分别为 10%；公司经营范围也出现变更，变更后增加“旅客票务代理和商务代理代办服务”。（云酒头条）

洋河股份：6 月 14 日公司发布 2022 年年度权益分派实施公告。以实施利润分配方案时股权登记日的总股本（不含公司回购专用证券账户中持有的回购股份）为基数，用未分配利润向全体股东每 10 股派发现金红利人民币 37.40 元（含税），不送红股、不转增股本。鉴于上市公司回购专用证券账户中的股份不享有利润分配、公积金转增股本等权利，公司回购专用证券账户中持有公司股票 54 万股，实际参与分配的股本为 15.06 亿股。（公司公告）

顺鑫农业：资产重组。北京顺鑫佳宇为北京顺鑫农业全资子公司，公司拟通过在北京产权交易所挂牌的方式公开转让顺鑫佳宇 100%的股权，按照评估结果确定挂牌价格为人民币 309,849.30 万元。（公司公告）

老白干酒：6 月 15 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 9.15 亿股为基数，每股派发现金红利 0.3 元（含税），共计派发现金红利 2.74 亿元。【山西汾酒】6 月 15 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 12.20 亿股为基数，每股派发现金红利 3.32 元（含税），共计派发现金红利 40.50 亿元。（公司公告）

➤ 食品饮料啤酒

前5月新增啤酒企业3876家。企查查数据显示，截至6月9日，全国现存啤酒相关企业超7万家。2023年前5月，中国新增啤酒相关企业3876家，与2022年同期相比，上涨26.75%。从区域分布来看，山东以8804家啤酒相关企业位居第一；甘肃、黑龙江分别有6242家、4392家，分列第二、第三名。从城市分布上来看，青岛以2558家啤酒相关企业位居榜首。（云酒头条）

青岛啤酒：青岛啤酒股份有限公司发布《2022年年度A股权益分派实施公告》。本次利润分配以方案实施前的本公司总股本1,364,232,790股为基数，2022年度每股派发现金红利人民币1.30元（含税），2023年是青岛啤酒品牌创立120周年，本公司上市30周年，值此青岛啤酒百廿华诞之际，为回馈广大股东对青岛啤酒的关爱和支持，本公司再派发特别红利每股现金人民币0.50元（含税），共计每股派发现金红利人民币1.80元（含税），共计派发现金红利2,455,619,022元（含税）（公司公告）

青岛啤酒：股东减持。姜宗祥先生于2023年6月21日向本公司发送《关于减持青岛啤酒股票结果告知函》，姜宗祥先生于2023年6月21日通过上海证券交易所集中竞价方式累计减持本公司股份10,000股。截至本公告披露日，姜宗祥先生减持数量已达到其减持股份计划数量上限，故本次减持计划实施完毕。（公司公告）

青岛啤酒：产品结构升级表现强劲。6月16日，青岛啤酒召开2022年度股东大会提到，1-5月产品结构升级表现强劲，其中经典增长超13%，纯生增长超30%，白啤增长超50%；青岛原浆、DRAFT纯生为长期战略单品，已覆盖所有场所。在费用端，体育营销费用缩减，同时加大线下活动投入，扩大啤酒节开展范围，整体费用率保持平稳微降。（酒业家）

重庆啤酒：乌苏啤酒首次推出风景罐系列啤酒。6月18日，“守望独库·绿动先行”2023年独库公路通车节在新疆克拉玛依市独山子区独库大本营举办。活动现场，乌苏啤酒作为此次通车节赞助商以“横越天堑碰杯乌苏”为主题举行新品上市发布仪式，推出风景罐系列产品。这是乌苏啤酒首次推出风景罐系列啤酒。该系列将新疆两大硬核之路——独库公路和盘龙古道放置到罐身，体现了“重弯斗折，迂回定登峰；峰峦叠嶂，迈步越极境”和“不服来战”的硬核精神。（啤酒板）

燕京啤酒：发布2022年度分红派息实施公告。每10股派现金0.8元，拟分配现金股利2.25亿元，除息日7月4日。（公司公告）

燕京啤酒：燕京啤酒将布局新精酿生产基地。燕京啤酒表示，公司深入推行一企一策，对弱势企业实行精准帮扶，同时通过盘活闲置土地和房产资源，实现良性发展。此外，北京、广西两大精酿啤酒生产基地布局已成为高端品牌与产品快速孵化的生产基地，公司将根据市场需要，布局其他新的精酿生产基地。（云酒头条）

燕京啤酒：燕京漓泉精酿线改造进入环评。近日，燕京啤酒（桂林漓泉）股份有限公司发布精酿线扩建及瓶装生产线搬迁改造项目环境影响评价信息报批前公示。建设内容包括新增一条精酿糖化生产线，将位于原一线厂房一层的瓶装生产线搬迁至九线厂房二层，新增主要设备包括 1 个 20 吨大米筒仓、3 个 16.5 吨麦芽筒仓、1 套 30 吨锅糖化线及配套设施设备、10 个有效容积为 30 吨的发酵罐、10 个有效容积为 50 吨的发酵罐等。本期项目内容主要是调整啤酒结构和进行产品升级，不涉及啤酒产量的增加。（云酒头条）

➤ 食品饮料乳制品

新乳业：6 月 13 日公司发布 2022 年年度权益分派实施公告。以实施权益分派股权登记日登记的总股本为基数，向全体股东每 10 股派发现金股利 0.85 元（含税），不送红股，不以资本公积转增股本。（公司公告）

皇氏集团：股份减持。控股股东黄嘉棣先生于 2023 年 6 月 28 日、2023 年 6 月 29 日通过证券交易所的大宗交易方式减持公司股份 863 万股、343 万股，合计减持公司股份 1,206 万股，占公司总股本的 1.39%。（公司公告）

燕塘乳业：6 月 16 日公司发布 2022 年年度权益分派实施公告。公司以总股本 1.57 亿股为基数，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 3147 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。（公司公告）

➤ 食品饮料其他

百润股份：发布关于投资生产基地扩建项目与募集资金用于项目投资进展的公告。1、孙公司巴克斯（佛山）拟投资 3 亿元（其中固定资产投资 1.85 亿元）用于基酒预处理项目；孙公司巴克斯（天津）拟投资不低于 2 亿元用于投资扩建项目 2、公司发行可转债募集资金 11.13 亿元用于孙公司巴克斯（成都）投资麦芽威士忌陈酿熟成项目，计划于 23 年 6 月开工。（公司公告）

古越龙山：发布董事、监事、高级管理人员增持公司股份的公告。公司董事长孙爱保和副董事长、总经理徐东良等 14 名董事、监事、高级管理人员共增持 163.31 万股公司股票，占总股本的 0.179%，增持均价为 9.73 元/股。（公司公告）

➤ 化妆品原料端

湃肤生物冲击 IPO。湃肤生物主要从事多肽产品的研发、生产、销售及相关服务，为国内市场份额最大的多肽化妆品原料生产企业。公司 IPO 已获深交所受理，拟在创业板挂牌上市。本次公开发行股票数量不超过 1390.3066 万股，占发行后股份总数的比例不低于 25%。本次拟投入募集资金额 12.45 亿元，主要募投项目为多肽产业园建设项目、药物肽研发项目、化妆品用多肽研发项目以及补充流动资金等。（新京报）

科思股份：拟投资建设“高端个人护理品产业基地二期项目”。公司与南京江宁经济技术开发区管理委员会于2023年6月19日签订了《投资建设协议》，计划投资建设“高端个人护理品产业基地二期项目”，主要建设个人护理品生产中心、研发中心、产品应用中心、分析中心及配套功能区。项目投资总额不低于3.5亿元（包括但不限于所有与项目建设、运营相关的购买土地、厂房建设、购买设备、研发投入、融资贷款以及流动资金等），用地面积约30亩（具体位置及面积以规划资源部门批复为准）。（公司公告）

➤ 化妆品品牌端

上海家化：发布618战报。2023年618期间，公司全渠道全品牌同比增长34%。分品类看，美妆同比增长51%，个护家清同比增长29%；分渠道看，全品牌天猫平台同比增长31%，全品牌抖音平台同比增长270%，全品牌快手平台同比增长275%，拼多多个护家清增长100%；分品牌看，玉泽全渠道增长73%，佰草集全渠道增长46%，六神全渠道增长29%，典萃全渠道增长144%。（上海家化微信公众号）

上海家化：发布2023年半年度业绩预告。预计23H1实现归母净利润2.85-3.15亿元，同比增长81%-100%；扣非归母净利润2.49-2.75亿元，同比增长24%-37%。（公司公告）

巨子生物：发布618战报。2023年618期间，可复美线上全渠道GMV同比增长165%+，天猫官方旗舰店GMV同比增长180%+，抖音官方旗舰店GMV同比增长165%+，京东自营旗舰店GMV同比增长80%+，唯品会官方旗舰店GMV同比增长75%+；可丽金618全周期线上全渠道GMV同比增长70%+，天猫官方旗舰店GMV同比增长135%+，京东官方旗舰店GMV同比增长50%+，唯品会官方旗舰店GMV同比增长60%+，拼多多官方旗舰店GMV同比增长170%。（巨子生物微信公众号）

➤ 医美产品端

锦波生物：北交所IPO。7月13日，公司发布发行结果公告，本次发行采用战略配售和网上发行相结合的方式进行。网上发行获配户数为1.10万户，网上获配股数为475万股，网上获配金额为2.33亿元，网上获配比例为0.66%。本次发行战略配售股份合计100万股，占本次发行规模的20%（不含超额配售部分股票数量），发行价格49元/股，战略配售募集资金金额合计4900万元，引入中信证券锦波生物员工参与北交所战略配售1号集合资产管理计划、晨鸣（青岛）资产管理有限公司、新长期（海南）私募基金管理有限公司3家战投。（公司公告）

奇致激光发布公告说明公司公开发行股票并在北交所上市辅导情况。奇致激光与长江证券承销保荐有限公司签订了《首次公开发行股票并上市辅导协议书》。公司于2023年6月12日向中国证券监督管理委员会湖北监管局

报送了辅导备案登记申请材料。中国证券监督管理委员会湖北监管局于 2023 年 6 月 14 日对公司提交的辅导备案申请予以受理，公司自 2023 年 6 月 14 日开始进入辅导期，辅导机构为长江承销保荐。（公司公告）

➤ 医美机构端

朗姿股份：公司发布《2023 年向特定对象发行 A 股股票预案》。拟向不超过 35 名特定投资者发行股票募集资金总额不超过 16.68 亿元，募集资金扣除发行费用后将用于建设成都锦江、重庆、郑州、青岛、昆明米兰柏羽医院，建设朗姿医美研究院，以及补充流动资金。（公司公告）

4. 投资建议

2023H1 社会消费品零售总额 227588 亿元，同比+8.2%，比 Q1 加快 2.4 个百分点。按消费类型分，商品零售 203259 亿元，+6.8%；餐饮收入 24329 亿元，+21.4%。6 月份，社会消费品零售总额同比+3.1%，环比+0.23%，前值 12.7%，增速有所回落。

根据文化和旅游部，2023 年端午假期全国国内旅游出游 1.06 亿人次，实现国内旅游收入 373.10 亿元，按可比口径分别恢复至 2019 年同期的 112.8% 和 94.9%，出行旅游的人群人均支出较 2019 年同期低 14.1%，整体看，出游热情不减，但游客人均消费恢复度仍有限。端午消费平稳复苏，消费潜力仍待激发。

4.1. 食品饮料

白酒：当前处于温和复苏阶段，品牌和区域继续分化。二季度是白酒消费淡季，行业处于去库存阶段，价盘整体平稳。高端白酒中长期具备穿越周期逻辑，目前估值合理，建议继续关注贵州茅台、五粮液、泸州老窖。

啤酒：啤酒行业旺季来临，动销有望加速。各地啤酒节频繁举办，暑期旅游、全国高温天气等因素进一步利好啤酒的动销，包材、大麦等价格呈下行趋势。啤酒高端化的趋势继续演进，目前龙头青岛啤酒 PE35 倍左右，处于历史分位数的 45% 左右；华润啤酒 PE33 倍左右，位于历史分位数的 37%；目前重庆啤酒 PE33 倍左右，处于历史分位数的 6.5% 左右，随着新疆旅游的火爆和独库公路的催化，以及疆外市场的拓展，乌苏动销有望加速恢复；同时建议关注燕京啤酒潜在改革机会，目前 PE82 倍，位于历史分位数的 66%。

乳制品：需求端弱复苏，成本端不断改善。原奶成本继续回落，乳品生产企业成本压力得到缓解，乳企利润率有望改善。继续关注估值处于底部区间的伊利、蒙牛以及低温乳赛道具备竞争优势的新乳业。

4.2.美容护理

化妆品：2023年6月，淘系（天猫+淘宝）护肤+彩妆合计实现销售额347.54亿元，同比下降1.4%；限额以上单位化妆品类零售额451亿元，同比增长4.8%，表现优于社零增速1.7pct。行业持续弱复苏，品牌线上表现分化明显。7月开始陆续进入中报业绩披露期，建议关注三条投资主线：1) 稳健型标的：如多品牌GMV增长较好，业绩兑现能力较强的珀莱雅；2) 赛道型标的：如深耕重组胶原蛋白高景气赛道，618期间旗下品牌可复美表现较好的巨子生物；3) 改善型标的：如二季度低基数，疫情、超头、特渠等负面因素有所消化，销售数据边际改善的上海家化。

医美：产品端华东医药利拉鲁肽注射液肥胖或超重适应症获批，锦波生物登陆北交所。机构端朗姿股份发布定增预案，拟募资新建5家米兰柏羽医院、建设朗姿医美研究院、补充流动资金。推荐医美针剂龙头爱美客，医美业务增长较好、管线布局丰富的华东医药，头部服务机构朗姿股份。

5.风险提示

宏观经济增速承压导致终端消费需求不及预期的风险；原材料短缺或价格大幅波动；新产品或新品牌推广不及预期；线上流量成本提升；行业竞争加剧；行业政策及监管风险；疫情反复风险。

研究团队首席分析师

宏观总量组	消费组	生物医药组	智能制造组	高新技术组
李奇霖 021-61634272	黄瑞云 010-66220148	代新宇 0871-63577083	王雪萌 0871-63577003	肖立戎 0871-63577083
新材料新能源	汽车	质控风控	合规	
唐贵云 0871-63577091	宋辛南 0871-63577091	李雯婧 0871-63577003	周明 0871-63577083	

红塔证券投资评级：

以报告日后 6 个月内绝对收益为基准：

类别	级别	定义
行业 投资评级	强于大市	未来 6 个月内行业指数相对大盘涨幅 10%以上
	中性	未来 6 个月内行业指数相对大盘涨幅 10%至-10%之间
	弱于大市	未来 6 个月内行业指数相对大盘涨幅-10%以下

公司声明：

本公司经中国证券监督管理委员会核准，取得证券投资咨询业务许可。

本报告署名分析师具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格并注册为证券分析师。

免责声明：

本报告仅供红塔证券股份有限公司（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本公司的客户。

本报告的作者是基于独立、客观、公正和审慎的原则制作本研究报告。本报告的信息来源合法合规，本公司力求但不能担保其准确性或完整性，也不保证本报告所含信息保持在最新状态。本报告所载的资料、意见及推测仅反映本公司于发布本报告当日的判断，本报告中的证券或投资标的价格、价值及投资收入可能会波动。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。投资者应当自行关注。

本公司已采取信息隔离墙措施控制存在利益冲突的业务部门之间的信息流动，以尽量防范可能存在的利益冲突。在法律许可的情况下，本公司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或者争取提供承销保荐、财务顾问等投资银行服务或其他服务。因此，投资者应当考虑到本公司可能存在影响本报告客观性的潜在利益冲突，投资者不应将本报告视为作出投资决策的唯一参考因素

市场有风险，投资需谨慎。本报告中的观点、结论仅供投资者参考，不构成投资建议。本报告也没有考虑到个别投资者特殊的投资目标、财务状况或需要，投资者应考虑本报告中的任何意见或建议是否符合其特定状况。投资者不应以本报告取代其独立判断或仅根据本报告做出决策。在决定投资前，如有需要，投资者应向专业人士咨询并谨慎决策。除法律法规规定必须承担的责任外，本公司不对任何人因使用本报告中的任何内容所引致的任何损失承担责任。

本报告版权仅为本公司所有，未经书面许可，任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制或发布。否则，本公司将保留随时追究其法律责任的权利。如征得本公司同意后引用、刊发，则需注明出处为“红塔证券股份有限公司证券研究所”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节和修改。任何有关本报告的摘要或节选都不代表本报告正式完整的观点，一切须以本公司向客户发布的本报告完整版本为准。所有于此报告中使用的商标、服务标记及标记均为本公司的商标、服务标记及标记。

红塔证券股份有限公司版权所有。

红塔证券股份有限公司对本声明条款具有惟一修改权和最终解释权。