



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
 chenyujun@gjzq.com.cn

速冻展会调研反馈，头部企业稳健增长

投资建议

速冻食品：上半年整体消费端呈现弱复苏态势，社会餐饮经过年初的报复性消费后，进入5月份以来明显转淡，但是连锁餐饮、团餐与乡厨仍维持较好的增长，行业整体依旧维持增长。从渠道结构上看，速冻食品大B端恢复较快，小B端也呈现稳步增长态势，而C端则受之前高基数影响，部分企业C端反而呈现下滑。

面对市场变化，企业也通过持续推出新品、开拓新渠道、降价等方式提振业绩，但是头部企业价盘依旧较稳，部分品类竞争有所加剧；蒸煎饺、虾滑、酸菜鱼等大单品仍有较好增长势头，小龙虾因渠道库存较大终端售价拖累。从渠道把控能力来看，拥有大单品体量优势与新品研发优势的企业在渠道中话语权更强。随着销售旺季到来，Q3预计边际改善，建议关注B端渠道把控能力强，大单品增长弹性足的企业。

白酒板块：中秋&国庆备货期逐渐来临，当前渠道预期中秋&国庆动销仍会同比有所增长，酒企预计会通过费用加大投放等方式尽快抢占回款，因此对部分品牌价格表现预期短期会有阶段性波动。短期市场担忧主要在于自上而下对行业复苏斜率预期的波动，我们认为基本面持续向好的态势未改，建议关注酒企各自规模持续提升进程中核心能力的建设。当前仍首推高端及赛道龙头，关注区域强势品种及次高端标的。

啤酒：本周啤酒股价有所调整，是对暴雨天气、升级持续性的担忧。

华润7月次高及以上销量增速7%（2年复合增速11%+，基本与前几个月趋势接近），其中喜力增速43%、纯生增速9%、老雪增速60%、superX有所下滑。我们认为，1-7月次高及以上增速23%+，全年20-25%增速目标完成压力并不大。喜力才是支撑估值的关键，纯生高基数下稳中有进，superX本身期待不高（且后续存在换代升级、边际改善的可能），H1利润有望维持+20%以上。

行业9月起将进入低基数，叠加淡季常态化提价（幅度有限）、估值切换（当前龙头24年估值普遍在19-23X），年底对来年成本预算也将更明确（大麦有望明显改善）。

调味品：7月出货端较为平淡，但动销端有所好转，库存逐步优化。展望下半年，基本面持续环比改善，Q3普遍低基数、原材料成本下降滞后反馈在报表端、节假日较多餐饮消费动力更为充足。优先推荐具备估值性价比、经营管理逻辑理顺的龙二。

休闲食品：7月虽为销售淡季，但小零食公司反馈主力渠道如电商、零食专营店的月销环比仍有增长，同比亦延续Q2高增态势。下半年月度销售基数将逐步提升，应客观看待同比增速放缓迹象，更加重视新渠道、新品类月销环比变化。持续看好最早拥抱新渠道、具备业绩超预期可能性的小零食龙头。

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：冻品展会见闻与企业情况分享.....	4
二、本周行情回顾.....	6
三、食品饮料行业数据更新.....	9
四、公司公告与事件汇总.....	11
4.1 公司公告精选.....	11
4.2 行业要闻.....	11
4.3 近期上市公司重要事项.....	12
五、风险提示.....	12

图表目录

图表 1： 上半年食品生产企业业绩分化.....	4
图表 2： 经销商、供应链与终端零售企业下滑占比较多.....	4
图表 3： 生产企业通过新品与新渠道增长.....	4
图表 4： 接近一半的企业今年有更多新品上市.....	4
图表 5： 三全食品产品线丰富.....	5
图表 6： 中国预制菜企业知名度情况.....	5
图表 7： 我国人均牛羊肉消费量逐年增加.....	5
图表 8： 我国牛肉对进口依赖度较高.....	5
图表 9： 本周行情.....	7
图表 10： 周度申万一级行业涨跌幅.....	7
图表 11： 当周食品饮料子板块涨跌幅.....	7
图表 12： 申万食品饮料指数行情.....	7
图表 13： 周度食品饮料板块个股涨跌幅 TOP10.....	8
图表 14： 食品饮料板块沪（深）港通持股金额 TOP20.....	8
图表 15： 非标茅台及茅台 1935 批价走势（元/瓶）.....	9
图表 16： i 茅台上市至今单品投放量情况（瓶）.....	9
图表 17： 白酒月度产量（万千升）及同比（%）.....	10
图表 18： 高端酒批价走势（元/瓶）.....	10
图表 19： 国内主产区生鲜乳平均价（元/公斤）.....	10
图表 20： 中国奶粉月度进口量及同比（万吨，%）.....	10
图表 21： 啤酒月度产量（万千升）及同比（%）.....	11
图表 22： 啤酒进口数量（千升）与均价（美元/千升）.....	11



图表 23: 近期上市公司重要事项 12



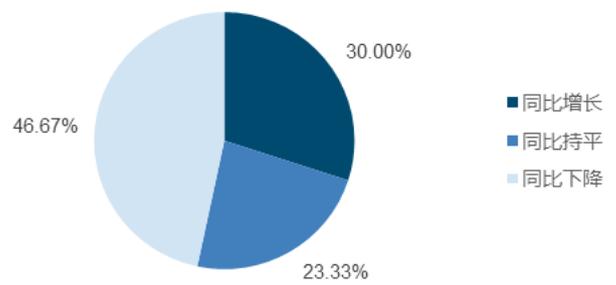
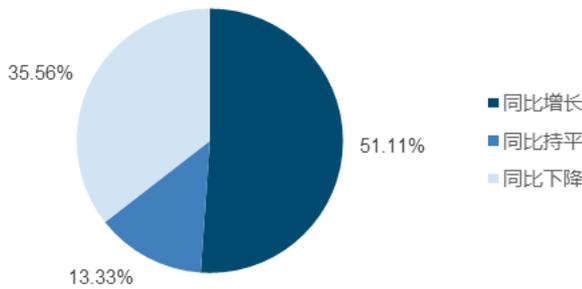
一、周专题：冻品展会见闻与企业情况分享

■ 速冻品

随着疫情的开放,上半年整体消费端呈现弱复苏态势,社会餐饮经过年初的报复性消费后,进入5月份以来明显转淡,但是连锁餐饮、团餐与乡厨仍维持较好的增长。从渠道结构上看,速冻食品大B端恢复较快,小B端也呈现稳步增长态势,而C端则受之前高基数影响,部分企业C端反而呈现下滑态势,行业整体依旧维持增长。根据冷冻食品公众号数据,生产企业上半年大约有51%实现同比增长,13%同比去年持平,36%同比去年出现下滑。其中大型企业经营韧性较强,依托对渠道的把控力、价盘的稳定性以及对餐饮渠道的开拓,大型企业实现稳健增长,行业的内卷加剧使得马太效应凸显,中小型企业业绩稳定性较差。从经销商与终端零售数据来看,下滑的比例为47%,餐饮端的修复仍需时间,根据下游渠道反馈,学生放假以来餐饮端或较之前有所好转。冻肉产品上半年行情低迷,部分冻肉贸易商开始搭配售卖调理制品,行业竞争者的增加或是原有经销商销量下滑的因素之一。

图表1: 上半年食品生产企业业绩分化

图表2: 经销商、供应链与终端零售企业下滑占比较多



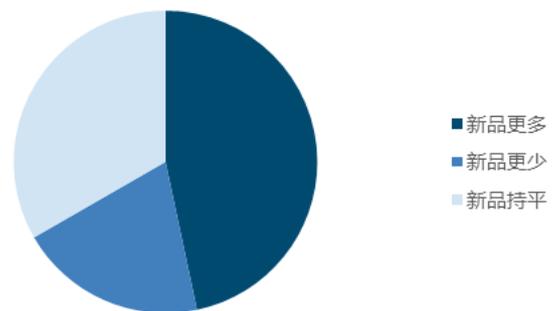
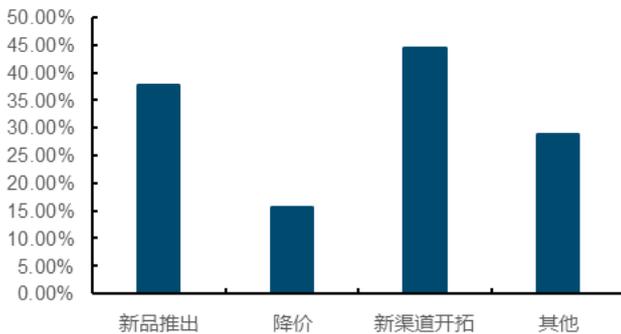
来源：冷冻食品，国金证券研究所（调研样本）

来源：冷冻食品，国金证券研究所（调研样本）

面对市场变化,企业也通过持续推出新品、开拓新渠道、降价等方式提振业绩,根据调研数据,上半年实现业绩增长的企业有38%推出了新品、16%对部分产品进行降价、44%进行了新渠道的开拓以及29%进行了其他方式。市场上蒸煎饺、小酥肉、纯肉肠、酸菜鱼等大单品销售依旧火爆,多家经销商反馈较去年销售仍保持较好增长势头,新品与大单品依旧是冻品企业增长的重要动力。市场上也不乏企业通过降低终端产品售价来提振销量,今年行业竞争相对激烈,经销商销售部分产品的毛利率较去年略有下滑,但是优质品牌仍有一定的议价能力。

图表3: 生产企业通过新品与新渠道增长

图表4: 接近一半的企业今年有更多新品上市



来源：冷冻食品，国金证券研究所（调研样本）

来源：冷冻食品，国金证券研究所（调研样本）

今年虽然经济恢复速度略低于此前预期,但是食品行业整体处于稳步增长态势,而头部企业相较中小企业表现出充足的经营韧性,并且在较为低迷的环境中积极寻找新的增长路径。从渠道把控能力来看,拥有大单品体量优势与新品研发优势的企业在渠道中话语权更强。随着销售旺季到来,Q3预计边际改善,建议关注B端渠道把控能力强,大单品增长弹性足的企业。行业中优秀企业的代表分别就历史成功原因和下一步经营策略进行了分享,我们对部分公司的分享进行了整理。



■ 三全食品：稳固速冻米面，大力发展牛羊肉产业链

三全食品副总裁表示虽然行业整体对增长比较焦虑，但是自身对公司增长充满信心。通常企业实现增长路径有扩充新品类、提升销售机会与提价三种方式，今年公司将通过巩固米面，拓展肉类品类的方式实现增长。三全食品作为长期专注于冷冻食品领域的企业，拥有强大的品牌效应、优秀的销售渠道以及高效的研发与生产效率。公司目前在同渠道下已经实现多品类的产品布局，水饺汤圆等产品销售收入占比由最初的80%多下降至目前的50%左右；而公司速冻调制食品收入占比也由2020年的7.6%提升至2022年的11.3%，新产品收入增速优于传统产品，公司多元化战略稳步推行中。

图表5：三全食品产品线丰富



图表6：中国预制菜企业知名度情况

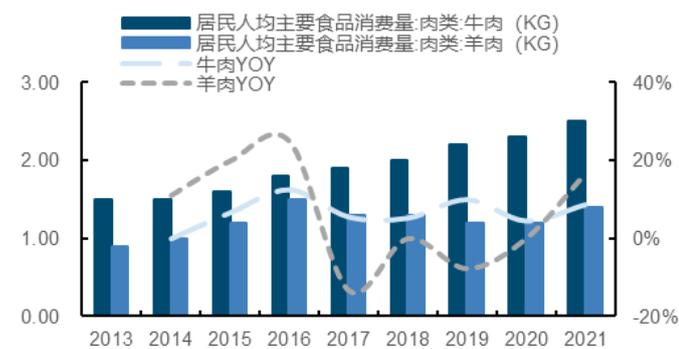


来源：公司官网，国金证券研究所

来源：公司公告，国金证券研究所

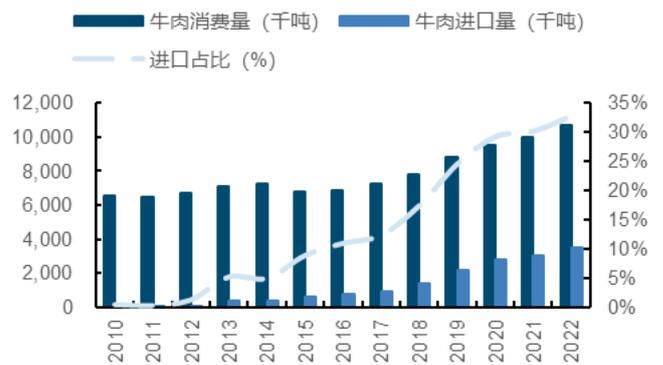
近些年随着我国居民消费水平的提升，我国居民对高蛋白产品的需求逐年增加，人均牛肉消费量由2013年的1.5KG提升至2021年的2.5KG，牛羊肉需求依旧保持着持续向上增长态势。由于资源禀赋的限制，我国肉牛与肉羊的养殖规模化水平较低，2022年我国约33%的牛肉消费源自海外进口，考虑部分统计数据缺失，真实牛肉消费对外依存度可能更高。在牛羊肉依旧大量依赖进口，行业内并不存在品牌化效应的背景下，食品企业或存在较好机会切入牛羊肉赛道。参考虾类、鸡肉类、猪肉类产品均存在大单品，未来原切牛排、牛肉卷等牛肉相关产品或产生大单品。

图表7：我国人均牛羊肉消费量逐年增加



来源：国家统计局，国金证券研究所

图表8：我国牛肉对进口依赖度较高



来源：海关总署，USDA，国金证券研究所

目前牛羊肉行业的痛点或是最后一公里的运输，如果具有全国化的工厂布局，就可以覆盖终端涮烤场景，从而形成全国化的品牌。三全食品上游与海外养殖公司形成战略合作，凭借全国化的生产基地布局以及下游的58家销售公司、5000+经销商、20万+终端网络快速覆盖各个平台，从而打造牛羊肉品类的大单品，实现公司肉类产品的快速增长。

■ 安井食品：增长的六大驱动力

安井食品的增长六大驱动力分别为：策略驱动、渠道驱动、爆品驱动、品牌驱动、文化驱动与数字化驱动。

策略驱动：公司最近提出三路并进策略，在做好火锅料与米面品类的基础上发展菜肴，菜肴方面则分别以冻品先生（川湘菜为主的预制菜）、安井小厨（鸡肉调理品为主）与新宏业&柳伍（小龙虾）三箭齐发，实现菜肴端的快速增长。



渠道驱动：公司会在传统商超、流动、特通、新零售等全渠道发力。

爆品驱动：遵循全区域持有、全渠道持销为选择逻辑，每年推出 3-5 个大单品，在大单品不同阶段实行不同的销售策略。

品牌驱动：进行品牌转型，从渠道品牌转向消费者品牌建设转型，公司根据流通渠道的不同采取不同的宣传手法，每年年底在省会城市进行大型广告投放，同时通过新媒体与线上店铺进行宣传与闭环销售。

文化驱动：“马上去做，用心去做”，要求速度与工作态度。

数字化驱动：现在拥有 100+ 的 IT 团队，生产、销售与客户端采用信息化与智能化流程实现全连接、全协同、全透明和全移动。

未来安井食品会练好内功，在渠道上尤其是团餐和串烤渠道要做到“渠道扫盲、终端为王”的策略和目标；在产品端通过高端化避免“内卷”，持续提高锁鲜装与丸之尊的销售。

■ 白酒板块

中秋&国庆备货期逐渐来临，当前渠道预期中秋&国庆动销仍会同比有所增长，酒企预计会通过费用加大投放等方式尽快抢占回款，因此对部分品牌价格表现预期短期会有阶段性波动。短期市场担忧主要在于自上而下对行业复苏斜率预期的波动，我们认为基本面持续向好的态势未改，建议关注酒企各自规模持续提升进程中核心能力的建设。当前仍首推高端（茅五泸）及赛道龙头（洋河、汾酒等），关注区域强势品种（古井、今世缘等）及次高端标的（舍得、酒鬼酒等）。

■ 啤酒板块

本周啤酒股价有所调整，是对暴雨天气、升级持续性的担忧。

华润 7 月次高及以上销量增速 7%（2 年复合增速 11%+，基本与前几个月趋势接近），其中喜力增速 43%、纯生增速 9%、老雪增速 60%、superX 有所下滑。我们认为，1-7 月次高及以上增速 23%+，全年 20-25% 增速目标完成压力并不大。喜力才是支撑估值的关键，纯生高基数下稳中有进，superX 本身期待不高（且后续存在换代升级、边际改善的可能），H1 利润有望维持+20% 以上。

行业 9 月起将进入低基数，叠加淡季常态化提价（幅度有限）、估值切换（当前龙头 24 年估值普遍在 19-23X），年底对来年成本预算也将更明确（大麦有望明显改善）。

■ 休闲食品

7 月虽为销售淡季，但小零食公司反馈主力渠道如电商、零食专营店的月销环比仍有增长，同比亦延续 Q2 高增态势。下半年月度销售基数将逐步提升，应客观看待同比增速放缓迹象，更加重视新渠道、新品类月销环比变化。持续看好最早拥抱新渠道、具备业绩超预期可能性的盐津。

■ 调味品

基础调味品 23H1 表现乏力，和年初双位数增长目标有差距，7 月出货端较为平淡，但动销端有所好转，库存逐步优化。展望下半年，基本面持续环比改善，Q3 普遍低基数、原材料成本下降滞后反馈在报表端、节假日较多餐饮消费动力更为充足。优先推荐具备估值性价比、经营管理逻辑理顺的龙二。

二、本周行情回顾

本周（2023.08.07~2023.08.11）食品饮料（申万）指数收于 21973 点（-3.35%）。沪深 300 指数收于 3884 点（-3.39%），上证综指收于 3189 点（-3.01%），深证综指收于 2002 点（-3.35%），创业板指收于 2187 点（-3.37%）。



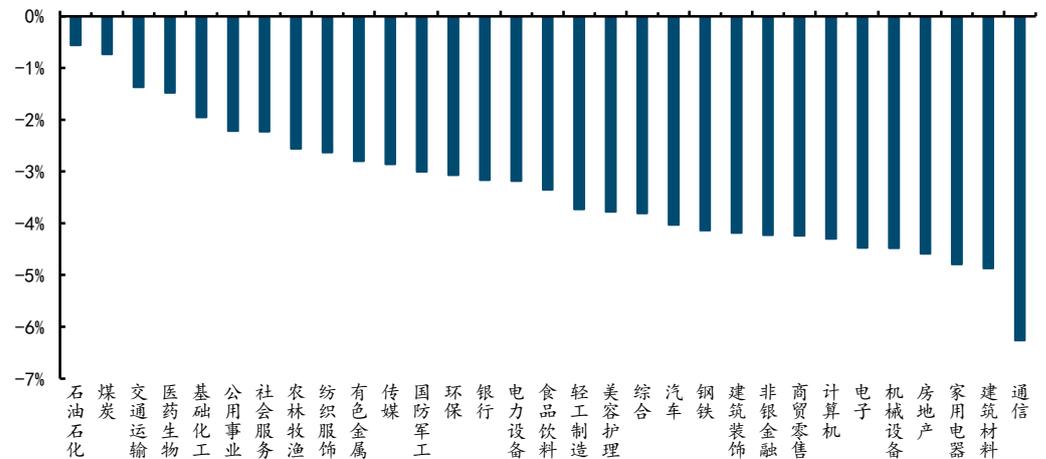
图表9: 本周行情

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	21973	-3.35%	-4.28%
沪深 300	3884	-3.39%	0.33%
上证综指	3189	-3.01%	3.24%
深证综指	2002	-3.35%	1.35%
创业板指	2187	-3.37%	-6.81%

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石油石化 (-0.56%)、煤炭 (-0.73%)、交通运输 (-1.37%)。

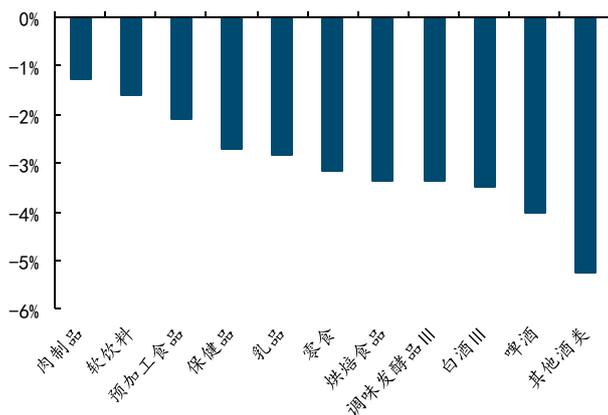
图表10: 周度申万一行业涨跌幅



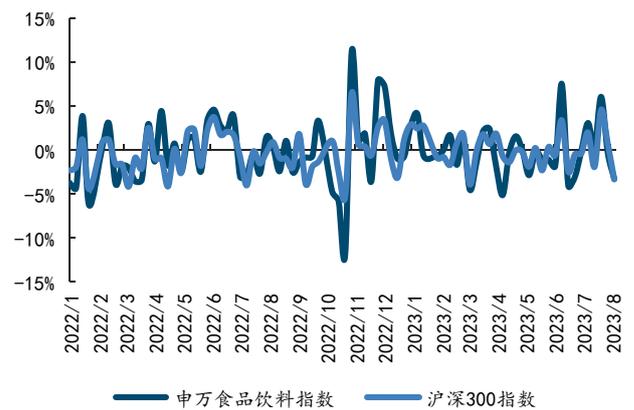
来源: Wind, 国金证券研究所

从食品饮料子板块来看, 涨跌幅前三的板块为肉制品 (-1.27%)、软饮料 (-1.60%)、预加工食品 (-2.11%)。

图表11: 当周食品饮料子板块涨跌幅



图表12: 申万食品饮料指数行情



来源: Wind, 国金证券研究所

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: *ST 西发 (+23.63%)、百合股份 (+7.95%)、熊猫乳品 (+6.69%)、金字火腿 (+5.81%)、麦趣尔 (+3.11%) 等; 跌幅居前的为: 品渥食品 (-14.99%)、古越龙山 (-9.08%)、惠发食品 (-9.06%)、舍得酒业 (-8.89%)、巴比食品 (-8.33%) 等。


图表13: 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 (%)
*ST 西发	23.63	品渥食品	-14.99
百合股份	7.95	古越龙山	-9.08
熊猫乳品	6.69	惠发食品	-9.06
金字火腿	5.81	舍得酒业	-8.89
麦趣尔	3.11	巴比食品	-8.33
中葡股份	2.94	老白干酒	-7.86
莲花健康	2.15	李子园	-7.80
黑芝麻	1.30	海欣食品	-7.46
元祖股份	0.51	华统股份	-7.06
广弘控股	0.45	桂发祥	-6.73

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8月11日沪(深)港通持股比例分别为7.36%/6.53%/3.74%/2.79%,环比分别-0.03pct/-0.12pct/-0.02pct/-0.07pct;伊利股份沪港通持股比例为15.72%,环比-0.24pct;重庆啤酒沪港通持股比例为5.91%,环比-0.02pct;海天味业沪港通持股比例为4.81%,环比-0.09pct。

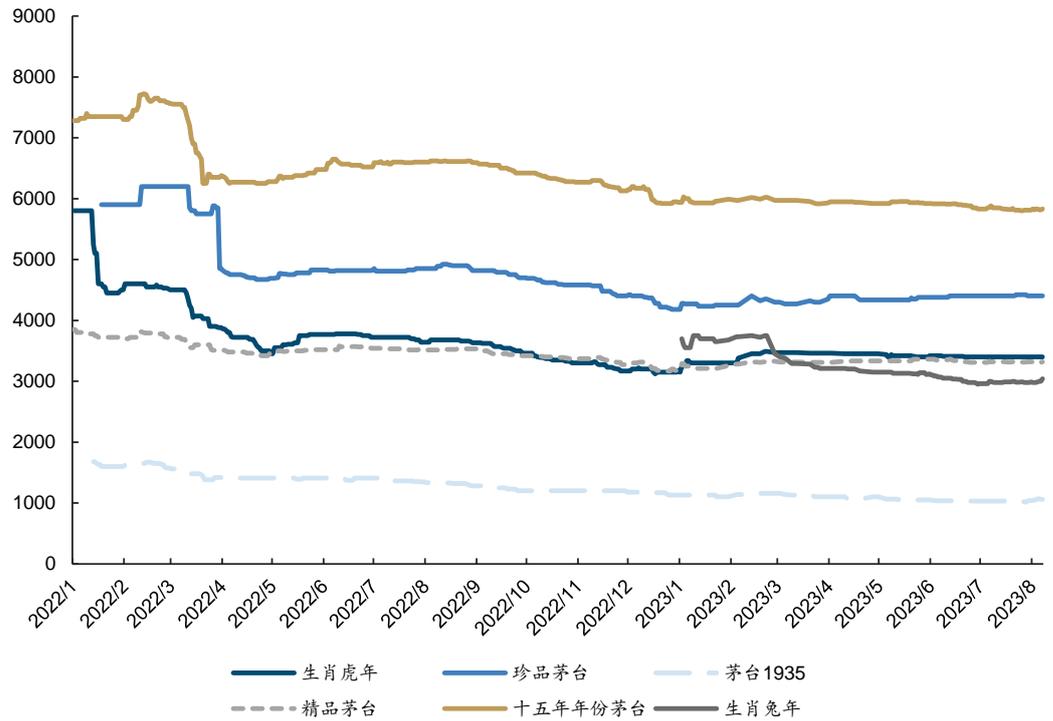
图表14: 食品饮料板块沪(深)港通持股金额 TOP20

股票名称	2023/8/11	2023/8/4	周环比 (%)	持股金额 (亿元)
贵州茅台	7.36	7.39	-0.03	1696
五粮液	6.53	6.65	-0.12	437
伊利股份	15.72	15.96	-0.24	275
泸州老窖	3.74	3.76	-0.02	128
海天味业	4.81	4.90	-0.09	119
山西汾酒	2.79	2.86	-0.07	77
洋河股份	2.61	2.71	-0.10	55
青岛啤酒	3.44	3.47	-0.03	45
洽洽食品	20.30	20.31	0.00	41
安井食品	9.11	8.87	0.24	39
东鹏饮料	5.09	5.03	0.06	37
双汇发展	3.56	3.54	0.02	31
古井贡酒	1.79	1.95	-0.17	25
重庆啤酒	5.91	5.93	-0.02	25
今世缘	3.38	3.31	0.07	25
汤臣倍健	6.11	6.92	-0.81	21
涪陵榨菜	7.37	7.40	-0.03	15
口子窖	3.60	3.49	0.11	13
燕京啤酒	4.21	4.15	0.06	13

来源: Wind, 国金证券研究所

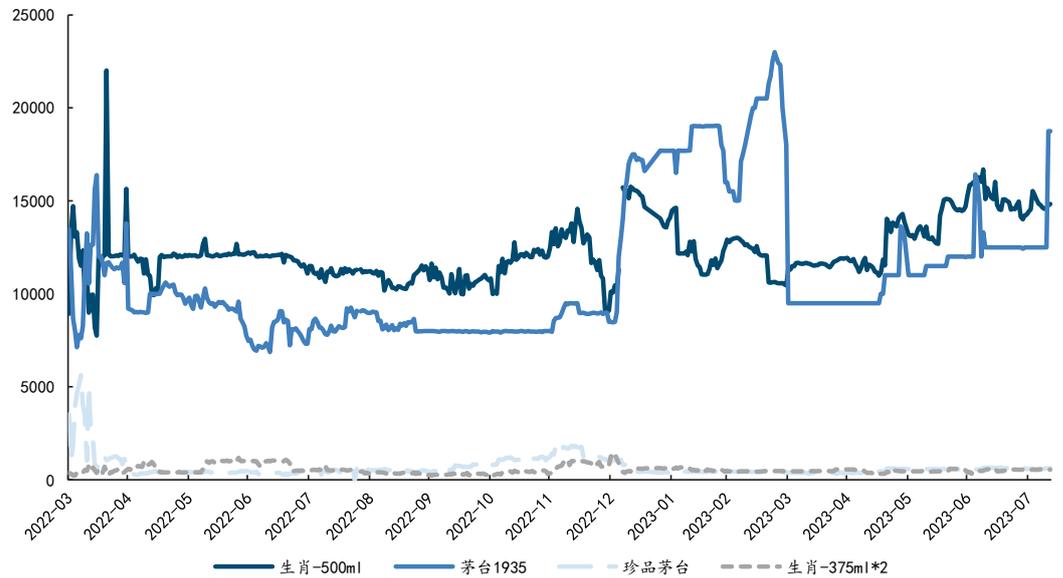


图表15: 非标茅台及茅台 1935 批价走势 (元/瓶)



来源: 今日酒价, 国金证券研究所 (注: 数据截至 23 年 8 月 13 日)

图表16: 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 8 月 11 日)

三、食品饮料行业数据更新

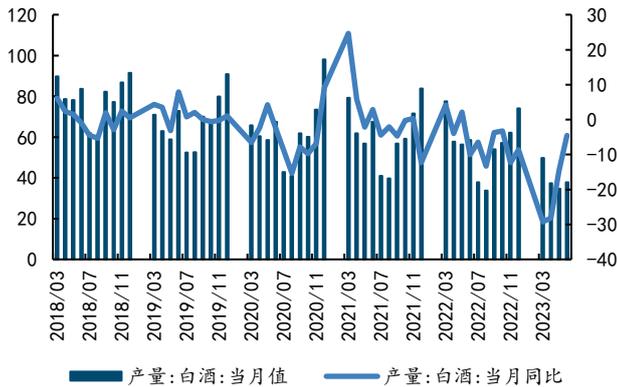
■ 白酒板块

2023 年 6 月, 全国白酒产量 37.8 万千升, 同比-4.50%。

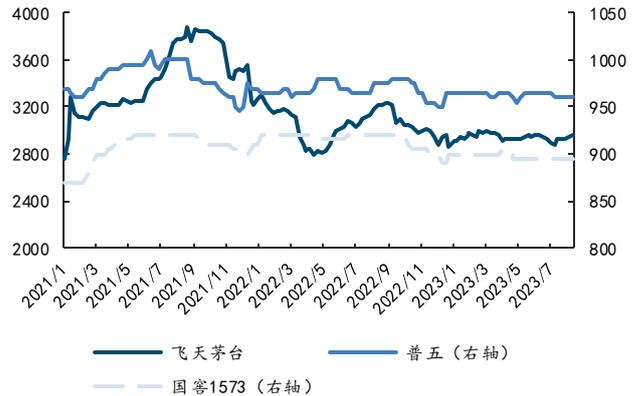
据今日酒价, 8 月 12 日, 飞天茅台整箱批 2970 元 (环周+30 元), 散瓶批价 2760 元 (环周+30), 普五批价 960 元 (环周持平), 高度国窖 1573 批价 895 元 (环周持平)。



图表17: 白酒月度产量(万千升)及同比(%)



图表18: 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 6 月)

来源: 今日酒价, 国金证券研究所(注: 数据更新至 23 年 8 月 12 日)

■ 乳制品板块

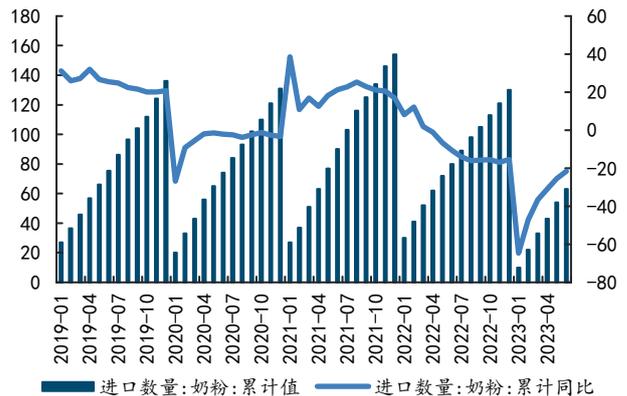
2023 年 8 月 2 日, 我国生鲜乳主产区平均价为 3.75 元/公斤, 同比-8.80%, 环比持平。

2023 年 1~6 月, 我国累计进口奶粉 63 万吨, 累计同比-21.70%; 累计进口金额为 44.30 亿美元, 累计同比-9.20%。

图表19: 国内主产区生鲜乳平均价(元/公斤)



图表20: 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 8 月 2 日)

来源: Wind, 国金证券研究所(注: 数据更新至 23 年 6 月)

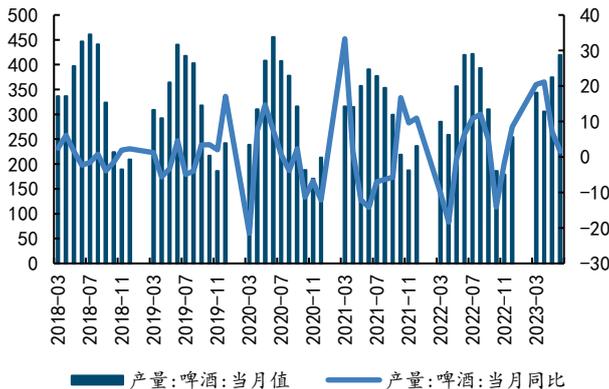
■ 啤酒板块

2023 年 6 月, 我国啤酒产量为 419.70 万千升, 同比+1.60%。

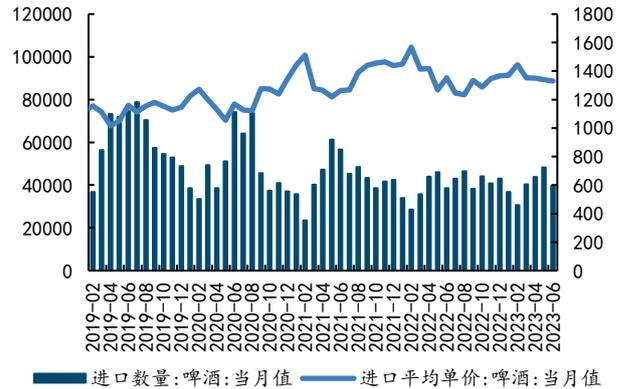
2023 年 1~6 月, 我国累计进口啤酒数量为 23.93 万千升, 同比+5.70%。其中 6 月啤酒进口平均单价为 1330.08 美元/千升, 同比-1.7%。



图表21: 啤酒月度产量(万千升)及同比(%)



图表22: 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6月)

来源: Wind, 国金证券研究所(注: 数据更新至23年6月)

四、公司公告与事件汇总

4.1 公司公告精选

【东鹏饮料】8月7日公司发布半年度业绩公告, 公司实现营业收入54.6亿元, 同比增长27.24%; 归属于上市公司股东的净利润11.08亿元, 同比增长46.84%; 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润9.9亿元, 同比增长38.59%。

【仲景食品】8月8日公司发布半年度业绩公告, 公司实现营业收入4.59亿元, 同比增长10.37%; 归属于上市公司股东的净利润0.89亿元, 同比增长41.84%; 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润0.83亿元, 同比增长113.54%。

【南侨食品】8月9日公司发布半年度业绩公告, 公司实现营业收入15.61亿元, 同比增长9.53%; 归属于上市公司股东的净利润0.93亿元, 同比增长-25.73%; 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润0.85亿元, 同比增长-28.01%。

【百合股份】8月9日公司发布半年度业绩公告, 公司实现营业收入4.47亿元, 同比增长36.55%; 归属于上市公司股东的净利润0.97亿元, 同比增长36.00%; 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润0.90亿元, 同比增长31.76%。

【一鸣食品】8月10日公司发布半年度业绩公告, 公司实现营业收入12.64亿元, 同比增长8.68%; 归属于上市公司股东的净利润0.25亿元, 同比增长137.96%; 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润0.22亿元, 同比增长132.14%。

【甘源食品】8月10日公司发布半年度业绩公告, 公司实现营业收入8.26亿元, 同比增长34.57%; 归属于上市公司股东的净利润1.19亿元, 同比增长190.92%; 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润1.03亿元, 同比增长214.36%。

【巴比食品】8月10日公司发布半年度业绩公告, 公司实现营业收入7.37亿元, 同比增长7.57%; 归属于上市公司股东的净利润0.81亿元, 同比增长-30.48%; 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润0.66亿元, 同比增长-28.19%。

【紫燕食品】8月11日公司发布半年度业绩公告, 公司实现营业收入17.43亿元, 同比增长6.48%; 归属于上市公司股东的净利润1.79亿元, 同比增长55.11%; 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润1.41亿元, 同比增长52.10%。

【古越龙山】8月11日公司发布半年度业绩公告, 公司实现营业收入7.88亿元, 同比增长0.52%; 归属于上市公司股东的净利润0.89亿元, 同比增长0.09%; 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润0.87亿元, 同比增长4.73%。

4.2 行业要闻

8月11日市场监管总局公布《肉制品生产许可审查细则(2023版)》, 进一步加强肉制品生产许可审查工作, 新版《细则》调整了许可范围。将可食用动物肠衣纳入肉制品生产许可发证范围, 修订后许可范围包括热加工熟肉制品、发酵肉制品、预制调理肉制品、腌腊肉制品和可食用动物肠衣。明确企业可以使用快速检测方法开展原料、半成品、成品检验, 定期与国家标准规定的检验方法开展比对或验证, 保证检测结果准确。(国家市场监督管理总局)



8月11日新京报发布评论，生鲜电商抢推海鲜新品，预制菜赛道持续细分，海鲜预制菜的推出来自需求驱动，是各大平台顺应消费旺季需求的重要策略。开发预制菜既是市场的发展趋势，同时也有利于生鲜电商平台产品标准化的打造和自有品牌的建设。目前，预制菜正在拓展更细分化的赛道，平台可以通过打造细分赛道建立差异化优势，增强消费者黏性。（新京报）

8月12日中国经营报发布评论，目前预制菜市场拥有广阔的发展空间，消费者对预制菜有一定的兴趣。而预制菜的未来发展重点在三个方面。“首先是企业能不能配置出消费者喜欢的预制菜，包括不同的品种、搭配、营养价值等方面，来增强市场吸引力；其次是预制菜的质量，强调上游源头的把控，很大程度上，上游源头决定了营养价值，因此不管是饲养还是种植，都要注重质量；最后是安全，包括原材料的安全，制作过程中也要保证干净，还有运输过程中对冷链的要求。（中国经营报）

8月12日中国经营报发布评论，中国酸奶产品2020年至2022年的年复合增长率达到了11.67%。从利润的角度来看，酸奶饮品的利润是牛奶的2倍，特别是高端酸奶饮品的高毛利，正吸引着越来越多的企业入局。现制酸奶的主要特征依旧是自足于产业之外的社交属性产品，现阶段的高产品价值主要是为了定位品牌的高端性，树立在消费者心中的品牌形象和地位，在完成资本运作之后，再以低姿态和扩大加盟的方式向低线市场渗透，从而完成整个市场份额的占领。（中国经营报）

4.3 近期上市公司重要事项

图表23: 近期上市公司重要事项

日期	公司	事项
8月15日	伊利股份	2023年第一次临时股东大会
8月17日	重庆啤酒	2023年第一次临时股东大会
8月18日	西部牧业	2023年第二次临时股东大会
8月18日	盐津铺子	2023年第三次临时股东大会
8月21日	千味央厨	2023年第二次临时股东大会
8月24日	汤臣倍健	2023年第一次临时股东大会
8月25日	巴比食品	2023年第二次临时股东大会
8月28日	贝因美	2023年第二次临时股东大会

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



【小程序】
国金证券研究服务



【公众号】
国金证券研究