

2022年08月21日

华鑫证券
CHINA FORTUNE SECURITIES

关注白酒中秋打款，大众品中报分化

—食品饮料行业周报

推荐(维持)

投资要点

分析师：孙山山 S1050521110005

sunss@cfsc.com.cn

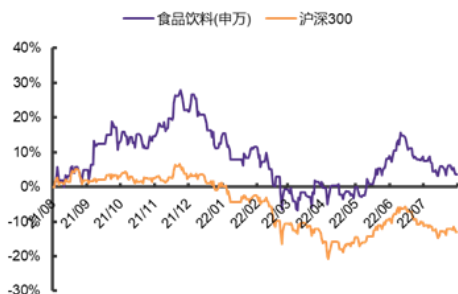
联系人：何宇航 S1050122010030

heyh1@cfsc.com.cn

行业相对表现

表现	1M	3M	12M
食品饮料(申万)	4.8	14.6	3.6
沪深300	1.8	2.5	-13.0

市场表现



资料来源：Wind，华鑫证券研究

相关研究

《华鑫证券食品饮料行业周报：白酒构筑坚实底部，大众品寻找预期差标的》2022-08-14

《安井食品(603345)公司深度：速冻龙头多点开花，预制菜布局清晰》2022-08-15

《仲景食品(300908)公司深度：国内香菇酱首创者，多地布局筑优势》2022-08-14

《宝立食品(603170)公司深度：定制西调引领者，方便速食加速放量》2022-07-24

《日辰股份(603755)公司深度：定制餐调引领者，研发+渠道双管齐下》2022-07-16

《恒顺醋业(600305)公司深度：百年醋企焕新生，多方改革静待验证》2022-06-29

《海天味业(603288)公司深度：稳中求进向前看，排兵布局新起点》2022-06-07

《中炬高新(600872)公司深度：内改外拓双管齐下，聚焦主业做大版图》2022-05-22

《天味食品(603317)公司深度：川式复调领导者，角逐高成长赛道》2022-05-15

一周新闻速递

行业新闻：1) 国家统计局：7月食品烟酒消费价格涨4.7%。1-7月全国规上企业啤酒产量2269.4万千升，同比下降0.5%。7月产量421.6万千升，同比增长10.8%。2) 四川：前7月规上企业白酒产量208.3万千升，同降3.1%，啤酒产量161.6万千升，同增5.9%。

公司新闻：1) 贵州茅台：双龙智慧物流园开工，项目建成后可实现净酒储量约3万吨。茅台集团在官网发布2022年第三次专场招聘公告，公开招聘751人，共涉及8家子公司。2) 泸州老窖：智能化包装中心技改项目建设完成50%。泸州最大智能化酒类包装中心2023年投用。3) 五粮液：位列“中国轻工业科技百强企业”第六名、酒企第一名。投资成立宜宾五昆供应链股权投资合伙企业，为供应链私募公司。

投资观点

白酒板块：本周舍得酒业、金徽酒和顺鑫农业发布中报，我们认为白酒板块基本利空出尽。当前市场重心逐步转为关注白酒企业中秋打款政策，中报的发布更多是验证此前市场悲观预期。利空出尽下轻装上阵，三季度积极追赶完成全年任务。我们继续重点推荐次高端三剑客（舍得酒业、山西汾酒及酒鬼酒）及低估值今世缘和五粮液等。

大众品板块：本周大众品发布中报，出现明显分化。休闲食品如盐津铺子、甘源食品及软饮料如东鹏饮料等业绩表现亮眼，休闲食品如洽洽食品、西麦食品、妙可蓝多及软饮料如养元饮品等受疫情影响致业绩不及预期。整体来看，持续关注餐饮复苏进度及原材料价格是否回落，我们继续推荐休闲食品三剑客（劲仔食品、盐津铺子及甘源食品）及调味品中的天味食品和中炬高新等。

维持食品饮料行业“推荐”投资评级。

风险提示

疫情波动风险；宏观经济波动风险；推荐公司业绩不及预期的风险；行业竞争风险；食品安全风险；行业政策变动风险；消费税或生产风险；原材料价格波动风险。

《涪陵榨菜（002507）公司深度：榨菜龙头迎拐点，扩大腌制菜版图》2022-04-29

《食品饮料行业之预制菜行业深度报告：蓝海新格局，掘金正当时》2022-04-08

《食品饮料行业之调味品深度：行业景气度仍存，细分赛道掘金时》2022-03-10

《李子园（605337）公司深度：含乳饮料龙头焕新生，全国化加速中》2022-03-05

《2022 年食品饮料行业投资策略：把握白酒结构性行情，重视大众品拐点机会》2021-12-26

重点关注公司及盈利预测

公司代码	名称	2022/8/20 股价	EPS			PE			推荐评级
			2022E	2023E	2024E	2022E	2023E	2024E	
600519.SH	贵州茅台	1895.01	49.62	58.00	67.41	38.19	32.67	28.11	推荐
000858.SZ	五粮液	173.66	6.97	8.20	9.47	24.92	21.18	18.34	推荐
000568.SZ	泸州老窖	216.30	6.79	8.37	10.17	31.86	25.84	21.27	推荐
600809.SH	山西汾酒	265.04	5.80	7.60	9.75	45.70	34.87	27.18	推荐
002304.SZ	洋河股份	170.85	6.37	7.93	9.68	26.82	21.54	17.65	推荐
000799.SZ	酒鬼酒	147.00	4.50	6.17	8.15	32.67	23.82	18.04	推荐
600702.SH	舍得酒业	154.99	5.01	6.37	8.06	30.94	24.33	19.23	推荐
600779.SH	水井坊	69.69	2.84	3.56	4.41	24.54	19.58	15.80	推荐
000596.SZ	古井贡酒	248.28	5.58	7.04	8.78	44.49	35.27	28.28	推荐
603369.SH	今世缘	45.41	1.95	2.34	2.78	23.29	19.41	16.33	推荐

603589.SH	口子窖	51.61	3.59	4.41	5.38	14.38	11.70	9.59	推荐
603198.SH	迎驾贡酒	53.85	2.24	2.88	3.59	24.04	18.70	15.00	推荐
603919.SH	金徽酒	29.92	0.97	1.22	1.50	30.85	24.52	19.95	推荐
600197.SH	伊力特	27.23	1.08	1.52	1.93	25.21	17.91	14.11	推荐
603288.SH	海天味业	78.17	1.81	2.06	2.33	43.19	37.95	33.55	推荐
603027.SH	千禾味业	15.04	0.30	0.39	0.48	50.13	38.56	31.33	推荐
603317.SH	天味食品	26.00	0.32	0.41	0.52	81.25	63.41	50.00	推荐
600872.SH	中炬高新	37.56	1.01	1.16	1.33	37.19	32.38	28.24	推荐
002507.SZ	涪陵榨菜	30.19	1.17	1.42	1.70	25.80	21.26	17.76	推荐
600305.SH	恒顺醋业	11.37	0.12	0.18	0.22	94.75	63.17	51.68	推荐
603755.SH	日辰股份	32.48	0.94	1.22	1.58	34.55	26.62	20.56	推荐
603170.SH	宝立食品	27.10	0.51	0.72	0.92	53.14	37.64	29.46	推荐
300999.SZ	金龙鱼	45.89	1.15	1.44	1.71	39.90	31.87	26.84	推荐
300908.SZ	仲景食品	36.97	1.32	1.54	1.81	28.01	24.01	20.43	推荐
300755.SZ	华致酒行	35.51	2.49	3.40	4.38	14.26	10.44	8.11	推荐
605499.SH	东鹏饮料	150.39	3.54	4.65	5.72	42.48	32.34	26.29	推荐
603711.SH	香飘飘	12.81	1.06	1.18	/	12.08	10.86	/	推荐
605337.SH	李子园	22.06	1.46	1.75	2.10	15.11	12.61	10.50	推荐
600132.SH	重庆啤酒	110.50	2.90	3.64	4.36	38.10	30.36	25.34	推荐
600600.SH	青岛啤酒	103.52	2.50	2.99	3.48	41.41	34.62	29.75	推荐
603345.SH	安井食品	143.65	3.96	4.92	6.15	36.28	29.20	23.36	推荐
603517.SH	绝味食品	47.10	1.67	1.88	2.32	28.20	25.05	20.30	推荐
002847.SZ	盐津铺子	92.64	2.25	3.18	4.25	41.17	29.13	21.80	推荐
603719.SH	良品铺子	24.74	0.87	1.25	1.72	28.44	19.79	14.38	推荐
002991.SZ	甘源食品	58.51	2.01	2.63	3.46	29.11	22.25	16.91	推荐
002557.SZ	洽洽食品	47.50	2.15	2.48	2.84	22.09	19.15	16.73	推荐
003000.SZ	劲仔食品	11.06	0.26	0.32	0.39	42.54	34.56	28.36	推荐
605338.SH	巴比食品	27.40	1.09	1.33	1.59	25.14	20.60	17.23	推荐
300973.SZ	立高食品	76.19	1.76	2.35	2.83	43.29	32.42	26.92	推荐
002216.SZ	三全食品	16.80	0.85	0.98	1.13	19.76	17.14	14.87	推荐
600882.SH	妙可蓝多	33.50	0.70	0.98	1.33	47.86	34.18	25.19	推荐
001215.SZ	千味央厨	47.49	1.32	1.77	2.29	35.98	26.83	20.74	推荐
605089.SH	味知香	56.55	1.74	2.26	2.86	32.50	25.02	19.77	推荐
002330.SZ	得利斯	7.44	0.15	0.22	0.29	49.60	33.82	25.66	推荐
603043.SH	广州酒家	23.55	1.14	1.37	1.62	20.66	17.19	14.54	推荐
002956.SZ	西麦食品	13.70	0.45	0.56	0.68	30.44	24.46	20.15	推荐
002570.SZ	贝因美	4.89	0.12	0.17	0.24	40.75	28.76	20.38	推荐
600887.SH	伊利股份	35.78	1.68	2.00	2.34	21.30	17.89	15.29	推荐
603156.SH	养元饮品	19.74	1.64	1.94	2.23	12.04	10.18	8.85	推荐
002183.SZ	怡亚通	5.92	0.26	0.33	0.40	22.77	17.94	14.80	推荐

资料来源：Wind 资讯，华鑫证券研究

正文目录

1、一周新闻速递.....	6
1.1、行业新闻.....	6
1.2、公司新闻.....	7
2、本周重点公司反馈.....	8
2.1、本周行业涨跌幅.....	8
2.2、公司公告.....	8
2.3、本周公司涨跌幅.....	10
2.4、食品饮料行业核心数据趋势一览.....	11
2.5、重点信息反馈.....	15
2.6、重点公司二季度业绩前瞻.....	20
3、投资观点.....	21
4、风险提示.....	23

图表目录

图表 1：本周行业涨跌幅一览(%).....	8
图表 2：本周食品饮料重点上市公司公告.....	8
图表 3：食品饮料重点公司一周涨跌幅一览.....	11
图表 4：2021 年白酒产量 715.6 万吨，同-3.4%.....	12
图表 5：2021 年白酒行业营收 6033 亿元，同+18.6%.....	12
图表 6：调味品行业市场规模从 2014 年 2595 亿增至 2020 年 3950 亿，6 年 CAGR 为 7%.....	12
图表 7：百强调味品企业收入从 2013 年 700 亿增至 2020 年 1627 亿，7 年 CAGR 为 13%.....	12
图表 8：全国大豆市场价（元/吨）.....	12
图表 9：海白砂糖现货价（元/吨）.....	12
图表 10：国内 PET 切片现货价(纤维级):国内（元/吨）.....	13
图表 11：瓦楞纸市场均价（元/吨）.....	13
图表 12：2021 年啤酒行业产量 3562 万千升，同+5.6%.....	13
图表 13：2022 年 7 月啤酒行业产量累计同比-0.5%.....	13
图表 14：2021 年葡萄酒行业产量 26.8 万千升，同-29.1%.....	14
图表 15：2022 年 7 月葡萄酒行业产量累计同比-24.3%.....	14
图表 16：休闲食品市场规模从 2014 年 0.66 万亿增至 2021 年 1.4 万亿，7 年 CAGR 为 11%.....	14
图表 17：休闲食品各品类市场份额.....	14
图表 18：能量饮料市场规模从 2014 年 200 亿增至 2019 年 428 亿，5 年 CAGR 为 16%.....	15
图表 19：饮料行业各品类 2014-2019 年销售额 CAGR.....	15
图表 20：预制菜市场规模从 2015 年 650 亿增至 2020 年 2527 亿，5 年 CAGR 为 31%.....	15

图表 21：餐饮收入从 2010 年 1.8 万亿增至 2021 年 4.69 万亿，11 年 CAGR 为 9% 15

图表 22：食品饮料重点公司 2022 年二季度业绩前瞻（持续更新中） 20

图表 23：重点关注公司及盈利预测 21

1、一周新闻速递

1.1、行业新闻

- 1、遵义：召开白酒包材高质量发展专题会议。
- 2、仁怀：召开白酒产业综合治理专项规划工作调度会，部署白酒产业综合治理。**收割7.5万吨酒用高粱。**
- 3、京东：啤酒品类销售额环比6月增长近50%。
- 4、7月酒饮茶工业生产者出厂价格同比上涨0.6%。
- 5、陕西：咸阳新增5亿啤酒项目。
- 6、河北：上半年酒、饮料和精制茶制造业企业实现利润同比增长5.4%。
- 7、近五年精酿啤酒企业数年均增长95%，山东省精酿啤酒相关企业数量位居全国第一，占比达18.4%。
- 8、国家统计局：7月食品烟酒消费价格涨4.7%。1-7月全国规上企业啤酒产量2269.4万千升，同比下降0.5%。7月产量421.6万千升，同比增长10.8%。
- 9、泸州：将坚持“优势优先”，加快打造世界级优质白酒产业集群、全国重要的能源化工产业基地。
- 10、烟台：市委、市政府将葡萄酒产业链作为全市16条重点产业链之一，每年列支4000万元扶持产业发展。
- 11、汾阳：召开地方白酒企业质量管控专题会议，成立地方白酒企业质量管控工作专班。
- 12、荷兰合作银行公布“2022年全球乳业20强”，蒙牛和伊利入榜。
- 13、中信建投8月15日研报指出，白酒进入中秋政策沟通期，行业需求持续改善。
- 14、四川：前7月规上企业白酒产量208.3万千升，同降3.1%，啤酒产量161.6万千升，同增5.9%。
- 15、北京：前7月规上企业啤酒产量61.3万千升，同增9.5%。
- 16、广东：1-6月规上企业啤酒产量186.78万千升，同降7.9%，其中6月产量39.79万千升，同降10.3%。
- 17、清香型白酒新国标取消高低度划分，2023年2月1日正式实施。
- 18、云南：8月15-19日，第十二届酒类质量检评交流活动于8月15-19日召开。
- 19、30+酒企将制定酒业活态文化遗产团标。
- 20、宋书玉解读酒业文化发展四趋势。
- 21、首届中国露酒T5峰会在汾酒召开。

22、安徽：与中国食品工业协会签署绿色食品产业高质量发展合作协议。

23、贵州：“习酒杯”贵州省白酒技能大赛开幕。

1.2、公司新闻

1、贵州茅台：双龙智慧物流园开工，项目建成后可实现净酒储量约 3 万吨。“七彩之滇，创美茅台”2022 年茅粉节在昆明举行。茅台冰淇淋已覆盖全国 19 省市。新增 2 名国家级非遗传承人，任金素、严刚凭借茅台酒酿制技艺入选。茅台集团在官网发布 2022 年第三次专场招聘公告，公开招聘 751 人，共涉及 8 家子公司。

2、五粮液：首届“匠艺杯”品牌推广及市场营销竞赛在古城西安拉开帷幕。以 91.90 分位列“中国轻工业科技百强企业”第六名、酒企第一名。投资成立宜宾五昆供应链股权投资合伙企业，为供应链私募公司。

3、泸州老窖：中国歌剧舞剧院党委书记诸葛燕喃一行走进泸州老窖开展座谈交流。发明专利《窖泥功能菌及其制备方法》，荣获 2021 年度四川省专利奖一等奖。智能化包装中心技改项目建设完成 50%。泸州最大智能化酒类包装中心 2023 年投用。

4、金徽酒：完成西北六省布局，有望形成“西北+华东”两个发展引擎。

5、金种子：何秀侠“五点方向”促金种子发展。

6、汾酒：汾酒 1500 清系列 4 款新品上市。汾酒党委书记、董事长袁清茂与浪潮集团执行总裁王柏华举行工作会谈，表示将加码建设“智慧汾酒”。

7、青岛啤酒：8 月 13 日，“2022 青岛啤酒节”在烟台旅游大世界启幕，为期 9 天。

8、燕京啤酒：高端新品“S12 皮尔森”8 月 17 日上市。

9、珠江啤酒：与中国食品发酵工业研究院签约战略合作

10、洋河股份：洋河文创推出两款盲盒雪糕。

11、郎酒：第二届郎酒庄园会员节将于 8 月 20 日启幕。郎酒电商云上品酒节将于 8 月 18 日开启。

12、西凤酒：与陕西广电融媒体集团启动全面战略合作。第六届丝绸之路国际博览会顺利召开。建立“品牌+数字”管理新模式。

13、国台：加码老酒市场，发布国台国标真实年化酒珍藏套装。

14、金沙酒：全县 18 万亩高粱预计总产值近 5 亿元。

15、习酒：与贵州现代物流集团座谈，就新合作方向和机会等进行深入沟通交流。

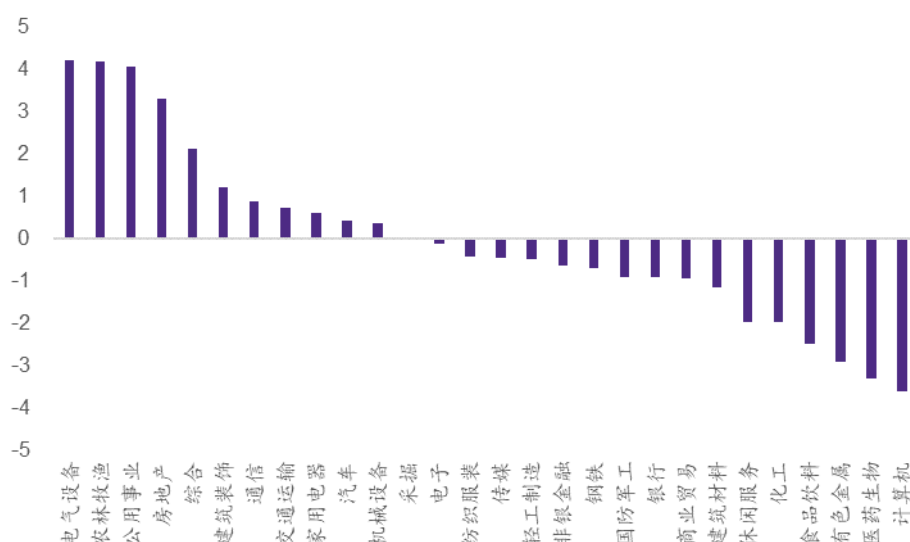
16、贵州酱酒：吴公岩酒业揭牌成立。

17、嘉士伯：半年营收 328.82 亿，同比增长 11.87%。

2、本周重点公司反馈

2.1、本周行业涨跌幅

图表 1：本周行业涨跌幅一览(%)



资料来源：Wind 资讯，华鑫证券研究

2.2、公司公告

图表 2：本周食品饮料重点上市公司公告

证券简称	内容
泸州老窖	修订公司章程，通过了《关于公开发行人公司债券方案的议案》、《关于子公司实施泸州老窖智能酿造技改项目（一期）的议案》。公司公布 2021 年度分配方案：每 10 股派发 32.44 元红利，共分红 47.74 亿元。
舍得酒业	2022H1 营收 30.25 亿元（+26.51%），归母 8.36 亿元（+13.60%），扣非 8.11 亿元（+11.38%），不分配、不转增。公司决定回购注销限制性股票 0.68 万股，回购价格为 10.51 元/股。解除限售股票 115.86 万股。修订公司《内幕信息知情人登记管理制度》。董事会审议通过《公司 2022 年半年度报告及其摘要》等议案。
今世缘	2020 年股票期权激励计划（草案变更）获国资监管机构批复。
伊力特	2022 年半年度业绩说明会将于 2022 年 8 月 26 日 15:30—16:30 中国证券网召开。
金徽酒	本次闲置募集资金暂时补充流动资金的金额不超过 1.70 亿元；2022H1 营收 12.26 亿元（+26.13%），归母 2.12 亿元（+13.06%），扣非 2.08 亿元（+11.78%），基本每股收益 0.42 元/股；对外投资设立北方运营公司，投资额 0.20 亿元；聘任王永强为公司副总经理；2022 年半年度业绩说明会将于 2022 年 8 月 30 日下午 15:00—16:00 上证路演中心召开。
顺鑫农业	2022H1 营收 65.19 亿元（-29.07%），归母 0.40 亿元（-91.60%），扣非 0.42 亿元（-91.20%），基

	本每股收益 0.05 元 / 股。
广州酒家	公司实控人广州市国资委拟将持有的 0.30 亿股（占总股本 5.27%）以无偿划拨方式转至广州产投。
东鹏饮料	2022H1 营收 42.91 亿元（+16.54%），归母净利润 7.55 亿元（+11.66%）。董事会审议通过公司会计政策变更、2022 年半年度募集资金存放与使用情况报告的议案等。2022 年第二次临时股东大会通过《关于发行 GDR 并在瑞士证券交易所上市及转为境外募集股份有限公司的议案》。
重庆啤酒	将于 8 月 22 日召开 2022 年半年度业绩说明会。
海伦司	董事会会议将于 2022 年 8 月 26 日进行，将披露中期业绩报告。
华润啤酒	2022H1 营收 210.13 亿元（+7.02%），股东应占溢利 38.02 亿元（-11.4%）；每股基本盈利 1.17 元；拟每股派息 0.234 元，派息总额 7.59 亿元。任命赖显荣为公司独立非执行董事。
养元饮品	2022H1 营收 27.50 亿元（-19.40%），归母 6.94 亿元（-40.16%），扣非 5.45 亿元（-42.07%），基本每股收益 0.55 元 / 股。
中炬高新	股份累计回购股份 0.11 亿股已完成注销手续，现公司股份总额为 7.85 亿股。公告控股股东计划减持公司 0.25 亿股，不超过总股本的 3.09%。公司董事会通过了《中炬高新合同管理方法》。公司发布 2022 年度半年报，2022H1 营收 26.52 亿元（+14.52%），归母 3.13 亿元（+11.91%），扣非 3.02 亿元（+12.21%）。经营数据：酱油收入 15.04 亿元（+8.92%），分销收入 23.49 亿元（+8.67%），南部地区收入 10.01 亿元（+10.75%）。
天味食品	2022 年半年报业绩说明会将于 2022 年 8 月 23 日线上举行。
日辰股份	赵兴健先生取得《董事会秘书资格证明》。2022 年第二次临时股东大会决议通过《关于使用闲置募集资金进行现金管理的议案》、《关于使用闲置自有资金进行现金管理的议案》。
仲景食品	本次减持计划期限已届满，减持计划期间杨丽等股东均未减持股份。全资子公司已完成工商注册登记手续。
新乳业	公司召开第二届董事会第十六次会议，审议通过“关于不向下修正‘新乳转债’转股价格的议案”。解除 2020 年限制性股票激励计划的第一限售股票，共 387.6 万股，占总股本 0.45%。
熊猫乳品	2022 年第四次临时股东大会决议审议通过了《关于公司<2021 年限制性股票激励计划（草案修订稿）>及摘要的议案》等。
伊利股份	公司成功发行 2022 年度第二十二期超短期融资券，计划发行总额 50 亿元，发行利率 1.33%。
光明乳业	自 2022 年 4 月 1 日至 2022 年 6 月 30 日累计收到各类政府补助 0.30 亿元。
妙可蓝多	2022H1 营收 25.94 亿元（+25.48%），归母 1.32 亿元（+18.03%），扣非 1.16 亿元（+4.29%），不分配、不转增。公司拟回购限制性股票 10.50 万，回购价格为 17.23 元/股，回购金额 180.92 万元，注销股票期权数量 22.00 万份。2022 年 1-6 月，公司实际使用募集资金 1.91 亿元，募集资金账户余额为 20.29 亿元。修改《公司章程》部分条款。董事会审议通过 2022 年半年度报告及摘要等议案。
安琪酵母	公司回购注销部分限制性股票减少注册资本将由 8.693 亿元减少至 8.690 亿元。第四次临时股东大会通过回购注销部分限制性股票及调整回购价格的议案等。为全资孙公司提供担保，担保金额 1 亿元。公司副总经理刘劲松配偶周春玲、副总经理杜支红配偶刘小坤存在短线交易公司股票的行为。
品渥食品	2022H1 营收 7.40 亿元（+7.48%），归母净利润 1553.84 万元（-64.89%）。公司召开第二届董事会第十七次会议审议通过《关于公司<2022 年半年度募集资金存放与使用情况的专项报告>的议案》、《关于公司向银行申请综合授信额度的议案》等。鉴于赵宇宁先生已不再担任公司董事，提名吴鸣鹂女士为公司第二届董事会非独立董事候选人。公司将于 9 月 2 日召开公司 2022 年第一次临时股东大会。
盐津铺子	2022H1 营收 12.10 亿元（+13.73%），归母净利润 1.29 亿元（+164.97%）。监事会第十七次会议审议通过了《关于全资子公司减资的议案》，将全资子公司湖南盐津铺子电子商务有限公司的注册资本由 4,724.29 万元减少至 1,245 万元。公司发布 2022 年前三季度业绩预告（2022 年 1 月 1 日—2022 年 9 月 30 日），预计归母净利润 2.01 亿元~2.15 亿元（+159.85%~177.96%）。
好想你	持股 5%以上股东杭州浩丞持有的部分股份办理了解除质押、质押手续，共 383.31 万股。持股 5%以上股东杭州浩丞解除质押并质押股份 386.07 万股，占公司总股本比例 0.84%。2022H1 营收 6.16 亿元（+22.87%），归母 235.8 万元（-95.73%），扣非-0.29 亿元（-12,538.02%），基本每股收益 0.0053 元 / 股；股东杭州浩丞解除质押股份数量 386.1 万股，占总股本 0.84%。
劲仔食品	2022H1 营收 6.20 亿元（+31.30%），归母净利润 5667.04 万元（+37.84%）。董事会审议通过<2022 年半年度募集资金存放与实际使用情况的专项报告>等议案。
承德露露	2022H1 营收 14.62 亿元（+7.52%），归母净利润 2.98 亿元（+5.00%）。董事会审议通过《关于万向

	财务有限公司的风险评估报告》等。
西麦食品	股东 BLACK RIVER FOOD 2 PTE. LTD. 减持计划实施期限届满，累计减持比例为 4.72%。2022H1 营收 6.32 亿元 (+14.55%)，归母 0.46 亿元 (-41.82%)，扣非 0.30 亿元 (-53.98%)，基本每股收益 0.21 元 / 股；修改《公司章程》部分条款。
仙乐健康	收购 Best Formulations Inc. 80%股权反垄断审查等待期结束，涉及美国反垄断申报事项已获通过；对深圳证券交易所关注函进行了回复。
汤臣倍健	控股股东梁允超解除质押股份 1240 万股，占总股本 0.73%。解除限售股份 1.14 亿股，占总股本 6.69%，中信证券核查该解除限售行为符合法律等规定要求。
嘉必优	2022H1 营收 1.71 亿元 (+4.93%)，归母 0.50 亿元 (-25.96%)，扣非 0.36 亿元 (-23.41%)，基本每股收益 0.42 元 / 股。6 名董事、高级管理人员集中竞价减持股份。
巴比食品	2022 年半年度业绩说明会将于 2022 年 8 月 24 日线上举行。
双汇发展	2022 年第一次临时股东大会将于 2022 年 9 月 1 日举行；拟以总股本 34.65 亿股为基数，向全体股东按每 10 股派发现金红利 6.00 元(含税)，共计派发现金红利 20.79 亿元；2022H1 营收 279.0 亿元 (-19.92%)，归母 27.30 亿元 (+7.62%)，扣非 25.96 亿元 (12.64%)，基本每股收益 0.79 元 / 股。
龙大美食	为全资子公司提供担保，担保金额 2000 万元。
来伊份	股东大会审议通过《为子公司申请银行授信提供担保》等议案。
颐海国际	发布公告称公司将于 2022 年 8 月 30 日举行董事会会议。
有友食品	公司发布 2022 年度半年报，2022H1 营收 4.89 亿元 (-19.08%)，归母 0.61 亿元 (-53.02%)，扣非 0.51 亿元 (-56.69%)。公司公布 2022 上半年销售情况，泡椒凤爪销量占 78.54%、西南地区占 52.69%，线下渠道占 96.77%。经证监会核准，公司将向社会公开发行 0.795 亿股，每股发行价格 7.87 元，实际募集 5.61 亿元，其中因“营销网络建设和品牌推广项目”部分资金预定可使用状态日期未 2024 年 8 月。公司将结余募集资金 0.85 亿元永久补充流动资金。
绝味食品	召开 2022 年第一次临时股东大会，审核通过关于延长公司非公开发行 A 股股票股东大会决议有效期及股东大会授权董事会办理公司非公开发行股票相关事宜的有效期的议案、关于新增关联方及日常关联交易的议案。
洽洽食品	公司经全体合伙人一致决定，同意将蔚然基金的经营期限延长至 14 年。公司发布半年度非经营性资金占用及其他关联资金往来情况汇总表。公司 2022H1 营收 26.8 亿元 (+12.5%)，归母 3.5 亿元 (+7.3%)，扣非净利润 2.7 亿元 (+3.3%)。
桃李面包	2022 年半年度业绩说明会将于 2022 年 8 月 31 日下午 14:00-15:00 上证路演中心召开。
元祖股份	2022 年半年度业绩说明会将于 2022 年 8 月 29 日下午 13:00-14:00 上证路演中心召开。
安井食品	2022 年半年度业绩说明会将于 2022 年 8 月 30 日下午 15:00-16:30 上证路演中心召开。
劲仔食品	股东佳沃农业减持其首次公开发行前并上市前持有的公司股票 472.8 万股，占总股本 1.176%。
三只松鼠	倪璐熠女士辞去公司证券事务代表职务；2022H1 营收 41.14 亿元 (-21.80%)，归母 0.82 亿元 (-76.65%)，扣非 0.24 亿元 (-90.84%)，基本每股收益 0.20 元 / 股；实控人章燎源本次质押股份数量 754.0 万股，占总股份 1.88%；公司拟使用自有资金以集中竞价交易的方式回购股份，用于实施股权激励计划或员工持股计划；公司拟使用自有资金 1 亿元设立全资子公司“三只松鼠（芜湖）坚果智造有限公司”。
得利斯	2022H1 营收 14.04 亿元 (-12.45%)，归母 0.48 亿元 (+122.25%)，扣非 0.24 亿元 (+20.83%)，基本每股收益 0.08 元 / 股；公司回购注销其已获授但尚未解除限售的限制性股票 9.06 万股；2022 年第二次临时股东大会将于 2022 年 9 月 5 日召开；公司注册资本变更为 6.37 亿元，股份总数 6.37 亿股。

资料来源：Wind 资讯，华鑫证券研究

2.3、本周公司涨跌幅

图表 3：食品饮料重点公司一周涨跌幅一览

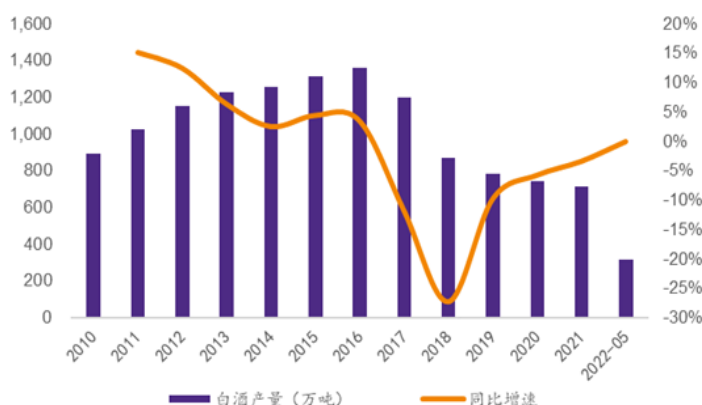
	证券简称	股票代码	收盘价	本周涨跌幅
白酒	涨幅前五			
	金种子酒	600199.SH	27.41	2.81%
	古井贡酒	000596.SZ	248.28	-0.81%
	顺鑫农业	000860.SZ	23.72	-1.04%
	金徽酒	603919.SH	29.92	-1.55%
	贵州茅台	600519.SH	1,895.01	-1.71%
	跌幅前五			
	舍得酒业	600702.SH	154.99	-7.99%
	华致酒行	300755.SZ	35.51	-7.55%
	山西汾酒	600809.SH	265.04	-6.44%
	酒鬼酒	000799.SZ	147.00	-3.87%
	泸州老窖	000568.SZ	216.30	-3.73%
大众品	涨幅前五			
	劲仔食品	003000.SZ	11.06	7.27%
	克明食品	002661.SZ	12.99	6.91%
	中炬高新	600872.SH	37.56	5.56%
	香飘飘	603711.SH	12.81	4.32%
	燕京啤酒	000729.SZ	8.83	4.25%
	跌幅前五			
	洽洽食品	002557.SZ	47.50	-11.51%
	甘源食品	002991.SZ	58.51	-9.00%
	妙可蓝多	600882.SH	33.50	-8.67%
	百润股份	002568.SZ	23.45	-7.24%
	立高食品	300973.SZ	76.19	-7.07%

资料来源：Wind 资讯，华鑫证券研究

2.4、食品饮料行业核心数据趋势一览

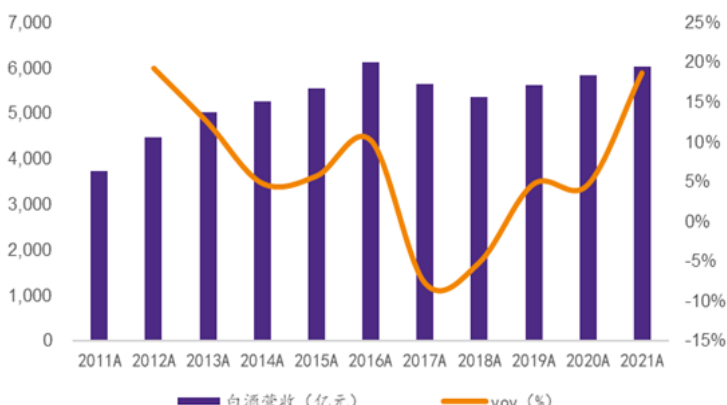
白酒行业：

图表 4：2021 年白酒产量 715.6 万吨，同-3.4%



资料来源：Wind 资讯，华鑫证券研究

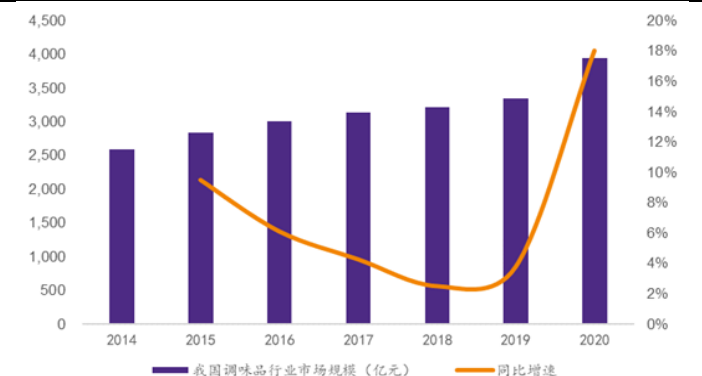
图表 5：2021 年白酒行业营收 6033 亿元，同+18.6%



资料来源：中国酒业协会，中国白酒网，国家统计局，华鑫证券研究

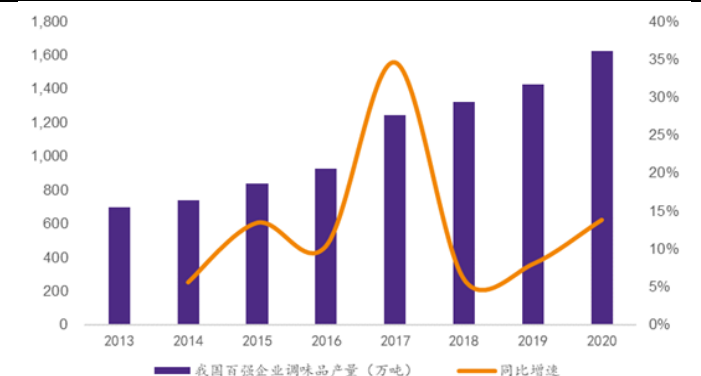
调味品行业：

图表 6：调味品行业市场规模从 2014 年 2595 亿增至 2020 年 3950 亿，6 年 CAGR 为 7%



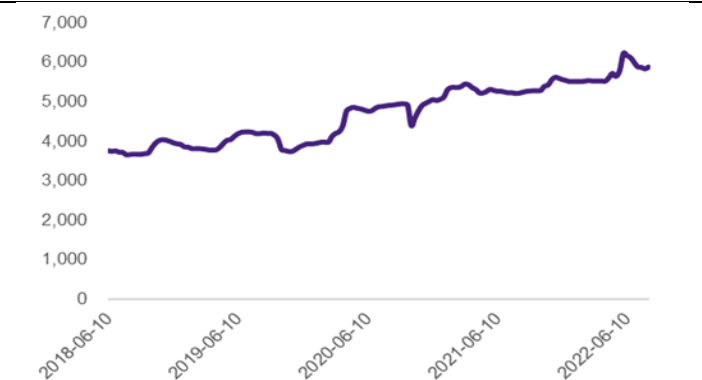
资料来源：艾媒，前瞻产业研究院，华鑫证券研究

图表 7：百强调味品企业收入从 2013 年 700 亿增至 2020 年 1627 亿，7 年 CAGR 为 13%



资料来源：中国调味品协会，前瞻产业研究院，华鑫证券研究

图表 8：全国大豆市场价 (元/吨)



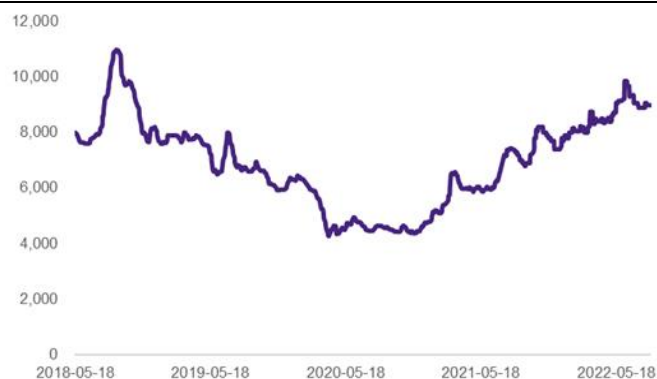
资料来源：Wind 资讯，华鑫证券研究

图表 9：海白砂糖现货价 (元/吨)



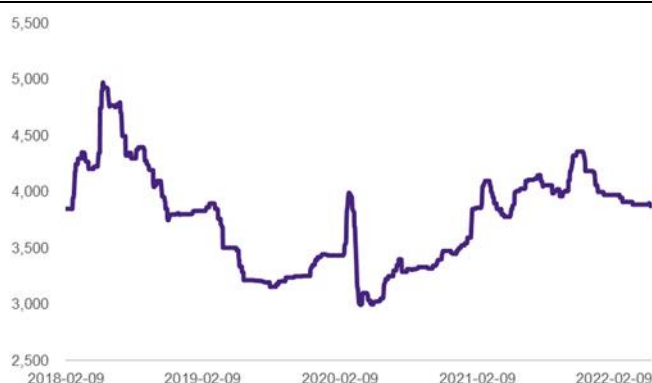
资料来源：Wind 资讯，华鑫证券研究

图表 10: 国内 PET 切片现货价(纤维级):国内 (元/吨)



资料来源: Wind 资讯, 华鑫证券研究

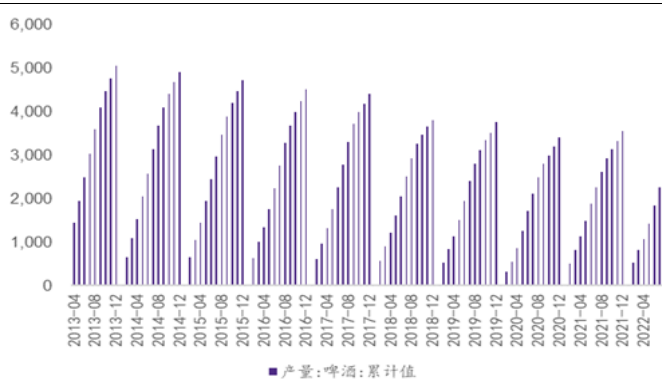
图表 11: 瓦楞纸市场均价 (元/吨)



资料来源: Wind 资讯, 华鑫证券研究

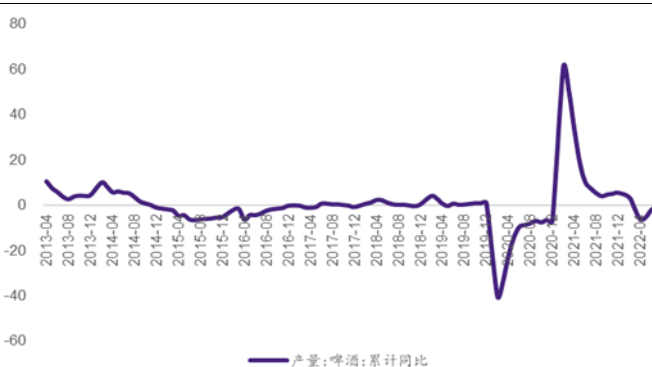
啤酒行业:

图表 12: 2021 年啤酒行业产量 3562 万千升, 同+5.6%



资料来源: Wind 资讯, 华鑫证券研究

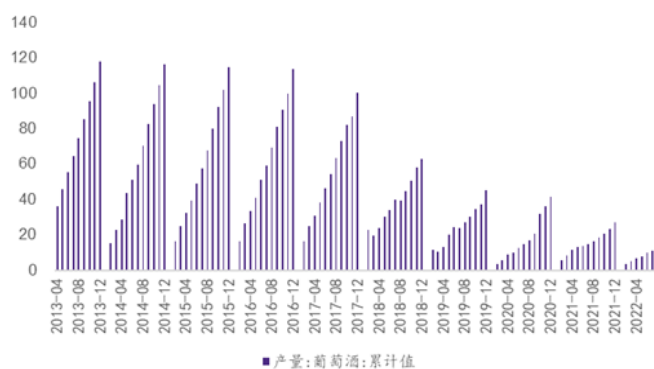
图表 13: 2022 年 7 月啤酒行业产量累计同比-0.5%



资料来源: Wind 资讯, 华鑫证券研究

葡萄酒行业:

图表 14：2021 年葡萄酒行业产量 26.8 万千升，同-29.1%



资料来源：Wind 资讯，华鑫证券研究

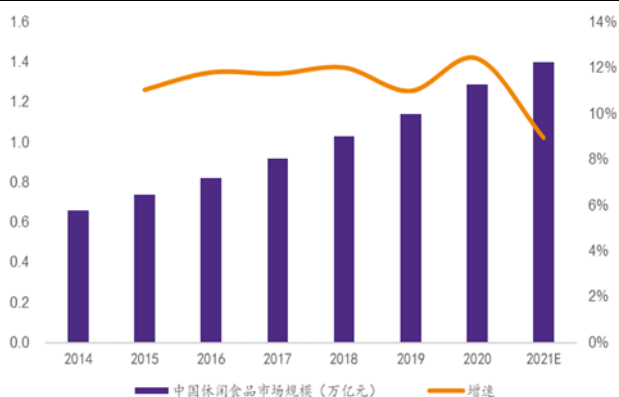
图表 15：2022 年 7 月葡萄酒行业产量累计同比-24.3%



资料来源：Wind 资讯，华鑫证券研究

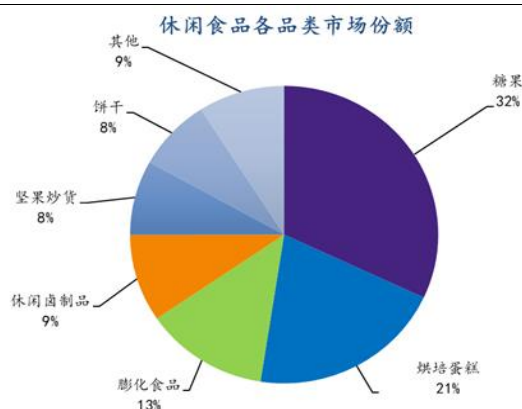
休闲食品行业：

图表 16：休闲食品市场规模从 2014 年 0.66 万亿增至 2021 年 1.4 万亿，7 年 CAGR 为 11%



资料来源：智研咨询，华鑫证券研究

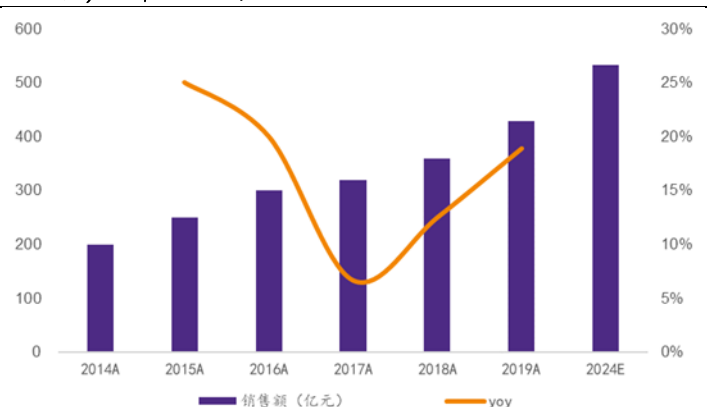
图表 17：休闲食品各品类市场份额



资料来源：智研咨询，华鑫证券研究

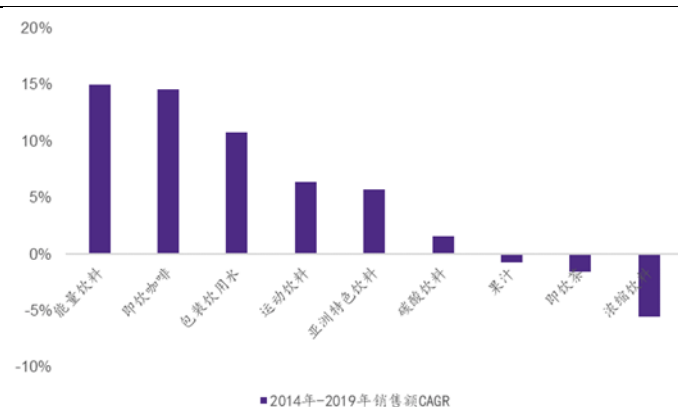
软饮料：

图表 18：能量饮料市场规模从 2014 年 200 亿增至 2019 年 428 亿，5 年 CAGR 为 16%



资料来源：Energy Drinks in China，华鑫证券研究

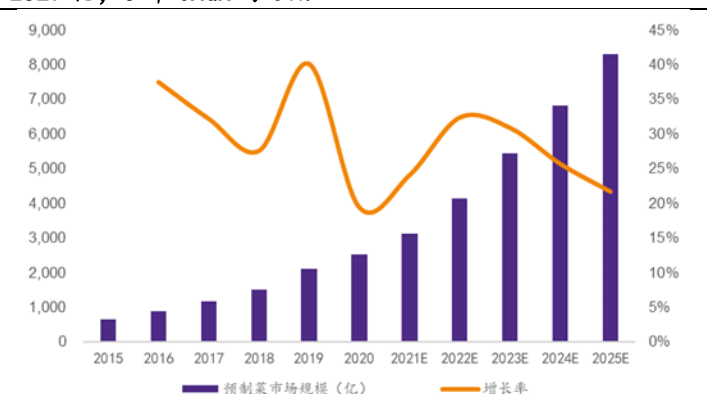
图表 19：饮料行业各品类 2014-2019 年销售额 CAG



资料来源：东鹏饮料招股说明书，华鑫证券研究

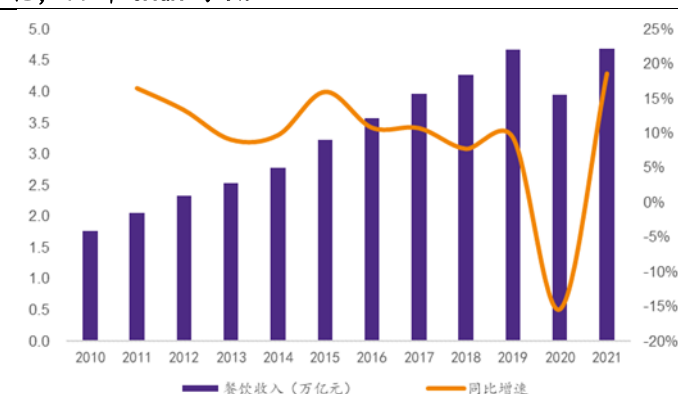
预制菜：

图表 20：预制菜市场规模从 2015 年 650 亿增至 2020 年 2527 亿，5 年 CAGR 为 31%



资料来源：餐宝典，华鑫证券研究

图表 21：餐饮收入从 2010 年 1.8 万亿增至 2021 年 4.69 万亿，11 年 CAGR 为 9%



资料来源：wind 资讯，华鑫证券研究

2.5、重点信息反馈

舍得酒业：公司 2022Q2 营收 11.41 亿元（同减 16 %），归母净利润 3.1 亿元（同减 30%），业绩不及预期，系疫情及基数所致。毛利率 2022H1 为 78.17%（同减 0.6pct），其中 2022Q2 为 73.79%（同减 6pct），系产品结构所致。净利率 2022H1 为 27.91%（同减 3pct），2022Q2 为 27.12%（同减 5pct）。2022H1 经营性现金流净额为 4.11 亿元（同减 53%）。2022H1 末合同负债 4.32 亿元，环增 0.41 亿元，预收款留有余力。分产品看，2022H1 中高档酒/低档酒营收 24.06/4.15 亿元，同比 28%/31%；其中 2022Q2 营收为 8.31/2.06 亿元，同比-21%/-3%。分渠道看，2022H1 经销/电商营收 26.27/1.93 亿元，同

比 30%/8%；其中 2022Q2 营收为 9.7/0.68 亿元，同比-18%/-14%。分区域看，2022H1 省内/省外/电商营收 7.58/18.66/1.93 亿元，同比 31%/30%/8%；其中 2022Q2 营收 3.03/6.64/0.68 亿元，同比-3%/-24%/-14%。

金徽酒：2022Q2 营收 5.20 亿元（同增 12.2%），归母 0.47 亿元（同减 34.5%），业绩不及预期，系疫情影响、同期基数、费用投放增加等所致。毛利率 2022H1 为 65.7%（同增 4pct），2022Q2 为 58.8%（同减 7pct），系原材料上涨所致。净利率 2022H1 为 19.28%（同增 2pct），2022Q2 为 9.11%（同减 6pct），系毛利率下降拖累所致。2022H1 经营性现金流净额 1.74 亿元（同增 104%），回款 12.25 亿元（同增 18%）。分产品看，2022H1 百元以上产品占比 62.3%（同增 3pct），产品结构继续优化。2022Q2 高档/中档/低档酒营收 3.17/1.87/0.09 亿元，同比 15%/6%/78%，疫情影响下低档酒恢复性增长。分区域看，甘肃东南部/兰州及周边地区/甘肃中部/甘肃西部/其他营收 2022Q2 营收 1.33/1.47/0.66/0.55/1.12 亿元，同比-0.2%/33%/29%/-11%/11%。

中炬高新：2022Q2 营收 13.1 亿元（+23.98%）；归母净利润 1.6 亿元（+47.6%）。其中美味鲜营收 10.0 亿元（+23.1%）；归母净利润 1.2 亿元（+25.0%），主要系 1）2021 年基数较低；2）营销改善和经销商积极性增强。2022H1 毛利率 32.0%（-2.3pct），2022Q2 毛利率 31.7%（-1.1pct），主要系原材料成本上涨；2022H1 净利率 12.6%（-0.4pct），2022Q2 净利率 12.6%（+1.7pct），二季度净利率提升主要系费用率缩窄和其他收益、投资收益增加。2022Q2 销售费用率 7.5%（-0.6pct），管理费用率 9.3%（-1.1pct）；财务费用率 0.02%（-0.5pct），主要系票据贴现手续费支出。2022Q2 东部/南部/中西部/北部营收 2.9/5.0/2.3/1.8 亿元，同比+21.2%/+18.7%/+31.2%/+28.6%。2022H2 末共有经销商 1893 家，二季度净增 145 家。2022H1 产量 33.9 万吨（+6.9%），吨价 7175 元/吨（+2.8%）；料酒产量同比+37%。

劲仔食品：1、渠道：零食专营渠道处于探索期，目前几千万；直营渠道占比 15%左右，电商占比 20%左右；2、产品毛利率：1）从整个类别来说，豆制品和肉制品毛利率会更低。2）经典豆干和手撕肉干毛利率不错的前提下却出现整个品类的毛利率偏低主要系处于上市阶段的新品毛利率会比较低，部分产品甚至会出现负毛利率从而产生拖累。3、费用投放：下半年不会有大规模的费用投放，费用率稳定。4、产品形态占比：2022H1 大包装占比 28%，小包装 59%，散称装 6-7%。5、大包装：1）线上是包装升级，毛利率变化不大；2）目前提量阶段，偏主流市场、偏高势能门店、偏现代化一点渠道铺市率和深耕程度不够，需要完善渠道增强渠道竞争力再评估提价问题。3）优先适合售卖渠道，做点、做样板、做模式探索，目前选择优质经销商的 BC 类超市作为发力的切入点再做一轮铺市，2022 年加多品类。理想状态是通过 BC 超带动更多的流通渠道铺货。4）希望达到再造一个劲仔，战略级动作。6、小包装：1）目前线下很多区域处于跑马圈地的阶段，小包装产品在这些省份区域有铺市和增长的空间，这是来自于区域的增长和渠道的增长。2）大包装拉升品牌力，让消费者加大对产品认知和复购。7、新品类：主打小鱼品类，非小鱼品类看好肉干和鹌鹑蛋，鹌鹑蛋客单价一颗 0.5 元；鸡爪客单价在 5 元以上；魔芋对标市场上已有产品的价格，常见的定量装卖 1 元，大包装的魔芋可能卖 5 元。

盐津铺子：2022Q2 营收 6.35 亿元（同增 35%），归母净利润 0.67 亿元（同增 302%）。毛利率 2022H1 为 37.5%（同减 3pct），其中 2022Q2 为 36.52%（同增 0.4pct）；净利率 2022H1 为 10.64%（同增 6pct），其中 2022Q2 为 10.61%（同增 17pct）。预计公司 2022Q3 归母净利润 0.72-0.86 亿元，同增 151%-200%，该业绩超预期。分产品看，2022H1 休闲烘焙点心类/休闲深海零食/休闲肉鱼产品/休闲素食产品/休闲豆制品/果干产品/蜜饯炒货营

收分别为 4.46/2.26/1.35/1.06/0.98/0.85/0.26 亿元，同比 24%/37%/7%/48%/-5%/-28%/-63%。分区域看，2022H1 华中地区/华南地区/华东地区/西南+西北地区/华北+东北地区营收分别为 5.03/2.35/2.28/1.52/0.92 亿元，同比 12%/9%/8%/10%/91%。分渠道看，2022H1 直营/经销等/电商渠道分别为 2.27/8.29/1.53 亿元，同比-39%/26%/331%，电商表现亮眼。截止 2022H1 末，共有经销商有 1970 家，净增加 221 家。

甘源食品：1、安阳工厂后期以零食系统、便利店流通渠道为主，形成 2-3 个经典的口味，9 月产能释放。2、新品：1) 上半年口味型坚果表现不错，7 月开始放量。2) 后续布局整个零食系统、水果店、便利店。3) 新品毛利不高（河南新品），口味型坚果 30%+。4) 聚焦 2-3 个口味，降低成本，预期利润 8-10 个点；5) 区域前三招商，做零食店和便利店。3、8 月底-9 月初高峰期放量。4、零食专营渠道：目前有 11、12 个系统，重新设计包装产品，8 月月底放量。5、成本端：1) 二季度用油成本高。2) 3、4 季度棕油成本下降。6、毛利、净利率：3 季度有提升。7、利润贡献：1) 价贡献：老三样的提价；2) 新品：口味型坚果、河南工厂新品。8、山姆：1) 5、6、7 月量不错。2) 下半年旺季量预计有提升。9、股权激励有信心完成。10、线上的增量不多，KA 上半年下滑。11、招商：原来以 KA、大经销商为主，现在主要是零食系统、水果店以及便利店，后期稳定会考虑展览会、小城区以及县域城市等。12、针对中秋、国庆：1) 提前准备礼盒。2) 对于 KA，调整 11 款产品的包装。3) 2022 年零食系统会推出大量产品。13、预计会维持原有的费用率。14、大单品：从口味性坚果中发掘出两三只与汤姆农场蜂蜜杏仁具有相同性能、能做到 5-7 亿的产品。三五年内，口味性坚果、花生、酥类有较大机会。

洽洽食品：2022Q2 营收 12.46 亿元（同增 24.38%），归母净利润 1.43 亿元（同增 10.46%），扣非 0.91 亿元（同增 4.62%），利润短期承压。毛利率 2022H1 为 29.29%（同减 1.24pct），其中 2022Q2 为 27.48%（同减 2.84pct），系上半年直接材料/人工、折旧、能源及其他/与公司相关运费成本分别同增 14.5%/24.1%/18.9%所致。净利率 2022H1 为 13.14%（同减 0.65pct），其中 2022Q2 为 11.58%（同减 1.48pct），系毛利率下降拖累所致，二季度费用率有所下降。2022H1 经营性现金流量净流入为 2.16 亿元（同减 59.48%）。分产品看，2022H1 葵花子/坚果类/其他营收分别为 18.44/5.25/3.09 亿元，同比 14.3%/13.8%/1.1%。分区域看，2022H1 南方区/北方区/东方区/电商/海外区域营收分别为 8.39/5.46/7.68/2.87/2.12 亿元，同比 0.3%/23.5%/42.6%/23.2%/-19.1%。量价来看，2022H1 总销量 9.88 万吨（同增 10.4%），对应吨价 2.71 万元/吨（同增 1.9%），量驱动比较明显。

重庆啤酒：2022Q2 营收 41.03 亿元（同增 6.13%）；归母净利润 3.87 亿元（同增 18.38%），利润超预期。毛利率 2022H1 48.67%（同减 3.5pct），系原材料上涨所致，其中 2022Q2 为 49.60%（同减 3.5pct），三季度有望缓解压力。费用率方面，2022 销售费用率 15.35%（同减 4.43pct）、管理费用率 3.25%（同增 0.5pct）致 2022Q2 净利率提升至 9.4%（同增 1pct），降费带来盈利改善。分产品看，2022H1 高档营收 28.81 亿元（同增 13%），主流营收 39.29 亿元（同增 9%），经济营收 9.6 亿元（同增 11.6%），预计乌苏继续增长。分区域看，2022H1 西北区营收 25.65 亿元（同增 3%），中区营收 33.46 亿元（同增 13.6%），南区营收 18.6 亿元（同增 18%），我们预计二季度西北地区同比下滑。量价来看，2022H1 销量 164.84 万千升（同增 6.4%），对应吨价为 0.47 万元/千升（同增 4%），继续保持量价齐升。

华润啤酒：1、未来目标：通过“3+3+3”战略，聚焦“产品高端化、品牌多元化和国际化”，打造成为行业领先的国际化酿酒企业。2、五大发展战略：品牌组合、大客户平台、

产能优化、成本管控、总部基地及啤酒小镇。3、高端化：持乐观态度，未来五年中国啤酒高端化至少保持 20% 的增速，目前基础量还远未达到成型的状态，现在第一波红利还未完全释放。4、疫情：夜场、餐饮、现饮渠道受到较大影响。高端酒战略并没有任何改变。进一步做大喜力，推动雪花纯生、沈阳经典老雪花、SuperX 的快速增长。5、原材料成本展望：预计年底原材料成本会有 12-13 亿元的上涨。公司产品涨价已完全覆盖原材料成本的上升。6、高端酒市场分类：1) 高端酒发达的地区：福建、浙江、广东、上海等地。采取“聚焦发展”。2) 高端酒发展中市场：四川、辽宁、安徽、北京等地，采取“积极推进，迅速占领份额”的策略。3) 高档酒不发达、中档酒较发达的市场。即高档酒处于萌芽期的市场，期望能做到品牌首发，建立高端酒的基础阵地。7、产销分离：预计 2023 年六七月份会结束第一批试点，接着会全面启动第二批试点，预计到 2024 年底，大部分区域会变成事业部制，到 2025 年底，进行修边角、优化提升。

东鹏饮料：1、广东地区收入下降：天气连续下雨+疫情+人员流动减少+工厂开工不足等原因叠加。2、推广费用减少：疫情原因，人员外出流动减少。3、东鹏的市占率：广东区域的市占率超过 50%。4、其他饮料单品销售：收入合计 1.66 亿元。5、后续成本展望：在 PET、白砂糖等主要大宗原材料低价时进行锁料。6、推广费较同期增加：2021 年同期 6 月份发生的上市专案费，现金的流出发生在期后。7、探索海外业务机会：从东南亚市场开始进行产品的销售，因华人较多，运输半径相对较短。8、存货较上年期末数据增长 15%：库存商品增加 5800 万元，与公司的销售收入的增长是匹配的。9、渠道库存水平：全渠道库存 70 天左右。10、销售人员会定期拜访、维护，以确保产出比。

妙可蓝多：1、毛利率下降原因：1) 疫情及国际大宗商品涨价影响；2) 物流和原辅材料成本大幅上涨；3) 毛利率相对较高的即食营养系列受疫情影响较大，收入占比有所下降。2、未来发展趋势：1) 物流方面：随着疫情控制，运费回归合理状态。2) 原辅材料方面：增加备货，上调产品出厂价。3) 体现规模效益。4) 产品结构方面：奶酪棒等高毛利率的即食营养系列产品将迎来需求复苏，带动整体毛利率改善。3、下半年展望：1) 深耕奶酪市场，市占率稳居行业第一的同时进一步扩大领先优势。2) 即食营养系列在疫情后有望恢复快速增长。3) 保持家庭餐桌系列和餐饮工业系列的竞争优势，加速餐饮奶酪的消费者教育。4) 下半年液态奶和贸易业务有望保持平稳发展。5) 全力争取全年股权激励目标 60 亿收入的达成。4、新品：1) 低温产品上半年推出了 55% 干酪含量、特别添加 10 亿专利益生菌、纯牛乳强化配方的金装奶酪棒新品。2) 常温产品推出常温奶酪棒。5、成本上涨的主要原材料：酪蛋白、车达、脱脂粉等。6、新国标影响：1) 提升再制干酪的产品品质。2) 加速国内奶酪工艺与国际接轨。3) 未来市场份额有望进一步向头部企业集中，行业价格体系和利润水平也有望逐步改善。4) 提供了创新发展的空间。

香飘飘：1、2022H1 营收 8.59 亿元。其中冲泡类产品营收 4.53 亿元，即饮类产品营收 3.88 亿元。即饮类产品中，果汁茶营收 3.58 亿元，同比增长 0.2%，在果汁茶核心 95 城中，销量增幅前五的城市平均增长幅度达到 23.69%。2、通过产品创新、渠道优化以及内部降本增效，使得二季度净利润与上年同期相比基本持平。3、发展战略坚持“双轮驱动”战略，一是围绕健康化、年轻化，持续推进杯装冲泡奶茶产品的创新和升级；二是稳步发展即饮产品市场，拓宽成长赛道，积极打造公司的第二成长曲线。4、冲泡业务推出可冷泡“脆啵啵牛乳茶”；即饮业务推出瓶装产品；上半年推出瓶装兰芳园港式冻柠茶、咸柠七等新品。5、渠道打造“线上+线下”立体化的营销网络，坚持“渠道下沉”策略。完成专职电商团队的搭建，累计开发线上经销团队 307 家，覆盖社区团购、O2O、B2C、B2B 等多种线上渠道，完成 342 家线上店铺、6000 余家 O2O 近场电商门店的搭建工作，实现销售额增加近 5000 万

元。

怡亚通：1、分销配额：主打定制化品牌钓鱼台、国台、摘要加起来有 1200 吨。2、品牌运营：1) 规模：钓鱼台、国台、摘要 Q1: Q2 占比为 4: 6。2) 大唐 Q1: Q2 是 1: 2。2022 年保底 8000 万元，突破 1 亿元，上下半年比例是 4: 6。2) 利润率：酒毛利率平均在 50%，2022 年下滑 10-20%；净利润没有太大变化。3、组织架构：营销+销售+渠道等，底层是物流+供应链，通过收购进入大消费领域，导入数字化；以业务主导，分为 9 大业务板块。4、定制化产品：2022 年保底 7 亿利润，酒业利润贡献 30%-40%。上半年库存有挤压，目前卖的最好的是珏琅彩，其次是国台。5、大唐酒业招商进度：天虹商场，酒仙网签订 OBM 协议三年，一年量 6 亿左右。目前在签约洽谈过程中。6、OBM 模式：大唐酒业有 5000-5800 吨年产能。7、全年品运净利率保持和 2021 年一样，毛利率有一定下降；大唐毛利率不会很高，酒的利润贡献以定制化品运为主。8、业绩指引：股权激励考核 2022 年是 6-7 亿元。9、大唐酒业：山门岗是茅台镇比较有名的小众酒；大唐秘造是怡亚通自己做的品牌，外形设计奢华高端，酒体重新升级口感。怡亚通赋能：1) 提升公司生产工艺精细化管理；2) 给大商赋能、给自有品牌赋能。愿景：初步希望五年后进入十大名酒系列。

养元饮品：2022Q2 营收 7.01 亿元（同减 40 %），归母 1.70 亿元（同减 60%），扣非 0.54 亿元（同减 82%），系二季度疫情影响所致。毛利率 2022H1 为 46.58%（同减 3.4pct），2022Q2 为 41.68%（同减 6pct），系原材料上涨所致。净利率 2022H1 为 25.23%（同减 9pct），2022Q2 为 24.24%（同减 12pct），系毛利率下降及费用率增加所致。品牌端：以高考季内容为核心，完成央视、地方卫视，全国高铁、电梯媒体的内容投放。产品端：推出无糖高钙六个核桃、易智成长六个核桃及养元植物奶系列。分区域看，2022H1 华东/华中/西南/华北/东北/华南/西北营收 8.71/6.75/5.06/4.87/0.62/0.73/0.75 亿元，同比 19%/26%/26%/5%/23%/15%/20%。其中 2022Q2 营收 2.5/1.55/1.04/1.28/0.10/0.23/0.29 亿元，同比-36%/-48%/-50%/-34%/-72%/-41%/259%。截止 2022H1 末共有经销商 1999 家，净增加 16 家。

西麦食品：2022Q2 营收 2.82 亿元（同增 11 %），归母 0.18 亿元（同减 32%），业绩符合预期。毛利率 2022H1 为 43.23%（同减 4pct），2022Q2 为 41.32%（同减 2pct），系原材料上涨。净利率 2022H1 为 7.32%（同减 7pct），2022Q2 为 6.39%（同减 4pct）。2022H1 销售费用 1.97 亿元，同增 37%，系品宣费用增加所致。分产品看，2022H1 纯燕麦片/复合燕麦片/冷食燕麦片营收 3.05/2.31/0.52 亿元，同比 9.8%/46.1%/-35.6%，复合燕麦片增长较大，系燕麦+系列产品延续高速增长的态势；冷食燕麦片下降较大，系进入休整期致销售有所下降。当前公司积极推广有机大燕麦片、燕麦+、高纤燕麦麸皮、谷物养生粉等系列新品，截止 2022H1 公司共开发和升级 16 个项目，推出 34 个 SKU 新品。

得利斯：2022Q2 营收 6.97 亿元（同减 5%），归母 0.18 亿元（同增 1294%）。毛利率 2022H1 为 10.68%（同增 3pct），2022Q2 为 6.43%（同增 0.2pct），系生猪等原材料价格下降。净利率 2022H1 为 3.24%（同增 2pct），2022Q2 为 2.52%（同增 2pct）。2022H1 经营活动现金流净额-1.88 亿元（同减 194%），系原料款、预付牛肉贸易款增加等所致。分行业看，2022H1 预制菜实现高增长，系 10 万吨/年肉制品加工项目投产运营带来产销增长。分产品看，冷却肉及冷冻肉/预制菜类/低温肉制品/牛肉贸易类营收 7.41/3.05/1.67/1.03 亿元，同比-23%/45%/-22%/-27%。分区域看，疫情致省内下滑 18%，华北/华东/东北/西北均有不错表现。量价拆分，总销量 7.52 万吨（同增 9%），吨价 1.79 万元/吨（同减 27%），销量驱动明显。公司加快 C 端“得利斯好肉肉”和“宾得利快厨”门店布局。

2.6、重点公司二季度业绩前瞻

图表 22：食品饮料重点公司 2022 年二季度业绩前瞻（持续更新中）

	公司	预期单二季度收入增速	预期单二季度利润增速
白酒	贵州茅台	16%	17%
	五粮液	10%-12%	13%左右
	泸州老窖	15%-20%	15%左右
	洋河股份	18%-20%	20%-25%
	山西汾酒	10%-15%	20%-25%
	舍得酒业	(16) %	(30) %
	酒鬼酒	5%-10%	(5) %-0%
	水井坊	10%	117%
	古井贡酒	30%	45%
	口子窖	0%-5%	0%-5%
	迎驾贡酒	15%-20%	20%-25%
	今世缘	15%-20%	15%-20%
	金徽酒	12%	(35) %
	伊力特	5%-10%	10%-15%
	李子园	0%-5%	(20) %- (10) %
大众品	东鹏饮料	16%	23%
	盐津铺子	35%	302%
	甘源食品	43%	550%
	劲仔食品	46%	85%
	洽洽食品	24%	10%
	三全食品	15%-20%	39%-80%
	安井食品	30%-35%	35%-40%
	千味央厨	15%-20%	20%-25%
	绝味食品	0%-5%	(100) %—(92) %
	青岛啤酒	5%-10%	5%-10%
	重庆啤酒	6%	18%
	海天味业	15%-20%	5%-10%
	中炬高新	24%	48%
	天味食品	18%	1554%
	涪陵榨菜	15%	75%
	日辰股份	0%-5%	(20) %- (10) %
	仲景食品	5%-10%	5%-10%
	恒顺醋业	5%-10%	(5) %-0%
	贝因美	50%左右	(16) %-36%

资料来源：华鑫证券研究预测

3、投资观点

白酒板块：本周舍得酒业、金徽酒和顺鑫农业发布中报，我们认为白酒板块基本利空出尽。当前市场重心逐步转为关注白酒企业中秋打款政策，中报的发布更多是验证此前市场悲观预期。利空出尽下轻装上阵，三季度积极追赶完成全年任务。我们继续重点推荐次高端三剑客（舍得酒业、山西汾酒及酒鬼酒）及低估值今世缘和五粮液等。

大众品板块：本周大众品发布中报，出现明显分化。休闲食品如盐津铺子、甘源食品及软饮料如东鹏饮料等业绩表现亮眼，休闲食品如洽洽食品、西麦食品、妙可蓝多及软饮料如养元饮品等受疫情影响致业绩不及预期。整体来看，持续关注餐饮复苏进度及原材料价格是否回落，我们继续推荐休闲食品三剑客（劲仔食品、盐津铺子及甘源食品）及调味品中的天味食品和中炬高新等。

维持食品饮料行业“推荐”投资评级。

图表 23：重点关注公司及盈利预测

公司代码	名称	2022/8/20 股价	EPS			PE			推荐评级
			2022E	2023E	2024E	2022E	2023E	2024E	
600519.SH	贵州茅台	1895.01	49.62	58.00	67.41	38.19	32.67	28.11	推荐
000858.SZ	五粮液	173.66	6.97	8.20	9.47	24.92	21.18	18.34	推荐
000568.SZ	泸州老窖	216.30	6.79	8.37	10.17	31.86	25.84	21.27	推荐
600809.SH	山西汾酒	265.04	5.80	7.60	9.75	45.70	34.87	27.18	推荐
002304.SZ	洋河股份	170.85	6.37	7.93	9.68	26.82	21.54	17.65	推荐
000799.SZ	酒鬼酒	147.00	4.50	6.17	8.15	32.67	23.82	18.04	推荐
600702.SH	舍得酒业	154.99	5.01	6.37	8.06	30.94	24.33	19.23	推荐
600779.SH	水井坊	69.69	2.84	3.56	4.41	24.54	19.58	15.80	推荐
000596.SZ	古井贡酒	248.28	5.58	7.04	8.78	44.49	35.27	28.28	推荐
603369.SH	今世缘	45.41	1.95	2.34	2.78	23.29	19.41	16.33	推荐
603589.SH	口子窖	51.61	3.59	4.41	5.38	14.38	11.70	9.59	推荐
603198.SH	迎驾贡酒	53.85	2.24	2.88	3.59	24.04	18.70	15.00	推荐
603919.SH	金徽酒	29.92	0.97	1.22	1.50	30.85	24.52	19.95	推荐
600197.SH	伊力特	27.23	1.08	1.52	1.93	25.21	17.91	14.11	推荐
603288.SH	海天味业	78.17	1.81	2.06	2.33	43.19	37.95	33.55	推荐
603027.SH	千禾味业	15.04	0.30	0.39	0.48	50.13	38.56	31.33	推荐
603317.SH	天味食品	26.00	0.32	0.41	0.52	81.25	63.41	50.00	推荐
600872.SH	中炬高新	37.56	1.01	1.16	1.33	37.19	32.38	28.24	推荐
002507.SZ	涪陵榨菜	30.19	1.17	1.42	1.70	25.80	21.26	17.76	推荐
600305.SH	恒顺醋业	11.37	0.12	0.18	0.22	94.75	63.17	51.68	推荐
603755.SH	日辰股份	32.48	0.94	1.22	1.58	34.55	26.62	20.56	推荐
603170.SH	宝立食品	27.10	0.51	0.72	0.92	53.14	37.64	29.46	推荐
300999.SZ	金龙鱼	45.89	1.15	1.44	1.71	39.90	31.87	26.84	推荐
300908.SZ	仲景食品	36.97	1.32	1.54	1.81	28.01	24.01	20.43	推荐

300755.SZ	华致酒行	35.51	2.49	3.40	4.38	14.26	10.44	8.11	推荐
605499.SH	东鹏饮料	150.39	3.54	4.65	5.72	42.48	32.34	26.29	推荐
603711.SH	香飘飘	12.81	1.06	1.18	/	12.08	10.86	/	推荐
605337.SH	李子园	22.06	1.46	1.75	2.10	15.11	12.61	10.50	推荐
600132.SH	重庆啤酒	110.50	2.90	3.64	4.36	38.10	30.36	25.34	推荐
600600.SH	青岛啤酒	103.52	2.50	2.99	3.48	41.41	34.62	29.75	推荐
603345.SH	安井食品	143.65	3.96	4.92	6.15	36.28	29.20	23.36	推荐
603517.SH	绝味食品	47.10	1.67	1.88	2.32	28.20	25.05	20.30	推荐
002847.SZ	盐津铺子	92.64	2.25	3.18	4.25	41.17	29.13	21.80	推荐
603719.SH	良品铺子	24.74	0.87	1.25	1.72	28.44	19.79	14.38	推荐
002991.SZ	甘源食品	58.51	2.01	2.63	3.46	29.11	22.25	16.91	推荐
002557.SZ	洽洽食品	47.50	2.15	2.48	2.84	22.09	19.15	16.73	推荐
003000.SZ	劲仔食品	11.06	0.26	0.32	0.39	42.54	34.56	28.36	推荐
605338.SH	巴比食品	27.40	1.09	1.33	1.59	25.14	20.60	17.23	推荐
300973.SZ	立高食品	76.19	1.76	2.35	2.83	43.29	32.42	26.92	推荐
002216.SZ	三全食品	16.80	0.85	0.98	1.13	19.76	17.14	14.87	推荐
600882.SH	妙可蓝多	33.50	0.70	0.98	1.33	47.86	34.18	25.19	推荐
001215.SZ	千味央厨	47.49	1.32	1.77	2.29	35.98	26.83	20.74	推荐
605089.SH	味知香	56.55	1.74	2.26	2.86	32.50	25.02	19.77	推荐
002330.SZ	得利斯	7.44	0.15	0.22	0.29	49.60	33.82	25.66	推荐
603043.SH	广州酒家	23.55	1.14	1.37	1.62	20.66	17.19	14.54	推荐
002956.SZ	西麦食品	13.70	0.45	0.56	0.68	30.44	24.46	20.15	推荐
002570.SZ	贝因美	4.89	0.12	0.17	0.24	40.75	28.76	20.38	推荐
600887.SH	伊利股份	35.78	1.68	2.00	2.34	21.30	17.89	15.29	推荐
603156.SH	养元饮品	19.74	1.64	1.94	2.23	12.04	10.18	8.85	推荐
002183.SZ	怡亚通	5.92	0.26	0.33	0.40	22.77	17.94	14.80	推荐

资料来源：Wind 资讯，华鑫证券研究

4、风险提示

- (1) 疫情波动风险
- (2) 宏观经济波动风险
- (3) 推荐公司业绩不及预期的风险
- (4) 行业竞争风险
- (5) 食品安全风险
- (6) 行业政策变动风险
- (7) 消费税或生产风险
- (8) 原材料价格波动风险

■ 食品饮料组介绍

孙山山：经济学硕士，5 年食品饮料卖方研究经验，全面覆盖食品饮料行业，聚焦饮料子板块，深度研究白酒行业等。曾就职于国信证券、新时代证券、国海证券，于 2021 年 11 月加盟华鑫证券研究所担任食品饮料首席分析师，负责食品饮料行业研究工作。获得 2021 年东方财富百强分析师食品饮料行业第一名、2021 年第九届东方财富行业最佳分析师食品饮料组第一名和 2021 年金麒麟新锐分析师称号。注重研究行业和个股基本面，寻求中长期个股机会，擅长把握中短期潜力个股；勤于思考白酒板块，对苏酒有深入市场的思考和深刻见解。

何宇航：山东大学法学学士，英国华威大学硕士，取得法学、经济学双硕士学位，2 年食品饮料卖方研究经验。于 2022 年 1 月加盟华鑫证券研究所，负责调味品行业研究工作。

■ 证券分析师承诺

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，以勤勉的职业态度，独立、客观地出具本报告。本报告清晰准确地反映了本人的研究观点。本人不曾因，不因，也将不会因本报告中的具体推荐意见或观点而直接或间接收到任何形式的补偿。

■ 证券投资评级说明

股票投资评级说明：

	投资建议	预测个股相对同期证券市场代表性指数涨幅
1	买入	> 20%
2	增持	10% — 20%
3	中性	-10% — 10%
4	卖出	< -10%

行业投资评级说明：

	投资建议	行业指数相对同期证券市场代表性指数涨幅
1	推荐	> 10%
2	中性	-10% — 10%
3	回避	< -10%

以报告日后的 12 个月内，预测个股或行业指数相对于相关证券市场主要指数的涨跌幅为标准。

相关证券市场代表性指数说明：A 股市场以沪深 300 指数为基准；新三板市场以三板成指（针对协议转让标的）或三板做市指数（针对做市转让标的）为基准；香港市场以恒生指数为基准；美国市场以道琼斯指数为基准。

■ 免责声明

华鑫证券有限责任公司（以下简称“华鑫证券”）具有中国证监会核准的证券投资咨询业务资格。本报告由华鑫证券制作，仅供华鑫证券的客户使用。本公司不会因接收人收到本报告而视其为客户。

本报告中的信息均来源于公开资料，华鑫证券研究部门及相关研究人员力求准确可靠，但对这些信息的准确性及完整性不作任何保证。我们已力求报告内容客观、公正，但报告中的信息与所表达的观点不构成所述证券买卖的出价或询价的依据，该等信息、意见并未考虑到获取本报告人员的具体投资目的、财务状况以及特定需求，在任何时候均不构成对任何人的个人推荐。投资者应当对本报告中的信息和意见进行独立评估，并应同时结合各自的投资目的、财务状况和特定需求，必要时就财务、法律、商业、税收等方面咨询专业顾问的意见。对依据或者使用本报告所造成的一切后果，华鑫证券及/或其关联人员均不承担任何法律责任。本公司或关联机构可能会持有报告中所提到的公司所发行的证券头寸并进行交易，还可能为这些公司提供或争取提供投资银行、财务顾问或者金融产品等服务。本公司在知晓范围内依法合规地履行披露。

本报告中的资料、意见、预测均只反映报告初次发布时的判断，可能会随时调整。该等意见、评估及预测无需通知即可随时更改。在不同时期，华鑫证券可能会发出与本报告所载意见、评估及预测不一致的研究报告。华鑫证券没有将此意见及建议向报告所有接收者进行更新的义务。

本报告版权仅为华鑫证券所有，未经华鑫证券书面授权，任何机构和个人不得以任何形式刊载、翻版、复制、发布、转发或引用本报告的任何部分。若华鑫证券以外的机构向其客户发放本报告，则由该机构独自为此发送行为负责，华鑫证券对此等行为不承担任何责任。本报告同时不构成华鑫证券向发送本报告的机构之客户提供的投资建议。如未经华鑫证券授权，私自转载或者转发本报告，所引起的一切后果及法律责任由私自转载或转发者承担。华鑫证券将保留随时追究其法律责任的权利。请投资者慎重使用未经授权刊载或者转发的华鑫证券研究报告。