

食品饮料行业跟踪周报

周专题：湖南区域上市公司及渠道调研反馈

增持（维持）

2023年02月05日

证券分析师 汤军

执业证书：S0600517050001
021-60199793

tangj@dwzq.com.cn

证券分析师 王颖洁

执业证书：S0600522030001
wangyj@dwzq.com.cn

证券分析师 李昱哲

执业证书：S0600522090007
liyzh@dwzq.com.cn

投资要点

■ **酒鬼酒公司调研反馈：**1) **2022年表现：**22Q2以来控货、费用转型的举措，稳定内参批价，全年有部分小商/10多家专卖店退出；全年酒鬼增速较好。23年定位为公司的发展和费用转型元年，以需求推动终端销售模式，增加专卖店打造势能，打好长期发展的基础。2) **2023年春节表现：**春节期间终端动销在恢复，社会库存在减少，经销商库存相当，公司角度看目前湖南省内库存20%以下，全国平均30%左右。内参省内成交价近900元，省外900元+，批价800元左右；红坛省内批价300元左右，成交价350元；价格稳定，信心和终端动销处于持续恢复状态中。3) **2023年经营规划：**①去年定下内参系列52度控量，54度和文创产品会相应发力，52度是否增长的首要前提仍是调整好市场秩序，后续希望将内参价格逐步往830元左右提升；②酒鬼系列更聚焦（红坛事业部成立等），省外目前贡献量更多还是基地市场和少数高地市场，23年将持续用专卖店的形式去做品牌势能，持续打造样本市场。

■ **劲仔食品公司调研反馈：**大包装策略提升品牌力、渠道力，新产品新渠道均有亮眼表现。1) **产品端：**按包装系列看，大包装目前占比30%，主要渠道为KA、BC超、CVS等，今年仍将持续稳健推荐。散装产品目前占比10%，主要渠道为KA、BC超、零食专营渠道等，零食专营渠道放量势头足。按产品品类看，产品矩阵上，公司着力于打造“1+4”产品矩阵，主要为1个十亿级单品小鱼干，以及4个亿级单品，未来仍将围绕鱼和辣卤方向持续扩展新品。22年公司推出的鹤鹑蛋、魔芋爽等新品起量快，23年公司还将持续推出定量装鹤鹑蛋投入流通渠道。2) **渠道端：**通过大包装产品在KA、BC超等渠道推进良好；散装类产品也已与零食很忙30多个零食专营系统建立联系，未来保持持续跟进；流通渠道作为基本盘仍是重中之重，保持稳健增长。3) **成本端：**除鱼胚之外的主要原材料成本均有回落，预期肉干、豆干、鹤鹑蛋等产品随着规模的增长和原材料成本的下降毛利率持续。

■ **绝味食品公司调研反馈：**23年春节假期，受益于疫情政策优化以及返乡潮带来的人流量提升，单店收入同比实现低个位数增长。同时，公司自建供应链保证运输质量，在疫情期间加大对工厂的数字化改造，效率逐步提升。政策优化后公司成本端迎来向下拐点，伴随下游的需求的回暖，上游养殖意愿有望增强，推动鸭副原材料价格回落。费用方面，22年因疫情影响对加盟商补贴力度加大，销售费用提升明显，未来伴随疫情影响逐步消退，费用补贴有所减少，费效比提升，盈利能力有望改善。

■ **调味品渠道调研反馈：**海天春节出货体量占全年目标比8%，较22年春节档期+2pct，专家预计23Q1出货占比25%，超过19年春节；厨邦春节备货占比5%，预计1月出货占比7%。受春节物流影响，在途备货较多，库存有扰动；海天22年末库存2.8个月，专家预计23年3月底主流品类库存控制在三个月以内。渠道政策方面，海天春节买赠力度加大；李锦记费用收缩；厨邦22年票折力度加大，23年力度预计不减。

■ **风险提示：**宏观环境不及预期、食品安全问题。

行业走势



相关研究

《白酒春节专题反馈（二）：2023年春节人流涌动，消费信心向好》

2023-01-29

《白酒春节前专题反馈（一）：节前表现？如何展望2023年春节？》

2023-01-20

内容目录

1. 白酒板块：湖南白酒市场消费潜力较大，属于名酒集聚地	4
1.1. 酒鬼酒公司：动销与渠道信心持续恢复，23 年费用转型元年	4
1.2. 酒鬼酒渠道反馈	5
2. 大众品板块：劲仔新品表现亮眼，绝味单店收入改善明显	5
2.1. 劲仔食品：大包装策略提升品牌力、渠道力，新产品新渠道均有亮眼表现	5
2.2. 绝味食品：成本端有望改善，开店策略延续	6
2.3. 调味品渠道调研总结	6
3. 本周食品饮料行情回顾	7
3.1. 板块表现	7
3.2. 主要食品饮料跟踪数据更新	8
3.2.1. 外资对板块及个股的持股数据	8
3.2.2. 重点产品价格数据跟踪	10
3.2.3. 食品饮料成本端价格数据更新	11
4. 本周重要公告及新闻	14
5. 风险提示	21

图表目录

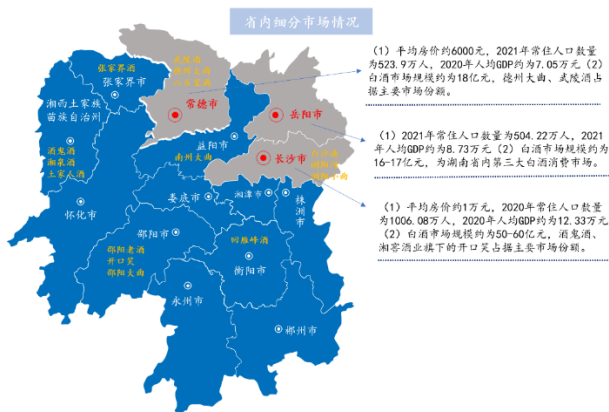
图 1: 湖南省白酒市场产量及销售分区域情况.....	4
图 2: 湖南省白酒市场竞争格局.....	4
图 3: 本周申万一级行业涨跌幅.....	7
图 4: 本周食品饮料子版块涨跌幅.....	7
图 5: 食品饮料板块外资持股总市值及占比 (亿元, %)	8
图 6: 茅台沪股通持股.....	8
图 7: 五粮液深股通持股.....	8
图 8: 泸州老窖深股通持股.....	9
图 9: 山西汾酒沪股通持股.....	9
图 10: 洋河股份深股通持股.....	9
图 11: 海天味业沪股通持股.....	9
图 12: 青岛啤酒沪股通持股.....	10
图 13: 伊利股份沪股通持股.....	10
图 14: 飞天茅台 23 年批价走势.....	10
图 15: 飞天茅台 22 年批价走势.....	10
图 16: 茅台 1935 批价走势.....	10
图 17: 五粮液及国窖 1573 批价走势.....	10
图 18: i 茅台销售数据	11
图 19: 生鲜乳 (原奶) 主产区均价 (元/公斤)	11
图 20: 铝期货官方价 (美元/吨)	12
图 21: 玻璃期货结算价 (元/吨)	12
图 22: 除税纸箱均价 (元/吨)	12
图 23: 大麦进口平均单价 (美元/吨) 及进口数量 (万吨)	12
图 24: 大豆现货均价 (元/吨)	13
图 25: 白砂糖期货结算价 (元/吨)	13
图 26: 棕榈油期货结算价 (元/吨)	13
图 27: 国内 PET 切片 (纤维级) 现货价 (元/吨)	13
表 1: 本周 (20230129-20230204) 食品饮料板块内个股涨跌幅前五	8

1. 白酒板块：湖南白酒市场消费潜力较大，属于名酒集聚地

当地饮酒力较强，湖南白酒市场规模约为 200 亿元。根据《2021 中国白酒消费洞察白皮书》，2021 年包括湖南省在内的中部地区饮酒力在 4 两以上，居于全国各区域的前列。根据渠道调研数据及我们测算，2021 年湖南省白酒市场规模约为 200 亿元，占全国白酒市场约 3.11%。长沙市为省内最大白酒消费市场，也是省内高端酒的主要消费地。

全国名酒云集，本地白酒份额相对较小。从市场份额看，外来白酒品牌抢占约 70% 的市场份额，其中，以五粮液、泸州老窖、水井坊、剑南春为代表的川酒在湖南白酒市场占比约 30%；以茅台、习酒为代表的黔酒占比约 20%；其他外来品牌占比为 20%；本地白酒占比仅为 1/3，其中酒鬼酒、武陵酒的规模较大，湘窖酒业旗下产品较多，整体规模也靠前，其他大部分本地酒企规模小，产品结构单一。

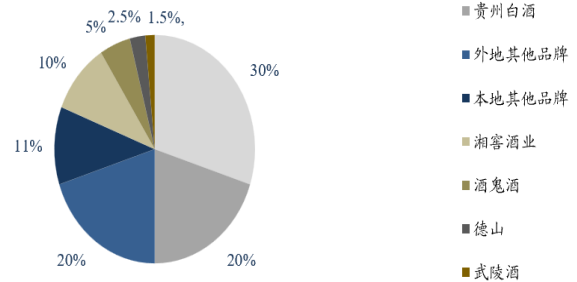
图1：湖南省白酒市场产量及销售分区域情况



数据来源：wind、酒说、东吴证券研究所

图2：湖南省白酒市场竞争格局

湖南省白酒市场竞争格局



数据来源：乐酒圈、东吴证券研究所

2月1日至2月2日，我们在湖南区域陆续调研酒鬼酒、渠道和终端，总结反馈如下：

1.1. 酒鬼酒公司：动销与渠道信心持续恢复，23年费用转型元年

2022年表现：控货费控双管齐下，转型效果逐步显现。公司从22Q2以来开始控货、费用转型的举措，稳定了内参的批价，22年下半年从低价逐步向800元价位段过渡，效果逐步显现，部分小商/10多家专卖店陆续退出。23年定位为公司的发展和费用转型元年，以需求推动终端销售模式，增加专卖店打造势能，打好长期发展的基础。

2023年春节表现：终端动销与渠道信心持续恢复。春节期间酒鬼酒终端动销在恢复，社会库存在减少，经销商库存相当，从公司角度看，目前湖南省内库存20%以下，全国平均在30%左右。价格方面，内参省内成交价接近900元，省外900元+，批价800元左右；红坛省内批价300元左右，成交价为350元。与2022年春节对比，2023年春节公司主要变化在于：2022年渠道信心比较足，放货大价盘持续下降，终端销售并没有特别好；2023年货不多，渠道信心不太强，信心和终端动销处于持续恢复状态中。

2023 年经营规划：规划明确，费用转型元年。产品方面：1) 内参系列仍希望增长目标，54 度和文创产品会相应发力，52 度后续若要放量公司首要任务仍是调整好市场秩序，对于内参批价后续公司希望逐步往 830 元左右提升；2) 酒鬼希望做得更聚焦（红坛事业部成立、考核更明确等），省外目前贡献量更多还是基地市场和少数高地市场，用专卖店的形式去做品牌势能，持续打造样本市场。费用方面，公司从 22Q2 以来进行费用管控，将至少 70% 的 B 端费用转化到 C 端，减轻经销商任务负担，开拓销售渠道，今年将进一步推进费用转型，实现费用投放真正带动动销增长。

1.2. 酒鬼酒渠道反馈

费控推动价格提升，节后宴席回补明显。2022 年公司整体业绩保持相对稳健增长，但受疫情和整体经济环境的影响，动销对比往年有回落，渠道囤货意愿下降。2023Q1 打款比例在 30% 以下，对比往年打款比例偏低。展望 2-3 月受疫情影响未举办的部分宴席有望延后举办，而且节前商务/日常宴请举办时间有所压缩，预计上半年宴席仍有望迎来爆发式增长。

红坛持续打造大单品，内品宴席表现亮眼。红坛目前市场价在 350-360 元左右，往后会进一步加大对红坛投入；内品为公司首次推出的 200 元以下大单品，在宴席端公司各产品中销量排名第一，后续有望成为打造有一大单品。价格方面，公司去年应对市场的变化，通过费用控制逐步提升产品价格，叠加市场管控，下半年价格较为稳定。

省内成长空间广阔，消费者培育持续。动销方面，省内各品牌排序为茅台>五粮液>国窖>舍得。整体酒鬼>水井坊；扫码方面，酒鬼营销覆盖面是最广，200-500 元次高端产品都设置扫码有奖，但各厂商开盖扫码比例普遍较低，专家预计若返现红包由 10 元提升至 20 元后扫码比例会上升。投入方面，酒鬼广告与经销商投入省内排名第一，春节期间更聚焦消费者，降低经销商投入。省内市场目前剑南春知名度仍高于红坛，未来持续将加大消费培育，打开品牌知名度，在提升传统宴席市场占比同时，逐步拓展商务宴席、企业团购的场景，推动整体销量的提升。

2. 大众品板块：劲仔新品表现亮眼，绝味单店收入改善明显

2.1. 劲仔食品：大包装策略提升品牌力、渠道力，新产品新渠道均有亮眼表现

本周我们调研了劲仔食品，公司总结反馈如下：

1) 产品端：按包装系列看，公司自 2021 年下半年推进大包装策略以来，渠道力和品牌力都得到显著提升，大包装目前占比 30%，主要渠道为 KA、BC 超、CVS 等，今年仍将持续稳健推荐。散装产品目前占比 10%，主要渠道为 KA、BC 超、零食专营渠道等，零食专营渠道放量势头足。按产品品类看，产品矩阵上，公司着力于打造“1+4”产

品矩阵，主要为 1 个十亿级单品小鱼干，以及 4 个亿级单品，未来仍将围绕鱼和辣卤方向持续扩展新品。2022 年公司推出的鹤鹑蛋、魔芋爽等新品起量快，2023 年公司还将持续推出定量装鹤鹑蛋投入流通渠道。

2) 渠道端：公司通过大包装产品在 KA、BC 超等渠道推进良好；散装类产品也已与零食很忙 30 多个等零食专营系统建立联系，未来保持持续跟进；流通渠道作为基本盘仍是重中之重，保持稳健增长。

3) 成本端：除鱼胚之外的主要原材料成本均有回落，预期肉干、豆干、鹤鹑蛋等产品随着规模的增长和原材料成本的下降毛利率持续。

2.2. 绝味食品：成本端有望改善，开店策略延续

本周我们调研了绝味食品，公司反馈如下：

单店收入提升明显，产能效率逐步提升。2023 年春节期间，受益于疫情政策优化以及返乡潮带来的人流量提升，单店收入改善明显，同比实现低个位数增长，对比 21 年提升更高，同时，公司自建供应链保证运输质量，全国范围内设立工厂，在疫情期间加大对工厂的数字化改造，效率逐步提升，规模优势凸显，进一步推动利润改善。

成本压力有望缓解，费用补贴有望回归正常水平。22 年鸭副原材料成本同比上涨明显，疫情放开以来，公司成本端迎来向下拐点，但目前公司成本处于相对高位，伴随下游的需求的回暖，上游养殖意愿有望增强，推动鸭副原材料价格回落。费用方面，22 年因疫情影响对加盟商补贴力度加大，报表端销售费用提升明显，未来伴随疫情影响逐步消退，费用补贴有所减少，费效比逐步提升，公司盈利能力有望改善。

2.3. 调味品渠道调研总结

2 月 2 日我们走访了湖南区域调味品大商，交流总结反馈如下：

2023 年春节表现：1) 动销方面：海天 2023 年春节出货体量占全年目标比 8%，较 22 年春节档期提升 2pct，专家预计 23Q1 出货占比有望达到 25%，超过 19 年春节档期水平；专家预计厨邦春节备货占比 5%，1 月出货占比 7%。2) 库存方面：受春节物流暂停影响，目前仍有较多在途的春节备货，库存有扰动；海天 22 年末 2.8 个月，专家预计到 23 年 3 月底主流品类库存有望控制在三个月以内。3) 渠道政策方面：海天 2023 年春节买赠力度有所加大；李锦记收缩市场费用；厨邦 22 年票折力度加大，渠道支持力度较大，23 年力度预计不减。

2023 年目标：海天大区目标有望增长 10+%，厨邦有望增长 20+%。专家反馈添加事件后，终端对零添加产品订货和铺货意愿较高，千禾终端铺市率快速提升，但终端动销待观察。

未来展望：疫情期间轻餐饮受损程度超过正餐，23 年如果疫情平稳，专家预计 2023

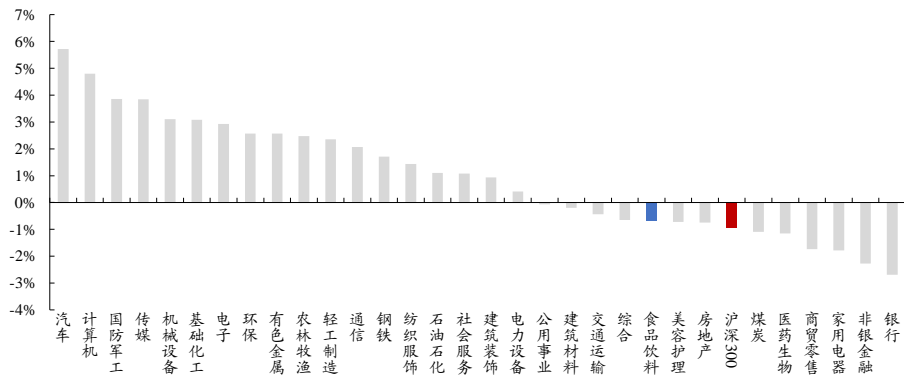
年调味品行业有望回暖；行业格局上看，22 年海天湖南体量超过 13 亿，其中餐饮占比突破 80%，22 年厨邦湖南地区 1.6 亿。

3. 本周食品饮料行情回顾

3.1. 板块表现

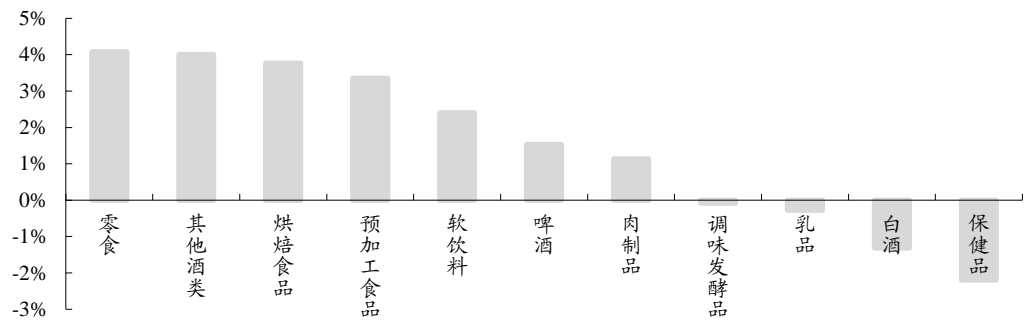
本周（2023/01/29-2023/02/04）上证指数下跌 0.04%，深证成指上涨 0.61%，申万食品饮料指数下跌 0.68%，在 31 个申万一级行业（2021）中排名第 23 位。从食品饮料子行业来看，本周板块涨幅前三的是零食（4.08%）、其他酒类（+4.00%）、烘焙食品（3.76%）板块，跌幅前三的是保健品（-2.20%）、白酒（-1.31%）、乳品（-0.27%）板块。

图3: 本周申万一级行业涨跌幅



数据来源：Wind、东吴证券研究所

图4: 本周食品饮料子版块涨跌幅



数据来源：Wind、东吴证券研究所

个股方面，食品饮料板块中总统计 110 家公司，其中上涨 89 家，下跌 21 家。涨幅

前五分别是：香飘飘 (+24.34%)、味知香 (+21.62%)、劲仔食品 (+21.48%)、威龙食品 (+19.25%)、有友食品 (+14.50%)；跌幅前五分别是：金达威 (-5.15%)、泸州老窖 (-5.04%)、洽洽食品 (-4.41%)、洋河股份 (-4.16%)、汤臣倍健 (-4.07%)。

表1：本周（20230129-20230204）食品饮料板块内个股涨跌幅前五

涨幅前五名	周涨幅%	收盘价 (元)	跌幅前五名	周跌幅%	收盘价 (元)
香飘飘	24.34%	18.95	金达威	-5.15%	20.46
味知香	21.62%	79.05	泸州老窖	-5.04%	235.30
劲仔食品	21.48%	13.46	洽洽食品	-4.41%	45.91
威龙股份	19.25%	7.31	洋河股份	-4.16%	175.50
有友食品	14.50%	13.03	汤臣倍健	-4.07%	23.07

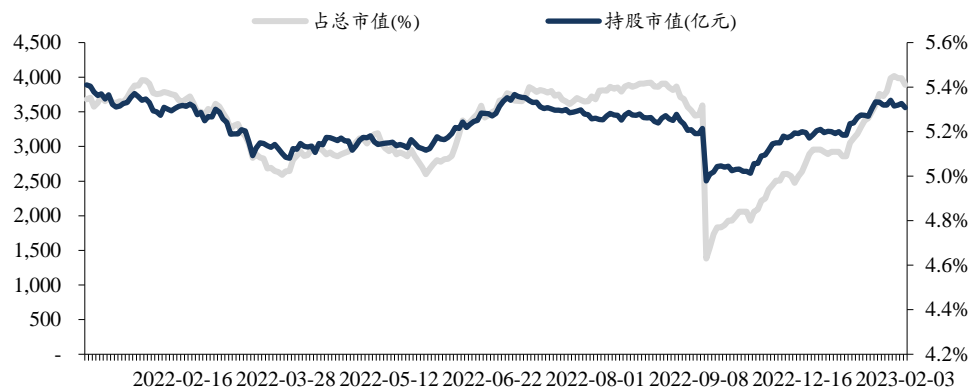
数据来源：Wind、东吴证券研究所

3.2. 主要食品饮料跟踪数据更新

3.2.1. 外资对板块及个股的持股数据

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、洋河股份在本周末（2023/02/04）的沪（深）港通持股比例分别为 7.16%、6.61%、3.19%、3.03%、2.97%，环比 1 月 20 日+0.08pct/-0.05pct/+0.15pct/+0.25pct/+0.17pct；海天味业沪港通持股比例为 6.9%，环比 1 月 20 日+0.05pct；青岛啤酒沪港通持股比例为 3.63%，环比 1 月 20 日-0.17pct；伊利股份沪港通持股比例为 18.17%，环比 1 月 20 日+0.57pct。

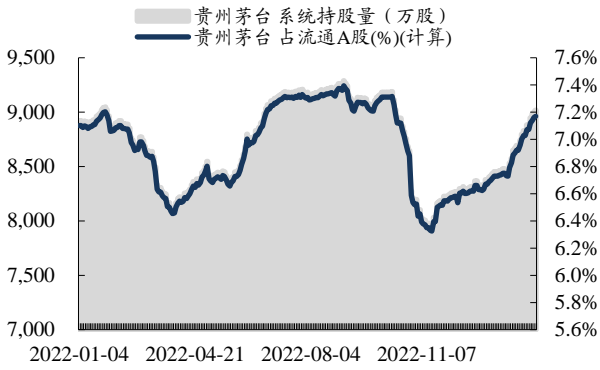
图5：食品饮料板块外资持股总市值及占比（亿元，%）



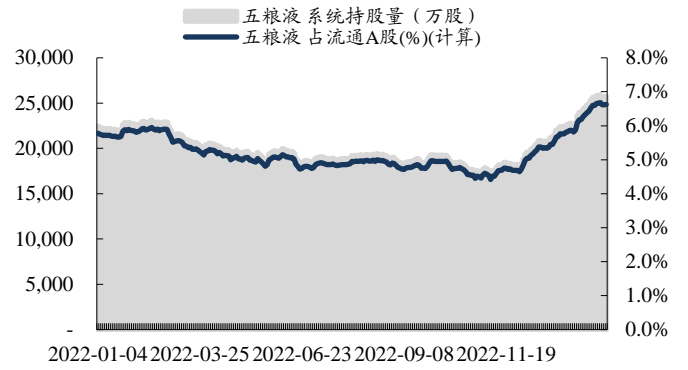
数据来源：Wind、东吴证券研究所

图6：茅台沪股通持股

图7：五粮液深股通持股

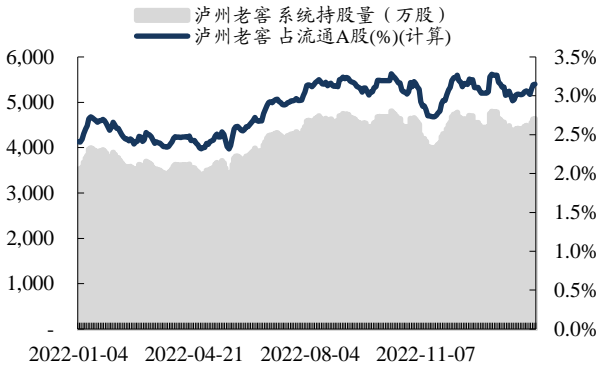


数据来源：Wind、东吴证券研究所



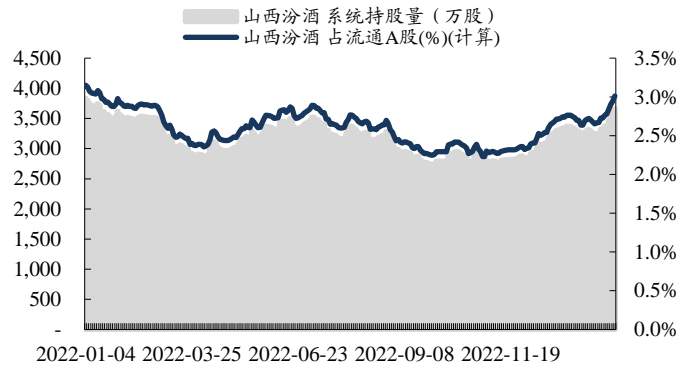
数据来源：Wind、东吴证券研究所

图8：泸州老窖深股通持股



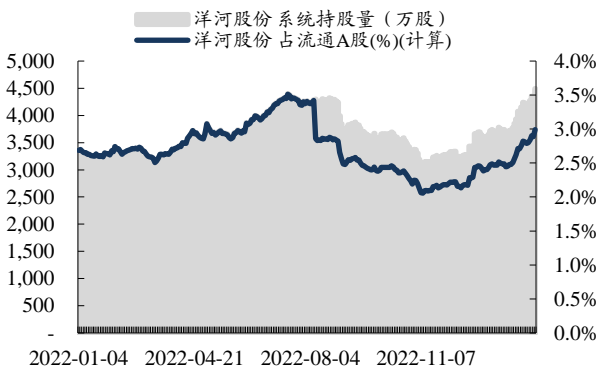
数据来源：Wind、东吴证券研究所

图9：山西汾酒沪股通持股



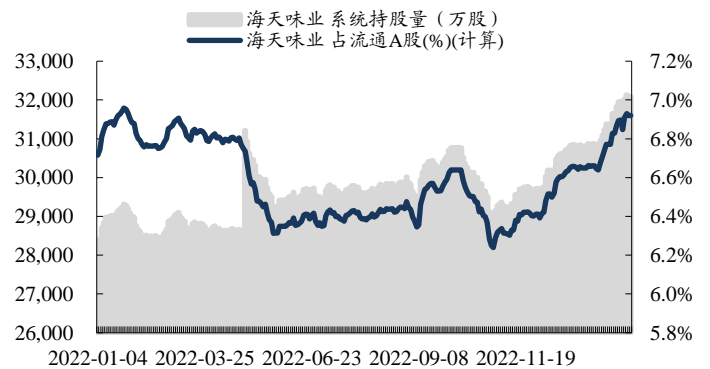
数据来源：Wind、东吴证券研究所

图10：洋河股份深股通持股



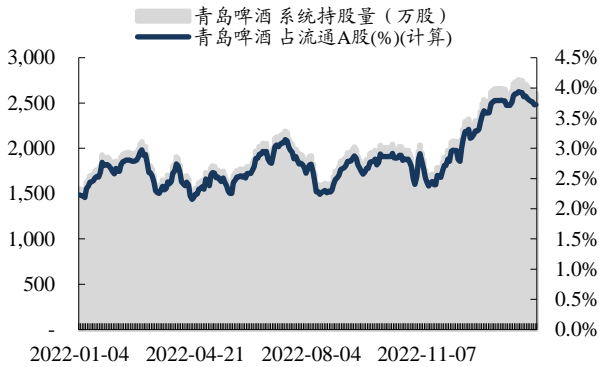
数据来源：Wind、东吴证券研究所

图11：海天味业沪股通持股



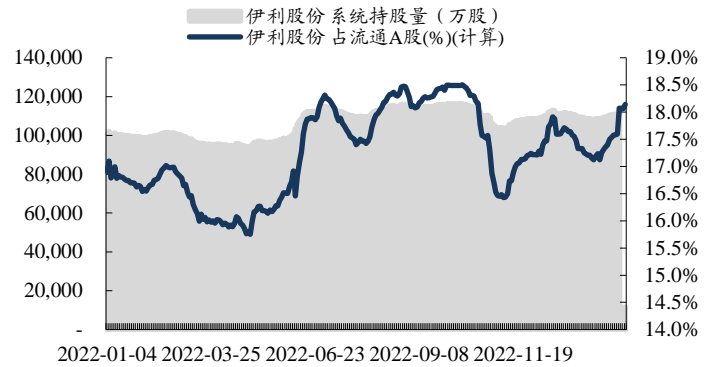
数据来源：Wind、东吴证券研究所

图12: 青岛啤酒沪股通持股



数据来源: Wind、东吴证券研究所

图13: 伊利股份沪股通持股

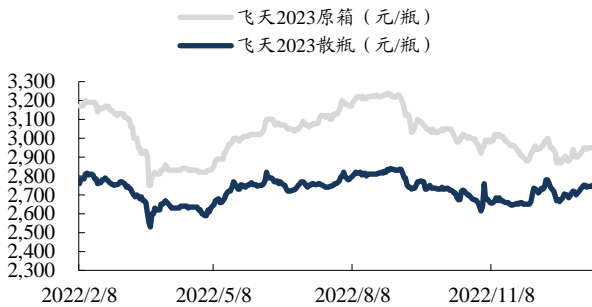


数据来源: Wind、东吴证券研究所

3.2.2. 重点产品价格数据跟踪

高端白酒批价: 截至本周五 (20230203), 茅台 22 年整箱批价 2970 元/瓶 (单位下同), 环比 1 月 20 日上升 40 元, 22 年散瓶批价 2720 元, 环比 1 月 20 日上涨 60 元, 茅台 1935 批价 1160 元, 环比 1 月 20 日上升 30 元; 五粮液批价 965 元, 环比上周持平; 国窖 1573 批价 900 元, 环比上周持平。

图14: 飞天茅台 23 年批价走势



数据来源: 渠道调研、茅粉鲁智深、东吴证券研究所

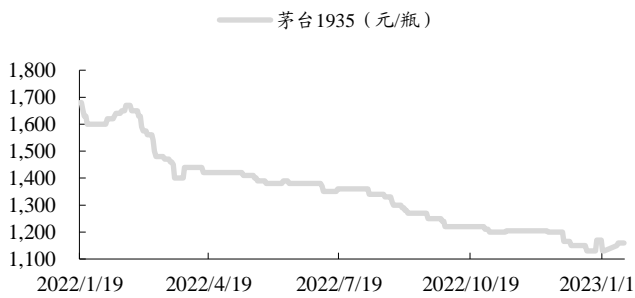
图15: 飞天茅台 22 年批价走势



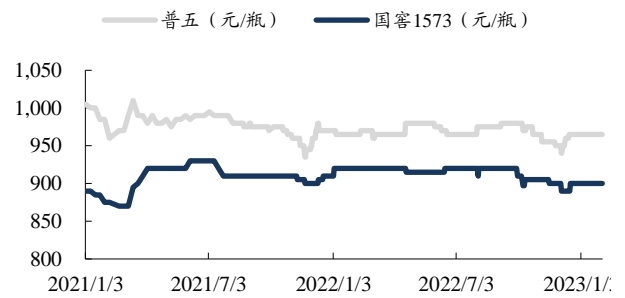
数据来源: 渠道调研、茅粉鲁智深、东吴证券研究所

图16: 茅台 1935 批价走势

图17: 五粮液及国窖 1573 批价走势

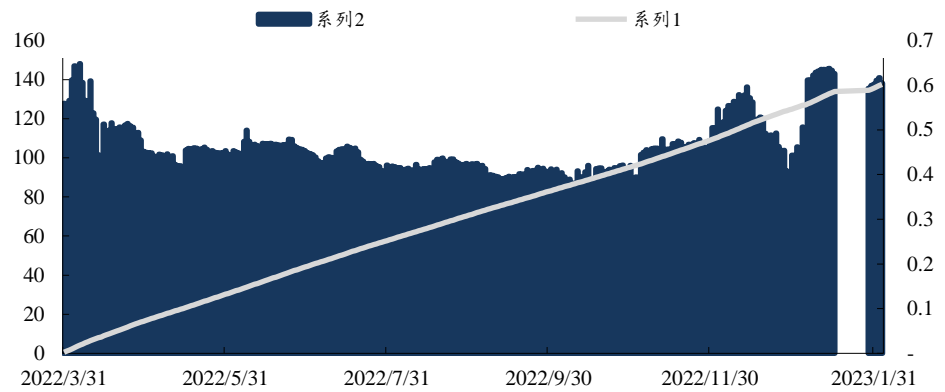


数据来源：渠道调研、茅粉鲁智深、东吴证券研究所



数据来源：渠道调研、今日酒价、东吴证券研究所

图18: i 茅台销售数据

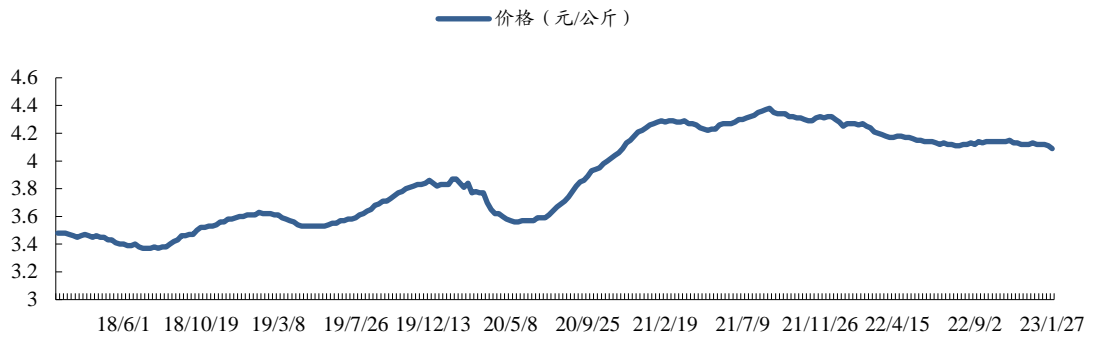


数据来源：i 茅台 APP、东吴证券研究所

3.2.3. 食品饮料成本端价格数据更新

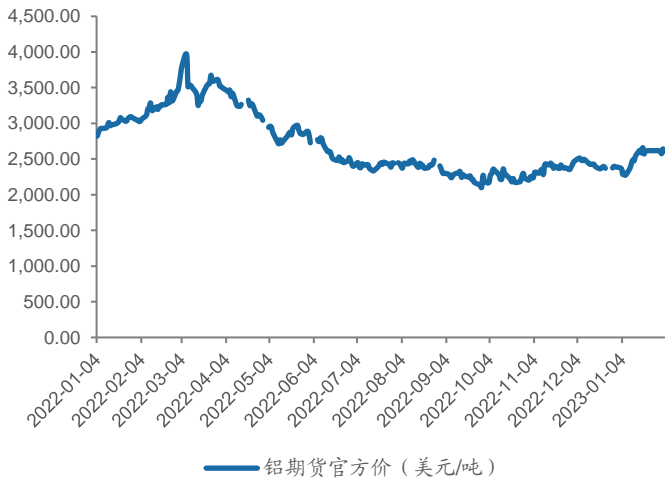
本周（2023/01/29-2023/02/04）铝期货价格 2593 美元/吨，环比 1 月 20 日下降 0.8%；玻璃期货价格 1574 元/吨，环比 1 月 20 日下降 9.3%；大豆现货均价 5340 元/吨，环比 1 月 20 日下降 0.1%；白砂糖期货价格 5925 元/吨，环比上升 4.4%；棕榈油期货价 7688 元/吨，环比下降 2.3%；PET 切片现货价 7550 元/吨，环比上升 5.2%。较今年年初相比，铝期货价格上升 10.1%，玻璃期货结算价下降 5.4%；大豆现货均价下降 1.5%，白砂糖期货价格上升 2.4%，棕榈油期货价下降 6.5%，PET 切片现货价下降 5.2%。

图19: 生鲜乳（原奶）主产区平均价（元/公斤）



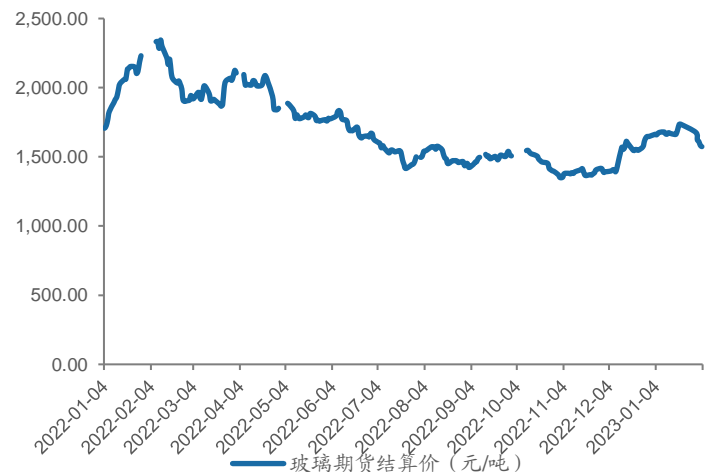
数据来源: Wind, 东吴证券研究所

图20: 铝期货官方价 (美元/吨)



数据来源: Wind, 东吴证券研究所

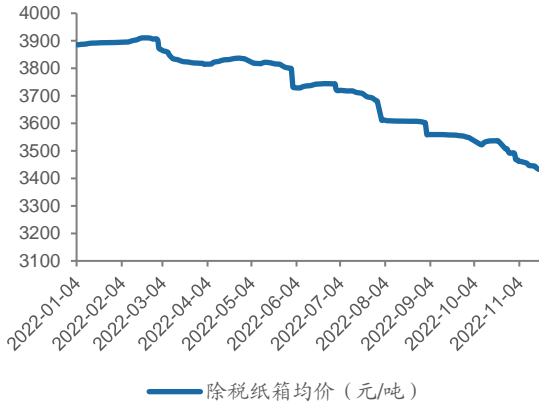
图21: 玻璃期货结算价 (元/吨)



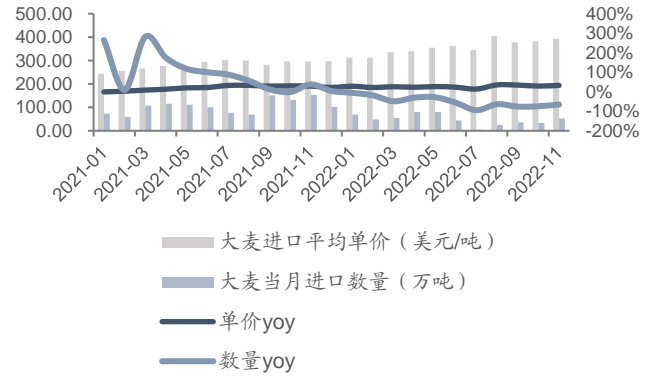
数据来源: Wind, 东吴证券研究所

图22: 除税纸箱均价 (元/吨)

图23: 大麦进口平均单价 (美元/吨) 及进口数量 (万吨)

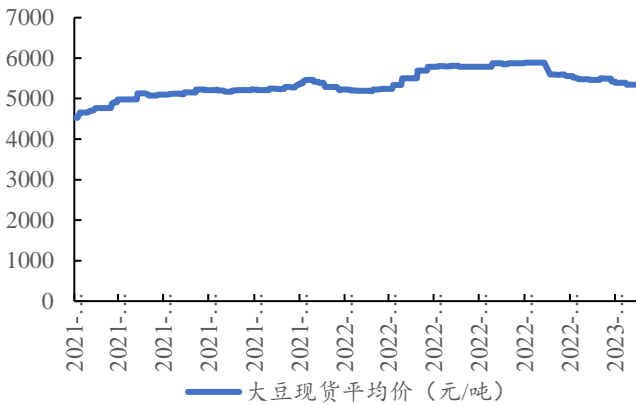


数据来源：卓创资讯，东吴证券研究所



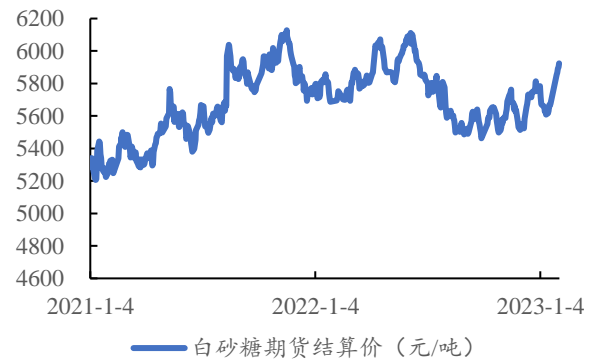
数据来源：Wind，东吴证券研究所

图24: 大豆现货均价 (元/吨)



数据来源：中国汇易，东吴证券研究所

图25: 白砂糖期货结算价 (元/吨)



数据来源：郑州商品交易所，东吴证券研究所

图26: 棕榈油期货结算价 (元/吨)

图27: 国内 PET 切片 (纤维级) 现货价 (元/吨)



数据来源：大连商品交易所，东吴证券研究所



数据来源：Wind，东吴证券研究所

4. 本周重要公告及新闻

1) 公司公告

【南侨食品】(605339.SH) 于 1 月 30 日发布南侨食品:2022 年年度业绩预告, 经公司财务部门初步测算, 预计 2022 年年度实现归属于母公司股东的净利润为 15,575.83 万元到 17,342.16 万元, 与上年同期相比, 将减少 19,498.33 万元到 21,264.66 万元, 同比减少 52.93%到 57.72%。预计 2022 年年度实现归属于母公司股东的扣除非经常性损益的净利润为 14,339.68 万元到 15,965.83 万元, 与上年同期相比, 将减少 19,401.54 万元到 21,027.69 万元, 同比减少 54.86%到 59.46%。

【会稽山】(601579.SH) 于 1 月 30 日发布会稽山:2022 年年度业绩预告, 会稽山绍兴酒股份有限公司 (以下简称: 公司或会稽山) 预计 2022 年年度实现归属于上市公司股东的净利润为 13,500 万元到 14,800 万元, 较上一年度将减少 14,873 万元到 13,573 万元, 同比减少 52.42%到 47.84%。本次业绩预减的原因主要是由于上期公司对收到的华舍厂区及嘉善厂区房屋拆迁补偿款进行会计处理, 确认为非经常性损益的金额 15,215 万元, 本期公司无此类收益项目发生。预计公司 2022 年年度实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润为 12,500 万元到 13,600 万元, 与上年同期相比将减少 1,296 万元到 196 万元, 同比减少 9.39%到 1.42%。

【绝味食品】(603517.SH) 于 1 月 30 日发布绝味食品:2022 年年度业绩预告, 绝味食品股份有限公司预计 2022 年度 (以下简称“报告期”或“本期”) 实现归属于上市公司股东的净利润为: 22,000 万元—26,000 万元, 与上年同期

相比，同比下降 73.49%—77.57%。公司预计报告期内，归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润为：25,000 万元—29,000 万元，同比下降 59.69%—65.25%。

【天润乳业】(600419.SH) 于 1 月 30 日发布天润乳业:独立董事关于第八届董事会董事候选人任职资格的独立意见，同意公司董事会向股东大会提名刘让、胡刚、邵惠玲、曹旭、王慧玲、冯育菠为公司第八届董事会非独立董事，张列兵、康莹、龚巧莉为公司第八届董事会独立董事。

【熊猫乳品】(300898.SZ) 于 1 月 30 日发布熊猫乳品集团股份有限公司 2022 年度业绩预告，公司归属于上市公司股东的净利润盈利 4,200 万元—5,300 万元，比上年同期下降 31.48% 至 46.70%；扣除非经常性损益后的净利润盈利 3,500 万元—4,500 万元，比上年同期下降 33.39% 至 48.20%

【劲仔食品】(003000.SZ) 于 1 月 30 日发布劲仔食品集团股份有限公司 2022 年度业绩预告，公司归属于上市公司股东的净利润盈利 12,316.13 万元—13,165.52 万元，比上年同期增长 45%-55%；扣除非经常性损益后的净利润盈利 11,297.61 万元—12,050.79 万元，比上年同期增长 50%-60%；基本每股收益盈利 0.31 元/股—0.33 元/股。

【龙大美食】(002726.SZ) 于 1 月 30 日发布山东龙大美食股份有限公司 2022 年度业绩预告，公司归属于上市公司股东的净利润盈利 6,600.00 万元—8,500.00 万元，比上年同期增长 110.02%—112.91%；扣除非经常性损益后的净利润盈利 13,000.00 万元—16,800.00 万元，比上年同期增长 122.80%—129.47%；基本每股收益盈利 0.06 元/股—0.08 元/股。

【海南椰岛】(600238.SH) 于 1 月 30 日发布海南椰岛(集团)股份有限公司 2022 年度业绩预亏公告，海南椰岛(集团)股份有限公司预计 2022 年度归属上市公司股东的净利润为-12,000 万元到-10,000 万元；预计 2022 年度归属上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润为-16,000 万元到-14,000 万元。公司本次业绩预亏的主要原因是公司酒饮收入未能达到预期，同时因酒类业务战略调整使产品品系变动导致酒类整体毛利率降低，因此当期营业毛利无法覆盖当期的经营费用，出现经营亏损。

【金枫酒业】(600616.SH) 于 1 月 31 日发布上海金枫酒业股份有限公司 2022 年度业绩预告，公司预计 2022 年度业绩将扭亏为盈，归属于上市公司股东的净利润在 370 万元至 500 万元之间。归属于上市公司股东扣除非经常性损益后的净利润在-400 万元至-270 万元之间。

【千禾味业】(603027.SH) 于 1 月 31 日发布千禾味业食品股份有限公司

2022 年年度业绩预增公告，公司 2022 年度实现归属于上市公司股东的净利润 30,996.00 万元到 35,424.00 万元，与上年同期（法定披露数据）相比，将增加 8,855.84 万元到 13,283.84 万元，增长 40%至 60%。预计公司 2022 年度实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 30,503.00 万元到 34,861.00 万元，与上年同期（法定披露数据）相比，将增加 8,714.77 万元到 13,072.77 万元，增长 40%至 60%。

【ST 皇台】(000995.SZ) 于 1 月 31 日发布关于对甘肃皇台酒业股份有限公司的关注函，《2022 年度业绩预告》称，预计 2022 年归属于上市公司股东的净利润（以下简称“净利润”）盈利 580 万元至 750 万元；扣除非经常性损益后的净利润盈利 500 万元至 650 万元；营业收入 13,500 万元至 15,500 万元；扣除非经常性损益后营业收入 13,320 万元至 15,320 万元；归属于上市公司股东的所有者权益 13,190 万元至 13,360 万元。你公司称,报告期内营业收入和净利润同比大幅增长主要原因是大力开拓经销和直销渠道、持续优化产品结构、强化营销队伍建设等。

【品渥食品】(300892.SZ) 于 1 月 31 日发布品渥食品股份有限公司 2022 年年度业绩预告，公司归属于上市公司股东的净利润盈利 1,000.00 万元-1,400.00 万元,比上年同期下降 85.34%-89.53%；扣除非经常性损益后的净利润盈利 270.00 万元-400.00 万元，比上年同期下降 94.71%-96.43%。

【华统股份】(002840.SZ) 于 1 月 31 日发布浙江华统肉制品股份有限公司 2022 年度业绩预告，公司归属于上市公司股东的净利润盈利 9,000 万元~13,000 万元，比上年同期增长 146.76%~167.55%；扣除非经常性损益后的净利润盈利 2000 万元~3000 万元，比上年同期增长 108.41%~112.61%；基本每股收益盈利 0.15 元/股~0.21 元/股

【麦趣尔】(002719.SZ) 于 1 月 31 日发布麦趣尔集团股份有限公司 2022 年年度业绩预告，归属于上市公司股东的净利润盈利 1,845.75 万元,比上年同期下降 2,104.60%~2,700.57%；扣除非经常性损益后的净利润亏损 15,000 万元-22,000 万元,比上年同期下降 2,603.80%~3,772.24%；基本每股收益亏损 2.1247 元/股-2.7564 元/股

【顺鑫农业】(00860.SZ) 于 1 月 31 日发布顺鑫农业 2022 年年度业绩预告，营业收入 1,119,000 万元-1,219,000 万元

【黑芝麻】(000716.SZ) 于 1 月 31 日发布黑芝麻 2022 年年度业绩预告，

归属于上市公司股东的净利润亏损 12,000 万元-17,000 万元，扣除非经常性损益后的净利润亏损 11,000 万元-16,200 万元；基本每股收益 亏损 0.161 元/股 -0.228 元/股

【皇氏集团】(002329.SZ) 于 1 月 31 日发布皇氏集团股份有限公司 2022 年度业绩预告，归属于上市公司 股东的净利润盈利 1,000 万元-1,500 万元；扣除非经常性损益后的净利润亏损 11,066 万元 -10,566 万元；基本每股收益 盈利 0.0119 元/股-0.0179 元/股

【贝因美】(002570.SZ) 于 1 月 31 日发布贝因美股份有限公司 2022 年度业绩预告，归属于上市公司 股东的净利润亏损 18,000 万元 — 12,000 万元；扣除非经常性损益后的净利润亏损 22,000 万元 — 16,000 万元；基本每股收益 亏损 0.17 元/股 — 0.11 元/股

【莫高股份】(600543.SH) 于 1 月 31 日发布莫高股份:关于 2022 年年度业绩预告预亏公告，预计 2022 年度归属于上市公司股东的净利润约-10,000 万元到-13,500 万元，与上年同期相比增加亏损约 130 万元到 3,630 万元，同比增亏约 1%-37%。扣除非经常性损益事项后，预计公司 2022 年度归属于上市公司股东的净利润约-10,000 万元到-13,300 万元，与上年同期相比增加亏损约 807 万元到 4,107 万元，同比增亏约 9-45%。预计公司 2022 年年度营业收入约 10,500 万元左右，扣除与主营业务无关的业务收入和不具备商业实质的收入后的营业收入约 9,300 万元左右，低于 1 亿元。

【加加食品】(002650.SZ) 于 1 月 31 日发布加加食品集团股份有限公司 2022 年度业绩预告，营业收入 150,000 万元—170,000 万元

【金种子酒】(600199.SH) 于 1 月 31 日发布安徽金种子酒业股份有限公司 2022 年度业绩预告，公司预计 2022 年年度归属于上市公司 股东净利润为-17,500.00 万元到-19,500.00 万元。扣除非经常性损益事项影响后，公司预计 2022 年年度归属于上市公司 股东的净利润为-19,000.00 万元到-21,000.00 万元。

【双塔食品】(002481.SZ) 于 1 月 31 日发布烟台双塔食品股份有限公司 2022 年度业绩预告，归属于上市公司 股东的净利润 比上年同期下降 204.65%-230.82%，亏损：28,000 万元-35,000 万元；扣除非经常性损益后的净利润，比上年同期下降 218.20%-246.73%，亏损 29,000 万元-36,000 万元；基本每股收益 -0.23 元/股 - -0.28 元/股

【维维食品】(600300.SH) 于 1 月 31 日发布维维食品饮料股份有限公司 2022 年度业绩预告，经财务部门初步测算，预计 2022 年度实现归属于母公司

所有者的净利润 9,000 万元至 13,500 万元，与上年同期相比，将减少 8,830 万元至 13,330 万元，同比减少 39.54%至 59.70%。 预计 2022 年度实现归属于母公司所有者的扣除非经常性损益的净利润 10,600 万元到 15,100 万元，与上年同期相比，将减少 6,873 万元到 11,373 万元，同比减少 31.28%到 51.76%。

【欢乐家】(300997.SZ)于 2 月 1 日发布欢乐家食品集团股份有限公司关于以集中竞价交易方式回购公司股份的进展公告，截至 2023 年 1 月 31 日，公司以自有资金通过股份回购专用证券账户以集中竞价交易方式回购公司股份 2,788,600 股，占公司目前总股本的 0.6197%，最高成交价为 13.00 元/股，最低成交价为 11.61 元/股，成交总金额为 35,021,477.32 元

【养元饮品】(603156.SH)于 2 月 1 日发布河北养元智汇饮品股份有限公司关于证券事务代表辞职的公告，吴卜乐先生因个人原因申请辞去公司证券事务代表职务，其辞职报告自送达公司董事会之日起生效。吴卜乐先生辞职后不再担任公司任何职务。

【李子园】(605337.SH)于 2 月 2 日发布李子园:2022 年度业绩快报公告，2022 年度公司实现营业收入 140,372.25 万元，同比下降 4.49%；实现归属于上市公司股东的净利润 22,236.03 万元，同比下降 15.29%；实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 18,886.16 万元，同比下降 22.40%。2022 年末，公司总资产 238,595.90 万元，较报告期初增长 13.49%；归属于上市公司股东的所有者权益 173,022.88 万元，较报告期初增长 7.78%；股本 30,340.80 万元，较报告期初增长 40.00%；归属于上市公司股东的每股净资产 5.70 元，较报告期初下降 23.08%。

【百润股份】(002568.SZ)于 2 月 2 日发布上海百润投资控股集团股份有限公司关于回购股份的进展公告，公司以集中竞价方式已累计回购公司股份 6,935,056 股，占公司总股本 1,050,159,955 股的 0.6604%，最高成交价为 35.85 元/股，最低成交价为 21.89 元/股，已使用资金总额 200,280,874.39 元

【三只松鼠】(300783.SH)于 2 月 2 日发布三只松鼠:关于回购公司股份的进展公告，截至 2023 年 1 月 31 日，公司通过股票回购专用证券账户以集中竞价交易方式累计回购公司股份 529,100 股，占公司总股本的 0.13%，最高成交价为 19.08 元/股，最低成交价为 18.58 元/股，支付的总金额为 9,992,933.02 元

【巴比食品】(605338.SH)于 2 月 3 日发布巴比食品:2022 年年度业绩快报公告，报告期内，公司实现营业收入 152,514.14 万元，同比增长 10.88%；实现归属于上市公司股东净利润 22,223.50 万元,同比减少 29.21%；实现归属于上市公司股东的扣除非经常损益的净利润 18,524.04 万元，同比增长 21.70%。报

告期末，公司总资产 267,954.66 万元，较报告期初增长 5.82%；归属于上市公司股东的所有者权益 206,600.58 万元，较报告期初增长 8.26%。

【仲景食品】(300908.SZ)于 2 月 3 日发布仲景食品:关于副总经理辞职的公告，因个人家庭原因，贾东平先生申请辞去公司副总经理职务。

【安琪酵母】(600298.SH)于 2 月 4 日发布安琪酵母股份有限公司关于回购注销部分限制性股票及调整回购价格的公告，公司于 2023 年 2 月 3 日召开第九届董事会第十四次会议、第九届监事会第十三次会议审议通过了《关于回购注销部分限制性股票及调整回购价格的议案》，同意公司回购注销 2020 年度限制性股票激励计划中已不符合激励条件的 11 名激励对象持有的 136,000 股限制性股票；同时因公司 2020 年度、2021 年度利润分配方案均已实施完毕，同意将 2020 年度激励计划首次授予限制性股票的回购价格调整为 23.30527 元/股。

【来伊份】(603777.SH)于 2 月 4 日发布上海来伊份股份有限公司关于公司监事离职的公告，王芳女士因工作调动原因申请辞去公司第五届监事会股东代表监事职务。

2) 行业要闻

1 月 29 日：淮安助力今世缘进军百亿。1 月 28 日，江苏省淮安市人民政府官网发布消息，涟水县 2023 年规划壮大产业发展“硬实力”，聚焦“小微企业进规模、规模企业冲亿元、亿元企业上台阶”目标，大力实施工业企业培育行动，全力推动今世缘酒业向营收超百亿进军。(徽酒)

1 月 29 日：白云边 2022 销售破 70 亿元。1 月 28 日，湖北省荆州市招商促进中心发布消息，2022 年，湖北白云边股份有限公司迎来建厂 70 周年，全年实现销售收入 70.78 亿元，比 2021 年增长 15.58%；完成产品销量 1242.16 万件，比 2021 年增长 13.43%；上交税金 15.5 亿元，比 2021 年增长 29.49%，再创历史新高。(徽酒)

1 月 29 日：宣酒 2022 销售破 14 亿。中国证券报近日发布消息，宣酒集团 2022 年销售额达 14.63 亿元，同比增长 31%，利税突破 6 亿元，荣登安徽省民营经济纳税 50 强(第 16 位)。进入 2023 年，元月刚过一半，宣酒已完成缴税 1.06 亿元。(徽酒)

1 月 29 日：海南椰岛发布 2022 年度业绩预亏公告。1 月 29 日，海南椰岛发布 2022 年度业绩预亏公告。经财务部门初步测算，预计公司 2022 年度实现归属于上市公司股东的净利润与上年同期相比，将出现亏损，预计实现归属于上市公司股东的净利润为 -12,000 万元到-10,000 万元。(徽酒)

1 月 29 日：1 月中旬白酒价格指数出炉。1 月 20 日，全国白酒价格调查资料显示，2023 年 1 月中旬全国白酒环比价格总指数为 99.99，下跌 0.01%。从分类指数看，名酒环比价格指数为 99.89，下跌 0.11%；地方酒环比价格指数为 100.16，上涨 0.16%；基酒

环比价格指数为 100.00, 保持稳定。从定基指数看, 2023 年 1 月中旬全国白酒商品批发价格定基总指数为 110.67, 上涨 10.67%。其中, 名酒定基价格指数为 114.68, 上涨 14.68%; 地方酒定基价格指数为 105.18, 上涨 5.18%; 基酒定基价格指数为 108.26, 上涨 8.26%。

(徽酒)

1 月 29 日: 遵义白酒企业数量第一。企查查数据显示, 我国现存白酒相关企业 19.79 万家, 其中 2018-2022 年分别新增白酒相关企业 3.42 万家、3.24 万家、2.84 万家、1.71 万家、8045 家。从省份分布来看, 四川 (3.35 万家) 排名第一, 贵州 (2.84 万家)、云南 (1.86 万家) 紧随其后; 从城市分布来看, 遵义以 1.24 万家排名第一。(徽酒)

1 月 30 日: 倪强任舍得酒业董事长, 蒲吉洲任联席董事长。1 月 30 日, 舍得酒业召开 2023 年第一次临时股东大会, 选举倪强和周波为公司董事, 并审议通过相关议案。在董事会会议中, 选举倪强为公司董事长、蒲吉洲总裁为公司联席董事长。董事会会议还补选董事倪强为第十届董事会战略委员会主任委员, 补选董事周波为第十届董事会薪酬与考核委员会委员。董事会审议通过蒲吉洲总裁提名聘任王勇、王维龙为公司副总裁的议案。(徽酒)

1 月 30 日: 贵州茅台酒二十四节气春系列产品 2 月 4 日立春日发布。1 月 29 日, 徽酒获悉, 2 月 4 日 19 时, 贵州茅台酒二十四节气春系列产品发布会将在中国酒文化城通过线上线下同步举行。(徽酒)

1 月 30 日: 燕京啤酒 2022 年净利润增长超 5 成。1 月 30 日, 燕京啤酒发布业绩预告, 预计 2022 年度归母净利润 3.45 亿元-3.7 亿元左右, 同比增长 51.31%—62.27%。(徽酒)

1 月 30 日: 伊力特发布业绩预告。1 月 30 日, 伊力特发布业绩预告, 预计 2022 年度归母净利润 1.66 亿元左右, 比上年度减少 1.47 亿元左右, 同比降低 46.90%。(徽酒)

1 月 30 日: 泸州推进 1140 亿酒项目建设。泸州市酒业发展局日前发布 2022 年机关党建工作综述。期内全市酒业增加值增速达 8.1%, 实现税收 160.9 亿元, 同比增长 34.9%; 全年共推进 42 个、总投资 1140.35 亿元的酒类相关项目建设, 完成投资 151 亿元。由泸州白酒产业发展投资集团有限公司建设的飘香酒谷项目正在推进。项目总投资 12.5 亿元, 占地总面积约为 676 亩, 建设内容包括风情商街、山野火锅、企业基地等, 建成后将在酒业园区构建起集会展会务、文化创意等于一体的沉浸式体验场地。目前, 首开区 D 地块 (诗酒里) 已完成主体工程的 80%, 预计今年酒博会投入使用。(徽酒)

1 月 31 日: 习水 2022 白酒收入 296.6 亿。1 月 28 日, 习水县召开经济工作会议暨招商引资工作推进大会, 会上透露, 习水 2022 年全县完成地区生产总值 260.16 亿元, 同比增长 3.9%; 全县白酒产量突破 15 万千升、产能突破 17 万千升, 实现白酒销售收入 296.6 亿元、白酒工业总产值达到 185 亿元。(徽酒)

2 月 2 日: 2022 年啤酒增长 1.1%、葡萄酒产量下滑超 21%。据中商产业研究院数

数据库显示，2022年12月全国啤酒当月产量与去年同期相比增长。2022年12月全国啤酒产量为254.3万千升，同比增长8.5%。2022年1-12月全国啤酒产量3568.7万千升，同比增长1.1%。2022年12月全国葡萄酒当月产量与去年同期相比下降。2022年12月全国葡萄酒产量为3.2万千升，同比下降23.8%。2022年1-12月全国葡萄酒产量21.4万千升，同比下降21.9%。（徽酒）

2月2日：2022年全国白酒产量下滑5.6%。国家统计局数据显示，2022年12月，全国白酒产量为74.1万千升，同比下滑8.6%。2022年全年，全国白酒产量为671.2万千升，同比下滑5.6%。（徽酒）

2月3日：巽风用户突破240万。2月1日，茅台集团召开2023年第四次党委（扩大）会议。会议透露，巽风数字世界注册用户突破240万，阶段性成果显著；i茅台春节不打烊，广受关注、营收亮眼；茅台酒、系列酒、茅台冰淇淋、茅台文旅及各酒类子公司产品多点开花，销售数据喜人，“全集团一盘棋、产业链一条心”战略部署加速落地、成效初现。（徽酒）

2月3日：燕京鲜啤2022上市。2月2日，燕京鲜啤2022在内蒙古巴彦淖尔上市。新上市的“鲜啤2022”是燕京鲜啤的升级版，是继燕京U8在全国打响之后的又一全国大单品。新品在“原料配方、麦香、锁鲜技术、工艺、质量”五个方面进行全面升级，升级后的鲜啤2022口感醇厚、香气浓郁，酿造工艺更加考究。（徽酒）

2月3日：ST通葡2022预计亏损3600万-5400万。1月30日，ST通葡发布2022年年度业绩预亏公告称，2022年度实现归属于上市公司股东的净利润预计为-3600万元至-5400万元，归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后公司业绩预计为-1200万元至-1800万元。（徽酒）

2月3日：2022年电商直播烟酒类增长19.1%。1月30日，商务部电子商务司负责人在介绍2022年网络零售市场发展情况时表示，2022年，全国网上零售额13.79万亿元，同比增长4%，总体实现稳步增长。其中，电商新业态新模式彰显活力，商务大数据重点监测电商平台累计直播场次超1.2亿场，累计观看超1.1亿人次，直播商品超9500万个，活跃主播近110万人。其中，烟酒实现两位数增长，同比增长19.1%。（徽酒）

5. 风险提示

宏观环境不及预期、食品安全问题。

免责声明

东吴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。

本研究报告仅供东吴证券股份有限公司(以下简称“本公司”)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。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见并不构成对任何人的投资建议，本公司不对任何人因使用本报告中的内容所导致的损失负任何责任。在法律许可的情况下，东吴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并进行交易，还可能为这些公司提供投资银行服务或其他服务。

市场有风险，投资需谨慎。本报告是基于本公司分析师认为可靠且已公开的信息，本公司力求但不保证这些信息的准确性和完整性，也不保证文中观点或陈述不会发生任何变更，在不同时期，本公司可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告。

本报告的版权归本公司所有，未经书面许可，任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制和发布。如引用、刊发、转载，需征得东吴证券研究所同意，并注明出处为东吴证券研究所，且不得对本报告进行有悖原意的引用、删节和修改。

东吴证券投资评级标准:

公司投资评级:

买入: 预期未来 6 个月个股涨跌幅相对大盘在 15%以上;

增持: 预期未来 6 个月个股涨跌幅相对大盘介于 5%与 15%之间;

中性: 预期未来 6 个月个股涨跌幅相对大盘介于-5%与 5%之间;

减持: 预期未来 6 个月个股涨跌幅相对大盘介于-15%与-5%之间;

卖出: 预期未来 6 个月个股涨跌幅相对大盘在-15%以下。

行业投资评级:

增持: 预期未来 6 个月内，行业指数相对强于大盘 5%以上;

中性: 预期未来 6 个月内，行业指数相对大盘-5%与 5%;

减持: 预期未来 6 个月内，行业指数相对弱于大盘 5%以上。

东吴证券研究所

苏州工业园区星阳街 5 号

邮政编码: 215021

传真: (0512) 62938527

公司网址: <http://www.dwzq.com.cn>

