

食品饮料行业研究

买入（维持评级）

行业周报

证券研究报告

食品饮料组

分析师：刘宸倩（执业 S1130519110005） 联系人：李本媛

liuchengqian@gjzq.com.cn

libenyuan@gjzq.com.cn

联系人：林晨星

linchenxing@gjzq.com.cn

联系人：叶韬

yetao@gjzq.com.cn

春季专题会反馈-景气度持续向好

周专题：近期调研反馈

酒鬼酒王哲总观点概要：传承、革新，量变到质变。1) 策略：传承延续过去。一个战略，打造中国文化白酒第一品牌；三个重点，做牢基地、做强高地、深度消费者培育；四个方向，产品增值、动销增速、团购增量、客户增利。2) 九个核心策略：大单品策略；做牢基地市场策略；做强高地市场策略；消费者培育策略；打造样板市场策略；核心网点策略；产品提升策略；54度策略；优商策略。3) 改革：模式改革、费用改革、管理改革、产品运营、专卖店改革。

酒鬼酒大会王朝成发言概要。1) 三大趋势：酒业继续向三化演进——品牌化、高端化、集中化。2) 次高端的竞争将会加剧：渠道库存高/价格倒挂/终端渠道积极性下降。3) 次高端竞争出现双组合的新趋势：600元+和400元+。4) 酒鬼酒的破局之道：内参和酒鬼双剑合璧、省内和省外要协调发展、渠道和终端的良性共振。

口子窖&金种子：本周口子窖召开兼系列新品发布会，兼10/20/30布局300/500/1000元价格带，酒质、包装均有变化，价格也有所提升。同时，本周金种子馥合香品牌之夜上发布新品头号种子，招商价30左右，终端售价58。

均瑶健康：1) 23年规划：传统味动力恢复到21年水平；益生菌休闲食品体内体外均在培育，有每日博士/清幽君/畅饮爽等产品；润盈生物今年3月开始并表；供应链去年Q4组建新团队，帮助产品重新进入一线城市。2) 润盈生物1月目标完成率达到140%，目前满产运作。预计2月底完成2轮产能爬坡，技术改造后效率可提升30%~40%。7月份将再增加一条产线，带动产能翻番。3) 行业竞争：国际竞争对手主要是丹尼斯克、科汉森，合计在国内份额达到85%以上。国外研究早，行业下游客户更注重菌种理化指标，国外厂商长期以来供货单价较高。

国联水产：To B主要为餐饮和分销渠道，主要客户有百胜集团、海底捞等。B端毛利率偏低（20%左右），To C端是电商和商超，C端毛利率基本不低于35%。分渠道看，分销渠道占20%，餐饮端占40%，C端占18%，国际贸易占20%。

子板块观点

白酒：本周口子窖、金种子召开新品发布会，我们认为，这代表了行业景气度向上的趋势确立，关注春糖新品招商铺货效果。目前白酒企业仍在积极主动谋转变、早布局，我们看好在景气度回升的主逻辑中板块的投资价值。我们仍建议着重关注核心产品的批价表现。整体仍看好在行业景气度持续兑现恢复的态势中板块的配置价值，建议配置高端+地产龙头，持续加大次高端板块、预期差区域酒的关注。

啤酒：珠江发布业绩快报，经营彰显强韧劲。我们认为，23年是高端化关键之年，预期差重点存在于22年增长失速的大单品。渠道反馈高端化目标并不低，实现的关键除了在于夜场、高档餐饮需求的恢复，更在于公司自身做出的努力。此外，经济环境稳定也为产能、人员优化提供条件，费投仍将保持理性。

餐饮链：2月餐饮延续修复，餐饮供应链相关标的持续受益。春节餐饮需求向好，节后至今餐饮修复态势良好，当下业绩真空期，速冻板块补涨后步入震荡行情，仍需业绩催化；近期基调有所分化，关注各公司内部变化和逻辑演绎。

休闲食品：消费情绪逐步回暖，消费场景加速修复，基本面预期夯实。由于消费力修复较为滞后，当下我们看好消费场景显著收益+更具“性价比”的大众休闲食品，如客单价适中的卤味龙头，绑定折扣零食店放量的供应链型企业。

乳制品：春节表现向好，23年需求回暖+结构优化，盈利能力有望修复。春节送礼需求旺盛，龙头动销明显回暖，部分区域缺货。23年奶价预计企稳，行业向好下结构升级重启+竞争趋缓费用稳中有降，龙头基本面向好趋势明朗。

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、食品安全问题风险。

内容目录

一、周专题及板块观点.....	3
1.1 周专题：春季策略会&调研反馈.....	3
1.2 子板块观点更新.....	4
二、本周行情回顾.....	5
三、食品饮料行业数据更新.....	7
四、公司公告与事件汇总.....	9
4.1 公司公告精选.....	9
4.2 行业要闻.....	9
4.3 近期上市公司重要事项.....	10
五、风险提示.....	10

图表目录

图表 1： 本周行情	5
图表 2： 周度申万一级行业涨跌幅	6
图表 3： 当周食品饮料子板块涨跌幅	6
图表 4： 申万食品饮料指数行情	6
图表 5： 周度食品饮料板块个股涨跌幅 TOP10.....	6
图表 6： 食品饮料板块沪（深）港通持股金额 TOP20.....	7
图表 7： 白酒月度产量（万千升）及同比（%）	8
图表 8： 高端酒批价走势（元/瓶）	8
图表 9： 国内主产区生鲜乳平均价（元/公斤）	8
图表 10： 中国奶粉月度进口量及同比（万吨，%）	8
图表 11： 啤酒月度产量（万千升）及同比（%）	9
图表 12： 啤酒进口数量（千升）与均价（美元/千升）	9
图表 13： 近期上市公司重要事项	10

一、周专题及板块观点

1.1 周专题：春季策略会&调研反馈

■ 酒鬼酒王哲总发言概要——传承、革新，量变到质变

1) 反思：满意度下降、利润下滑、价格与价值不匹配、市场占有率低、服务需提升、管理待加强

2) 总结：2022 年客户满意度 94.82%，消费者满意度 97.9%，员工满意度 95.02%，品牌认知度 64.20%；优商成长，近三年千万级以上客户数增长 111%；近三年核心终端数量增长 240%；近三年专卖店数量扩大 163%；体量 5000 万级城市达到 20+；红坛、内参战略单品合计增长 136%；团队数量和素质提升，“牛团”文化形成。

3) 策略：传承延续过去。一个战略，打造中国文化白酒第一品牌；三个重点，做牢基地、做强高地、深度消费者培育；四个方向，产品增值、动销增速、团购增量、客户增利。

4) 九个核心策略（战略定方向、基础出结果、改革谋未来）：大单品策略（红坛、内参）；做牢基地市场策略；做强高地市场策略；消费者培育策略；打造样板市场策略；核心网点策略；产品提升策略；54 度策略；优商策略。

5) 改革：模式改革、费用改革、管理改革、产品运营、专卖店改革。

■ 酒鬼酒大会王朝成发言概要——疫情后次高端白酒竞争格局和酒鬼酒的破局机会

1) 三大趋势：酒业继续向三化演进——品牌化、高端化、集中化。

2) 次高端的竞争将会加剧：渠道库存高/价格倒挂/终端渠道积极性下降。

3) 次高端竞争出现双组合的新趋势：600 元+和 400 元+。

4) 酒鬼酒的破局之道：内参和酒鬼双剑合璧、省内和省外要协调发展、渠道和终端的良性共振。

■ 洋河股份

公司公告，刘化霜因个人原因，申请辞去执行总裁等职务。我们认为，当前公司实质经营决策权归张总，刘总离职影响有限。复盘历史，刘化霜在 19 年 6 月起担任公司副总裁，21 年 2 月起张联东担任公司董事长，21 年 6 月起张联东分管集团贸易全面工作，并主持双沟工作；刘化霜总转为协助总裁钟雨，分管产品中心和国际化战略。

公司反馈，春节海、水晶梦表现较好，梦 6+商务场景仍在恢复，库存持续降到 20%左右。1 月 31 日起开展“大干 60 天”春潮行动，3 月底回款有望到 50%；2 月 16 日起梦 6+全国停货。南京已积极对接优质业务人员，补齐政务资源短板，解决价盘、库存问题，春节开票略超目标。展望未来，随着场景修复，梦 6+动销提速可期。新版海渠道利润率明显提升，数字化营销成效显著；天将重点发力省外结构升级。

■ 口子窖

本周公司召开兼系列新品发布会，兼 10/20/30 布局 300/500/1000 元价格带，酒质、包装均有变化，价格也有所提升。目前公司拥有原酒产能突破 3.3 万吨，储酒能力达 20 万吨；预计 2-3 年将突破 6.5 万吨，储酒能力将突破 40 万吨。

■ 金种子

本周馥合香品牌之夜上发布新品头号种子，招商价 30 左右，终端售价 58。金种子在华润入主后积极推进品牌&组织重塑、渠道改善、市场拓展等工作，23 年是深化国企改革后新发展战略全面正式启动的元年，也是华润敞开资源、全面赋能金种子探索白酒新赛道的实践年。华润酒业通过啤白双赋能，短期目标做到百亿；金种子的复兴不是指到以前皖酒的地位，而是希望能走上一个更长远的复兴之路。

■ 中炬高新

公司 2 月 20 日盘后发布公告，副总经理张卫华、朱洪滨因涉嫌严重违法，经广东省监察委员会批准，中山市监察委员会对两人立案调查并实施留置，具体原因尚未公告。点评如下：

事件本身悬疑未决，市场仍在持续发酵，部分说法怀疑与股东纠纷有关，具体原因仍不详。卫华总多年负责美味鲜经营，担任美味鲜总经理（期间曾停职），主导调味品销售和研发，业内认可度较高，为公司未来调味品业务发展的关键领袖，卫华总涉事对后续公司调味品

业务影响仍需结合具体案情判断。朱总 1994 年进入公司，1994-2010 年历任资产运营部职员、副经理、经理、公司总助，2010.4-2012.11 曾任中汇合创董事兼总经理，2012.11 至今任中炬高新副总经理，负责地产、工程相关业务。

我们认为，短期来看，高管涉案对调味品业务并无重大影响，长期可能为公司主业发展带来一定不确定性，但在案情知晓（乃至可能的继任人选公布）前不必过度悲观，公司多年耕耘调味品业务，本身亦有经验可循。23 年行业回暖趋势下主业增长有望提速，调味品业务预计实现收入增长 12%+，净利率改善（成本下行毛利率修复+竞争趋缓费率稳中有降）。事件发酵后若股价回调，反而铸造安全边际。

■ 妙可蓝多

春节错峰影响下经营表现仍不明朗，需 1-2 月结合判断趋势，当前经销商库存位于正常货龄。成本端来看，干酪去年 12 月开始有一定回落，总体还是处于高位。23 年新品奶酪慕斯杯，相比竞品百吉福一杯芝士产品的干酪含量更高，具备差异化。22 年低温受疫情影响较大，常温亦有影响，低温或恢复更快；常低温产品毛利率接近，低温有冷链运输，但是单价更贵。

■ 均瑶健康：国产益生菌龙头，产能提升放量

1) 23 年规划：传统味动力恢复到 21 年水平。益生菌休闲食品体内体外均在培育，有每日博士/清幽君/畅饮爽等产品；润盈生物今年 3 月开始并表；供应链去年 Q4 组建新团队，帮助产品重新进入一线城市。

2) 润盈生物近况：1 月目标完成率达到 140%，目前满产运作。预计 2 月底完成 2 轮产能爬坡，技术改造后效率可提升 30%~40%。7 月份将再增加一条产线，带动产能翻番。目前产能爬坡期利润率 20%，随着产能产线逐步建成，规模效益下预计有超预期表现，净利率可达 40%以上。

3) 行业竞争：国际竞争对手主要是丹尼斯克、科汉森，合计在国内份额达到 85%以上。国外研究早，行业下游客户更注重菌种理化指标，国外厂商长期以来供货单价较高（约为公司产品的 2 倍），但存在一定的供应链安全风险，因为生产均集中在国外。公司作为行业内领先的益生菌龙头，有望在国内切分蛋糕。

■ 国联水产：深耕水产领域，加速布局预制菜

1) 客户情况：To B 主要为餐饮和分销渠道，主要客户有百胜集团、海底捞、半天妖，包括其他中式或西式的连锁餐饮企业、团餐渠道。B 端毛利率偏低（20%左右）。To C 端是电商和商超，C 端毛利率基本不低于 35%。最终净利率基本一致，在 10%左右。分渠道看，分销渠道占 20%，餐饮端占 40%，C 端占 18%，国际贸易占 20%。

2) 产品情况：三大单品，烤鱼在 2021 年 8 月推出，2022 年初改良酸菜鱼，下半年推出了牛蛙产品。目前以上三个单品基本由上亿元规模。公司在新品研发方面设置考核目标，每年立项阶段上百款，试销阶段几十款，落地在个位数。预计一年开发一个亿元大单品的节奏。

3) 预制菜：公司规划到 25 年年复合增长率不低于 30%，绝对额超过 25 亿元，定增扩产提供基本保障。湖南益阳工厂此前作为小龙虾的主力工厂，开工受季节性因素影响大，去年在工厂上新增牛蛙和鱼类产品，产能利用率提升。

1.2 子板块观点更新

■ 白酒

目前白酒处于相对淡季，但各类需求（商务、宴席、访友等）均在企稳恢复中，我们预计恢复的态势仍将持续。从边际的渠道反馈来看，高端、次高端等核心品的批价仍处于企稳的状态，尚未在全国面上观察到回升的趋势，我们认为主要系终端尚未全面开启加杠杆，预计在终端动销的持续恢复、社会库存逐渐出清的过程中，量变至质变带动批价上行通道开启。

无论是五粮液的加强渠道管控、汾酒的 20 天停货、酒鬼酒 BC 联动费用改革等，白酒企业仍在积极主动谋转变、早布局，我们看好在景气度回升的主逻辑中板块的投资价值。往后我们仍建议着重关注核心产品的批价表现，以及春糖及附近时期酒企招商布局等节奏演绎。

我们整体仍看好在行业景气度持续兑现恢复的态势中板块的配置价值，考虑到高端酒稳态的动销恢复以及苏皖地区明显靠前的恢复态势，仍建议配置高端（茅五泸）+地产龙头（洋河等），持续加大次高端板块（汾酒、舍得、酒鬼酒等，看好弹性&成长性逻辑）、预期差区域酒（老白干、伊力特）的关注。

■ 啤酒

珠江发布业绩快报，Q4 销量同比+6.6%，扣非净利率同比+0.57pct，经营彰显强韧劲。我们认为，23 年是高端化关键之年，预期差重点存在于 22 年增长失速的大单品（乌苏、1664、superX 等）。渠道反馈的高端化目标并不低，实现的关键除了在于夜场、高档餐饮需求的恢复，更在于公司自身做出的努力（如：重啤的渠道调整、全麦纯生本周上市、喜力 23 年会在所有大客户中铺开）。此外，经济环境稳定也为产能、人员优化提供条件，费投仍将保持理性。

■ 餐饮供应链

2 月餐饮有望延续修复，餐饮供应链相关标的持续受益。春节餐饮需求向好，节后至今餐饮修复态势良好，当下业绩真空期，速冻板块补涨后步入震荡行情，仍需业绩催化；近期基调有所分化，关注各公司内部变化和逻辑演绎。

■ 休闲食品

1) 底部持续推荐绝味食品，随着单店模型加速修复，门店数量稳步扩张，收入端确定性较强。利润端，加盟补贴逐步退出节约销售费用，目前核心担忧在于鸭副成本，我们认为“现采现销”模式下传导速度加快，看好供给端修复带来的利润弹性。

2) 重申小零食板块投资机会，疫情期间板块内各公司启动新品类、新渠道、新架构缓解危机，22 年收入/利润端实现稳健增长。1 月以来，盐津、甘源、劲仔在各零食连锁渠道月度销售额环比持续提升；电商虽受物流影响，同比仍有双位数增长。我们认为，23 年仍将受益于新品、新渠道放量，叠加供应链精细化打磨，盈利能力不断改善。

■ 乳制品

春节表现向好，23 年需求回暖+结构优化，盈利能力有望修复。春节送礼需求旺盛，龙头动销明显回暖，部分区域缺货。23 年奶价预计企稳，行业向好下结构升级重启+竞争趋缓费用稳中有降，龙头基本面向好趋势明朗。

二、本周行情回顾

本周（2023.02.20~2023.02.24）食品饮料（申万）指数收于 24122 点（-1.75%）。沪深 300 指数收于 4061 点（+0.66%），上证综指收于 3267 点（+1.34%），深证综指收于 2141 点（+0.73%），创业板指收于 2429 点（-0.83%）。

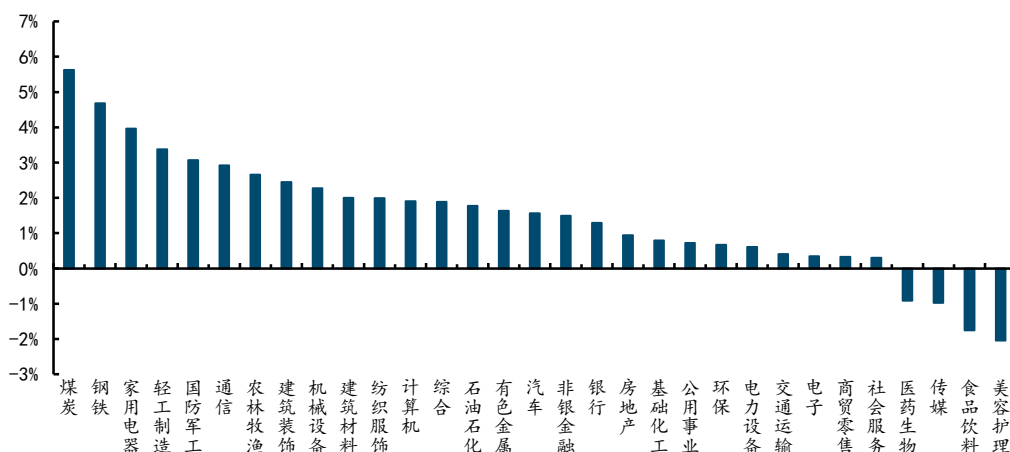
图表1：本周行情

指数	周度收盘价	本周涨跌幅	23 年至今涨跌幅
申万食品饮料指数	24122	-1.75%	5.08%
沪深 300	4061	0.66%	4.89%
上证综指	3267	1.34%	5.76%
深证综指	2141	0.73%	8.35%
创业板指	2429	-0.83%	3.50%

来源：Wind，国金证券研究所

从一级行业涨跌幅来看，周度涨跌幅前三的行业为煤炭（+5.62%）、钢铁（+4.68%）、家用电器（+3.96%）。

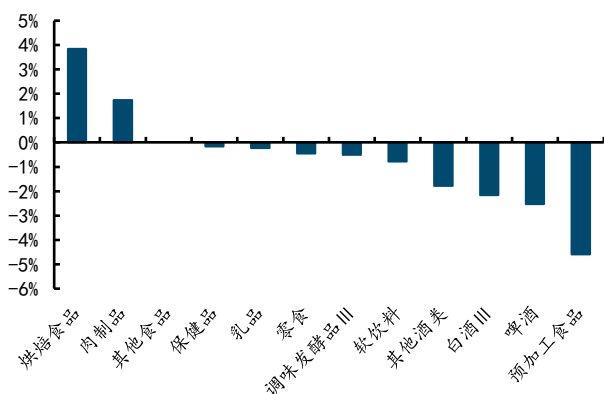
图表2: 周度申万一级行业涨跌幅



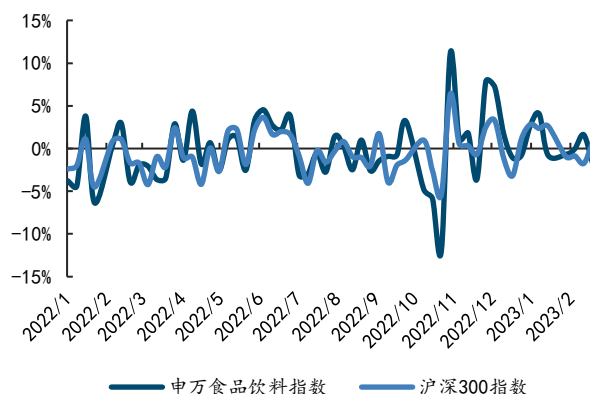
来源: Wind, 国金证券研究所

从食品饮料子板块来看, 涨跌幅前三的板块为烘焙食品 (+3.84%)、肉制品 (+1.75%)、其他食品 (环比持平)。

图表3: 当周食品饮料子板块涨跌幅



图表4: 申万食品饮料指数行情



来源: Wind, 国金证券研究所

来源: Wind, 国金证券研究所

从个股表现来看, 周度涨幅居前的为: 顺鑫农业 (+13.17%)、口子窖 (+10.37%)、麦趣尔 (+7.74%)、桃李面包 (+7.13%)、南侨食品 (+5.68%) 等; 跌幅居前的为: *ST 西发 (-10.45%)、海南椰岛 (-9.53%)、金达威 (-7.70%)、安井食品 (-6.47%)、千味央厨 (-6.35%) 等。

图表5: 周度食品饮料板块个股涨跌幅 TOP10

涨幅前十名	涨幅 (%)	跌幅前十名	跌幅 (%)
顺鑫农业	13.17	*ST 西发	-10.45
口子窖	10.37	海南椰岛	-9.53
麦趣尔	7.74	金达威	-7.70
桃李面包	7.13	安井食品	-6.47
南侨食品	5.68	千味央厨	-6.35
立高食品	5.31	中炬高新	-5.86
仙乐健康	4.96	舍得酒业	-5.80
有友食品	4.69	安琪酵母	-5.41
良品铺子	4.59	酒鬼酒	-5.22
金徽酒	3.93	熊猫乳品	-4.56

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、泸州老窖、山西汾酒在 2 月 24 日沪（深）港通持股比例分别为 7.23%/6.51%/3.48%/3.33%，环比持平/-0.04pct/-0.15pct/+0.07pct；伊利股份沪港通持股比例为 17.82%，环比-0.33pct；重庆啤酒沪港通持股比例为 8.79%，环比-0.04pct；海天味业沪港通持股比例为 7.07%，环比+0.09%。

图表6：食品饮料板块沪（深）港通持股金额 TOP20

股票名称	2023/02/24	2023/02/17	周环比 (%)	持股金额 (亿元)
贵州茅台	7.23	7.23	0.00	1624
五粮液	6.51	6.56	-0.04	508
伊利股份	17.82	18.15	-0.33	349
海天味业	7.07	6.98	0.09	261
泸州老窖	3.48	3.63	-0.15	128
山西汾酒	3.33	3.26	0.07	115
洋河股份	2.96	2.90	0.06	75
重庆啤酒	8.79	8.83	-0.04	56
青岛啤酒	3.49	3.58	-0.09	49
洽洽食品	20.54	20.69	-0.16	48
汤臣倍健	9.51	9.52	0.00	36
双汇发展	3.48	3.38	0.10	32
古井贡酒	2.16	2.10	0.06	31
安井食品	6.26	6.13	0.13	30
水井坊	6.51	6.64	-0.13	27
安琪酵母	7.06	8.32	-1.26	25
涪陵榨菜	8.27	8.63	-0.36	20
今世缘	2.44	2.20	0.24	19
酒鬼酒	3.64	3.94	-0.30	18
百润股份	3.84	3.79	0.05	17

来源：Wind，国金证券研究所

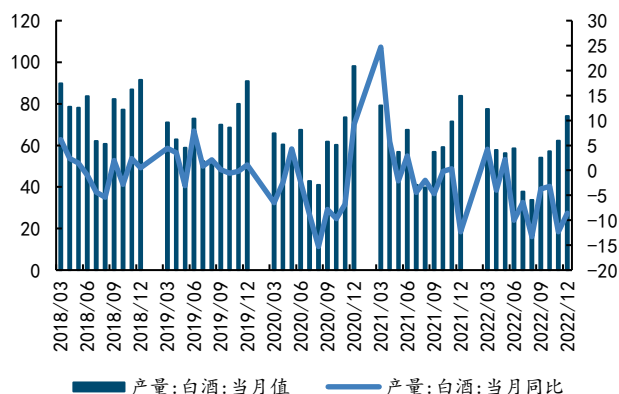
三、食品饮料行业数据更新

■ 白酒板块

2022 年 12 月，全国白酒产量 74.1 万千升，同比-8.60%。

据今日酒价，2 月 25 日，飞天茅台整箱批 2980 元（环周-20 元），散瓶批价 2760 元（环周+20 元），普五批价 965 元（环周持平），高度国窖 1573 批价 900 元（环周持平）。

图表7: 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 12 月)

图表8: 高端酒批价走势(元/瓶)



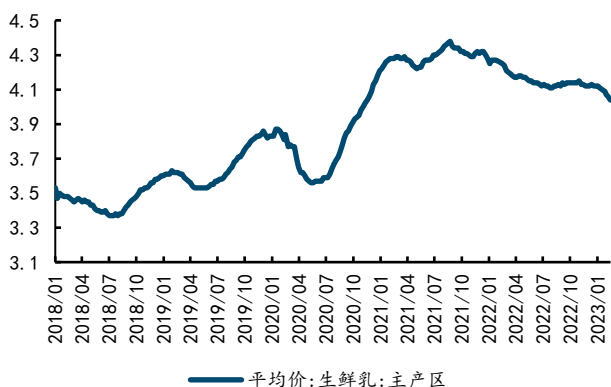
来源: 今日酒价, 国金证券研究所(注: 数据更新至 23 年 2 月 25 日)

■ 乳制品板块

2023 年 2 月 15 日, 我国生鲜乳主产区平均价为 4.04 元/公斤, 同比-4.9%, 环比-0.5%。

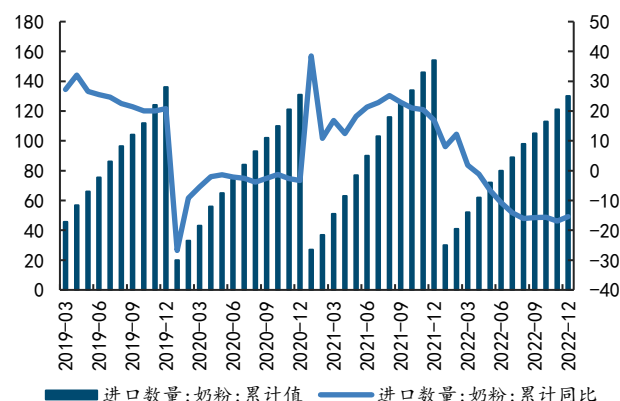
2022 年 1~12 月我国累计进口奶粉 130 万吨, 累计同比-15.40%; 累计进口金额为 88.66 亿美元, 累计同比-0.60%。

图表9: 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 23 年 2 月 15 日)

图表10: 中国奶粉月度进口量及同比(万吨, %)



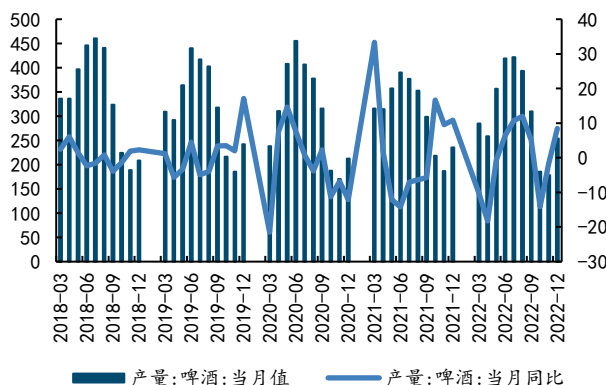
来源: Wind, 国金证券研究所(注: 数据更新至 22 年 12 月)

■ 啤酒板块

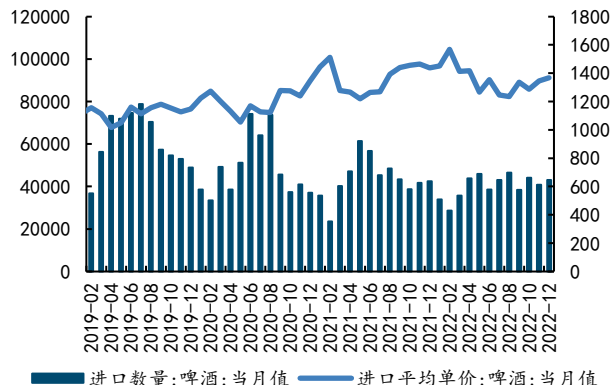
2022 年 12 月, 我国啤酒产量为 254.3 万千升, 同比+8.5%。

2022 年 1~12 月, 我国累计进口啤酒数量为 48.21 万千升, 同比-8.10%。其中 12 月啤酒进口平均单价为 1367.19 美元/千升, 同比-4.91%。

图表11：啤酒月度产量（万千升）及同比（%）



图表12：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12月）

来源：Wind，国金证券研究所（注：数据更新至22年12月）

四、公司公告与事件汇总

4.1 公司公告精选

【涪陵榨菜】2月24日公司发布2022年度业绩快报。公司实现营业总收入254831.51万元，较去年同期增长1.18%；实现营业利润、利润总额、归属于上市公司股东的净利润分别为105499.32万元、105569.79万元、89878.94万元，分别较去年同期增加20.76%、20.84%、21.14%。

【洽洽食品】2月24日公司发布2022年度业绩快报。2022年度，公司实现营业总收入68.82亿元，较上年同期增长14.98%。2022年度，公司实现的营业利润、利润总额、归属于上市公司股东的净利润分别为11.10亿元、12.10亿元、9.77亿元，较上年同期分别增长7.99%、7.34%、5.21%。

【盖世食品】2月24日公司发布2022年年度业绩快报公告。报告期内，预计公司营业总收入3.63亿元，同比增加5.55%；归属于上市公司股东的净利润0.33亿元，同比减少23.36%；归属于上市公司股东扣除非经常性损益后的净利润0.32亿元，同比减少21.31%；基本每股收益0.3613元/股，同比减少23.37%。

【金种子酒】2月22日公司发布关于董事长离任的公告。公司董事长贾光明先生因工作调整原因，不再担任公司第七届董事会董事、董事长及董事会专业委员会的相应职务，亦不再担任公司其他任何职务。

【珠江啤酒】2月21日公司发布2022年度业绩快报。2022年，公司实现啤酒销量133.85万吨，同比增长4.87%；实现营业总收入492813.72万元，同比增长8.60%；利润总额、归属于上市公司股东的净利润、扣除非经常性损益后的归属上市公司股东的净利润分别为70631.47万元、59816.42万元和53221.50万元，同比分别减少3.28%、减少2.13%和增长6.60%。

【南侨食品】2月20日公司发布关于2023年1月归属于母公司股东的净利润简报。公司2023年1月归属于母公司股东的净利润为人民币1272.07万元，同比减少52.91%。2023年春节早于去年且部分区域物流提前停运，导致1月配送天数同比减少，对销量及营业收入产生了一定的影响，进而影响本月净利润。

【东鹏饮料】2月20日公司发布关于2022年度业绩快报公告。报告期内，公司实现营业总收入850149.88万元，比上年同期增加21.84%；营业利润185452.70万元，比上年同期增长21.33%；利润总额183627.00万元，比上年同期增长21.32%；归属于上市公司股东的净利润144188.07万元，比上年同期增长20.87%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润135179.46万元，比上年同期增长24.67%；基本每股收益3.60元，比上年同期增长15.76%。

4.2 行业要闻

“重燃老字号2023巡回公开课”首站在北京开启。此次活动是推进老字号数字化转型的举措之一。北京市商务局将持续推进老字号创新发展，支持老字号数字化转型，到2025年力争九成以上老字号企业实现触网、七成以上开展直播销售，激发老字号新动能、新活力。（国际商报）

以“好品预制菜 海产新未来”为主题的 2023 中国（日照）海洋食品预制菜产业发展大会 24 日在日照国际博览中心开幕，来自海洋食品预制菜行业的 500 余名专家学者、行业翘楚相聚日照，共谋海产品创新结合，共话预制菜发展机遇。（中国新闻网）

2 月 23 日，首届博鳌健康食品科学大会将在海南博鳌开幕。22 日，该大会博览会先期开幕。该大会以“健康食品让健康更主动”为主题，由上海君石生命科学研究院、北京食品学会、海南远创主动健康产业发展研究院主办。此次大会以传播科学证据、推动国际交流合作、引领科技创新为宗旨，囊括国内外有健康证据的多类食品，呈现食品从基础科研、产品化到上市后再研究中有健康科学的科学证据，打造集科学交流、成果展示、产业对接等于一体的融合平台。（新华网）

2 月 22 日，海南省商务厅一级巡视员姚磊表示：当前酒类是高关税商品，也是消费税商品，涉及到进口环节的，还会征收进口环节增值税，而今后境外生产的威士忌、白兰地进入海南岛都将免除关税、消费税和增值税。（中国酒业协会 CADA）

2 月 20 日，中国酒业协会发布，2022 年，白酒行业集中度进一步提高。2022 年 1-12 月，全国酿酒行业规模以上企业完成酿酒总产量 5427.47 万千升，同比增长 0.83%。酿酒行业规模以上企业累计完成产品销售收入 9508.98 亿元，与上年同期相比增长 9.11%；累计实现利润总额 2491.48 亿元，与上年同期相比增长 27.38%。其中，茅、五、洋、泸、汾五家公司上半年收入总额占白酒板块总收入的 78.87%。（酒业家）

2 月 14 日，贵州省发改委发布《关于大力推进实施 2023 年 2500 个重点民间投资项目的通知》，《通知》提到，贵州将扩大民间投资专项行动，共筛选了 2500 个重点民间投资项目，总金额达到 11863 亿元，其中涉酒项目 84 个，占总项目数 3.36%，金额达 959.208 亿元，占总金额 8.08%。（中国酒业协会 CADA）

4.3 近期上市公司重要事项

图表13：近期上市公司重要事项

日期	公司	事项
2 月 27 日	皇氏集团	2023 年第一次临时股东大会
2 月 28 日	燕塘乳业	2023 年第一次临时股东大会
2 月 28 日	康比特	2023 年第一次临时股东大会
3 月 1 日	良品铺子	2023 年第一次临时股东大会
3 月 8 日	李子园	2023 年第一次临时股东大会
3 月 9 日	金字火腿	2023 年第一次临时股东大会
3 月 10 日	千禾味业	2023 年第一次临时股东大会
3 月 13 日	来伊份	2023 年第一次临时股东大会
3 月 13 日	劲仔食品	2023 年第一次临时股东大会

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绪释放节奏；
- 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。
- 食品安全问题风险——食品安全问题会对所处行业声誉等造成影响。

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	北京	深圳
电话：021-60753903	电话：010-85950438	电话：0755-83831378
传真：021-61038200	邮箱：researchbj@gjzq.com.cn	传真：0755-83830558
邮箱：researchsh@gjzq.com.cn	邮编：100005	邮箱：researchsz@gjzq.com.cn
邮编：201204	地址：北京市东城区建国门内大街 26 号	邮编：518000
地址：上海浦东新区芳甸路 1088 号	新闻大厦 8 层南侧	地址：中国深圳市福田区中心四路 1-1 号
紫竹国际大厦 7 楼		嘉里建设广场 T3-2402