

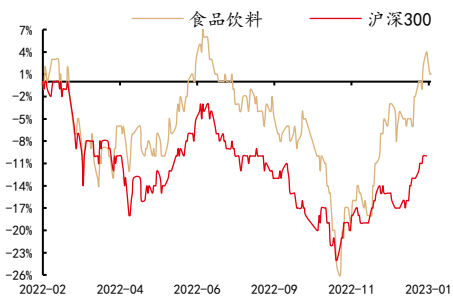
行业投资评级

强于大市|维持

行业基本情况

收盘点位	24334.02
52周最高	25886.41
52周最低	17771.98

行业相对指数表现



资料来源：聚源，中邮证券研究所

研究所

分析师: 蔡雪昱
SAC 登记编号: S1340522070001
Email: caixueyu@cnpsec.com
分析师: 华夏霖
SAC 登记编号: S1340522090003
Email: huaxialin@cnpsec.com
分析师: 杨逸文
SAC 登记编号: S1340522120002
Email: yangyiwen@cnpsec.com

近期研究报告

《白酒动销显著起速，大众品冲击消退复苏在途》 - 2023.01.08

食品饮料行业周报 (2023.01.16-2023.01.29)

春节客流回升强劲，消费需求显著复苏

● 投资要点

节后根据与白酒&大众品渠道交流，我们观察到各地消费火爆，人口流入上返乡+旅游人次增长较高的省份中安徽、山东、四川、湖南、江苏多地整体反馈情况较好。

白酒整体角度看，动销在感染高峰后自元旦持续起速，库存环比进一步去化至1-2个月。而动销起速则有利于泸州老窖、洋河、汾酒、舍得等品牌节后回款进度上继续推进，进一步达成Q1进度。批价上除茅台批价上涨外，五粮液触底反弹、国窖批价平稳，其他品牌批价疲软略下滑，主要是短期内市场策略均是走量先行。分价位段表现看，较为共性反馈是今年春节期间高端价格带五粮液表现较好，而百元价位带洋河海之蓝、古井古5、迎驾贡洞6较为亮眼，都有双位数以上增长，也符合走亲访友的主流消费价格区间。

整体春节档拉平看动销同比有增长的如下：1、五粮液整体反馈普遍超预期，多地反馈双位数动销增长。2、汾酒省内消费心态还在恢复中，近期反馈白酒消费场景环比正陆续变多，省外如山东、河南表现较好。3、泸州老窖在山东动销较好但河南动销有缺口，当地需求仍在培育。4、迎驾贡、古井都有较好增长。拉长到节后看，在婚宴补回+公司年会部分节后回补+项目开工用酒等需求带动下，预计动销有增长的为洋河、今世缘，舍得有望持平。

大众品中，调味品看湖南地区，返乡+旅游客流带动春节期间餐饮需求高增，餐饮端补货需求旺盛以应对正月十五前后的第二个高峰。从复苏进度排序（主要由B端占比大小带来的差异）：海天、李锦记、厨邦、千禾，由此预判海天Q1出货进度将超2019年同期。行业趋势上，社区团购使得C端渠道碎片化、各家齐发力B端，费用投入力度排序：厨邦、千禾、海天、李锦记。从23年重点动作看，海天继续聚焦基础产品，厨邦做价格抢份额，千禾大力度扩市场。

速冻预制菜看上海片区，2022年9月开始销售环比改善，跨年期间餐饮明显回升，复苏态势持续到春节前，同比仍有差距；部分场景春节期间呈现爆发式需求，火锅、自助餐、冒菜拿货明显回升。2023年预期乐观，会有更高期待。分品牌来看，安井预制菜冻品先生2022年实现翻倍式增长；千味经销渠道22年同比增速25%左右，预计未来2-3年能保持20%以上增长；思念保持双位数增长，提前完成销售目标；龙凤、三全保持低位数增长，增速有下降趋势。

● 1月16日-1月29日行情回顾

节前一周食品饮料板块整体表现不佳，申万食品饮料行业指数(801120.SL)本周区间涨跌幅为-0.80%，在申万一级行业中位列倒数第一，低于沪深300指数1.89%，当前行业动态PE为38.32，处于历史平均位置。本周食品饮料的子版块普遍下跌，板块涨幅前三的分

别为白酒（-0.35%），乳品（-0.71%），肉制品（-1.01%）；跌幅前三分别为零食（-5.00%），啤酒（-4.27%），烘焙食品（-3.49%）。

从个股角度看，食品饮料板块本周 24 只个股收涨，94 只个股收跌，涨幅前 5 分别为天润乳业（+10.36%）、*ST 皇台（+9.43%）、甘源食品（+5.87%）、金枫酒业（+5.76%）、五粮液（+5.11%）；跌幅前五分别为桂发祥（-23.87%）、黑芝麻（-21.33%）、麦趣尔（-21.04%）、来伊份（-18.18%）、顺鑫农业（-12.82%）。

● **风险提示：**

食品安全的风险；行业竞争加剧的风险；疫情反复的风险；成本波动的风险。

目录

1 周度观察&观点.....	5
1.1 春节消费数据梳理.....	5
1.2 节后白酒&大众品渠道反馈.....	6
2 食品饮料行业本周表现.....	10
3 本周公司重点公告.....	11
4 本周行业重要新闻.....	13
5 食饮行业周度产业链数据追踪.....	14
6 风险提示.....	19

图表目录

图表 1: 春节消费数据梳理.....	5
图表 2: 申万行业周涨幅对比.....	10
图表 3: 申万食品饮料行业子版块周涨跌幅.....	10
图表 4: 食品饮料行业公司周涨幅前十个股.....	10
图表 5: 申万食品饮料指数过去一年 PE-Band.....	11
图表 6: 20230116-20230129 食品饮料行业公司重点公告.....	11
图表 7: 20230116-20230129 白酒、大众品相关新闻.....	13
图表 8: 20230116-20230129 食品饮料行业产业链相关数据跟踪.....	14
图表 9: 社消零售总额: 餐饮.....	15
图表 10: 商品零售额: 粮油、食品类.....	15
图表 11: 商品零售额: 饮料.....	15
图表 12: 商品零售额: 烟酒.....	15
图表 13: 飞天茅台价格 (原箱).....	16
图表 14: 飞天茅台价格 (散瓶).....	16
图表 15: 五粮液普 5 价格.....	16
图表 16: 猪肉价格 (仔猪、猪肉、生猪).....	16
图表 17: 进口猪肉数量.....	16
图表 18: 生猪屠宰数量.....	16
图表 19: 白条鸡价格.....	17
图表 20: 生鲜乳价格.....	17
图表 21: 进口奶粉数量.....	17
图表 22: GDT 乳制品拍卖价格.....	17
图表 23: 瓦楞纸价格.....	17
图表 24: 铝锭价格.....	17
图表 25: 浮法玻璃价格.....	18
图表 26: PET 价格.....	18
图表 27: 小麦价格.....	18
图表 28: 玉米价格.....	18
图表 29: 大豆价格.....	18
图表 30: 稻米价格.....	18
图表 31: 棕榈油价格.....	19
图表 32: 白砂糖价格.....	19

1 周度观察&观点

1.1 春节消费数据梳理

图表1：春节消费数据梳理

全国宏观消费情况		
	文化旅游	餐饮消费
	根据文化和旅游部数据中心测算，春节假期全国国内旅游出游3.08亿人次，同比增长23.1%，恢复至2019年同期的88.6%，实现国内旅游收入3758.43亿元，同比增长30%，恢复至2019年同期的73.1%。	全国消费相关行业销售收入与上年春节假期相比增长12.2%。其中商品消费和服务消费，同比分别增长10%和13.5%。生活必需品、家居升级类商品、旅游服务等消费增长较快，粮油食品等基本生活类商品销售收入同比增长31.5%，其中果品蔬菜、肉禽蛋奶同比分别增长39%、28.6%。酒水饮料等商品需求旺盛，酒、饮料及茶叶销售收入同比增长18.7%。
各省市消费情况		
省市	文化旅游	餐饮消费
安徽省	目的地为安徽的整体旅游订单量同比去年同期增长110%，订单均价同比增长5%。门票订单量同比增长492%，跨省游订单量占比为59%。安徽游客的出境游订单量同比去年增长959%。	全省重点监测的254家零售和餐饮企业共实现销售额26.15亿元、同比增长4.57%。
北京市	假日期间景区门票服务消费同比增长7.9%，本地文化娱乐类消费人次同比增长2.8%，外来游客文化娱乐类消费人次、金额同比分别增长26.8%和5.1%，滑雪主题民宿预订量同比增长近7倍。	假日期间，市商务局重点监测企业实现销售额50.9亿元，恢复至去年同期的98%，较2019年增长13.2%。全市60个重点商圈客流量2531.1万人次，恢复至去年同期的88.7%。
福建省	2023年春节假日福建全省累计接待游客2087.79万人次，同比增长25.4%；累计实现旅游收入136.55亿元，同比增长78.0%。按可比口径，上述两项指标分别恢复到2019年同期的98.8%和102.9%。	春节期间全省线下消费规模338.84亿元，同比增长11.5%，其中日用百货同比上升4.3%，汽车销售同比上升18.7%。同期全省实现网络零售额约60亿元，同比增长9.5%，其中在线餐饮、旅游等非实物商品网络零售额同比增长50%以上。
贵州省	1月21日至1月27日，全省60家重点监测旅游景区共接待游客299.21万人次，实现综合收入13.05亿元，其中全省29家重点监测温泉景区接待游客17.4万人次，综合收入0.75亿元。全省50家重点监测酒店接待游客5.23万人次。	2023年春节假期，全省消费金额265.39亿元、消费5013.47万人次，消费金额、人次同比上升9.23%、7.35%，消费市场加快复苏，总体呈回暖态势。
海南省	海口接待游客121.99万人次，同比增长26.2%，恢复至2019年同期的78.6%；实现旅游收入15.77亿元，同比增长22.1%，恢复至2019年同期的86.1%。	春节假期（1月21日至27日），全省12家离岛免税店总销售额25.72亿元，日均超3.5亿元，比2022年春节假期增长20.69%，比2019年春节假期增长329%。
河北省	春节期间旅游订单整体较虎年春节增长4倍，目的地为河北省的整体旅游订单量同比去年同期增长462%，跨省游订单量占比为66%。	今年春节期间，全省重点监测的125家重点零售和餐饮企业收入19.62亿元，同比增长9.61%。其中88家重点监测零售企业销售额19.34亿元，同比增长9.65%；37家重点监测餐饮企业营业额2766.9万元，同比增长6.53%。
河南省	截至1月27日，河南全省累计接待游客3375.28万人次，与2022年同期相比增长21.90%，比2019年同期增长5.08%；全省累计旅游收入175.21亿元，与2022年同期相比增长34.00%，为2019年同期97.18%，基本恢复到疫前水平。	省商务厅重点监测的291家零售企业实现销售额27.8亿元，同比增长15.6%。省商务厅重点监测的11家餐饮企业实现销售761.1万元，同比增长64.4%。
湖北省	截至1月27日15时，湖北省春节假日累计接待游客3345.2万人次，同比增长28.86%；实现旅游总收入177.331亿元，同比增长45%。	湖北春节期间零售业交易额181.44亿元，其中，餐饮业累计实现交易额21.74亿元，住宿业交易额为13.68亿元。
湖南省	1月21日至27日，全省共接待游客1567.58万人次，同口径比2022年春节假期增长71.33%，比2019年增长1.53%。全省实现旅游综合收入159.88亿元，同口径比2022年春节增长66.45%，比2019年增长5.05%。	全省376家重点零售、餐饮企业春节期间累计实现销售251839.7万元，较去年同期增长13.8%。其中，零售业同比增长13.9%，餐饮业同比增长10.5%。与疫情前的2019年春节相比，2023年春节消费整体已恢复到9成左右。
江苏省	今年春节假期，全省共接待国内游客4135.01万人次，同比增长21.8%，恢复到2019年同期的121.3%；实现国内旅游收入282.29亿元，同比增长20.6%，恢复到2019年同期的100.6%。	住餐消费显著回升，扬州市14家重点餐饮门店春节期间实现销售收入1471.7万元，同比增长106.3%，客流量达12万余人次，同比增长257%。
云南省	文旅业异常火爆创历史新高。春节假日云南全省共接待游客4514.61万人次，同比增长244.7%，实现旅游收入384.35亿元，同比增长249.4%，分别恢复至2019年的130.3%和132.5%。	除夕至初六，南屏核心商圈客流量达198.91万人次，较去年春节同比增长112.63%。百大、百盛、顺城、王府井、金鹰等商业体实现销售7931.61万元，较去年春节同比增长22.8%，南屏街景星街临时商业外摆实现销售约150万元。
重庆市	春节假期前五日，纳入统计的全市过夜游客接待人数为73.79万人次，同比增长38%。重点检测的120家景区累计接待游客417.5万人次，同比增长37.9%。	春节期间，重庆餐饮、购物、休闲娱乐等多板块消费快速回暖。主要商圈和重点商贸企业实现零售额156.67亿元，比去年同期增长13%。中心城区8大商圈零售额增长11.2%，火爆程度超过疫情前水平。

浙江省	春季期间全省全域游客累计接待2531.1万人次,同比增长43%,游客接待量创历史新高。实现旅游收入329.5亿元,游客人均花费1302元/人。	1月21日,银联消费总金额达109.57亿元,同比增长17.16%;监测10家电商平台当天实现交易额621.3万元,较去年春节同期增长2.7%;下单5.9万次,较去年春节同期增长6.5%。
新疆	1月21日(除夕)至27日(大年初六),乌鲁木齐市共接待国内游客173.83万人次,实现旅游收入14.09亿元。	商务部门重点监测的百家零售餐饮企业实现销售额3.96亿元,较2022年同期上涨2.4%。
天津市	目的地为天津的整体旅游订单量较去年同期增长4.3倍,其中,跨省游订单量占比近七成。出境游订单量同比增长525%。	春节假期前6天,天津“年夜饭”主题的堂食套餐线上订单量环比增长251%。家庭聚餐、好友聚会成为堂食消费主力。
四川省	春节期间四川省共接待游客5387.59万人次,旅游收入242.16亿元,同比分别增长24.73%、10.43%,分别恢复到2019年春节的89.73%、84.75%。	全省550家重点商贸流通企业实现销售额46.32亿元,同比增长7.1%,较2019年同期增长8.1%,零售、餐饮等领域数据反超2019年同期。
上海市	春节假日七天本市接待游客突破千万、达到1002.29万人次,实现旅游收入166.40亿元。	节日期间全市线下消费支付金额323亿元,恢复至去年农历同期的81.7%,环比节前提升11.8%。
山东省	2023年春节假期,全省接待游客3916.3万人次,实现旅游收入260.3亿元。全省14家5A级旅游景区接待游客351.2万人次,同比增长90.6%。	全省网上零售额112.5亿元,较2022年春节增长22.5%,其中实物网上零售额96.7亿元,较2022年春节增长25.4%。
辽宁省	7天假日全省共接待游客1022.6万人次,同比增长8.14%,按可比口径恢复至疫情前2019年同期的88.7%;实现旅游综合收入61.35亿元,同比增长7.64%,恢复至2019年同期的78.8%。	春节假期辽宁省重点监测的零售、餐饮企业销售(营业)额同比增长3.1%,其中餐饮营业额同比增长12.4%,全省市场消费呈加快回暖态势。

资料来源:文旅部、各省官方公众号、微博等,中邮证券研究所整理

1.2 节后白酒&大众品渠道反馈

➤ 白酒

山东高端次高啤酒: 整体判断: 高端品类茅台、五粮液春节前一周销售增长集中体现,其中普五吃香,送礼、零售增长较多。洋河节前梦系列占比提升较大、过节期间海之蓝是主要增长点。古井系列中古8&16表现较好,古8带古16消费升级,古8主推自饮、古16主推宴席和礼赠,费用从小餐饮导向连锁餐饮、结构上有变化。汾酒中青20上升趋势较快(个人/商务均有)、青30所处价格带仍需培育,玻汾下沉很好做,较看好巴拿马主做宴席市场。山东当地青啤地位难以动摇,占比近七成。**2022年完成情况&23年规划目标:** 茅台22年同比+10%、23年计划+15%;五粮液22年同比+7%,23年计划+10%;洋河是主打海天梦,22年同比+8%,23年预计+12%;古井贡酒以古5&8&16为主,22年同比+12%,23年预计+15%;赖茅22年同比+9%,23年规划+13%。汾酒中青花23年规划+5-10%、玻汾10-15%。**动销:** 春节近1个月看,茅台动销同比+30%,五粮液+20%,洋河+26%左右,古井+15%-20%,汾酒+18%。**回款:** 五粮液节前回款40%,同比快5个点,预计节后达到45%-50%;洋河回款50%,同比快8个点;古井回款40%;汾酒回款38%,同比快5个点。**库存:** 当前茅台库存很低,五粮液、古井节后预计均在40天,汾酒在45天,洋河库存稍高在2个月。

东北次高端：整体判断：除夕前，东北地区消费较 22 年中秋较大提升；除夕至初六看，消费低于去年同期。舍得主要为请客礼赠商务场景，考虑节后回补，动销可能拉平。同时舍得在市场投入增加：额外的 2 个点的投入+旅游奖励。预计 23 年增量主要是发展终端联盟体，提升成功签约达成率。23 年如无疫情反复等意外，90 亿目标完成信心充足。其他竞品看，剑南春渠道扁平化、目前处于过渡期；古井 22 年初投入加大、买店较多，回购率还待观察。**2022 年完成情况**
&23 年规划目标：舍得 22 年东北地区同比+40%，23 年东北规划同比+15%/全国接近 25%的股权激励目标规划。**动销：**舍得节前及过年 7 天有缺口，节后回补且去年节后低基数，预计春节前后一个月动销情况持平。**回款：**舍得当前接近 20%、预估一季度在 30%。**库存：**当前舍得东北地区节后库存不足 40 天较为良性。全国看，京津冀、四川成都节前在 60 天左右，预计全国库存平均在 50 天左右。

河南高端次高端：整体判断：高端价格带中茅台节前有意控制发货，批价恢复也预示着高端市场或者礼品市场基本上完全恢复了，从配额看一季度 35%左右，计划占比和往年接近。五粮液年会用酒需求量大但很少会在节后回补、节后动销预计保持平稳。3 月份可能会有提价至 1009，终端可能加大进货。3 月份前的现金补贴政策+年底模糊返利政策+重启大商等政策导向，量增实现有空间。老窖把河南定义为战略性市场，主要做高度酒，价格和五粮液对标，还处于发展中。次高端价格带看，汾酒节前回款均到货、动销良好、批价疲软、库存偏高但不担心，节后青花需求回补估计 3 月库存降到 20 天，预计今年青花占比从 45%提高至 50%。剑南春当前存压力，主销场景宴席受疫情影响，批价疲软。**2022 年完成情况&23 年规划目标：**五粮液 22 年河南同比+20%，23 年大区规划+20%；老窖 23 年规划+30%；汾酒 22 年实际完成目标+25%，23 年规划 20%增长。**动销：**五粮液同比+10%，老窖同比有 15%缺口，汾酒节前同比+10%，剑南春恢复至同期 80%。**回款：**茅台一季度回款 35%；五粮液回款 45%同比持平；老窖节前 20%预计 Q1 完成 35%；汾酒当前 30%，预计 Q1 达成 40%，同比快 5 个点。**库存：**当前茅台库存仅几天；五粮液 40 天，老窖 35 天，汾酒 2 个月左右。

江苏高端次高端：整体判断：南京春节旅游客流超 2019 年同期水平。洋河节前及春节 7 天，动销有缺口，但节后婚宴全员回补+公司年会部分回补+项目开工用酒预定，预计到元宵节，水晶梦、梦 6+至少 10%动销增长。天之蓝节前小缺口到节后回补、估计个位数动销增长。海之蓝当前有个位数动销增长。**动销：**洋河元旦后到节前小 20 天水晶梦增长 20%；五粮液出货同比快 1-2 个月。**回款：**洋河南京节前回款 40%，预计 Q1 达到 10%，全国 40-45%，预计 Q1 也完成 50%；今世缘 40%回款。**库存：**当前洋河梦 6+库存 2 个月、水晶梦不到 2 个月、天之蓝 2 个月、海之蓝 2.5 个月，渠道终端春节拿货后水晶梦库存 1 个月+，海之蓝 2 个月，梦 6+和天之蓝 1 个月-，预计 2 月底出清后续有补库需求。**批价：**洋河梦 6+ 在 585 元，比节前下滑 5 元，水晶梦 395 元；五粮液稳定在 960-970 元左右；国窖高度在 900 左右。

安徽本省次高端：整体判断：疫后首个春节，安徽返乡客流大增，乡镇堆头品牌集中度进一步提升、古井占比最高。返乡人群大增背景下，走亲访友次数大增、送礼价位段从 200 元降至 120 元，古 5&洞 6 销售均超预期。其中古井节前动销集中在古 8 及以上产品，年三十后献礼和古 5 较多，城市以古 5 为主/少量古 8，乡镇主要献礼/少量古 5。迎驾则是洞 6 表现超预期，洞 9 及以上库存偏高、节后宴席回补（目前 2 月定不到酒店）有利于动销加速、库存去化。合肥地区今年洞藏占比从 75%要提高到 80%，南部市场洞藏有增长空间。另外，口子窖在合肥市场销售架构调整尚未明确，当前表现一般。**23 年规划目标：**古井 23 年计划 +12.5%；迎驾 23 年规划整体+30%，其中洞藏+35%、老品+15%；口子窖当前目标仍未定，初步规划 23 年+9%。**动销：**古井节前经销商动销恢复同期水平至个位数增长；节中终端动销至少增长 10%；迎驾春节前后 1 个月观察到洞 6 超预期同比 +35%、洞 9 平稳；口子窖节前恢复到 7 成、节中最乐观能同比持平。**回款：**古井节前回款 40%；迎驾达到 50%，进度同比快 5 个点；口子窖在 33%。**库存：**当前古井库存偏低在 30-40 天；口子窖打款偏谨慎因此库存在 1 个；迎驾洞 6 销售超预期下库存在 1 个月，而洞 9 偏高在 1.5 个月。

➤ 大众品

湖南调味品：整体判断：返乡+旅游带来湖南当地春节期间餐饮需求火爆，无论是景点附近/社区餐饮情况类似，餐饮补货需求旺盛以应对正月十五前后的第二个高峰。海天年底库存较高、渠道信心向好。复苏进度排序（主要由B端占比大小带来的差异）：海天、李锦记、厨邦、千禾。由此预判海天Q1出货进度将超2019年同期。行业趋势上，社区团购使得C端渠道碎片化、各家齐发力B端，费用投入力度排序：厨邦、千禾、海天、李锦记。从23年重点动作看，海天继续聚焦基础产品，厨邦做价格抢份额，千禾大力度扩市场。**2022年完成情况&23年规划目标：**海天22年同比+16%，23年大区规划+12%；厨邦22年同比+27%，23年规划+25%；李锦记22年同比+7%，23年规划为近年首次上双到10%；千禾当地基数较小，23年规划+50%。**动销：**海天1月出货占全年目标的8%，预计Q1在24%动销占比超2019年；厨邦1月出货占7%，李锦记1月出货占5.5%。**回款：**海天1月打款10%。**库存：**海天库存存在3个月，厨邦2个月，李锦记1.5个月。

华东速冻预制菜：2022年受到上海封城影响，整体体量有所下滑；9月开始销售情况环比改善，跨年期间餐饮客户需求明显回升，复苏态势持续到春节期间，但与去年、前年状况仍有一定差距；2023年预期乐观，会有更高期待。

从场景来看，部分场景春节期间呈现爆发式需求，团餐保持不错增长，火锅、自助餐、冒菜拿货明显回升，相比2020年疫情后的6-8月底大概增长3成左右；农贸流通市场表现次之，人流略显不足但仍然起量；商超增长较弱，与高线城市春节返乡情况有关。

从区域品牌情况来看，安井预制菜冻品先生2022年有望实现翻倍式增长；千味经销渠道22年同比有双十位数增长，该增速趋势在未来2-3年可以得到延续；思念保持双位数增长，提前完成22年销售目标；龙凤、三全保持低位数增长，增速略有下降趋势。

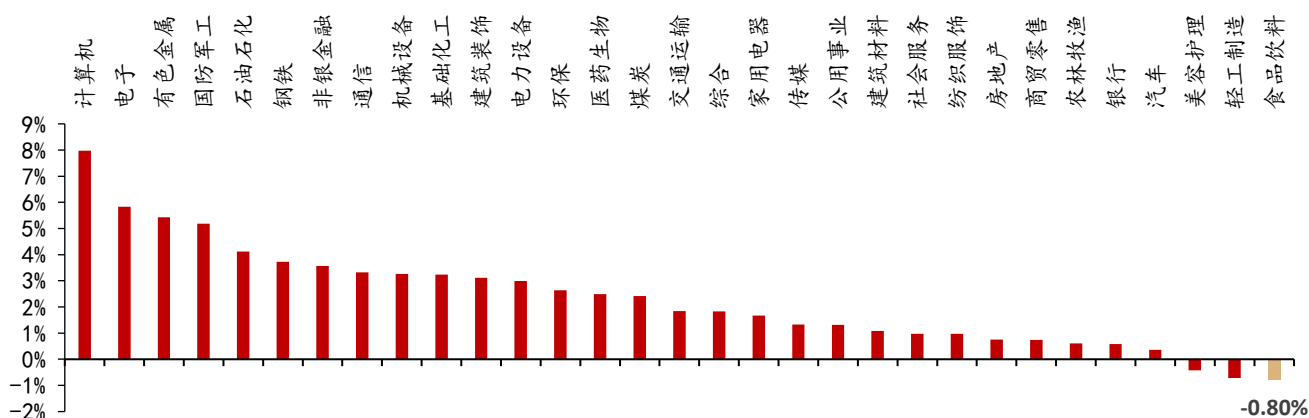
从产品来看，安井产品SKU丰富，下半年新品火山石烤肠反响较好，小酥肉销量不错已成流通款，酸菜鱼表现良好；思念超额完成年度销售目标，汤圆单品优势明显，在上海地区品牌认可度高于三全；三全火锅串串、微波炒饭/鱼蛋等新品吸引力较弱，水饺汤圆仍是主打产品。

2 食品饮料行业本周表现

春节前一周食品饮料板块整体表现不佳，申万食品饮料行业指数（801120.SL）本周区间涨跌幅为-0.80%，在申万一级行业中位列倒数第一，低于沪深300指数1.89%，当前行业动态PE为38.32，处于历史平均位置。本周食品饮料行业的子板块普遍下跌，板块涨幅前三的分别为白酒(-0.35%)，乳品(-0.71%)，肉制品(-1.01%)；跌幅前三分别为零食(-5.00%)，啤酒(-4.27%)，烘焙食品(-3.49%)。

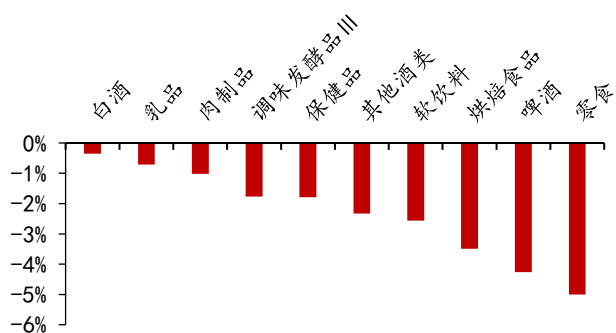
从个股角度看，食品饮料板块本周24只个股收涨，94只个股收跌，涨幅前5分别为天润乳业(+10.36%)、*ST皇台(+9.43%)、甘源食品(+5.87%)、金枫酒业(+5.76%)、五粮液(+5.11%)；跌幅前5分别为桂发祥(-23.87%)、黑芝麻(-21.33%)、麦趣尔(-21.04%)、来伊份(-18.18%)、顺鑫农业(-12.82%)。

图表2：申万行业周涨幅对比



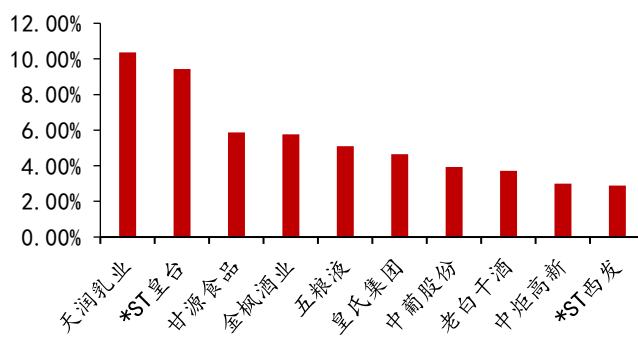
资料来源：iFind，中邮证券研究所

图表3：申万食品饮料行业子版块周涨跌幅



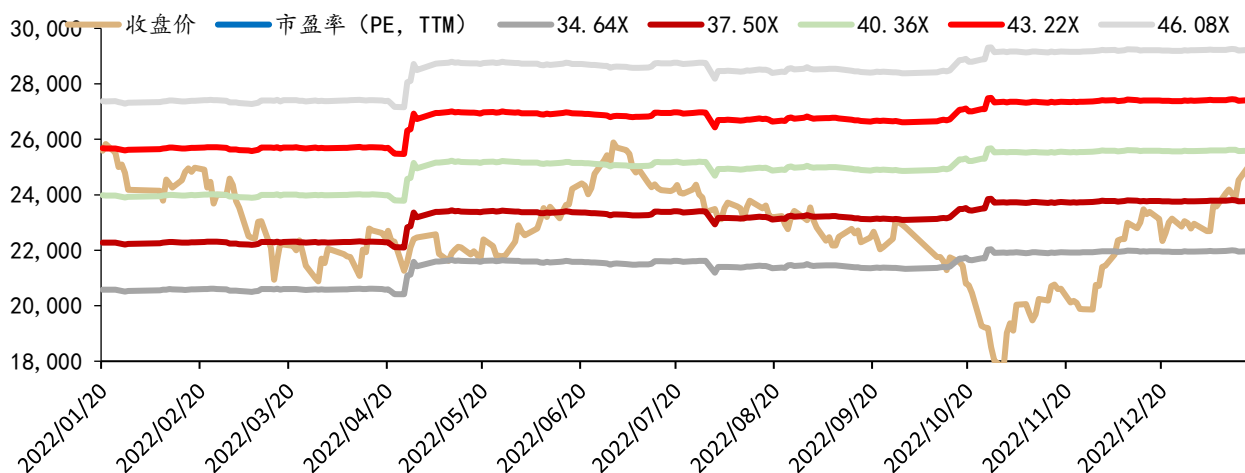
资料来源：iFind，中邮证券研究所

图表4：食品饮料行业公司周涨幅前十个股



资料来源：iFind，中邮证券研究所

图表5：申万食品饮料指数过去一年 PE-Band



资料来源：iFinD，中邮证券研究所

3 本周公司重点公告

图表6：20230116-20230129 食品饮料行业公司重点公告

公司	公告
白酒	
水井坊	公司预计 2022 年度实现净利润与上年同期相比增加约 1679 万元，达 12.16 亿元，同比增长约 1.4%；营业收入与上年同期相比增加约 4091 万元，达 46.73 亿元，同比增长约 0.9%；销售量同比下降约 2.3%，全部来自中高档酒。预计扣非净利润减少约 5248 万元，达 11.63 亿，同比下降约 4.3%。其中，2022 第四季度净利润预计 1.61 亿元，同比下降 19.10%；扣非净利润预计 1.38 亿元，同比下降 30.30%。
山西汾酒	公司发布 2022 年业绩快报，预计营收 260 亿左右，同比增长约 30%；预计归母净利润 79 亿左右，同比增长约 49%；预计扣非归母净利润 79 亿左右，同比增长约 49%。根据预告，2022 年 Q4 营收 40 亿左右，同比增长约 48%；归母净利润 8 亿左右，同比增长约 84%；扣非归母净利润 8 亿左右，同比增长约 108%。
大众品	
天味食品	公司发布 2022 年业绩预告，预计 2022 年营业收入 26.91 亿元，同比增长 32.84%；预计归母净利润为 3.42 亿元，同比增长 85.34%；预计扣非归母净利润为 2.91 亿元，同比增长 138.77%。
有友食品	公司发布 2022 年年度业绩预告，预计 2022 年度实现营业收入约 10.21 亿元，同比下降 16.29% 左右；预计实现归母净利润约 1.52 亿元，同比下降 31.05% 左右；预计实现扣非净利润约 1.39 亿元，同比下降 19.62% 左右。2022 年第四季度预计实现归母净利润 0.48 亿元，同比增长 25.81%；预计实现扣非净利润 0.44 亿元，同比增长 476.92%。
巴比食品	公司发布向激励对象首次授予限制性股票的公告，限制性股票首次授予日为 2023 年 1 月 16 日，首次授予数量 220.925 万股，首次授予价格为 15.51 元/股。
来伊份	公司预计 2022 年度归属上市公司股东的净利润为 1.01 亿元左右，与上年同期相比，将增加 0.69 亿元左右，同比增长 224.18% 左右。2022 年度扣除非经常性损益的净利润预计为 0.74 亿元左右，

	与上年同期相比，将增加 1.40 亿元左右，同比增长 213.38%左右。
千味央厨	公司股东深圳前海新希望自 2022 年 12 月 21 日 2023 年 1 月 18 日累计减持公司股份 259.42 万股，减持比例达 2.99%，本次变动后持有股份占总股本比例为 3.59%。
盐津铺子	公司发布 2022 全年业绩预告，整体业绩预计同向上升，净利润预计 2.96~3.04 亿，同比增长 96.36%~101.67%；扣非净利润预计 2.72~2.80 亿，同比增长 197.58%~206.34%。其中 2022 年第四季度归母净利润预计 0.77-0.85 亿，同比增长 5.48%-16.44%；扣非净利润预计 0.79-0.87 亿，同比增长 19.70-31.82%。
华统股份	公司 2022 年限制性股票激励计划规定的授予条件已经成就，公司确定 2023 年 1 月 18 日为首次授予日，以人民币 8.53 元/股的授予价格向 86 名激励对象授予 715.20 万股限制性股票。
绝味食品	公司全资子公司深圳网聚拟分别以自有资金 808.52 万元、2352.74 万元收购零点食品少数股东重熙累盛、广州绝了所持零点食品 132.98 万股股份（持股比例为 5.22%）、386.96 万股股份（持股比例为 15.19%）。
中炬高新	公司原第一大股东中山润田减持公司股份 1.18 亿股（占总股本的 14.99%）至 1.08 亿股（占总股本的 13.75%）。本次权益变动后，火炬集团及其一致行动人持有公司股票 1.22 亿股，占上市公司总股本的 15.48%，成为公司第一大股东。
立高食品	公司发布 2022 年年度业绩预告，年度归母净利润预计 1.5 亿元-1.75 亿元，比上年同期下降 38.18%-47.02%；扣非净利润 1.4 亿元-1.65 亿元，比上年同期下降 38.71%-47.99%。2022 年第四季度预计归母净利润 0.50-0.75 亿元，同比下降 12.72%-41.95%；扣非净利润 0.46-0.71 亿元，同比下降 8.14%-40.58%。
三只松鼠	公司发布 2022 年年度业绩预告，年度归母净利润预计 1.2 亿元-1.4 亿元，比上年同期下降 65.95%-70.81%；扣非净利润 0.4 亿元-0.6 亿元，比上年同期下降 81.23%-87.49%。2022 年第四季度预计归母净利润 0.27-0.47 亿元，同比增长 185.10%-249.33%；扣非净利润 0.11-0.31 亿元，同比增长 134.27%-194.54%。
得利斯	公司发布 2022 年年度业绩预告，年度归母净利润预计 3500-3800 万元，比上年同期下降 19.99%-13.13%；扣非净利润 500-700 万元，比上年同期下降 86.72%-81.41%。2022 年第四季度预计归母净利润-1238~-1538 万元，同比下降 365.71%-478.20%；扣非净利润-1078~-1278 万元，同比下降 646.12%-784.55%。
东鹏饮料	公司第二大股东君正投资计划通过集中竞价和大宗交易方式减持公司股份不超过 2400 万股，不超过公司总股本的 6%。目前君正投资持有公司股票 3458.9 万股，占公司总股本的 8.65%。

资料来源：iFind，中邮证券研究所

4 本周行业重要新闻

图表7：20230116-20230129 白酒、大众品相关新闻

公司	公告
白酒	
郎酒	1月17日,四川古蔺郎酒销售有限公司携五大事业部(青花郎事业部、红花郎事业部、郎牌特曲事业部、小郎酒事业部、电商KA事业部)面向全国对外招聘城市经理。
五粮液	1月18日,五粮液集团公司召开2022年度工作总结大会。会议明确,2023年五粮液将重点抓好深化供给侧结构性改革、践行做优多元战略部署、加快推进酒业主业倍增工程和多元产业重点项目建设、守牢安全环保维稳底线、打造风清气正的干事创业氛围六方面工作。
茅台葡萄酒	在茅台葡萄酒2022年度总结大会上,董事长司徒军表示,2023年将启动公司上市和员工持股计划,构建发展新机制。
劲酒	1月18日消息,神农架生态酒业有限公司征地拆迁、车间规划设计、工业旅游设计等新建项目工作正有序推进。该项目总投资20亿元,将新增酱酒产能1.15万吨,建成投产后将是湖北省目前最大的酱香型白酒生产项目。
行业	2023年央视春晚上,五粮液、洋河股份、古井贡酒、舍得酒业、茅台、劲酒、汾酒、习酒等酒业品牌相继现身晚会/开播前广告,“参与”身份包括春晚独家互动合作伙伴、合作品牌等,不仅在晚会前的广告中密集亮相宣传,还穿插于晚会中的多个环节,例如:冠名授权、互动环节抽奖送出自家产品、主持人拜年口播、小品台词植入、压屏提示条、滚动字幕。
行业	1月28日,贵州省人民政府发布2023年贵州省《政府工作报告》。报告透露,2022年贵州省积极推动白酒产业规范发展,大力实施“三个一批”综合整治,促进白酒产业转型升级、规范发展,白酒产业增加值增速达36.1%。
行业	中国白酒网1月28日发布数据,今年年货节期间,叮咚买菜上白酒销量同比提升了178%,其中,400元以上的品牌白酒较受欢迎;酒类电商平台1919数据显示,今年年货节期间,白酒销量同比上涨了36.01%,五粮液、茅台、泸州老窖、衡水烧坊、剑南春、西凤均有单品进入销量TOP10;据唯品会平台数据,今年年货节期间,啤酒销量增5倍以上,白酒、果酒销量分别同比增长144%、177%。此外,根据饿了么春节消费数据显示,今年年货外卖中追求“品质”的趋势尤为显著,国产白酒等精品年货,成为今年销量最好、最受青睐的年货品类。其中洋酒订单月环比增长10倍以上,国产白酒环比增长超2倍。
大众品	
良品铺子	良品铺子2023年计划新开1000家门店,主要是聚焦现有优势地区进行加密布局。新开门店面积更大、品类更丰富,同时会新增咖啡水饮、烘焙短保等引流型、便利组合性产品。
元气森林	1月19日,元气森林发布重要高管变动内部公告,原营销中心负责人、元气销售体系一把手叶礼诚,因涉嫌贪腐被撤职。
肯德基	“疯四”恰逢年初五,肯德基利用初五财神到的彩头,开展“疯狂星期四,大年初五快(K)发(F)财(C)”系列营销活动,打造传统文化与现代营销方式的新组合。
行业	商务部消息,1月上旬,重点零售企业食品、饮料、服装销售额环比均增长20%以上。后续,商务部还将组织开展绿色消费季、国际消费季、全国消费促进月等系列活动。
行业	春节期间外卖及预制菜热销,餐厅堂食预订紧俏。美团外卖数据显示,春节期间两周内平台上提供年夜饭菜品的商家数量比去年同期增长20倍,“年夜饭外卖”“年夜饭外带”关键词搜索量同比增长4倍。美团买菜平台数据显示,预制菜相关商品春节前销量同比增长400%。
行业	1月26日,阿里巴巴发布2023年春节“暖”消费报告,报告显示,兔年春节,线上线下需求提振,旅游影业消费回暖,地方特色消费升温。根据飞猪数据,今春最热门的国内旅游目的地是成都、上

海、广州三个城市。今年初一到初三，大润发的客单价同比增长 5.3%。天猫超市的生鲜订单中，椰青、车厘子、牛油果等进口水果订单暴涨。

行业 1月26日，京东发布《2023春节假期消费趋势》。随着“春节也送货”城市的不断拓展，消费者春节期间购物品类也更加多元，也在节日味之外更“日常化”。其中，礼盒类商品整体销量同比增长超 50%，预制菜成交额同比增长超 6 倍。截至 1 月 26 日，2023 春节期间成交额占比最高的省市是广东省、江苏省、北京市、四川省和山东省。

行业 根据中国国际啤酒网数据，2022 年 1-12 月，中国累计出口啤酒 47.957 万千升，同比增长 13.1%；金额为 21.8608 亿元人民币，同比增长 21.3%。累计进口啤酒 48.206 万千升，同比下降 8.1%；金额为 43.4262 亿元人民币，同比下降 5.3%。

行业 1月17日，中国酒业协会啤酒分会联合多家啤酒公司共同推出的“重彩·中国酒业协会联名定制烈性啤酒”在京东首发。该系列啤酒共有 10 款产品，酒精度均高于 10%vol，10 瓶礼盒装销售价格为 5999 元/套。

行业 上海市市场监管局结合上海实际，制定了《上海市预制菜生产许可审查方案》，明确了预制菜的定义、8 大类产品类别、生产条件要求、冷链管理要求、食品添加剂使用要求等。

资料来源：商务部、各公司官方公众号、行业公众号（酒说、FBIF、乳业在线等），中邮证券研究所整理

5 食品饮料行业周度产业链数据追踪

图表8：20230116-20230129 食品饮料行业产业链相关数据跟踪

品类	数据
宏观数据	
社消零售	2022 年 12 月，社消零售总额为 40542 亿元，同比-1.80%；其中餐饮业为 4157 亿元，同比-14.10%。
限额以上商品零售	2022 年 12 月，限额以上批发零售贸易业商品零售额为 16189 亿元，同比-0.20%，其中粮油食品/饮料/烟酒零售额分别为 1894/272/514 亿元，同比+10.50%/+5.50%/-7.30%。
农产品	
进口大麦	2022 年 12 月（截至目前最新），大麦进口金额为 20818.60 万美元，同比-35.05%，环比-5.37%
小麦	1 月 20 日（截至目前最新），小麦价格为 3203.6 元/吨，同比+11.81%，环比-0.49%。
玉米	1 月 18 日（截至目前最新），玉米价格为 2.96 元/公斤，同比+7.25%，环比-0.67%。
大豆	1 月 20 日（截至目前最新），大豆价格为 5412 元/吨，同比-1.72%，环比-3.68%。
稻米	1 月 20 日（截至目前最新），稻米价格为 3791.50 元/吨，同比-0.31%，环比-0.04%。
白砂糖	1 月 28 日（截至目前最新），白砂糖价格为 5950.00 元/吨，同比+1.39%，环比+2.59%。
棕榈油	1 月 28 日（截至目前最新），棕榈油价格为 7876.67 元/吨，同比-18.38%，环比+2.61%。
豆粕	1 月 13 日（截至目前最新），豆粕价格为 5.09 元/千克，同比+37.20%，环比-5.21%
畜牧产品	
猪肉	1 月 28 日（截至目前最新），仔猪、猪肉、毛猪价格分别为 27.11 元/公斤、23.24 元/公斤、16.23 元/公斤，同比分别+12.68%、+5.97%、+6.43%，环比分别变化-17.30%、-11.2%、-14.53%。2022 年 12 月（截至目前最新），进口猪肉数量为 20 万吨，同比+17.65%，环比+11.11%。 2022 年 11 月（截至目前最新），生猪定点屠宰企业屠宰量 2269 万头，同比-21.65%，环比持平。
白条鸡	1 月 28 日（截至目前最新），白条鸡价格为 18.72 元/公斤，同比+4.87%，环比+0.32%。
生鲜乳	1 月 20 日（截至目前最新），国内主产区生鲜乳价格为 4.10 元/公斤，同比-3.98%、环比-0.49%。
包装材料	
瓦楞纸	1 月 27 日（截至目前最新），瓦楞纸价格为 3190 元/吨，同比-17.01%，环比-2.64%。

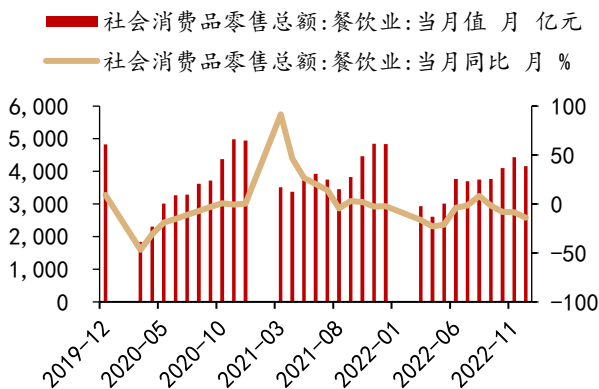
铝材	1月20日(截至目前最新), 铝锭价格为 18980 元/吨, 同比-11.47%, 环比-0.42%。
玻璃	1月20日(截至目前最新), 浮法玻璃价格为 1700.60 元/吨, 同比-17.56%, 环比+4.94%。
PET	1月13日(截至目前最新), PET 价格为 7180 元/吨, 同比-2.45%, 环比+0.70%

白酒批价

贵州茅台	1月18日(截至目前最新), 飞天原箱批价 3100 元, 同比-6.91%, 环比-0.64%; 散瓶批价 2880 元, 同比+2.13%, 环比持平。
五粮液	1月18日(截至目前最新), 五粮液普 5 批价 940 元, 同比-4.08%, 环比-0.53%。

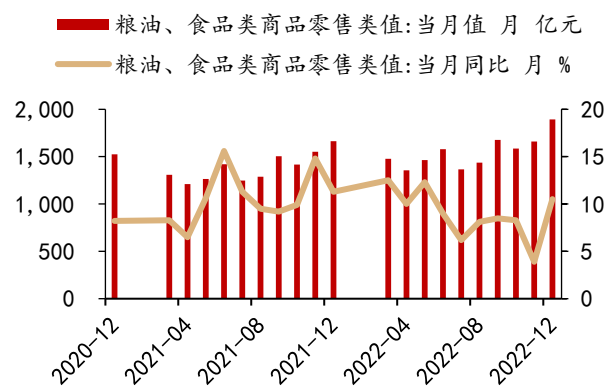
资料来源: iFinD, 中邮证券研究所

图表9: 社消零售总额: 餐饮



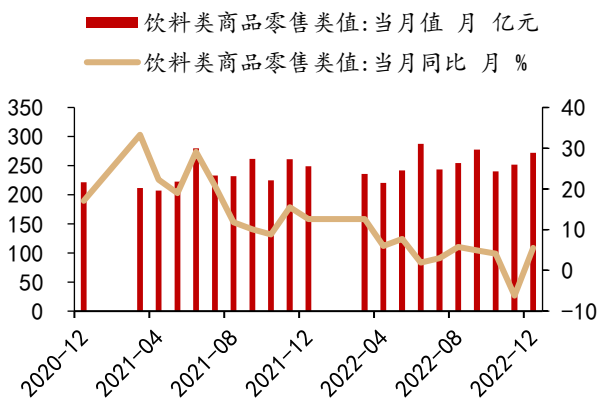
资料来源: iFinD, 中邮证券研究所

图表10: 商品零售额: 粮油、食品类



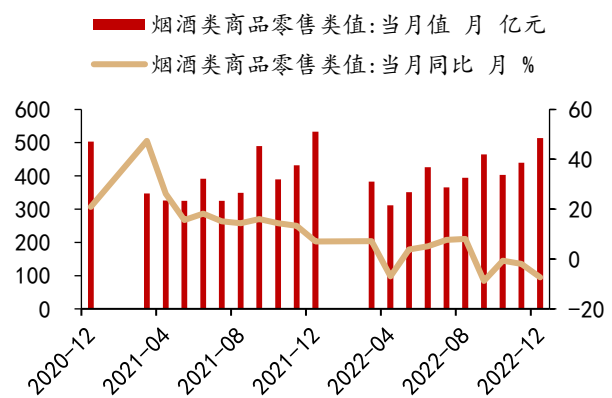
资料来源: iFinD, 中邮证券研究所

图表11: 商品零售额: 饮料



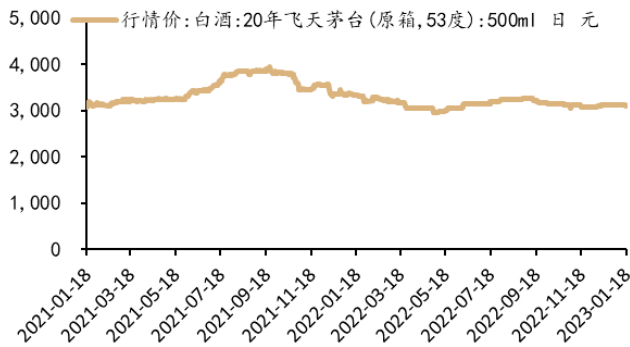
资料来源: iFinD, 中邮证券研究所

图表12: 商品零售额: 烟酒



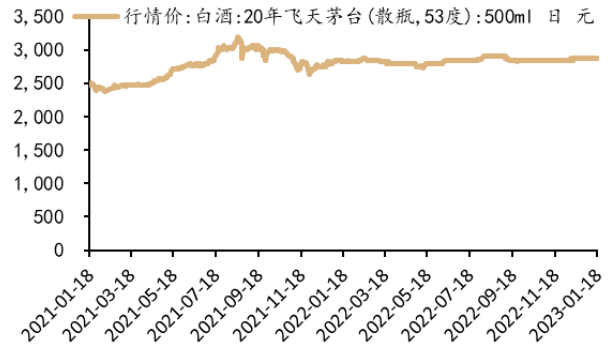
资料来源: iFinD, 中邮证券研究所

图表13: 飞天茅台价格 (原箱)



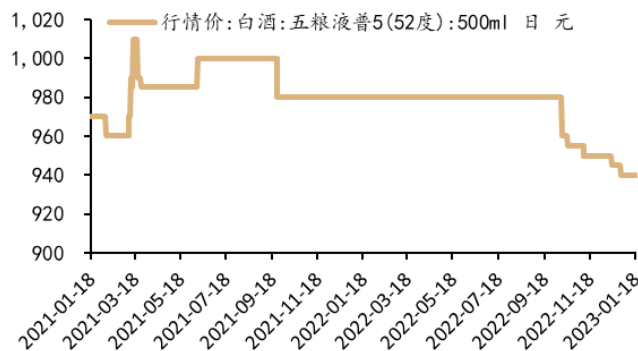
资料来源: iFinD, 中邮证券研究所

图表14: 飞天茅台价格 (散瓶)



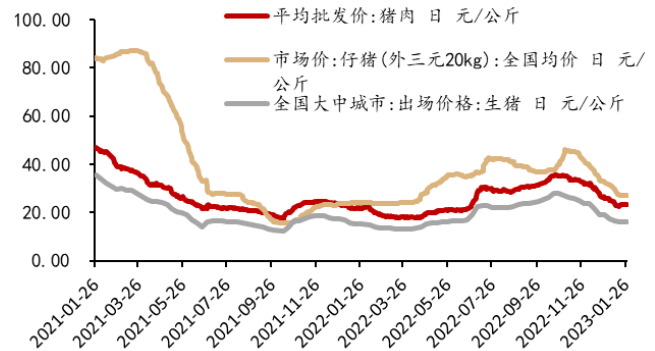
资料来源: iFinD, 中邮证券研究所

图表15: 五粮液普5价格



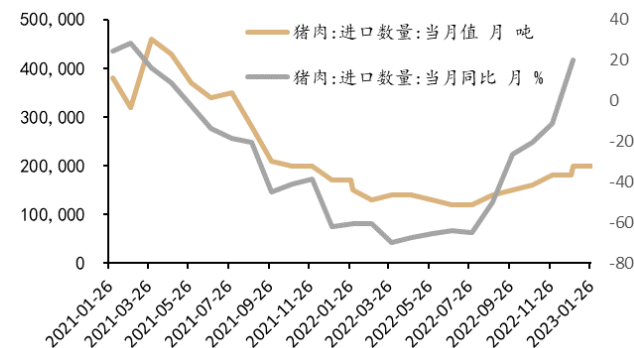
资料来源: iFinD, 中邮证券研究所

图表16: 猪肉价格 (仔猪、猪肉、生猪)



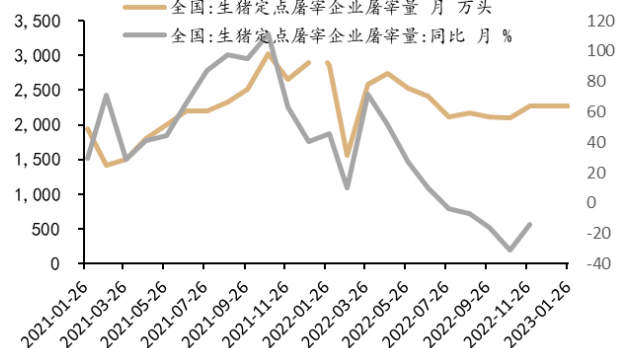
资料来源: iFinD, 中邮证券研究所

图表17: 进口猪肉数量



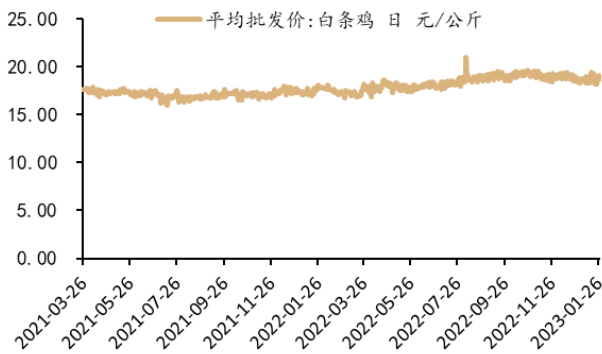
资料来源: iFinD, 中邮证券研究所

图表18: 生猪屠宰数量



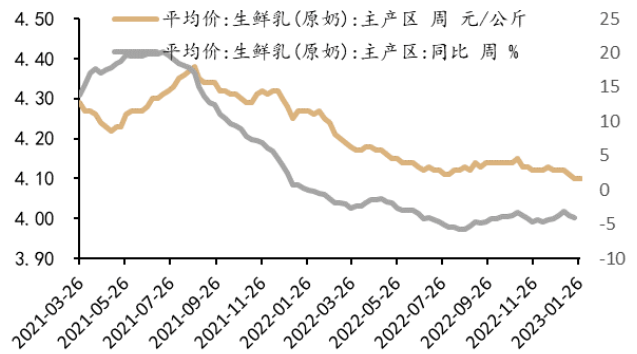
资料来源: iFinD, 中邮证券研究所

图表19：白条鸡价格



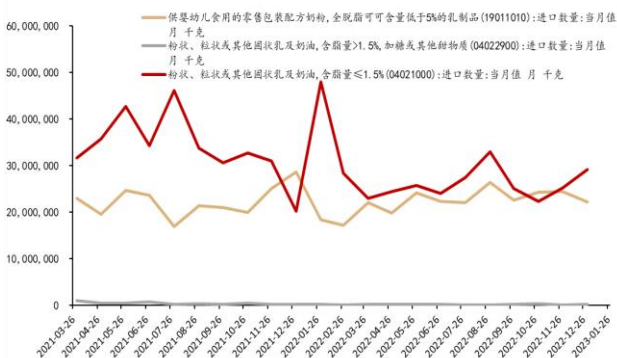
资料来源：iFinD，中邮证券研究所

图表20：生鲜乳价格



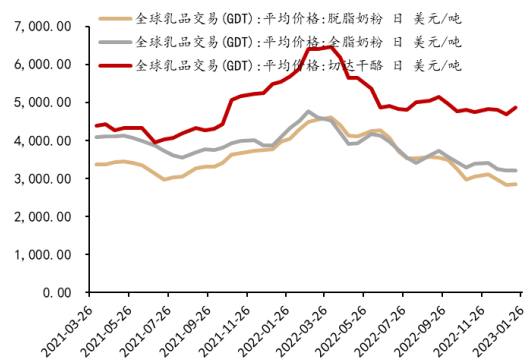
资料来源：iFinD，中邮证券研究所

图表21：进口奶粉数量



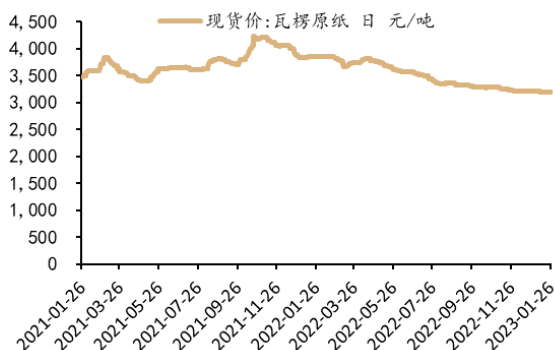
资料来源：iFinD，中邮证券研究所

图表22：GDT 乳制品拍卖价格



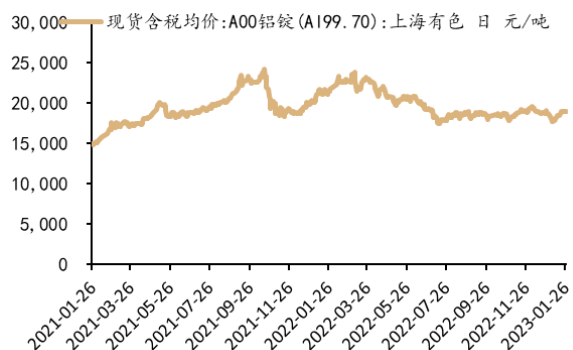
资料来源：iFinD，中邮证券研究所

图表23：瓦楞纸价格



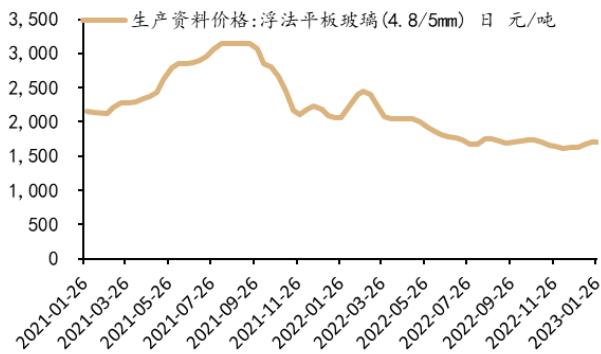
资料来源：iFinD，中邮证券研究所

图表24：铝锭价格



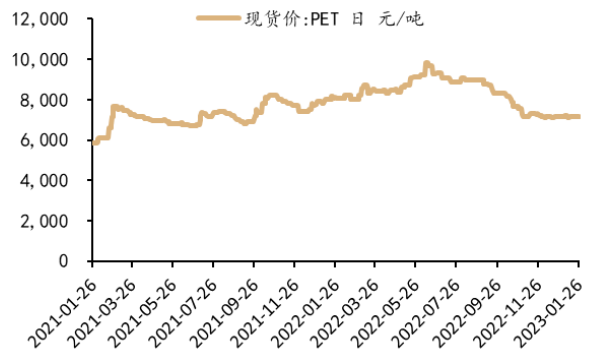
资料来源：iFinD，中邮证券研究所

图表25：浮法玻璃价格



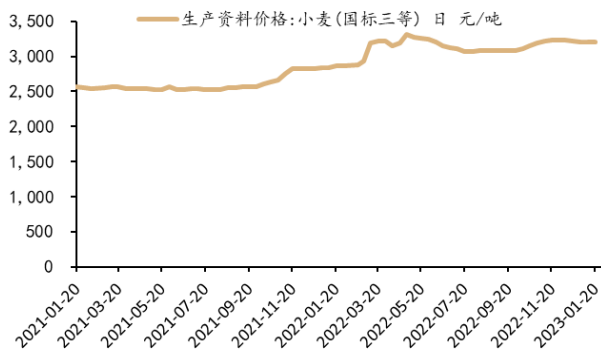
资料来源：iFinD，中邮证券研究所

图表26：PET 价格



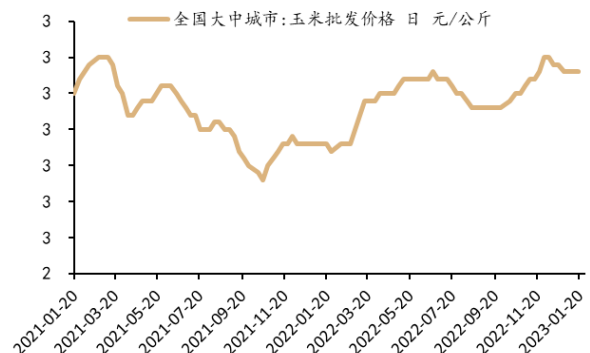
资料来源：iFinD，中邮证券研究所

图表27：小麦价格



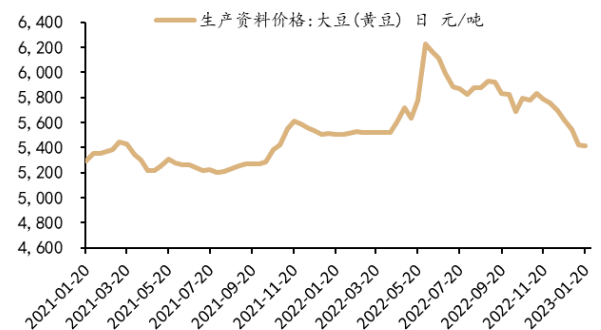
资料来源：iFinD，中邮证券研究所

图表28：玉米价格



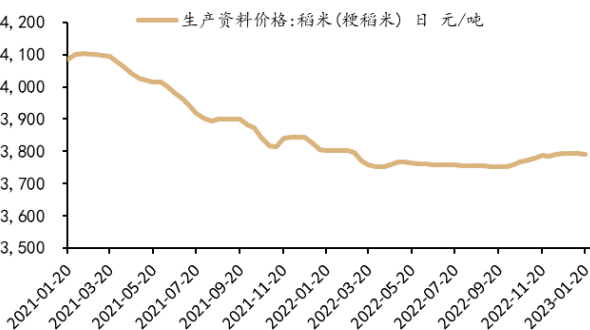
资料来源：iFinD，中邮证券研究所

图表29：大豆价格



资料来源：iFinD，中邮证券研究所

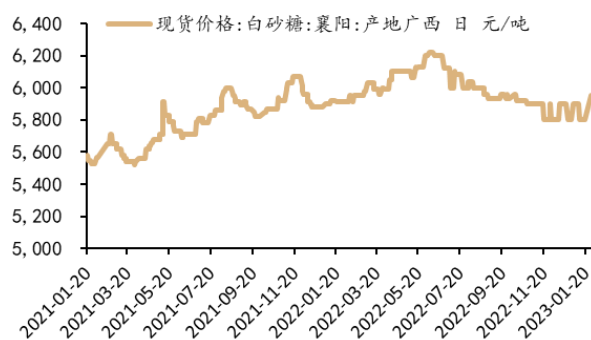
图表30：稻米价格



资料来源：iFinD，中邮证券研究所

图表31：棕榈油价格


资料来源：iFind，中邮证券研究所

图表32：白砂糖价格


资料来源：iFind，中邮证券研究所

6 风险提示

疫情扰动的风险：疫后放开复苏趋势整体向好，但未来如果出现疫情反复将导致部分地区消费需求波动。

行业竞争加剧的风险：若行业竞争加剧，出现价格战等现象，公司盈利能力将受到影响。

食品安全的风险：食品安全事件将影响消费者信心，将相关行业和公司造成影响。

成本波动的风险：餐饮行业中原材料、能源等成本波动将增加公司盈利不确定性。

中邮证券投资评级说明

投资评级标准	类型	评级	说明
报告中投资建议的评级标准： 报告发布日后的6个月内的相对市场表现，即报告发布日后的6个月内的公司股价（或行业指数、可转债价格）的涨跌幅相对同期相关证券市场基准指数的涨跌幅。 市场基准指数的选取：A股市场以沪深300指数为基准；新三板市场以三板成指为基准；可转债市场以中信标普可转债指数为基准；香港市场以恒生指数为基准；美国市场以标普500或纳斯达克综合指数为基准。	股票评级	买入	预期个股相对同期基准指数涨幅在20%以上
		增持	预期个股相对同期基准指数涨幅在10%与20%之间
		中性	预期个股相对同期基准指数涨幅在-10%与10%之间
		回避	预期个股相对同期基准指数涨幅在-10%以下
	行业评级	强于大市	预期行业相对同期基准指数涨幅在10%以上
		中性	预期行业相对同期基准指数涨幅在-10%与10%之间
		弱于大市	预期行业相对同期基准指数涨幅在-10%以下
	可转债评级	推荐	预期可转债相对同期基准指数涨幅在10%以上
		谨慎推荐	预期可转债相对同期基准指数涨幅在5%与10%之间
		中性	预期可转债相对同期基准指数涨幅在-5%与5%之间
		回避	预期可转债相对同期基准指数涨幅在-5%以下

分析师声明

撰写此报告的分析师（一人或多人）承诺本机构、本人以及财产利害关系人与所评价或推荐的证券无利害关系。

本报告所采用的数据均来自我们认为可靠的目前已公开的信息，并通过独立判断并得出结论，力求独立、客观、公平，报告结论不受本公司其他部门和人员以及证券发行人、上市公司、基金公司、证券资产管理公司、特定客户等利益相关方的干涉和影响，特此声明。

免责声明

中邮证券有限责任公司（以下简称“中邮证券”）具备经中国证监会批准的开展证券投资咨询业务的资格。

本报告信息均来源于公开资料或者我们认为可靠的资料，我们力求但不保证这些信息的准确性和完整性。报告内容仅供参考，报告中的信息或所表达观点不构成所涉证券买卖的出价或询价，中邮证券不对因使用本报告的内容而导致的损失承担任何责任。客户不应以本报告取代其独立判断或仅根据本报告做出决策。

中邮证券可发出其它与本报告所载信息不一致或有不同结论的报告。报告所载资料、意见及推测仅反映研究人员于发出本报告当日的判断，可随时更改且不予通告。

中邮证券及其所属关联机构可能会持有报告中提到的公司所发行的证券头寸并进行交易，也可能为这些公司提供或者计划提供投资银行、财务顾问或者其他金融产品等相关服务。

《证券期货投资者适当性管理办法》于2017年7月1日起正式实施，本报告仅供中邮证券客户中的专业投资者使用，若您非中邮证券客户中的专业投资者，为控制投资风险，请取消接收、订阅或使用本报告中的任何信息。本公司不会因接收人收到、阅读或关注本报告中的内容而视其为专业投资者。

本报告版权归中邮证券所有，未经书面许可，任何机构或个人不得存在对本报告以任何形式进行翻版、修改、节选、复制、发布，或对本报告进行改编、汇编等侵犯知识产权的行为，亦不得存在其他有损中邮证券商业性权益的任何情形。如经中邮证券授权后引用发布，需注明出处为中邮证券研究所，且不得对本报告进行有悖原意的引用、删节或修改。

中邮证券对于本申明具有最终解释权。

公司简介

中邮证券有限责任公司，2002年9月经中国证券监督管理委员会批准设立，注册资本50.6亿元人民币。中邮证券是中国邮政集团有限公司绝对控股的证券类金融子公司。

中邮证券的经营经营范围包括证券经纪、证券投资咨询、证券投资基金销售、融资融券、代销金融产品、证券资产管理、证券承销与保荐、证券自营和与证券交易、证券投资活动有关的财务顾问等。中邮证券目前已经在北京、陕西、深圳、山东、江苏、四川、江西、湖北、湖南、福建、辽宁、吉林、黑龙江、广东、浙江、贵州、新疆、河南、山西等地设有分支机构。

中邮证券紧紧依托中国邮政集团有限公司雄厚的实力，坚持诚信经营，践行普惠服务，为社会大众提供全方位专业化的证券投、融资服务，帮助客户实现价值增长。中邮证券努力成为客户认同、社会尊重，股东满意，员工自豪的优秀企业。

中邮证券研究所

北京

电话：010-67017788

邮箱：yanjiusuo@cnpsec.com

地址：北京市东城区前门街道珠市口东大街17号

邮编：100050

上海

电话：18717767929

邮箱：yanjiusuo@cnpsec.com

地址：上海市虹口区东大名路1080号邮储银行大厦3楼

邮编：200000

深圳

电话：15800181922

邮箱：yanjiusuo@cnpsec.com

地址：深圳市福田区滨河大道9023号国通大厦二楼

邮编：518048