

# 食品饮料行业周报一

## 步入中报密集披露期，关注短期预期差带来的投资机会

2022年8月14日



### 行业评级

食品饮料行业 强于大市（维持）

### 证券分析师

张晋溢 投资咨询资格编号:S1060521030001  
电子邮箱:ZHANGJINYI112@PINGAN.COM.CN

王萌 投资咨询资格编号:S1060522030001  
电子邮箱:WANGMENG917@PINGAN.COM.CN

### 研究助理

潘俊汝 一般证券业务:S1060121120048  
电子邮箱:PANJUNRU787@PINGAN.COM.CN

# 食品饮料周报-观点

## 食品饮料行业

本周食品饮料指数（中信）累计涨跌幅+0.34%。涨幅前三的个股为：麦趣尔（+37.68%）、劲仔食品（+15.97%）、张裕A（+12.05%）；跌幅前三的个股为百润股份（-8.04%）、绝味食品（-5.23%）、华统股份（-5.15%）。

**观点：疫情造成短期情绪扰动，关注短期业绩预期差带来的投资机会。**本周疫情主要集中在海南及浙江，零星分布于中部地区，板块整体情绪较前期走弱。从数据上来看，6月份猪肉价格继续上涨，涨幅为2.9%，国内猪价快速上升，带来通胀担忧。下周进入中报密集披露期，市场关注度及敏感度预计上升，预计板块表现将受到业绩预期差影响。预计后续伴随各地疫情好转，将催化餐饮等消费场景复苏，带动食品饮料业绩恢复，建议关注白酒、啤酒、调味品等与餐饮密切相关的子板块。

## 白酒行业

本周白酒指数（中信）累计涨跌幅+0.50%。涨幅前三的个股为：\*ST皇台（+6.64%）、顺鑫农业（+6.11%）、金种子酒（+3.70%）；跌幅前三的个股为古井贡酒（-1.11%）、迎驾贡酒（-0.95%）、泸州老窖（-0.35%）。

**观点：关注双节白酒表现，坚守高确定性龙头酒企+地产酒龙头酒企。**中报密集披露期临近，未来一段时间市场表现预计将受到白酒板块预期差的影响。同时，考虑到双节临近，中秋国庆作为白酒消费旺季，是观测消费回补情况的重要节点。本周高端酒终端价格及批价稳定上升，各白酒厂商积极备战中秋，动销有所恢复且库存水平良性，我们建议关注中期业绩确定性强的高端龙头酒企和地产酒龙头酒企，推荐贵州茅台、古井贡酒，关注洋河股份。

## 食品行业

本周食品指数（中信）累计涨跌幅-0.37%。涨幅前三的个股为：麦趣尔（+37.68%）、劲仔食品（+15.97%）、爱普股份（+11.66%）；跌幅前三的个股为绝味食品（-5.23%）、华统股份（-5.15%）、海天味业（-3.87%）。

**观点：需求复苏叠加成本下行，关注中报业绩表现。**上半年食品行业基本面完成探底，下半年在需求复苏+成本下行的驱动下相关子行业有望开启业绩修复。当前疫情防控政策的精准化有利于消费场景的持续复苏，Q3需求边际回暖确定性强，下半年餐饮供应链、啤酒、调味品的困境反转趋势明确，成本端趋势向下叠加报表低基数，未来一年竞争格局好的细分领域龙头将具备高弹性。建议关注啤酒、调味品、餐饮产业链等受益餐饮复苏、提价传导顺畅、盈利空间有望改善的子行业。

# 食品饮料周报-白酒个股观点

## 个股观点

- ◆ **贵州茅台**，本周累计涨跌幅+0.21%。观点：1) “i茅台”陆续将安徽、天津、河北等省区市新增为茅台冰淇淋的销售地区，目前销售范围已经扩大到了19个省区市，跨界布局营销成熟；2) 近期贵州茅台双龙智慧物流园项目开工，项目建成后预计提升净酒储量约3万吨。茅台物流不仅旨在增强企业发展的安全冗余，亦有望熨平周期性波动影响；3) 茅台不断调整营销结构支撑营收增长，根据22年半年报披露，茅台上半年直销收入中，20%由i茅台贡献。i茅台上线3个月实现酒类不含税收入44.16亿元。我们认为，在非标量价齐升、直营占比提升的推动下，茅台集团剥离习酒后仍将完成“十四五”的2000亿目标，未来三年茅台业绩将维持较快增长，维持“推荐”评级。
- ◆ **舍得酒业**，本周累计涨跌幅+0.50%。观点：1) 公司将建立“重庆战役”可复制样板作为重要目标，继续按照“聚焦川冀鲁豫、提升东北西北、突破华东华南”的策略，在聚焦核心区域的同时加快品牌的全国化布局；2) 继湖州后，舍得智慧·老酒盛宴将走进苏州等文化名城，持续“老酒+文化”核心内容价值表达，积极打磨品牌IP；3) 一季度舍得省外的高增长印证其全国性市场的品牌影响力正进一步提升，省外市场的增长成为舍得酒新的驱动力，全国化战略初见成效。我们认为，公司目前库存保持良性，随着双节消费旺季的到来，舍得下半年有望实现业绩加速释放，实现全年业绩高弹性，维持“推荐”评级。
- ◆ **五粮液**，本周累计涨跌幅-0.27%。观点：1) 公司积极进行控货稳价措施，运用数字化营销手段，精准投放出货量。通过15个分仓建设精准响应物流反应，批价及终端价格稳定趋势显现；2) 公司权力下放战区，加强战区主战有效提高对市场变化的响应速度，经销商利润依托团购、品鉴会等活动有所回升。经典五粮液品牌力、价值拉升依靠渠道推力加强。3) 公司抢抓消费者弥补，阶段性分区域抢抓宴席消费者培育，持续发力新零售、KA电商以及高端团购消费等。公司今年针对多个渠道支持费用提振积极性，动销良好且批价坚挺，叠加下半年宏观经济修复，全年业绩具备高确定性，维持“推荐”评级。

# 食品饮料周报-白酒个股观点

## 个股观点

- ◆ **山西汾酒**，本周累计涨跌幅+2.81%。观点：1) 公司持续加大原酒产能、储能的投资，产品结构持续升级，献礼版玻汾进一步完善玻汾系列产品结构，出厂价提升明显，有望增厚公司业绩；2) 费用投放体系逐渐完善，采用方案审批替代打款换投入，提高费用投放效率。同时，渠道改革不断推进，通过省内直分销+省外厂商1+1模式+数字化改革，实现公司效益最大化；3) 在次高端价格带持续扩容叠加清香型白酒占有率持续提升的背景下，公司动销情况良好，全国化持续推进，青花系列增速持续上升，献礼版波汾亦开始导入市场，推动吨价和产品结构升级，预计疫后业绩将展现高弹性，维持“推荐”评级。
- ◆ **古井贡酒**，本周累计涨跌幅-1.11%。观点：1) 公司坚定产品升级的战略，聚焦古8及以上产品，发力核心单品古20，省内平台商运作下消费氛围和产品势能已起，带动古16、古8放量；2) 费用端投放效率持续优化，投放转为向终端倾斜。长期来看，公司有望通过费用模式调整、数字化信息化建设等优化费用率水平，进一步释放盈利潜力；3) 根据公司业绩快报，在淡季及疫情扩散背景下，公司22Q2营收同增30%，归母净利润同增45%，价盘保持坚挺，回款进度优秀，预计全年业绩保持较快增长，维持“推荐”评级。
- ◆ **洋河股份**，本周累计涨跌幅+3.65%。观点：1) 公司坚持梦6+大单品主导，水晶梦品质、规格、形象跟随升级的产品战略，目前梦6+动销较好，成功从省内向全国层面推广，产品价格与利润；2) 改革红利释放后公司将步入新一轮增长，费用投放上，采用海天终端再来一瓶活动、扫码送红包、南京地区三免一等活动推动产品动销快速恢复，产品价盘稳定，关注产品调整带来的增长红利；3) 由于前期省内疫情持续时间较长，经销商资金压力较大。六月中旬疫情好转后省内消费复苏，整体动销开始恢复，Q2动销和回款比较符合预期。省外除个别区域外整体动销良好，叠加公司股权激励等改革政策，我们预计疫后业绩将展现高弹性。维持“推荐”评级。
- ◆ **风险提示**：1) 宏观经济疲软的风险；2) 国内疫情防控长期化的风险；3) 重大食品安全事件的风险。

# 食品饮料周报-食品个股观点



## 个股观点

- ◆ **巴比食品**：本周累计涨跌幅+3.31%。观点：公司披露半年度报告，实现营业收入6.85亿元，同比+15.19%，归母净利润1.18亿元，同比-44.18%，实现归母扣非净利润0.93亿元，同比+61.23%。其中Q2实现营业收入3.76亿元，同比+9.87%，扣非归母净利润0.54亿元，同比+22.04%。华东地区Q2开店及单店受疫情封控影响，但团餐受益政府保供弥补部分缺口。开店方面，下半年南京工厂预计开始投产，有望启动安徽苏北新市场，下半年加快节奏追赶，全年开店目标不变。成本端，公司已提前对猪肉主要原材料等进行锁价锁量采购，毛利率有望修复。
- ◆ **甘源食品**：本周累计涨跌幅+0.45%。观点：公司披露半年度报告，实现营收6.14 亿元，同增 12.93%，归母净利润 0.41 亿元，同增 11.02%。其中 22Q2 实现营收2.94 亿元，同增 42.72%；归母净利润 0.18 亿元，扣非归母净利润 0.09 亿元。Q2收入增长超预期，一是去年社区团购冲击下的低基数，二是新品增长较快、山姆渠道销售亮眼，三是得益于渠道不断开拓。后续随着棕榈油成本回落，下半年看好公司释放业绩弹性。
- ◆ **安井食品**：本周累计涨跌幅+3.20%。观点：1) 预计Q2主业双位数增长，预制菜业务在低基数下增速较高。利润端预计受到新宏业计提超额业绩奖金和冻品先生有收购费用需要一次性计提的影响。2) 成本端，淡水鱼收购两家企业对上游贡献度较高，目前安井是全球鱼浆第一名，有相当的保障。油脂类有下行趋势，但Q2没有体现。人工和技改成本有增长。4-5月运力对成本也有影响。
- ◆ **千味央厨**：本周累计涨跌幅-0.91%。观点：1) 预计 Q2 销售收入与利润增幅同步正增长，净利率稳定。Q2疫情下大客户、团餐、乡厨等场景均有受损，考虑到Q2为传统淡季，若下半年需求修复，追回Q2损失部分，全年激励目标完成确定性强。2) Q2受到原料成本冲击，部分产品锁价到期，压力会在报表中体现。3) 品类上，经销渠道看油条、蒸煎饺的较快增长是主要动力。4) 公司不断储备新品，并推出早餐计划，主打街边非早餐店等刚需。
- ◆ **风险提示**：1) 宏观经济疲软的风险；2) 国内疫情防控长期化的风险；3) 重大食品安全事件的风险。

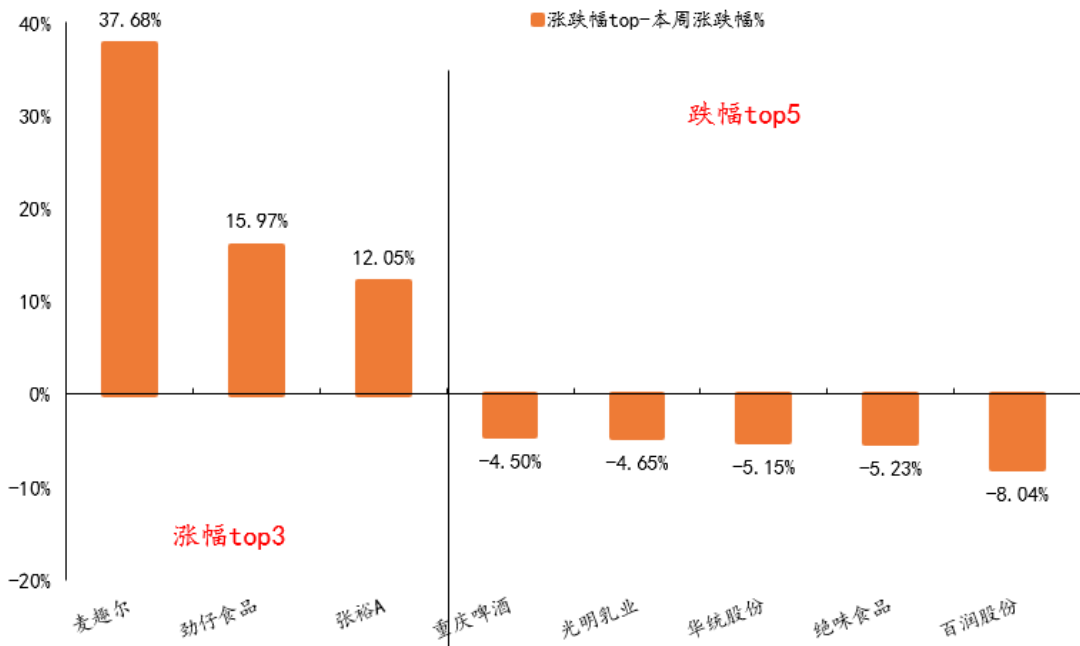
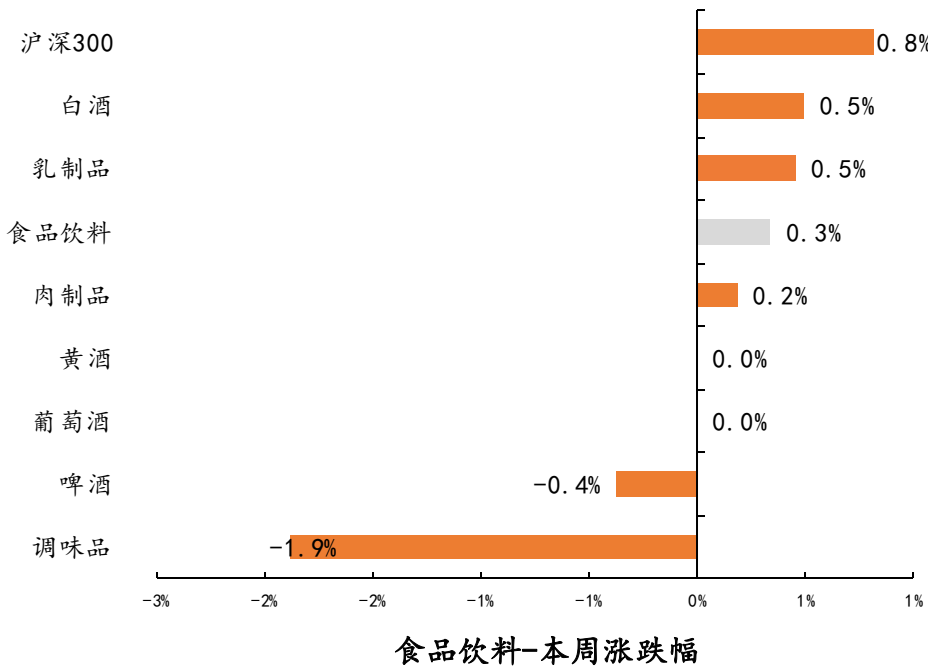
# 食品饮料周报-涨跌幅数据

## 本周回顾

本周食品饮料行业累计涨跌幅+0.34%。食品饮料跟踪标的中：

涨幅TOP3：麦趣尔（+37.68%）、劲仔食品（+15.97%）、张裕A（+12.05%）。

跌幅TOP5：百润股份（-8.04%）、绝味食品（-5.23%）、华统股份（-5.15%）、光明乳业（-4.65%）、重庆啤酒（-4.50%）。



# 食品饮料周报-公司公告与事件汇总



## 行业重大事件

1. **劲牌发布酒业首份科技责任报告。**8月8日，劲牌公司首次发布科技责任报告，这也是酒业第一份科技责任报告。报告中一项项重大科技成果、发明专利、科技奖项体现着劲牌多年来对科研事业的不断追求。（糖酒快讯）
2. **人民日报APP点赞茅台助力“一带一路”“心联通”。**8月9日，2022“一带一路”媒体合作论坛在西安举行，人民日报APP发布条漫《丝路坐标，串联“一带一路”的历史与未来》，点赞贵州茅台是“中国酒文化的传播者”，通过海外文化交流，弘扬中国酒文化，助力中国同共建国家人民“新联通”。（糖酒快讯）
3. **7月CPI上涨2.7%创新高。**8月10日，国家统计局发布的数据显示，2022年7月份，全国居民消费价格（CPI）同比上涨2.7%，同比涨幅创下了自2020年8月以来的新高；全国工业生产者出厂价格（PPI）同比上涨4.2%，同比涨幅由2021年10月的13.5%逐月滑落。总体上，食品价格同比上涨6.3%，非食品价格同比上涨1.9%。（国家统计局）
4. **上半年规模以上白酒企业实现销售收入3436.57亿元。**8月10日，中国酒业协会理事长宋书玉表示，2022年1-6月，全国规模以上白酒企业酿酒总产量为375.09万千升，全国规模以上白酒企业数量为961家，其中亏损的有190家，亏损面达19.77%。同时，全国规模以上白酒企业累计完成产品销售收入为3436.57亿元，同比增长16.51%，累计实现利润总额为1366.7亿元，同比增长34.64%，亏损企业累计亏损额为13.41亿元，同比增长65.03%。（中国酒业协会）
5. **携冰醇之爱，茅小凌再赴10省区市。**8月13日，茅小凌将带着茅台冰淇淋来到云南、广西、安徽、江西、甘肃、宁夏、天津、河北、内蒙古、山西等10个省区市报到。届时，登录“i茅台”APP，进入“云购”页面点击链接即可购买茅台冰淇淋，顺丰冷链送达，足不出户即可享受“冰醇之爱”。至此，茅台冰淇淋将覆盖全国19个省区市。（糖酒快讯）

# 食品饮料周报-公司公告与事件汇总

## 重要个股公告



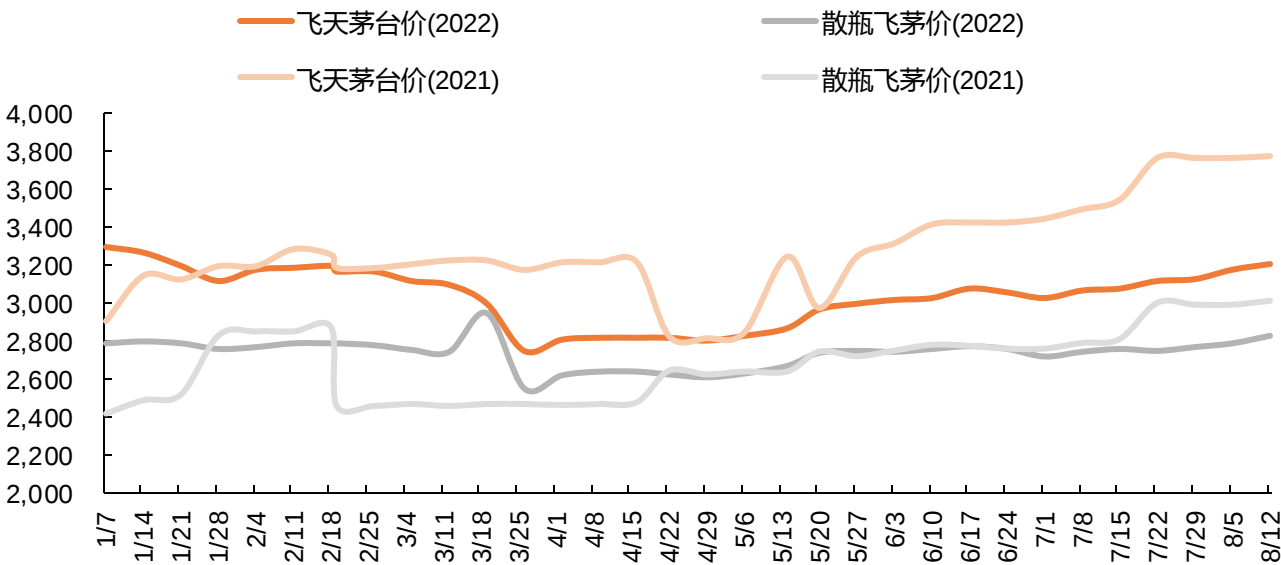
1. **603102. SH百合股份2022半年度报告**: 2022年上半年公司实现营业总收入3.28亿元, 同比增长7.11%; 归属于上市公司股东的净利润0.72亿元, 同比增长4.03%。基本每股收益1.17元。22Q2实现营收1.82亿元, 同比增长13.04%; 实现归母净利润0.41亿元, 同比增长10.81%。
2. **600298. SH安琪酵母2022半年度报告**: 2022年上半年公司实现营业总收入60.90亿元, 同比增长16.36%; 归属于上市公司股东的净利润6.68亿元, 同比减少19.33%。2022Q2实现营收30.58亿元, 同比增长18.62%; 实现归母净利润3.55亿元, 同比减少8.03%。
3. **603866. SH桃李面包2022半年度报告**: 2022年上半年公司实现营业总收入32.06亿元, 同比增长9.06%; 归属于上市公司股东的净利润3.58亿元, 同比减少2.90%。2022Q2实现营收17.54亿元, 同比增长8.81%; 实现归母净利润2.00亿元, 同比减少2.91%。
4. **002991. SZ甘源食品2022半年度报告**: 2022年上半年公司实现营业总收入6.14亿元, 同比增长12.93%; 归属于上市公司股东的净利润0.41亿元, 同比增长11.02%。2022Q2实现营收2.94亿元, 同比增长42.72%; 实现归母净利润0.18亿元, 去年同期亏损0.04亿元。
5. **600059. SH古越龙山2022半年度报告**: 2022年上半年公司实现营业总收入7.85亿元, 同比增长2.67%; 归属于上市公司股东的净利润0.90亿元, 同比增长2.01%。2022Q2实现营收2.21亿元, 同比减少0.16%; 实现归母净利润0.21亿元, 同比减少0.22%。

# 食品饮料周报-酒类数据跟踪

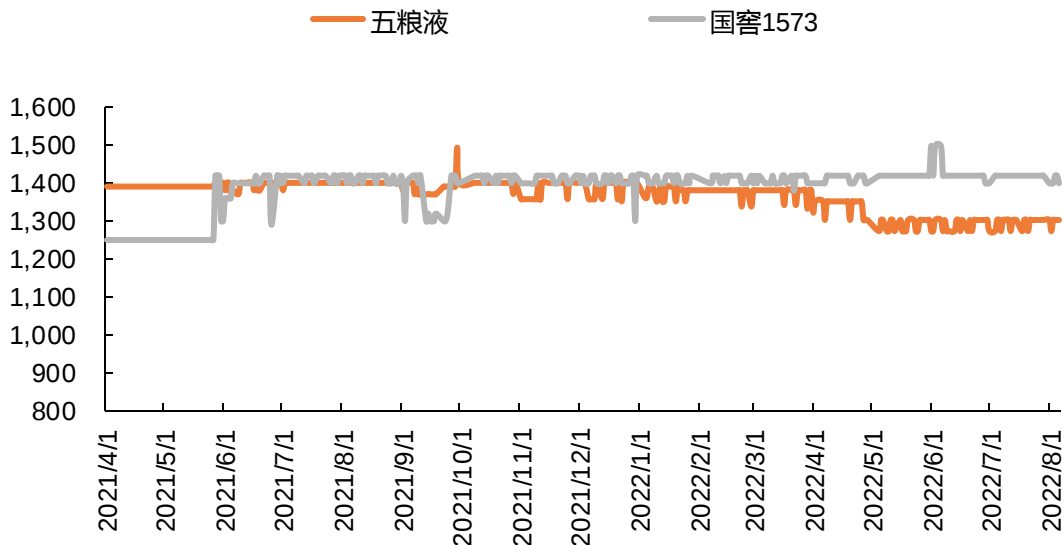
## 高端白酒批价

截至本周末（20220812），茅台22年整箱批价3210元/瓶，环比上周上涨30元/箱，22年散装批价2830元/瓶，环比上周上涨40元/瓶；五粮液京东价格1299元/瓶，环比上周持平；国窖1573京东价格1399元/瓶，环比上周下降20元。

- 飞天茅台（53度）行情价（元/瓶）



- 五粮液（52度）、国窖1573（52度）京东价（元/瓶）

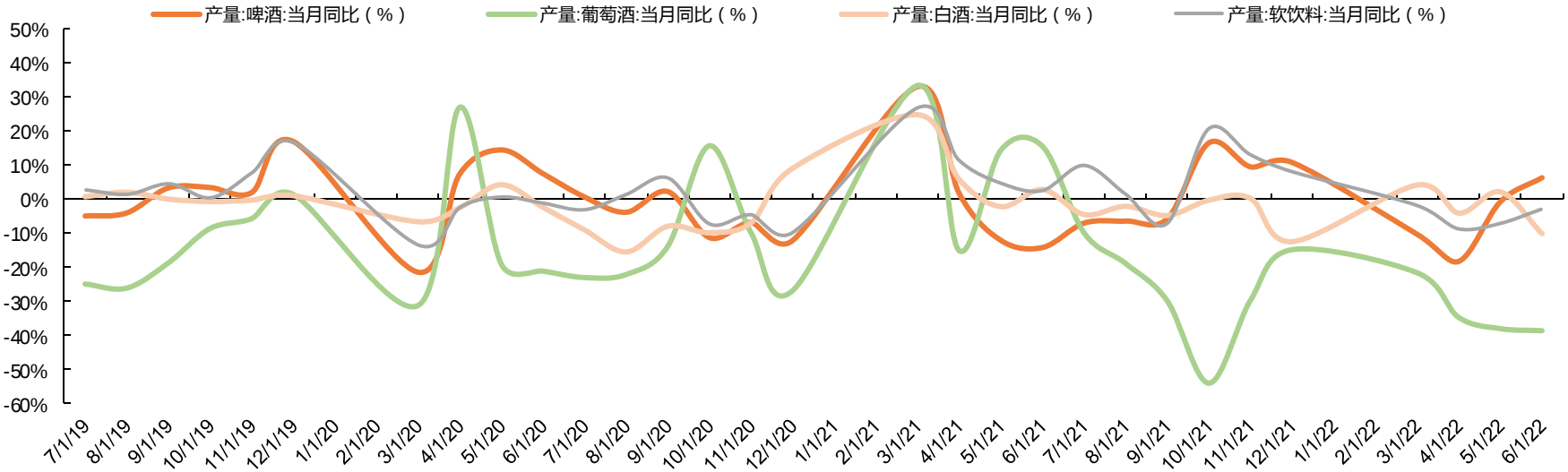


# 食品饮料周报-产量数据跟踪

## 酒水饮料产量

2022年6月，我国白酒当月产量为58.5万吨，当月同比-10.0%；啤酒当月产量为419.3万吨，当月同比+6.4%；软饮料当月产量为1828.0万吨，当月同比-2.8%；葡萄酒当月产量为1.9万吨，当月同比-38.7%。

• 白酒、啤酒、葡萄酒、软饮料产量当月同比 (%)



# 食品饮料周报-原材料数据跟踪

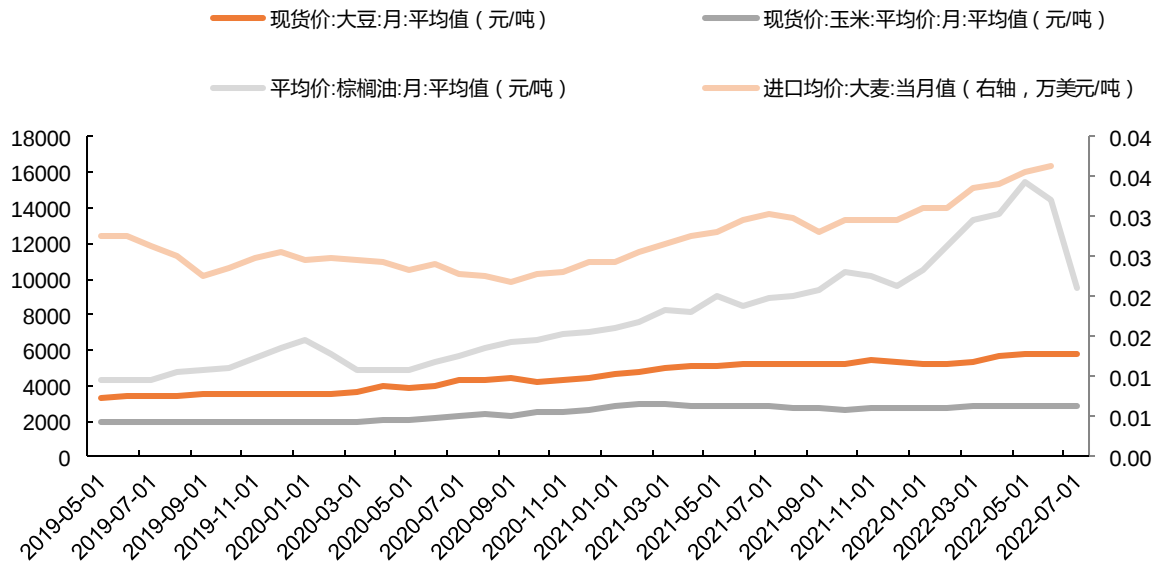
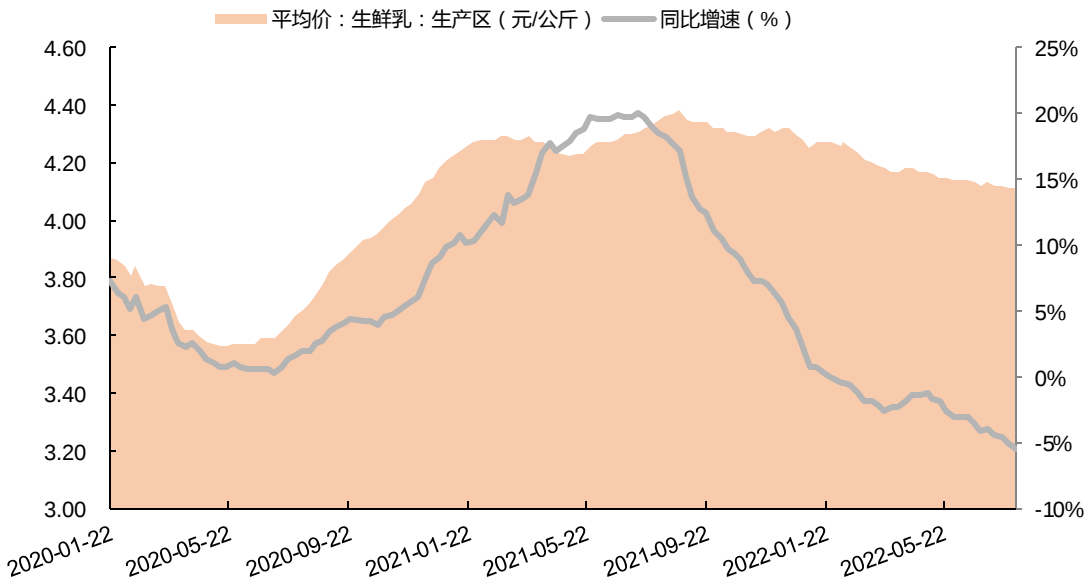
## 原材料数据跟踪

**原奶价格：**自2020年9月我国原奶价格步入上升周期以来，生鲜乳收购价格涨幅明显，自2022年2月增速首次降为负后，价格开始震荡下降，进入下行空间。8月3日最新数据显示，我国生鲜乳主产区平均价为4.11元/公斤，同比-5.50%。当前我国原奶价格处于下行通道，乳制品生产企业原料成本压力有所缓解。

**主要农产品价格：**进口大麦价格延续上行，2022年6月进口大麦平均价为0.04万美元/吨，同比上涨23.05%。棕榈油价格回调，7月平均价格为9,541.59元/吨，环比下降33.89%。大豆7月平均价格为5,810.45元/吨，同比上涨11.78%。玉米7月平均价格为2,845.71元/吨，同比上涨1.12%。

### 我国生鲜乳主产区平均价格及同比增速（元/公斤）

### 主要农产品价格



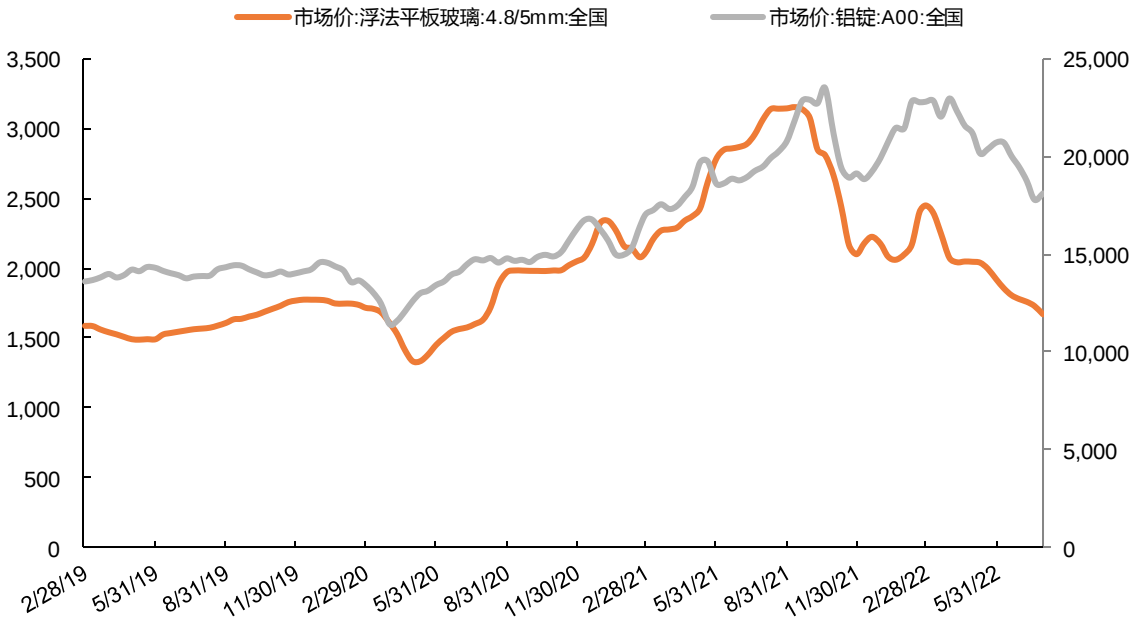
# 食品饮料周报-原材料数据跟踪

## 包材数据跟踪



2022年7月31日，我国浮法玻璃市场价为1,673.50元/吨，同比下降45.40%，铝锭价格为18,071.40元/吨，同比下降7.05%；2022年8月11日，PET价格为8,980.00元/吨，同比上涨21.35%。

### 我国浮法玻璃与铝锭的市场价格（元/吨）



### 我国PET切片（纤维级）的现货价（元/吨）



# 食品饮料周报-重点公司盈利预测



盈利预测

| 所属行业 | 股票名称 | 最新收盘价<br>(元)<br>8月12日 | EPS (元/股) |       |       | P/E   |       |       | 评级 |
|------|------|-----------------------|-----------|-------|-------|-------|-------|-------|----|
|      |      |                       | 2021A     | 2022E | 2023E | 2021A | 2022E | 2023E |    |
| 食品饮料 | 贵州茅台 | 1928.00               | 41.76     | 50.12 | 58.28 | 46.2  | 38.5  | 33.1  | 推荐 |
|      | 五粮液  | 178.70                | 6.02      | 7.12  | 8.33  | 29.7  | 25.1  | 21.5  | 推荐 |
|      | 古井贡酒 | 250.30                | 4.35      | 5.65  | 7.24  | 57.5  | 44.3  | 34.6  | 推荐 |
|      | 海天味业 | 79.98                 | 1.58      | 1.78  | 2.02  | 50.6  | 44.9  | 39.6  | 推荐 |
|      | 舍得酒业 | 168.44                | 3.75      | 5.53  | 7.57  | 44.9  | 30.5  | 22.3  | 推荐 |
|      | 重庆啤酒 | 117.93                | 2.41      | 3.02  | 3.80  | 48.9  | 39.0  | 31.0  | 推荐 |

## 股票投资评级：

强烈推荐（预计6个月内，股价表现强于市场表现20%以上）

推 荐（预计6个月内，股价表现强于市场表现10%至20%之间）

中 性（预计6个月内，股价表现相对市场表现在±10%之间）

回 避（预计6个月内，股价表现弱于市场表现10%以上）

## 行业投资评级：

强于大市（预计6个月内，行业指数表现强于市场表现5%以上）

中 性（预计6个月内，行业指数表现相对市场表现在±5%之间）

弱于大市（预计6个月内，行业指数表现弱于市场表现5%以上）

## 公司声明及风险提示：

负责撰写此报告的分析师（一人或多人）就本研究报告确认：本人具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格。

本公司研究报告是针对与公司签署服务协议的签约客户的专属研究产品，为该类客户进行投资决策时提供辅助和参考，双方对权利与义务均有严格约定。本公司研究报告仅提供给上述特定客户，并不面向公众发布。未经书面授权刊载或者转发的，本公司将采取维权措施追究其侵权责任。

证券市场是一个风险无时不在的市场。您在进行证券交易时存在赢利的可能，也存在亏损的风险。请您务必对此有清醒的认识，认真考虑是否进行证券交易。市场有风险，投资需谨慎。

## 免责条款：

此报告旨为发给平安证券股份有限公司（以下简称“平安证券”）的特定客户及其他专业人士。未经平安证券事先书面明文批准，不得更改或以任何方式传送、复印或派发此报告的材料、内容及其复印本予任何其他人。

此报告所载资料的来源及观点的出处皆被平安证券认为可靠，但平安证券不能担保其准确性或完整性，报告中的信息或所表达观点不构成所述证券买卖的出价或询价，报告内容仅供参考。平安证券不对因使用此报告的材料而引致的损失而负上任何责任，除非法律法规有明确规定。客户并不能仅依靠此报告而取代行使独立判断。

平安证券可发出其它与本报告所载资料不一致及有不同结论的报告。本报告及该等报告反映编写分析员的不同设想、见解及分析方法。报告所载资料、意见及推测仅反映分析员于发出此报告日期当日的判断，可随时更改。此报告所指的证券价格、价值及收入可跌可升。为免生疑问，此报告所载观点并不代表平安证券的立场。

平安证券在法律许可的情况下可能参与此报告所提及的发行商的投资银行业务或投资其发行的证券。

平安证券股份有限公司2022版权所有。保留一切权利。