



食品饮料行业周报：春运返乡潮开启 复苏节奏加速



春运返乡潮本周开启，高端宴请及礼赠需求增加。2023 年 1 月 7 日为春运第 1 天，全国铁路、公路、水路、民航共发送旅客 3473.6 万人次，环比增长 11.1%，比 2019 年同期下降 48.6%，比 2022 年同期增长 38.9%；交通运输部初步预计 2023 年春运期间客流总量约为 20.95 亿人次，比去年同期增长 99.5%，恢复到 2019 年同期的 70.3%；民航局预计春运期间全民航日均安排客运航班 11000 班，为 2019 年春运期间的 73%左右。元旦到春节阶段，各地陆续度过感染高峰，伴随返乡潮的来临，消费场景正在逐步修复。高端白酒多用于礼赠、团拜年会、动销高峰集中在春节前两~三周，名酒周转率具备优势。贵州茅台生肖系列“兔茅”于 1 月 5 日上线，i 茅台开启“送虎迎兔”活动，共计投放 29999 瓶 500mL “兔茅”产品。白酒批价方面：本周茅台整箱飞天批价 2880-2910 元，散瓶飞天批价 2750-2780 元，呈现节前上涨趋势，验证需求端优势表现；五粮液普五批价仍稳定在 965 元左右，国窖 1935 维持在 900 左右，环比保持稳定。

回款进度及动销预期方面：白酒企业正值回款旺季，各地首轮感染陆续达峰，居民出行、旅游、外出就餐意愿恢复明显，渠道经销商和终端对“春节达峰”的顾虑已解除，渠道信心基本恢复，白酒高端宴请及节前礼赠需求增加，建议持续关注宴席、年夜饭预定情况。白酒板块把握受益于节前团拜、礼赠需求增加的高端白酒、返乡潮带动区域大众消费恢复的地产酒龙头，重点推荐贵州茅台、五粮液、泸州老窖、山西汾酒、洋河股份、古井贡酒、迎驾贡酒、老白干酒、金种子酒、金徽酒、伊力特等。

大众品建议优选成长红利赛道,关注必选龙头经营韧性。12月26日,国家卫健委发布《关于对新型冠状病毒感染实时“乙类乙管”的总体方案》,其中提到2023年1月8日起优化了中外人员往来管理,取消入境后全员核酸和集中隔离。

随国内各区域首轮疫情先后达峰,出行、购物和餐饮等消费数据已趋向2019年水平,疫情影响逐步消散。啤酒板块短期即将迎来消费旺季,长期处于高端化早期进程中,管理与绩效牵引下净利率持续提升,重点推荐青岛啤酒、重庆啤酒,关注燕京啤酒等。参考海外疫情放开后多轮冲击对消费的影响,具品牌、渠道深护城河的优质必选消费龙头有望率先进入稳健成长通道,推荐海天味业、中炬高新、伊利股份、千禾味业等。消费场景和消费意愿持续加强过程中,休闲零食、餐饮供应链、连锁业态预计表现出营收&业绩高弹性,推荐绝味食品、紫燕食品、甘源食品等。

风险提示:宏观经济超预期波动导致需求端受损,疫情散点多发超预期管控及食品安全问题等。

预览已结束,完整报告链接和二维码如下:

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_50985

