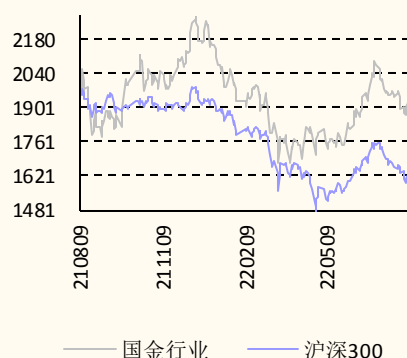


市场数据(人民币)

市场优化平均市盈率	18.90
国金食品饮料指数	1923
沪深 300 指数	4157
上证指数	3227
深证成指	12269
中小板综指	12697



相关报告

- 1.《头部企业稳扎稳打，长期路径清晰可期-食品饮料周报》，2022.7.31
- 2.《多重因素催化，重视 Q3 啤酒板块的投资价值-食品饮料周报》，2022.7.24
- 3.《餐饮供应链：万亿赛道，谁主沉浮？-餐饮供应链专题》，2022.7.24
- 4.《复苏途中，对板块关注热点的思考-食品饮料周报》，2022.7.17
- 5.《大众品成本波动对利润影响几何？-大众品成本专题》，2022.7.10

刘宸倩 分析师 SAC 执业编号: S1130519110005
liuchengqian@gjzq.com.cn

李本媛 联系人
libenyuan@gjzq.com.cn

李茵琦 联系人
liyinqi@gjzq.com.cn

叶韬 联系人
yetao@gjzq.com.cn

地产酒复苏势头足，推荐区域阿尔法强的龙头

投资建议

- **本周专题：**地产酒板块的关注度提升，催化在于古井中报业绩预报的超预期和今世缘股权激励草案收入目标超预期。
- **地产酒的优势在于：**1) 基地市场稳固，当行业景气度波动时，通常具备较好的抗风险能力和韧性；2) 在多年磨砺中，渠道、终端的管控能力日益精进，精细化程度更高；3) 占据婚喜宴主流市场，受疫情影响后，回补确定性较强、速度较快。
- **我们认为，本轮疫情与 20 年的差异在于：**消费力受损影响升级节奏、渠道信心受损影响招商扩张节奏。我们判断，疫后需求环比改善趋势明确，但消费力、渠道信心的恢复确实需要一个过程，中秋预期并不高，酱酒库存依旧高企（部分区域半年以上），出清尚需时间。次高端增速放缓过程中，不排除会有估值中枢下杀的风险。因此，当前建议优选防御属性强、估值性价比高、有区域经济兜底的地产酒。
- **7-8 月安徽、江苏用酒复苏势头足，**一方面是前期积累的宴席回补；另一方面是升学宴、谢师宴由于担忧疫情而提前。合肥渠道反馈，目前宴席场次已持平甚至超过往年同期水平。当前，中秋备货虽尚未开始，但徽酒、苏酒渠道备货展望相对乐观，渠道及终端库存水平接近往年同期（春节库存低于往年、端午库存增加），价盘较稳固，全年任务高质量完成依旧可期。
- **中长期看，压制地产酒估值的因素主要在于：**1) 由于品牌力不如全国性名酒，省外认知度不高，全国化扩张的空间有限。2) 省内地产酒间竞争较激烈，同一价格带咬得较死。3) 高端、次高端全国名酒入侵，加剧省内竞争态势。
- **白酒：**目前建议持续关注 Q2 业绩兑现情况及兑现质量（表观回款质量等），中秋政策在本月下半旬会逐渐明确。我们认为消费复苏态势未变，阶段性消费升级节奏受扰动不改长趋势，且中长期超额储蓄会逐渐传导至消费端。当前仍首推高端酒，整体始终具备较高的确定性及韧性。建议关注地产龙头及次高端弹性标的。
- **啤酒：**青啤 7 月销量再超预期（同比+15-16%），我们重申啤酒 Q3 具备多因素催化（低基数+天气热+疫情政策趋缓），H2 及 23H1 有望释放成本弹性。周内百威亚太发布中报，8 月初夜场、餐厅渠道恢复率为 81%、97%。百威亚太展望 Q3 成本压力降延续 Q2，Q4 压力类似 Q1，明年上半年有望改善，23H1 成本增幅有望小于 22 年对比 21 年。持续推荐行业龙头公司。
- **大众品：**近期市场估值有所调整，基本面也在逐步修复。结合成长性和估值，我们看好立高和甘源的弹性；立高处于高成长性赛道，今年由于成本、需求、转型压力叠加，我们认为处于基本面底部；甘源今年因为新品铺货的逻辑存在增长确定性，数据也有持续验证。
- **调味品：**疫情反复导致餐饮恢复具备不确定性，且部分消费场景仍受限，消费信心回升较慢。整体来看，7 月仍以消化库存为主线，环比均呈现弱改善趋势，后续需要密切跟踪动销、成本情况。随着疫情后部分费用投放增加，我们预计 Q3 利润端难以出现大幅改善。我们仍然看好餐饮供应链修复主线。
- **风险提示：**宏观经济下行风险、疫情持续反复风险、区域市场竞争风险。

内容目录

一、周专题：地产酒复苏势头足，推荐区域阿尔法强的龙头	3
1.1 地产酒：区域复苏势头足，中秋展望相对乐观，推荐苏皖龙头	3
1.2 子板块投资观点更新	5
二、本周行情回顾	7
三、行业数据更新	10
四、公司公告与事件汇总	11
五、风险提示	13

图表目录

图表 1：全国各区域 21 年人均 GDP（Y 轴，元/人）及 16-21 年复合增速（X 轴）	3
图表 2：2022 年各地 GDP 目标增速梳理	3
图表 3：安徽各价格带竞争格局	4
图表 4：江苏各价格带市场竞争格局	4
图表 5：地产酒估值表	5
图表 6：本周行情	7
图表 7：本周申万一级行业涨跌幅	7
图表 8：本周食品饮料子板块涨跌幅	8
图表 9：申万食品饮料指数行情	8
图表 10：本周食品饮料板块个股涨跌幅前十名	8
图表 11：食品饮料板块沪（深）港通持股占流通 A 股比例 TOP20	9
图表 12：白酒月度产量（万千升）及同比（%）	10
图表 13：高端酒批价走势（元/瓶）	10
图表 14：国内主产区生鲜乳平均价（元/公斤）	10
图表 15：中国奶粉月度进口量及同比（万吨，%）	10
图表 16：啤酒月度产量（万千升）及同比（%）	11
图表 17：啤酒进口数量（千升）与均价（美元/千升）	11
图表 18：近期上市公司重要事项	13

一、周专题：地产酒复苏势头足，推荐区域阿尔法强的龙头

1.1 地产酒：区域复苏势头足，中秋展望相对乐观，推荐苏皖龙头

近期，地产酒板块的关注度提升，催化在于古井中报业绩预报的超预期和今世缘股权激励草案收入目标超预期。

地产酒拥有的优势在于：1) 基地市场稳固，当行业景气度波动时，通常具备较好的抗风险能力和韧性；2) 在多年磨砺中，渠道、终端的管控能力日益精进，精细化程度更高；3) 占据婚喜宴主流市场，受疫情影响后，回补确定性较强、速度较快。

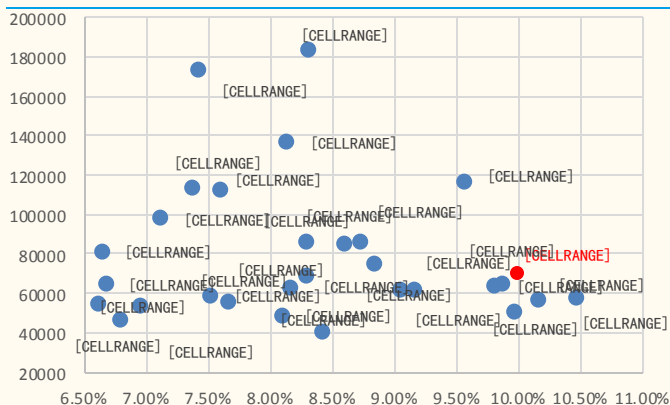
站在当前时点，我们认为，本轮疫情与 20 年的差异在于：消费力受损影响升级节奏、渠道信心受损影响招商扩张节奏。**我们判断**，疫后需求环比改善趋势明确，但消费力、渠道信心的恢复确实需要一个过程，中秋预期并不高，酱酒库存高企（部分区域半年以上），出清尚需时间。次高端增速放缓过程中，不排除会有估值中枢下杀的风险。因此，建议优选防御属性强、估值性价比高、有区域经济兜底的地产酒。

7-8 月安徽、江苏用酒复苏势头足，一方面是前期积累的宴席回补；另一方面是升学宴、谢师宴由于担忧疫情而提前。合肥渠道反馈，目前宴席场次已持平甚至超过往年同期水平。当前，中秋备货虽尚未开始，但徽酒、苏酒渠道备货展望相对乐观，渠道及终端库存水平接近往年同期（春节库存低于往年、端午库存增加），价盘较稳固，预计回款、动销将有序进行。

中长期看，压制地产酒估值的因素主要在于：1) 由于品牌力不如全国性名酒，省外认知度不高，全国化扩张的空间有限。2) 省内地产酒间竞争较激烈，同一价格带咬得较死。3) 高端、次高端全国名酒入侵，加剧省内竞争态势。

对于省内市场，当前的增长动力来自于份额提升+结构升级，当格局变化+更高价格带大单品培育成功时，通常能带来拔估值的机会。**1) 格局：**同一价格带，当龙头形成压倒性优势时，有望带来溢价（比如：古井在安徽的各价格带；洋河梦 6+在江苏的 500-800 元价格带）。**2) 升级：**大环境上，区域经济的强阿尔法可为白酒升级保驾护航。比如新能源、半导体产业潜力足的安徽；背靠长三角经济区的江苏；煤炭经济支撑的山西省。地产酒的升级本质上是随着主流价格带的上移，地产酒挤压更高价格带名酒份额的过程。

图表 1：全国各区域 21 年人均 GDP (Y 轴，元/人) 及 16-21 年复合增速 (X 轴)



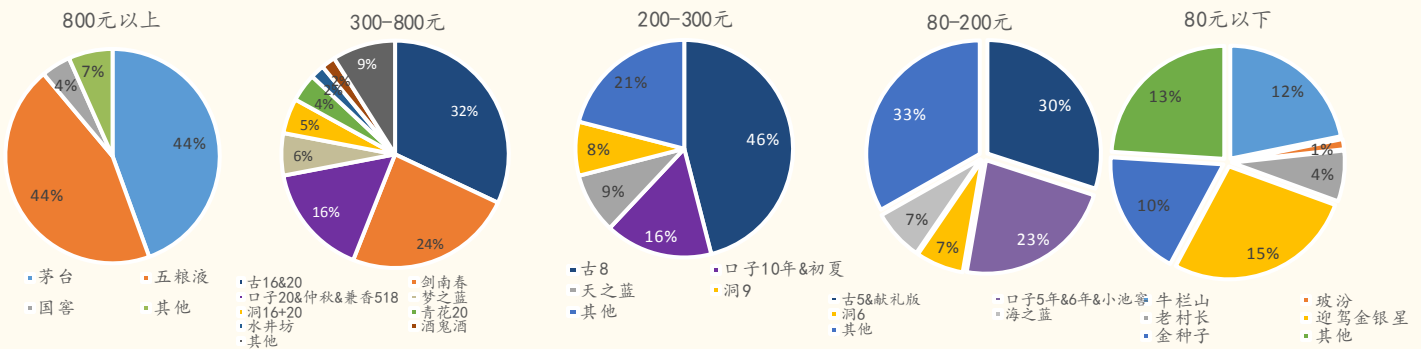
来源：国家统计局，国金证券研究所（注：图中未显示山西）

图表 2：2022 年各地 GDP 目标增速梳理

省份	目标	省份	目标	省份	目标
天津	5%以上	浙江	6%左右	广西	6.5%以上
北京	5%以上	新疆	6%左右	甘肃	6.5%以上
重庆	5.5%左右	陕西	6%左右	福建	6.50%
上海	5.5%左右	内蒙古	6%左右	云南	7%左右
山东	5.5%以上	吉林	6%左右	宁夏	7%
青海	5.5%左右	四川	6.5%左右	江西	7%以上
辽宁	5.5%以上	山西	6.5%左右	湖北	7%左右
江苏	5.5%以上	湖南	6.5%以上	贵州	7%左右
黑龙江	5.5%左右	河南	6.5%左右	安徽	7%以上
广东	5.5%左右	河北	6.50%	西藏	8%左右
海南	9%左右				

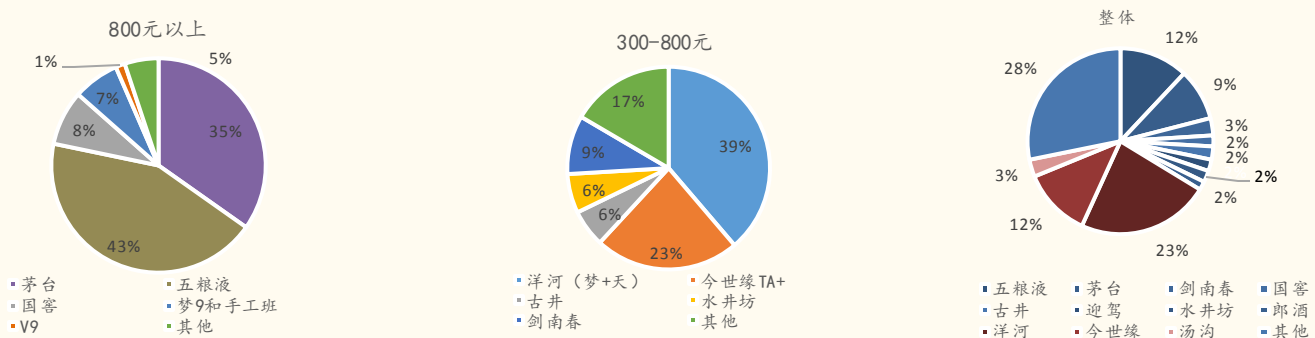
来源：国家统计局，国金证券研究所

图表 3：安徽各价格带竞争格局



来源：公司公告，国金证券研究所

图表 4：江苏各价格带市场竞争格局



来源：公司公告，国金证券研究所

对于省外市场，长期天花板由品牌力决定，全国化的基因包括：老名酒头街、长时间高额的央视广告投入等；短期策略的差异在于渠道模式（大商制 vs 深度分销）、产品（高端 vs 中低端）等。

投资建议：7-8 月安徽、江苏用酒复苏势头足，一方面是前期积累的宴席回补；另一方面是升学宴、谢师宴由于担忧疫情而提前。当前，中秋备货虽尚未开始，但渠道备货展望相对乐观，全年任务高质量完成可期。中长期看，徽酒、苏酒具备区域经济阿尔法支撑，确保升级及需求复苏速度。推荐省内优势稳固、有全国化逻辑的洋河、古井（23 年 21X/35X）；关注洞藏势能延续的迎驾、改革的今世缘（23 年 20X/20X）。

古井贡酒：Q2 业绩超预期是安徽区域贝塔+公司自身阿尔法能力的综合体现。当前市场担忧：1）净利率提升兑现的路径与速度？2）古 20 价格带偏高，省内升级断档？3）库存水平不低。我们认为，1）古井短期受益于新信息化系统带来的费效比提升，长期随量费用模式有望优化（参考老窖），结合产品结构优化，到 25 年净利率实现 21-22%可期，未来激励落地也将使放量动机更坚定。2）300-800 元价格带行业快速扩容，大家会集体受益（剑南春 21 年增速 40-50%），H1 古 16 增速快于古 20。中长期看，徽酒有望复现苏酒的路径，500-800 元价格带演变为地产酒竞争的主战场。3）古井通常是高库存模式（当前库存 3 个月左右、打款 70%以上），强渠道管控能力可避免价盘出现混乱。

洋河股份：当前回款比例 70%+，Q2 收入/利润预计在 17%/20%。部分投资者担忧中长期成长性，我们认为，洋河基本面边际向好，梦 6+的成功已被证明（中长期百亿可期）；水晶梦今年春节已实现对老梦 3 量上的替换（渠道利润率与竞品相当）；海之蓝换代升级全面推进。去年股权激励+涨薪落地，今年组织架构扁平化，有望带动员工积极性。

迎驾贡酒：Q2 六安受疫情影响偏重，进度相对放缓，但全年 20% 的保底收入目标不变（仍有望略超保底目标，H2 收入增速在 20% 左右，利润更快）；合肥渠道反馈洞藏打款 50%、目标增速 50% 不变，库存合理偏低。部分投资者担忧，H1 古 5、献礼增速超预期（20% 多），是否会阻碍迎驾洞藏系列放量？我们认为，春节返乡潮下，今年地产酒 100-300 元价格带表现优异是大趋势（H1 今世缘对开增速大于四开、海之蓝增速较快），迎驾本身具备较强渠道管理能力，有望延续生命周期。近期终端价虽有波动，但在渠道利润上依旧有竞争力。

今世缘：此次股权激励草案中，收入考核目标超预期（21-24 年复合增速 24%，贴十四五规划上限），行权价溢价 28%，彰显对未来的信心；扣非净利 21-24 年复合增速为 15%，利润增速快于收入，或代表公司将扩张费用投放，加快培育 V 系列和省外市场（25 年省外、V 系列占比从 10% 不到提至 20%）。新管理层上任后风格更为积极，近期组织架构重新梳理（省内新增 2 个大区+事业部重新划分+高沟销售公司成立），力争到三季度完成全年任务的 80%；中长期静待股权激励红利释放。

图表 5：地产酒估值表

公司名称	收入（亿元）				YOY			归母净利（亿元）				YOY			PE		
	21A	22E	23E	24E	22E	23E	24E	21A	22E	23E	24E	22E	23E	24E	22E	23E	24E
洋河股份	254	308	370	442	21%	20%	19%	75	97	120	145	29%	24%	21%	26	21	18
古井贡酒	133	165	197	232	24%	20%	17%	23	31	38	47	33%	26%	22%	44	35	28
今世缘	64	78	97	122	22%	24%	26%	20	24	29	36	19%	21%	23%	24	20	16
迎驾贡酒	46	56	69	83	23%	22%	20%	14	18	23	28	30%	26%	22%	25	20	16

来源：公司公告，国金证券研究所（注：股价截至 22 年 8 月 7 日）

1.2 子板块投资观点更新

■ 白酒板块

周内板块情绪略有回升，预计系上周古井业绩超预期，且环周茅台、普五批价均有不同程度上行，需求侧环比恢复的态势明朗下情绪面逐渐修复。高端酒方面，四川地区反馈整箱飞天批价 3200 元，散瓶批价 2800 元，普五批价 970 元，国窖批价 920 元；次高方面批价整体企稳，动销环比明显有恢复。目前建议持续关注 Q2 业绩兑现情况及兑现质量（表观回款质量等），中秋政策在本月下半旬会逐渐明确。我们认为消费复苏态势未变，阶段性消费升级节奏受扰动不改长趋势，且中长期超额储蓄会逐渐传导至消费端。当前仍首推高端酒，整体始终具备较高的确定性及韧性。建议关注地产龙头（洋河、古井）及次高端弹性标的（汾酒等）。

贵州茅台：业绩稳步兑现，品牌之势破竹前行

公司发布 22 年中报，22H1 实现总收入 594.4 亿元，同比+17.2%；实现归母净利 297.9 亿元，同比+20.8%。

分产品来看，系列酒加速主要系茅台 1935 放量及内部存量产品结构更优化，上半年茅台 1935 放量预计超 1500 吨。此外，上半年茅台酒基酒产量 4.25 万吨，较去年同期 3.78 万吨明显提升，预计源于今年第五轮次生产时间较去年同期早 10 天左右；系列酒基酒产量 1.70 万吨，较去年同期 1.25 万吨亦明显提升（系列酒与茅台酒生产工艺相近，且系列酒去年新增部分设计产能于今年体现）。

分渠道来看，批发代理渠道已连续 3 个季度负增，且幅度明显提升（21Q4/22Q1 同比分别-3.0%/-4.7%），预计系非标产品渠道提货方式变更（i 茅台上半年表观非税收入 44.2 亿元），本质上仍为渠道改革下实现价增逻辑（单 Q2 直销渠道营收占比达 39.8%）。

此外，第三代茅台专卖店已亮相，整体面上超 1300 家专卖店将陆续体现“美时代、美生活”，渠道端持续迭代打通专卖店链路。且根据近一轮小茅专场申购数据，小茅运达到 50 点的 C 端用户已达 263 万人，i 茅台推进成效斐然。我们认为逆势下公司消费侧韧性突出、市场化改革势能充沛。

■ 啤酒板块

青啤 7 月销量再超预期（同比+15-16%），我们重申啤酒 Q3 具备多因素催化（低基数+天气热+疫情政策趋缓），H2 及 23H1 有望释放成本弹性，推荐青啤、华润，关注重啤、燕京。本周百威亚太发布中报，中国区 Q2 销量同比-6.5%（6 月销量高个位数增），H1 高端/超高端增速为大个位数/双位数，8 月初夜场、餐厅渠道恢复率为 81%、97%。百威亚太展望 Q3 成本压力降延续 Q2，Q4 压力类似 Q1，明年上半年有望改善，23H1 成本增幅有望小于 22 年对比 21 年。

■ 大众品板块

近期市场估值有所调整，基本面也在逐步修复。结合成长性和估值，我们看好立高和甘源的弹性；立高处于高成长性赛道，今年由于成本、需求、转型压力叠加，我们认为处于基本面底部；甘源今年因为新品铺货的逻辑存在增长确定性，数据也有持续验证。从估值修复的角度，我们认为伊利和洽洽存在一定的估值修复空间，且两者经营基本面相对稳健，确定性较好。

■ 调味品板块

疫情反复导致餐饮恢复具备不确定性，且部分消费场景仍受限，消费信心回升较慢。整体来看，7 月仍以消化库存为主线，环比均呈现弱改善趋势，后续需要密切跟踪动销、成本情况。若餐饮数据显示 7 月修复较好，后续环比持续改善，则行业收入端有望在 Q3 低基数情况下得到大幅改善。随着疫情后部分费用投放增加，我们预计 Q3 利润端难以出现大幅改善。今年仍需拉长时间维度看待行业修复情况，我们仍然看好餐饮供应链修复主线，推荐天味食品和海天味业。

二、本周行情回顾

本周（2022.8.1~2022.8.5）食品饮料（申万）指数收于 23713 点（+1.43%）。沪深 300 指数收于 4157 点（-0.32%），上证综指收于 3227 点（-0.81%），深证综指收于 2166 点（-0.70%），创业板指收于 2684 点（+0.49%）。

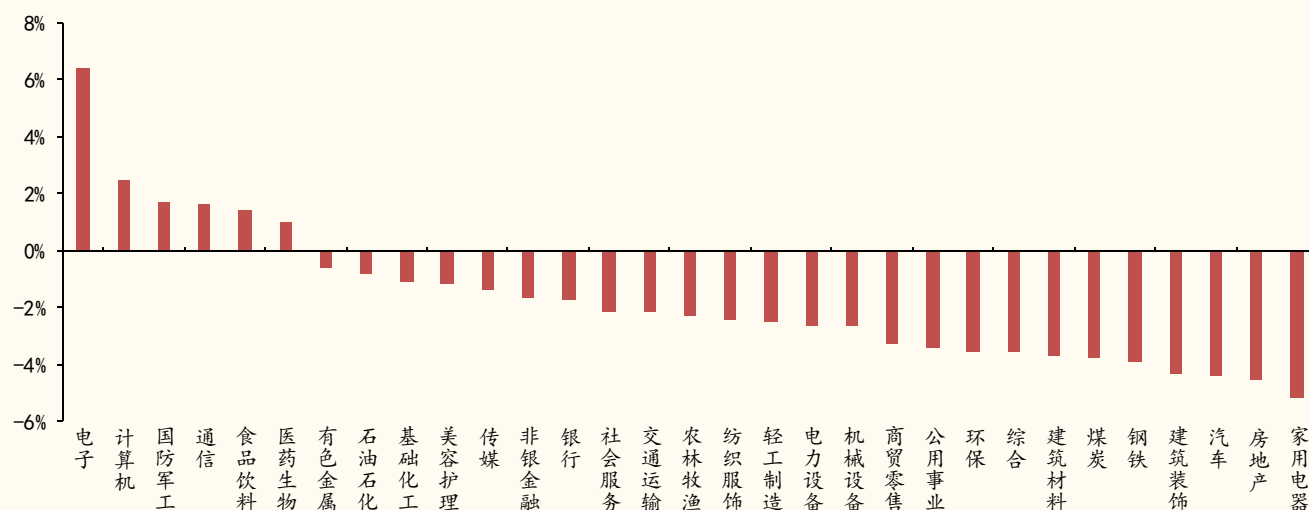
图表 6：本周行情

指数	本周收盘价	本周涨跌幅	年初至今涨跌幅
申万食品饮料指数	23713	1.43%	-12.32%
沪深 300	4157	-0.32%	-15.86%
上证综指	3227	-0.81%	-11.34%
深证综指	2166	-0.70%	-14.39%
创业板指	2684	0.49%	-19.23%

来源：Wind，国金证券研究所

从一级行业涨跌幅来看，本周涨跌幅前三的行业为电子（+6.44%）、计算机（+2.47%）、国防军工（+1.70%）。

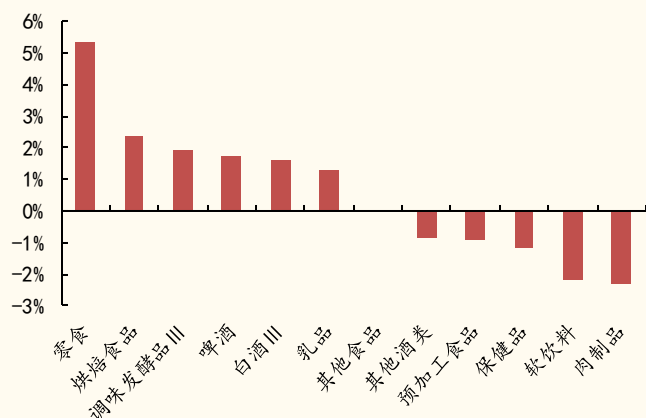
图表 7：本周申万一级行业涨跌幅



来源：Wind，国金证券研究所

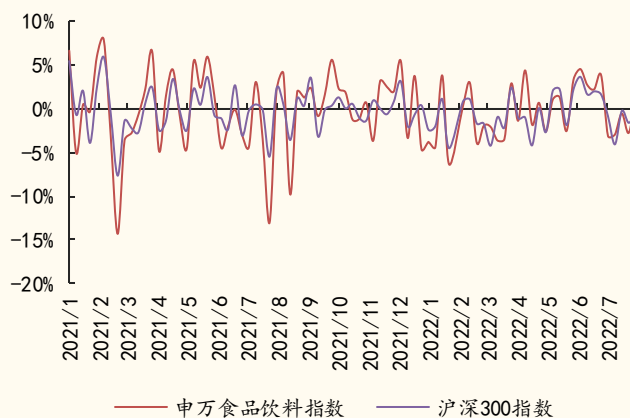
从食品饮料子板块来看，涨跌幅前三的板块为零食（+5.37%）、烘焙食品（+2.38%）、调味发酵品 III（+1.92%）。

图表 8：本周食品饮料子板块涨跌幅



来源：Wind，国金证券研究所

图表 9：申万食品饮料指数行情



来源：Wind，国金证券研究所（注：数据截至 22 年 8 月 5 日）

从个股表现来看，本周涨幅居前的古井贡酒（+18.64%）、洽洽食品（+10.94%）、涪陵榨菜（+9.46%）、今世缘（+7.79%）、安琪酵母（+6.12%）等；跌幅居前的有泉阳泉（-11.51%）、百合股份（-9.85%）、海欣食品（-7.80%）、海南椰岛（-7.53%）、得利斯（-6.80%）等。

图表 10：本周食品饮料板块个股涨跌幅前十名

涨幅前十名	涨幅 (%)	跌幅前十名	跌幅 (%)
古井贡酒	18.64	泉阳泉	-11.51
洽洽食品	10.94	百合股份	-9.85
涪陵榨菜	9.46	海欣食品	-7.80
今世缘	7.79	海南椰岛	-7.53
安琪酵母	6.12	得利斯	-6.80
青海春天	5.32	*ST 西发	-6.18
青岛食品	5.00	华统股份	-6.16
光明乳业	4.97	皇台酒业	-6.02
青岛啤酒	4.60	龙大美食	-5.71
甘源食品	4.57	西部牧业	-5.05

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、洋河股份在 8 月 5 日沪（深）港通持股比例分别为 7.29%/4.95%/3.39%，环比-0.02pct/+0.08pct/-0.01pct；伊利股份沪港通持股比例为 17.72%，环比+0.26pct；重庆啤酒沪港通持股比例为 9.24%，环比+0.01pct；海天味业沪港通持股比例为 6.39%，环比持平。

图表 11：食品饮料板块沪（深）港通持股占流通 A 股比例 TOP20

股票名称	2022/8/5	2022/7/29	周环比（%）
洽洽食品	21.10	20.40	0.70
伊利股份	17.72	17.46	0.26
涪陵榨菜	12.98	11.12	1.86
汤臣倍健	11.52	11.45	0.06
安琪酵母	10.45	10.19	0.26
重庆啤酒	9.24	9.23	0.01
双汇发展	7.38	7.17	0.21
贵州茅台	7.29	7.31	-0.02
海天味业	6.39	6.39	0.00
安井食品	5.91	5.92	-0.01
桃李面包	5.55	5.39	0.16
三全食品	5.00	5.04	-0.04
五粮液	4.95	4.87	0.08
中炬高新	4.46	4.51	-0.05
燕京啤酒	4.39	4.44	-0.04
酒鬼酒	3.63	3.66	-0.03
洋河股份	3.39	3.40	-0.01
今世缘	3.13	3.21	-0.08
泸州老窖	3.12	3.00	0.12
承德露露	3.03	3.08	-0.04

来源：Wind，国金证券研究所

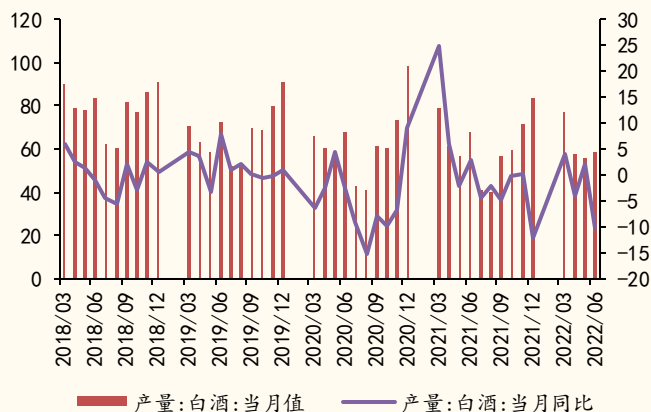
三、行业数据更新

■ 白酒板块

2022年6月，全国白酒产量58.50万千升，同比-10.00%。

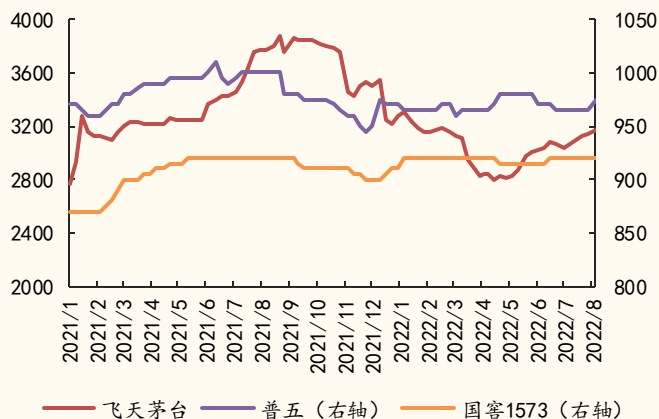
据今日酒价，8月5日，飞天茅台整箱批价3175元（环周+35元），散瓶批价2780元（环周+5元），普五批价965元（环周持平），高度国窖1573批价920元（环周持平）。

图表 12：白酒月度产量（万千升）及同比（%）



来源：Wind，国金证券研究所（注：数据更新至22年6月）

图表 13：高端酒批价走势（元/瓶）



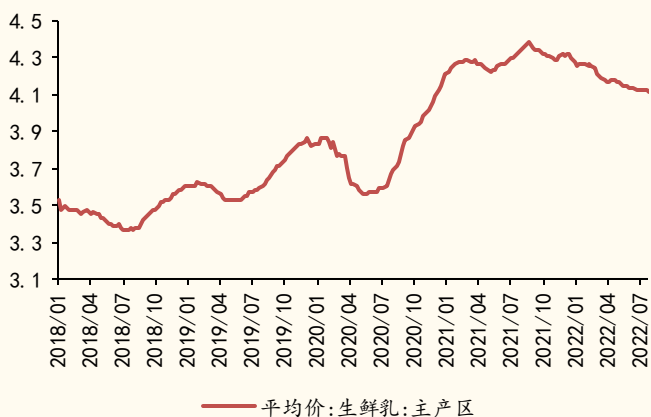
来源：今日酒价，国金证券研究所（注：数据更新至22年8月5日）

■ 乳制品板块

2022年7月27日，我国生鲜乳主产区平均价为4.11元/公斤，同比-5.10%，环比-0.20%。

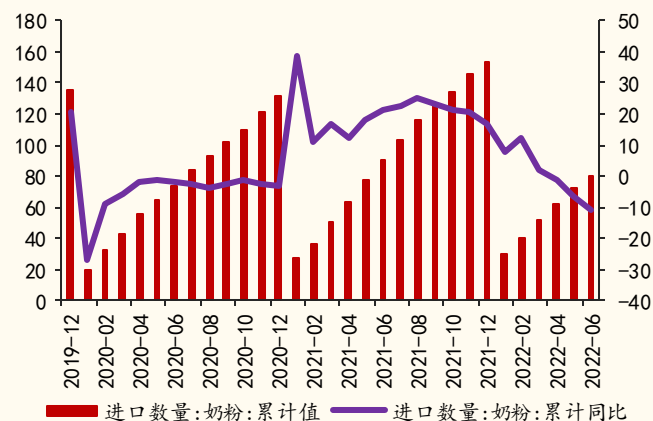
2022年1~6月我国累计进口奶粉80万吨，累计同比-10.70%；累计进口金额为48.84亿美元，累计同比+4.10%。

图表 14：国内主产区生鲜乳平均价（元/公斤）



来源：Wind，国金证券研究所（注：数据更新至22年7月27日）

图表 15：中国奶粉月度进口量及同比（万吨，%）



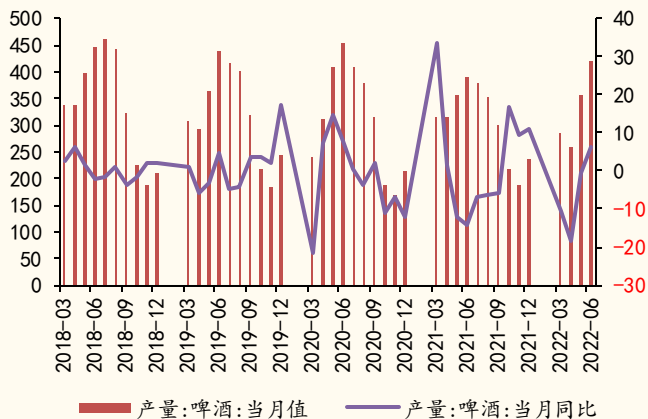
来源：Wind，国金证券研究所（注：数据更新至22年6月）

■ 啤酒板块

2022 年 6 月，我国啤酒产量为 419.3 万千升，同比+6.40%。

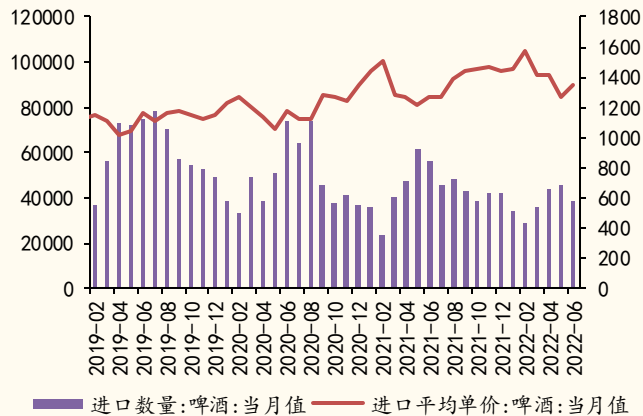
2022 年 1~6 月，我国累计进口啤酒数量为 22.66 万千升，同比-14.40%。
其中 6 月啤酒进口平均单价为 1353.66 美元/千升，同比+7.07%。

图表 16：啤酒月度产量（万千升）及同比（%）



来源：Wind，国金证券研究所（注：数据更新至 22 年 6 月）

图表 17：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 22 年 6 月）

四、公司公告与事件汇总

■ 公司公告精选

【贵州茅台】8 月 2 日发布 2022 半年度报告，公司半年度实现营业收入 576.2 亿元，同比增长 17.4%。归属于上市公司股东的净利润 297.9 亿元，同比增长 20.9%。归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 297.6 亿元，同比增长 20.8%。基本每股收益为 23.7 元/股。截至 2022 年 6 月 30 日公司股东户数为 14.6 万户，较上期（2022 年 3 月 31 日）减少 1.9 万户，减幅为 11.6%。

【燕京啤酒】8 月 3 日，公司发布关于燕京啤酒关于获得政府补助的公告。近日，北京燕京啤酒股份有限公司矿泉水厂收到与收益相关的政府补助 30 万元。至此，公司及分子公司累计收到与收益相关的政府补助款项 2302.8 万元，占公司最近一期经审计归属上市公司股东净利润的 10.1%。其中，按规定确认的影响当期损益的政府补助 2302.8 万元。

【金龙鱼】8 月 4 日发布半年度报告，上半年实现营收 1194.8 亿元，同比增长 15.7%；归属于上市公司股东的净利润约 19.8 亿元，同比下降 33.5%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润约 24.2 亿元，同比下降 38.1%。半年业绩呈增收不增利的特点。厨房食品营收为 761.4 亿元，同比增长超 15%；而营业成本则同比上升超 20%至 707.4 亿元。金龙鱼另一大主要产品饲料原料及油脂科技产品，期内营收为 424.7 亿元，同比增长逾 16%，营业成本则同比增长两成至 390.5 亿元。

【东鹏饮料】8 月 4 日，公司发布关于股东减持股份进展公告。5%以上非第一大股东君正投资因自身资金需求，计划以集中竞价交易方式和大宗交易方式减持公司合计不超过约 1200 万股股份，即不超过公司总股本的 3%。截至 2022 年 8 月 4 日，君正投资本次减持计划实施时间已过半，未通过任何方式减持其持有的公司股份。本次减持计划尚未实施完毕。

【双塔食品】8 月 5 日，公司发布关于回购股份比例达到 2%暨回购进展的公告。截至 2022 年 8 月 3 日，公司累计通过回购专用证券账户以集中竞价方式回购公司股份 2487.92 万股，占公司截止 2022 年 8 月 3 日总股本的 2%，

最高成交价为 9.18 元/股，最低成交价为 6.97 元/股，成交总金额 2.04 亿元。本次回购符合相关法律法规要求及公司回购方案。

【汤臣倍健】8 月 5 日，公司发布 2022 年半年度报告，报告显示，2022 年上半年实现营收 42.21 亿元，同比基本持平。同时上半年承压趋稳，凸显韧性发展。报告期内，线下门店动销持续受到疫情影响，公司承压的同时，仍保持品牌和产品优势，得益于公司主品牌及大单品业务渗透，公司市场份额占比持续占据第一位置。其中，“Life-Space”品牌表现亮眼，相关国内产品实现收入 1.77 亿元，同比增长 49.69%；境外业务 LSG 营业收入为 0.81 亿澳元，同比增长 32.69%，在澳洲市场增长平稳，维持益生菌品类第一地位，专业益生菌品牌形象进一步提升。

■ 行业要闻

近日，文经济计划和统计局发布数据显示，2022 年 4 月 CPI 同比上涨 3.9%，其中，食品和非酒精饮料指数上涨 4.7%，非食品价格上涨指数上涨 3.8%。食品和非酒精饮料的增长主要由于油脂价格上涨 21%、肉类价格上涨 9.2%以及鱼和海鲜价格上涨 5.4%。非食品部分的增长主要由于杂项商品和服务价格上涨 16.1%、运输价格上涨 5%以及住房、水、电、天然气和其他燃料价格上涨 2.2%。从环比看，2022 年 4 月 CPI 环比下降 0.3%，主要由于非食品指数下降 0.5%。（商务部）

8 月 5 日，中国（上海）预制菜产业联盟正式成立。联盟成立后，企业将从风味、技术、产业集群、消费升级等方面上下游联手，线上线下联动，推动上海预制菜产业的高速度、高品质发展。此前，上海商情信息中心调研显示，经历本轮疫情，65.5%消费者购买预制菜频率有所增加，其中生鲜电商选择率最高，达到 80.7%；其次是超市卖场（47.1%），生鲜超市（42.1%），选择社区团购的超过 2 成。（界面）

8 月 5 日，为进一步遏制月饼过度包装现象，中国消费者协会与中国焙烤食品糖制品工业协会将在今年中秋节前联合对月饼过度包装开展消费监督。此次消费监督工作将参考新修订的《限制商品过度包装要求食品和化妆品》强制性国家标准。考虑到新标准将于 2023 年 9 月 1 日正式实施，企业和市场还存在标准过渡期，监督工作将兼顾过渡期“双标并行”。中消协将发动全国消费维权志愿者采取随手拍等方式对线上线下销售的月饼包装进行监督，同时委托专业机构进行调查并向社会公布调查结果。（新华网）

联合国粮农组织数据显示，粮农组织食品价格指数 2022 年 7 月平均为 140.9 点，环比下降 13.3 点(8.6%)，连续第四个月下行。尽管如此，指数仍较去年同期高出 16.4 点(13.1%)。7 月跌幅是该指数自 2008 年 10 月以来创下的最大单月跌幅，其中植物油和谷物指数大幅走低，而食糖、乳制品和肉类价格指数亦有所下降，但幅度较小。（同花顺）

■ 近期上市公司重要事项提醒

图表 18：近期上市公司重要事项

日期	公司	事项
8月8日	龙大美食	2022年第四次临时股东大会
8月10日	交大昂立	2022年第一次临时股东大会
8月10日	惠发食品	2022年第三次临时股东大会
8月10日	上海梅林	2022年第二次临时股东大会
8月15日	安琪酵母	2022年第四次临时股东大会
8月15日	*ST西发	2022年第二次临时股东大会
8月15日	熊猫乳品	2022年第四次临时股东大会
8月16日	甘源食品	2022年第一次临时股东大会
8月16日	泸州老窖	2022年第一次临时股东大会
8月17日	来伊份	2022年第一次临时股东大会
8月18日	绝味食品	2022年第一次临时股东大会
8月19日	日辰股份	2022年第二次临时股东大会
8月19日	东鹏饮料	2022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况；
- 疫情持续反复风险——若国内外疫情不可控将影响经济修复进度；
- 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。

公司投资评级的说明：

买入：预期未来 6—12 个月内上涨幅度在 15%以上；
增持：预期未来 6—12 个月内上涨幅度在 5%—15%；
中性：预期未来 6—12 个月内变动幅度在 -5%—5%；
减持：预期未来 6—12 个月内下跌幅度在 5%以上。

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。

本报告版权归“国金证券股份有限公司”（以下简称“国金证券”）所有，未经事先书面授权，任何机构和个人均不得以任何方式对本报告的任何部分制作任何形式的复制、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

电话：021-60753903

传真：021-61038200

邮箱：researchsh@gjzq.com.cn

邮编：201204

地址：上海浦东新区芳甸路1088号

紫竹国际大厦7楼

北京

电话：010-66216979

传真：010-66216793

邮箱：researchbj@gjzq.com.cn

邮编：100053

地址：中国北京西城区长椿街3号4层

深圳

电话：0755-83831378

传真：0755-83830558

邮箱：researchsz@gjzq.com.cn

邮编：518000

地址：中国深圳市福田区中心四路1-1号

嘉里建设广场T3-2402