

跟踪报告●食品饮料行业

2019年1月21日 星期一

爱建证券有限责任公司
研究所

分析师：余前广

TEL: 021-32229888-32211

E-mail: yuqianguang@ajzq.com

执业编号: S0820518040001

**行业评级：同步大市
(维持)**


数据来源：Wind，爱建证券研究所

(%)	1个月	6个月	12个月
绝对表现	6.49	-15.09	-20.24
相对表现	6.27	-7.42	5.18

相关公司数据

公司	评级	EPS		
		17A	18E	19E
贵州茅台	推荐	21.56	28.02	33.58
五粮液	推荐	2.55	3.34	4.16
伊利股份	推荐	0.99	1.09	1.27
海天味业	推荐	1.31	1.59	1.92
双汇发展	推荐	1.31	1.52	1.68

数据来源：Wind，爱建证券研究所

相关报告：

宠物食品赛道的新动向

投资要点

一周行情回顾：上周，上证综指上涨 1.65% 收 2596.01，深证成指上涨 1.44% 收 7581.39，创业板指上涨 0.63% 收 1269.50。沪深 300 上涨 2.37% 收 3168.17，食品饮料（申万）上涨 5.63%，涨幅在申万 28 个一级行业中排第 1 名。食品饮料行业子板块涨跌不一，其中：白酒板块上涨 7.01%，涨幅最大；肉制品板块下跌 0.35%，跌幅最大。个股方面，*ST 椰岛（属其他酒类板块）上周领涨，上涨 13.46%；金字火腿（属肉制品板块）跌幅较大，下跌 5.11%。

热点分析：近期，中宠股份发布 2018 年度业绩快报，预计 2018 年实现营业收入 14.31 亿元，同比增长 40.90%；佩蒂股份发布 2018 年度业绩预告，预计 2018 年度归母净利润 1.4-1.7 亿元，同比增长 31.13%-59.23%，引起市场关注，并体现在股价波动上。这是宠物食品赛道高速增长态势的缩影。结合狗民网 | 铃铛宠物发布的《宠物行业白皮书（2018）》、部分上市公司公告等信息，我们对宠物食品赛道新动向作些分析。

市场规模持续壮大，赛道保持高速增长势头。2018 年，我国宠物（犬猫）市场规模达到 1708 亿元，同比增长 27.5%，近五年 CAGR 18.9%。城镇养宠人群达 7355 万（含水族），其中，养狗、养猫人群最多，分别占比 46.1% 和 30.7%。其中：狗主人 3390 万人，狗数量 5085 万只（同比增长 1.9%）；猫主人 2258 万人，共养猫 4064 万只（同比增长 8.2%）。从客户画像看，高学历（本科及以上学历占比 50% 以上）、女性（占比 87% 以上）、白领+学生（80 后、90 后占比 75% 以上）居多；根据美国、日本等先行经验，老年人养宠群体将稳步扩张，我国宠物市场在未来一个阶段仍有望保持高速增长势头。宠物食品作为饲养宠物的刚需品，在宠物行业中占据重要位置，2018 年宠物食品赛道规模达到 726.36 亿元（同比增长 45%，增速超市场预期），占比 42.5% 左右（稳步提升），属市场体量最大的细分领域。连年高速增长的宠物食品赛道（包括宠物主食、宠物零食和宠物保健品等）吸引了资本的高度关注，2018 年宠物行业一二级市场发生融资事件 59 起，其中，宠物食品赛道相关 16 起，占比 27%。

宠物零食属优势景气领域，渗透率持续提升。相比较而言，宠物主食生产自动化程度高，牛肉等原材料物美价廉，国外大企业更具优势；宠物零食生产人工化程度高（产品非标化），我国局部地域具备原材料优势（如鸡肉、淀粉等），国内企业较多以 OEM/ODM 形式介入。宠物零食因其饲养场景的双方参与感、体验感，具备连接宠物和宠物主的情感属性，这对单身青年、老年人等宠物主有较强的黏性（复购率）。近年来，伴随着宠物消费升级，宠物零食市场规模增速快，市场空间日益壮大。根据智研咨询统

计，2017年我国宠物零食市场规模已达到60亿，近五年CAGR28.7%。根据《宠物行业白皮书（2018）》，宠物主粮人均单只年消费额为4167元，同比增长8%；宠物零食人均单只年消费额为2105元，同比增长8.9%，增速更快、在宠物食品消费结构中占比上升。从消费结构看，狗、猫零食消费占比分别为13%和14%，是宠物行业第三大细分领域（次于宠物主食、训练）。

国产品牌在宠物零食领域具备比较优势，线上渠道市占率稳中有升。宠物食品行业技术壁垒、进入门槛不算高，国内生产厂家众多，市场集中度相对较低。根据欧睿数据，2017年，按公司口径：CR15约占69%，其中：外资约占59%，龙头玛氏约占31%，市场份额遥遥领先；按品牌口径，前15个品牌中，外资占10席，国产占5席（比瑞吉、伯纳天纯、耐威客、顽皮、华兴）。根据阿里电商平台销售额数据，2017年，宠物零食领域前15个品牌中，外资占1席（宝路，占比2.7%，排第四），国产占14席（麦富迪，占比5.5%，排第一），相对优势较为显著。这与我国宠物零食生产具备比较优势、养宠人群相对年轻化等特点是相适应的。也正基于此，结合日本、韩国等先行经验，预判宠物零食国产品牌在电商等线上渠道的销售额、市场份额有望持续提升。

投资建议：根据美国、日本等宠物行业发展先行经验，按我国人均GDP水平、城乡家庭基数、老龄化程度等进行估算，我们预判，宠物食品赛道将涌现至少百亿级市值的上市公司。当前，A股宠物食品赛道仅两家上市公司：佩蒂股份、中宠股份。这两家公司均处头部位置并各有特点、各有优势，佩蒂股份产品力强、技术优势明显，主导产品咬胶毛利率高（2018H1：畜皮咬胶33.49%、植物咬胶37.05%），原材料品种及供应渠道更分散、成本端抗风险能力更强；中宠股份产品线更全，覆盖宠物干粮、鸡肉零食、洁齿骨等，营收规模更大，产品毛利率20.57%。

回顾2018年，两家公司的竞争策略也有所不同。中宠股份重心在于强化渠道力，以加快线上（如与阿里、苏宁签订战略合作协议）、线下（如参股瑞鹏宠物医院体系）布局为抓手，提升品牌知名度（如邀请爱宠人士小宋佳代言），加速抢占国内市场份额。佩蒂股份重心在于强化产品力，更多的是拓展产能布局，在越南、柬埔寨、新西兰等地，通过收购、增资扩产等方式，充分发挥当地原材料、人力成本等比较优势，进一步丰富产品线（从宠物零食延伸到主粮），联合渤海华美成立10亿产业并购基金，为发力国内市场储能蓄势。

通过近期与上市公司资深从业人员交流、走访宠物店等线下渠道，我们认为，中美贸易摩擦正在倒逼OEM/ODM代工生产等出口导向型企业加速转型升级步伐，从需求端大力进军高速增长的国内宠物食品市场、满足日益扩张且渐趋升级的多元化需求（致力于构建宠物产业经济生态圈），从供给端加快海外产能布局、以降低生产成本和贸易风险（增强综合竞争优势）。下一阶段，基于宠物行业高速发展的态势、公司在宠物食品赛道内的竞争优势，上述两家上市公司均有中长期关注的价值。其中：佩蒂股份须重点跟踪观察的是其国内渠道建设（主要是线上电商及专业渠道）是否高效有

力、见到实效，中宠股份须重点跟踪观察的是其产品力能否得到显著提升（高毛利率产品研发及销售情况）。

□ **风险提示：**宏观经济增速放缓、消费需求不及预期，食品安全事件，监管政策变化，其他系统性风险。

目录

1、一周行情回顾.....	6
2、重要公告及资讯.....	8
3、近期重大事项.....	39
4、风险提示.....	39

图表目录

图表 1 : 食品饮料行业表现 (相对沪深 300 指数, 2017 年 7 月以来)	6
图表 2 : 申万一级行业板块表现 (2019/1/14-2019/1/18)	6
图表 3 : 食品饮料子行业表现 (2019/1/14-2019/1/18)	7
图表 4 : 若干品牌白酒零售价	16
图表 5 : 若干品牌啤酒零售价	16
图表 6 : 若干品牌红酒零售价	17
图表 7 : 主产区生鲜乳平均价	22
图表 8 : 婴幼儿奶粉 进口数量及金额: 当月值	22
图表 9 : 牛奶/酸奶零售价 (元/升、元/公斤, 周)	23
图表 10 : 我国餐饮收入情况 (累计, 月)	26
图表 11 : 南华豆粕指数、郑糖指数	27
图表 12 : 22 个省市仔猪/生猪/猪肉平均价	30
图表 13 : 全国猪粮比价情况	30
图表 14 : 主产区平均价 (肉鸡, 元/羽, 元/500g, 元/公斤)	31
图表 15 : 主产区平均价 (毛鸭, 元/羽, 元/500g, 元/公斤)	31
图表 16 : 36 个城市平均零售价 (牛肉、羊肉)	32

表格目录

表格 1 : 食品饮料行业个股涨跌幅前五	7
表格 2 : 近期股东大会安排	39
表格 3 : 近期限售股解禁情况	39
表格 4 : 食品饮料行业股票池	40

1、一周行情回顾

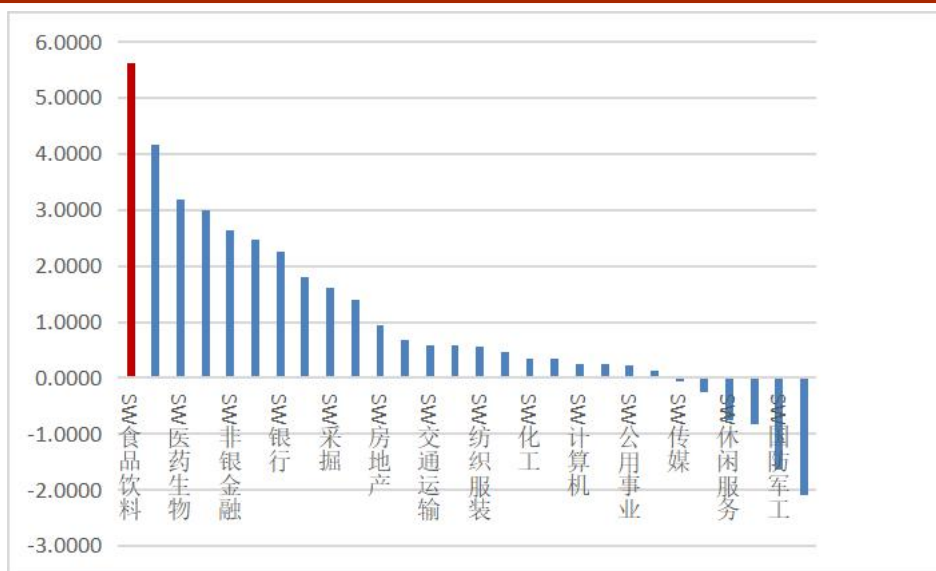
上周，上证综指上涨 1.65% 收 2596.01，深证成指上涨 1.44% 收 7581.39，创业板指上涨 0.63% 收 1269.50。沪深 300 上涨 2.37% 收 3168.17，食品饮料（申万）上涨 5.63%，涨幅在申万 28 个一级行业中排第 1 名。

图表 1：食品饮料行业表现（相对沪深 300 指数，2017 年 7 月以来）



数据来源：Wind，爱建证券研究所

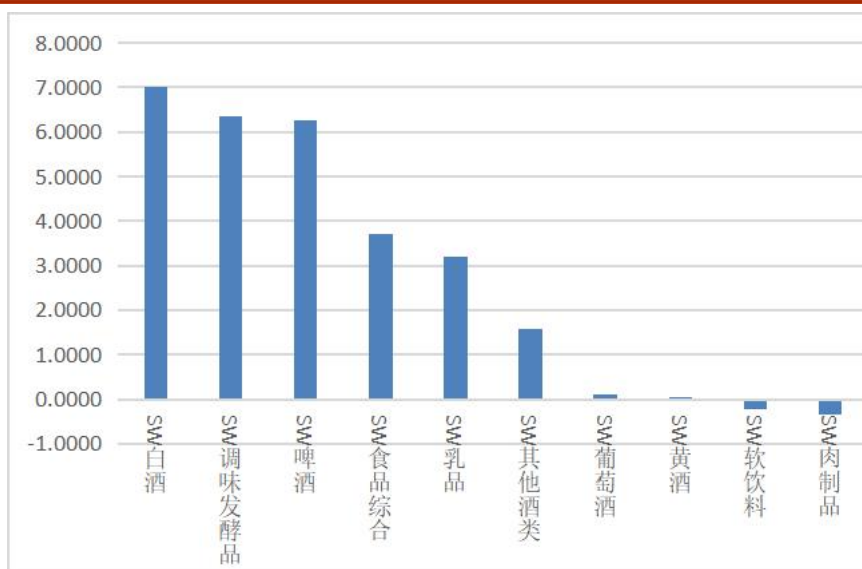
图表 2：申万一级行业板块表现（2019/1/14-2019/1/18）



数据来源：Wind，爱建证券研究所

上周食品饮料行业子板块涨跌不一，其中：白酒板块上涨 7.01%，涨幅最大；肉制品板块下跌 0.35%，跌幅最大。

图表 3：食品饮料子行业表现（2019/1/14-2019/1/18）



数据来源：Wind，爱建证券研究所

个股方面，*ST 椰岛（属其他酒类板块）上周领涨，上涨 13.46%；金字火腿（属肉制品板块）跌幅较大，下跌 5.11%。

表格 1：食品饮料行业个股涨跌幅前五

	证券代码	证券简称	周涨跌幅 (%)
涨幅前五	600238. SH	*ST 椰岛	13.4615
	600702. SH	舍得酒业	12.3330
	603886. SH	元祖股份	9.7561
	600600. SH	青岛啤酒	8.9732
	603027. SH	千禾味业	7.5916
跌幅前五	600543. SH	莫高股份	-3.2544
	600084. SH	中葡股份	-3.2787
	002568. SZ	百润股份	-3.3405
	600186. SH	莲花健康	-3.3981
	002515. SZ	金字火腿	-5.1064

数据来源：Wind，爱建证券研究所

2、重要公告及资讯

■ 酒类

[行业资讯] 近日，贵州茅台 2018 年度全国供应商大会在茅台国际会议中心召开，来自全国各地的 300 余名供应商代表齐聚一堂，共同分享经营合作经验，凝心聚力共谋合作愿景。

过去一年，茅台与供应商坚持“互利互信、合作共赢”，共同推动和分享了茅台更有效益、更有质量、更可持续的发展。一年来，茅台不断规范采购程序、提高产品质量、优化生产成本、防范采购风险，采购机制体制更加有序高效。各供应商切实推进供给侧结构性改革，供应质量、效益不断提高，有效保障茅台品质更加过硬，更加可靠。

“红粮质量管控更加有力、供应商管理更加严格、服务能力有了新的提升。”这是李保芳在评价茅台 2018 年采购供应工作时，点赞的三个方面成绩。

“2019 年，是茅台向千亿目标冲刺的关键年份，所有工作都要围绕千亿干。所以，原料采购供应作为各项工作，特别是生产和营销工作的‘桥头堡’，显得尤为重要。”

在安排部署今年采购供应工作时，李保芳表示，要坚持标准坚守品质，为茅台改革发展提供优质高效的供应服务；要增强互信“亲上加清”，构建新型厂商关系；要着眼长远巩固基础，建立长期稳定的合作关系。

会议还明确了今年采购供应工作的具体任务：保障茅台酒和系列酒生产用有机高粱、有机小麦、糯高粱等原材料供应；保障茅台酒和系列酒配套包装材料供应；保障各生产单位五金低耗、窖泥等辅助材料供应；出台有机高粱基地建设管理三年规划；保障各类工程建设、设备技改工作，重点完成“十三五”中华片区茅台酒投产新增设备和 3 万吨酱香系列酒技改工程及其配套设施设备项目招投标工作；保障“智慧茅台”配套信息化建设、新媒体运营推广工作；做好茅台品牌战略定位，打造品牌宣传升级版；全面开展公开招投标，建立健全供应商库，培育战略供应商，为茅台供应品质保驾护航。（贵州茅台）

[行业资讯] 1 月 14 日，茅台酒、酱香系列酒 2019 年贵州省区经销商迎新春座谈会贵阳举行，茅台集团党委书记、董事长、总经理李保芳出席会议。

春节临近，集团做什么，经销商做什么？李保芳强调了三个问题：

第一，如数如期安排投放。“春节前要投放 7500 吨茅台酒，不是放空话。茅台会组织好计划，如数如期投放。这个数是最低要求，只能超，不能欠”，李保芳强调。数据显示，截至 2019 年 1 月 14 日，茅台酒销售量已超过 5000 吨，同比增长近 1.5 倍，“按这个规模投放，7500 吨是可以保证的”，他说。对茅台猪年生肖酒，“也要应投尽投，不能放着不卖，要顾及消费者的感受，让消费者在过年的时候能买到”。

第二，千方百计做好服务。“文化与服务两大主题，已经提了两年。今年的服务质量，应该比去年有较大提高和明显进步”，李保芳要求。他强调，“春节期间，

是最重要的一个服务期”，所有的经销商，都要千方百计给消费者做好服务，全力保障消费者对茅台“文化”和“产品”的需求。他倡议，1月25日左右，“老板”们要站到前台，拉近和消费者的距离，更好地宣传茅台文化、了解市场行情和消费者诉求，树立茅台的良好形象。

第三，一如继往管好价格。“稳定价格仍然是当前的一个重要工作”。李保芳强调，不管怎么卖，价格是要管的，不要大涨，更不能暴涨。特别是在重要的传统佳节期间，希望大家维持价格稳定，不要跟风，不要推波助澜。他说，这是特别要利用座谈会“发的信号”。

李保芳指出，贵州是酱香系列酒的主战场，占有较大的销售比例。截至1月13日，市场投放量已是去年同期的5倍，大体上已经超过全年任务的8%，开局良好、势头不错。

“不久的将来，酱香系列酒市场会做得更好，基础工作也会更实，今后一定会成为白酒行业一个耀眼的亮点”。李保芳强调，要切实树立酱香系列酒整体形象：一要打造品质和品牌。“酱香系列酒整体形象就在于这是一瓶好酒”。要通过加强品质和品牌管理，提升消费者的认同感，把它打造成一个好的品牌；二要打造管理队伍。酱香系列酒做到今天的规模，暴露出了管理中的薄弱环节，机制体制仍需进一步变革、完善；三要打造营销队伍。经过多年的努力，酱香系列酒的营销队伍越来越成熟，经验也越来越丰富，但仍需加强队伍建设，凝聚发展力量。

李保芳指出，市场形势瞬息万变，不能睡大觉、高枕无忧，要居安思危。“将来要形成一个理念，做系列酒要像做茅台酒一样，让所有人能有自豪感、荣誉感、责任感”，通过创造性地工作，把酱香系列酒做成全国最好、最知名的酒之一。（贵州茅台）

【行业资讯】1月16日，2019年赖茅酒业全国客户联谊会在北京国家会议中心召开。本次大会以“做品质、树品牌、稳健发展，强管理、抓动销、筑基固本”为主题。

赖茅作为茅台集团倾力打造的三大全国性知名品牌之一，受到了重点推广扶持，这也使得赖茅酒的品质和口碑得到了保障。李明灿表示，赖茅刚刚进入10亿元销售额级群落，未来仍大有可为、任重道远。赖茅人要深刻铭记“赖”字的天然使命：值得信赖，必然赢利。

面向2019年，李明灿明确提出四点要求：第一、赖茅要资源聚焦，把现有的渠道做精、做细、做深、做透，构建赖茅的主力军；第二、在市场方面要找准突破口，比如在羽毛球的体育营销方面仍需要不断深挖，做细做透相关活动和相关人群；第三、广大经销商和赖茅员工要以实现赖茅品牌的长足发展为唯一标准，以赖茅品牌为核心凝聚向心力；第四、要充分认识赖茅在渠道和品牌等各方面的个性，走出一条区别于现有任何一家白酒同行的“赖茅模式”，全力推动赖茅发展再上新台阶。

贵州赖茅酒业有限公司总经理宿梦爨在总结中介绍到，赖茅公司四年间销售量从0增长到近4000吨；销售额已突破十四亿元，远超同行业水平，成为茅台股份公司又一个10亿级大单品。2018年，销售同比增长38%、销售额增长67%、易

捷终端 POS 销售金额同比增长 69%、公司利润同比增长约 2.5 倍的成绩。（贵州茅台）

【行业资讯】 摘掉连续五年亏损的帽子，销售额进入行业前十名，1 月 17 日，茅台葡萄酒公司五年来的首次全国经销商联谊会在茅台召开。

李保芳称，茅台“红、白”互补共赢的序幕已经拉开，茅台葡萄酒要坚持“不做行业龙头，但要做行业最好；不做规模最大，但要做最具特色”的思路，全面提升产品品质，坚持走小而精的路线，形成新的业务增长极。

从茅台集团长期存在的一块“心病”、一个包袱，通过调结构、提品质、强基础、拓市场，茅台葡萄酒公司扭转颓势、实现盈利，走上良性发展的轨道，总体呈现稳中向好态势。与 2015 年相比，茅台葡萄酒公司销量增长 46%，营业收入增长 42.9%，摘掉了连续五年亏损的帽子。

据介绍，茅台葡萄酒公司着力调整产品结构，从 400 余个产品种类削减到 40 个，重点培育了“老树藤”、“大师系列”等明星品牌。其中“老树藤”获得“世界之星”包装大奖，销售一举突破 1200 万元，是三年前单一品类销售额的 10 多倍。其中，“全球选、茅台酿、庄园藏”品质提升工程，被出席会议的杨强评价为“我国葡萄酒行业产品发展适宜路径之一”。

与此同时，茅台葡萄酒公司集中精力做优品质，产品质量达到了“平衡圆润醇厚、香气丰富”的高品质葡萄酒要求，全面改变了市场对茅台葡萄酒“酸度高、酒体淡薄、风味不足”的印象。

有了前面的工作后，全力以赴开拓市场，做透市场，提升服务水平，坚持优化经销体系，规范市场管理，淘汰清理了 90 余家市场开拓能力弱，单纯傍大牌、蹭热度的贴牌商，吸引了 90 家新经销商加入、315 家茅台酒经销商参与、10 个茅台酒经销商联谊会主动合作。（贵州茅台）

【行业资讯】 近日，洋河在宿迁洋河基地召开年度工作大会。会上，洋河股份董事长王耀表示，洋河 2019 年将全面实施“1246 工程”，即：

坚定不移树立一个坚守，坚守品牌“导入期、成长期、成熟期、持续期、全周期”的五个周期规律；

全力以赴追求两大目标，一是酒体绵柔度取得革命性突破，二是力保市场销售增长高于行业增长的平均水平；

从容不迫抓实转型四个关键，包括消费升级、行业分化、信息泛滥及高维竞争；

锲而不舍精铸六大力量，包括至强的产品力、直入人心的品牌力、攻守兼备的渠道力、坚强可靠的配套力、迎接未来的创新力、昂扬向上的文化力。（微酒）

【行业资讯】 近日，泸州老窖国窖酒类销售股份有限公司发布了“关于调整 52 度国窖 1573 经典装产品酒行渠道价格体系及配额的通知”。核心内容显示：一、即日起（2019 年 1 月 8 日），52 度国窖 1573 经典装产品（规格为 500ml*6）酒行供货价建议为 810 元/瓶，团购价建议为 880 元/瓶，零售价建议为 1099 元/瓶。二、鉴于国窖 1573 产能呈现饱和，2019 年 1 月 52 度国窖经典装产品配额

扣减 20% 执行。（糖酒快讯）

【行业资讯】 近日，水井坊 600 年“运”藏其中·金狮献瑞·晶猪贺岁水井坊新品发布会在成都举行。据悉，此次水井坊推出的两款新品定价 1088 元的典藏大师版（金狮装）和定价 2399 元水井坊晶猪装，都是在全国上市发行，同时水井坊更是以这种新春礼品酒发布的形式解开了“运”藏其中为主题的水井坊 2019 年春节主题营销大幕。（酒说）

【行业资讯】 近日，以“奋斗新五年”为主题的 2019 今世缘发展大会在高沟镇召开。今世缘酒业党委书记、董事长、总经理周素明表示，今世缘将以“五大优势”挑战从 2019 年——2023 年“奋斗新五年，实现翻两番”的新五年战略目标，主要由白酒业务、投资业务两大业务完成。努力在高质量发展中缩短与标兵差距、拉大与追兵距离。（酒业家）

【行业资讯】 近日，2019 年景芝酒业发展大会在齐鲁酒地召开。会上，景芝酒业董事长刘全平提出的景芝酒业“五年发展战略”，“新五年，景芝酒业要坚定不移地锁定百亿目标，五年实现主营业务翻两番，五年末集团收入 100 亿，白酒收入 80 亿，利税过 30 亿，职工人均年收入 10 万元。”

“新五年发展战略”的核心是“三个坚定不移”，即坚定不移地锁定百亿目标、坚定不移地强化产能保障、坚定不移地实现共赢发展。（酒说）

【行业资讯】 近日，富邑集团宣布，与泸州老窖集团携手引进的澳大利亚百年老庄 Saltram 锁唇酒庄系列产品正式登陆中国。该品牌系列将由泸州老窖集团旗下锁唇国际酒业股份有限公司独家代理。

此前，Saltram 锁唇酒庄传承臻品“S 系列”已于 2018 年 12 月首度全球亮相，以数字代表品质简化葡萄酒分级制度，让消费者更容易根据不同的场合与需求选择相应的葡萄酒。

“S 系列”在华发布后，将逐步展开一系列与摄影艺术结合的线上、线下活动，作为品牌市场推广的核心，传递 Saltram 锁唇酒庄所坚持的“3S”酒庄理念。

Saltram 锁唇酒庄是澳大利亚最为古老的酒庄之一，在澳大利亚当地具有极高的知名度。作为开创澳大利亚巴罗萨产区的先驱，Saltram 锁唇酒庄于 1859 年由威廉·索特（William Salter）先生和他的继承人爱德华·索特（Edward Salter）在巴罗萨谷创立。150 多年来，澳大利亚富有盛名的酿酒师都曾服务于锁唇旗下。（葡萄酒研究）

【行业资讯】 权威机构国际葡萄酒及烈酒研究所（IWSR）近日发布了全球起泡酒企业及品牌 TOP25 榜单（以 2017 年数据统计，2018 年数据汇总需在今年 3 月以后）。榜单数据显示，2011 年全球起泡酒（Sparkling Wine）与静止葡萄酒（Still Wine）的销量比例为 1: 10，到了 2017 年，这一比例已经缩小到了 1: 9。

数据显示，2017 年全球起泡酒总销量为 31.42 亿瓶，较之上一年增长了 1.6%；零售总额达到了 256.65 亿欧元（折合人民币约 2012.15 亿元）。

2018 年 3 月，德国汉凯（Hankell）起泡酒集团正式与西班牙菲斯奈特集团（Freixenet）签订收购协议，以近 2.2 亿欧元的价格收购了菲斯奈特集团 50.7%

的股份。2017年，两家起泡酒销售总量达到2.35亿瓶，零售额达到15.96亿欧元，成为毫无争议的起泡酒巨头，领跑全球市场。

零售额方面，LVMH则以34.75亿欧元的绝对优势占据了榜首位置，这主要得益于该公司旗下的香槟销售。

此外，排名前十位的公司还包括有美国嘉露、意大利优尼特、美国星座、法国保乐力加和法国卡思黛乐等。同时，以烈酒著称的百加得集团、以Penfolds奔富品牌被国内消费者熟知的富邑集团亦有上榜，分列第11和21位。

就香槟而言，数据显示，2017年全球香槟销量为3.05亿瓶，零售额85.2亿欧元。其中，LVMH一家的零售额便超过了31亿元，占到香槟总零售额的36.5%，可谓一枝独秀。

现阶段，起泡酒的消费仍主要集中在欧洲、美国、德国等地区。根据IWSR的划分，全球销售覆盖范围超过30个国家的品牌产品可称为全球出口品牌，全球销售覆盖范围不足30个国家但具有一定销量和影响力的品牌产品则称为地区领先品牌（Local Hero Brands）。而在全球销量排名前25位的起泡酒品牌中，仅有5个品牌的销售覆盖范围超过了30个国家。（葡萄酒研究）

{行业资讯} 喜力(Heineken)利用美国便利店高酒精浓度啤酒的销售增长，将推出一罐24盎司、酒精浓度为7.5%的罐装Tecate啤酒。

Tecate Titanium是一款具有独特的味道和香气的啤酒，采用一种独特的酿造过程，这种酿造过程会产生更高的酒精含量和清爽的饮用性。喜力表示，这款啤酒进入了一个细分市场，在这个市场中，6.5%+的酒精浓度产品的总销量增长了6.5%，单罐啤酒的销量增长了11.6%。

Tecate品牌总监Belen Pamukoff表示：“Titanium啤酒为进一步扩大快速增长的墨西哥品类提供了一个独特的高酒精浓度的选择。”“我们的核心目标是西班牙裔消费者，他们目前在现有的高酒精浓度选项中受到的服务不足，因为他们购买的可能性比普通消费者低13%，在这一细分市场上的支出也低30%。我们以具有竞争力的价格提供优质的啤酒，在某种程度上，这是消费者所熟悉的。”“我们在市场上看到了一个缺口，在这个缺口中，大多数高酒精浓度选项是非啤酒、劣质啤酒或啤酒花精酿啤酒。Titanium啤酒的酿造是大胆的，但它也令人耳目一新。”

喜力表示，这种啤酒是利用美国从墨西哥进口啤酒的持续增长而推出的。（啤酒板）

{行业资讯} 近日，重庆啤酒接连发布公告表示公司董事长一职发生变动，履职还不到两年时间的柯俊财递交了书面辞职报告，即将履新的董事长则是从2012年至今一直担任嘉士伯亚洲财务副总裁一职的罗磊。而这已经是2013年嘉士伯增持重庆啤酒5年时间以来，后者第四次更换掌门人。

在啤酒营销专家方刚看来，此举意味着自2013年底至今，嘉士伯对重庆啤酒长达5年的整合走向尾声。记者梳理发现，除董事长一职以外，2014年至今，重庆啤酒共经历了29次管理层人士变动，其中2014年就有12次，2015年8次。

伴随着整合的步伐，重庆啤酒经历了业绩“过山车”，2014年营利双下滑，2015年陷入亏损，2016年、2017年利润增长但营收下降，直到2018年第一季度开始营利双增长。

而重庆啤酒控股股东嘉士伯在中国市场也面临着市场版图与份额的极大落差，同时主打高端产品也面临着极大的竞争压力，如何突围显得尤为关键。

为挽救业绩，嘉士伯选择战略收缩，采取包括关停工厂、出售亏损子公司等一系列措施，并推行产品高端化战略，营收和净利润皆实现一定增长。

2018年12月22日重庆啤酒发布公告称，公司将关闭常德酒厂。公告中还进一步透露，未来重庆啤酒可能还会持续出让、关停冗余机构或企业，以提高生产水平。事实上，早在2015年，重庆啤酒就关闭了綦江、柳州、九华山、永川、黔江和六盘水等酒厂的生产性业务。2016年至今，又陆续完成转让大梁山、六盘水、九华山、亳州、金山、柳州等酒厂的股份及债权。嘉士伯方面曾表示，关闭工厂是对辐射能力弱、可替代性强、运行效率低的工厂实施优化。

战略定位专家徐雄俊认为，关厂、出售子公司是啤酒行业的常见手段，不少企业都存在资产过剩或企业利润低下的问题，出售亏损子公司是为了扩大利润，向轻资产模式进行转化。

同时，重庆啤酒收缩市场区域，根据重庆啤酒历年年报，截至2015年，重庆啤酒的主营业务分地区分别为西南地区、华中地区、华东地区、西北地区；而2016年开始，主营业务分地区情况已经聚焦为重庆、四川、湖南等地。

根据嘉士伯2018年上半年财报，中国已经成为了嘉士伯收入最高的市场，中国市场对嘉士伯的重要性不言而喻。除重庆啤酒外，嘉士伯进入中国市场23年来，还通过合资经营或者全资控股的方式拥有了云南的华狮啤酒和大理啤酒，西藏的拉萨啤酒，新疆的新疆啤酒、乌苏啤酒，甘肃的黄河啤酒，宁夏的宁夏啤酒等，控制了西部大量的啤酒版图。

但从嘉士伯的市场份额却不尽如人意。根据前瞻产业研究院信息，截至2017年上半年，嘉士伯在中国啤酒市场所占的份额为5.7%，排名第五。华润雪花、青岛啤酒、百威英博、燕京啤酒分别以25.9%、17.6%、16.2%、10%的市场份额排在嘉士伯之前。前瞻产业研究院认为，虽然嘉士伯在国内市场占有一席之地，但与龙头差距较大，未来市场份额扩大存在一定的挑战。

在方刚看来，嘉士伯作为国际啤酒巨头，其高端产品如乐堡、凯旋1664等产品具有良好的品牌形象，拥有一定的竞争力。但在中国市场，嘉士伯重点推行的高端产品也遭遇了“阻击”。为了布局高端市场，青岛啤酒连续推出青岛啤酒奥古特、青岛啤酒鸿运当头、青岛啤酒经典1903、全麦白啤、炫奇果啤、枣味黑啤、桶装原浆啤酒、皮尔森等产品；而燕京啤酒从2016年开始加大听装和鲜啤的推广力度，扩大中高端产品生产线；此前，华润雪花也发布了勇闯天涯superX，定位中高端。同时，2018年11月5日，华润集团（啤酒）有限公司斥巨资20亿元人民币拿下喜力在华7家公司，同样为华润啤酒向高端啤酒市场扩张提供了机会。

孙巍认为：“嘉士伯已错过了中国啤酒行业高速增长的历史机遇。过去规模经济

增长模式，一去不回。因此，5%市场份额可以理解。嘉士伯逐步切换为利润增长和新啤酒投资增长的双轮驱动发展方式，这符合新时期啤酒行业的企业顶层设计。同时，嘉士伯应该聚焦到新增量市场和新消费者。嘉士伯需要加强多品牌战略，尤其是高端啤酒品牌占位及精酿新零售的布局。”（中国经营报、啤酒板）

【今世缘】 2018年度业绩预增公告：经财务部门初步测算，预计公司2018年度实现归属于上市公司股东的净利润10.75亿元—11.65亿元，与上年同期（法定披露数据）相比增加20%—30%；预计扣除非经常性损益后归属于上市公司股东的净利润10.49亿元—11.37亿元，同比增加20%—30%。本期业绩预增的主要原因：（1）公司坚持“紧扣主要矛盾，谋划酒缘大业”，全面深化“品牌+渠道”双驱动，不断拓展市场份额，产品销售收入稳步增长。（2）产品结构进一步优化，尤其是公司特A+类产品销售收入增长较好（“特A+类”指出厂指导价300元<含税>以上白酒产品）。

【伊力特】 关于公开发行可转换公司债券申请获得中国证监会核准批复的公告：近日收到中国证券监督管理委员会（以下简称“中国证监会”）出具的《关于核准新疆伊力特实业股份有限公司公开发行可转换公司债券的批复》（证监许可〔2018〕2225号），批复具体内容如下：一、核准公司向社会公开发行面值总额87,600万元可转换公司债券，期限6年。二、本次发行可转换公司债券应严格按照报送中国证监会的募集说明书及发行公告实施。三、本批复自核准发布之日起6个月内有效。

关于以集中竞价交易方式回购股份的回购报告书：1、回购金额：不低于人民币1亿元，不超过人民币2亿元；2、回购股份价格：不超过21.74元/股；3、回购期限：自公司股东大会审议通过回购股份预案之日不超过六个月；4、本次回购股份相关事项已经公司2019年第一次临时股东大会审议通过。

【威龙股份】 关于以集中竞价方式首次回购股份的公告：1月18日，公司通过集中竞价交易方式实施了首次回购，具体情况如下：公司通过集中竞价交易方式首次回购股份63,700股，占公司总股本的0.028%，成交最低价为13.08元/股，成交最高价为13.14元/股，支付的总金额为人民币834,268元（不含印花税、佣金等交易费用），本次回购符合公司回购方案的要求。

【中葡股份】 关于公司持股5%以上股东所持公司部分股份被动减持的公告：1月17日，中信国安葡萄酒业股份有限公司（以下简称“公司”）收到公司持股5%以上股东中信国安投资有限公司（以下简称“国安投资”）通知，国安投资质押给申万宏源证券有限公司的公司部分股票被依约卖出。本次依约卖出前，国安投资与中信国安集团有限公司（以下简称“国安集团”）作为一致行动人，合计持有公司股份507,926,298股，占公司总股本的45.20%；本次依约卖出后，上述一致行动人合计持有公司504,926,298股股票，占公司总股本的44.93%。本次依约卖出后国安投资持有公司117,452,712股股票，占公司总股本约10.45%。

【古越龙山】 关于聘任公司副总经理的公告：1月17日召开第八届董事会第六次会议，审议通过了《关于聘任公司副总经理的议案》。经公司董事会提名委员会审核同意，董事会聘任徐岳正先生为公司副总经理，任期与本届董事会一致。

【会稽山】 关于股东减持股份计划实施结果的公告：1、股东持股基本情况：本

次减持计划实施之前，绵阳基金持有公司无限售条件流通股 310.10 万股，占公司股份总数的 0.624%，为公司首次公开发行股票并上市前股份，该部分股份已于 2017 年 8 月 25 日起上市流通。 2、减持计划主要内容：绵阳基金计划自 2018 年 11 月 5 日开始至 2019 年 5 月 23 日止，通过大宗交易方式或集中竞价交易方式减持公司股份不超过 310.1 万股，占公司股份总数的 0.624%。减持价格区间为 8 元/股-16 元/股。 3、减持计划完成情况：绵阳基金于 2018 年 11 月 26 日至 2019 年 1 月 17 日，通过集中竞价方式减持会稽山股份共计 310.1 万股，占会稽山总股本的 0.624%。截至本公告日，本次减持计划已经实施完毕，绵阳基金也不再持有公司股份。

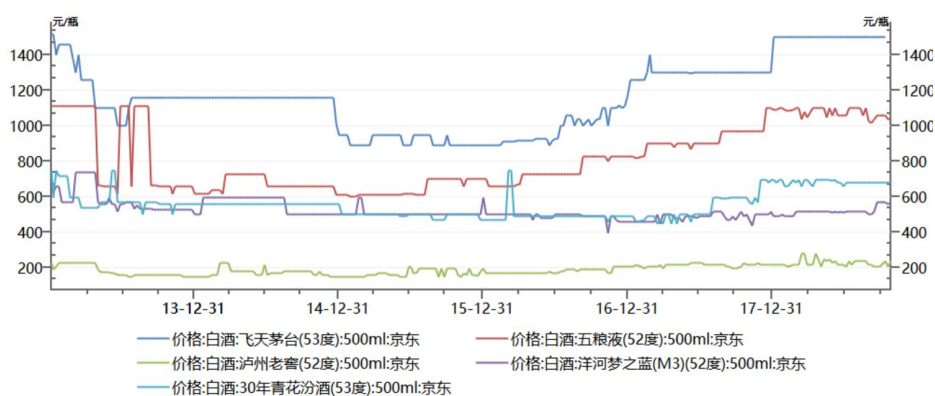
【*ST 椰岛】重大事项进展公告：一、公司股东股权转让事项进展情：2019 年 1 月 18 日，公司收到海口市国有资产经营有限公司（以下简称“国资公司”）《国资公司关于海南椰岛国有股份转让事项进展情况的函》，函件称：关于国资公司与海南建桐投资管理有限公司签订的《海南椰岛（集团）股份有限公司 7873.7632 万股国有股份之股份转让协议》，国资公司于 2018 年 12 月 24 日收到市国资转来的省国资委《关于海南椰岛（集团）股份有限公司国有股权转让事项的复函》（琼国资产[2018]120 号），2018 年 12 月 26 日，国资公司将批复内容与终止履行股权转让的事宜通知了海南建桐投资管理有限公司，协议终止的相关事项正在处理当中。 二、公司非公开发行股票事项进展情况：根据中国证监会 2017 年 2 月修订的《上市公司非公开发行股票实施细则》相关规定，并结合公司实际经营情况，公司拟对本次非公开发行方案再次进行修订，目前，公司聘请的中介机构正在开展前期尽职调查工作。鉴于本次修订后的非公开发行方案及相关文件需经公司董事会、股东大会再次审议，尚存在不确定性，请广大投资者注意投资风险。

关于股东增持进展公告：1、东方君盛持有公司股票的情况：截止本公告日，北京东方君盛投资管理有限公司（以下简称“东方君盛”）持有海南椰岛（集团）股份有限公司（以下简称“公司”或“海南椰岛”）93,410,473 股无限售流通股股票已分别被兰州市中级人民法院、贵州省高级人民法院、浙江省杭州市中级人民法院冻结或轮候冻结（详见 2018-037 号、2018-049 号、2018-068 号公告）。 2、增持计划的实施进展情况：截止本公告日，东方君盛正在积极处理上述股票被冻结事项，尚未实施本次增持计划。东方君盛承诺将积极推进处理上述股票被冻结事项，待相关事项处理完毕后再实施本次增持计划。因此，东方君盛决定将本次增持期限延长 6 个月，即从 2018 年 9 月 14 日延长至 2019 年 3 月 14 日，除此之外，本次增持计划的增持方式、增持数量等保持不变。

【*ST 皇台】关于继续推进重大资产重组事项的进展公告：一、本次筹划的重大资产重组基本情况：公司拟以现金增资的方式购买深圳市中幼国际教育科技有限公司的部分股权，本次重组基本情况详见公司于 2018 年 1 月 23 日在《证券时报》及巨潮资讯网披露的《公司关于股票复牌且继续推进重大资产重组事项公告》（公告编号：2018-10）。 二、复牌后重大资产重组主要进展情况：截至本公告披露日，上述重大资产重组事项正在筹划中，中介机构正在对标的公司历史沿革、合规经营、资产权属、财务状况等事项开展尽职调查、审计、评估等各项工作，交易各方正在对重组方案进一步协商沟通，交易协议内容也在磋商及论证中。 三、重大风险提示：本次筹划重大资产重组的交易双方尚未就标的资产

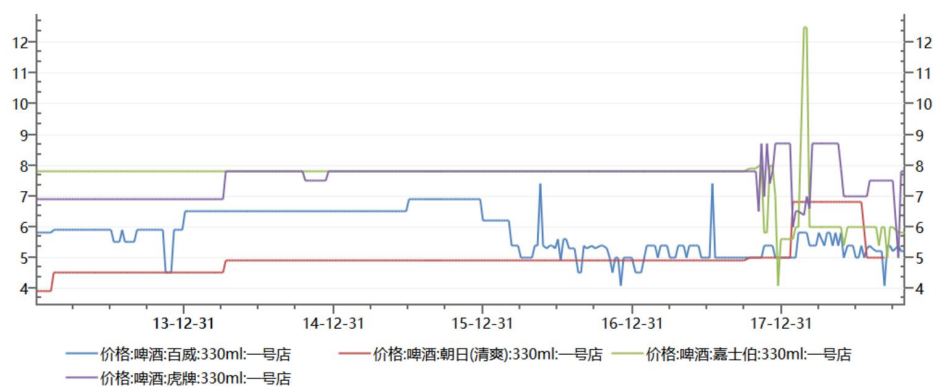
签署正式协议，本次交易尚需公司董事会、股东大会审议通过，并取得相关权力机关的批准、备案及同意（如需）等，公司筹划的重大资产重组事项尚存在不确定性，敬请投资者注意投资风险。

图表 4：若干品牌白酒零售价



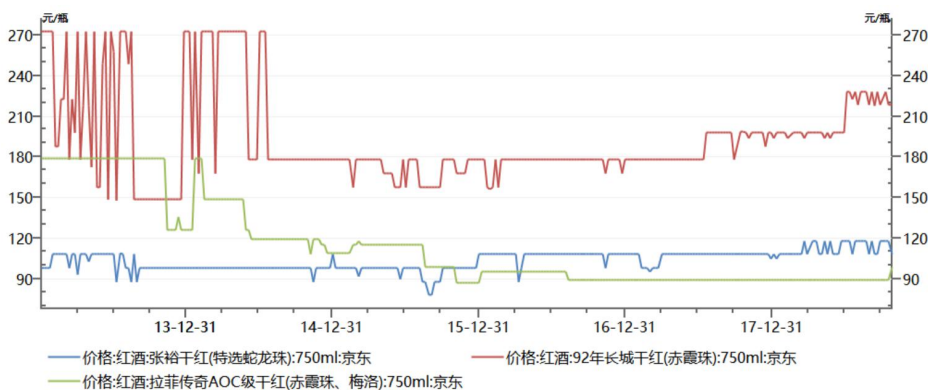
数据来源：Wind，爱建证券研究所

图表 5：若干品牌啤酒零售价



数据来源：Wind，爱建证券研究所

图表 6：若干品牌红酒零售价



数据来源：Wind，爱建证券研究所

■ 乳制品

【行业资讯】 数据显示，1978年，中国的鲜奶总产量仅为58.3万吨，2017年，全国牛奶产量达到3545万吨，较之1978年翻了60倍。2017年中国乳业市场总销售额为3753亿元人民币，是2007年的3.7倍，超过了同期GDP的增长。

上世纪90年代，中国乳业迎来了发展的黄金期。国务院批转的农业部《关于加强发展畜牧业的报告》中说，“提高蛋、肉、奶在食物中的比重，要进一步加强畜牧业的领导。”这是中国政府首次将“奶类”列入中国居民的食谱中。

20世纪90年代中期的乳业市场可谓“群雄割据”，大家各自经营着区域内的小“地盘”，即使技术有了突破，牛奶依旧只能滋养少数人。对此，中国乳制品工业协会名誉理事长宋昆冈回忆：“过去农村的消费者只能喝奶粉，因为牛奶运输不过去。1984年，内蒙古扎鲁特旗乳品厂引进了国内第一条常温液态奶生产线。”

随着伊利等常温液态奶的异军突起，扩大了运输半径，牛奶从北方销到南方，常温奶走进了三四线城市和农村市场，改变了国人的饮奶习惯，强劲的消费力量带动了我国乳业的整体发展，使我国乳制品市场得到快速增长。乳业从企业建设、技术拓展、政策引导、行业标准等方面都有所推进。这段时期，伊利、光明、蒙牛以及三元逐步脱颖而出，中国乳业进入快速发展期。到了2005年，伊利成为首家主营业务收入突破100亿元大关的中国乳品企业。

2008年，三聚氰胺事件重创中国乳业，消费者对国产奶粉的信任崩塌。中国父母全世界抢购奶粉，洋奶粉大举“入侵”，其在国内市场的占有率从2008年之前的20%一度飙升至后来的75%，并进而产生奶粉价格“畸高”的怪相。

中国乳业踏上了一条自我救赎、重振消费信心的艰难征途。品牌企业从给奶牛种草开始，自建现代化牧场，投入巨资用于检测，全程追溯、全产业链、全流程，一切从头再来。为了重振国产乳业、重塑中国乳业形象，从政府到行业再到企业，对乳品质量安全的标准近乎严苛。为了加强质量管控，各大乳企纷纷下大力气引入人才、设备，强化流程管理，尤其在技术上不惜成本进行投入。

随着行业规模的逐年增大，行业的集中度保持较高水平。2017年，伊利、蒙牛、光明等12个“中国乳业领军品牌”销售收入达1705.07亿元，占全行业的48.66%，这些品牌不仅在国内享有盛誉，而且在国际上也具有一定知名度。伊利、蒙牛、光明、圣元、飞鹤已跨出国门，在资源优势的国家建设生产基地，成为名副其实的跨国公司。伊利和蒙牛分别位居世界乳业第八位和第十位。

2008年，乳业销售收入1431亿元，乳制品产量1811万吨，其中液体乳1525万吨，婴幼儿配方乳粉约35万吨。2016年，乳业销售收入3504亿元，乳制品产量2993万吨，其中液体乳2737万吨，婴幼儿配方乳粉约80万吨。与2008年相比，分别增长145%、65%、79%、129%。

目前，中国是世界第三大乳制品生产国，也是世界上最大的乳制品进口国。中国已成为澳大利亚最大的乳制品出口市场，也成为澳乳制品行业重要的投资者。而新西兰是中国乳制品进口最大来源地，占中国乳制品进口总量的37%。中国乳制品进口的高速增长，为中外乳制品企业的合作提供了广阔的市场机遇。

中国乳业的国际化经历了引进来和走出去的历程。上世纪八九十年代，雀巢、惠氏和美赞臣等婴幼儿配方乳品企业以及国际乳业罐装设备制造企业利乐等进入中国，为中国乳业带来了全新的管理、加工、研发和市场的理念。如今，伊利、蒙牛、光明、飞鹤等企业昂首走向国际。从当初的向外资企业全方位学习，到今天中国本土企业也可以为投资国输出代表国际水平的管理经验、检测技术，培训技术员工，为稳定当地经济、创造就业机会贡献中国乳业的智慧和力量。

而国产的乳品加工技术装备也从当初完全依赖进口，到出口世界百余国家。杭州中亚、广东粤东机械、山东碧海、上海普丽盛等机械包装制造企业生产的装备已出口到世界百余个国家。（中国食品报）

【行业资讯】农业部公布的2018年9—11月份农产品供需形势分析月报显示，原料奶收购价格7月份止跌后，保持连续上涨。其中，11月份原料奶收购价3.54元/kg已经突破了前10个月的最高点。供需平衡的打破导致第四季度原料奶收购价格持续走高。一是随着天气逐渐进入冬季，奶牛产奶的淡季开始到来，原料供应的趋紧促使奶价上涨；二是随着第四季度市场逐渐进入旺季，乳品企业开始为元旦、春节传统旺季的备货提前储备原料奶。

与此同时，从农业部2018年9—11月全国监测城市鲜奶平均零售价来看，零售价环比保持稳定，同比略涨，反映出短期内鲜奶消费的稳定。

进口乳品依然保持着增长的态势，但进口液态奶进口量出现同比首次下降的现象。据海关最新统计数据显示，1—11月我国累计进口液态奶63.03万吨，同比下降0.5%。其中鲜奶同比下降0.1%，酸奶同比下降8%，这是近15年来液态奶进口量首次出现同比下降。

液态奶进口量的首次下降，预示着我国液态奶进口增幅已经逐渐收窄并进入到瓶颈期，短期内进口液态奶难有较大的增长幅度。这也说明我国消费者对于液态奶消费正日趋理性，消费者对液态奶“本地”、“低温”、“新鲜”的认知正在得到加强；同时也证明，国内乳企对于低温液态奶的发力，在一定程度上抑制了液态奶的进口需求。（睿农研究、乳业时报）

【行业资讯】 中国奶业发展面临的机遇：

——消费增长拉动奶业发展。奶业发展的最终是满足乳品消费，消费驱动奶业发展，消费衍生新的发展需求。未来，随着人口的增长、经济收入的增加和膳食理念的改善，奶类消费市场将持续刚性增长，未来奶业发展潜力巨大、空间广阔。

——态势向好有利奶业发展。散养和小区已基本退出，标准化规模养殖成为主流，牧场全部机械化挤奶、几乎全部采用全混合日粮饲喂，奶牛单产突破7吨。乳品加工设施完善、管理科学，与奶业发达国家的差距逐步缩小。产业发展趋稳、趋好、趋优，为奶业发展创造了良好的生产环境。

中国奶业发展承担的使命：中国是奶类生产、加工和消费大国，伊利和蒙牛位列全球10强；飞鹤、现代牧业等产品屡获世界食品品质评鉴金奖，君乐宝等通过全球食品安全标准认证，光明、贝因美、新希望等跨出国门。中国民族奶业发展日新月异，中国奶业进入质量安全稳定期，持续健康发展的新时期，民族奶业正蓄势待发，蓬勃而起。“一带一路”中国智慧和“中国方案”的构想，为中国奶业把中国奶沿着“牛奶与蜂蜜流淌的地方”走向世界提供了平台，将中国梦与沿线人民的梦想结合起来，中国奶业必须成为构建世界命运共同体的坚定追梦者。（中国奶业协会）

【行业资讯】 近日，网易考拉宣布与全球知名医疗保健公司雅培在杭州达成战略合作协议。作为各自行业中的“佼佼者”，双方将实现深度资源共享及优势互补。雅培将借助网易考拉平台发力高端奶粉市场，抢占新消费的制高点；这也是网易考拉自宣布更名并向综合电商平台转型后，深度与母婴行业全球知名品牌开展一般贸易合作。

网易考拉CEO张蕾表示，未来几年，消费者对于跨境进口品牌的选择偏好将会发生变化，跨境平台的品质选品和价格优势将成为消费升级品质消费的风向标。自成立之初，网易考拉就将建立全球高等级供应链视为核心布局之一，帮助更多的海外优质品牌方共享中国“新消费”机遇。此次与雅培达成战略合作协议，充分体现了网易考拉“全球品牌最佳合伙人”的平台定位，双方将共同为中国消费者带来值得信赖的高品质、高性价比商品和服务。

雅培营养品部大中华区电商负责人黄伟川表示，雅培的每一罐奶粉都经过各种严格验证与质量把控，与网易考拉自营直采模式确保正品品质的初心高度契合。“新消费”机遇下，包括有机奶粉在内的高端奶粉是新蓝海，其具有天然、稀缺、安全等特性，雅培菁挚已连续多年稳居中国有机奶粉行业第一。网易考拉作为高品质电商代表，深受中产阶级消费者的喜爱，雅培今后将加大布局力度，提供更多卓越的产品。

据了解，雅培始创于1888年，以“以健康创造出可能”为理念。目前，全球5大研发中心超过700位科学家致力于营养研究，坚持制药精神，以严谨科学态度，研发高品质婴幼儿奶粉。截至去年底，雅培旗下8个婴幼儿配方奶粉产品系列和6个特医产品，已通过国家食品药品监督管理局的严格审核并荣获注册证书，获批配方数量领跑外资奶粉品牌。（乳业时报）

【行业资讯】 2018年奶粉配方注册制实施后，奶粉市场按照政策的预期前行，一

些低端企业被淘汰，知名企业得到加强，行业集中度进一步提高，国产奶粉也开始逐渐崛起；二胎政策的落地使婴幼儿奶粉成为最大的刚需，虽然出生率轻微下滑，但人口红利在 2018 年仍然充分体现；随着经济发展和城市化的加速，我国职业女性比例逐渐得到提高，同时剖腹产比例也随之提高，目前母乳喂养率也很低。

这些因素都导致了 2018 年的婴幼儿奶粉市场规模有所增加。但不同渠道占比如何？各品类又是如何分配的？奶粉的购物计划又受到什么影响？本文总结出以下几种趋势供参考：

1、从奶粉销售渠道而言，仍然是母婴渠道占据最主要的地位，电商渠道增速也比较明显，商超已不是最佳选择。就奶瓶、奶嘴这些附属用品来说，母婴、电商渠道也是主要购买途径，商超占有率在减少，而吸奶器绝大部分是在线上销售，母婴门店的占有率都在下降。

2、从产品角度来说，研究数据表明，2018 年上半年婴幼儿奶粉增长 5%，羊奶粉增速 25%，高端奶粉增长 30%，有机奶粉增长 60%。可见，高端、超高端奶粉产品增长势头强劲，超高端产品表现最好，其中有机婴儿配方奶粉在奶粉品类中占比较小，但增长十分迅猛。

3、从品牌角度来说，虽然目前通过配方注册的品牌还是以国产品牌为主，但对于大多数消费者来说，“洋奶粉强于国产奶粉”的观念仍然根深蒂固，数据显示，目前“洋奶粉”在我国依旧占有较大市场份额。其实从天猫双十一的婴幼儿奶粉品牌销售额也可以看出，前十名品牌中仅仅只有贝因美和飞鹤入围，其余全是外资品牌。（尼尔森数据、《2018 中国母婴行业蓝皮书》）

[行业资讯] 2019 年食品行业的“第一涨”，或是和路雪的可爱多甜筒。虽然该产品在频繁降温的冬季并不十分应景，但该公司近日发布了可爱多甜筒的新品，并顺势涨价近 25%。

据了解，和路雪旗下可爱多推出多款新品，新版可爱多甜筒配方全线升级，采用进口奶源，全新包装升级，更简约更现代，更能体现美妙松脆。上新“可爱多棒棒”系列，分别是巧克力棒棒、奥利奥棒棒两种新口味；还有“桃气点”蜜桃乌龙口味（电商专供）和“芋快点”香芋牛奶口味的甜筒；另外，可爱多奥利奥“傲娇系列”又添新成员“傲娇杯”，是一款奥利奥口味的冰淇淋。

此次可爱多不仅从包装和原料上升级，对于终端零售价也有所提升，从之前 4 元钱上涨到 5 元。这当然不是可爱多的第一次涨价，作为中国 15-45 岁人群中，品牌知名度高达 80%的“蛋筒冰淇淋之王”、联合利华生产的“可爱多”均一直都不缺市场，价格也随之水涨船高。从开始的 2.5 元到如今的 5 元，一只可爱多的价格在 10 年间翻了一翻。

一业内人士分析，提价的主要原因是国产奶粉普遍缺货、进口奶粉价格大涨造成的。此外，除了原材料外，今年运营成本、人工和环保等方面的成本均在提高，这也是冰淇淋涨价的原因。

就市场前景来说，似乎也支持可爱多借势涨价，并大干一场。中国冷饮市场在十年内产量增长近 12 倍，品种已经增至 3000 多种。其中，冰淇淋产量在十年间增

长了16倍，未来5-10年内，行业收入仍将保持在20%以上的增速。2015年，全球冰淇淋市场销售额已经超过680亿美元。其中，中国冰淇淋市场正在以每年20%-30%的速度不断飙升，冰淇淋的价格自然也“不应太低”。

去年夏天，冰淇淋的零售价普涨20%，市场上3元以下的冰淇淋数量锐减。为了拉开和同行之间的品牌距离，可爱多的涨价或早在“预料之中”。管理专家孙巍认为，“定价的本质是阶层划分。领导品牌通过涨价来拉升行业的消费，同时实现对手的品牌区隔，从而达到品牌增长和利润增长的目的。”（食品头条）

【伊利股份】关于2016年股票期权与限制性股票激励计划限制性股票第一期解锁暨上市公告：1、本次解锁股票数量：6,425,000股。2、本次解锁股票上市流通时间：2019年1月22日。

关于下属内蒙古惠商融资担保有限公司2018年第四季度对外担保情况公告：一、截止2018年12月31日担保公司本年度累计对外担保总额278,783.50万元，其中上游供应商担保总额为4,460.00万元，下游经销商担保总额为274,323.50万元；担保责任余额共计66,388.81万元，其中上游供应商担保责任余额为4,624.49万元，下游经销商担保责任余额为61,764.32万元。二、截止2018年12月31日担保公司对外担保在保户数687户，其中上游供应商在保户数为41户，下游经销商在保户数为646户。

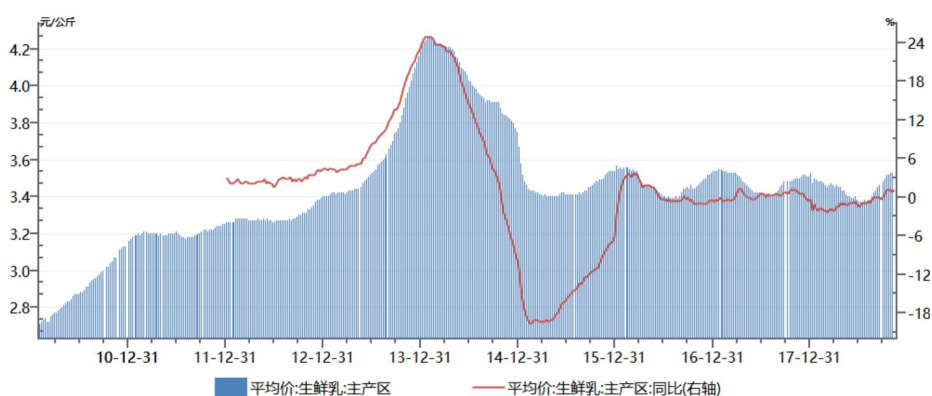
【广泽股份】关于控股股东增持股份计划进展暨增持计划延期的公告：1、增持计划的基本情况：上海广泽食品科技股份有限公司（以下简称“公司”）于2018年7月19日披露了《关于控股股东增持公司股份及后续增持计划的公告》（公告编号：2018-077），公司控股股东、实际控制人柴琇女士计划在自2018年7月18日起的6个月内以自筹资金增持公司股份，拟增持股份数量不少于4,100,000股（约占公司总股本的1%）、不超过12,320,000股（约占公司总股本的3%）。2、增持计划的实施进展情况：自2018年7月18日至本公告披露日，柴琇女士已通上海证券交易所集中竞价交易系统增持了公司股份2,663,631股，合计约占公司总股本的0.65%，占增持下限股份数的64.97%，未达到增持下限股份总数。3、延期实施的原因及内容：增持期间，由于受公司定期报告窗口期、重大资产重组敏感期等因素的影响，导致能够增持公司股份的有效时间缩短，增持主体在原定期限内难以完成原定增持计划。为了维护广大投资者的利益，本着诚信履行承诺的原则，柴琇女士将上述增持计划的实施期延长6个月，即本次增持计划的期限延长至2019年7月17日。

【维维股份】关于公开发行公司债券批复到期的公告：在取得本次公司债券发行批复后，公司密切关注债券市场利率变动情况，积极准备相关事宜。但因宏观经济形势影响，债券市场利率变化造成发行公司债券成本过高，继续推进公司债券的发行工作将不利于公司节约财务成本，优化融资结构。因此，为维护公司及投资者利益，公司未在中国证监会核准发行之日（核准日期2018年1月9日）起的12个月内实施首期债券发行，该批复将到期自动失效。目前公司经营正常，本次公开发行公司债券批复到期不会对公司目前的经营活动造成影响。

关于以集中竞价交易方式回购股份的预案的更正公告：更正后：回购股份的目的：鉴于近期股票市场出现波动，公司认为目前公司股价不能正确反映公司价值。为

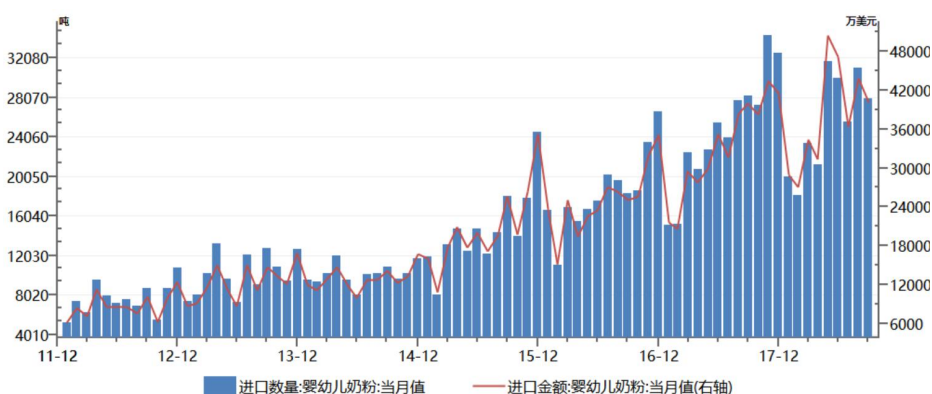
促进公司健康可持续发展，进一步建立、健全公司长效激励机制，充分调动公司及子公司董事、高级管理人员、中层管理人员及核心技术（业务）人员的积极性，有效地将股东利益、公司利益和核心团队个人利益结合在一起，基于对公司未来发展前景的信心以及对公司价值的认可，公司拟用自有资金、金融机构借款和其他合法资金等进行股份回购，本次回购股份的90%-95%用作股权激励计划，5%-10%用于注销。

图表 7：主产区生鲜乳平均价



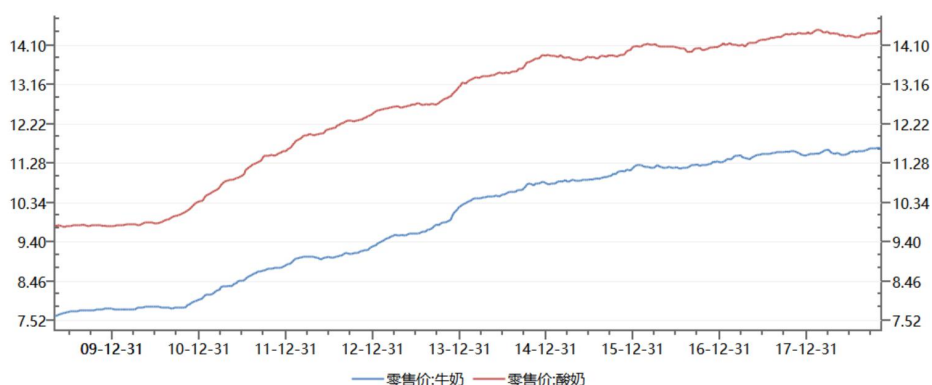
数据来源：Wind，爱建证券研究所

图表 8：婴幼儿奶粉 进口数量及金额：当月值



数据来源：Wind，爱建证券研究所

图表 9：牛奶/酸奶零售价（元/升、元/公斤，周）



数据来源：Wind，爱建证券研究所

■ 调味品

【行业资讯】 中国调味品是典型的“小产品、大市场”，营业额约占食品工业额的10%左右。近二十年来，经济持续增长，居民收入提高，消费者更加关注自身生活品质的提升，我国调味品行业由此取得了突破性的发展，产量销量迅速增长，品种日益丰富。根据国家统计局数据，2010-2017年调味品、发酵制品制造行业销售收入年复合增长率超过11.9%。其中，2017年我国调味品、发酵制品制造行业累计实现产品销售收入3,322.10亿元，同比增长8.1%。

由于饮食习惯和口感偏好等差异，我国在饮食消费上主要形成“南甜北咸，东酸西辣”的格局。调味品地域分裂明显，呈现出区域集中态势，加之我国地域广阔，厂商较难打通南北、贯穿东西，因此行业集中度较低。

国内复合调味品行业呈现出了明显的行业集中度较低的特点，已完成上市的国内行业领军企业安记食品和佳隆股份，两家公司合计在调味品市场占有率不足0.5%，市场占比相对较低。造成这一现象的主要原因系行业内品牌众多，但做大做强全国性品牌较少。

随着我国人均可支配收入的不断提高、城市化进程的快速推进，餐饮业、家庭消费均得到了快速的发展，这些均有力促进了复合调味料行业规模化进程，使得复合调味品下游需求量不断增强。

与中国生活习惯相近的日本、韩国以及台湾复合调味品市场占有率已达70-80%，而国内复合调味品渗透率远低于海外成熟国家水平，因此未来随着国内餐饮消费的现代化程度的提高，复合调味品渗透率有较大提升空间。

对于复合调味品企业，上市将会带来资金能力、品牌知名度、产业整合等方面带来趋势性的变化。比如颐海国际(01579.HK)，插上资本的翅膀后，它将小小的火锅底料，做成了大大的事业。2016年上市以来，海底捞系的颐海国际在营业收入和净利润方面，分别达到了年均51.31%、39.60%的上升。（工匠调味）

【行业资讯】 根据最近出炉的元旦消费大数据显示，“辣消费”独占鳌头。自热小火锅消费较 2017 年增长 520%，辣兔头消费增长 11 倍之多。还有担担面，串串香，小面，红油抄手，毛血旺等美食……以轻时尚的生活美学诠释新时代的麻辣烫，更符合当今年轻消费者的审美趋势和消费体验。

《2018 全国调味品行业蓝皮书》显示，辣味调味品占所有调味品的 30.88%，全球吃辣人群超过 25 亿人，辣椒全球交易额超过 2873 亿元，辣味已经成为全球化的流行趋势。

当今的食辣人群主要集中在 80、90 后年轻消费者，因辣椒本身具有美容、减肥的功效，女性消费者正在成为食辣的主力军；另外经科学验证，食辣可以让人产生愉悦感，所以工作压力大也是消费者偏爱吃辣的诱因之一。

根据《中国餐饮报告 2018》显示，在小吃快餐赛道上，小吃快餐类订单占整体餐饮订单的 63%，麻辣烫异军突起，许多创业者随着行业的大潮加入到了方兴未艾的麻辣烫市场竞争当中。麻辣烫向来深受大众喜爱，不仅是一个具备快餐属性的品类，又有轻火锅的特性，兼具了晚上休闲餐饮和夜宵的属性。在外卖平台上，麻辣烫是搜索与销售的热点，白领和学生都青睐的美食之王，网络上的搜索指数也一直稳定雄踞餐饮品类第一的位置。

西南地区和长江中上游地区是中国辣椒的主产区和集中消费区。驰名世界的涪陵榨菜，名扬四海的火锅和老干妈，无不因为辣椒的调配才增味、添香，仅重庆火锅年产值就近 5000 亿元。

辣椒酱已被普通家庭和各类食品行业广泛使用，其独特的味道和保健功能，使辣椒酱在国内市场上的消费量和贸易量都在不断上升。目前辣酱市场规模达 320 亿元，行业市场规模增速仍在 7% 以上，到 2020 年底，辣椒酱行业市场将达 400 亿元。

近几年，传统辣酱品牌相继在天猫、京东等互联网平台上开设线上旗舰店；而本就诞生于线上的互联网辣酱品牌，则有意布局线下流通渠道。高端辣酱产品除了具备更高的市场价格和盈利能力外，还从根本上打破了原有的资本、营销和传播模式，将辣酱打造成一款时尚单品，甚至赋予其明星效应。饭爷创始人林依轮热衷于打造线上抢购，更与热点品牌联合营销；嗨嗨皮皮辣酱创始人岳云鹏青睐直播互动，通过搞笑增加人气和销量；而懒厨娘、苏小鲜等则频频利用社群营销和线上线下互通，与消费者建立情感互联……

中国调味品协会有关人士指出，辣酱作为当下调味品市场中的热门品类，正吸引着更多资本的目光，未来整个辣酱市场正朝着高端化、时尚化和多渠道化方向发展。

此外，随着麻辣火锅以及川渝菜的流行，带动了干辣椒行业的发展，辣椒酱生产线、辣椒素提取设备、辣椒油加工机等也都迎来了巨大的商机。

目前，全世界有超过一半的国家种植和食用辣椒，全球辣椒及其制品多达 1000 多种，年交易额在 300 亿美元以上。我国辣椒产品的出口也在不断增加，韩国、日本、墨西哥、澳大利亚、美国、东南亚等已经成为我国辣椒的终年进口国，仅墨西哥辣椒就有三分之一是从我国进口，日本进口辣椒 90% 来自我国。据统计，

我国辣椒以每年 2000 万亩的种植面积，位列各类蔬菜中的第二。同时，年逾 700 亿元的产值，让辣椒产业稳稳坐上中国最大蔬菜产业宝座。

目前，辣红素已成为世界销量最大的天然色素，美国每年需要 1000 吨，而日本每年需要 500 吨，世界每年则需要 8000 吨左右，可见国际市场潜力巨大。眼下国际辣椒市场不断扩大，干辣椒的用途日益拓展。例如在食品、医疗、美容等方面的功能进一步开发，对于干辣椒的深加工已经成为提高产品附加值的重要手段。

当前，我国辣椒综合利用效率不高是不争的事实。专家建议，辣椒产业的采后处理和贮藏加工技术需要进一步提高，加强对辣椒深加工的研究，将能够进一步提高辣椒的种植效益。（工匠调味）

【海天味业】部分董事、监事减持股份结果公告：1、大股东及董监高持股的基本情况：减持股份计划实施前，佛山市海天调味食品股份有限公司（以下称“公司”）董事吴振兴先生持有公司股份 13,872,229 股，占公司总股本比例 0.5137%；陈军阳先生持有公司股份 5,990,281 股，占公司总股本比例 0.2218%；监事陈伯林先生持有公司股份 4,098,614 股，占公司总股本比例 0.1517%。截至本公告披露日，吴振兴先生持有公司股份 13,528,652 股，占公司总股本比例 0.501%；陈军阳先生持有公司股份 5,909,413 股，占公司总股本比例 0.2188%；陈伯林先生持有公司股份 4,018,514 股，占公司总股本比例 0.1487%。2、减持计划的实施结果情况：公司于 2018 年 6 月 27 日、2018 年 10 月 18 日分别披露了《海天味业部分董事、监事减持股份计划公告》（公告编号：2018-012 号）、《海天味业部分董事、监事减持股份进展公告》（公告编号：2018-021 号）。在减持计划实施期间内，吴振兴先生在 2018 年 8 月 22 日至 2019 年 1 月 11 日期间，通过交易所集中竞价交易方式减持公司股份 343,577 股，占公司总股份的 0.0127%；陈军阳先生在 2018 年 9 月 20 日至 2019 年 1 月 11 日期间，通过交易所集中竞价交易方式减持公司股份 80,868 股，占公司总股份的 0.0029%；陈伯林先生在 2018 年 9 月 18 日至 2018 年 9 月 27 日期间，通过交易所集中竞价交易方式减持公司股份 80,100 股，占公司总股份的 0.0029%。截至本公告日，吴振兴先生、陈军阳先生、陈伯林先生减持公司股份计划的减持时间区间届满，减持计划实施完毕。

【中炬高新】2018 年度业绩快报公告：报告期内，公司在董事会的领导下，进一步做强主营业务，大力开展机制创新，开拓新的利润增长点，提升公司核心竞争力；实现公司各项业务持续、稳定、健康发展。同时，强化内控管理，优化市场布局，提升经营效率，不断增强公司影响力与竞争力。2018 年度，公司营业总收入与净利润均实现了稳步增长。1、经营业绩：2018 年度，公司实现营业总收入 41.67 亿元，同比增长 15.46%；营业利润 7.98 亿元，同比增长 30.62%；利润总额 7.93 亿元，同比增长 30.22%；归属于上市公司股东的净利润 6.07 亿元，同比增长 33.83%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 5.73 亿元，同比增长 38.22%。2、财务状况：报告期末总资产为 59.40 亿元，较年初增长 11.98%；归属于上市公司股东的所有者权益 36.04 亿元，较年初增长 14.75%；归属于上市公司股东的每股净资产 4.52 元，较年初增长 14.75%。

2014 年公司债券（第二期）2019 年付息公告：1、本次付息方案：根据《中炬高新技术实业（集团）股份有限公司公开发行 2014 年公司债券（第二期）票面利

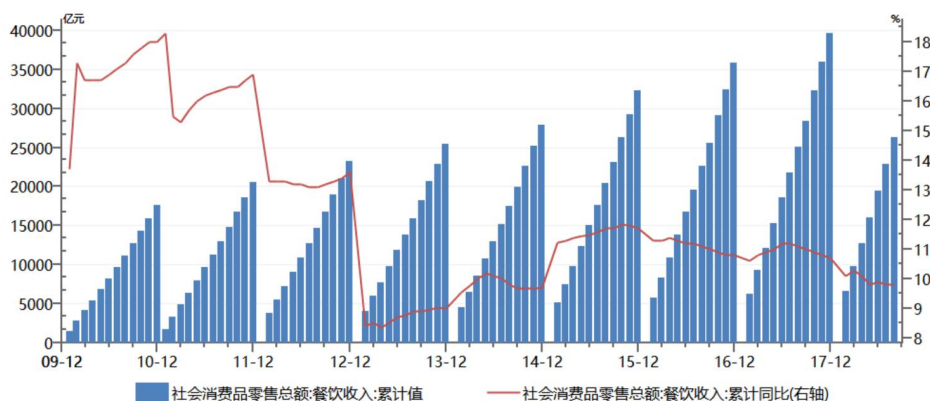
率公告》，本期债券的票面利率为 5.5%。本次支付 2018 年 1 月 26 日至 2019 年 1 月 25 日年度利息，逾期部分不另计利息，即每手“14 中炬 02”面值 1,000 元，派发利息为 55 元（含税）。 2、付息债权登记日和付息日：（1）债权登记日：2019 年 1 月 25 日。（2）债券付息日：2019 年 1 月 28 日。 3、付息对象：本次付息对象为截止 2019 年 1 月 25 日上海证券交易所收市后，在中证登上海分公司登记在册的全体“14 中炬 02”持有人。

【千禾味业】关于完成部分限制性股票回购注销的公告：1 月 11 日，上述股份已过户至公司回购专用证券账户内，该账户内的 40,000 股限制性股票将注销。注销完成后，公司注册资本由 326,200,000 元减少为 326,160,000 元（未考虑可转债转股引起的公司股份总数变动），公司将结合可转债转股情况，适时依法办理相关工商变更登记手续。

2018 年度业绩预增公告：1. 公司 2018 年度实现归属于上市公司股东的净利润与上年同期相比，预计增加 7,923.27 万元到 10,804.46 万元，同比增加 55%到 75%。2. 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润与上年同期相比，预计增加 1,561.64 万元到 2,863.01 万元，同比增加 12%到 22%。（一）主营业务影响。1、报告期内，公司持续拓展全国市场，调味品业务销售规模扩大、销售收入增长，使得公司净利润提高。2、公司顺应消费升级，优化产品结构和强化内部管理，产品竞争力增强，产品盈利能力提升。（二）非经营性损益的影响。报告期内，公司转让子公司股权实现收益 6,910.52 万元，对归属于上市公司股东的净利润有较大影响。

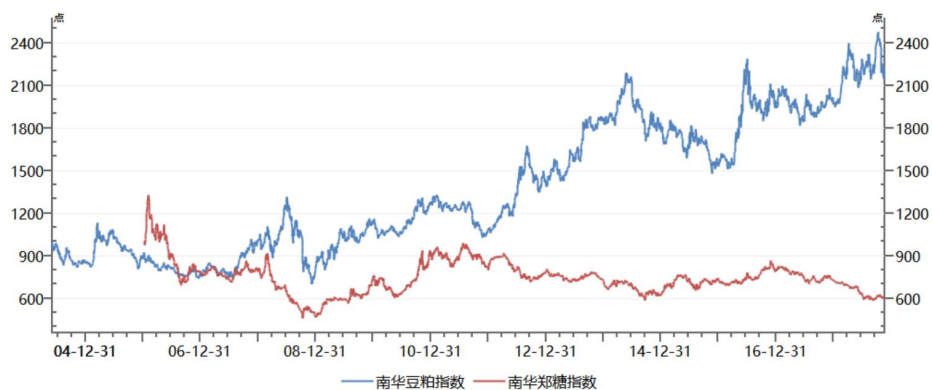
【涪陵榨菜】关于股东股份减持计划的预披露公告：东北长泰集团有限公司持本公司股份 10,388,800 股（占本公司总股本比例 1.3161%），计划在 2019 年 2 月 14 日至 2019 年 5 月 13 日期间以集中竞价方式减持本公司股份 7,893,500 股（占本公司总股本比例 1%）。

图表 10：我国餐饮收入情况（累计，月）



数据来源：Wind，爱建证券研究所

图表 11：南华豆粕指数、郑糖指数



数据来源：Wind，爱建证券研究所

■ 肉制品

【行业资讯】《中华人民共和国动物防疫法》第二十六条、四十二条、八十三条对动物疫情报告、申报检疫、如实提供与动物防疫活动有关资料、配合动物卫生监督机构进行监督检查作出了明确的规定。从上述情况看，规模养殖企业管理不规范，生物安全措施落实到位是疫情发生的重要原因，并存在不履行疫情报告义务、故意逃避检疫、拒绝监督检查等涉嫌违法行为。当前，我国正处于非洲猪瘟疫情防控关键时期，各地畜牧兽医部门要加大警示教育力度，将上述有关情况通报到辖区内的所有规模养猪场和种猪场；持续加大对违法违规行为的查办力度，一经查实，严肃处理，对因未及时报告疫情或不配合落实检疫、隔离、扑杀等防控措施引发疫情或造成疫情扩散的养殖场（户），不给予强制扑杀补助。各养殖场（户）特别是规模养猪场和种猪场要从中吸取教训，举一反三，强化生物安全管理，依法履行动物防疫义务，积极配合各地畜牧兽医部门做好各项防控工作。——《农业农村部办公厅关于近期两起规模养殖企业非洲猪瘟疫情调查情况的通报》（农业农村部）

【行业资讯】农业农村部新闻发言人广德福近日向媒体通报：8月份大陆部分省份发生非洲猪瘟疫情以来，各地各有关部门按照中央决策部署，充分发挥联防联控机制作用，严格开展疫情处置，强化关键防控措施落实，统筹做好疫病防控、猪肉市场供应等工作。截至2019年1月14日，曾有24个省份发生过家猪和野猪疫情，累计扑杀生猪91.6万头。目前，已有21个省份的77个疫区按规定解除封锁。疫情处于点状散发，没有流行蔓延。

广德福表示，疫情发生后，农业农村部始终按照“及时、公开、透明”的通报原则，做好疫情发布工作，及时向世界动物卫生组织（OIE）等国际/区域组织、相关国家和地区进行了通报。世界动物卫生组织（OIE）成员都可以从OIE及时获得动物疫情信息。（农业农村部）

【行业资讯】农业农村部1月20日接到北京市重大动植物疫情应急指挥部办公室报告，经评估验收合格，北京市顺义区非洲猪瘟疫区解除封锁。

农业农村部1月19日接到四川省农业农村厅报告，经评估验收合格，四川省泸州市合江县非洲猪瘟疫区解除封锁。

农业农村部1月18日接到陕西省非洲猪瘟防控应急指挥部办公室和山西省农业农村厅报告，经评估验收合格，陕西省西安市鄠邑区、长安区和山西省临汾市尧都区非洲猪瘟疫区解除封锁。

农业农村部1月14日接到北京市重大动植物疫情应急指挥部办公室报告，经评估验收合格，北京市通州区非洲猪瘟疫区解除封锁。

北京市通州区非洲猪瘟疫情发生后，当地按照非洲猪瘟疫情应急预案和非洲猪瘟防治技术规范要求，采取了封锁、扑杀、消毒、无害化处理等疫情处置措施。疫区内应扑杀生猪扑杀完成后，经6周连续监测排查，疫区内未发现新的病例和监测阳性。1月14日，北京市农业农村局组织专家对疫区进行现场评估验收，验收结果符合关于疫区解除封锁的有关规定，上述非洲猪瘟疫情已被扑灭。当地政府将于1月15日零时正式对疫区解除封锁。农业农村部要求当地畜牧兽医部门继续加强疫情监测排查，采取积极的防控措施，防止非洲猪瘟疫情再次发生。（农业农村部）

【行业资讯】 农业农村部新闻办公室1月20日发布，宁夏回族自治区永宁县发生非洲猪瘟疫情。

1月19日23时，农业农村部接到中国动物疫病预防控制中心报告，经中国动物卫生与流行病学中心确诊，宁夏回族自治区永宁县望远镇一养殖户发生非洲猪瘟疫情。截至目前，该养殖户存栏生猪57头、发病26头、死亡13头。

农业农村部新闻办公室1月18日发布，甘肃省兰州市七里河区发生非洲猪瘟疫情。

1月18日，农业农村部接到中国动物疫病预防控制中心报告，经中国动物卫生与流行病学中心确诊，甘肃省兰州市七里河区两养殖户发生非洲猪瘟疫情。截至目前，两个养殖户合计存栏生猪190头、发病143头、死亡37头。

疫情发生后，农业农村部立即派出督导组赴当地。当地已按照要求启动应急响应机制，采取封锁、扑杀、无害化处理、消毒等处置措施，对全部病死和扑杀猪进行无害化处理。同时，禁止所有生猪及其产品调出封锁区，禁止生猪运入封锁区。目前，上述措施均已落实。（农业农村部）

【双汇发展】 关于筹划发行股份购买资产事项的停牌公告：经初步协商，河南双汇投资发展股份有限公司（以下简称“上市公司”、“公司”）拟通过向控股股东河南省漯河市双汇实业集团有限责任公司（以下简称“双汇集团”）的唯一股东罗特克斯有限公司（以下简称“罗特克斯”）发行股份的方式对双汇集团实施吸收合并（以下简称“本次重组”）。根据目前掌握的情况，本次重组构成重大资产重组。

【龙大肉食】 关于回购注销部分股权激励对象所持已获授但尚未解锁的限制性股票的公告：1月13日，公司召开第三届董事会第二十七次会议，审议通过了《关于回购注销部分股权激励对象所持已获授但尚未解锁的限制性股票的议

案》，同意回购注销原激励对象王辉所持已获授但尚未解锁的 68,000 股限制性股票。标的股票的回购价格调整为 3.4471 元/股。

2018 年 12 月份销售情况简报：全资子公司烟台龙大养殖有限公司（以下简称“龙大养殖”）从事生猪养殖业务，龙大养殖 2018 年 12 月份共销售生猪 3.27 万头，实现销售收入 0.50 亿元。2018 年 12 月份，龙大养殖商品猪销售均价为 13.68 元/公斤，比 2018 年 11 月份上涨 6.79%。

月份	生猪销量 (万头)		收入 (亿元)		商品猪价格 (元/公斤)
	当月	累计	当月	累计	当月
2018 年 1-2 月	5.5	5.5	0.89	0.89	14.95
2018 年 3 月	2.9	8.4	0.36	1.25	11.07
2018 年 4 月	2.7	11.1	0.32	1.57	10.45
2018 年 5 月	3.1	14.2	0.38	1.95	11.12
2018 年 6 月	2.4	16.6	0.33	2.28	11.90
2018 年 7 月	2.38	18.97	0.33	2.61	12.51
2018 年 8 月	1.85	20.82	0.29	2.90	13.87
2018 年 9 月	2.85	23.67	0.46	3.36	14.10
2018 年 10 月	2.83	26.50	0.44	3.80	13.37
2018 年 11 月	2.98	29.48	0.43	4.23	12.81
2018 年 12 月	3.27	32.75	0.50	4.73	13.68

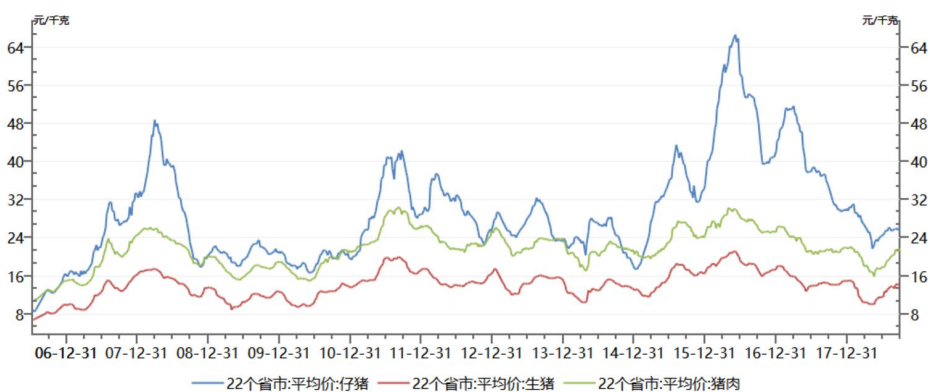
【华统股份】关于在绍兴市设立控股子公司完成工商登记的公告：1 月 11 日，公司控股子公司绍兴市华统天天食品有限公司在绍兴市越城区市场监督管理局办理完成了工商登记手续，并于当日取得了《营业执照》。

关于在宁海县设立控股子公司完成工商登记的公告：1 月 14 日，公司控股子公司宁海县华统食品有限公司在宁海县市场监督管理局办理完成了工商登记手续，并于当日取得了《营业执照》。

关于收购浦江县六和食品有限责任公司 51% 股权完成过户工商变更登记的公告：1 月 15 日，公司控股子公司浦江县六和食品有限责任公司在浦江县市场监督管理局办理完成了过户工商变更登记手续，并于当日取得了《营业执照》。

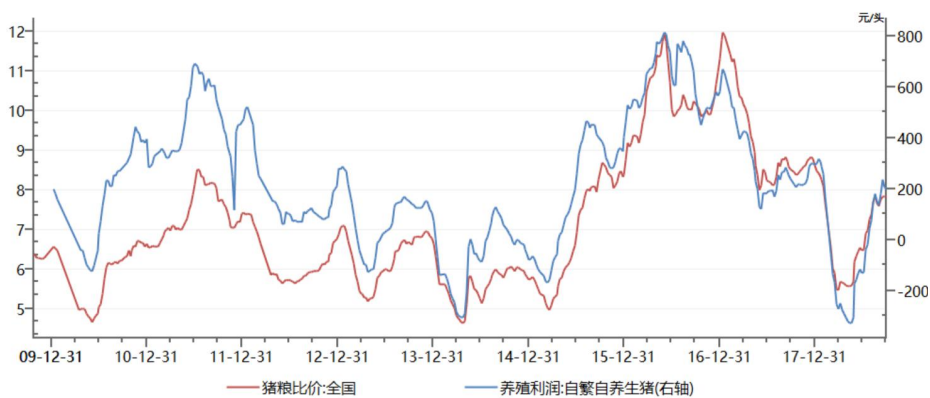
关于收购丽水市绿生源饲料有限公司 70% 股权完成过户工商变更登记的公告：1 月 16 日，公司控股子公司丽水市绿生源饲料有限公司在丽水市市场监督管理局办理完成了过户工商变更登记手续，并于当日取得了《营业执照》。

图表 12: 22 个省市仔猪/生猪/猪肉平均价



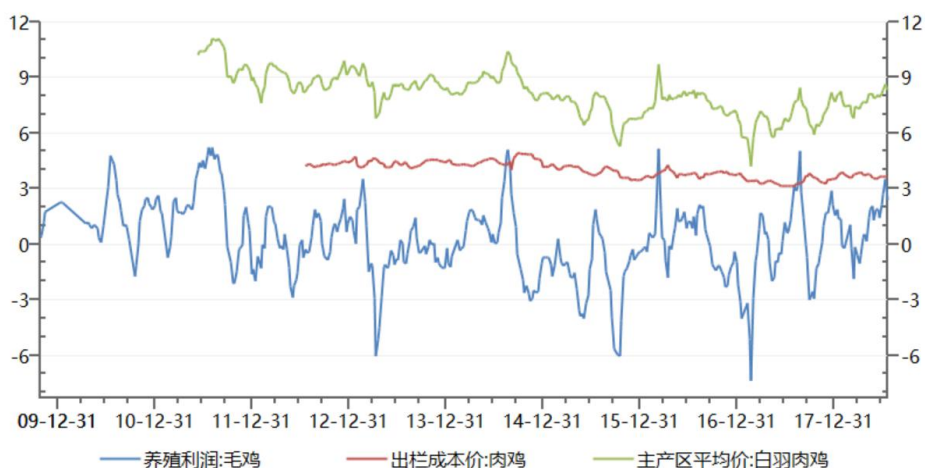
数据来源: Wind, 爱建证券研究所

图表 13: 全国猪粮比价情况



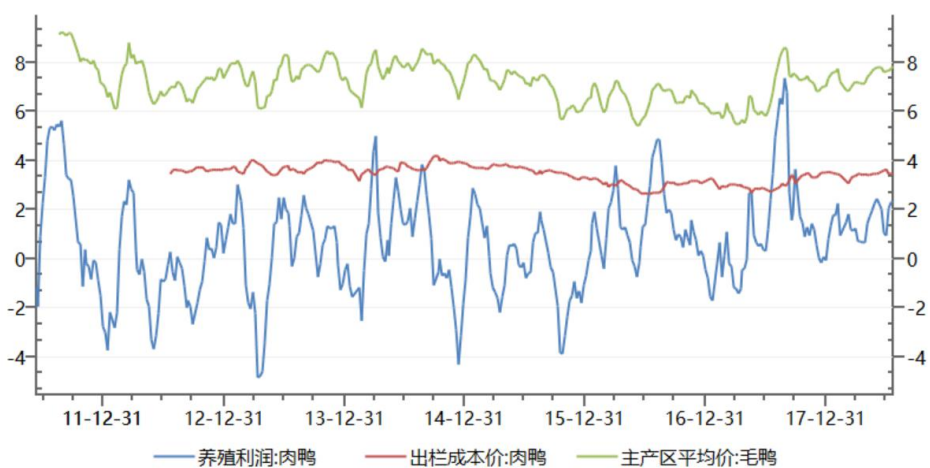
数据来源: Wind, 爱建证券研究所

图表 14: 主产区平均价 (肉鸡, 元/羽, 元/500g, 元/公斤)



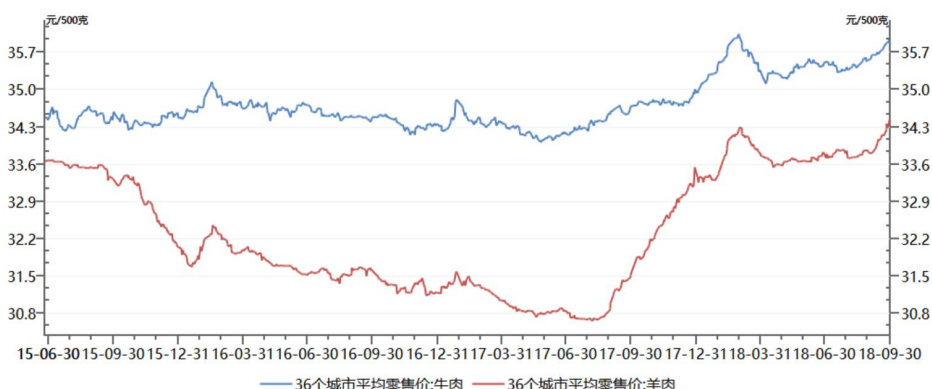
数据来源: Wind, 爱建证券研究所

图表 15: 主产区平均价 (毛鸭, 元/羽, 元/500g, 元/公斤)



数据来源: Wind, 爱建证券研究所

图表 16: 36 个城市平均零售价 (牛肉、羊肉)



数据来源: Wind, 爱建证券研究所

■ 其他

【行业资讯】 近日, 由狗民网 | 铃铛宠物、宠物行业白皮书 (ID: cwhync) 一起主办的“焕新与重塑·2019 中国宠业领袖峰会 + 铃铛大赏 品牌荣耀之夜”在北京富力万丽酒店举办。

会议现场, 近 20 位宠物行业大咖, 围绕“焕新与重塑”共同探讨行业大势, 以及行业面临的机遇和挑战, 以推动行业间的交流, 启迪未来。

嘉宾分享环节, 烟台中宠食品股份有限公司董事长郝忠礼先生为“2019 中国宠业领袖峰会”带来开场分享。中宠股份距今已有 21 年历史, 2017 年 8 月中宠股份于深圳中小板 A 股上市, 成为中国宠物行业中小板第一股。

中国宠物产业蓬勃发展, 中宠股份也开始关于宠物行业全渠道与新零售的探索, 采取多方位战略, 持续关注、重视国内市场。渠道上, 中宠股份强强联合进行全渠道建设, 比如参股美联众合宠物医院, 2018 年还与苏宁易购、天猫平台签订战略合作协议。新零售上, 中宠股份打造了“极宠家”项目, 开启零售+服务+休闲多业态结合的新探索; 结合苏宁大数据, 打造一对一专属育宠专家。未来 5 年, 中宠股份将加快产业生态链布局以及全球产业化战略布局。

乖宝宠物食品集团董事长秦华先生做了关于《新制造 新模式 新探索》的主题分享。分析宠物行业现有主流渠道, 比如线下渠道、电商分销、电商直营模式等, 秦华认为: 目前最理想的渠道模式是重建人、货、场关系, 用互联网工具提升渠道效率, 满足个性化需求; 用一对一专属服务, 提升消费者体验, 以及数据助力产品设计和生产, 千人千品精准匹配。

对新制造的探索, 乖宝创建了智能工厂, 通过优化供应链来打造一个高效供应链平台, 用链条反向模式走高质低价路线, 将用户思维与产品思维结合起来创造数据赋能型的制造体系。

在对新模式的探索上, 乖宝尝试了 CRM 系统+定制化平台+数据赋能的定制化 C2M

模式。最终，个性化定制将带动乖宝商业模式从 B2C 到 C2M 的转型，企业定位从“宠物食品制造商”到“宠物科学饮食解决方案提供商”的转变。

疯狂小狗集团公司总裁尚耀庭先生做了《新技术时代宠物产业的融合发展》的主题分享。

以母婴行业与宠物行业的对比来切入，尚耀庭首先提出了一个问题，“宠物产业究竟是什么？”其实宠物产业是一个产品+渠道=消费者的综合性产业。当新零售来临时，宠物产业未来的战略关键逻辑是如何在互联网新零售环境下，对传统渠道的赋能与协同，完成对细分赛道的渠道掌控。

新零售的概念是大数据驱动的人、货、场重构，有三个王道：有效且有吸引力的品牌、极致且差异化的产品、标准且无痛点的服务。大数据能够赋能品牌、门店，可以引流到店，挖掘潜在用户数据，分层营销管理等等；对“场”的理解，则是智能化的交易、交互和交付。在这样的大环境下，疯狂小狗也开始探索新零售，2018 年双十一期间，疯狂小狗宠物体验馆在徐州开幕，打造了集宠物食品、用品、美容、寄养、休闲娱乐的一站式宠物店。疯狂小狗的感受是从线上到线下的转变并非易事，而做好产业融合发展的本质就是成本+效率+体验。

佩蒂股份董事长陈振标先生最后出场，为我们分享了关于《中国宠物产业的新机遇和新挑战》。人与动物关系的演进，是推动宠物产业发展的引擎，宠物“家人化”的趋势，使得健康成为宠物行业消费升级的主线。宠物行业迎来新阶段，也就有了新机遇和新思考，对佩蒂股份来说，思考体现在两个方面：是追求短期销量爆发？还是打造一个长期品牌？

陈振标给出的答案是后者。佩蒂分启动双轮驱动战略，用全球好产品不断推动中国宠物健康标准升级，比如佩蒂的代表性产品——洁齿产品，第四代、第五代技术已经得到更大规模应用，产品品质大幅提升，渠道上，佩蒂继续深耕全球化布局，并愿意开昂海外供应链为中国企业赋能，佩蒂还联合了渤海华美创立 10 亿产业并购基金，立志与宠业人一起共建科学养宠生态圈。（宠物行业白皮书）

【行业资讯】 2018 年的宠物行业又发生了哪些信号在资本市场：

这一年，在二级市场没有出现新增 IPO 公司，在新三板的瑞鹏股份摘牌。不过，令人期待的是，江苏中恒宠物、依依股份、杭州天元宠物、芜悠派股份、路斯股份等多家公司已经在排队 IPO 的名单之中。

这一年，根据公布可查阅资料获悉，一二级市场发生近 60 起融资事件，依然延续 2017 年的发展势头。从 2018 年的融资领域和融资规模来看，宠物消费和宠物医疗依然是行业外部资本关注的焦点。

其中，从融资金额来看，全年对外公布具体融资金额有 24 起，共计约 15.17 亿元，其中，上半年 11 起，约 9.34 亿元，下半年 13 起，约 5.83 亿元；另外有 35 起融资事件未披露融资金额；不过，参照目前宠物市场的融资案例，我们保守估计，2018 年融资规模在 25-28 亿。

从融资轮次来看，近 8 成融资轮次偏早期为主，主要发生在天使轮、Pre-A、A 轮为主；从投资发生时间来看，上半年有 28 起，下半年有 31 起；从融资领域来

看，宠物医疗相关 21 起，宠物食品相关 16 起，宠物用品相关 11 起，宠物新零售 5 起，其他（包含小程序、O2O 等）6 起。

在宠物消费领域方面，宠物食品、宠物用品、宠物新零售成为主要投融资赛道。

宠物主粮最为宠物食品中的最大的蛋糕，不仅是市场竞争最为激烈的，同样也是资本加持最为激烈的，生产制造、品牌运营、新品类成为关注的热门赛道。

在生产制造和品牌方面，佩蒂上半年以 1.04 亿元收购新西兰宠物食品制造商新西兰 BOP，下半年以约 2370 万收购越南德信，当下稳固自身全球咬胶地位，未来押注主粮赛道；中宠同样以约 6800 万元并购了新西兰 ZEAL 品牌母公司宠物食品制造商 NPTC&ZPF，一方面以 ZAEL 卡位高端主粮市场，一方面旗下主品牌顽皮推出了无谷干粮系列以及推出“中宠”新品牌系列产品。

波奇则在这一年延伸入局产业链上下游，战略投资宠物医疗代理商南京兴牧、宠物食品制造商双安科技；疯狂小狗今年拿到 1 亿融资，加码上游投资建成自有工厂以及在美国建立宠物食品技术研发中心；麦仕宠物获得数千万融资，则用于强化品牌、研发、财务结算、电商运营四大中心化职能。此外，味及、有鱼作为新晋宠物主粮品牌公司也相继拿到融资。

在新品类方面，软粮领域玩家汪仔饭斩获 2018 年第一笔公开融资，而鲜粮赛道则在下半年发力，小鲜粮、超能小黑、毛球殿下、食佳鲜宠 4 家主打鲜粮的宠物公司相继拿到融资；此外，保健品领域的卫仕母公司宠幸宠物前后拿到 1.8 亿元的融资。（宠业家）

【行业资讯】 近日，天猫国际联合第一财经商业数据中心（CBNData）共同发布《2018 跨境消费年轻新势力人群洞察报告》，2018 年跨境电商迎来大爆发，进口总额大幅增长，跨境消费已成现代人生活新常态。

报告显示，截至 2018 年 10 月，跨境电商进口总额同比增长 53.7%，商品进口来源地已分布于全球超 200 个国家和地区，进口值超 100 亿元。预计 2020 年，中国跨境消费用户超过 2 亿人。

据《报告》总结，90 后、95 后年轻人在天猫国际上的消费，有 5 个显著的特征：一是美颜护肤增长迅猛；二是健康零食更被青睐；三是在猫狗宠物身上花费很大；四是海外潮牌服饰消费增多；五是智能电器普及提升生活品质。

相比整体人群，90/95 后在天猫国际上购买宠物用品的热情尤为高涨，宠物主粮、美容清洁用品和零食&玩具是目前最大的开销。

除了满足“自家小主”的口腹，他们对宠物的健康也颇为关注；宠物药品与保健品中，驱虫的消费比重最高；专业的局部清洁产品，例如眼部和耳部清洁剂、除味剂、药品等宠物相关清洁和保健用品的消费规模显著提升。（宠物行业白皮书）

【行业资讯】 据腾讯研究院发布的《中国猫次元经济现象研究》显示，截止至 2018 年初，我国“吸猫”人群规模接近 5000 万，消费者规模接近 3000 万。猫的周边产品已经覆盖了衣食住行各个方面。猫的潮牌、家具、鲜食，甚至是智能猫马桶纷纷应市场需求而生，并逐渐定制化、品牌化。（宠业家）

【行业资讯】 近日，天津经济技术开发区管委会与玛氏公司签订《玛氏宠物食品工厂项目投资合作协议》，玛氏公司宠物食品工厂项目正式落户天津开发区。此次签约的宠物食品工厂项目投资超过1亿美元，注册资本4000万美元。据介绍，项目占地约11万平方米，新建厂房将通过LEED认证，满产后年产能可达25万吨以上，是玛氏公司在全球最大、最先进的宠物工厂之一。

玛氏公司是一家拥有百余年历史的私营家族企业，也是全球领先的食物制造与分销商之一，销售额超过350亿美元。其总部位于美国弗吉尼亚州麦克莱恩（McLean），足迹遍布全球80多个国家与地区，士力架、德芙、宝路等众多品牌家喻户晓。（宠业家）

【行业资讯】 宠物食品品牌Babypet完成某一线基金投资的近千万元天使轮融资。在此之前，公司还曾获得来自创始团队、愉悦家创始人、棕榈资本创始人的种子轮融资。本轮融资将主要用于个性化产品研发、深耕渠道、品牌推广等方面。

创始人刘克楠表示，“之所以选择最难的主粮市场，是因为这个品类是挑战大、研发成本高、品牌性强，但做起来的壁垒也是最高的，需要大量的时间和金钱去投入。”（宠物行业白皮书）

【行业资讯】 最近，在采访千味央厨营销副总钟辉时，他谈到：餐饮成为冷冻食品行业近几年的热点，速冻传统的大品类水饺、汤圆反倒明显后劲不足。

速冻水饺的主要客户群变了，你的产品也要年轻化。我想这也是牛排、披萨、蛋挞等新品类快速成长的一个重要原因。为了吸引更多年轻消费者，一些企业已经率先尝试在产品上做文章。

普通猪肉水饺吃腻了，年轻人喜爱的海鲜水饺、素水饺正当红；包子等普通面点是日常消费品，瞄准年轻消费群体的卡通面点也表现不俗；普通粽子不够吸引人，五芳斋2018年与漫威、迪士尼等国际IP合作，推出五芳宝盒、五芳联盟主题粽子礼盒，在天猫旗舰店月销量过万，还通过佛系养生粽、夜猫子粽、加班狗粽、中年油腻粽、健身美颜粽等产品，迎合年轻消费者，好吃又好玩。（冷冻食品）

【桃李面包】 高级管理人员及监事减持股份计划公告：1、高级管理人员及监事持股的基本情况：截至本公告披露日，桃李面包股份有限公司（以下简称“公司”）高级管理人员谭秀坤女士持有本公司股份505,400股，占公司总股本比例为0.107%；监事关立新先生持有本公司股份655,500股，占公司总股本比例为0.139%。2、减持计划的主要内容：谭秀坤女士因个人资金需求，自本公告发布之日起15个交易日后的6个月内（窗口期等不得减持股份期间不减持），减持其所持公司股份不超过100,000股，占公司总股本比例为0.021%，拟减持股份总数不超过其所持股份总数的19.79%，减持价格将按照减持实施时的市场价格确定；关立新先生因个人资金需求，自本公告发布之日起15个交易日后的6个月内（窗口期等不得减持股份期间不减持），减持其所持公司股份不超过150,000股，占公司总股本比例为0.032%，拟减持股份总数不超过其所持股份总数的22.88%，减持价格将按照减持实施时的市场价格确定。

大股东及一致行动人通过大宗交易方式减持股份进展公告：1、大股东及一致行动人持股的基本情况：减持股份计划实施前，桃李面包股份有限公司（以下简称

“公司”) 大股东吴志刚先生(董事长)和一致行动人盛利先生、盛雅萍女士合计持有公司股份 107,091,161 股, 约占公司总股本的 22.75%。 2、减持计划的进展情况: 公司于 2018 年 12 月 29 日披露了《桃李面包股份有限公司大股东及一致行动人减持股份计划公告》(详见公告: 2018-093)。在减持计划实施期间内, 吴志刚先生(董事长)和一致行动人盛利先生、盛雅萍女士通过大宗交易方式减持其所持有的公司股份 6,000,000 股, 约占公司股份总数的 1.27%, 本次减持计划尚未实施完毕。

【绝味食品】关于公开发行可转换公司债券申请获得中国证监会核准批复的公告: 近日收到中国证券监督管理委员会(以下简称“中国证监会”)出具的《关于核准绝味食品股份有限公司公开发行可转换公司债券的批复》(证监许可[2018]2222 号)(以下简称“批复”), 批复内容具体如下: 一、核准公司向社会公开发行面值总额 10 亿元可转换公司债券, 期限 6 年。 二、本次发行可转换公司债券应严格按照公司报送中国证监会的募集说明书及发行公告实施。 三、本批复自核准发行之日起 6 个月内有效。

【安井食品】关于“安井转债”开始转股的公告: 1、可转债转股代码: 191513。 2、转股简称: 安井转股。 3、转股价格: 35.46 元/股。 4、转股起止日期: 2019 年 1 月 18 日至 2024 年 7 月 11 日。

【汤臣倍健】关于收到《中国证监会行政许可申请受理单》的公告: 1 月 15 日收到中国证券监督管理委员会(以下简称“中国证监会”)出具的《中国证监会行政许可申请受理单》(受理序号: 190043)。中国证监会依法对公司提交的《上市公司发行股份购买资产核准》行政许可申请材料进行了审查, 认为该申请材料齐全, 符合法定形式, 决定对该行政许可申请予以受理。公司本次发行股份购买资产事项尚需中国证监会的核准, 能否获得核准存在不确定性, 公司将根据中国证监会对该事项的审核进展情况及时履行信息披露义务, 敬请广大投资者注意投资风险。

【洽洽食品】关于控股股东可交换债券换股进展的公告: 1 月 18 日收到华泰集团的《可交换债券换股进展告知函》。本次可交换债券持有人 2018 年 12 月 4 日至 2019 年 1 月 17 日之间完成换股 10,053,322 股, 占公司总股本的 1.98%。

关于第二期员工持股计划出售完毕的公告: 截至本公告日, 本次员工持股计划持有的公司股票 10,880,200 股已全部出售完毕, 占公司总股本的 2.15%。根据公司员工持股计划的有关规定, 后续将进行相关资产清算和分配等工作, 并终止本次员工持股计划。

【香飘飘】第二届董事会第二十五次会议决议公告: 1、审议通过《关于设立全资子公司兰芳园食品制造四川有限公司的议案》。为了公司长远发展考虑, 进一步优化公司资源, 香飘飘食品股份有限公司拟出资人民币 10,000 万元设立全资子公司兰芳园食品制造四川有限公司(以下简称“四川兰芳园”), 经营范围: 食品生产、销售、技术开发及技术咨询; 货物进出口、技术进出口。(以上经营范围以工商行政管理部门核定为准)。本次设立全资子公司四川兰芳园是从公司长远利益出发所做的慎重决策, 有利于完善公司发展战略, 为公司未来发展奠定良好基础。但子公司四川兰芳园设立可能存在一定的市场竞争等风险, 公司将积

极采取策略加强风险管控。 2、审议通过《关于设立孙公司兰芳园餐饮管理有限公司的议案》。公司全资子公司兰芳园食品有限公司拟出资人民币 5,000 万元设立孙公司兰芳园餐饮管理有限公司，经营范围：小吃服务（以上经营范围以工商行政管理部门核定为准）。本次设立孙公司符合公司的发展规划，对公司的长远发展和战略布局有一定的积极影响，能够进一步增强公司的可持续经营能力，提升公司品牌影响力。但仍然面临市场、经营、管理等各方面不确定因素带来的风险，公司将积极采取策略及管理措施加强风险管控。

关于 2018 年为公司供应商和经销商银行授信提供担保情况公告：1、被担保人名称：太原市百联商贸有限公司等共 57 家经销商，尚未为供应商提供担保。 2、担保金额及已实际为其提供的担保余额：截至本公告日，公司对外担保金额为人民币 5,680 万元，已实际提供的担保余额为人民币 5,580 万元。

【安琪酵母】关于收到政府补助的公告：近日，经安琪酵母股份有限公司（以下简称：本公司）财务部门确认，本公司及控股子公司在 2018 年 10 月 1 日至 2018 年 12 月 31 日期间，累计收到的各类政府补助金额为 11,545,436.35 元。截止 2018 年 12 月 31 日，公司累计收到的各类政府补助金额为 57,640,931.65 元，其中与收益相关的政府补助金额为 36,106,131.65 元，占本公司最近一期经审计净利润的 4.26%，与资产相关的政府补助金额为 21,534,800.00 元，占公司最近一期经审计净资产的 0.56%。以上各项补助已陆续到账，公司根据《企业会计准则第 16 号—政府补助》的有关规定确认上述事项，并划分补助类型。与收益相关的计入当期损益的政府补助 7,650,636.35 元（其中计入其他收益 2,591,455.98 元，计入营业外收入 5,059,180.37 元），与资产相关的确认为递延收益的政府补助 3,894,800.00 元，自相关资产可供使用时起，按照相关资产的预计使用期限，将递延收益平均分摊转入当期损益。

关联交易进展公告：截止 2018 年 12 月 31 日，公司及控股子公司累计与海泰公司发生的关联交易金额 8,154,608.96 元、与新疆农垦发生关联交易金额 16,034,633.93 元，与安琪集团发生关联交易金额 307,900.00 元，与上海峰培发生关联交易金额为 56,000.00 元，没有超过公司此前预计的关联交易金额。

【来伊份】关于回购注销部分限制性股票并减少注册资本通知债权人的公告：公司 2017 年年度利润分配及转增股本方案实施完毕，公司限制性股票激励计划限制性股票第一个解锁期已经于 2018 年 8 月 10 日解锁。因此，本次上述 23 人所持有的、已获授的限制性股票的数量由 318,500 股调整为 445,900 股，23 人本次回购注销的已获授但尚未解锁的限制性股票为 312,130 股。公司对上述 23 人所持有的、已获授但尚未解锁的限制性股票合计 312,130 股，以回购价格 13.412 元/股（含银行同期存款利息）进行回购注销。本次回购注销完成后，公司注册资本和总股本将随之发生变动，公司股本将由 340,756,360 股变更为 340,444,230 股，公司注册资本由 340,756,360 元变更为 340,444,230 元。

【元祖股份】关于公司购买房产的公告：1、上海元祖梦果子股份有限公司（以下简称“公司”、“本公司”）控股孙公司元祖实业股份有限公司（以下简称“台湾元祖”）拟购买位于台北市中山区南京东路 1 段 140 号 1-5F 的商铺，总价新台币 25,000 万元（按照 2018 年 12 月 31 日人民币对新台币的中间价 4.4762:1 计算，折算人民币为 5,585 万元。） 2、本次交易不构成关联交易，不构成重

大资产重组，交易的实施不存在重大法律障碍。 3、本次交易已经公司第二届董事会第十九次会议审议通过，无需提交公司 2019 年第一次临时股东大会审议。

关于公司拟出售部分闲置房产的公告：1、上海元祖梦果子股份有限公司（以下简称“公司”、“本公司”）拟将控股孙公司元祖实业股份有限公司（以下简称“台湾元祖”）持有的位于台北市内湖区行爱路 139 号房产以评估值为依据通过产权交易机构公开挂牌出售。挂牌价格不低于评估值，处置价格以实际成交价为准。 2、本次交易将通过公开挂牌的方式转让，交易对方存在不确定性，尚不确定是否构成关联交易。 3、本次交易不构成重大资产重组，交易的实施不存在重大法律障碍。 4、本次交易经公司第二届董事会第十九次会议审议通过，无需提交公司股东大会审议。

【三全食品】关于获得政府补助的公告：三全食品股份有限公司控股子公司郑州全新食品有限公司（以下简称“郑州全新”）、全资子公司成都全益食品有限公司（以下简称“成都全益”）及天津全津食品有限公司（以下简称“天津全津”）为安置残疾人员就业的福利企业。根据财政部、国家税务总局《关于促进残疾人就业增值税优惠政策的通知》（财税[2016]52 号）的规定，经主管税务机关审核批准，2018 年 12 月，郑州全新收到增值税退税 109,904.33 元；成都全益收到增值税退税 2,242,800.00 元；天津全津收到增值税退税 688,800.00 元。上述补助资金已到账。本次政府补助资金与公司日常经营业务相关，具有可持续性。按照《企业会计准则第 16 号—政府补助》的规定，上述政府补助共计 3,041,504.33 元，属于与收益相关的政府补助，直接计入其他收益。具体的会计处理以会计师事务所审计结果为准。本次收到的政府补助，预计增加上市公司利润总额 3,041,504.33 元。

【桂发祥】关于首次回购公司股份的公告：公司于 2019 年 1 月 10 日首次通过回购专用证券账户，以集中竞价方式回购公司股份 41,000 股，占公司总股本的 0.0200%；本次回购股份最高成交价为 12.65 元/股，最低为 12.61 元/股，总成交金额为人民币 518,378.00 元。本次回购符合相关法律法规的要求，符合既定的回购方案。

3、近期重大事项

■ 股东大会提示

表格 2：近期股东大会安排

代码	名称	会议日期	会议类型
600882. SH	广泽股份	2019-01-22	临时股东大会
603369. SH	今世缘	2019-01-23	临时股东大会
600132. SH	重庆啤酒	2019-01-23	临时股东大会
002695. SZ	煌上煌	2019-01-28	临时股东大会
002726. SZ	龙大肉食	2019-01-29	临时股东大会
000019. SZ	深深宝 A	2019-01-30	临时股东大会
002847. SZ	盐津铺子	2019-01-30	临时股东大会
603886. SH	元祖股份	2019-01-31	临时股东大会
002582. SZ	好想你	2019-01-31	临时股东大会
600300. SH	维维股份	2019-02-01	临时股东大会

数据来源：Wind，爱建证券研究所

■ 其他

表格 3：近期限售股解禁情况

代码	简称	解禁日期	解禁数量 (万股)	总股本 (万股)	解禁股份类型
600887. SH	伊利股份	2019-01-22	642.50	607,812.76	股权激励限售股份

数据来源：Wind，爱建证券研究所

4、风险提示

- 食品安全事件
- 监管政策变化
- 其他系统性风险

表格 4: 食品饮料行业股票池

证券代码	证券简称	市盈率 (TTM)	市净率 (LF)	EPS			P/E			投资 评级
				17A	18E	19E	17A	18E	19E	
600519.SH	贵州茅台	26.98	8.39	21.56	28.02	33.58	32.36	21.03	17.96	推荐
000858.SZ	五粮液	17.14	3.51	2.55	3.34	4.16	31.34	13.36	11.18	推荐
000568.SZ	泸州老窖	18.67	3.82	1.75	2.39	3.01	37.79	14.34	11.75	推荐
002304.SZ	洋河股份	18.64	4.62	4.40	5.53	6.70	26.15	15.09	12.75	推荐
600809.SH	山西汾酒	23.21	5.44	1.09	1.76	2.35	52.27	16.44	12.96	推荐
000596.SZ	古井贡酒	18.55	4.16	2.28	3.31	4.13	28.79	14.32	11.70	推荐
000860.SZ	顺鑫农业	29.97	2.80	0.77	1.41	1.99	25	18.58	14.38	推荐
603369.SH	今世缘	17.85	3.43	0.71	0.94	1.19	21.72	14.07	11.57	推荐
000895.SZ	双汇发展	16.77	5.51	1.31	1.52	1.68	20.24	14.92	13.49	推荐
600887.SH	伊利股份	24.32	5.62	0.99	1.09	1.27	32.61	20.20	17.42	推荐
600305.SH	恒顺醋业	24.66	4.52	0.47	0.38	0.42	25.3	26.44	23.07	推荐
002507.SZ	涪陵榨菜	27.40	7.44	0.52	0.81	1.00	31.96	21.92	17.79	推荐
600872.SH	中炬高新	41.91	7.03	0.57	0.79	0.97	43.52	32.76	26.32	推荐
603288.SH	海天味业	47.25	15.46	1.31	1.59	1.92	41.15	37.50	31.57	推荐
603517.SH	绝味食品	23.99	5.11	1.22	1.55	1.89	32.21	18.97	15.77	推荐
603345.SH	安井食品	32.30	4.25	0.94	1.25	1.62	25.93	23.89	18.98	推荐
002661.SZ	克明面业	23.50	1.87	0.34	0.57	0.71	42.16	17.07	13.75	推荐
002557.SZ	洽洽食品	26.96	3.26	0.63	0.78	0.94	25.08	21.90	18.76	推荐
600132.SH	重庆啤酒	37.81	12.96	0.68	0.85	1.01	30.64	30.68	26.18	推荐
600600.SH	青岛啤酒	32.74	2.62	0.93	1.11	1.30	42.07	28.28	24.39	中性
603711.SH	香飘飘	31.19	4.27	0.67	0.73	0.86	39.69	23.35	18.17	中性
603866.SH	桃李面包	37.62	7.17	1.09	1.40	1.73	35.73	29.00	23.39	中性
300146.SZ	汤臣倍健	25.26	4.53	0.52	0.7	0.9	28.82	19.26	15.39	中性

数据来源: Wind, 爱建证券研究所

注册证券分析师简介

分析师承诺

负责本研究报告全部或部分内容的每一位证券分析师，在此申明，本报告的观点、逻辑和论据均为分析师本人研究成果，引用的相关信息和文字均已注明出处。本报告依据公开的信息来源，力求清晰、准确地反映分析师本人的研究观点。本人薪酬的任何部分过去不曾与、现在不与、未来也将不会与本报告中的具体推荐或观点直接或间接相关。

投资评级说明

报告发布日后的6个月内，公司/行业的涨跌幅相对同期的上证指数/深证成指的涨跌幅为基准。

公司评级

强烈推荐：预期未来6个月内，个股相对大盘涨幅15%以上

推荐：预期未来6个月内，个股相对大盘涨幅5%~15%

中性：预期未来6个月内，个股相对大盘变动在±5%以内

回避：预期未来6个月内，个股相对大盘跌幅5%以上

行业评级

强于大市：相对强于市场基准指数收益率5%以上；

同步大市：相对于市场基准指数收益率在~5%~+5%之间波动；

弱于大市：相对弱于市场基准指数收益率在~5%以下。

重要免责声明

本报告的信息均来源于公开资料，我公司对这些信息的准确性和完整性不作任何保证，也不保证所包含的信息和建议不会发生任何变更。我们已力求报告内容的客观、公正，但文中的观点、结论和建议仅供参考，报告中的信息或意见并不构成所述证券的买卖出价或征价，投资者据此做出的任何投资决策与我公司和研究员无关。我公司及研究员对所评价或推荐的证券不存在利害关系。

我公司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，也可能为这些公司提供或者争取提供投资银行服务或其他服务。

本报告版权仅为我公司所有，未经书面许可，任何机构和个人不得以任何形式发表、复制。如引用、刊发，需注明出处为爱建证券财富管理研究所，且不得对本报告进行有悖原意的引用、删节和修改。

爱建证券有限责任公司

地址：上海市浦东新区世纪大道1600号33楼（陆家嘴商务广场）

电话：021-32229888 邮编：200122

网站：www.ajzq.com