

跟踪报告●食品饮料行业

2019年1月31日 星期四

**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	8.51	-13.40	-18.31
相对表现	3.27	-3.54	8.04

**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：**

## 中长期结构性投资：点/线/面的角度

### 投资要点

**一周行情回顾：**上周，上证综指上涨 0.22% 收 2601.72，深证成指上涨 0.19% 收 7595.45，创业板指下跌 0.32% 收 1265.49。沪深 300 上涨 0.51% 收 3184.47，食品饮料（申万）上涨 0.57%，涨幅在申万 28 个一级行业中排第 9 名。食品饮料行业子板块涨跌不一，其中：食品综合板块上涨 2.69%，涨幅最大；黄酒板块下跌 1.30%，跌幅最大。个股方面，千禾味业（属调味品板块）上周领涨，上涨 12.23%；\*ST 皇台（属白酒板块）跌幅较大，下跌 9.93%。港股市场，颐海国际（01579.HK）股价再创历史新高。

**热点分析：**伴随着 GDP 增速步入中速区间（国家统计局数据显示，2018 年 GDP 增速 6.6%），我国食品饮料行业也进入了高个位数增长时代。在此情形下，投资者要获得可观的超额收益，比以前难度更大。按照从需求到市值的商业底层逻辑，我们秉持价值投资理念，从中长期结构性投资框架出发，对 2019 年及未来一个阶段食品饮料行业的投资机会作一些分析。

从面上看，我国食品饮料行业历经改革开放 40 年的发展，已进入中速增长时代。根据中国食品工业协会数据：1978 年中国食品工业总产值 472 亿元，2017 年规模以上食品工业企业主营业务收入为 11.4 万亿元，相当于 1978 年工业总产值的 240 多倍，是国内外主营业务收入唯一超过十万亿元的产业。这主要受益于我国人口增长形成的十数亿庞大基数、城乡人均可支配收入的持续上升、物流+移动互联网等新型商业基础设施的深入发展。根据国家统计局数据，2018 年社会消费品零售总额 38.1 万亿元，其中：粮油、食品类+饮料类+烟酒类商品零售额合计 1.97 万亿元，占比 5.2%。历史地看，新世纪以来，按主营业务收入口径，2004/2007/2011 年，食品饮料行业增速达到峰值状态（15%+），此后，增速逐步放缓，自 2014 年起，开始步入高个位数区间（8%左右）。根据我国人口结构与生育意愿、国民经济基数与增速、基础产品渗透率（如人均消费量）等预判，食品饮料行业在未来一个阶段保持个位数增长将成为新常态。

从线上看，部分老赛道渗透率已达到较高水平、产能渐趋饱和、增速呈放缓之势（如白酒赛道总产量保持个位数增速，已从黄金时代进入白银时代，由扩容式增长转向挤压式增长格局），有些甚至进入去低端产能阶段（如啤酒头部企业关停并转小规模、低效率、高成本工厂，以提高生产经营效益；进口葡萄酒保持高速增长态势，受此冲击，国产葡萄酒产量连年萎缩；肉类总产量 2014 年达到历史峰值后、近年来有所减少，猪肉产量呈连年减少势头，牛肉/羊肉/禽类/水产品人均消费量呈增多势头）。但也要看到，部分新赛道尚处于渗透率红利期，消费者需求稳步释放，正在并将进一步给厂家带来新的商机，值得中长线投资者高度重视。根据欧美日等发

达国家先行经验，随着人均 GDP 的攀升、人均可支配收入的增长，居民消费结构将呈现新的变化，这体现在旧需求的迭代升级（追求更健康、更方便的食品饮料，如液态奶从普通白奶向酸奶、有机奶升级，酱油从普通生抽/老抽向零添加有机酱油升级）和新需求的次第涌现（如烘焙食品、速冻食品、宠物食品等新品类近年增速远高于 GDP 增速、食品饮料行业平均增速）。需求端的新变化将给供给端带来新的业绩增长点，并成为企业市值壮大的基础。

从点上看，部分老赛道历经数十年充分而激烈的市场竞争，已形成较为清晰的竞争格局，龙头企业已具备较为坚实的护城河，竞争优势有望在未来一个阶段继续保持甚至强化。比如：白酒赛道，贵州茅台以占全行业 0.5% 的产量，实现了占全行业 10.8% 的营收、26.3% 的利润，在同行中已成为定价标杆，品牌充分占领高阶客群心智、产品供求紧平衡常态化，毛利率高达 90%，销售费用率低于同类酒企。调味品赛道，海天味业已成为工艺创新、产品创新的引领者，先后主持和参与制定国家标准 6 项、行业标准 2 项，逐步构筑起中国调味品行业最强大的营销网络，已成为业内少有的销售渠道覆盖全国的公司（线下覆盖全国 31 个省级行政区域、320 多个地级市、1400 多个县域市场，链接经销商 2600 多家、联盟商 16000 多家，直控终端销售网点 50 多万个）。乳制品赛道，伊利股份已稳居全球乳业十强行列，依托“织网计划”持续推进渠道下沉步伐，液态乳产品的渗透率连续保持提升态势、市占率已达 35% 左右，2017 年销售费用就超过行业内大多数上市公司一年的营业收入，竞争优势一目了然。从这些已步入平稳发展期的老赛道反观正处于高速成长期的新赛道，借鉴欧美日发达国家经验，我们认为，像烘焙食品、速冻食品、宠物食品等新赛道的头部企业，将充分享受海量民众新兴需求密集渐次释放的时代红利，如能在产品力、渠道力、品牌力等方面构筑领先同行的竞争优势，不断夯实护城河，则有望从今天的“小龙人”成长为明日的“大白马”。以宠物食品赛道为例，根据《宠物行业白皮书（2018）》数据，2018 年，我国宠物（犬猫）市场规模达 1708 亿元，同比增长 27.5%，近五年 CAGR18.9%；宠物食品赛道规模达 726.36 亿元，同比增长 45%，增速超市场预期。在此情形下，中宠股份境内营收同比增长 63.88%、但占比仍仅为 17.14%（2018 半年报数据），佩蒂股份相应占比更低。我们认为，佩蒂股份、中宠股份以 OEM/ODM 代工生产起家，产品力经过了海外大客户的长期检验、其安全性和适口性是更有保障的，目前均在加快推进国内市场的渠道布局，加强自主品牌营销，未来一个阶段在国内宠物食品市场占据一定市场份额是有理由期待的。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，这意味着，当前头部企业市值有倍数级的增长空间。

**□ 投资建议：**改革开放 40 年来，食品饮料行业孕育了一批像贵州茅台、海天味业、伊利股份、双汇发展等大市值上市公司，更因其产品刚需性强、业绩周期性较弱，给二级市场中长线投资者带来了丰厚的回报。展望 2019 年及未来一个阶段，食品饮料行业“面”上的增速放缓，更多的是“线”“点”这样的结构性投资机会。

建议关注老赛道的龙头企业，其业绩增长点主要在于量的扩张（新增产能释放/品类扩展、侵蚀国内小企业市场份额、提升市占率+推进海外国际化步伐、占据新的流量）+价的提升（产品结构升级、成本推动型提价），如贵州茅台、五粮液、洋河股份、泸州老窖、山西汾酒、古井贡酒、顺鑫农业、今世缘；海天味业、安琪酵母、中炬高新、涪陵榨菜、恒顺醋业、颐海国际；伊利股份、蒙牛乳业、维他奶国际；华润啤酒、青岛啤酒、重庆啤酒；双汇发展。

建议高度关注新赛道的头部企业，其业绩增长点首先在于新需求密集释放带来的渗透率红利，如烘焙食品赛道的桃李面包、速冻食品赛道的安井食品、宠物食品赛道的佩蒂股份、休闲卤制品赛道的绝味食品、保健食品赛道的汤臣倍健。应注意，和其生命周期相适应，新赛道的竞争格局尚处于动态变化之中，部分上市公司的护城河还不够坚固，须密切跟踪其战略布局、业务进展、竞争优势等情况。

之所以在上述“点”“线”结构性机会的情形下主张中长期投资，一方面在于头部企业的业绩增长、护城河构建需要时间予以实现（在企业经营层面，体现为产品创新/品类扩张+渠道建设的广度和深度不断延展+品牌溢价强化提价权），另一方面在于均值回归、估值修复需要时间完成，特别是在散户、中小投资者占相当比例的A股市场，羊群效应带来的股价大起大落并不鲜见。低估值提供安全边际，更为实现超额收益创造了更高概率。

**□ 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 (2019/1/21-2019/1/25)	6
图表 3 : 食品饮料子行业表现 (2019/1/21-2019/1/25)	7
图表 4 : 若干品牌白酒零售价	15
图表 5 : 若干品牌啤酒零售价	15
图表 6 : 若干品牌红酒零售价	16
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	26
图表 12 : 22 个省市仔猪/生猪/猪肉平均价	29
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)	30
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)	31

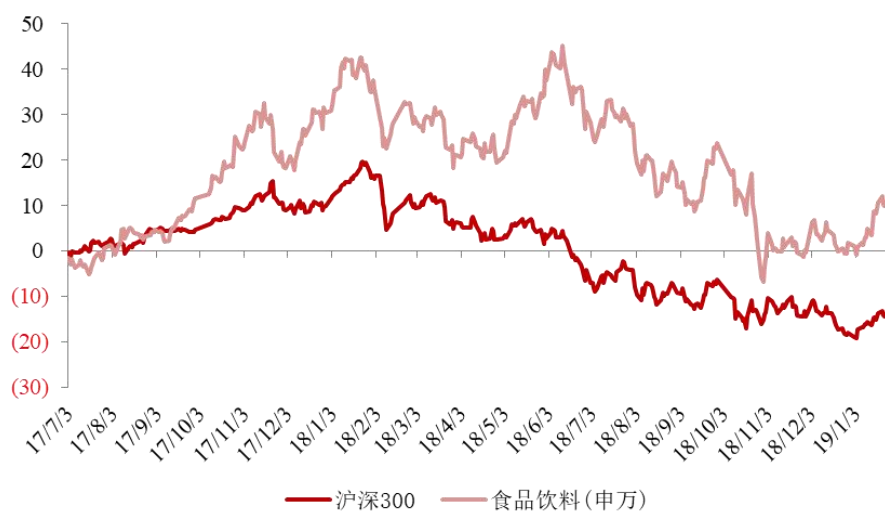
### 表格目录

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

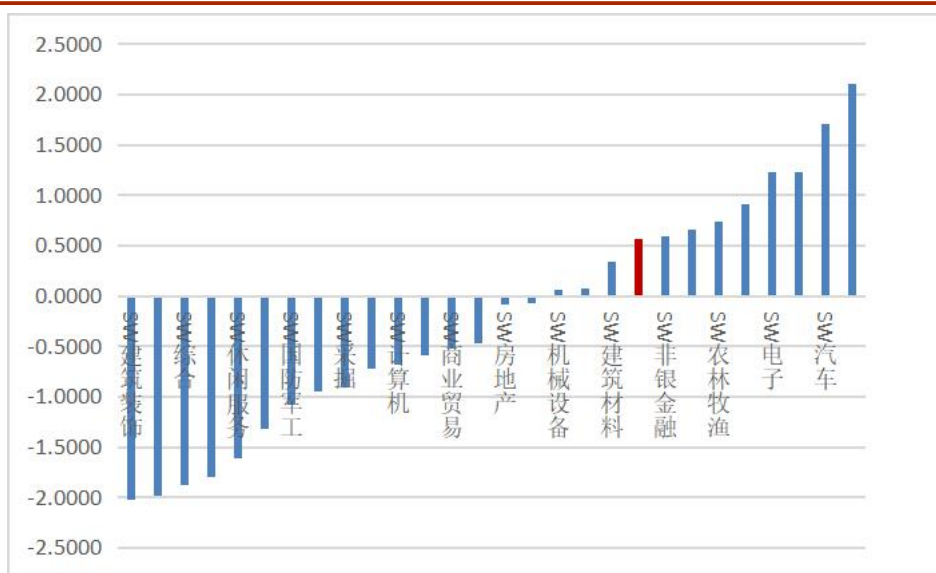
上周，上证综指上涨 0.22% 收 2601.72，深证成指上涨 0.19% 收 7595.45，创业板指下跌 0.32% 收 1265.49。沪深 300 上涨 0.51% 收 3184.47，食品饮料（申万）上涨 0.57%，涨幅在申万 28 个一级行业中排第 9 名。

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

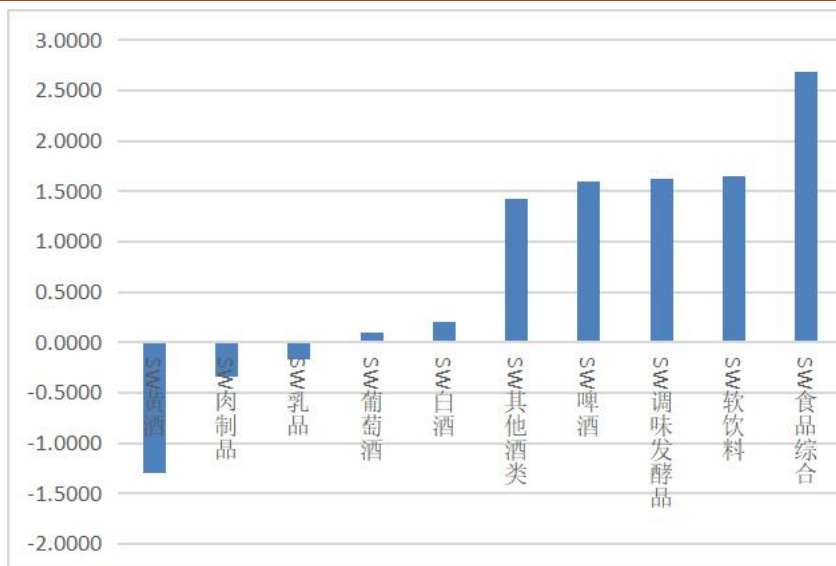
图表 2：申万一级行业板块表现（2019/1/21-2019/1/25）



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：食品综合板块上涨 2.69%，涨幅最大；黄酒板块下跌 1.30%，跌幅最大。

图表 3：食品饮料子行业表现（2019/1/21-2019/1/25）



数据来源：Wind，爱建证券研究所

个股方面，千禾味业（属调味品板块）上周领涨，上涨 12.23%；\*ST 皇台（属白酒板块）跌幅较大，下跌 9.93%。

港股市场，颐海国际（01579.HK）股价再创历史新高。

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	603027.SH	千禾味业	12.2263
	600238.SH	*ST 椰岛	9.6610
	603517.SH	绝味食品	9.5331
	000596.SZ	古井贡酒	7.1308
	002481.SZ	双塔食品	6.0606
跌幅前五	600543.SH	莫高股份	-3.0581
	603536.SH	惠发股份	-3.7628
	002330.SZ	得利斯	-3.9823
	002515.SZ	金字火腿	-4.0359
	000995.SZ	*ST 皇台	-9.9338

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} 2018年1-11月，酒的制造业汇总企业单位数2545个，亏损企业数406个，利润总额1248.79亿元，同比增加18.11%，其中：酒精制造业利润总额8.52亿元，同比下降52%；白酒制造业利润总额1043.45亿元，同比增加24.54%；啤酒制造业利润总额119.87亿元，同比下降0.52%；葡萄酒制造业利润总额28.78亿元，同比下降9.53%。（以上仅列出部分子行业）（中国轻工业网）

{行业资讯} 近日，英国知名品牌价值咨询公司“品牌金融”（Brand Finance）在2019年世界经济论坛（达沃斯论坛）期间发布“2019年全球最具价值品牌年度报告”（2019 The annual report on the world's most valuable brands）。

本次全球范围内共30个食品饮料相关行业品牌入选500强。其中排名最靠前的食品饮料品牌依旧是可口可乐，它已经连读多年蝉联榜首。今年，雀巢超越百事可乐在食品饮料品牌中名列第二，百事可乐为第三名。

在烈酒领域，中国茅台、五粮液、洋河、泸州老窖均上榜，其中茅台高达45名。在啤酒领域，百威英博成为最大赢家，旗下百威、百威淡啤、哈尔滨啤酒纷纷上榜。

中国乳业双雄双双上榜，而伊利的名次较上一年上升27位，排在总榜第258位。蒙牛成为继它之后第二个入选全球500强的中国食品饮料品牌，排在了总榜的第410位。（Brand Finance）

{行业资讯} 1月20日，北京钓鱼台芳华厅，一场以“文化引领新发展·佳酿盛景绽芳华”为主题的贵州茅台酒（燕京八景）发布会隆重举行。李保芳表示，该产品由贵州茅台与北京糖业烟酒集团共同推出，是集茅台酒与历史文化、盛世古景、御诗名画为一体，以“燕京八景”为文化主题开发的一套高端产品。

李保芳表示，北京糖业烟酒集团作为茅台股份公司上市的发起人之一，与茅台有着深厚的历史渊源和感情。为了这份情谊，双方毫不犹豫选择再度携手，共同打造这款不同于生肖酒、有别于纪念酒的文化特色酒，相信其特殊的品牌优势和厚重的文化基因，以及丰富的文化内涵，定能成为真正意义上的珍品、藏品，为双方的合作共赢作出贡献。

据了解，2018年12月21日茅台燕京八景酒一经预告发布就引起了茅粉和业界的关注，茅台作为中国酿酒业的翘楚，世界蒸馏酒的第一品牌，与中国最具影响力的流通企业之一——北京糖业烟酒集团有限公司强强联手，倾力打造了贵州茅台酒（燕京八景）。它以卢沟晓月、西山晴雪、太液秋风、琼岛春阴、蓟门烟树、金台夕照等北京八大标志性人文景观为创作主题，以乾隆皇帝钦定的北京八大名景为元素，以茅台陈酿酒为酒体，将盛世古景与御诗名画融为一体，是文化与艺术的碰撞，地域与佳酿的融合，融汇了“文化之盛、艺术之珍、佳酿之醇”的文化标签。历史文化、传统书画艺术与茅台品质品牌文化多重价值交相辉映，艺术和收藏价值极高，是广大茅粉、文化爱好者、收藏家的“必争之宝”。（贵州茅台）



**{行业资讯}** 1月21日，茅台集团公司召开2019年第一次党委会，研究决定：2018年公司岗位绩效工资按6.27%增长，从2019年起，员工每人每月上调1500元预付绩效工资。（贵州茅台）

**{行业资讯}** 1月23日下午，2019中国仁怀首届春节“茅台酱香·万家共享”酒文化传播灯会新闻发布会在茅台国际大酒店举行。据悉，本届灯会活动将于2月1日持续至2月20日，每晚在仁怀市酒都广场精彩呈现。

据介绍，去年茅台酱香系列酒实现销量3万吨、销售额90.3亿元，同比增长38%；预计利润总额22.88亿元，同比增长263%；上缴税金8.93亿元，同比增长98%，形成了茅台酒、系列酒“双轮驱动”格局。在中国国际酒业博览会第二届名酒论坛上，汉酱、王子、迎宾等三个品牌、六款产品，通过240名国家级评委盲评，在全国120款产品中脱颖而出，分别获得了四个“第一”、两个“第二”，成为80-500元之间、四个价格带中性价比最高的产品，充分彰显了茅台系列酒的优秀品质。“茅台酱香·万家共享”活动，荣获中国酒类流通协会颁发的“中国酒业营销金爵奖案例奖”，掀起了品鉴共享热潮，让企业品牌深入了人心。

“茅台既做名酒也做民酒。”贵州茅台酱香酒公司党委委员、副总经理郑悄然在答记者问时表示，茅台酱香系列酒将充分发挥品牌、品质和价格优势，以“亲民惠民”为服务宗旨，致力“茅台酱香·万家共享”品鉴会，通过“喝三口、喝三杯、喝三次”的方式，培育茅台酱香酒消费群体。（贵州茅台）

**{行业资讯}** 2018年12月，中国规模以上白酒企业产量91.5万千升，同比增长0.5%；2018年1-12月，中国规模以上白酒企业累计产量871.2万千升，同比增长3.1%。

其中，2018年12月，四川省规模以上白酒企业产量38.4万千升，同比增长8.3%；2018年1-12月，四川省规模以上白酒企业累计产量358.3万千升，同比增长14.0%。（糖酒快讯）

**{行业资讯}** 一线调研数据显示，白酒渠道反馈好转。进入2019年以来，五粮液在江苏、北京、西北、广西等区域市场都实现了两位数以上的高增长，不少地方的同比增幅在20%-30%。（格隆汇）

临近春节，白酒旺季战火愈演愈烈，而作为白酒第一梯队的五粮液则在新年伊始对渠道进行了大规模整顿，连开27张罚单整肃市场。在此背景下，北京商报记者在走访了北京多家商超及烟酒店对五粮液旗下产品进行摸底调查发现，当前在五粮液的高端酒中，经典版52度普五销量情况最好，经销商出货情况也不错，库存已所剩不多，从目前动销趋势来看，保守估计同比增长20%以上。业内人士指出，春节是传统的白酒销售旺季，消费者对名酒需求越来越高。高端白酒销售焦点是“头部”效应显著，主要聚集在普五、飞天茅台两大超级单品身上。千元价位的普五对于消费者来说性价比较高。

在线下商超走访过程中，记者发现，五粮液在推出买赠活动。包括标价738元的五粮液42度浓香白酒500ml、899元的五粮液52度红瓶酒500ml、1198元的五粮液50度十年五粮液500ml、1388元的五粮液虎符令500ml等均在买一赠一红酒促销活动。另据某经销商透露，今年五粮液的招牌大单品普五终端动销高

峰较去年有所提前。另外，买酒扫码送礼盒活动也吸引了不少消费者。

记者在针对北京市场进行走访调查时了解到，此轮行业销售旺季依然是高端名酒的销售旺季，目前高端白酒销售主要集中在五粮液和茅台身上。不过，据多家终端销售网点工作人员介绍，由于53度飞天茅台存量十分稀少，线下很多地方基本没货，官网上也限购，一瓶难求，因此很大程度上也促使五粮液销量上涨。

值得一提的是，今年初，五粮液首次针对终端市场进行了大规模整改。连开27张罚单整肃市场，逐渐加大了对串货等扰乱市场秩序行为的处罚力度。在此背景下，记者在走访过程中了解到，目前在北京市场上，销量最好的是普五和五粮液1618。“以前，五粮液的市场营销做得较少，如今，五粮液在市场营销上也加大了力度，并且结合节日消费也给予了市场一定支持，目前市场表现还不错。”有五粮液经销商指出。

据了解，现版“普五”预计会在今年二季度停产，升级版普五将于今年6月择机上市。在升级版五粮液上市后，将全面采用扫码积分系统，实施精细化、数字化管理。

今年是五粮液实现千亿目标的关键一年，全面推进“百城千县万店”工程，增强企业与消费者互动，能够快速获得和反馈信息成为五粮液当前市场经营和发展的重中之重。而在走访时，有不少消费者告诉记者，对于他们来说，平时很少会进行白酒消费，对白酒的了解也不多。在过年期间购酒，更多的还是送礼使用。因此，品牌成为购酒的第一要素。（北京商报）

**【行业资讯】** 1月23日，市场获悉，百年泸州老窖窖龄酒华北管委会最新发布了《关于百年泸州老窖窖龄酒30年酒行渠道价格体系调整的通知》，将38°与52°的窖龄酒30年建议零售价调整为238元与258元。

1月24日，最新获悉，国窖1573全国范围停货，2019年春节后有望恢复。（酒说）

**【行业资讯】** 近日，古井贡酒对年份原浆献礼版和古5两款产品进行了包装升级，不过市场层面反映此两款产品的终端开票价格并未变，而是通过年终活动政策的调整，使终端实际进货价提高了10元/箱。据了解，古井要求终端商献礼版不得低于360元/箱，古5不得低于480元/箱。（微酒）

**【行业资讯】** 在牛栏山酒厂媒体恳谈会上，从2002年的2亿营收，到2018年的百亿可期，牛栏山酒厂党委书记、厂长宋克伟用“不怕慢 就怕站”来形容牛栏山这16年来厚积薄发的进程。

“2018年，牛栏山突破亿元的省级市场（包括直辖市）达到22个，泛全国化格局基本稳定。”据牛栏山酒厂副厂长陈世俊介绍，牛栏山的泛全国化格局已基本稳定。与此同时，其陈酿升级珍品的单品销售已实现规模化。值得注意的是，伴随着牛栏山一路成长的经销商的销量额也节节攀升。陈世俊透露，2018年，500万以上销售额的经销商数量达193个，1000万以上销售额经销商数量达134个，5000万以上经销商数量达36个。

从2018年业绩来看，牛栏山的全国化和营收百亿两大目标可谓相辅相成。全国

化背后是厂商共同的耐力长跑——牛栏山与大部分经销商有着多年稳定的合作关系，有的长达 20 年以上，不少经销商甚至只做牛栏山，品牌忠诚度令人称奇。

“要想着帮经销商挣钱。”宋克伟常如是说。这样的厂商关系也经得起时间检验：牛栏山几乎不给经销商定任务，因而白酒行业常见的压货问题不存在；在经销商遇到困难时，牛栏山营销团队也全力以赴帮助经销商解决问题。行动胜过言语，调整策略、调剂产品、消化库存、盘活资金，这也是牛栏山高增速的动力之一。

在宏观环境与行业判断下，牛栏山 2019 年的策略定位更加稳健而清晰。会上，牛栏山方面透露，在泛全国化格局已定下，牛栏山确定明年将从区域市场扩张到市场纵深发展，从陈酿单品一枝独大到多头并进转变，从深耕北京到同步打造外埠样板市场转变。

未来，牛栏山将围绕品牌定位、品牌提升、文化建设和科技研发继续提升，继续发挥牛栏山品类、品牌、品质和包容品格优势。按照牛栏山此前的规划，2018 是牛栏山酒厂实施“四五”战略承上启下的关键一年，也是“双百目标”——“实现百亿销售收入，打造百年企业”的新起点，“百亿”是短期目标，“百年”是长期目标。

针对“百年名企”的目标，牛栏山意图奏响“三部曲”：到 2020 年，确保实现牛栏山酒厂“四五”战略目标，力争提前完成百亿营销目标。第二步，2020-2030 年，将牛栏山酒业发展成为中国极具影响力的现代化酒业集团，让“牛栏山”的“中国名酒”品牌实至名归。第三步，2030-2050 年，力争在牛酒国营 100 周年之际，成为全球闻名的酒类跨国集团。

牛栏山的民酒属性以及多年来形成的品牌效应，在消费分级的当下更具想象空间。有市场消息透露，作为五大主导系列之一，牛栏山 42° 陈酿单品年销售额超过 30 亿。事实上，牛栏山的“杀手锏”难以复制。牛栏山的全国化推广策略是通过让利、由大商开拓全国市场，配合央视、高铁、火车站等多方位广告。

牛栏山在全国拥有北京、河北、山西以及新建的成都生产基地，四大基地足以支撑其产能扩张。另外，牛栏山还在技术研发上加大投入，在二锅头特色成分、优势成分和健康因子分析方面取得突破。以上齐头并进的策略背后，品牌力与资金实力缺一不可。

牛栏山的长足发展还体现在其抗通胀能力与结构持续提升上。一方面，相较于高端酒来说，光瓶酒尤其是牛栏山十几元的陈酿系列提价无明显压力，另一方面，牛栏山所布局的中高端白酒如珍品陈酿（108 元）及百年系列，销量亦不断提升。这为其整体营收作出极大贡献。（牛栏山酒厂官网、酒业家）

**【行业资讯】** 2018 年 1-12 月，中国规模以上啤酒企业累计产量 3812.2 万千升，同比增长 0.5%。

2018 年 1-12 月，中国累计进口啤酒 82.1141 万千升，同比增长 14.7%；金额为 59.5983 亿元，同比增长 17.9%。

2018 年 1-12 月，中国累计出口啤酒 38.571 万千升，同比增长 6.9%；金额为 16.6427 亿元，同比增长 8.0%。（啤酒工业信息网）

**{行业资讯}** 1月23日，重庆啤酒新任澳大利亚籍亚裔董事长罗磊首次亮相重啤股东大会。罗磊在会上表示，重庆啤酒的战略已经清晰制定，高端化策略、成本控制等会继续加强。重庆啤酒方面同时表示，过去两年大规模的关厂这种情况不会出现。（糖酒快讯）

**{行业资讯}** 根据国家统计局的相关数据统计，2018年1-12月全国葡萄酒产量为62.9万千升，同比2017年总产量100.1万千升大幅减少了37.2万千升，降幅达到37.16%。

统计数据显示，2018年全年，中国大陆地区葡萄酒（散装、瓶装、起泡酒）进口总金额为35.43亿美元，同比微增1.1%，进口量7.16亿升，同比下降8.95%。

近日，法国国家干邑行业管理局（BNIC）发布了2018年干邑数据，数据显示，在干邑前10大直接出口市场中，中国位列第三，进口量达到2440万瓶。（葡萄酒研究）

**{行业资讯}** 1月22日，澳大利亚葡萄酒管理局（Wine Australia）发布了最新出口报告：截至2018年12月31日，澳大利亚葡萄酒对全球出口总额增长至136.64亿元，同比增长10%；出口量同样达到新高，达8.50亿升，增长了5%。其中，中国大陆、香港、澳门地区总计出口额为55.3亿元，增长了18%。（葡萄酒研究）

**{行业资讯}** 1月20日，古越龙山在上海举行了“国宴荣耀古越芬芳”绍兴黄酒文化展示活动，黄酒首款高端产品“国酿1959”产品正式作为战略单品开始在全国市场进行运作，零售指导价为每瓶1000元以上。（酒说）

**【泸州老窖】** 第九届董事会六次会议决议公告：1、审议通过了《关于子公司投资设立泸州老窖葡萄酒电子商务有限公司的议案》。同意子公司泸州老窖电子商务股份有限公司投资设立全资子公司泸州老窖葡萄酒电子商务有限公司，该公司注册资本500万元，主营进口葡萄酒、葡萄汁等产品线上销售。2、审议通过了《关于子公司投资设立泸州老窖百调电子商务有限公司的议案》。同意子公司泸州老窖电子商务股份有限公司投资设立全资子公司泸州老窖百调电子商务有限公司，该公司注册资本300万元，主营预调酒、橡木桶白酒等产品线上销售。

**【古井贡酒】** 2018年度业绩预告：归属于上市公司股东的净利润160,823.69万元-172,311.10万元。与去年同期相比，本期净利润增长的主要原因为营业收入的增加和产品销售结构上移所致。

**【山西汾酒】** 2018年年度业绩预增公告：（一）业绩预告情况：1、经财务部门初步测算，预计2018年年度实现归属于上市公司股东的净利润与上年同期相比增加4.72亿元到5.66亿元，同比将增加50%-60%。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增加4.71亿元到5.66亿元，同比将增加50%-60%。（二）本期业绩预增的主要原因：2018年，公司在不断深化改革进程中，持续优化经销商结构、区域布局，持续推进模式创新、人才建设、管理提升，推行“强激励、硬约束”激励考核机制，营销团队规模质量双向提升。报告期公司主营业务收入大幅增长，高端产品占比增加，归属于上市公司股东的净利润大幅增加。

【顺鑫农业】2018 年度业绩预告：归属于上市公司股东的净利润 70,139.12 万元 ~ 83,290.21 万元，比上年同期增长：60% ~ 90%。公司白酒销售市场扩大，销量及销售收入增加。

【水井坊】2018 年年度业绩预增公告：（一）业绩预告情况：1. 经财务部门初步测算，预计 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增加约 24,396 万元，同比增长约 73%；营业收入与上年同期相比将增加约 77,068 万元，同比增加约 38%；销售量与上年同期相比将减少约 1,353.89 千升，同比减少约 13%，其中，中高档酒销售量与上年同期相比将增加约 1487.67 千升，同比增加约 27%，低档酒（基酒）销售量与上年同期相比将减少约 2,841.56 千升，同比减少约 56%。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，将增加约 24,824 万元，同比增加约 69%。（二）本期业绩预增的主要原因：本次业绩预增的主要原因是公司主营业务的持续增长。2018 年，在消费升级的大背景下，白酒市场中高端板块实现了较快增长。公司紧紧抓住这一机遇，稳步做好产品、品牌升级及渠道管理一系列活动，主导产品水井坊臻酿八号、井台装、典藏大师版均得到较好增长。同时，坚持市场导向、终端为本及共创共享的商务策略，持续推进核心门店创新升级，为业绩增长提供了有力保障。另外，公司品牌推广再上新台阶，成立行业第一支非遗保护基金；打造“壹席”、“菁宴”两个重量级品牌盛宴，深耕高端菁英人群；再登太庙举行“传世盛典”，隆重推出“博物馆壹号”限量收藏版，公司高端化品牌战略得到持续提升。

【舍得酒业】2018 年度业绩预增公告：（一）业绩预告情况：1、经财务部门初步测算，预计公司 2018 年年度实现归属于上市公司股东的净利润为 33,000 万元到 36,000 万元，与上年同期相比增加 18,642.79 万元到 21,642.79 万元，同比增长 129.85%到 150.75%。2、预计公司 2018 年度实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润为 28,300 万元到 31,300 万元，与上年同期相比增加 14,808.80 万元到 17,808.80 万元，同比增长 109.77%到 132.00%。（二）本期业绩预增的主要原因：1、主营业务影响：报告期内，公司大力推进营销改革，积极进行产品梳理和渠道变革，市场不断拓展，产品销售收入增加，导致经营性利润增加。2、非经营性损益的影响：报告期内，预计非经常性损益对净利润的影响为 4,700 万元左右，主要是公司转让江油厂区土地使用权取得收益所致。

【今世缘】关于收回信托产品本金和收益的公告：公司已于 2019 年 1 月 28 日赎回本金和收益，其中收回本金 6000 万元，累计取得收益 402.51 万元，实际取得的年化收益率为 7.7%。

【伊力特】2018 年度业绩快报公告：2018 年公司实现营业收入 22.64 亿元（同比增长 17.96%），实现营业利润 5.92 亿元，利润总额 6.01 亿元，归属于上市公司股东的净利润 4.41 亿元（同比增长 24.94%）。主要因为，经过上一轮白酒行业的低谷，次高端白酒市场的参与者减少，主流品牌地位已经奠定，次高端白酒的全国化市场扩张之路带来了公司业绩的高成长。伊力特通过渠道下沉、聚焦核心产品、核心市场重点打造等方式拓展疆内疆外市场的深度和广度。

【酒鬼酒】2018 年度业绩快报：公司营业收入同比增长 35.13%，主要系华中及华北地区销售收入增幅较大；营业利润及利润总额分别增长 30.13%、32.09%，主要系营业收入增长所致。

【重庆啤酒】2019年第一次临时股东大会决议公告：审议通过《关于提名 LEE Chee Kong 先生公司第八届董事会董事的议案》。

【中葡股份】2018年年度业绩预亏公告：（一）业绩预告情况：1. 经财务部门初步测算，预计2018年度实现归属于上市公司股东的净利润将出现亏损，实现归属于上市公司股东的净利润-15,000万元到-16,500万元。2. 预计公司2018年度实现归属于上市公司股东扣除非经常性损益后的净利润-17,000万元到-18,500万元。（二）本期业绩预亏的主要原因：2018年，公司所处葡萄酒行业竞争依然激烈。报告期内，受国内经济增速放缓影响，国内葡萄酒消费市场受到国外葡萄酒产品大量涌入，进口产品严重冲击国内市场，特别是中低价位葡萄酒市场竞争异常激烈。同时公司仍然处于市场开拓阶段，品牌的知名度及市场份额的占有率偏低，报告期内公司在品牌宣传和营销体系建设方面继续维持较大投入。此外，受国内原料价格、包装材料、人工成本持续上涨等因素叠加影响公司毛利率水平。因此报告期内公司主营业务呈现亏损。另上年同期公司获得银行理财产品收益1,810.10万元，本报告期内公司未有此类业务收益。

关于公司股票可能被实施退市风险警示的第一次风险提示公告：中信国安葡萄酒业股份有限公司（以下简称“公司”）2017年度归属于上市公司股东的净利润为负值，预计公司2018年度归属于上市公司股东的净利润仍为负值。根据《上海证券交易所公司股票上市规则》的有关规定，公司股票可能被实施退市风险警示。

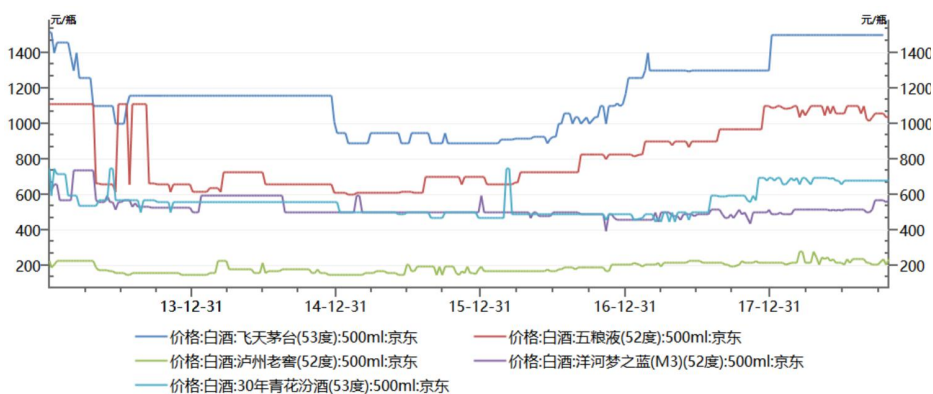
【百润股份】关于股东股份质押变动的公告：刘晓东先生于2019年1月23日将质押给广东广发互联小额贷款股份有限公司的无限售条件流通股11,000,000股解除质押。截至公告披露日，刘晓东先生持有公司股份217,136,991股（其中无限售条件流通股54,284,248股），占公司总股本的40.83%；其中处于质押状态的股份150,000,000股，占刘晓东先生所持公司股份的69.08%，占公司总股本的28.21%。

【\*ST 皇台】2018年度业绩预告：预计归母净利润亏损7,000万元—9,000万元。本年度亏损相对于2017年末有大幅减少的原因，主要是2017年末公司发现前任董事长涉嫌侵占上市公司财产计提了10,216.30万元的大额资产减值，造成2017年末巨额亏损，2018年虽然亏损额相对2017年出现大幅下降，但公司的经营状况并没有实质性改善，仍在进一步恶化中。公司2017年末净资产出现负值，2018年仍然巨额亏损，因此，2018年净资产仍为负值。

关于公司股票存在暂停上市风险的提示性公告：甘肃皇台酒业股份有限公司（以下简称“公司”）已被实施退市风险警示和其他风险警示，公司股票已被实施\*ST风险警示特别处理。2018年1-9月，公司归属于上市公司股东的净利润为-41,908,383.60元，根据公司披露的2018年度业绩预告，归属于上市公司股东的净利润预计为-9,000万元~-7,000万元、净资产预计为-23,269.79万元~-21,269.79万元。根据《深圳证券交易所股票上市规则（2018年修订）》的相关规定，如果公司2018年度经审计的净利润继续为负值，或净资产继续为负值，公司股票将于2018年年度报告披露后面临被暂停上市的风险。股票被暂停上市后，若在法定期限内披露的最近一期年度报告仍不能扭亏或净资产仍为负值，公司股票将面临终止上市的风险。

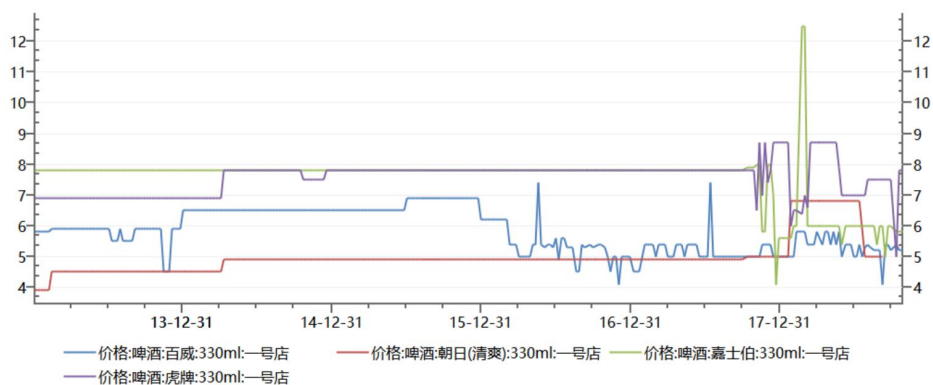
关于第一大股东上海厚丰投资有限公司所持公司股份被轮候冻结的公告:近日通过中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司系统查询,获悉公司第一大股东上海厚丰投资有限公司(以下简称“上海厚丰”)持有的公司3,477万股股份被轮候冻结。

图表 4: 若干品牌白酒零售价



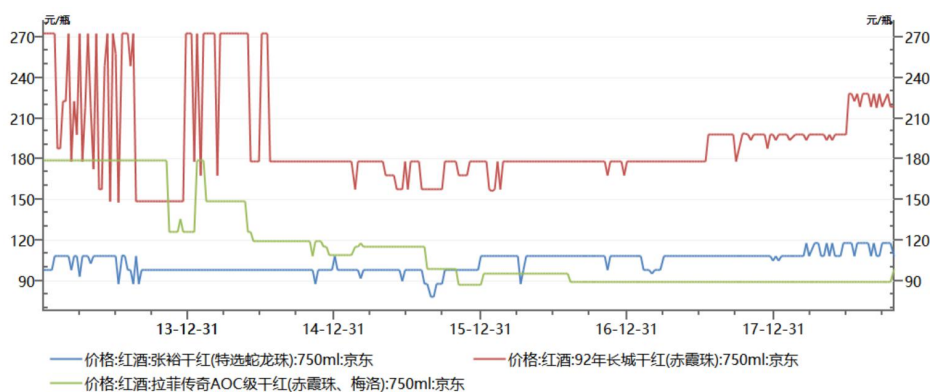
数据来源: Wind, 爱建证券研究所

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]** 2018年12月全国乳制品产量232.8万吨,同比增长7.6%,2018年1—12月全国乳制品产量为2687.1万吨,累计增长4.4%。(国家统计局)

**[行业资讯]** 2019年中国乳业产品的发展方向有哪些?睿农咨询研究认为,有九个方向值得关注:1、更具有体验感的酸奶产品;2、营养价值型酸奶;3、低温巴氏奶的地域概念将消失;4、清洁标签;5、手作概念类乳品更放心;6、天然自然资源类食品原料;7、家庭消费和“一人食”消费的产品两极分化;8、酸奶的多样化消费场景;9、消除肥胖症。(睿农咨询)

**[行业资讯]** 1月21日,中国乳制品工业协会在北京召开了“第二届中国乳业质量年会暨中乳协第六届理事会第四次会议”。中国乳制品工业协会原理事长、国际乳品联合会(IDF)中国国家委员会主席宋昆冈作《2018年乳制品行业质量报告》。中国农业大学教授任发政做了《法国沙门氏菌污染奶源事件警示与思考》的报告。会议还对在2018年度婴幼儿配方乳粉主流品牌质量大赛中获得优异成绩的28家企业进行了表彰。

获得“质量金奖”品牌如下:1. 内蒙古伊利实业集团股份有限公司(金领冠品牌); 2. 黑龙江飞鹤乳业有限公司(星飞帆品牌); 3. 明一国际营养品集团有限公司(明一品牌); 4. 圣元营养食品有限公司(圣元品牌); 5. 西安银桥乳业(集团)有限公司(阳光宝宝品牌); 6. 君乐宝乳业集团(君乐宝品牌); 7. 贝因美婴童食品股份有限公司(贝因美品牌); 8. 黑龙江省完达山乳业股份有限公司(完达山品牌); 9. 澳优乳业(中国)有限公司(澳优品牌); 10. 雀巢(中国)有限公司(能恩®品牌); 11. 北京三元食品股份有限公司(三元品牌); 12. 上海花冠营养乳品有限公司(贝智康品牌); 13. 上海晨冠乳业有限公司(聪尔壮品牌); 14. 甘肃燎原乳业集团(亚归品牌); 15. 上海纽贝滋营养乳品有限公司(纽贝滋品牌); 16. 雅士利国际集团有限公司(雅士利、瑞哺恩、多美滋品牌); 17. 美庐生物科技股份有限公司(美庐品牌); 18. 陕西红星美羚乳业股份有限公司(美羚品牌); 19. 大庆乳品厂有限责任公司(大庆品牌); 20. 黑龙江省光明松鹤乳品



有限责任公司（光明品牌）；21. 西安百跃羊乳集团（百跃·益贝比品牌）；22. 多加多乳业（天津）有限公司（安格奇诺品牌）；23. 陕西美力源乳业集团有限公司（爱优素品牌）；24. 湖南欧比佳营养食品有限公司（欧素力品牌）；25. 欧能达乳业集团有限公司参赛的（欧能达、思麦尔品牌）。（乳业时报）

**【行业资讯】** 经由上海奶业行业协会召集市奶农代表与光明乳业代表三方充分协商，鉴于当前全国各地奶价和奶牛消费市场情况，奶农和乳企双方达成一致意见：2019年上半年上海地区生鲜乳收购基础价格为3.85元/公斤，原有的优质优价、分级奖励、入职率、乳脂白率封顶等方案保持不变。（乳业资讯网）

**【行业资讯】** 北京市奶业协会近日召开2018年统计工作会，回顾了2018年北京奶业发展情况，指出2018年北京市60%养殖企业实现盈利，乳制品加工产能过剩，建议疏解部分加工企业。具体是：1、奶牛存栏同比下降近20%，其中成乳牛存栏降幅超过25%。2、牛奶产量同比下降5%。3、2018年北京市平均奶价3.6元/公斤，养殖企业60%盈利。4、乳制品加工产能过剩，建议疏解部分加工企业。（爱乳业）

**【行业资讯】** 国务院新闻办公室于2019年1月21日举行新闻发布会，国家统计局局长宁吉喆介绍2018年国民经济运行情况并答记者问。对于备受外界关注的出生人口数据，据国家统计局数据，2018年全年出生人口1523万人，人口出生率为10.94%；死亡人口993万人，人口死亡率为7.13%；人口自然增长率为3.81%。比照国家统计局2018年1月21日发布的数据，2016年和2017年，我国出生人口分别为1786万人和1723万人。

作为“吃奶粉”的主力军，新生儿数量的下降，无疑是奶粉行业面临的严酷问题。按照预测，从2019年到2020年，婴幼儿配方奶粉的销量将持续下降。虽然行业竞争激烈，奶粉行业也在发生结构性的改变。未来消费高端化和产品结构升级将成为推动奶粉行业增长的力量。在过去两年中，高档婴儿配方奶在整体市场中的份额已从2016年的12%升至23%，而且增速仍高于其他子类别。

对于买奶粉这件事，中国家长一向是不吝于“买贵的”，目前国内奶粉的价格高于全球，但是中国家长仍愿为孩子的口粮支付溢价，特别是在网购渗透率相对不高的低线城市。在高端领域中，有机奶、A2蛋白奶和羊奶销售也稳健增长，反映出居民改善营养的需求。（国家乳业工程技术研究中心）

**【行业资讯】** 从2015年39%至2018年49%，国产品牌市场占有率实现飞速跃升，中国乳业步入“价值取胜、高端发展、国产复兴”的新时代。

1月24日，飞鹤乳业“新时代，新作为”战略成果暨可持续发展大会现场，中国奶业协会名誉会长高鸿宾披露，2018年，飞鹤乳业销售额115亿元。根据各大品牌官方销售统计口径，飞鹤位居中国奶粉市场第二。

2018年11月7日，飞鹤官宣提前53天销售额过百亿，成为中国奶粉品牌第一个过百亿的品牌。飞鹤乳业总裁蔡方良强调：2019年目标实现销售额150亿元，成为中国市场第一品牌。蔡方良介绍，从2019年开始，飞鹤奶粉将实现多个转变：从“母乳化配方”到“更适合价值”；与合作伙伴的关系从“生意合作”到“高质量合作伙伴关系”等等。

飞鹤突破百亿规模大关，作为飞鹤大单品的星飞帆则成为主要发动机。据了解，星飞帆今年销售额突破 50 亿元，成为首个突破 50 亿的中国奶粉大单品。飞鹤能够实现中国奶粉品牌的新突破，在于奶源、现代化的生产、优于欧盟的标准，全球协作的研发体系。飞鹤是第一个主打全产业链的中国奶粉企业，也是第一个主打鲜奶一次成粉湿法工艺的奶粉企业。

1 月 28 日，君乐宝乳业集团（以下简称“君乐宝”）发布数据显示，2018 年，君乐宝销售额同比增长 28%。其中，婴幼儿奶粉产销量超 5200 万罐，销售额同比增长超 100%，首次进入国内奶粉行业第一阵营。

2018 年，我国正式实施婴幼儿配方奶粉注册制度后，如何凭借配方优势拿到产品“准入证”上市销售，成为各乳企能否获得市场增量的前提。据了解，针对婴幼儿成长发育出现的上火、哭闹及视力健康发育等问题，君乐宝开发出恬适婴幼儿奶粉、乐铂 K2 儿童成长配方奶粉等产品，构建适应市场需求的婴幼儿奶粉产品线。

业内人士表示，在国内婴幼儿配方奶粉准入标准日趋严格的情况下，未来 70% 以上的奶粉品牌面临淘汰风险，其中杂牌、贴牌乳企的生存空间将被挤压，市场增量将向竞争力强的头部乳企集中。

君乐宝乳业集团副总裁、奶粉事业部总经理刘森森透露，2019 年，君乐宝奶粉已制定 7500 万罐的销售目标。（乳业时报）

**【行业资讯】** 1 月 24 日，由于可能被沙门氏菌污染，法国 Savencia 公司宣布召回西班牙工厂生产的 Modilac 品牌婴幼儿配方奶粉。

据了解，目前已发现 4 例因沙门氏菌污染导致的婴幼儿病例。

公司发表公告称，目前只涉及西班牙工厂的两批产品，但同法国消费竞争打击舞弊总局（DGCCRF）协商后，出于谨慎，对涉事工厂生产的所有以米蛋白质为基础的奶产品都需要回收。这次回收涉及 18 种产品，共计 40 万桶奶粉，一般在药店、福利机构——爱心食堂、无国界医生和圭亚那红十字会，以及网上电商平台销售。

Modilac 已经在网上公布回收产品列表。公司负责人表示，公司本着负责谨慎的态度对产品进行召回，召回规模之大属史无前例。（乳业资讯网）

**【行业资讯】** 近日，甘肃省武威市与内蒙古伊利实业集团股份有限公司日产 1800 吨液态奶武威生产基地项目投资合作签约仪式在兰举行。

伊利集团是中国规模最大、产品线最全的乳制品企业，稳居全球乳业第一阵营，位居亚洲乳业第一。该项目科技含量高、投资额度大、带动能力强，必将对加快武威市脱贫攻坚进程、推进农业结构调整、助推农民群众增收发挥重要作用。项目总投资约 21 亿元，具体选址甘肃武威工业园区，在伊利集团上百家分公司中，单体产能位列全国第三位、西北地区第二位，是整体投资最大的一个项目。

项目建成达产后，日产液态奶产品 1800 吨，年总产值可达 67 亿元，上交税金 1 亿元以上，将提供就业岗位 1200 人以上，带动凉州区在现有存栏奶牛的基础上新增奶牛 7.18 万头，新增饲草基地 13.2 万亩以上，辐射带动相关产业就业达 6000 人以上，带动一批农业专业合作社发展。同时，能有效带动冷链物流、包

装、交通运输等行业的发展，预期带动产值将达到 80 亿元以上。项目规划 2019 年 1 月启动，分两期建设。一期投资约 10 亿元，预计 2021 年 3 月建成投产，达产后可实现日产液态奶产品 600 吨，全年可生产液态奶产品 18 万吨。（新华网、兰州新闻网）

**【行业资讯】** 1 月 25 日，中小板乳业新贵新希望乳业（002946.SZ）首日挂牌，公司发行价定在 5.45 元/股。新希望乳业立足西南，并在华东、华中、华北深度布局，构建了以“鲜战略”为核心价值的城市型乳企联合舰队。至此，据不完全统计，内地 A 股上市公司即将达到 12 家。再加上港股上市的蒙牛乳业等，两地的乳业上市公司已经至少有 14 家。

近年来，乳品行业的快速发展势头不减。政策也在助力乳品行业的发展。最新的文件是 2018 年 12 月 26 日，农业农村部等 9 部委发布《关于进一步促进奶业振兴的若干意见》，力争到 2025 年全国奶类产量达到 4500 万吨，切实提升我国奶业发展质量、效益和竞争力。

数据显示，乳制品份额已经占据快消整体超过两成（21%），中国销售额前三名的快消品厂商里有两家是乳制品企业。而除了伊利、蒙牛、光明等全国性乳企，区域性乳企也正在布局全国市场。乳业专家宋亮分析认为，上市后的新乳业，将加码华东、华南市场，“目前（新乳业）大概在液奶的第五名。”

在乳制品总体销量上扬的“大趋势”下，“小趋势”的变化也值得关注。如果说过去十年是常温奶的“黄金十年”，那么在未来，低温奶的“新黄金十年”或许正在到来。

数据显示，行业整合的趋势已经很明显。天猫新品创新中心发布的一份低温奶发展趋势报告显示，消费者在购买乳制品的时候，生产日期越近越好，保质期越短越好，2017 年主打短保鲜期的低温牛奶销量同比增长近 100%，低温鲜奶品类成长速度是乳制品行业的近 10 倍。“健康”、“品质”的标签，成为影响消费者选择乳制品的重要依据。

睿农乳业研究部认为，消费者和市场对新鲜乳制品的消费需求，进入了稳步上升通道，新鲜乳制品，也成为中国奶业应对国际奶业冲击所带来多种影响的重要途径。低温新鲜的巴氏奶作为国内市场的下一个发展热点，已经日益明朗。国家优质乳工程，也正是以巴氏奶发展为主要方向。据了解，全国性乳企龙头都加快了在低温市场的投入，睿农乳业研究部预计，2019 年将会打响巴氏奶的市场竞争之战。

与近年来乳业巨头开始布局低温市场不同，新希望乳业多年来深耕“鲜战略”的落地，坚持无论是牧场还是工厂，均围绕城市 150 公里“鲜半径”的生产原则，打造出区域乳企的独有竞争模式。根据 2017 年报数据披露，新乳业控股的乳制品生产加工企业已经达到 13 家，在四川、云南、河北、山东及浙江等重点市场均已形成稳定的区域竞争优势。

不可否认的是，在乳业的竞争过程中，“同质化”是一个老生常谈的问题。怎样才能突出重围？新希望乳业的答案是“科技”。“面向未来，年轻一代的消费群体将更加个性化，千人千面、好品质、独特性成为他们的首选。”在新希望乳业

上市的路演活动中，公司董事长席刚这样对公众表示。他认为，要想适应消费者多变的需求，乳企必须加大科技投入的力度。

把研发与消费洞察紧密挂钩，这也是新希望乳业频频推出“爆款”的背后动力。比如当天生产、当天售卖、当天下架的“24小时鲜奶”，以更鲜活的行业标准，在消费升级的风口中抢先树立标杆地位；比如特别添加专利菌种，轻盈不粘稠的酸奶奶体搭配多种口味的“活润酸奶”；再比如“零添加”的“初心酸奶”，背后都是对消费者需求的重视，以及对科技力量的重视。新希望乳业科研平台已经成功产出多项科研项目，屡次获得国家、省部级科技奖项，仅在2018年，就产出7款共18个SKU的概念新品。

面对下一个“新黄金十年”的行业期待，全方位再造“鲜优势”，在过去，这是新希望乳业的王牌，在未来，这张王牌将发挥出更多的可能。凭借强大科研实力和“鲜”战略产业链，新希望乳业聚焦于低温乳市场，目前已通过牧场管理、原奶标准、生产工艺到冷链物流等各个环节的优化升级，以严苛的标准达到牛奶“最鲜活”的状态，并在全国范围内构建了优质乳产业链平台，广泛复制优质乳生产经验，实现了乳品“从安全到优质”的升级。

一个不容忽视的细节是：新希望乳业已经在低温奶领域掌握业界领先的72°C/15s杀菌技术，在牛奶鲜活层面精益求精更进一步。“新鲜”“优质”已经成为新希望乳业的代言词，也成为推动行业新发展的动力。（每日经济新闻）

**【伊利股份】 关于2019年度第一期超短期融资券发行结果的公告：**

名称	内蒙古伊利实业集团股份有限公司2019年度第一期超短期融资券	简称	19伊利实业SCP001
代码	011900138	期限	270天
起息日	2019年1月21日	兑付日	2019年10月18日
计划发行总额	5亿元	实际发行总额	5亿元
发行利率	3.37%	发行价格	100元/百元面值
簿记管理人	中国银行股份有限公司		
主承销商	中国银行股份有限公司		
联席主承销商	中国工商银行股份有限公司		

**关于2019年度第一期中期票据发行结果的公告：**

名称	内蒙古伊利实业集团股份有限公司2019年度第一期中期票据	简称	19伊利实业MTN001
代码	101900069	期限	3年
起息日	2019年1月21日	兑付日	2022年1月21日
计划发行总额	5亿元	实际发行总额	5亿元
发行利率	3.70%	发行价格	100元/百元面值
簿记管理人	中国银行股份有限公司		
主承销商	中国银行股份有限公司		
联席主承销商	中国工商银行股份有限公司		

【广泽股份】2019年第一次临时股东大会决议公告：审议通过《关于延长关联借款还款期限的议案》《关于回购注销部分激励对象已获授但尚未解除限售的限制性股票的议案》《关于减少公司注册资本的议案》《关于变更公司名称的议案》《关于修订〈公司章程〉的议案》《关于更换部分董事的议案》。

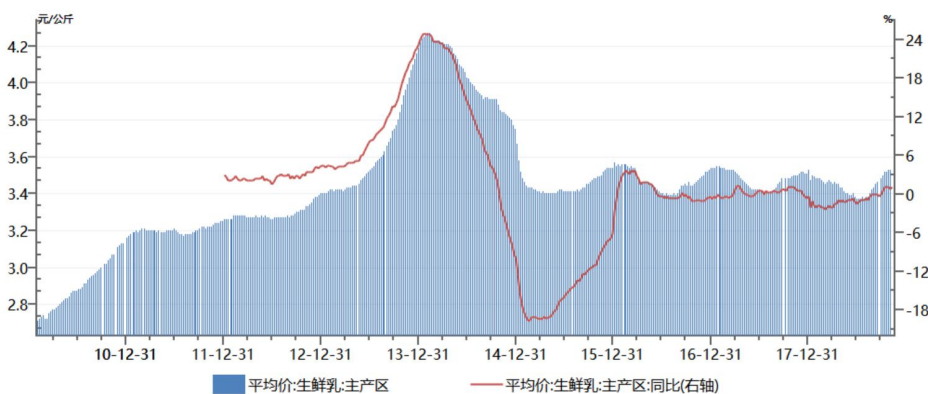
【燕塘乳业】2018年年度业绩预告修正公告：归属于上市公司股东的净利润预计盈利：3,623.03万元至7,246.07万元，预计与上年同期相比的变动幅度：-70%至-40%。业绩修正的主要原因：1、公司新工厂投产后，资产开始折旧，生产成本和管理费用增加，同时为应对行业竞争，营销投入也有所增加，导致成本费用提升。2、公司全资子公司陆丰市新澳良种奶牛养殖有限公司收到广东省自然资源厅出具的《行政处罚决定书》，该行政处罚减少了公司2018年度净利润。

【皇氏集团】2018年度业绩预告修正公告：归属于上市公司股东的净利润亏损：65,000万元至57,000万元。业绩修正原因说明：本次业绩预告出现差异的主要原因为全资子公司皇氏御嘉影视集团有限公司（以下简称“皇氏御嘉影视”）四季度业绩未达到预期，及公司拟对其计提商誉减值所致。受影视文化产业环境变化的影响，皇氏御嘉影视重点投资的影视剧制作项目未能按计划实施，致使2018年度业绩较去年同期出现大幅下降。综合考虑市场环境变化、企业实际现状及未来经营预测，公司管理层对皇氏御嘉影视资产组合（包含商誉）进行了初步测试，出于谨慎性原则，公司拟对并购皇氏御嘉影视形成的商誉计提5.4-5.6亿元减值准备，由此将减少公司2018年度归属于上市公司股东的净利润5.4-5.6亿元。本次计提的商誉减值以最终的审计、评估结果为准。

【维维股份】关于控股股东股份解除质押的公告：1月24日，公司收到控股股东维维集团股份有限公司通知，中国工商银行股份有限公司徐州泉山支行将维维集团股份有限公司质押的本公司无限售流通股19,000,000股股票予以解除质押，质押解除日期为2019年1月23日，相关质押解除手续已办理完毕。此次解除质押的19,000,000股股票占公司总股本比例为1.14%。截至本公告日，维维集团股份有限公司持有本公司股票550,191,506股，占公司总股本比例为32.91%。维维集团股份有限公司累计质押的其所持本公司股票共计506,179,739股，占其持股总数比例为92.00%，占公司总股本比例为30.27%。

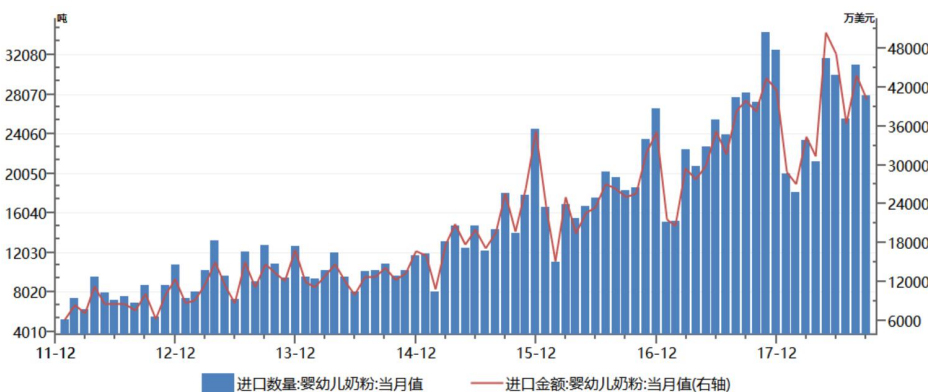
【\*ST因美】关于转让澳大利亚达润工厂资产完成交割的公告：为适应公司战略调整需要，贝因美婴童食品股份有限公司（以下简称“公司”）召开第七届董事会第九次会议和2019年第一次临时股东大会审议通过了《关于转让达润工厂资产暨关联交易的议案》，同意以119,917,000澳元转让公司通过控股子公司Beingmate (Australia) Pty Ltd（以下简称“贝因美SPV”）拥有的澳大利亚达润工厂51%的资产。截至2019年1月23日，贝因美SPV已与Darnum Park Pty Ltd办结了澳大利亚达润工厂51%的资产过户手续，正式完成了本次转让的交割工作。

图表 7：主产区生鲜乳平均价



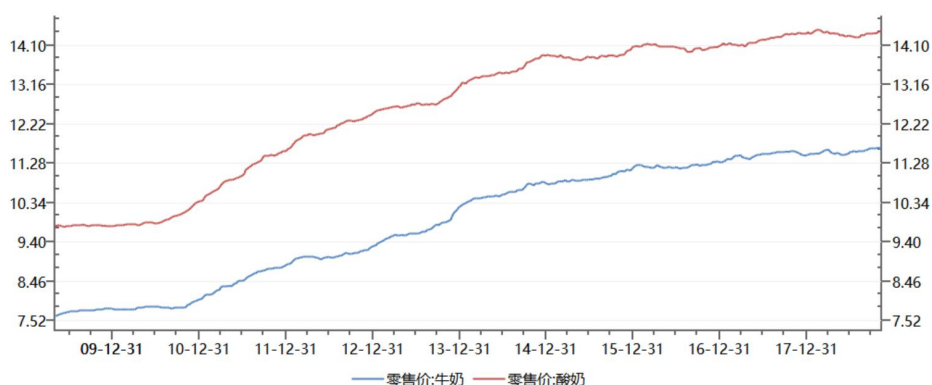
数据来源：Wind，爱建证券研究所

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】** 2018 年度调味品行业十大要事盘点：1、“29 款酱油检测”标题引发的风波；2、酱醋新国标出台正本清源；3、紫林醋业/天味冲击 IPO 受阻；4、新希望加速布局调味品行业；5、长寿花高调进入调味品行业；6、加加收购大连金枪鱼钓惹争议；7、华宝国际收购嘉豪；8、李锦记杀入食醋江湖引关注；9、太太乐营业额超过 50 亿元；10、《中国食品工业减盐指南》研讨会召开。（调味品商界）

**【行业资讯】** 近日，英敏特公司发布的最新研究显示，中国消费者对健康的顾虑与日俱增，许多人已经开始减少盐分的摄入。

中国大多数地区的饮食十分依赖调味品的使用。英敏特研究表明，尽管风味对于调味产品来说仍然非常重要，但如今的消费者认为健康同样是必不可少的考虑因素，94%的中国城市消费者在过去 6 个月中曾试图减少盐的摄入量。根据对过去 6 个月内做过饭的消费者调研显示，55%的人会在烹饪时少放点盐，大约 37%的人表示会少放点味精以及酱油。另外，38%的消费者表示会通过少吃加工食品（例如方便面、香肠、薯片等）来减少盐的摄入。

同时，清洁标签对中国消费者来说已逐渐成为必须，对于家中有小孩的消费者，这一趋势更为明显。在选择食用频率非常高的酱油产品时，多达 33%的已婚且有一个孩子的消费者在购买生抽和老抽前会考虑该产品是否含转基因原料，但只有约 25%的已婚无孩消费者会在购买前做同样的考量。与此同时，25%的已婚且有一个孩子的消费者会在意酱油产品的盐分高低，在意有无添加味精的比例则为 24%。

英敏特表示：“消费者日益增加的对盐和味精摄入量的顾虑已经改变了他们购买和使用调味品的类型。尽管酱料的风味非常重要，但今天的消费者不愿意为了美味放弃健康。这使得清洁标签成为人们日常饮食中的关键因素。比如，消费者关注产品是否含有转基因原料和味精，以及含盐量是否过高。有孩子的家庭更是专

注于这一理念。因此，酱油和其他调味品品牌可以研究并推出带有清洁标签的产品以填补中国市场上这一空白。”（工匠调味）

**【恒顺醋业】关于部分董事、监事、高管减持公司股份的公告：**近日，江苏恒顺醋业股份有限公司（以下简称“公司”）接到北京纳千川投资管理有限公司通知，由公司部分董事、监事、高级管理人员以及公司重要岗位的管理人员共同参与的“纳千川稳健7号证券投资基金”通过上海证券交易所二级市场交易系统减持公司股份事项已经实施完毕。1、董事、监事、高管持股的基本情况：由江苏恒顺醋业股份有限公司部分董事、监事、高级管理人员以及公司重要岗位的管理人员共同参与的“纳千川稳健7号证券投资基金”通过上海证券交易所证券交易系统于2016年2月26日至2016年5月5日以二级市场买入方式持有公司股份643,000股，2016年6月份和2018年6月份因公司实施资本公积转增股本方案增持公司股份643,000股和385,800股，累计持有股份数量为1,671,800股，约占公司总股本的0.21%。2、董事、监事、高管减持股份的基本情况：由公司部分董事、监事、高级管理人员以及公司重要岗位的管理人员共同参与的“纳千川稳健7号证券投资基金”通过上海证券交易所二级市场交易系统于2019年1月28日卖出公司股份86,300股，约占公司总股本（783,559,400股）的0.01%，交易价格12.0038元，2019年1月29日卖出公司股份1,585,500股，约占公司总股本的0.20%，交易价格11.6470元。

**【千禾味业】董事、高级管理人员减持股份进展公告：**1、董事、高级管理人员持股的基本情况：截至减持计划披露日，公司董事兼财务总监何天奎先生持有公司股份560,020股，占公司当时总股本326,200,000股的0.17%，其中无限售条件流通股452,710股，有限售条件流通股107,310股。2、减持计划的进展情况：截至本公告披露日，公司董事兼财务总监何天奎先生通过集中竞价交易减持公司股份100,000股，减持数量已经超过其拟减持数量140,005股的一半。何天奎先生仍持有公司股份460,020股，占减持计划披露时公司总股本326,200,000股的0.14%，其中无限售条件流通股352,710股，有限售条件流通股107,310股。

**高级管理人员减持股份结果公告：**1、高级管理人员持股的基本情况：截至减持计划披露日，千禾味业食品股份有限公司（以下简称“公司”）董事会秘书兼总裁办主任吕科霖女士持有公司股份200,000股，占公司当时总股本326,200,000股的0.06%，其中无限售条件流通股60,000股，有限售条件流通股140,000股。2、减持计划的实施结果情况：截至本公告披露日，公司董事会秘书兼总裁办主任吕科霖女士已通过集中竞价交易减持公司股份50,000股，其本次减持计划实施完毕。吕科霖女士仍持有公司股份150,000股，占减持计划披露时公司总股本326,200,000股的0.045%，其中无限售条件流通股10,000股，有限售条件流通股140,000股。

**【加加食品】第三届董事会2019年第二次会议决议公告：**审议通过了关于《公司向中国银行申请综合授信》的议案。会议同意公司向中国银行股份有限公司宁乡支行申请综合授信额度2.5亿元，授信期为1年（最终授信额度及具体起止时间以与银行签订的协议约定为准），授信方式为抵押担保（以公司名下位于湖南宁乡经济技术开发区站前路的295套机器设备为公司在中国银行股份有限公司



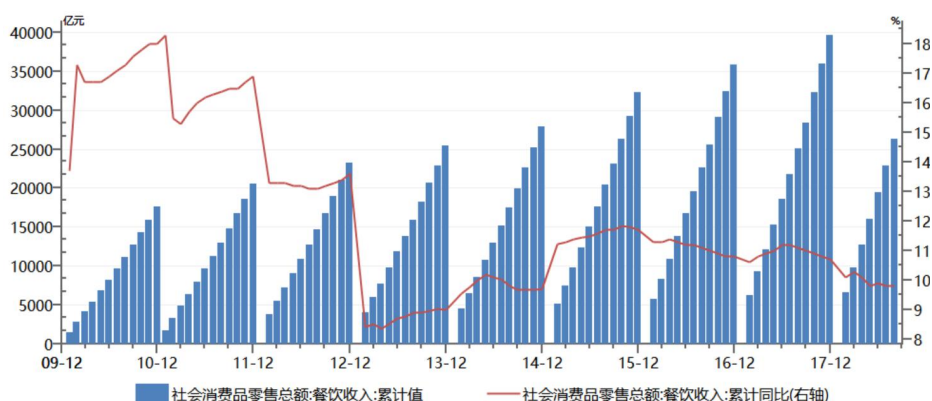
宁乡支行的 2.5 亿元授信提供抵押担保)。

**【梅花生物】**第八届董事会第二十四次会议决议公告：经出席本次会议的全体董事审议，通过关于以集中竞价交易方式回购公司股份的议案：经公司董事长王爱军女士提议，公司拟使用自有资金或自筹资金以不超过每股 5.5 元的价格，采用集中竞价交易的方式从二级市场回购公司股份作为库存股用于后续股权激励或者员工持股计划，回购资金总额不低于 20,000 万元人民币（含），不高于 40,000 万元人民币（含），回购股份数量不超过公司已发行股份总额的 10%，回购股份期限自董事会审议通过之日起不超过 12 个月。根据公司目前经营、财务情况及未来发展规划，公司认为本次股份回购金额，不会对公司的经营活动、财务状况和未来发展产生重大影响。回购实施完成后，公司控股股东仍然为孟庆山，公司实际控制人仍然为孟庆山、王爱军、何君三人，不会导致公司控制权发生变化，也不会改变公司的上市公司地位，股权分布情况仍然符合上市的条件。公司本次回购股份向市场传递了公司管理层看好公司内在价值的信号，有利于公司在资本市场的良好形象，增强公众投资者对公司的信心，并进一步提升公司价值，实现股东利益最大化。

**【莲花健康】**2018 年年度业绩预亏公告：一、业绩预告情况：1. 经财务部门初步测算，预计 2018 年年度实现归属于上市公司股东的净利润与上年同期（法定披露数据）相比，将出现亏损，实现归属于上市公司股东的净利润-31,000 万元到-37,000 万元。2. 归属于上市公司股东扣除非经常性损益后的净利润-30,000 万元到-36,000 万元。二、本期业绩预亏的主要原因：（一）主营业务影响。1、因主营产品原材料价格上涨和产品销售价格调整，影响利润同比减少约 3,163 万元；2、计提资产减值准备约 9,468 万元，比上年增加约 7,421 万元，影响利润同比减少约 7,421 万元；3、确认投资损失约 5,353 万元，比上年增加约 3,419 万元，影响利润同比减少约 3,419 万元。（二）非经营性损益的影响。本期非流动资产处置损益约-344 万元，上年非流动资产处置损益 7,448 万元，影响利润同比减少约 7,792 万元。

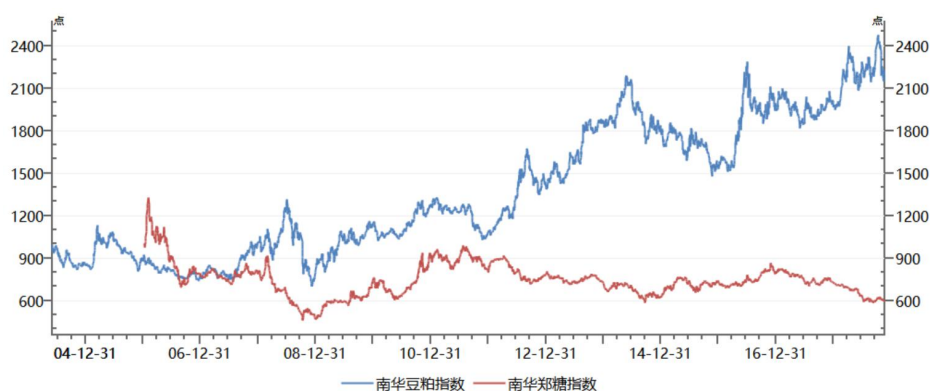
关于公司股票可能被实施退市风险警示的第一次风险提示性公告：莲花健康产业集团股份有限公司（以下简称“公司”）2017 年度经审计的归属于上市公司股东的净利润为负值，预计公司 2018 年度归属于上市公司股东的净利润仍将为负值，同时，预计公司 2018 年度归属于上市公司股东的净资产亦为负值，根据《上海证券交易所股票上市规则》的有关规定，公司股票可能在 2018 年年度报告披露后被实施退市风险警示。

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】** 1月29日，农业农村部组织召开全国非洲猪瘟防控工作视频会议。农业农村部部长韩长赋在会上强调，非洲猪瘟防控是关系民生的一件大事，各地各有关部门要从讲政治的高度出发，坚决贯彻落实好中央领导同志重要指示批示精神，进一步增强做好防控工作的责任感和使命感，坚持一手抓非洲猪瘟防控，一手抓生猪生产和市场供应保障，确保打好打赢非洲猪瘟防控攻坚战，努力保障生猪产业持续健康发展。

会议指出，非洲猪瘟防控既是一场没有退路的攻坚战，又是一场需要常抓不懈的持久战。各地各有关部门既要坚定打赢防控攻坚战的决心信心，又要充分认识防控工作的复杂性长期性，坚持底线思维，进一步增强工作责任感，坚决克服消极厌战情绪和松懈麻痹思想，打好化险为夷、转危为机的战略主动战，坚决阻断非

非洲猪瘟的传播流行，防止因疫情风险引发生猪产业系统性风险，切实降低疫情对经济社会其他领域的影响，更好地服务经济社会发展。

会议强调，当前，非洲猪瘟疫情总体可控，生猪市场平稳有序，防控工作正处于爬坡过坎的攻坚阶段。要坚持久久为功，继续毫不松懈地抓好防控措施落实落地。继续加强疫情防控和应急处置，有效处置新发疫情，严防二次扩散；全力推进分区防控，逐步建立大区防控机制，探索建立完善的防控模式；切实加强养殖场防疫管理，严格督促规模养猪场、种猪场全面落实防疫主体责任，扎实落实防控措施；不断强化舆情应对，有针对性做好解疑释惑、知识普及等工作；强化部门协调配合，增强措施合力。

会议要求，当前要采取果断措施，千方百计稳定生猪生产，保障肉品市场有效供给。坚持问题导向，切实抓好生猪及其产品有序调运；保护基础产能，切实稳定种猪和规模养猪场生产能力；落实“菜篮子”市长负责制，优化生猪养殖屠宰布局；强化综合调控，努力保障猪肉产品市场供给。

农业农村部副部长于康震主持会议并通报当前疫情和防控工作主要情况。农业农村部总畜牧师马有祥及非洲猪瘟疫情联防联控机制成员单位有关负责同志、农业农村部非洲猪瘟疫情应急指挥部成员单位负责同志参加会议。河北、辽宁、重庆等三省市在会上作典型发言。（农业农村部）

**【行业资讯】** 各省、自治区、直辖市及计划单列市畜牧兽医（农业农村、农牧）厅（局、委、办），新疆生产建设兵团畜牧兽医局，部属有关事业单位：

为进一步做好非洲猪瘟疫情应急处置工作，我部根据《中华人民共和国动物防疫法》《重大动物疫情应急条例》《国家突发重大动物疫情应急预案》等有关法律法规规定，组织制定了《非洲猪瘟疫情应急实施方案（2019年版）》。现印发给你们，请遵照执行。《农业部关于印发〈非洲猪瘟防治技术规范（试行）〉的通知》（农医发〔2015〕31号）和《农业部关于印发〈非洲猪瘟疫情应急预案〉的通知》（农医发〔2017〕28号）同时废止。

农业农村部

2019年1月24日

——《农业农村部关于印发〈非洲猪瘟疫情应急实施方案（2019年版）〉的通知》  
（农业农村部）

**【行业资讯】** 农业农村部1月28日接到四川省农业农村厅和黑龙江省农业农村厅报告，经评估验收合格，四川省绵阳市盐亭县和黑龙江省鸡西市鸡冠区非洲猪瘟疫区解除封锁。

农业农村部1月25日接到四川省农业农村厅报告，经评估验收合格，四川省巴中市巴州区非洲猪瘟疫区解除封锁。

农业农村部1月24日接到贵州省农业农村厅报告，经评估验收合格，贵州省贵阳市白云区非洲猪瘟疫区解除封锁。

农业农村部1月24日接到黑龙江省农业农村厅报告，经评估验收合格，黑龙江

省黑河市爱辉区非洲猪瘟疫区解除封锁。

农业农村部接到青海省农业农村厅报告，经评估验收合格，青海省西宁市大通县非洲猪瘟疫区解除封锁。

农业农村部1月22日接到陕西省非洲猪瘟防控应急指挥部办公室报告，经评估验收合格，陕西省榆林市神木市非洲猪瘟疫区解除封锁。

神木市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、无害化处理等疫情应急处置措施。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18日，榆林市畜牧兽医局组织专家对疫区进行现场评估验收和实验室检测，验收和检测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21日14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）

**【双汇发展】**第七届董事会第五次会议决议公告：逐项审议通过《关于本公司吸收合并河南省漯河市双汇实业集团有限责任公司方案的议案》：为进一步聚焦肉业主业，更好地落实本公司“调结构、扩网络、促转型、上规模”的发展战略，优化治理结构，本公司拟进行本次吸收合并。本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“本次吸收合并”或“本次交易”），本公司作为吸收合并方，双汇集团作为被吸收合并方。本次吸收合并完成后，本公司为存续方，将承继及承接双汇集团的全部资产、负债、人员、业务、合同及其他一切权利与义务，双汇集团将注销法人资格，双汇集团持有的本公司股份将被注销，罗特克斯将成为本公司的控股股东。

**【龙大肉食】**2019年第一次临时股东大会决议公告：审议通过了《关于公司与龙大食品集团有限公司签订〈购销合同（框架）〉暨2019年日常关联交易预计的议案》；审议通过了《关于公司与伊藤忠（青岛）有限公司签订〈购销合同（框架）〉暨2019年日常关联交易预计的议案》。

**【华统股份】**第三届董事会第十七次会议决议公告：1、审议并通过《关于公司收购金华市浩强农牧有限公司100%股权的议案》。2、审议并通过《关于公司在桐庐县设立控股子公司暨租赁屠宰场地的议案》。3、审议并通过《关于公司〈2019年限制性股票激励计划（草案）〉及其摘要的议案》。为进一步完善公司法人治理结构，健全公司的激励约束机制，形成良好均衡的价值分配体系，激发管理团队和核心员工的积极性和创造性，保证公司业绩稳步提升，确保公司发展战略和经营目标的实现，公司根据相关法律法规拟定了《浙江华统肉制品股份有限公司2019年限制性股票激励计划（草案）》及其摘要，拟向激励对象实施限制性股票激励计划。4、审议并通过《关于公司〈2019年限制性股票激励计划实施考核管理办法〉的议案》。

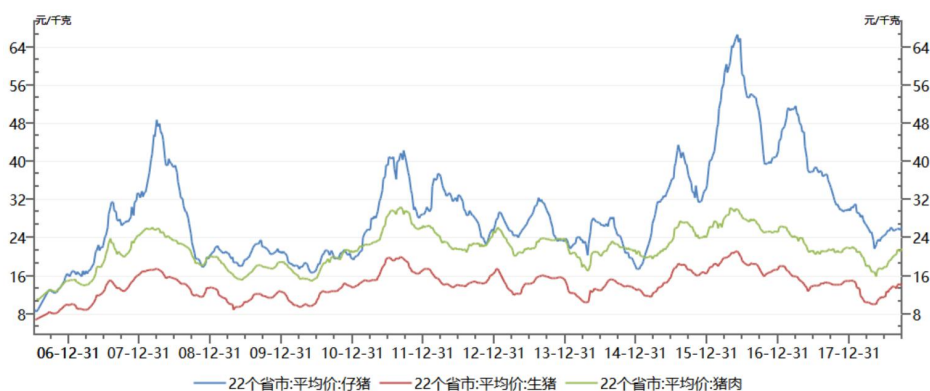
**【金字火腿】**关于股东股份质押展期的公告：近日收到股东施延军及其一致行动人金华市巴玛投资企业（有限合伙）的函告，获悉其所持有的本公司的部分股份

质押展期。截止本公告日，公司控股股东、实际控制人及一致行动人持有的公司股份合计 403,748,160 股，占公司总股本的 41.27%，处于质押状态的股数合计为 400,193,400 股，占其持股数的 99.12%，占公司总股本的 40.91%。

关于董事、副总裁、董事会秘书增持公司股份计划的进展公告：1、增持计划基本情况：金字火腿股份有限公司（以下简称“公司”）于 2018 年 7 月 24 日披露了《关于董事、副总裁、董事会秘书增持公司股份计划的公告》（公告编号：2018-098），公司董事、副总裁、董事会秘书王启辉先生计划在三个月内增持公司股份。受定期报告披露窗口期及公司筹划资产出售等重大事项窗口期的影响，王启辉先生未能在上述期间增持公司股份。2018 年 10 月 21 日，公司披露了《关于董事、副总裁、董事会秘书延期增持公司股份计划的公告》（公告编号：2018-118），王启辉先生增持公司股份的计划履行期限延长 3 个月（增持计划实施期间，因定期报告窗口期及重大事项信息敏感期、停牌事项等，增持期限予以相应顺延）。2、增持计划的实施情况：截止本公告日，本次股份增持计划期间过半。因公司筹划重大资产出售事宜，于 2018 年 11 月 1 日开始停牌，2018 年 11 月 28 日复牌，停牌时间共计 19 个交易日，因此增持计划实施期限相应顺延 19 个交易日。受此影响，截至目前，王启辉先生尚未实施增持。王启辉先生将按照相关法律法规在剩余增持期间内进行增持。

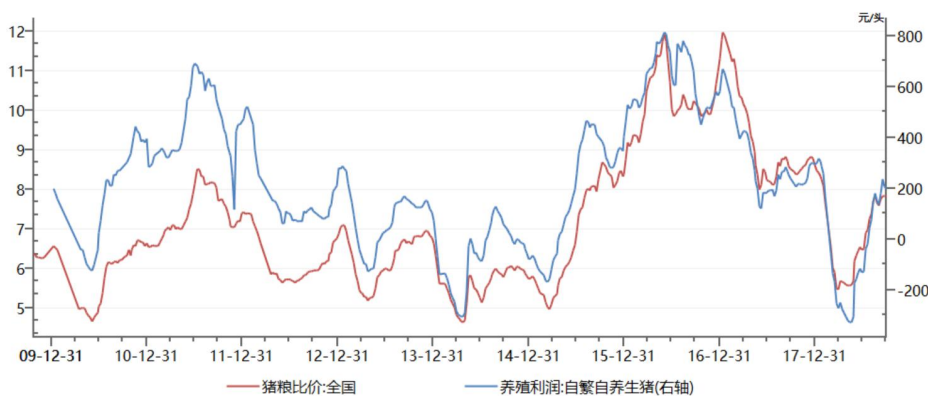
2018 年度业绩预告修正公告：归属于上市公司股东的净利润-3800 万元至 1000 万元，比上年同期下降：135.20%至 90.74%。业绩修正原因说明：1、经公司财务部门初步估算，公司火腿及肉制品业务 2018 年度盈利 4200 万元。但由于：①中钰资本 2018 年度预计亏损 9400 万元，主要是其持有的新三板股票等可出售金融资产的公允价值变动以及其投资的项目在 2018 年度存在减值迹象计提资产减值。②2018 年 12 月，公司将持有的中钰资本 51%股权出售给相关回购方后，形成其他应收款，计提了坏帐准备。基于上述原因，导致公司 2018 年度净利润变动幅度为-90.74%至-135.20%。2、中钰资本于 2018 年 12 月底已完成工商变更，2019 年起中钰资本不再列入公司并表范围，其经营业绩将不会对公司业绩造成影响。

图表 12：22 个省市仔猪/生猪/猪肉平均价



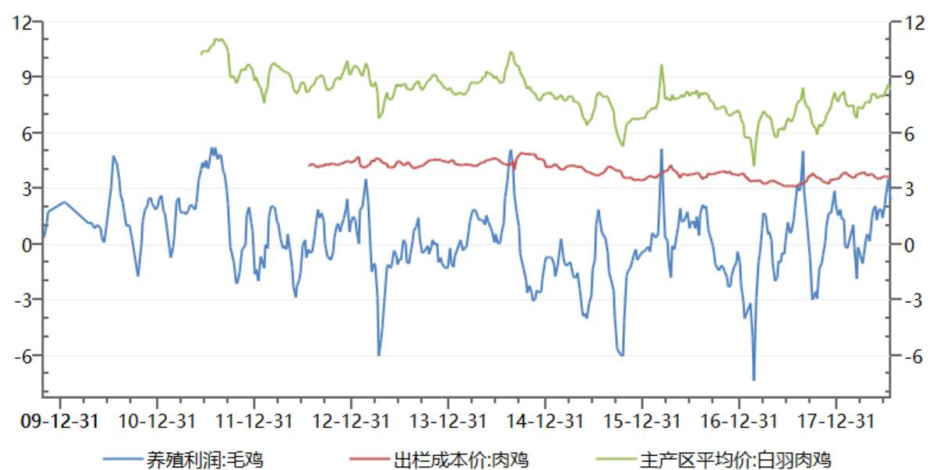
数据来源：Wind，爱建证券研究所

图表 13: 全国猪粮比价情况



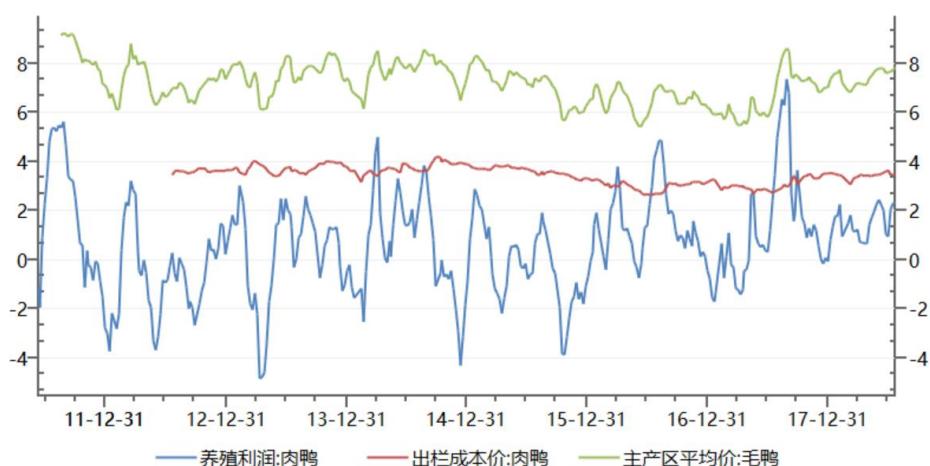
数据来源: Wind, 爱建证券研究所

图表 14: 主产区均价 (肉鸡, 元/羽, 元/500g, 元/公斤)



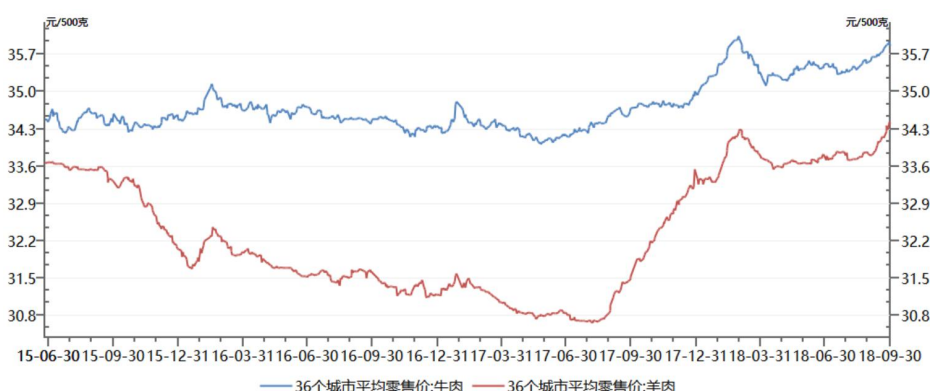
数据来源: Wind, 爱建证券研究所

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】** 2018 年 1-11 月, 饮料制造业汇总企业单位数 2095 个, 亏损企业数 389 个, 利润总额 393.21 亿元, 同比增加 10.33%, 其中: 碳酸饮料制造业利润总额 36.4 亿元, 同比增加 20.67%; 瓶(罐)装饮用水制造业利润总额 74.54 亿元, 同比下降 0.13%; 果菜汁及果菜汁饮料制造业利润总额 48.68 亿元, 同比增加 8.77%; 含乳饮料和植物蛋白饮料制造业利润总额 102.13 亿元, 同比增加 2.82%; 固体饮料制造业利润总额 39.42 亿元, 同比增加 1.59%; 茶饮料及其他软饮料制造业利润总额 92.05 亿元, 同比增加 33.96%。(以上仅列出部分子行业)

2018 年 1-11 月, 食品制造业汇总企业单位数 8975 个, 亏损企业数 1320 个, 利润总额 1339.27 亿元, 同比增加 7.41%, 其中: 焙烤食品制造业利润总额 202.79

亿元，同比增加 14.92%；糖果、巧克力及蜜饯制造业利润总额 123.77 亿元，同比增加 17.97%；方便食品制造业利润总额 163.86 亿元，同比增加 19.7%；乳制品制造业利润总额 220.62 亿元，同比增加 4.71%；罐头食品制造业利润总额 63.6 亿元，同比下降 0.71%；调味品、发酵制品制造业利润总额 223.54 亿元，同比下降 0.82%；其他食品制造业利润总额 341.09 亿元，同比增长 3.85%。（以上仅列出部分子行业）（中国轻工业网）

**【行业资讯】** 1 月 16 日，中国农业国际合作促进会召开评审会，邀请农业农村部、科学技术部、中国农业科学院、中国农业工程研究设计院、中国标准化研究院、中国设备工业协会等部门顶级专家组成《宠物零食标准综合体团体规范》（以下简称《团体标准》）评审组，中国农业科学原院长翟虎渠教授担任评审组长并主持了评审会议。

专家评审组强调指出，《宠物零食标准综合体团体规范》从有效实施生产经营全程管理出发，符合宠物服务产业发展规律和宠物零食企业运营实际，技术上先进、经济上合理、编制上创新，填补了国内外宠物零食综合标准的空白，处于国际领先地位，将对保障宠物食品安全，提高质量管理水平，培育创新社会化服务多元主体，构建覆盖宠物零食生产营销、质量控制、品牌运营等的全程管理体系建设，发挥重要作用，具有较强的创新性、规范性和权威性，是促进宠物服务产业健康规范持续发展的新事、大事、好事，建议以更高标准进一步修改完善后，按相关规定报送、公示、发布和宣贯。（宠物行业白皮书）

**【行业资讯】** 近日，京东超市公布了宠物 2019 消费潮流榜，基于京东超市用户消费数据和搜索关注度，榜单预测了 2019 宠物的五大消费潮流趋势，其中“智能养宠”成为主要消费趋势热点。

除了给爱宠购买高颜值的用品之外，宠物主也在将宠物当成自己的“家人”一样来养育，因此“有人设”也成为了宠物领域的另一重要趋势。

宠物主不但给宠物穿上各式各样的衣服，就连麦旋风、奶杯这些食品，也分享给自己的爱宠。而且在寒冷的冬天，你在给自己泡一个自嗨锅的同时，还能够给猫咪泡一份“宠物火锅”，“主子”、“奴仆”一起吃，可谓别有一番风味。

目前，京东宠物销售同比保持每年超过 100% 增长，用户数持续增长实现翻倍，是京东超市增速最快的品类。京东宠物已经与众多国内外一线宠物品牌达成全面战略合作，成为皇家、宝路、伟嘉、冠能、顽皮等品牌全国最大零售商，同时，也是渴望、爱肯拿、Petcurean Go!、麦富迪、伯纳天纯、比瑞吉、福来恩等品牌全国最快增长渠道，领跑中国宠物行业。（宠业家）

**【行业资讯】** 近日，京东超市宠物品类抛出了年度排行榜，展现了消费者为自家猫狗主子们选择吃穿住行的印记。榜单显示：国货品牌包揽明星排行榜，平台定制产品成铲屎官心头好，而通过与电商平台在品质和用户体验上的密切配合，可以有效帮助品牌将好产品、好服务的形象植入用户心智。

近年来，“买国货、用国货、晒国货”，几乎成为了“国潮青年”的日常。而“国货当自强”已经蔓延到了宠物的各个领域。纵观京东宠物年度排行榜，可以看到上榜的产品多为优质的国货品牌：麦富迪、伯纳天纯、卫仕、科德士、喜跃、森



森等。

麦富迪两次上榜了综合销量、销售额以及用户口碑等多种因素精选出的明星排行榜：除入选为明星品牌外，其旗下产品藻趣儿成犬粮凭借着不俗的销量和良好的口碑成为了明星单品。产品中添加的含有叶绿素 a 和藻蓝蛋白的螺旋藻，能够让主子们精神抖擞、活力四射，备受铲屎官的赞誉。其产品也一度收获了超过 56 万的用户好评。

除此之外，国货产品京东 JOY 联名款伯纳天纯黑山羊蔓越莓中/大型全价成年犬粮登上了 2018 年度明星新品，可见国货品牌已成了铲屎官伺候主子们的上好选择。其实，纵观依据质量指数综合维度评选出的宠物用品品质十强，也明显展示出了平台定制产品在产品品质上的优势。上榜畅销品品质十强榜 TOP2 的卫仕旗下一款京东 JOY 联名款卫仕维生素+微量元素成为了 2018 年的热销爆款。京东基于大数据的反向定制建议，融入进品牌自身的调性与专长，使得反向定制产品不仅在品质上有所提升，也在受欢迎程度上明显加分，从而爆款频出。

在消费者好评榜中，京东宠物基于全年有效评价量 5 万条以上，好评率由高到低筛选出了最高的 POP 品牌和自营品牌各 20 家。其中，森森、皇家、耐威克进入 POP 排行榜前三名。喜跃、珍致、富力鲜上榜自营排行榜前三名。

耐威克是全球专业宠物食品和用品研发制造企业，其在京东线上的 16 个犬种、4 个系列定制、28 个京东专供单品都取得了突破性的成功。在营销层面，耐威克曾联合微博网红、KOL 和线下媒体等推出京东落地页，并于 2018 年成功举办了“耐威克京东 JOY 联名款”厨师帽系列狗粮发布会，均取得了不错的效果。

位列自营榜单 TOP4 的顽皮品牌，在 2018 年 11.11 期间，接受了京东最为严格的溯源检查，从源头上为消费者打造放心产品，还专门建立了“产品可追溯体系”和“缺陷产品召回制度”，实现产业链全程监控，真正让消费者从“根本”上安心、放心。除此之外，在京东“直通车”服务的加持下，诸多宠物用品品牌方专业的客服团队能够“一键”为铲屎官们解疑答惑、提供专业咨询服务，提升消费者满意度，实现品牌方、消费者和京东平台的多方共赢。（宠物行业白皮书）

**【行业资讯】** 近日，全球最大的企业增长咨询公司弗瑞斯特沙利文（Frost & Sullivan）发布了《中国速冻食品行业概览》（以下简称“报告”）。

报告显示，中国速冻食品市场规模从 2013 年的 828.0 亿元上升至 2017 年的 1235.0 亿元，年复合增长率 10.5%。未来，速冻面食制品、速冻火锅料制品市场规模将维持稳定增长，促使中国速冻食品行业整体市场规模持续增长。速冻食品销售的季节性正在逐渐淡化。随着城市化进程的深化、生活节奏的加快，速冻食品将日趋告别节日性消费，走向日常消费。

报告显示，目前在中国，速冻食品的主要销售渠道是商超和大卖场。就速冻食品的消费占比来看，90%以上集中在家庭消费，餐饮业消费不足 5%。而在发达国家，速冻食品在餐饮消费中占比 60%以上，其中日本更是高达 70%。随着速冻食品行业的竞争日益加剧，依附于零售终端的销售模式，已难以满足速冻食品企业的快速发展，加大对餐饮渠道的开发力度，将是业内各企业的迫切之选。

速冻食品进餐饮渠道，除了传统的火锅店、饺子店，速冻鱼糜制品、速冻肉制品

还先后打入了关东煮、麻辣香锅、麻辣烫等餐饮业态，一些速冻面条制品还进入了焖面店、粥铺。速冻食品在外卖餐饮中需求快速增长，特别在麻辣烫、烧烤、冒菜、速食便当等餐饮形态中使用广泛。

此外，中国速冻食品行业规模不断扩大，生产技术水平也在逐步提升。大型速冻食品企业纷纷设立了各类技术研发机构，并与知名院校开展科研合作，比如安井食品就与江南大学等高校保持长期合作开发关系。此外，部分企业还自行研发冷库、冷藏车，助力速冻食品向县城、乡镇市场下沉。

冷链物流对速冻食品行业的发展至关重要，直接影响速冻食品的品质。消费升级浪潮下，中国冷链物流市场正处于快速发展的历史时期，但总体而言，仍处于起步阶段。根据商务部之前的统计数据显示，中国果蔬、肉类、水产品的冷链流通率，即在物流过程中采用冷链物流的比重，分别为 22%、34%、41%，冷藏运输率分别为 35%、57%、69%，大部分生鲜产品仍在常温下流通。而在欧美、日本等发达国家与地区，易腐食品冷藏运输率已超过 90%，冷链流通率更是高达 95%~98%。而根据中物联冷链委预测，2017 年，中国冷链物流百强企业总收入为 259.83 亿元，仅约占全国冷链物流的 27.52%，行业集中度低，市场“水大鱼小”，尚无超级巨头出现。（冷冻食品）

**【行业资讯】** 近日，商务部流通产业促进中心发布的《消费升级背景下零食行业发展报告》显示，2006 年~2016 年，我国零食行业总产值规模从 4240.36 亿元增长到 22156.4 亿元，年复合增长率为 17.98%。报告预测，到 2020 年零食行业总产值规模将接近 3 万亿元。其中蔬菜、水果和坚果加工，肉制品及副产品加工以及方便食品三大行业位列前三。

商务部流通产业促进中心服务业研究室副主任、课题组长陈丽芬表示，随着消费升级步伐加快，零食行业发展迎来了春天，从以简单补充饮食需求为核心的粗放经营“1.0 版”，到居民健康生活理念崛起时代以改进产品品质为根基的“2.0 版”，再到考虑多元消费场景、融入文化休闲元素打造主题零食品牌“3.0 版”，直至进入贴合顾客物质消费、精神愉悦全方位需求，继而使企业与客户彼此互动、共同实现自身社会价值的“4.0 版”新时代。

报告指出，近 10 年来，零食行业获得了快速发展，零食制造业产值规模极大提升，各子行业制造业齐头并进、快速发展，规模以上企业单位数保持稳定增加，出口交货值稳中有进，进口规模显著提升，行业蓬勃发展势头强劲。以零食行业规模以上企业单位数为例，2016 年零食行业规模以上企业单位数达 10871 个，增速为 4.1%，高于食品制造业和工业全行业规模以上企业单位数的同期增速。其中，鱼糜制品及水产品干腌制加工业、焙烤食品制造业以及方便食品制造业的企业单位数增速均超过 5%。

目前，零食行业的销售渠道基本覆盖全部零售业态，传统渠道包括批发直营店、小卖亭、书报摊以及超市卖场等，现代渠道以超市业态、便利店、专卖店以及网络零售为主，良品铺子、来伊份等零食品牌也开始进驻购物中心。

近年来，依托网络零售进行销售的线上渠道发展迅猛，网络零售成为零售行业销售的重要渠道。数据显示，在休闲食品零售行业各经营模式销售份额占比中，超市卖场占比为 57.4%，连锁专卖店占比为 19.6%，个体门店占比为 15%，电商平

台占比为 8.0%。其中,电商平台渠道占比由 2011 年的 0.3% 上升至 2018 年的 8.0%。

随着零食行业全渠道融合的发展,“网络零售+品牌连锁”的“高流量+高体验”的“双高”融合模式将成为零食高端市场品牌建设的重要渠道模式。从目前实践发展来看,良品铺子在“双高”模式建设中处于领先地位,至 2018 年 6 月,良品铺子线上订单与线下订单数比例接近 2:1,线上线下订单量呈现同步上涨趋势;同时,兴起于网络平台的三只松鼠等网络品牌也纷纷加强实体渠道投入;盐津铺子、洽洽等零食品牌则将重点放在“商超、便利店+网络零售”的渠道模式建设上。(中国坚果炒货网)

**【桃李面包】**关于投资成立全资子公司长春桃李面包有限公司的公告:一、对外投资概述:桃李面包股份有限公司(以下简称“公司”)第四届董事会第二十六次会议审议通过了《关于投资成立全资子公司长春桃李面包有限公司的议案》,同意公司投资成立全资子公司“长春桃李面包有限公司”(暂定名,以工商管理部门核准登记的名称为准),作为公司开展业务的平台。本次投资不涉及关联交易,也不构成重大资产重组。根据《公司章程》等相关规定,本次投资无需提交公司股东大会审议。二、投资标的基本情况:为了适应企业现代化经营管理需求,拓展产品销售渠道,提高公司产品的市场竞争力,公司将成立全资子公司“长春桃李面包有限公司”(暂定名,以工商管理部门核准登记的名称为准),注册资本 1 亿元人民币,经营范围拟定为:加工糕点(烘烤类糕点、蒸煮类糕点、油炸类糕点、月饼),农副产品收购与销售,设备租赁,经销预包装食品、炊事用具(在《全国工业产品生产许可证》、《食品流通许可证》有效期内从事经营活动)。三、本次投资对公司的影响:长春地区属于公司产品销售的优势区域,但目前长春地区仍在租赁厂房,生产能力已难以满足业务发展的需要。因此,公司亟待长春地区建设工厂,扩大长春地区的生产能力,以满足市场需求。

2018 年度业绩快报公告:1、经营业绩说明:报告期内,公司实现营业收入 483,322.76 万元,同比增长 18.47%;营业利润 82,556.71 万元,同比增长 26.74%;利润总额 82,495.10 万元,同比增长 25.33%;实现归属于上市公司股东的净利润 64,258.72 万元,同比增长 25.19%。2、财务状况说明:公司报告期末总资产为 390,691.96 万元,较年初增长 10.79%;归属于上市公司股东的所有者权益为 342,186.31 万元,较年初增长 8.43%;归属于上市公司股东每股净资产为 7.27 元,较年初增长 8.35%。3、经营业绩增长的主要原因:(1)报告期内,公司实现营业收入同比增长 18.47%,其主要原因是:①公司不断强化营销渠道,提高配送服务质量以增加单店销售额;②公司大力开拓新市场,不断增加销售终端数量。(2)报告期内,归属于上市公司股东的净利润同比增长 25.19%,其主要原因是:一方面公司销售收入的稳步增长促进了生产规模的扩大,公司整体规模效应增强,有效降低了单位成本费用;另一方面公司注重新产品的研发,促进产品结构优化升级。两者共同作用,促进了公司整体利润水平的提高。

**【绝味食品】**2018 年度业绩快报公告:(一)经营业绩说明:报告期内,公司实现营业总收入 436,838.85 万元,同比增长 13.46%;营业利润 82,562.76 万元,同比增长 27.04%;利润总额 84,597.20 万元,同比增长 26.92%;归属于上市公司股东的净利润 64,154.12 万元,同比增长 27.87%;归属于上市公司股东的扣

除非经常性损益的净利润 62,538.53 万元，同比增长 28.28%。（二）财务状况说明：公司报告期末总资产为 383,658.72 万元，较年初增长 20.31%；归属于上市公司股东的所有者权益 302,317.57 万元，较年初增长 17.55%；归属于上市公司股东的每股净资产 7.37 元，较年初增长 17.54%。（三）经营业绩增长的主要原因：报告期内，公司经营业绩有较大幅度的增加，主要原因：公司主营业务收入增长，使得公司净利润大幅提高。

**【安井食品】关于子公司发生事项的风险提示公告：**一、事件简述：近日，甘肃省庆城县在对非洲猪瘟疫情流行病学调查中发现，福建安井食品股份有限公司（以下简称“公司”）全资子公司泰州安井食品有限公司（以下简称“泰州安井”）生产的批次为 2018112450T 撒尿肉丸疑似非洲猪瘟病毒核酸阳性。二、公司声明：1、公司及各子公司猪产品的采购均严格执行农业农村部有关非洲猪瘟防控要求及食品安全生产相关要求，原料合规、生产合法。2、公司及各子公司所采购的国内猪产品均来自非疫区，《动物检疫合格证明》、《肉品品质检验合格证》或报告等索证齐全，运输路径严格执行农业农村部的规定要求。3、公司及各子公司所采购的进口猪肉为正规海关进口产品，皆随附出入境检验检疫《入境货物检验检疫证明》。三、应对措施：1、疑似疫情发生后，公司高度重视，立即成立应急专项工作组并进行分工。工作组主要任务收集非洲猪瘟相关法规、政策、技术等信息；工作组建立了猪瘟疫情通报机制，及时关注通报疫情和相关政策法规。2、第一时间在各生产基地展开自查，与监管部门积极沟通，并积极配合相关部门的后续检查。3、查阅相关文献与资料，积极进行内部人员培训，科学预防与应对。4、强化落实执行农业农村部有关非洲猪瘟管控的相关规定。做好采购管控及准入，各类索证材料齐全、检验合格方可办理入库，严格把关。分类储存，同时租赁合规外寄仓库，相对隔离。每周定期对库内物料进行专项巡查，发现问题及时汇报沟通。四、风险提示：公司不属养殖、屠宰类行业，为生产加工型企业，具备严格原料索证制度和完善防控体系能力。公司所处行业对非洲猪瘟检测能力存在不足，即便猪产品原料的采购全部来自非疫区且索证齐全，也可能存在原料已被污染的情况。泰州安井 2017 年度生产撒尿肉丸 0.9 万吨，约占公司及各子公司当年全部产量的 2.56%。上游猪产品原料的整体管控能力和该事件的后续发展，是否及多大程度上影响到公司本期营收和盈利水平，存在不确定性风险。历史上，公司没有出现过由于发生原料产品疫情对生产经营造成重大负面影响的情况。

**关于参与设立投资基金的进展公告：**福建安井食品股份有限公司（以下简称“公司”或“安井食品”）根据投资发展需要，拟作为有限合伙人，以自有资金出资人民币 10,000 万元，与太证资本管理有限责任公司、北方国际信托股份有限公司、时代福佳（天津）股权投资基金管理有限公司，共同参与设立天津民安食品产业股权投资基金合伙企业（有限合伙）（以下简称“本合伙企业”）。近日，本合伙企业已办理完成工商注册登记手续并取得营业执照。

**关于子公司发生事项的风险提示公告（二）：**风险提示 1：泰州安井 2017 年度生产撒尿肉丸 0.9 万吨，约占公司及各子公司当年全部产量的 2.56%。风险提示 2：由于销售区域较大及生产过程中存在交叉污染等问题，非洲猪瘟核酸检测阳性的事件存在新增批号、新增产品、新增地区的风险，也因此存在无害化处理非洲猪瘟核酸阳性产品的增加而导致损失进一步扩大的风险。风险提示 3：

上游猪产品原料的整体管控能力和该事件的后续发展，多大程度上影响到公司业绩存在不确定性。

**【元祖股份】关于2018年度业绩预增公告：**一、业绩预告情况：1. 经财务部门初步测算，预计2018年年度实现归属于上市公司股东的净利润与上年同期（法定披露数据）相比，将增加人民币2,035万元至人民币4,070万元，同比增加10%至20%。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（法定披露数据）相比，将增加人民币1,450万元至人民币3,350万元，同比增加8%至18%。二、本期业绩预增的主要原因：（一）主营业务影响。公司持续开拓全国市场，端午和中秋期间的销售业绩好于去年同期，营业收入增加8%-12%左右，故导致本年的利润上涨。（二）非经营性损益的影响。本年度理财收入好于去年同期，获得了较大额度的理财投资收益。

**【煌上煌】2019年第一次临时股东大会决议公告：**审议通过了《关于终止超募资金投资项目“年产8000吨肉制品及其它熟食制品加工建设项目”的议案》。

**【金达威】关于持股5%以上股东增持公司股份达到1%的提示性公告：**厦门金达威集团股份有限公司（以下简称“公司”）收到持股5%以上股东中牧实业股份有限公司（以下简称“中牧股份”）出具的《关于增持金达威股份计划实施进展情况的告知函》（以下简称《告知函》）。根据《告知函》的有关内容，现将本次增持情况公告如下：中牧股份基于对公司价值的认可及未来持续发展的信心，从2018年8月13日至2019年1月21日，通过深圳证券交易所集中竞价方式累计增持公司无限售条件流通股6,164,886股，占公司总股本的1%。其中，中牧股份直接增持309,944股，通过委托招商证券资产管理有限公司设立“招商资管股增宝1号单一资产管理计划”（以下简称“1号资管计划”）增持5,854,942股。本次增持后，中牧股份持有公司股份138,855,977股，占公司总股本的22.52%。

**【黑芝麻】第九届董事会2019年第二次临时会议决议公告：**一、审议并通过《关于2018年度日常关联交易执行情况及2019年度日常关联交易预计的议案》。经董事会核查，公司2018年度与关联方累计发生的日常关联交易金额为1,509.41万元人民币，未超出经股东大会批准的额度；同时根据公司生产经营的实际需要，董事会同意公司2019年度与控股股东及其关联方发生的日常关联交易累计预计金额不超出2,440万元人民币。二、审议并通过《关于向银行申请流动资金贷款的议案》。董事会同意公司向中国工商银行股份有限公司广西玉林分行申请总额度不超过20,000万元人民币、期限为1年期的流动资金贷款，由公司自有资产或由第三方提供资产为本次贷款提供抵押担保；董事会授权董事长根据经营需要在上述额度范围内确定贷款金额和贷款时间，并代表公司与银行签署相关贷款文件。

**关于向银行申请流动资金贷款的公告：**一、贷款情况概述：因公司经营业务取得快速发展，对经营流动资金需求也随之增加，现根据实际经营的需要，公司本次拟向中国工商银行股份有限公司广西玉林分行（以下简称“工行玉林分行”）申请流动资金贷款，申请总额度不超过20,000万元人民币（下同）、期限为1年的流动资金贷款，贷款用途为企业的生产经营性资金周转需求，包括但不限于支付原材料、产品采购款、广告费、营销费及其他经营业务费用等；由公司自有

资产或由第三方提供资产为本次贷款提供抵押担保，具体的担保在办理贷款时根据贷款银行的要求提供。上述贷款已取得了中国工商银行股份有限公司广西区分行的授信，董事会同意公司向工行玉林分行申请上述贷款，并授权公司董事长根据经营需要在上述额度范围内确定贷款金额和贷款时间，并代表公司与银行签署相关贷款文件。本次申请的贷款金额为公司最近一期（2017年度）经审计的净资产的7.73%。根据《深圳证券交易所股票上市规则》和《公司章程》等相关规定，本次申请贷款事项在董事会审批权限内，无需提交股东大会审议。

二、对公司经营的影响：公司本次申请流动资金贷款，有利于扩大经营业务、提高经营效益，进一步促使公司持续、稳定、健康地发展，符合公司及全体股东的整体利益，对公司不存在不利影响。截至目前，公司资产负债结构合理，经营状况良好，具备较好的偿债能力，本次贷款申请不会对公司带来重大财务风险。

**【双塔食品】2018年年度业绩预告修正公告：**归属于上市公司股东的净利润8,855.81万元-10,700.77万元，比上年同期增长：140%—190%。报告期内，影响公司净利润的主要因素：部分产品销售价格超出先前预期，主营业务收入优于预期，业绩大幅提高，使得公司2018年年度业绩高于前次预告。

**关于董事长部分股份延期购回的公告：**近日接到公司董事长杨君敏先生的函告，获悉董事长杨君敏先生所持有的部分股份进行了延期购回。截止本公告日，董事长持有公司175,060,633股，占公司股份总数13.86%，本次质押后其处于质押状态的股份数为149,275,000股，占其所持股份总数的85.27%，占公司总股本的12.01%。

**【惠发股份】股东减持股份结果公告：**1、股东持股的基本情况：股份减持计划实施前，北京弘富成长投资管理中心（有限合伙）（以下简称“北京弘富”）持有山东惠发食品股份有限公司（以下简称“公司”）无限售条件的流通股8,287,198股，占公司总股本的4.93%，股份来源于公司首次公开发行前股份以及发行上市后以利润分配及资本公积转增股本方式取得的股份，该部分股份已于2018年6月13日解除限售并上市流通。

2、减持计划的主要内容：北京弘富拟通过集中竞价方式或者大宗交易方式减持数量不超过5,040,000股公司股份，不超过公司总股本的3%，其中，任意连续90日内通过集中竞价交易方式减持不超过1,680,000股，不超过公司总股本的1%；任意连续90日内通过大宗交易方式减持不超过3,360,000股，不超过公司总股本的2%，且受让方在受让后6个月内，不得转让所受让的股份。具体内容详见公司于2018年7月7日披露的《山东惠发食品股份有限公司股东减持股份计划公告》公告编号2018-028）。

3、减持计划的实施结果情况：截至本公告披露日，北京弘富通过集中竞价方式减持公司股份239,500股，占公司总股本的0.14%，减持后北京弘富持有公司股份8,047,698股，占公司总股本的4.79%。

### 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
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
600882.SH	广泽股份	2019-01-31	77.40	40,976.20	股权激励限售股份
603156.SH	养元饮品	2019-02-12	39,647.67	75,327.00	首发原股东限售股份， 首发机构配售股份

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	26.68	8.30	21.56	28.02	33.58	32.36	20.84	17.87	推荐
000858.SZ	五粮液	18.22	3.73	2.55	3.34	4.16	31.34	14.21	11.89	推荐
000568.SZ	泸州老窖	18.66	3.81	1.75	2.39	3.01	37.79	14.33	11.74	推荐
002304.SZ	洋河股份	17.85	4.43	4.40	5.53	6.70	26.15	14.49	12.25	推荐
600809.SH	山西汾酒	24.34	5.70	1.09	1.76	2.35	52.27	17.29	13.63	推荐
000596.SZ	古井贡酒	20.04	4.50	2.28	3.31	4.13	28.79	15.49	12.67	推荐
000860.SZ	顺鑫农业	32.05	3.00	0.77	1.41	1.99	25	19.98	15.50	推荐
603369.SH	今世缘	18.45	3.55	0.71	0.94	1.19	21.72	14.53	11.98	推荐
000895.SZ	双汇发展	16.69	5.48	1.31	1.52	1.68	20.24	14.93	13.66	推荐
600887.SH	伊利股份	23.97	5.54	0.99	1.09	1.27	32.61	19.96	17.24	推荐
600305.SH	恒顺醋业	24.70	4.53	0.47	0.38	0.42	25.3	26.05	22.67	推荐
002507.SZ	涪陵榨菜	28.96	7.86	0.52	0.81	1.00	31.96	23.13	18.78	推荐
600872.SH	中炬高新	42.35	7.10	0.57	0.79	0.97	43.52	33.13	26.62	推荐
603288.SH	海天味业	47.46	15.53	1.31	1.59	1.92	41.15	37.67	31.71	推荐
603517.SH	绝味食品	25.25	5.38	1.22	1.55	1.89	32.21	20.02	16.75	推荐
603345.SH	安井食品	29.48	3.88	0.94	1.25	1.62	25.93	21.81	17.32	推荐
002661.SZ	克明面业	22.55	1.79	0.34	0.57	0.71	42.16	16.40	13.31	推荐
002557.SZ	洽洽食品	26.38	3.19	0.63	0.78	0.94	25.08	21.43	18.36	推荐
600132.SH	重庆啤酒	38.93	13.35	0.68	0.85	1.01	30.64	31.58	26.92	推荐
600600.SH	青岛啤酒	33.65	2.69	0.93	1.11	1.30	42.07	28.86	24.78	中性
603711.SH	香飘飘	30.48	4.17	0.67	0.73	0.86	39.69	22.82	17.75	中性
603866.SH	桃李面包	37.77	7.20	1.09	1.40	1.73	35.73	29.09	23.48	中性
300146.SZ	汤臣倍健	25.43	4.56	0.52	0.7	0.9	28.82	19.14	15.17	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