



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） 分析师：李本媛（执业 S1130523090002） 联系人：叶韬
 liuchengqian@gjzq.com.cn libenyuan@gjzq.com.cn yetao@gjzq.com.cn

联系人：陈宇君
 chenyujun@gjzq.com.cn

如何看待本周啤酒板块大跌？

投资建议

啤酒板块：如何看待本周板块大跌？催化因素系：12月数据表现相对平淡、资金面扰动。12月低基数但表现平淡，我们认为：1) 春节滞后导致备货节奏后移，各公司正在去库存、蓄力来年开门红；2) 多地天气差；3) 整体结构超预期，拖累总量的主要在中低端产品。中长期市场关注：

1、吨价展望？我们判断，24年ASP增速会放缓，但不会回落到1-2%。

1) **从边际趋势看**，23Q3吨收入增速青啤+7.5%、燕京+4.1%、珠江+4.4%、百威+8.9%、重啤+1.1%，华润预计23H2吨价增速在中低个位数。23年预计吨价增速青啤+5%多、华润+4%左右、重啤+1-2%。重啤所处发展阶段不同，本身产品结构好、吨价基数高，疆外乌苏仍处于调整期，1664受夜场闭店影响重，其吨价增速并不能代表行业整体增速。哪怕在需求不够景气的23Q3，大部分龙头吨价仍有中个位数左右增长。23Q4吨价增速也不能线性外推到24年，历年Q4波动幅度大（销量占比低、年底货折确认）。24年政策利好落地，经济环境环比继续变差的概率低。

2) **从产业角度看**，①**供给端**，共同驱动升级+提效的逻辑没有改变。分价格带看，15元以上受消费力影响大，且多集中在夜场、受夜场闭店潮影响重。5元以下集中在非现饮，消费群体收入低、价格敏感度高、提价难。而5-12元价格敏感度低、多集中在餐饮（厂家掌控力强），是最有望开展升级的价格带。②**需求端**，消费降级本质是在追求更高性价比、更低智商税的产品，而不是低价低质。啤酒在餐饮端对比椰奶、果汁、碳酸饮料、王老吉等价格并不高，且比饮料需要经过糖化、发酵、过滤等工艺环节，时间成本更高。这几年诞生了很多优秀的啤酒中高端大单品，他们都在使用更好的原料（如：进口大麦占比提高、取消糖浆）、更好的包材（如：拉环盖、新玻璃瓶），也提供了更多元化的口味选择。③**升级空间看**，龙头吨价有望对标百威中国5000多，高端占比有望从当前的15-20%向百威的30%+迈进。

3) **从规划看**，各家24年高端单品目标没有明显降速，24年华润次高及以上保持15%+增长，喜力20%多的高增，SX和纯生两位数增长（SX换新升级+30万吨本地产品向上整合）。喜力23年在核心市场福建、浙南、粤东仍保持良性库存、高于百威经典的价盘、边际向上的自点率，24年考核会从排名制转为预算制、普查系统建立，喜力有望更高质量发展。

2、**竞争格局是否在恶化？**华润24年规划销量中低个位数增长目标（允许中低端下滑，且总量在kpi中考核权重不变），百威销售人员裁撤，24年各家销售费率规划维稳，都体现出行业追求升级、提效的共识没有改变。

投资建议：我们重申，经济环境底部、供给端升级+提效共识不变、需求端追求更高性价比的高质产品。啤酒5-12元以餐饮场景为主、价格敏感度低、厂家掌控力强，故升级韧性足。23Q4减亏是大概率事件，24年对应利润端增速在15-20%，已逐步进入价值投资区间。重点关注1-2月销量高基数下超跌带来的布局机会，临近旺季关注度也将提升。

白酒板块：市场预期层面，不乏预期已经修正至春节动销或不及去年。去年春节属于短期陡峭的需求释放，从需求位点的分化中也是以自饮聚饮为主的中档酒恢复最佳，消费力与消费情绪扰动的更多为次高及以上的需求。我们认为：今年春节动销仍会平稳，基于要素为消费端消费时间拉长，例如今年有足够时间开展年会、团拜、宴请等，该部分增量预计可补足前述缺口。从酒企基本面来看，我们认为头部酒企开门红回款达成率仍会较高，且行业核心单品的批价仍较稳健，实际需求&渠道情绪并未出现明显波动。我们仍坚信强势品牌横渡周期的能力，目前板块内不少酒企24年已回落15X左右，安全垫明确，建议优选稳健性龙头、布局强区域禀赋标的、关注弹性&赔率较高的次高端等标的。

风险提示

宏观经济下行风险、区域市场竞争风险、食品安全问题风险。



内容目录

一、周专题：如何看待本周啤酒板块的大跌？	3
二、本周行情回顾	5
三、食品饮料行业数据更新	8
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	10
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	5
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	6
图表 7： 非标茅台及茅台 1935 批价走势（元/瓶）	7
图表 8： i 茅台上市至今单品投放量情况（瓶）	8
图表 9： 白酒月度产量（万千升）及同比（%）	8
图表 10： 高端酒批价走势（元/瓶）	8
图表 11： 国内主产区生鲜乳平均价（元/公斤）	9
图表 12： 中国奶粉月度进口量及同比（万吨，%）	9
图表 13： 啤酒月度产量（万千升）及同比（%）	9
图表 14： 啤酒进口数量（千升）与均价（美元/千升）	9
图表 15： 近期上市公司重要事项	10



一、周专题：如何看待本周啤酒板块的大跌？

■ 啤酒板块

本周啤酒板块调整较多（华润-10.8%、重啤-8.1%、青岛-6.4%），催化因素系：1）12月数据表现相对平淡；2）资金面因素影响。

12月低基数但表现平淡，我们认为：1）春节滞后导致备货节奏后移，各公司正在去库存、蓄力来年开门红；2）多地天气差；3）整体结构好于预期，拖累总量的主要在中低端产品。根据渠道反馈，分公司看，

青啤销量12月约18万吨，同比下降大个位数（山东地区青岛主品牌-5%、区域品牌-40%多）。1-12月销量基本持平，Q4下滑接近中个位数。结构上，1-12月经典+10%左右、白啤+30%、纯生增长中个位数左右。

华润12月销量31万吨，同比-1%（次高增速50%多、喜力+80%、纯生+52%、中档+4%、低档-25%），最后2-3控制提货节奏。1-12月销量同比+0.5%，Q4增长约2%。结构上，1-12月次高及以上+21%、喜力+60%超60万吨、纯生+16%到80万吨、超勇+3%、低档-6%、中档-1%。

重啤1-12月销量同比+5%，乌苏+2%到80万吨左右（疆内带动），重啤+4%、乐堡+8%，嘉士伯双位数增长、1664下滑。

● 中长期市场的担忧集中在：

1、24年吨价增速是否会明显降速（如：是否会从3-5%降低到1-2%）？消费降级趋势下，啤酒升级逻辑是不是破了？

回顾23年，啤酒高端化质量的确存在瑕疵，体现在华润、青啤采用2种路径做升级，华润在高端上高举高打，最终高端大单品增速超预期，但在ASP兑现上不及预期；青啤通过主动砍中低端实现ASP加速增长（Q3其他品牌-18%、类经典等青岛中低档-23%，带动吨价收入+7.5%），但销量低预期、纯生等高端单品表现也相对平淡。

我们认为，这本质上表明了经济环境疲弱确实会干扰啤酒升级的节奏，尤其H2疫后报复性消费结束后，体现得更明显。

展望24年，我们判断，吨价增长的方向不会变，ASP增速会放缓，但不会回落到1-2%。理由在于：

（1）从边际趋势看：

23Q3吨价收入增速青啤+7.5%、燕京+4.1%、珠江+4.4%、百威+8.9%、重啤+1.1%，华润预计23H2吨价增速在中低个位数。23年预计吨价增速青啤+5%多、华润+4%左右、重啤+1-2%。重啤所处发展阶段不同，本身产品结构好、吨价基数高，疆外乌苏仍处于调整期，1664受夜场闭店影响重，其吨价增速并不能代表行业整体增速。哪怕在需求不够景气的23Q3，大部分龙头吨价仍有中个位数左右增长。

我们认为，23Q4吨价增速也不能线性外推到24年，因为：①Q4销量占比仅10%，历年Q4由于货折确认节奏问题，吨价波动幅度都很大；②23Q4存在特殊情况，青啤视频事件后短期为增强渠道信心而加大补贴（从终端动销率看，目前视频舆论影响已消除），重啤22Q4本身基数高（吨价+8%）。

展望24年，政策利好有望持续释放，经济环境环比继续变差的概率低，进一步支撑啤酒吨价向上。

（2）从产业角度看

供给端，共同驱动升级+提效的逻辑没有改变。分价格带看，15元以上受消费力影响大，且多集中在夜场、受夜场闭店潮影响重。5元以下集中在非现饮，消费群体收入偏低、价格敏感度高、提价难度大。而5-12元价格敏感度低、多集中在餐饮（厂家掌控力强），是最有望开展升级的价格带。

需求端，消费降级本质上是在追求更高性价比、更低智商税的产品，而不是追求低价低质的产品。而啤酒同容量在餐饮端对比椰奶、果汁、碳酸饮料、王老吉等价格并不高，且比饮料需要经过糖化、发酵、过滤等工艺环节，时间成本更高。这几年诞生了很多优秀的啤酒中高端大单品，他们都在使用更好的原料（如：进口大麦占比提高、取消添加为了降低成本的糖浆、全麦）、更好的包材（如：拉环盖、新玻璃瓶），也提供了更多元化的口味选择（如：带果香的白啤、大容量高酒精度的乌苏、低度U8、苦味重泡沫多的喜力），他们



本身也符合更高性价比、更低智商税的特征。

从升级空间看，青啤吨价约 4200、华润约 3300，而百威中国 5000 多、海外啤酒龙头 7-8K，价格至少有 20-50%提升空间，且高端产品销量占比也有望从当前的 15-20%提升至百威中国的 30%多。

(3) 从规划看

各家 24 年高端大单品目标没有明显降速，24 年华润次高及以上仍有望保持 15%+增长，喜力保持 20%多的高增，SX 和纯生两位数增长（一方面是 SX 换新升级将提供新动力，另一方面次高及以上有 30 万吨的本地产品可以进一步向上整合）。喜力 23 年在福建、浙南、粤东仍保持良性库存、高于百威经典的价盘、边际向上的动销势能，这些地区销量占比接近 7 成。24 年公司会从排名制转为预算制，避免出现排名制下面冲得太猛、中间躺平的弊端，通盘考虑后划分区域目标或将更有利于喜力的良性发展，且普查系统建立完成将提升对终端重点单品的价格管理能力。

此外，中低端产品做一些整合，亦能贡献吨价增量，如：青岛类经典整合为经典、青啤低端区域品牌整合为崂山、燕京鲜啤和清爽整合升级。

2、竞争格局是否在恶化？

华润 24 年规划销量中低个位数增长目标（允许中低端下滑，且总量在 kpi 中的考核权重不变），百威中国销售人员裁撤，24 年各家销售费率规划也维持相对稳定，都体现出行业追求升级、提效、高质量发展的共识没有改变。

● 投资建议

我们重申，经济环境底部、供给端升级+提效共识不变、需求端追求更高性价比的高质产品。啤酒 5-12 元以餐饮场景为主，价格敏感度低、厂家掌控力强，升级韧性足。我们判断 24 年吨价增长会降速，但方向不变，不会回落到 1-2%（考虑边际趋势、产业逻辑、升级空间），24 年高端大单品增速目标没有明显降速，中低端产品整合也将贡献弹性；24 年吨成本企稳略降（大麦成本下降大个位数到小双位数、包材维稳）。行业利润未来 2-3 年仍有望保持双位数增长，假设经济复苏、成本改善利好释放，有望实现更快增长。

Q4 减亏是大概率事件，对应 23 年利润端青啤 43-44e、华润啤酒核心利润 52e、重啤 14-14.5e，预计股息率青啤、华润在 2-2.5%、青啤港股约 3.5%（23 年存在 120 周年特别分红）、重啤接近 5%。24 年对应利润端增速在 15-20%，24 年 PE 青啤 19X、青啤港股 12X、华润 15X、重啤 18X，已逐步进入价值投资区间。从投资时点看，重点关注 1-2 月销量高基数下超跌带来的布局机会，临近旺季板块关注度也将提升。

■ 白酒板块

板块周内情绪持续回调，当下时点我们再审视市场预期与酒企的基本面。1) 市场预期层面，不乏预期已经修正至春节动销或不及去年，评判要素包括回补性需求缺失、消费力&消费情绪走弱。去年春节的旺，属于短期陡峭的需求释放，从需求价位的分化中也是以自饮聚饮为主的中档酒恢复最佳，消费力与消费情绪扰动的更多为次高及以上的需求。为此我们认为：今年春节动销仍会平稳，基于要素为消费端消费时间拉长，例如今年有足够时间开展年会、团拜、宴请等，该部分增量预计可补足前述缺口。

2) 从酒企基本面来看，步入 24 年基本均已启动了开门红回款任务，整体我们认为头部酒企开门红回款达成率仍会较高，渠道预期仍会按期进行开门红回款，但对于 23 年周转率不佳、整体盈利有限的品牌或打款有限。目前我们预计国窖进度已在 30%左右，飞天 1~2 月配额 25~30%与往年一致，汾酒开门红预计 35%。近期龙茅已在 i 茅台开放申购，申购价维持 2499 元，行业核心单品的批价仍较稳健，实际需求&渠道情绪并未出现明显波动。

整体而言，我们仍坚信强势品牌横渡周期的能力，目前板块内不少酒企 24 年已回落 15X 左右，安全垫明确，建议优选稳健性龙头（高端酒茅五泸、赛道龙头汾酒等）、布局强区域禀赋标的（徽酒、苏酒势能仍不俗）、关注弹性&赔率较高的次高端等标的。

■ 休闲食品

1 月步入春节备货旺季，终端需求弱改善。盐津公布 23 年业绩预告，单 Q4 收入端仍具备 20~30%左右增长，表明在高基数、动销趋弱的压力下，小零食仍属于景气度高、确定性强的赛道。我们认为 24 年零食量贩仍有开店空间，叠加新品类红利释放、补齐其他短板渠道等逻辑有望支撑 3 年复合 20%+的股权激励目标。洽洽公告显示产能利用率饱和，预期 24Q1 出货端转好，葵花籽采购成本较高位下降 10%，24 年毛利率有望恢复到 22 年同期水平。持续推荐盐津、劲仔，建议关注洽洽。



■ 调味品

受到春节备货节奏扰动，12月大部分公司具备高基数，出货增速边际放缓，但终端库存进一步消化，有助于1月轻装上阵。展望24年我们认为需关注竞争格局改变下各企业的渠道建设能力、经销商管理能力。酵母基本完成年度任务，需重视新成本采购带来的24年利润改善，甘蔗糖蜜预期产量同比+20%，对应糖蜜价格有望下降约10%。建议把握企业改革和成本改善机遇，推荐中炬、酵母。

二、本周行情回顾

本周（2024.1.1~2024.1.5）食品饮料（申万）指数收于18580点（-4.85%），沪深300指数收于3329点（-2.97%），上证综指收于2929点（-1.54%），深证综指收于1773点（-3.51%），创业板指收于1776点（-6.12%）。

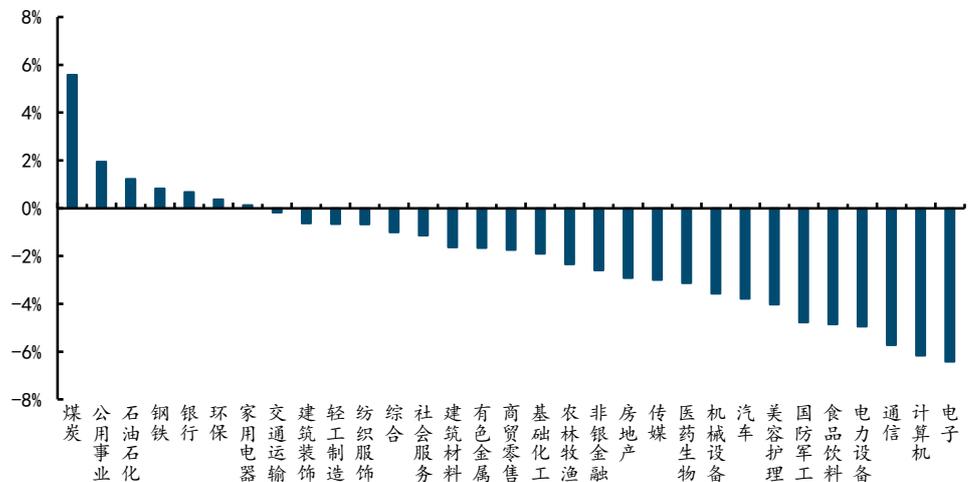
图表1：本周行情

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	18580	-4.85%	-4.85%
沪深300	3329	-2.97%	-2.97%
上证综指	2929	-1.54%	-1.54%
深证综指	1773	-3.51%	-3.51%
创业板指	1776	-6.12%	-6.12%

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（+5.59%）、公用事业（+1.95%）、石油石化（+1.22%）。

图表2：周度申万一级行业涨跌幅

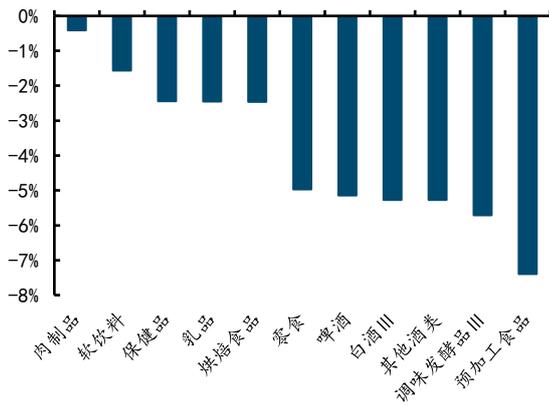


来源：Wind，国金证券研究所

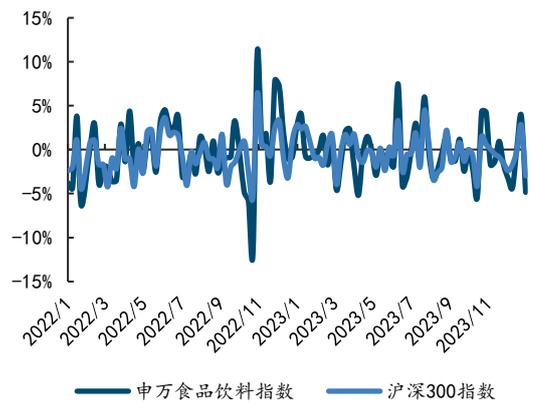
从食品饮料子板块来看，涨跌幅前三的板块为肉制品（-0.41%）、软饮料（-1.57%）、保健品（-2.44%）。



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: 广弘控股 (+4.86%)、*ST 西发 (+4.39%)、紫燕食品 (+2.09%)、一鸣食品 (+1.08%)、元祖股份 (+1.04%) 等; 跌幅居前的为: 惠发食品 (-15.33%)、威龙股份 (-13.78%)、舍得酒业 (-9.66%)、安井食品 (-9.43%)、千味央厨 (-9.30%) 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 (%)
广弘控股	4.86	惠发食品	-15.33
*ST 西发	4.39	威龙股份	-13.78
紫燕食品	2.09	舍得酒业	-9.66
一鸣食品	1.08	安井食品	-9.43
元祖股份	1.04	千味央厨	-9.30
庄园牧场	0.73	泸州老窖	-9.10
惠泉啤酒	0.19	绝味食品	-8.67
克明食品	0.10	古井贡酒	-8.60
双汇发展	-0.04	良品铺子	-8.44
承德露露	-0.13	百润股份	-8.21

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 1 月 4 日沪(深)港通持股比例分别为 6.83%/4.44%/3.26%/1.96%, 环比分别-0.03pct/-0.02pct/+0.01pct/-0.05pct; 伊利股份沪港通持股比例为 12.39%, 环比-0.22pct; 重庆啤酒沪港通持股比例为 6.01%, 环比+0.05pct; 海天味业沪港通持股比例为 3.84%, 环比-0.05pct。

图表6: 食品饮料板块沪(深)港通持股金额 TOP20

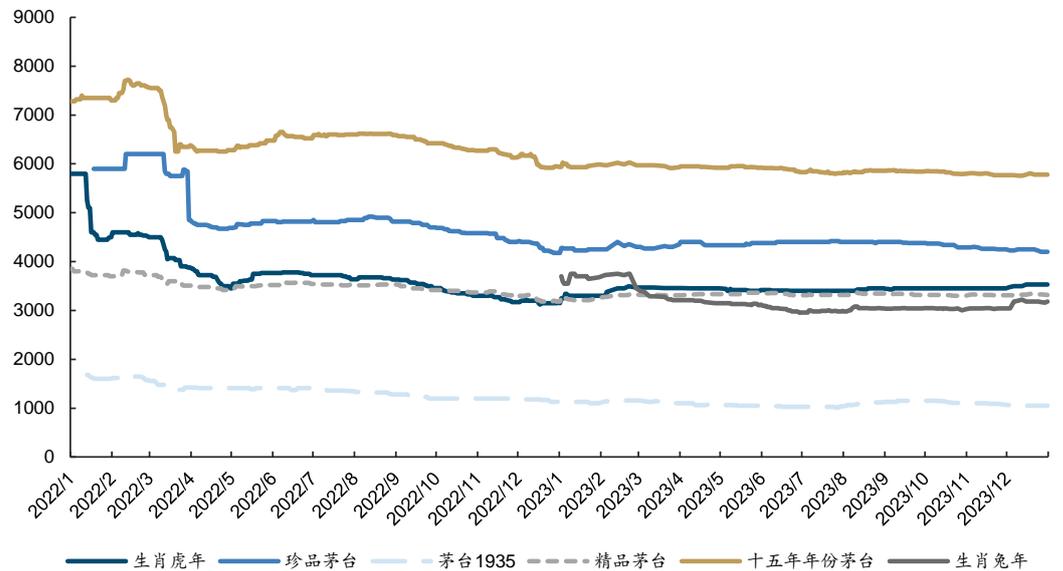
股票名称	2024/1/4	2023/12/28	周环比 (%)	持股金额 (亿元)
贵州茅台	6.83	6.86	-0.03	1427
五粮液	4.44	4.46	-0.02	226
伊利股份	12.39	12.61	-0.22	206
泸州老窖	3.26	3.25	0.01	78
海天味业	3.84	3.89	-0.05	75
东鹏饮料	7.85	7.98	-0.13	57
山西汾酒	1.96	2.01	-0.05	51
洋河股份	2.43	2.57	-0.14	37
双汇发展	3.38	3.40	-0.02	31



股票名称	2024/1/4	2023/12/28	周环比 (%)	持股金额 (亿元)
安井食品	10.61	10.49	0.12	29
青岛啤酒	2.80	3.02	-0.22	27
洽洽食品	16.11	15.98	0.12	26
古井贡酒	1.86	1.71	0.16	21
重庆啤酒	6.01	5.96	0.05	18
今世缘	2.77	2.85	-0.08	16
汤臣倍健	4.96	5.00	-0.04	14
安琪酵母	4.36	4.32	0.04	13
中炬高新	4.85	4.69	0.16	10
燕京啤酒	4.15	4.12	0.03	10
涪陵榨菜	5.64	5.77	-0.13	9

来源: Wind, 国金证券研究所

图表7: 非标茅台及茅台 1935 批价走势 (元/瓶)



来源: 今日酒价, 国金证券研究所 (注: 数据截至 24 年 1 月 6 日)



图表8: i 茅台上市至今单品投放量情况 (瓶)



来源: i 茅台, 国金证券研究所 (注: 数据截至 24 年 1 月 5 日)

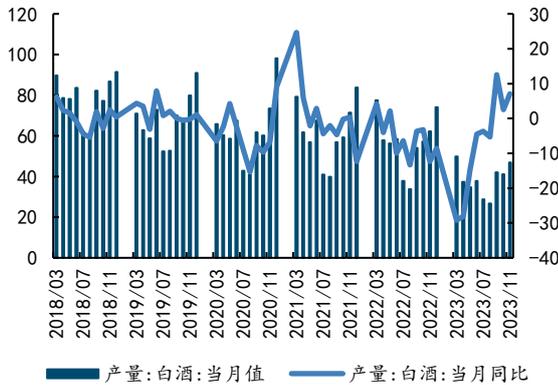
三、食品饮料行业数据更新

■ 白酒板块

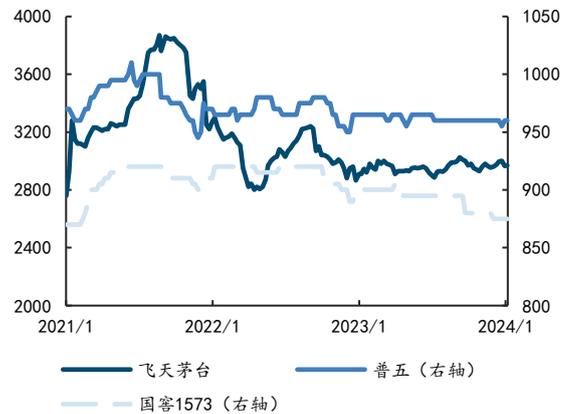
2023 年 11 月, 全国白酒产量 46.90 万千升, 同比+7.10%。

据今日酒价, 1 月 6 日, 飞天茅台整箱批价 2970 元 (环周+5 元), 散瓶批价 2710 元 (环周+10 元), 普五批价 960 元 (环周持平), 高度国窖 1573 批价 875 元 (环周持平)。

图表9: 白酒月度产量 (万千升) 及同比 (%)



图表10: 高端酒批价走势 (元/瓶)



来源: Wind, 国金证券研究所 (注: 数据更新至 23 年 11 月)

来源: 今日酒价, 国金证券研究所 (注: 数据更新至 24 年 1 月 6 日)

■ 乳制品板块

2023 年 12 月 27 日, 我国生鲜乳主产区平均价为 3.66 元/公斤, 同比-11.20%, 环比-0.30%。

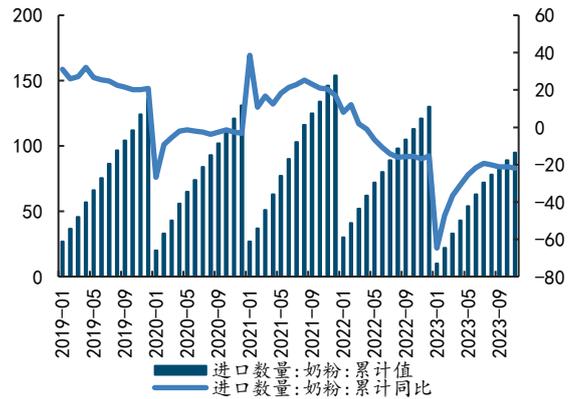
2023 年 1~11 月, 我国累计进口奶粉 95.0 万吨, 累计同比-21.8%; 累计进口金额为 67.02 亿美元, 累计同比-18.30%。



图表11: 国内主产区生鲜乳平均价 (元/公斤)



图表12: 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 23 年 12 月 27 日)

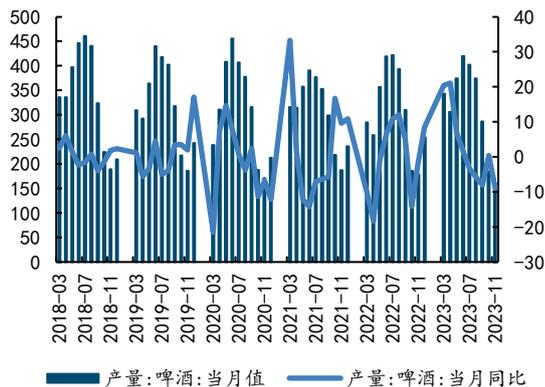
来源: Wind, 国金证券研究所 (注: 数据更新至 23 年 11 月)

■ 啤酒板块

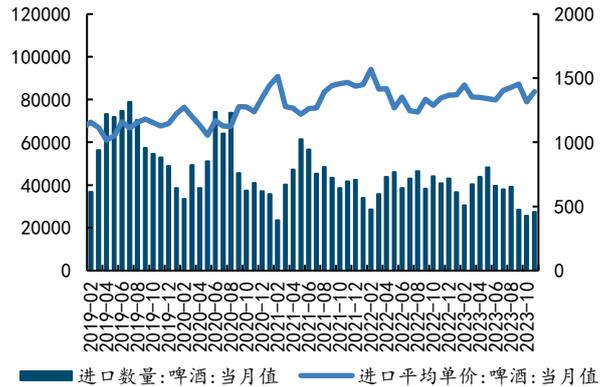
2023 年 11 月, 我国啤酒产量为 159.70 万千升, 同比-8.90%。

2023 年 1~11 月, 我国累计进口啤酒数量为 39.82 万千升, 同比-9.3%。其中 11 月啤酒进口平均单价为 1393.69 美元/千升, 同比+3.6%。

图表13: 啤酒月度产量 (万千升) 及同比 (%)



图表14: 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 23 年 11 月)

来源: Wind, 国金证券研究所 (注: 数据更新至 23 年 11 月)

四、公司公告与事件汇总

4.1 公司公告精选

【燕京啤酒】1 月 1 日, 公司发布关于 2023 年度业绩预告, 2023 年度, 燕京啤酒围绕公司十四五发展规划, 积极适应市场化、现代化、国际化发展需要, 破旧局、迎新机, 不断强化总部职能, 通过持续推进生产、营销、市场和供应链等业务领域的变革, 实现经营效益、运营效率和发展质量的同步提升, 增强企业核心竞争力。公司预计归属于上市公司股东的净利润为 5.75 亿元至 6.85 亿元, 比上年同期增长 63.22%-94.44%, 扣除非经常性损益后的净利润为 4.1 亿元至 5.2 亿元, 比上年同期增长 50.98%-91.49%, 基本每股收益盈利为 0.204 元/股-0.243 元/股。

【千禾味业】1 月 4 日, 公司发布关于 2023 年前三季度利润分配预案的公告, 拟以实施权益分派股权登记日登记的总股本为基数, 向全体股东每 10 股派发现金红利 2.00 元(含税), 不进行资本公积金转增股本, 不送红股。

【汤臣倍健】1 月 5 日, 公司发布 2023 年年度业绩预告, 2023 年度公司归属于上市公司股东的净利润盈利为 15.94 亿元-18.71 亿元, 比上年同期增长 15%-35%, 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润盈利为 14.24 亿元-17.21 亿元, 比上年同期增长 3.5%-25.1%。



【盐津铺子】1月6日，公司发布2023年度业绩预告，预计2023年归属于上市公司股东的净利润5.0亿元-5.1亿元，同比增长65.84%-69.16%；扣除非经常性损益后的净利润4.7万元-4.8亿元，比上年同期增长70.49%-74.12%；基本每股收益2.62元-2.67元；营业收入41.0亿元-42.0亿元，比上年同期增长41.70%-45.15%。

4.2 行业要闻

12月27日，国家发改委发布《产业结构调整指导目录（2024年本）》，将于2024年2月1日起施行。《目录（2024年本）》由鼓励、限制和淘汰三类目录组成，其中，涉酒部分包括：酿酒葡萄等特种经济作物收获机械归属鼓励类（农业机械装），酒精生产线归属限制类（轻工），3万吨/年以下酒精生产线（废糖蜜制酒精除外）归属淘汰类（轻工）。（酒业家）

1月2日，今日仁怀微信公众号发布消息，近年来，仁怀市立足资源禀赋，发挥比较优势，培育壮大产业集群，加快推进招商引资项目建设，2023年全市在建白酒工业项目54个，1至11月完成投资64.75亿元，同比增长17.6%。（云酒头条）

1月3日，据泸州·中国白酒商品批发价格指数官网发布消息，2023年12月全国白酒价格环比总指数为100.27，上涨0.27%。其中，名酒价格环比指数为99.95，下跌0.05%；地方酒价格环比指数为100.77，上涨0.77%；基酒价格环比指数为100.42，上涨0.42%。从月定基指数看，全国白酒价格定基指数为110.82，上涨10.82%。其中，名酒价格定基指数为113.53，上涨13.53%；地方酒价格定基指数为107.06，上涨7.06%；基酒价格定基指数为109.48，上涨9.48%。（酒说）

1月3日，据吕梁统计消息，1-11月份，全省社会消费品零售总额7298.6亿元，同比增长5.5%。1-11月份，全省限额以上单位消费品零售额2540.3亿元，同比增长5.4%。其中，烟酒类为114.1亿元，比上年增长4.7%。（酒说）

1月5日，中酒协发布通告，由中国酒业协会白酒技术创新战略发展工作委员会与贵州茅台酒股份有限公司提出《白酒企业温室气体核算方法及报告标准》和《白酒产品碳足迹评价标准》团体标准项目建议书，经过起草和广泛研讨，已形成征求意见稿。按照《中国酒业协会团体标准审查细则（2017版）》的规定，对该系列标准进行公开征求意见，时间截止2月24日。（糖酒快讯）

4.3 近期上市公司重要事项

图表15：近期上市公司重要事项

日期	公司	事项
1月15日	五芳斋	2024年第一次临时股东大会
1月15日	莲花健康	2024年第一次临时股东大会
1月19日	华统股份	2024年第一次临时股东大会
2月2日	汤臣倍健	2024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；
- 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。

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：021-80234211	电话：010-85950438	电话：0755-83831378
邮箱：researchsh@gjzq.com.cn	邮箱：researchbj@gjzq.com.cn	传真：0755-83830558
邮编：201204	邮编：100005	邮箱：researchsz@gjzq.com.cn
地址：上海浦东新区芳甸路 1088 号 紫竹国际大厦 5 楼	地址：北京市东城区建内大街 26 号 新闻大厦 8 层南侧	邮编：518000 地址：深圳市福田区金田路 2028 号皇岗商务中心 18 楼 1806



**【小程序】
国金证券研究服务**



**【公众号】
国金证券研究**