

中国平安 PINGAN

专业·价值

专业 让生活更简单

食品饮料周报

动销逐渐起势，回款进度分化

证券研究报告

食品饮料行业 强于大市（维持）

平安证券研究所 食品饮料团队

分析师：张晋溢 S1060521030001（证券投资咨询）

邮箱：ZHANGJINYI1112@pingan.com.cn

分析师：王萌 S1060522030001（证券投资咨询）

邮箱：WANGMENG917@pingan.com.cn

分析师：王星云 S1060523100001（证券投资咨询）

邮箱：WANGXINGYUN937@pingan.com.cn

2024年2月6日

请务必阅读正文后免责条款

平安证券



食品饮料周报-观点



白酒行业

- 本周白酒指数（中信）累计涨跌幅-3.79%。涨跌幅前三的个股为：今世缘（+6.37%）、山西汾酒（+1.0%）、贵州茅台（-2.52%）；涨跌幅后三的个股为天佑德酒（-16.50%）、岩石股份（-21.57%）、皇台酒业（-23.54%）。
- **观点：回款进度分化，动销逐渐起势。**春节临近，终端动销逐渐起势，流通渠道表现良好。目前回款进度分化，名优酒回款目标或完成无虞，部分泛全国化次高端承压。当前市场预期磨底，白酒估值处于低位，推荐关注三条主线，一是需求坚挺的高端白酒，推荐贵州茅台、五粮液；二是受益于商务需求回暖的次高端白酒，推荐山西汾酒；三是经济相对强劲的苏皖区域龙头酒企，推荐古井贡酒、今世缘。



食品行业

- 本周食品指数（中信）累计涨跌幅-8.49%。涨跌幅前三的个股为：欢乐家（+9.44%）、华统股份（+2.51%）、双汇发展（-0.07%）；涨跌幅后三的个股为品渥食品（-21.55%）、甘化科工（-22.28%）、宝立食品（-22.3%）。
- **观点：建议关注需求修复+竞争格局优化两条主线，首推预制食品板块。**短期来看，餐饮产业链B端有望受益于春节聚会，同时C端礼赠场景和家庭聚餐场景需求旺盛，长期来看，我们认为预制食品能够有效提高出餐效率，改善成本结构，长期受益于下游餐饮企业的连锁化率的提升。同时下游餐饮行业景气度正在逐渐改善，大B复苏斜率先于小B。此时具有规模优势的龙头企业有望快速抢占市场份额，通过产品结构优化和精细化费用管理改善盈利能力。推荐千味央厨、安井食品、宝立食品。
- **风险提示：1）宏观经济疲软的风险；2）行业竞争加剧风险；3）重大食品安全事件的风险。**



食品饮料周报-白酒个股观点

- **【贵州茅台】** 本周累计涨跌幅-2.52%。观点：尽管消费整体承压，但高端需求稳定，茅台酒动销与库存良性，回款与发货稳健，1-3Q23公司收入与利润稳健增长，彰显龙头风范。分渠道看，公司直销渠道收入持续提升，i茅台销售表现亮眼。展望未来，公司在手工工具充足，非标茅台、系列产品放量有望助力收入增长，直营渠道占比持续提升，对于价格以及盈利的掌控能力不断增强。此外，公司积极推进技改项目，产能释放为长期成长奠定坚实基础。维持“推荐”评级。
- **【五粮液】** 本周累计涨跌幅-5.48%。观点：2023年白酒消费分化，高端需求稳健，普五作为千元价格带龙头，自点率和开瓶率维持在较高的水平，终端动销良性，下游库存维持在较低水平，1-3Q23业绩稳健增长。据今日酒价，2月6日普五批价965元，略有增长，需求具备韧性。。展望未来，公司坚持1+3产品体系，在普五的基础上，501打造浓香价值标杆，经典五粮液聚焦品牌推广与消费者培育，文化酒限量生产与投放，持续优化结构。维持“推荐”评级。
- **【泸州老窖】** 本周累计涨跌幅-7.07%。观点：3Q23公司开展秋收行动，强化渠道管控、增加可见利润，经销商打款意愿较充足，受益于双节带动，3Q23公司动销环比明显改善，库存仍处可控范围，业绩方面也延续上半年较快增长的态势。展望未来，国窖品牌基础深厚，腰部品牌持续发力，全价格带增长动能强劲。此外，公司管理层经验丰富，在手工工具充足，市场化操作团队执行能力强。分市场看，公司在四川、华北等地区优势明显，持续推进“东进南图中崛起”战略，全国化成长空间可期。维持“推荐”评级。
- **【山西汾酒】** 本周累计涨跌幅+1.0%。观点：1-3Q23公司业绩较快增长，其中3Q23公司以控货挺价、促动销、降库存为主。同时，在双倍积分等返利政策支持下，3Q23公司动销环比回暖，下游库存持续去化，未来内生动力实际充足。展望未来，公司坚定青花汾酒战略，产品结构上移，同时公司基地市场稳固，积极拓展华东、华南市场，推动渠道改革，终端掌控能力持续增强。维持“推荐”评级。



食品饮料周报-白酒个股观点

- **【舍得酒业】** 本周累计涨跌幅-16.31%。观点：3Q23公司更加注重高质量发展，节奏上以控货挺价、消化库存为主，增速较1H23相对回落。展望未来，公司坚定“多品牌矩阵战略”，聚焦打造智慧舍得、品味舍得等战略单品，同时推进沱牌复兴计划，价格带清晰。同时公司还持续加强C端投放，稳价格、控库存、强动销，聚焦川冀鲁豫及东北，突破华东华南，提升西北市场，逐步推进全国化，成长空间可期。维持“推荐”评级。
- **【古井贡酒】** 本周累计涨跌幅-3.35%。观点：受益于安徽省经济的发展与宴席的回补，公司1-3Q23业绩较快增长，全年200亿目标无虞。从结构上看，古5与古8基本盘稳固，古16较快放量；古20则相对维稳，加强价格与窜货管理，目前批价已企稳回升。展望未来，公司深化省内渠道布局，300元+次高端价格带产品持续放量，已经与省内主流地产酒形成错位竞争，基地市场基本盘扎实。同时公司也加快省外的拓展力度，在江苏、河北、山东、河南等市场已具备较大体量，成长空间可期。维持“推荐”评级。
- **【今世缘】** 本周累计涨跌幅+6.37%。观点：得益于江苏省经济的较快发展，1-3Q23公司对开、四开稳定增长，V3快速放量，产品结构持续上移，内生动力充足，全年百亿目标可期。市场方面，公司加大消费者培育，苏中、苏南占率持续拓展，省外仍有空间。维持“推荐”评级。
- **【洋河股份】** 本周累计涨跌幅-4.30%。观点：1-3Q23公司整体经营稳健，其中3Q23公司合理控制回款与发货节奏，同时加大费用投放，通过扫码红包等方式增厚渠道利润，提升渠道推力，虽然消费整体承压，但公司业绩体现出较强的韧性。M6+在高线次高端中品牌优势明显，3Q23动销环比改善，水晶梦与天之蓝则受益于宴席的回补，同样实现较快的增长。公司内部激励充分，产品与渠道梳理完成，长期有望实现价值回归。维持“推荐”评级。
- **【金徽酒】** 本周累计涨跌幅-12.11%。观点：公司作为陇酒龙头，品牌引领+渠道动销相结合，立足西北布局全国化，积极拓展华东等机会市场，成长空间可期。伴随着甘肃经济的发展与前期培育兑现，公司产品结构持续上探优化。此外，公司通过股权绑定高管、核心骨干和经销商，亚特重新控股后公司整体积极性较高。维持“推荐”评级。



食品饮料周报-食品个股观点

- **【安井食品】** 本周累计涨跌幅-11.67%。观点：公司传统业务速冻面米已进入成熟阶段，业绩增长稳定，预计随原材料成本回落盈利水平将进一步提高；公司速冻火锅料制品龙头地位依旧稳固，23年Q1-Q3消费场景逐渐修复，餐饮端需求提升叠加家庭火锅消费需求，速冻火锅料业务有望保持高增；公司预制菜板块正处于高速成长的放量阶段，公司抓住市场机遇，发力布局预制菜市场取得较大成效。总体来看公司渠道BC兼顾，生产布局完善，预制菜行业未来发展空间广阔，看好公司2024年延续亮眼表现。维持“推荐”评级。
- **【千味央厨】** 本周累计涨跌幅-12.79%。观点：伴随消费复苏场景恢复，大小B餐饮客户需求回暖，千味央厨B端收入2023年Q1-Q3增速较快。大B端，百胜中国今年以来表现强劲，华莱士维持稳定增长；小B端，社会餐饮渠道稳步复苏，乡厨及团餐需求旺盛，且与公司产品匹配性强。主要原材料价格已经有所回落叠加公司费用率不断改善，2024年整体盈利能力将进一步提升。此外，公司拟定增用于建设新工厂解决产能瓶颈，并收购味宝食品切入茶饮供应链，同时千味央厨还积极进军预制菜赛道，进一步扩大B端客户优势，业绩弹性可期。维持“推荐”评级。
- **【伊利股份】** 本周累计涨跌幅-0.88%。观点：2023年Q1-Q3公司业绩表现有所复苏，其中液态奶业务实现恢复性增长，主要受到原奶价格下滑以及送礼需求恢复的利好；常温酸奶仍有所承压，但公司通过联名等手段不断激活产品活力，有望保障安慕希收入稳中有升；奶粉及奶酪等产品则继续进行渠道下沉抢占市场，以期实现长期增长。整体来看，公司依然保持龙头优势地位，收入端有望随消费复苏进一步改善，成本端原奶价格持续回落将带来利润空间，未来盈利能力有望持续提升，维持“推荐”评级。
- **【妙可蓝多】** 本周累计涨跌幅-16.69%。观点：公司2023年Q1-Q3受产品结构影响，业绩表现整体承压。从收入端看，整体消费需求疲软，公司主营产品奶酪受到高单价、可选属性强等因素影响销量受到较大影响。但从费用端来看，公司积极控费提效，不断优化经销商质量提升广告投放效率，精简员工薪酬支出，实现销售管理双费递减，效果显著。此外，公司还持续提升渠道运营能力，并发布了新品有机奶酪棒和慕思奶酪杯刺激消费者购买需求，形成休闲+餐饮，2B+2C双轮驱动的营销模式，努力探索新的奶酪大单品发展路径，促进业绩增长，长期来看，我们看好公司2024年业绩的触底反弹。维持“推荐”评级。



食品饮料周报-食品个股观点

- **【海天味业】** 本周累计涨跌幅-2.91%。观点：2023年Q1-Q3公司业绩持续承压，但Q3收入增速已转正，改革结果初步显现。公司从产品、渠道、供应链等多维度持续改革，以维持巩固行业龙头地位。产品方面，公司持续加强产品创新，打造多元产品矩阵满足多元化市场需求，在维持酱油、蚝油及酱类三大核心业务基础上，持续发力食醋、料酒等新品类，借助调味品平台及渠道优势提升市占率。渠道方面，公司一方面增加餐饮渠道费用与SKU投放，不断拓展渠道深度；另一方面推动线上线下多渠道发展，加速零添加产品布局，持续优化产品结构，并精简供应商数量。供应链方面，公司利用数字化、智能化技术赋能产销一体化，力争降本增效。长期来看，公司作为调味品龙头，在品牌/产品/渠道方面竞争优势突出，市场份额加速提升，我们看好公司长期发展，维持“推荐”评级。
- **【宝立食品】** 本周累计涨跌幅-22.34%。观点：公司2023年Q1-Q3业绩表现逐步回暖，大B端业务保持稳健增长，不断开发新品类满足客户要求，并逐步拓展中小B客户；同时公司发力发展C端业务，在维持线上高增的同时，加快线下渠道建设，成立线下团队，推动空刻意面进入零售商超货架，扩宽产品触达面。此外，公司还着手布局烘焙赛道，积极优化成本费用，以期长期高质量发展。总体而言，公司依靠稳固的B端客户及意面龙头地位，有望在消费复苏确定性加强的背景下，进入上升通道，业绩增长可期。维持“推荐”评级。
- **【燕京啤酒】** 本周累计涨跌幅-1.83%。观点：2023Q1-Q3燕京啤酒抓住市场恢复机遇，在餐饮流通等渠道持续发力，盈利能力表现亮眼超越行业平均水平。公司作为历史悠久的大型民族啤酒企业，具有产品、品牌和渠道等方面的竞争优势。收入端来看，公司以燕京U8大单品为核心，加速构建以中高端啤酒产品为主的产品矩阵，推动高端化转型，销售增长动能强劲。成本端看，公司不断推进降本增效战略，精简员工数量和关停冗余工厂，在成本下行的大背景下，费用率及利润率水平有望持续优化。整体来看，公司改革红利持续释放，盈利子公司持续改善，弱势子公司有望持续减亏，看好全年利润率弹性。维持“推荐”评级。
- **【重庆啤酒】** 本周累计涨跌幅-9.39%。观点：2023Q1-Q3重庆啤酒整体表现回暖，本地品牌受益于旅游恢复，取得良好的增长势头；国际品牌借助“6+6”品牌组合策略，利用本地品牌强势地位，进入更多渠道和售点，销量也正逐步提升。此外，直销方面，公司在B2C方面加速扩张抖音和社区团购业务，O2O方面继续推动百货到家和餐饮到家，同时针对零售终端开发的“嘉销宝”已拓展超过一万家售点。经销方面，公司向精细化管理方向迈进，搭建差异化的经销商管理体系，提升经销商的市场经营管理能力。整体而言，公司长期有望保持高端化+全国化良好势头。维持“推荐”评级。



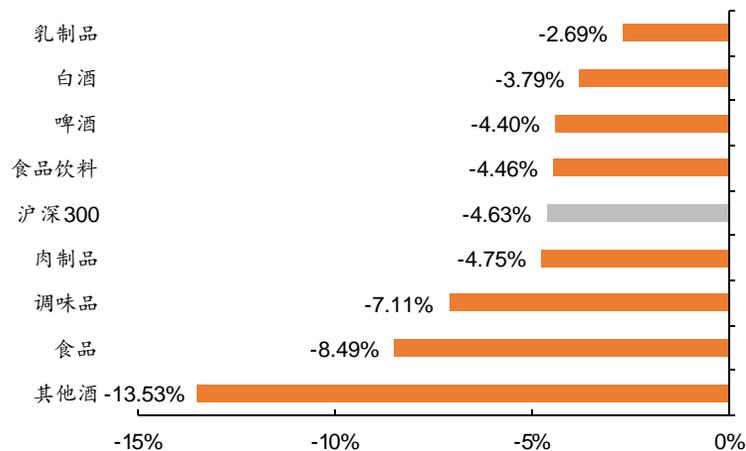
食品饮料周报-涨跌幅数据

➤ 本周食品饮料行业累计涨跌幅-4.46%。食品饮料跟踪标的中：

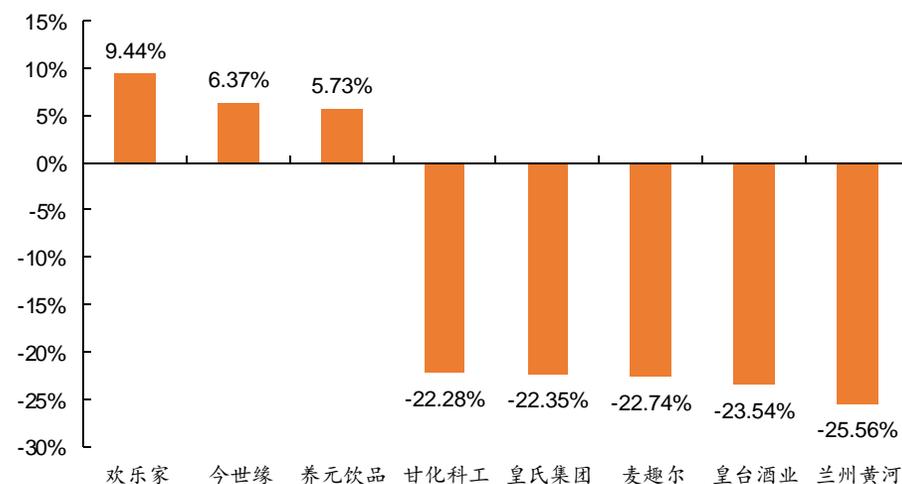
✓ 涨幅TOP3：欢乐家（+9.44%）、今世缘（+6.37%）、养元饮品（+5.73%）。

✓ 跌幅TOP5：甘化科工（-22.28%）、皇氏集团（-22.35%）、麦趣尔（-22.74%）、皇台酒业（-23.54%）、兰州黄河（-25.56%）。

食品饮料-本周涨跌幅



涨跌幅top-本周涨跌幅





食品饮料周报-公司公告与事件汇总



行业重大事件

- 汾阳2023年白酒产能达25万吨。**2023年汾阳打造优质酿酒高粱12.9万亩，新晋商酒庄、汾河酒厂等白酒生产项目建成投产，汾阳白酒产能达到25万吨、产量达到22.7万吨。
- 茅台1935首发文创酒产品。**1月29日，茅台1935·中国国家地理文创酒在“i茅台”首发，单瓶售价1388元，这也是茅台1935发布的首款文创酒产品。
- 嘉士伯50万千升项目将投产。**1月28日，广东省佛山市三水西南的嘉士伯（佛山）啤酒生产基地项目正有序推进。目前，项目整体工程量已完成近80%，大部分设备准备进入清洗和调试阶段，预计2024年第二季度投产。投产后，年产能将达到50万千升，年产值约20亿元。
- 2023年四川白酒产量同比下降3.7%。**1-12月全省规模以上白酒产量174.1万千升，同比下降3.7%；啤酒产量268.7万千升，同比增长4.3%。其中12月白酒产量22.1万千升，同比增长16.9%；啤酒产量18.3万千升，同比下降10.7%。



食品饮料周报-公司公告与事件汇总



重要个股公告

- 桃李面包 (603866.SH)**：公司发布业绩快报，预计实现营业收入676,201.34万元，同比增长1.13%；营业利润73,397.20万元，同比下降9.65%；利润总额74,290.09万元，同比下降8.96%；实现归属于上市公司股东净利润57,476.07万元，同比下降10.20%。
- 晨光生物 (300138.SZ)**：公司发布业绩快报，预计2023年度公司实现营业收入68.72亿元，同比增长9.14%，，实现归属于上市公司股东的净利润4.86亿元，同比增长11.89%
- 欢乐家 (300997.SZ)**：公司发布业绩快报，预计2023年实现营业收入19.23亿元，同比增长20.47%；实现归属于上市公司股东的净利润2.83亿元，同比上升39.35%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润2.76亿元，同比上升39.66%。
- 伊力特 (600197.SH)**：公司发布业绩预告，预计2023年度实现归属于上市公司股东的净利润为32,396.66万元，同比增长95.83%；营业收入为222,320.09万元，同比增长36.97%。
- 中炬高新 (600872.SH)**：公司发布业绩预告，预计2023年年度实现归属于上市公司股东的净利润约15.34亿元到18.41亿元，与上年同期相比，将增加21.26亿元至24.33亿元，将扭亏为盈。

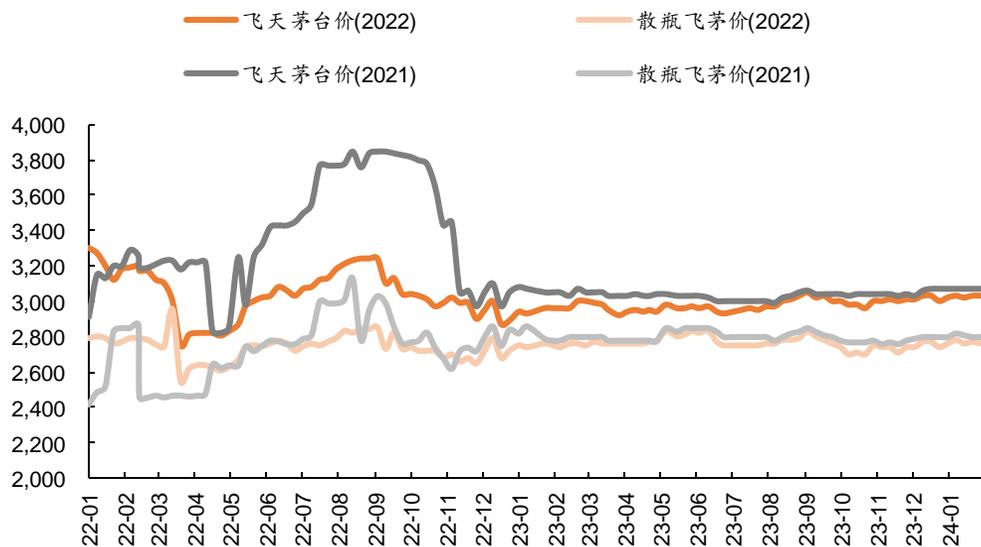


食品饮料周报-酒类数据跟踪

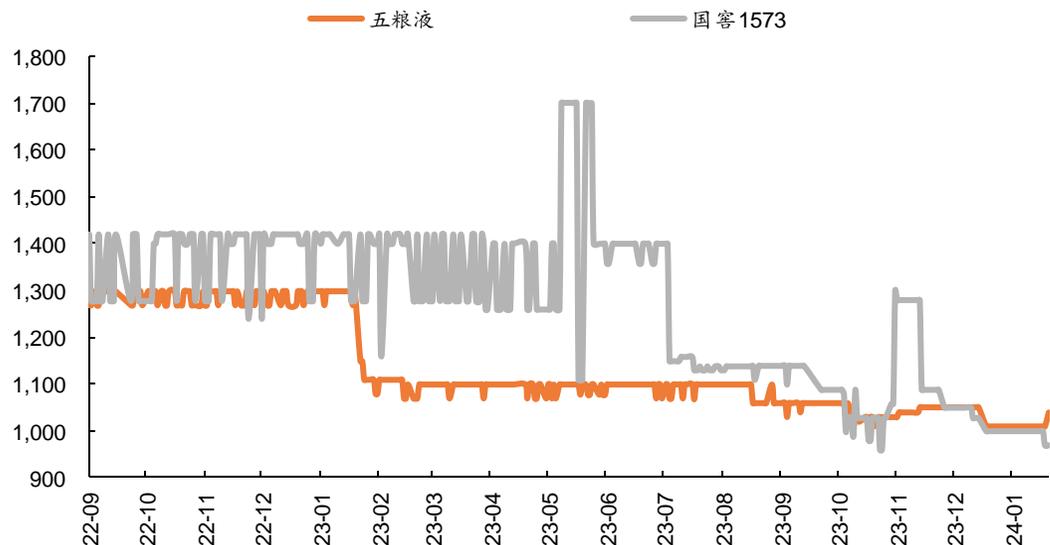
高端白酒批价

- 截至2024年2月4日，茅台22年整箱批价3030元/瓶，环比上周持平，22年散装批价2760元/瓶，环比上周下跌10元；
- 截至2024年1月27日，五粮液京东价格1039元/瓶，环比上周上涨30元；国窖1573京东价格970元/瓶，环比上周下跌30元。

◆ 飞天茅台（53度）行情价（元/瓶）



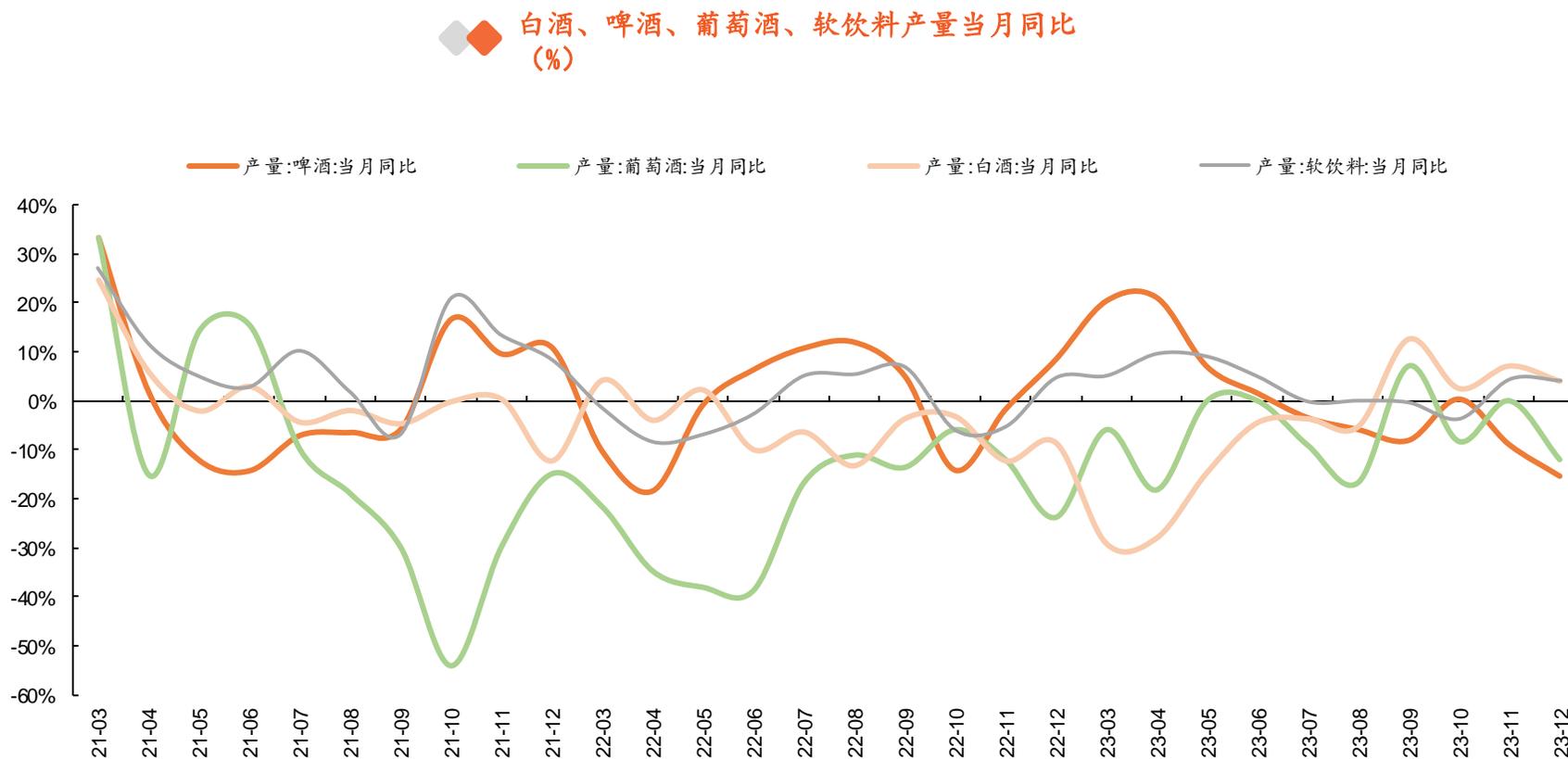
◆ 五粮液（52度）、国窖1573（52度）京东价（元/瓶）



食品饮料周报-酒类数据跟踪

酒水饮料产量

➤ 2023年12月，我国白酒产量为54.90万千升，同比上涨4.00%；啤酒产量为214.80万千升，同比下滑15.30%；软饮料产量1313.37万吨，同比上涨4.00%；葡萄酒产量为2.20万千升，同比下滑12.00%。



资料来源：iFind，平安证券研究所（注：由于统计指标中1-2月产量合并计算，产量月度同比增速数据只包含3-12月数据）



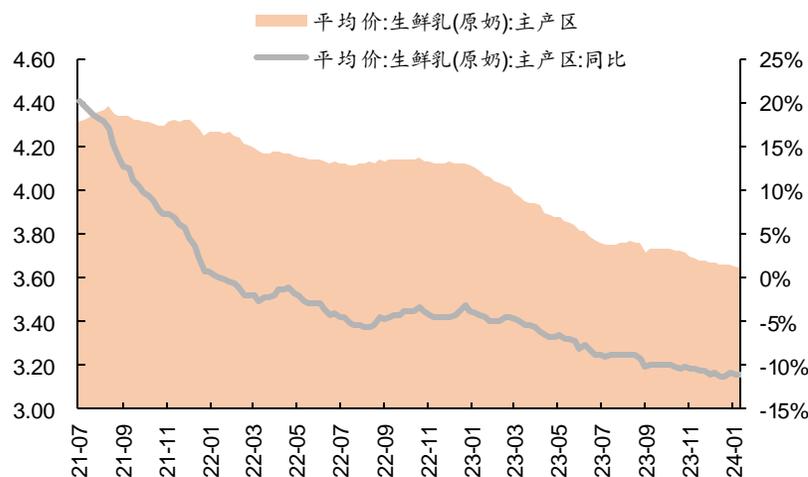
食品饮料周报-原材料数据跟踪



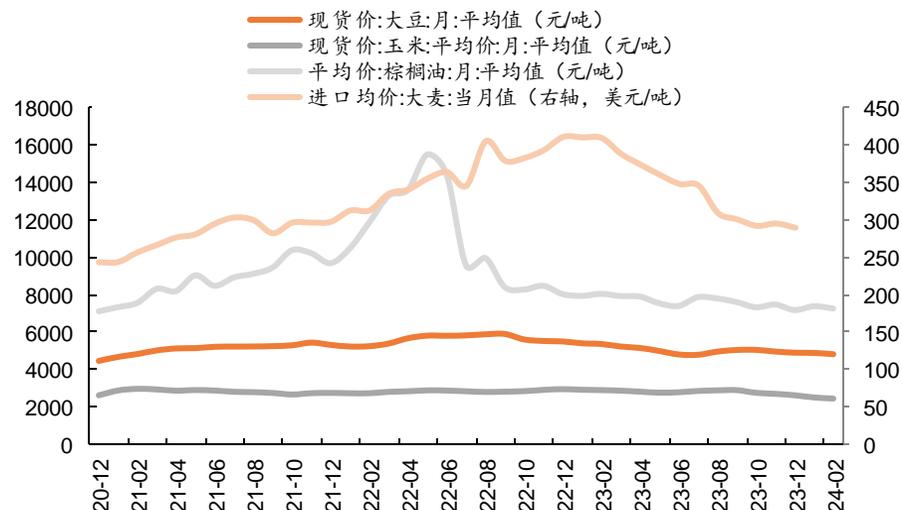
原材料数据跟踪

- 原奶价格：**自2020年9月我国原奶价格步入上升周期以来，生鲜乳收购价格涨幅明显，自2022年2月增速首次降为负后，价格开始震荡下降，进入下行空间。1月26日最新数据显示，我国生鲜乳主产区平均价为3.65元/公斤，同比下降11.00%，环比下降0.30%。当前我国原奶价格处于持续下行通道，乳制品生产企业原料成本压力有所缓解。
- 主要农产品价格：**主要农产品价格纷纷进入下行通道，食品饮料生产企业成本端有所缓解。2023年12月进口大麦平均价为289美元/吨，同比下跌29.5%，环比下跌1.9%。2024年2月棕榈油平均价格为7228元/吨，同比下跌9.8%，环比下跌1.7%；大豆2月平均价格为4782元/吨，同比下跌10.4%，环比下跌1.5%；玉米2月平均价格为2415元/吨，同比下跌17.1%，环比下跌2.7%。

我国生鲜乳主产区平均价格及同比增速（元/公斤）



主要农产品价格





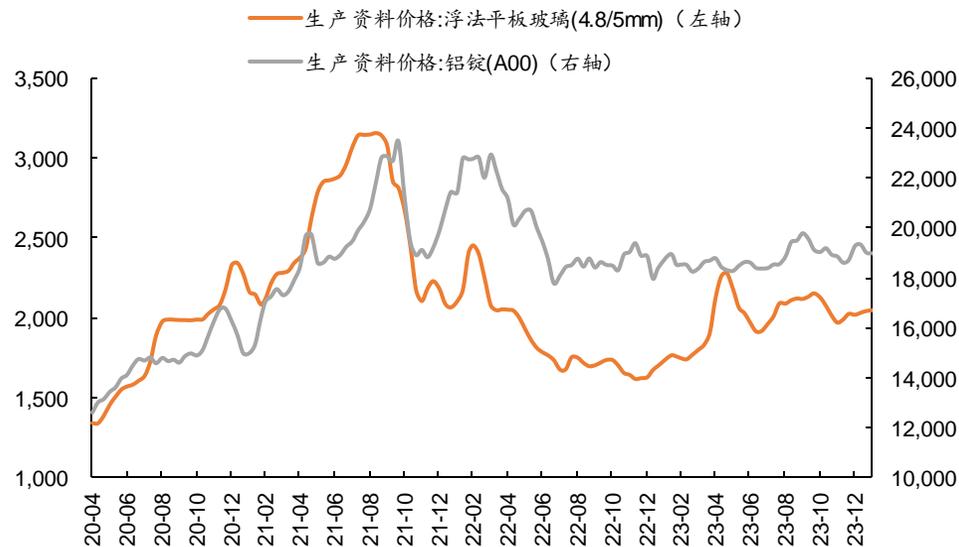
食品饮料周报-原材料数据跟踪



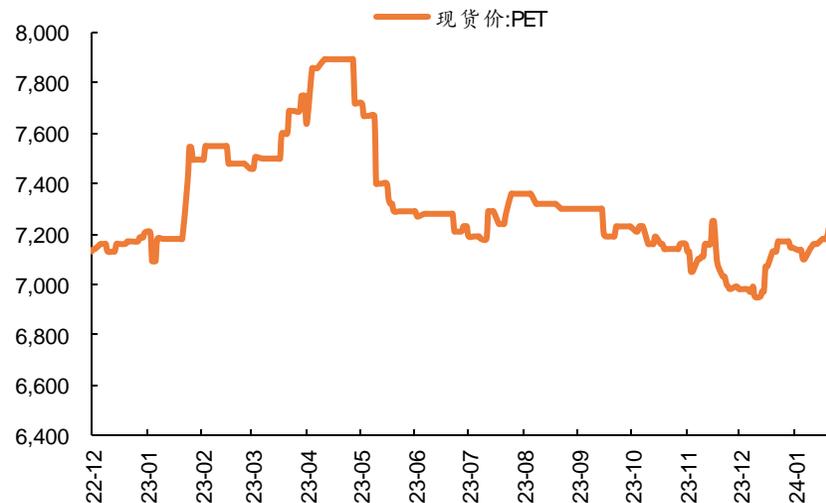
包材数据跟踪

➤ 最新数据截至2024年1月31日，我国浮法玻璃市场价为2045元/吨，同比上涨16.1%；铝锭价格为18955元/吨，同比上涨0.1%。截至2024年1月26日，PET价格为7224元/吨，同比下跌3.6%。

◆ 我国浮法玻璃与铝锭的市场价格（元/吨）



◆ 我国PET切片（纤维级）的现货价（元/吨）





食品饮料周报-重点公司盈利预测

股票简称	股票代码	2月5日	EPS (元)			PE (倍)			评级
		收盘价 (元)	2022A	2023E	2024E	2022A	2023E	2024E	
贵州茅台	600519.SH	1630.01	49.93	58.53	69.22	32.6	27.8	23.5	推荐
五粮液	000858.SZ	126.57	6.88	7.77	8.71	18.4	16.3	14.5	推荐
山西汾酒	600809.SH	214.65	6.64	8.63	10.71	32.3	24.9	20.0	推荐
泸州老窖	000568.SZ	144.73	7.04	8.98	10.96	20.6	16.1	13.2	推荐
洋河股份	002304.SZ	92.17	6.23	7.10	8.00	14.8	13.0	11.5	推荐
古井贡酒	000596.SZ	210.22	5.95	8.40	10.79	35.4	25.0	19.5	推荐
今世缘	603369.SH	47.55	2.00	2.53	3.13	23.8	18.8	15.2	推荐
舍得酒业	600702.SH	69.33	5.06	5.40	6.49	13.7	12.8	10.7	推荐
金徽酒	603919.SH	18.00	0.55	0.72	0.97	32.6	25.2	18.6	推荐
青岛啤酒	600600.SH	73.20	2.72	3.25	3.88	26.9	22.5	18.9	/
重庆啤酒	600132.SH	53.96	2.61	2.96	3.49	20.7	18.2	15.5	推荐
燕京啤酒	000729.SZ	7.87	0.12	0.23	0.32	63.0	34.0	24.3	推荐
安井食品	603345.SH	70.32	3.75	5.18	6.26	18.7	13.6	11.2	推荐
千味央厨	001215.SZ	36.03	1.03	1.34	1.78	35.1	26.9	20.2	推荐
立高食品	300973.SZ	29.06	0.85	1.21	2.16	34.2	24.1	13.4	/
海天味业	603288.SH	35.10	1.11	1.08	1.23	31.5	32.5	28.6	推荐
千禾味业	603027.SH	13.70	0.33	0.52	0.65	40.9	26.5	21.0	/
宝立食品	603170.SH	13.51	0.54	0.69	0.87	25.1	19.7	15.5	推荐
伊利股份	600887.SH	27.65	1.48	1.71	1.96	18.7	16.2	14.1	推荐
新乳业	002946.SZ	8.43	0.42	0.55	0.73	20.2	15.3	11.5	/

股票投资评级：

强烈推荐（预计6个月内，股价表现强于市场表现20%以上）

推 荐（预计6个月内，股价表现强于市场表现10%至20%之间）

中 性（预计6个月内，股价表现相对市场表现±10%之间）

回 避（预计6个月内，股价表现弱于市场表现10%以上）

行业投资评级：

强于大市（预计6个月内，行业指数表现强于市场表现5%以上）

中 性（预计6个月内，行业指数表现相对市场表现在±5%之间）

弱于大市（预计6个月内，行业指数表现弱于市场表现5%以上）

公司声明及风险提示：

负责撰写此报告的分析师（一人或多人）就本研究报告确认：本人具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格。

平安证券股份有限公司具备证券投资咨询业务资格。本公司研究报告是针对与公司签署服务协议的签约客户的专属研究产品，为该类客户进行投资决策时提供辅助和参考，双方对权利与义务均有严格约定。本公司研究报告仅提供给上述特定客户，并不面向公众发布。未经书面授权刊载或者转发的，本公司将采取维权措施追究其侵权责任。

证券市场是一个风险无时不在的市场。您在进行证券交易时存在赢利的可能，也存在亏损的风险。请您务必对此有清醒的认识，认真考虑是否进行证券交易。

市场有风险，投资需谨慎。

免责声明：

此报告旨在发给平安证券股份有限公司（以下简称“平安证券”）的特定客户及其他专业人士。未经平安证券事先书面明文批准，不得更改或以任何方式传送、复印或派发此报告的材料、内容及其复印本予任何其他人。

此报告所载资料的来源及观点的出处皆被平安证券认为可靠，但平安证券不能担保其准确性或完整性，报告中的信息或所表达观点不构成所述证券买卖的出价或询价，报告内容仅供参考。平安证券不对因使用此报告的材料而引致的损失而负上任何责任，除非法律法规有明确规定。客户并不能仅依靠此报告而取代行使独立判断。

平安证券可发出其它与本报告所载资料不一致及有不同结论的报告。本报告及该等报告反映编写分析员的不同设想、见解及分析方法。报告所载资料、意见及推测仅反映分析员于发出此报告日期当日的判断，可随时更改。此报告所指的证券价格、价值及收入可跌可升。为免生疑问，此报告所载观点并不代表平安证券的立场。

平安证券在法律许可的情况下可能参与此报告所提及的发行商的投资银行业务或投资其发行的证券。

平安证券股份有限公司2024版权所有。保留一切权利。