



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

如何看待当前白酒中秋&国庆预期？

投资建议

白酒板块：我们预期中秋&国庆动销仍为稳中有升，受益于节庆属性如送礼、聚饮等需求会有相对更佳的释放氛围。从渠道节奏来看，7-8月普遍以动销去库存为主，目前酒企陆续开始中秋&国庆政策宣讲，抢占渠道&终端回款，我们预计酒厂会加大渠道&终端投入，关注批价&成交价的变化。其中，对于全国性名酒&区域优势品牌而言，目前全年回款进度已在70%及以上，预计可顺利完成全年回款任务。渠道情绪当前仍以“谨慎”、“流动性”为主，对于加杠杆的情绪较弱，终端库存处于低位。具体分子板块而言：

1) 高端酒：需求以送礼、商务宴请为主，对于中秋&国庆而言，送礼需求会密集释放，而商务需求相对转淡，因此对需求结构中送礼需求占比较高的产品/品牌会有裨益。近期茅台8月配额逐渐发货，飞天批价仍较为坚挺。

2) 次高端酒：子板块分化最为突出，各个香型、各个品牌由于不同的需求结构、库存背景有明显分化的渠道反馈。对于中秋&国庆而言，并非次高端价位主要消费节点，大众自饮&聚饮消费价位尚未提升至300元以上，但次高端酒企普遍布局低价位产品，例如水井坊推出天号陈、舍得舍之道、T68反馈较优，预计能承担部分商务需求疲软带来的影响。

3) 地产酒：江苏、安徽经济支撑下需求韧劲较足，地产酒普遍Q2业绩超预期、报表质量也较高，一方面有去年低基数的影响（华东疫情扰动）；另一方面也有省内竞争格局在变动的的影响。今年中秋国庆双节时间拉长，营造更好消费氛围，预计婚喜宴、家宴回补下地产酒会充分受益。今年中秋动员回款开始的时间会更早，预计将给予渠道充分的政策支持。当前仍首推强势龙头如高端酒、赛道龙头，关注区域性禀赋标的及顺周期下高弹性次高端。

啤酒：本周2家公司发布中报，业绩重啤超预期、华润符合预期。1) 吨成本普遍超预期，低价包材逐步投入使用+产能率提升，吨成本重啤Q2同比-0.1%、华润H1同比-0.9%，成本红利逐步兑现，预计H2及明年会兑现更明显。2) 高端化进度良好，华润H1次高及以上增速26.4%、喜力+接近60%（好于预期）。重啤Q2主流收入双位数增长，乌苏疆内正增、疆外下滑，风花雪月、1664、嘉士伯Q2增长良好，带动ASP提升超预期；H1乌苏略有下滑、1664下滑，嘉士伯双位数增长。我们认为，8月销量受洪水、基数原因难免承压，但行业升级韧性充足，利润持续兑现，Q4进入低基数+成本预算规划期。

休闲食品：小零食公司均已公布半年报，Q2收入增速均在30%以上，系电商、零食专营店、会员店表现超预期，且新品逐步上量。从利润表现来看，受益于成本下行、规模效应、及广告促销等支出减少，利润率环比持续抬升，同比或有基数扰动。下半年基数将逐步提升，应客观看待增速放缓，更加重视新渠道、新品类月度间边际变化。目前估值调整具备性价比，推荐关注与零食专营头部合作较深，电商团队激励充分的盐津。

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。

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：如何看待当前白酒中秋&国庆预期？	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	8
4.1 公司公告精选	8
4.2 行业要闻	9
4.3 近期上市公司重要事项	9
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）	6
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（%）	7
图表 10： 高端酒批价走势（元/瓶）	7
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（%）	8
图表 14： 啤酒进口数量（千升）与均价（美元/千升）	8
图表 15： 近期上市公司重要事项	9



一、周专题：如何看待当前白酒中秋&国庆预期？

■ 白酒板块

我们预期中秋&国庆动销仍为稳中有升，受益于节庆属性如送礼、聚饮等需求会有相对更佳的释放氛围。从渠道节奏来看，7-8月普遍以动销去库存为主，目前酒企陆续开始中秋&国庆政策宣讲，抢占渠道&终端回款，我们预计酒厂会加大渠道&终端投入，关注批价&成交价的变化。其中，对于全国性名酒&区域优势品牌而言，目前全年回款进度已在70%及以上，预计可顺利完成全年回款任务。渠道情绪当前仍以“谨慎”、“流动性”为主，对于加杠杆的情绪较弱，终端库存处于低位。

具体分子板块而言：

- 1) 高端酒：需求以送礼、商务宴请为主，对于中秋&国庆而言，送礼需求会密集释放，而商务需求相对转淡，因此对需求结构中送礼需求占比较高的产品/品牌会有裨益。近期茅台8月配额逐渐发货，飞天批价仍较为坚挺。
- 2) 次高端酒：子板块分化最为突出，各个香型、各个品牌由于不同的需求结构、库存背景有明显分化的渠道反馈，从名酒的进度及库存来看：1) 汾酒进度70%以上，库存15%；2) 舍得进度55%，库存20-25%；3) 酒鬼酒进度45%，库存30%；4) 水井坊FY24进度15%，库存20%。对于中秋&国庆而言，并非次高端价位主要消费节点，大众自饮&聚饮消费价位尚未提升至300元以上，但次高端酒企普遍布局低价位产品，例如水井坊推出天号陈、舍得舍之道、T68反馈较优，预计能承担部分商务需求疲软带来的影响。
- 3) 地产酒：江苏、安徽经济支撑下需求韧劲较足，地产酒普遍Q2业绩超预期、报表质量也较高，一方面有去年低基数的影响（华东疫情扰动）；另一方面也有省内竞争格局在变动的的影响。今年中秋国庆双节时间拉长，营造更好消费氛围，预计婚喜宴、家宴回补下地产酒会充分受益。今年中秋动员回款开始的时间会更早（如：金种子8月10号开始会战），预计将给予渠道充分的政策支持。

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2家公司发布中报，业绩重啤超预期、华润符合预期。1) 吨成本普遍超预期，低价包材逐步投入使用+产能率提升，吨成本重啤Q2同比-0.1%、华润H1同比-0.9%，成本红利逐步兑现，预计H2及明年会兑现更明显。2) 高端化进度良好，华润H1次高及以上增速26.4%、喜力+接近60%（好于预期）。重啤Q2主流收入双位数增长，乌苏疆内正增、疆外下滑，风花雪月、1664、嘉士伯Q2增长良好，带动ASP提升超预期；H1乌苏略有下滑、1664下滑，嘉士伯双位数增长。我们认为，8月销量受洪水、基数原因难免承压，但行业升级韧性充足，利润持续兑现，Q4进入低基数+成本预算规划期。

重庆啤酒：Q2营业收入同比+9.64%；归母净利同比+23.52%。Q2中档亮眼，高档环比好转。Q2销量90.32万吨，同比+5.74%，吨价同比+4.0%（Q1不足1%）。分档次看，Q2高档/主流/经济收入同比+6.4%/+15.7%/-0.3%；分区域看，西北区/中区/南区收入Q2同比+1.6%/5.0%/30.6%，西北受业务调整+除新疆以外的区域拖累，南区旅游旺盛带动。Q2销量符合预期，吨价超预期系：1) 乌苏提价+23年2月起对部分区域品牌提价，预计共贡献1-2%吨价增长；2) 产品组合有优化，①经济Q2掉量升级到主流；②高档的1664、嘉士伯、风花雪月均有较好表现。Q2吨成本已步入下行期，税率优化延续。Q2吨成本同比-0.1%（Q1同比+5.7%），系产能利用率优化+低价包材逐步使用，带动毛利率同比+1.8pct；销售费率同比+0.6pct，所得税率同比-1.9pct至19.5%（系西部大开发优惠税率区域收入占比提升），带动净利率同比+2.2pct。中长期看，公司加快补齐渠道短板（如：BU调整、区域领导更换、推进渠道精细化），福建线上乌苏价盘企稳、销量改善，静待更多改革成效显现。

华润啤酒：

1、啤酒业务：23H1营业收入同比+9.0%。23H1销量+4.4%，ASP同比+4.4%（预计系货折影响+低档有增长，提价贡献偏小）。H1次高及以上销量144.4万吨（占比+4pct至22%），同比+26.4%。预计H1喜力接近60%增长、superX+8%、纯生增速不到20%，老雪翻倍以上增长，勇闯中个位数左右增长，中档变动不大。H1吨成本改善超预期（同比-0.9%），毛利率同比+2.9pct至45.2%，预计系低价包材投入使用；销售费率同比+0.1pct，系疫后费投增加；预计经营性管理费率优化，不计关厂裁员EBIT率同比+2.9pct。H1关厂裁员费



用 0.94 亿（关厂 1 家+新增 1 间蚌阜智能工厂），加回后啤酒税后利润 47.83 亿元，同比 +25%（H1 整体税率-2.3pct）。展望未来，喜力在福建、浙江、粤东已起势，7 月维持 40% 多增速，希望 3 年内向 100 万吨冲击，十五五希望接近 150 万吨；老雪有望成为新生力军；SuperX 低预期，希望进一步推动产品和品牌升级、次高及以上价格体系梳理。仍然维持全年次高及以上争取实现 20%+ 增长，25 年 350 万吨次高以上、250 万吨高档以上目标。

2、白酒业务：金沙 23H1 贡献的营收 9.77 亿元（同比下滑约一半）、税后净利润 1.02 亿元；EBIT 为 0.71 亿元，剔除因收购金沙产生的无形资产摊销的影响 EBIT 为 3.95 亿元，公司新增财务成本 1.1 亿元。白酒坚持未来 3 年 100e、利润 20-30e 不动摇，目前正在酝酿建立白酒的大客户平台。当前金沙库存已下降 30%，价格恢复到可以正常出货状态；产品已上市金沙小窖、摘要 489 元 2B 新品，10-12 月会完成对金沙 500、700、1000 元和回沙 100-300 价格带做重塑。组织上，当前金沙内部产销、财务、人力资源、管理职责和流程基本已完成，并进一步推动新产能落地。

■ 休闲食品

小零食公司均已公布半年报，Q2 收入增速均在 30% 以上，系电商、零食专营店、会员店表现超预期，且新品逐步上量。从利润表现来看，受益于成本下行、规模效应、及广告促销等支出减少，利润率环比持续抬升，同比或有基数扰动。下半年基数将逐步提升，应客观看待增速放缓，更加重视新渠道、新品类月度间边际变化。目前估值调整具备性价比，推荐关注与零食专营头部合作较深，电商团队激励充分的盐津。建议关注中报弱预期但利空落地的劲仔。

■ 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中炬。建议关注基本面稳健、渠道改革势能延续的复调龙头天味食品。

二、本周行情回顾

本周（2023.08.14~2023.08.18）食品饮料（申万）指数收于 21478 点（-2.26%）。沪深 300 指数收于 3784 点（-2.58%），上证综指收于 3132 点（-1.80%），深证综指收于 1950 点（-2.60%），创业板指收于 2119 点（-3.11%）。

图表1：本周行情

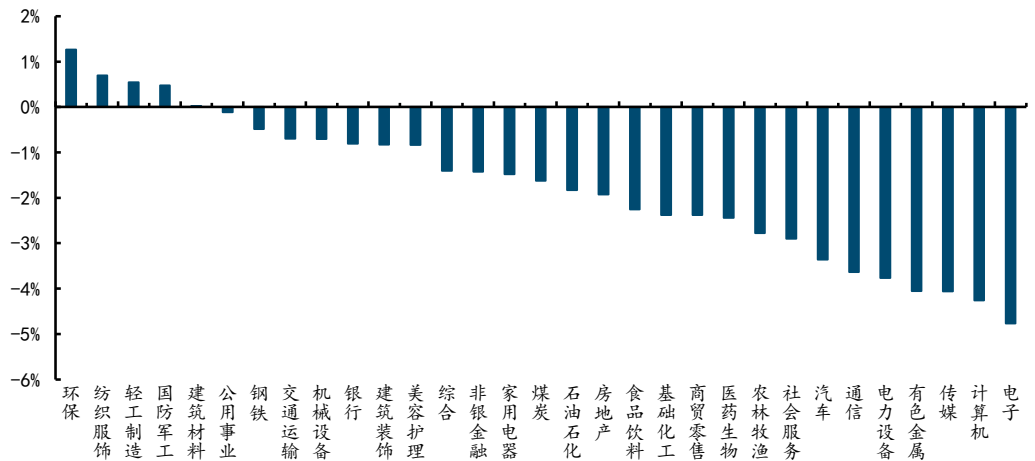
指数	周度收盘价	本周涨跌幅	23 年至今涨跌幅
申万食品饮料指数	21478	-2.26%	-6.44%
沪深 300	3784	-2.58%	-2.26%
上证综指	3132	-1.80%	1.38%
深证综指	1950	-2.60%	-1.28%
创业板指	2119	-3.11%	-9.71%

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环保（+1.27%）、纺织服饰（+0.7%）、轻工制造（+0.54%）。



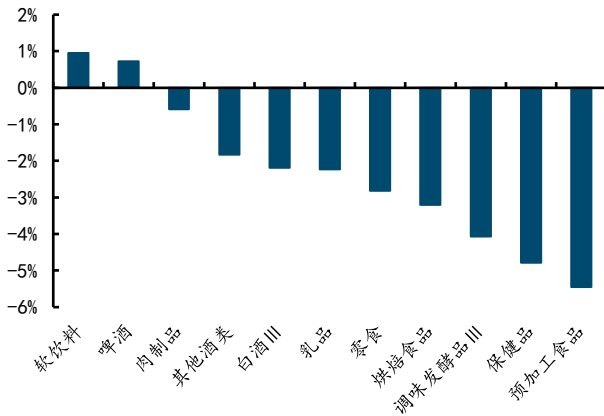
图表2: 周度申万一级行业涨跌幅



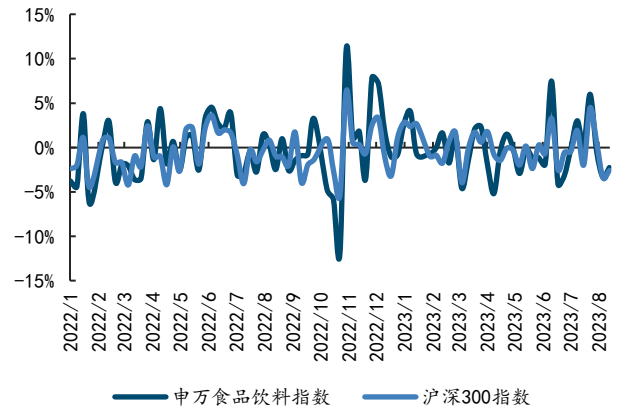
来源: Wind, 国金证券研究所

从食品饮料子板块来看, 涨跌幅前三的板块为软饮料 (+0.95%)、啤酒 (+0.72%)、肉制品 (-0.59%)。

图表3: 当周食品饮料子板块涨跌幅



图表4: 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 (+15.70%)、*ST 皇台 (+10.66%)、海融科技 (+7.98%)、重庆啤酒 (+5.15%)、养元饮品 (+4.78%) 等; 跌幅居前的为: 熊猫乳品 (-11.79%)、仲景食品 (-7.64%)、安井食品 (-7.58%)、黑芝麻 (-7.42%)、海天味业 (-6.72%) 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 (%)
*ST 西发	15.70	熊猫乳品	-11.79
*ST 皇台	10.66	仲景食品	-7.64
海融科技	7.98	安井食品	-7.58
重庆啤酒	5.15	黑芝麻	-7.42
养元饮品	4.78	海天味业	-6.72
劲仔食品	3.57	百合股份	-6.69
兰州黄河	3.47	金达威	-6.36
味知香	3.45	天润乳业	-6.01
*ST 莫高	3.15	青海春天	-5.92
好想你	2.46	宝立食品	-5.80

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)



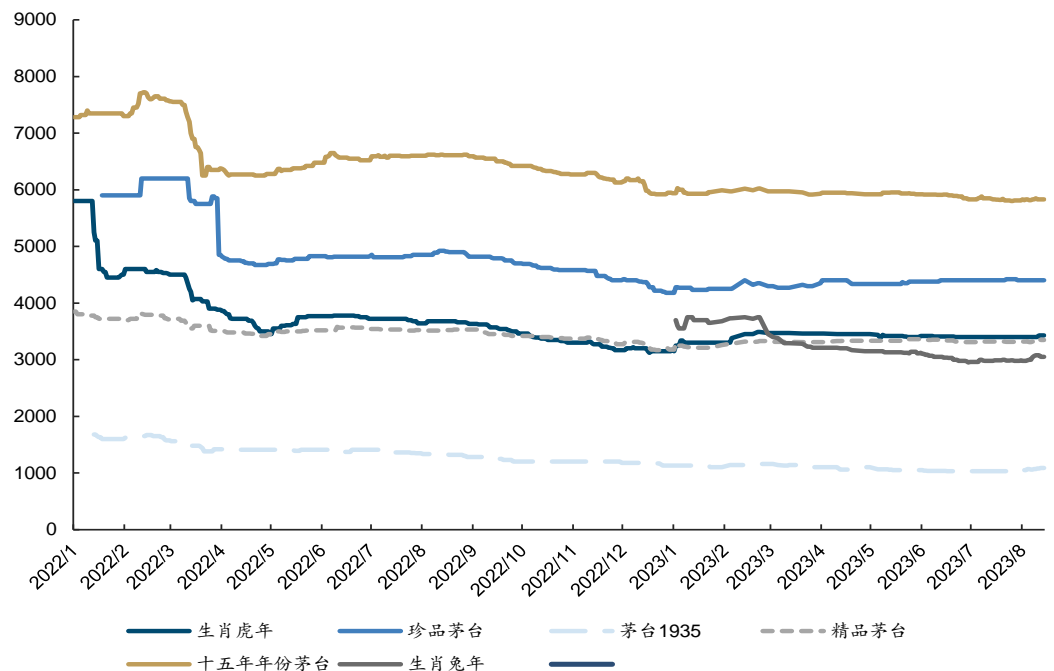
从沪（深）港通持股情况来看，白酒板块重点公司贵州茅台、五粮液、泸州老窖、山西汾酒在 8 月 18 日沪（深）港通持股比例分别为 7.23%/6.03%/3.56%/2.70%，环比分别 -0.13pct/-0.50pct/-0.18pct/-0.09pct；伊利股份沪港通持股比例为 15.27%，环比 -0.45pct；重庆啤酒沪港通持股比例为 7.02%，环比+1.11pct；海天味业沪港通持股比例为 4.63%，环比-0.18pct。

图表6：食品饮料板块沪（深）港通持股金额 TOP20

股票名称	2023/8/18	2023/8/11	周环比 (%)	持股金额 (亿元)
贵州茅台	7.23	7.36	-0.13	1637
五粮液	6.03	6.53	-0.50	383
伊利股份	15.27	15.72	-0.45	262
泸州老窖	3.56	3.74	-0.18	120
海天味业	4.63	4.81	-0.18	106
山西汾酒	2.70	2.79	-0.09	74
洋河股份	2.55	2.61	-0.06	52
青岛啤酒	3.69	3.44	0.25	47
洽洽食品	20.17	20.30	-0.13	40
东鹏饮料	5.44	5.09	0.35	40
安井食品	9.56	9.11	0.45	38
双汇发展	3.67	3.56	0.11	32
重庆啤酒	7.02	5.91	1.11	31
今世缘	3.39	3.38	0.01	25
古井贡酒	1.72	1.79	-0.06	24
汤臣倍健	6.44	6.11	0.33	21
涪陵榨菜	7.28	7.37	-0.09	15
燕京啤酒	4.44	4.21	0.23	13
安琪酵母	4.12	3.86	0.26	13

来源：Wind，国金证券研究所

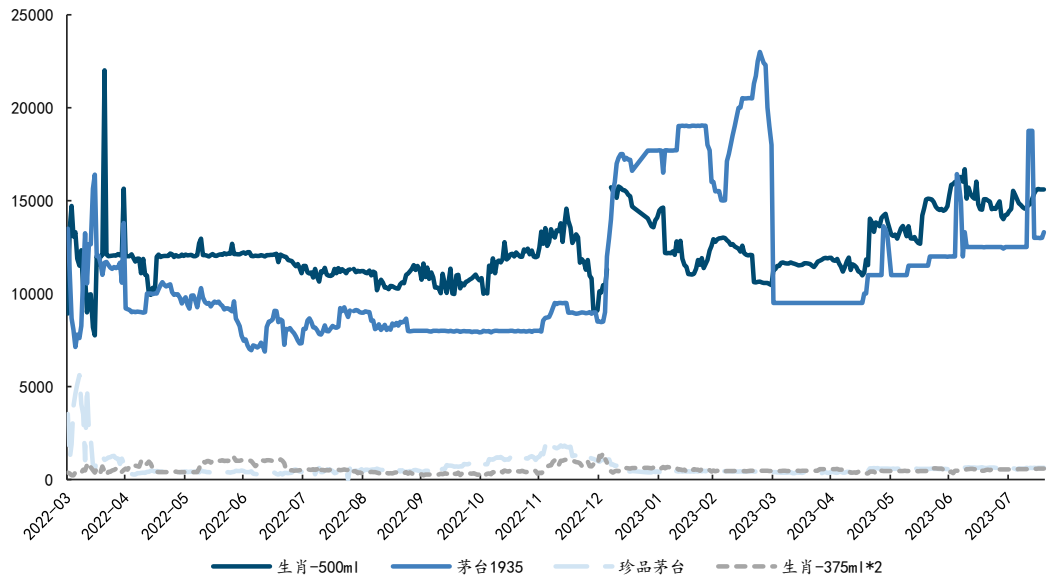
图表7：非标茅台及茅台 1935 批价走势（元/瓶）



来源：今日酒价，国金证券研究所（注：数据截至 23 年 8 月 20 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 8 月 18 日)

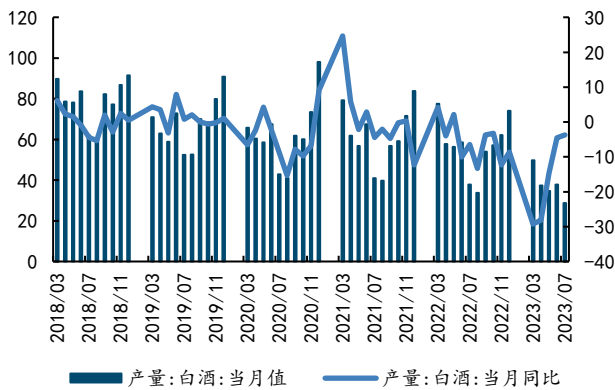
三、食品饮料行业数据更新

■ 白酒板块

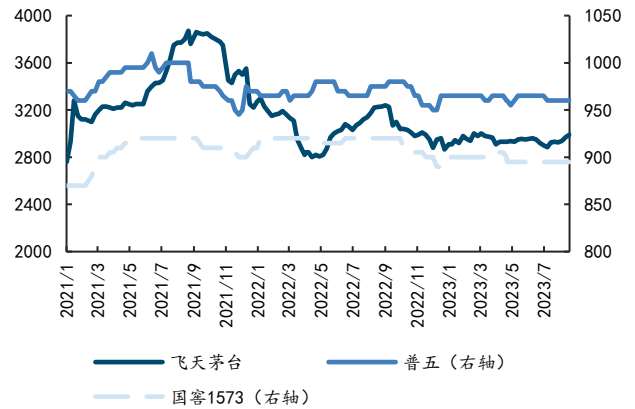
2023 年 7 月, 全国白酒产量 28.7 万千升, 同比-3.70%。

据今日酒价, 8 月 19 日, 飞天茅台整箱批 2990 元 (环周+20 元), 散瓶批价 2770 元 (环周+10 元), 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 7 月)

来源: 今日酒价, 国金证券研究所 (注: 数据更新至 23 年 8 月 19 日)

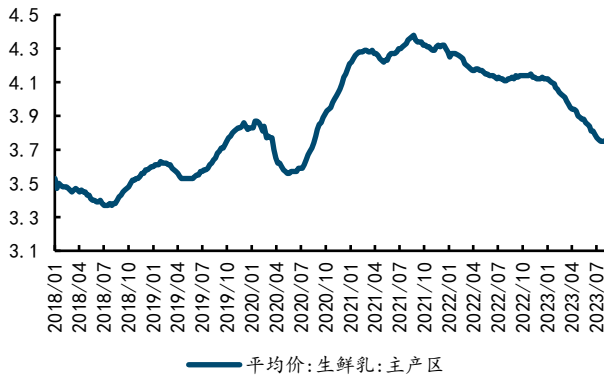
■ 乳制品板块

2023 年 8 月 9 日, 我国生鲜乳主产区平均价为 3.76 元/公斤, 同比-8.70%, 环比+0.3pct。

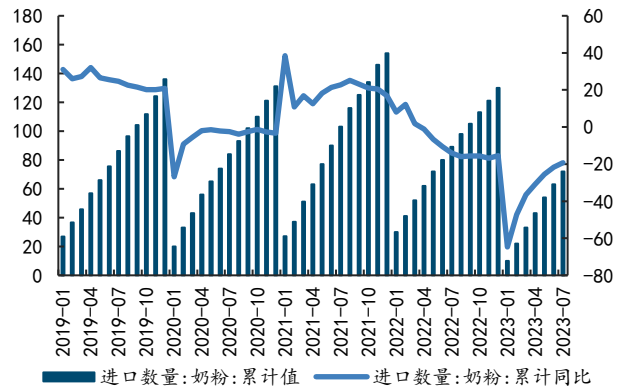
2023 年 1~7 月, 我国累计进口奶粉 72 万吨, 累计同比-19.3%; 累计进口金额为 49.07 亿美元, 累计同比-11.40%。



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 8 月 9 日)

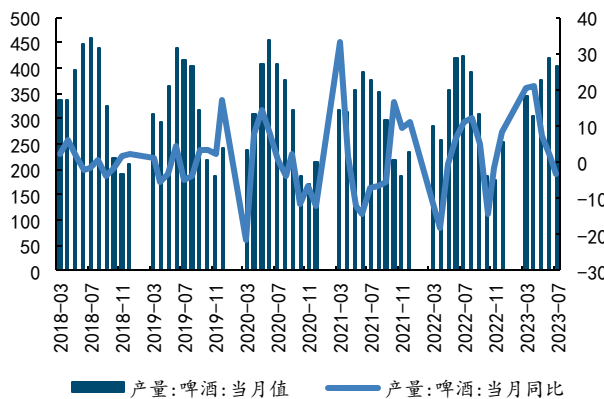
来源: Wind, 国金证券研究所 (注: 数据更新至 23 年 7 月)

■ 啤酒板块

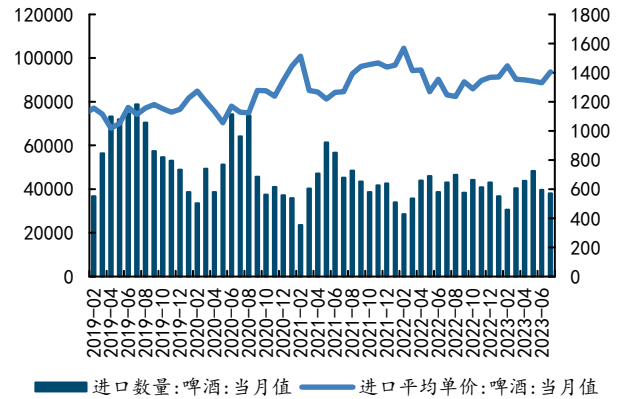
2023 年 7 月, 我国啤酒产量为 419.70 万千升, 同比+1.60%。

2023 年 1~7 月, 我国累计进口啤酒数量为 27.74 万千升, 同比+2.90%。其中 6 月啤酒进口平均单价为 1405.23 美元/千升, 同比+12.8%。

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 7 月)

来源: Wind, 国金证券研究所 (注: 数据更新至 23 年 7 月)

四、公司公告与事件汇总

4.1 公司公告精选

【桃李面包】8 月 15 日公司发布半年度业绩公告, 公司实现营业收入 32.06 亿元, 同比增长 0.03%; 归属于上市公司股东的净利润 2.91 亿元, 同比增长-18.46%; 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 0.28 亿元, 同比增长-17.63%。

【双汇发展】8 月 16 日公司发布半年度业绩公告, 公司实现营业收入 304.2 亿元, 同比增长 9.05%; 归属于上市公司股东的净利润 28.36 亿元, 同比增长 3.89%; 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 26.66 亿元, 同比增长 2.70%。

【燕塘乳业】8 月 16 日公司发布半年度业绩公告, 公司实现营业收入 9.62 亿元, 同比增长 7.14%; 归属于上市公司股东的净利润 0.98 亿元, 同比增长 70.29%; 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 0.99 亿元, 同比增长 69.06%。

【重庆啤酒】8 月 17 日公司发布半年度业绩公告, 公司实现营业收入 85.04 亿元, 同比增长 7.17%; 归属于上市公司股东的净利润 8.65 亿元, 同比增长 18.89%; 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 8.54 亿元, 同比增长 19.34%。

【泸州老窖】8 月 18 日公司发布 2022 年度分红派息实施公告, 以公司现有总股本 14.71 亿股为基数, 向全体股东每 10 股派 42.25 元人民币现金 (含税), 现金分红金额为 62.19



亿元（含税）。

【惠泉啤酒】8月18日公司发布半年度业绩公告，公司实现营业收入3.46亿元，同比增长10.26%；归属于上市公司股东的净利润0.22亿元，同比增长38.39%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润0.21亿元，同比增长43.96%。

【劲仔食品】8月18日公司发布半年度业绩公告，公司实现营业收入9.24亿元，同比增长49.07%；归属于上市公司股东的净利润0.83亿元，同比增长46.97%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润0.71亿元，同比增长35.09%。

【西麦食品】8月18日公司发布半年度业绩公告，公司实现营业收入7.01亿元，同比增长10.88%；归属于上市公司股东的净利润0.65亿元，同比增长41.18%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润0.57亿元，同比增长92.52%。

【熊猫乳品】8月18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18.31%；归属于上市公司股东的净利润0.47亿元，同比增长107.08%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润0.40亿元，同比增长125.31%。

【香飘飘】8月19日公司发布半年度业绩公告，公司实现营业收入11.7亿元，同比增长38.26%；归属于上市公司股东的净利润-0.44亿元；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润-0.80亿元。

【迎驾贡酒】8月19日公司发布半年度业绩公告，公司实现营业收入31.43亿元，同比增长23.25%；归属于上市公司股东的净利润10.63亿元，同比增长36.53%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润10.29亿元，同比增长37.72%。

【舍得酒业】8月19日公司发布半年度业绩公告，公司实现营业收入35.28亿元，同比增长16.64%；归属于上市公司股东的净利润9.19亿元，同比增长10.07%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润8.97亿元，同比增长10.68%。

【金徽酒】8月19日公司发布半年度业绩公告，公司实现营业收入15.22亿元，同比增长23.25%；归属于上市公司股东的净利润2.54亿元，同比增长20.06%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润2.53亿元，同比增长21.65%。

4.2 行业要闻

8月18日，中国新闻周刊发布《2023有意思生活方式报告》，报告指出年轻人对于2023年可支配数额变化的心态较为乐观，四成受访者预计总体可支配收入与上一年基本不变，另有20.9%的受访者“稳中求进”，认为可支配收入会有小幅增长。在保证收入稳定的前提之下，“稍微多花一点”成为消费诉求，预计2023年总消费小幅增加的占比近三成。（财经网）

8月18日，工业和信息化部组织发布《限制商品过度包装要求：食品和化妆品》，标准规定在包装层数方面，粮食及其加工品、茶叶、月饼及粽子的包装层数不应超过三层。在包装成本方面，生产组织应采取措施，控制除直接与内装物接触的包装之外所有包装的成本在产品销售价格中所占比例应符合以下要求：a)销售价格在200元以上的茶叶生产组织应将比例控制在15%以内；b)销售价格在100元以上的月饼和粽子生产组织应将比例控制在15%以内；c)其他生产组织应将比例控制在20%以内。（中国经济网）

8月18日，“2023亿欧ZAO新消费大会”发布的《2023新国货CoolTop100品牌榜》报告显示，根据亿欧数据，近十年来，“国潮”相关搜索热度上涨528%。2023年上半年，消费领域的投融资热点集中于“食”。越来越多的消费者关注本土品牌，尤其是“90后”“00后”等年轻群体，对国货的认可度持续提高。报告显示，食品饮料和服装服饰是线上消费者购买国货产品热情最高的领域之一，有超过70%的消费者在线上购买服装服饰时选择国货品牌，购买国货品牌零食饮料的消费者则超过90%。（新京报）

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
8月23日	*ST 交昂	2023年第四次临时股东大会
8月25日	巴比食品	2023年第二次临时股东大会
8月31日	双汇发展	2023年第一次临时股东大会
8月31日	龙大美食	2023年第三次临时股东大会



日期	公司	事项
8月31日	燕塘乳业	2023年第三次临时股东大会
9月4日	有友食品	2023年第二次临时股东大会
9月6日	桂发祥	2023年第一次临时股东大会
9月8日	迎驾贡酒	2023年第一次临时股东大会

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