



Research and
Development Center

食品饮料行业资本运作现回暖迹象

食品饮料 2019 年 7 月第 1 期周报

2019 年 7 月 16 日

王见鹿 食品饮料行业分析师

毕翹楚 研究助理

食品饮料行业资本运作现回暖迹象

2019年7月第1期周报

2019年7月16日

本期内容提要:

- ◆ **食品饮料板块跑赢大盘:** 上周食品饮料指数下跌 1.42%，同期沪深 300 指数下跌 2.17%，行业跑赢沪深 300 指数；周振幅为 2.72%，大于同期沪深 300 指数的 2.65%；板块处于调整期。上周子版块中白酒和啤酒表现较好。
- ◆ **重点行业观点（详见正文）:** 1、食品饮料资本运作动向：从累计交易规模上来看，2013 年至今，板块交易规模累计达 2.15 万亿元。但自 2015-16 年连续两年的爆发式增长后，随后几年的交易规模急速萎缩，2018 年全年仅录得 1671 亿元，回到 2013 年水平。2019 年初至今，已披露及已实施的板块交易规模合计为 614.75 亿人民币，仅占区间总交易金额的 3%，交易规模持续下滑。这一情形从 A 股上市食品饮料板块内企业的历史融资规模也可见一斑，2015 年触及高点后，随后数年的交易规模呈持续下滑态势。但值得提示的是，板块内交易笔数在 2019 年上半年终于出现拐点，伴随的是平均交易规模由 10 亿元以上下降至 1H2019 的 2.95 亿元。这意味着产业资本的重心正由单笔大额的“里程碑”式并购向小额高频的交易转变，而后者更利于新兴企业的发展。
- ◆ 2、蛋白质饮料板块跟踪：蛋白质饮料包括植物蛋白饮料、含乳饮料（乳蛋白质含量不低于 1.0%）、乳酸菌饮料（乳蛋白质含量不低于 0.7%）和复合蛋白饮料等。1-5M2019，全国连锁超市信息网监控的蛋白质饮料板块的整体增速为-0.6%，较去年同期下降 10.5 个百分点，收入规模持续萎缩。1-5M2019，累计增速跑赢行业平均的产品包括伊利植选、光明、维他奶和养乐多/益力多。伊利植选自 2017 年末推出以来保持了极高的增速，光明依靠一只椰子、巧克努力等低温高端乳饮料持续获得增长，维他奶则是 2018 年低基数带来的恢复性增长，而养乐多依靠主力地区华南市场（益力多）的快速增长，抵消了其他地区产能瓶颈带来的增速放缓。蛋白质饮料板块近 3 年的市占率变化情况体现了主流品牌的市场竞争力。截止 2019 年 5 月，养乐多/益力多以 17.97% 的收入份额位列行业第一，且保持了市占率持续提升的趋势。乳制品巨头伊利和蒙牛分别以 14.18% 和 9.12% 分列二、三位，但后者目前在乳饮料板块的市场份额下滑严重。其他品牌中，娃哈哈、椰树、光明和维他奶的市占率有所提升。
- ◆ **风险因素:** 经济环境低迷导致销售不及预期的风险；成本上涨过快或原材料价格波动过大的风险；二级市场股票价格的不确定性；企业经营管理出现重大失误。

请阅读最后一页免责声明及信息披露 <http://www.cindasc.com>

证券研究报告

行业研究——周报

食品饮料行业

食品饮料行业相对沪深 300 表现



资料来源：信达证券研发中心

王见鹿 行业分析师

执业编号：S1500517100001

联系电话：+86 21 61678591

邮箱：wangjianlu@cindasc.com

毕翘楚 研究助理

联系电话：+86 21 61678587

邮箱：biqiaochu@cindasc.com

行业规模及信达覆盖

股票家数（只）	97
总市值（亿元）	36983
流通市值（亿元）	14617
信达覆盖家（只）	5
覆盖流通市值（亿元）	355

资料来源：信达证券研发中心

信达证券股份有限公司
 CINDA SECURITIES CO.,LTD
 北京市西城区闹市口大街 9 号院 1 号楼
 邮编：100031

目录

行业观点小结	1
行业重要公告汇总	9
行业重要新闻汇总	10
上周板块表现回顾	12
风险因素	13

表目录

表 1 食品饮料板块资本运作筛选条件	1
表 2 2019 年初至今 A 股食品饮料板块重大并购重组项目汇总	3
表 3 2019 年初至今，食品饮料板块已披露 IPO 企业情况汇总（单位：万股、亿元）	4
表 4 周度指数综述（亿元，%）	12
表 5 食品饮料行业个股涨跌幅情况（%）	13

图目录

图 1 2013 年至今，食品饮料板块交易规模、数量及占比（亿元、笔、%）	2
图 2 A 股上市企业交易笔数、募资总额规模及增速（亿元，yoy%）	2
图 3 2013 年至今，食品饮料板块交易数量变化（笔，%）	3
图 4 2013 年至今，食品饮料板块平均交易规模（亿元）	3
图 5 A 股食品饮料板块 IPO 数量及募资规模（笔，亿元）	4
图 6 A 股食品饮料行业指数与 IPO 交易笔数变化情况	5
图 7 1-5M2019 主流蛋白饮料品牌的增速变化（%）	6
图 8 1-5M2017/2018/2019 主流蛋白饮料品牌销售额占比变化（%）	7
图 9 行业平均价格变化（元/100 克）	8
图 10 品牌相对定价变化（元/100 克）	8
图 11 2016 年至今限额以上汽车类零售额当月同比（%）	9
图 12 2017 年至今社消零售子版块 1-5M、1-6M 累计增速对比（%）	9
图 14 食品饮料行业与其他行业周度涨跌幅横向对比（%）	12

行业观点小结

1、食品饮料行业资本运作动向：交易规模持续下降，但交易笔数触底回升；上市企业数量全年有望创新高

波士顿咨询公司（BCG）与阿里研究院联合发布的《中国消费新趋势》报告中认为，中国是全球增速最快的消费品市场之一，预计到 2021 年，中国消费市场将达到 6.1 万亿美元的规模，其中，食品饮料行业的发展将大幅影响我国消费升级的进程。

更为重要的是，科技创新的浪潮和消费者需求的变化也在持续改善食品饮料板块的消费格局。随着“新中产阶级”、“千禧一代”逐渐成为消费主力群体，我国食品饮料行业的创新趋势不容小觑，行业内空白点、增长点、突破点正在被逐渐发掘并发扬光大——无论是植物基食品饮料的持续增长，新式茶饮的异军突起，或是正逐渐成为饮料界新宠的气泡水，迅速崛起的新品类和新品牌都表现出了极强劲的生命力。新品类的崛起也意味着其将持续挑战传统行业巨头的市场地位。

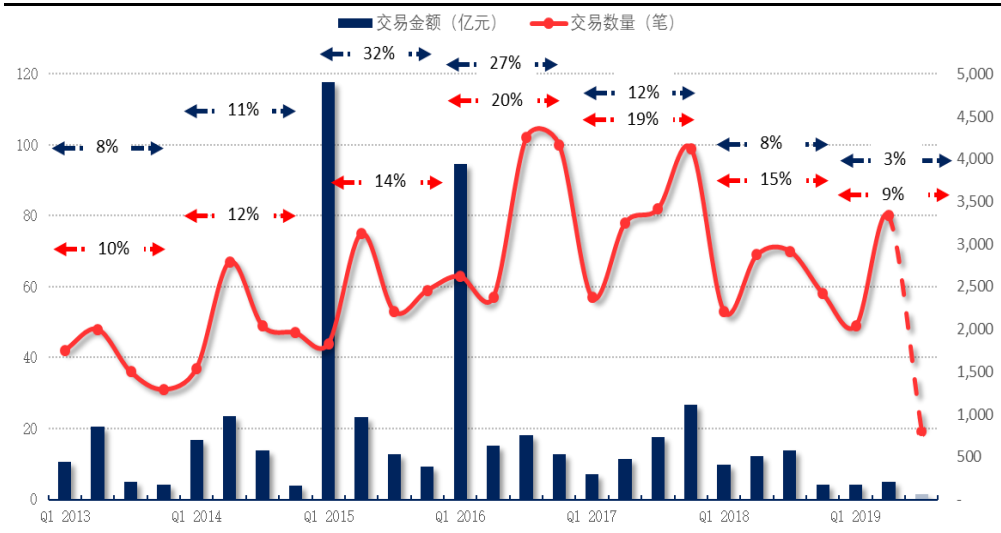
从企业经营的角度来说，产业发生新旧业态交替之时，便是并购重组愈发活跃之日。但我们通过 Capital IQ 跟踪统计了 2013 年至 3Q2019 期间中国企业参与的食品饮料板块相关并购、增发及公开发行（筛选条件见表 1），发现板块整体的资本运作活动尚不活跃。

表 1 食品饮料板块资本运作筛选条件

筛选条件	详细情况
1) 行业分类（标的/发行机构）	食品，饮料，烟草
2) 交易时间	2013 年 1 月 1 日-至今
3) 交易状态	已公布，已停止，已完成
4) 公司注册所在国家或地区（不包括顾问）	中国，中国香港
5) 交易形式	私募融资，兼并收购，公开发行

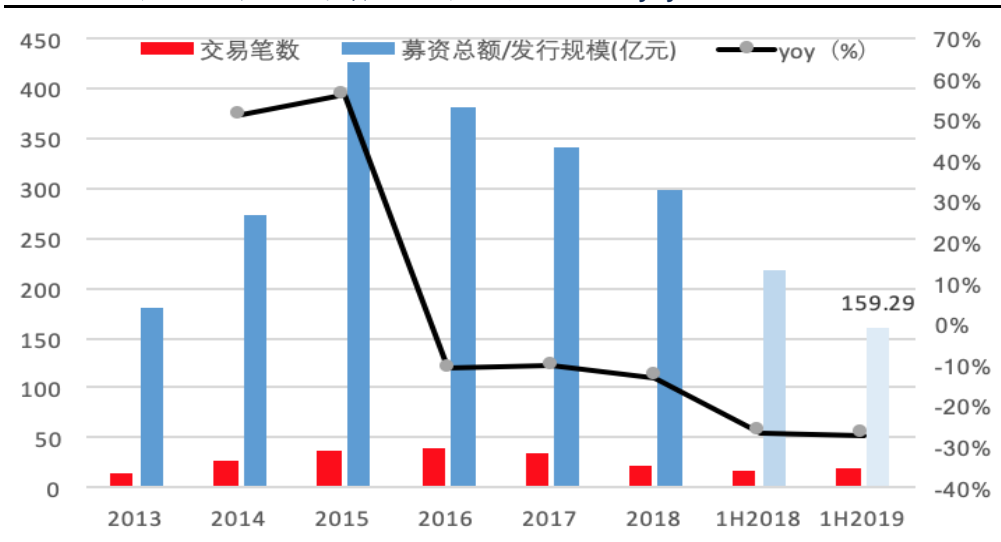
资料来源：Capital IQ，信达证券研发中心整理

从累计交易规模上来看，2013 年至今，板块交易规模累计达 2.15 亿元。但自 2015-16 年连续两年的爆发式增长后，随后几年的交易规模急速萎缩，2018 年全年仅录得 1671 亿元，回到 2013 年水平。2019 年初至今，已披露及已实施的板块交易规模合计为 614.75 亿人民币，仅占区间总交易金额的 3%，交易规模持续下滑。

图 1 2013 年至今，食品饮料板块交易规模、数量及占比（亿元、笔、%）


资料来源: Capital IQ, 信达证券研发中心整理; 截止 2019 年 7 月 15 日

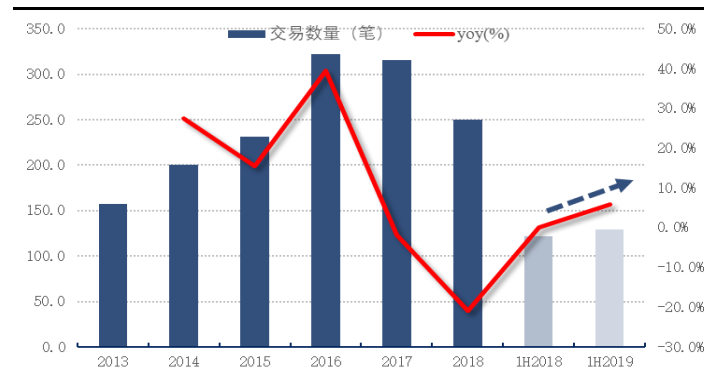
这一情形从 A 股上市食品饮料板块内企业的历史融资规模也可见一斑，2015 年触及高点后，随后数年的交易规模呈持续下滑态势。

图 2 A 股上市企业交易笔数、募资总额规模及增速（亿元，yoy%）


资料来源: 万得, 信达证券研发中心; 截止 2019 年 7 月 15 日

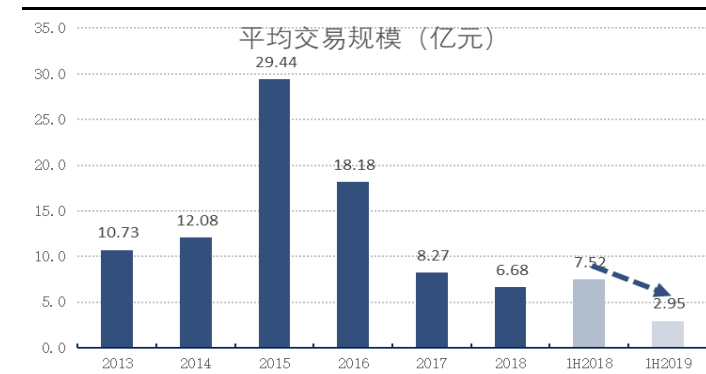
但值得提示的是，板块内交易笔数在 2019 年上半年终于出现拐点，伴随的是平均交易规模由 10 亿元以上下降至 1H2019 的 2.95 亿元。这意味着产业资本的重心正由单笔大额的“里程碑”式并购向小额高频的交易转变，而后者更利于新兴企业的发展。

图 3 2013 年至今，食品饮料板块交易数量变化（笔，%）



资料来源：万得，信达证券研发中心；截止 2019 年 7 月 15 日

图 4 2013 年至今，食品饮料板块平均交易规模（亿元）



资料来源：Capital IQ，信达证券研发中心；截止 2019 年 7 月 15 日

表 2 2019 年初至今 A 股食品饮料板块重大并购重组项目汇总

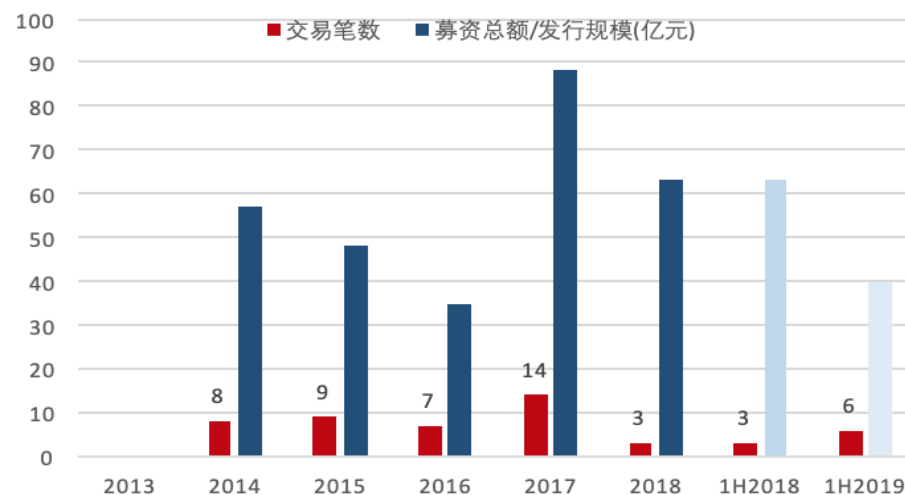
时间	事件	金额
2019.01.17	安迪苏拟以现金形式收购蓝星安迪苏营养集团 15% 股权。	36 亿元
2019.02.28	水井坊控股股东帝亚吉欧全资子公司 GMIHL 要约收购水井坊 4900 万股股份，占总股本 10%。收购价格为 45 元/股。	22.05 亿元
2019.03.06	山西汾酒拟收购山西杏花村汾酒集团有限责任公司资产。	892 万
2019.03.14	上海梅林拟向光明房地产集团股份有限公司所属全资子公司农工商房地产收购上海广林物业管理有限公司 100% 股权。	2.5 亿元
2019.03.19	伊利股份全资子公司香港金港商贸控股收购新西兰 Westland Co-Operative Dairy Company Limited 100% 的股权	不超过 2.46 亿新西兰元
2019.03.27	华统股份拟收购临安深山坞里 90% 的股权。	1107 万元
2019.05.14	海欣食品签署股权收购框架协议，拟收购长恒食品 100% 的股权。	4500 万元
2019.06.17	千禾味业拟以现金分期支付的方式收购恒康调味品厂与生产、销售食醋相关的资产及恒康酱醋 100% 股权。	
2019.06.24	苏宁易购全资子公司苏宁国际向 Carrefour Nederland B.V 以 48 亿元人民币等值欧元收购家乐福中国 80% 股份。	48 亿元人民币等值欧元
2019.06.26	海欣食品拟用自有资金收购恒兴集团和海南中城持有的长恒食品 100% 股权。	4458 万元
2019.07.01	蒙牛乳业出让子公司石家庄君乐宝乳业有限公司 51% 股权，鹏海基金及君乾管理拟以现金 40.11 亿元接盘。	40.11 亿元
2019.07.05	广州酒家拟以现金方式收购广州工业发展集团持有的陶陶居公司 100% 股权。	

资料来源：公司公告，信达证券研发中心

另一值得关注的指标是板块 IPO 数量。2013 年至今，食品饮料板块 IPO 募资高点出现在 2017 年，当年共完成募资 14 笔，发行总规模为 88.4 亿元。1H2019，食品饮料板块 IPO 已完成 6 笔，已披露“受审理”的企业合计 16 家（详情见表 3）；目前已受审理的企业大概率在 2019 年完成 IPO，其中包括粮油制品龙头益海嘉里、烘焙供应链企业南侨食品、休闲零食板块的

华文食品、甘源食品和溜溜果园等，故今年板块 IPO 数量至少为 22 笔，有望创历史新高。

图 5 A 股食品饮料板块 IPO 数量及募资规模 (笔, 亿元)



资料来源: 万得, 信达证券研发中心 ; 截止 2019 年 7 月 15 日

表 3 2019 年初至今, 食品饮料板块已披露 IPO 企业情况汇总 (单位: 万股、亿元)

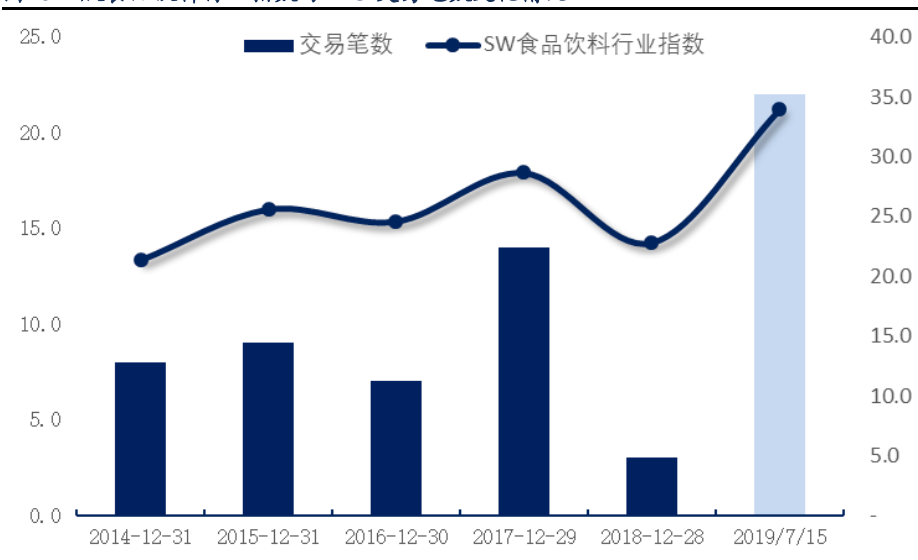
2019 年至今已披露 IPO 信息						
代码	名称	省份	上市日期	发行后总股本	发行股份	募资总额(亿元)
300783.SZ	三只松鼠	安徽省	2019-07-12	40,100.00	4,100.00	6.02
603697.SH	有友食品	重庆	2019-05-08	30,454.50	7,950.00	6.26
603317.SH	天味食品	四川省	2019-04-16	41,315.50	4,132.00	5.56
002956.SZ	西麦食品	广西壮族自治区	2019-06-19	8,000.00	2,000.00	7.33
300761.SZ	立华股份	江苏省	2019-02-18	40,388.00	4,128.00	12.12
002946.SZ	新乳业	四川省	2019-01-25	85,371.07	8,537.11	4.65
代码	名称	省份	最新公告日	发行前总股本	预计发行股数	审核状态
A19241.SZ	华文食品股份有限公司	湖南	2019-06-12	36,000.00	4000.00-12,000.00	已受理
A18120.SZ	广东粤海饲料集团股份有限公司	广东	2019-03-08	60,000.00	0-10,000.00	已反馈
A19093.SZ	甘源食品股份有限公司	江西	2019-06-14	6,991.18	0-2,330.40	已反馈
A19353.SZ	陕西红星美羚乳业股份有限公司	陕西	2019-06-21	6,380.00	0-2,130.00	已受理
A18080.SZ	北京科拓恒通生物技术股份有限公司	北京	2018-12-07	6,188.77	0-2,063.00	已反馈
A19297.SH	浙江一鸣食品股份有限公司	浙江	2019-06-19	34,000.00	0-6,100.00	已受理

A19269.SH	中饮巴比食品股份有限公司	上海	2019-06-14	18,600.00	6,200.00	已受理
A19180.SZ	河南金丹乳酸科技股份有限公司	河南	2019-06-21	8,460.91	2,830.00	已反馈
A19249.SZ	威海百合生物技术股份有限公司	山东	2019-06-13	4,800.00	0-1,600.00	已受理
A19197.SZ	广东展翠食品股份有限公司	广东	2019-05-29	11,192.00	0-3,750.00	已受理
A18047.SH	南侨食品集团(上海)股份有限公司	上海	2019-01-04	36,000.00	0-6,352.94	已预披露更新
A15272.SZ	仲景食品股份有限公司	河南	2019-06-12	7,500.00	2,500.00	已受理
A19348.SZ	溜溜果园集团股份有限公司	安徽	2019-06-25	7,430.34	0-2,476.78	已受理
A19396.SZ	祖名豆制品股份有限公司	浙江	2019-06-28	9,358.00	0-3,120.00	已受理
A19137.SH	嘉必优生物技术(武汉)股份有限公司	湖北	2019-07-09	9,000.00	0-3,000.00	已回复
A19403.SZ	益海嘉里金龙鱼粮油食品股份有限公司	上海	2019-07-10	487,943.23	0-54,215.92	已受理

资料来源：万得，交易所公告，信达证券研发中心

由下图可见，行业指数波动与 IPO 交易笔数有一定相关性——企业往往会选择在行业高景气周期集中进行 IPO，当行业 IPO 达到峰值，意味着行业指数及估值已达高点，随后很有可能到来的便是二者的回调。当然，亦有统计根据港股 IPO 及行业指数波动情况指出，2016 年以后食品饮料等为代表的稳健性行业 IPO 与行业指数表现的相关性显著弱化，贡献度大幅下降，因此不能仅以 IPO 交易笔数上升作为板块估值的唯一依据。

图 6 A 股食品饮料行业指数与 IPO 交易笔数变化情况



资料来源：万得，信达证券研发中心

综上所述，食品饮料板块的资本运作活动在 2019 年出现触底反弹，主要受交易笔数增长以及单笔交易规模下降的影响。随着食品饮料板块在消费人群结构变化、新技术以及新渠道驱动之下进入“新旧切换”的新周期，并购重组将是食品饮料企业开启新一轮增长的重要驱动因素之一。同时，2019 年有望迎来食品饮料 IPO 上市企业新高，一方面有利于板块内企业拓展融资渠道，获得充裕的外延发展资金；另一方面也代表了行业景气度攀升至高位。

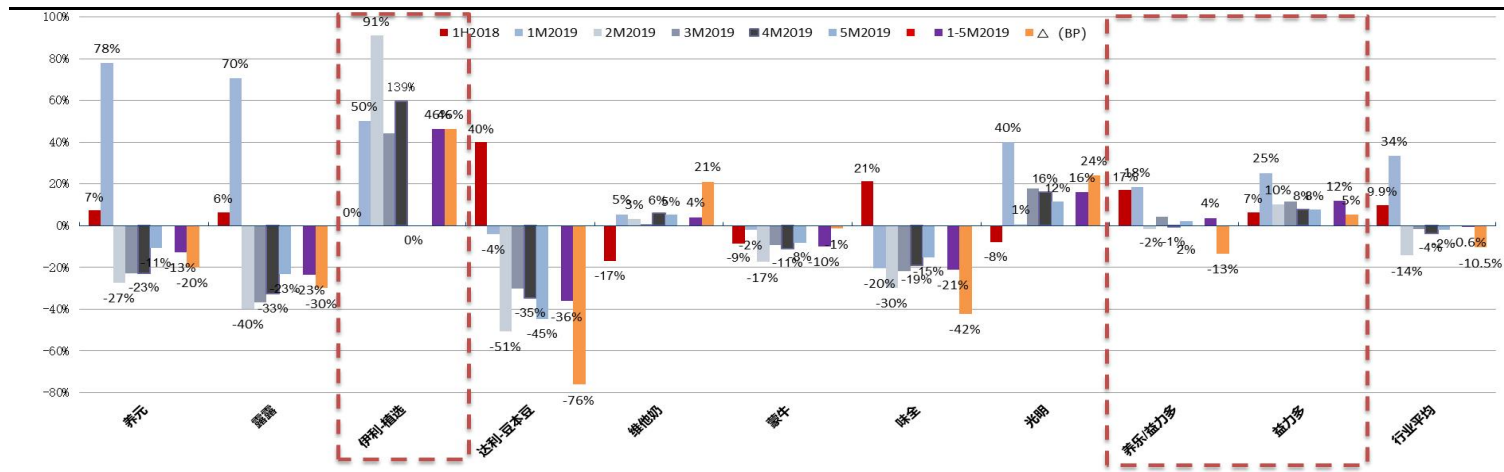
2、蛋白质饮料板块竞争激烈，企业增速分化

蛋白质饮料包括植物蛋白饮料、含乳饮料（乳蛋白质含量不低于 1.0%）、乳酸菌饮料（乳蛋白质含量不低于 0.7%）和复合蛋白饮料等。在我国经济发展早期，蛋白质饮料因常温易保存和运输，被视为乳制品的替代品，涌现了一批耳熟能详的品牌，如乐百氏、娃哈哈、旺旺、银鹭等；随着国民生活水平的提高，乳制品消费量快速增长，蛋白质饮料的功能性和健康性被更加重视，契合这一发展趋势的六个核桃、椰树椰汁、达利豆本豆、伊利植选、养乐多等均经历了爆发性增长。蛋白质饮料“有营养、味道好”的特性使其一定程度上被赋予了“送礼”属性，成为节庆时期的畅销品，与常温乳制品分食节庆消费的大蛋糕。小部分乳饮料企业选择了低温路线，这一赛道相对差异化，但需要依靠极强的产品力才能够带动复购率的提升。

展望未来，消费者对更便捷的入蛋白质摄入方法的追求，将促使蛋白饮料市场再一次迎来技术和产品的革新：在海外，配方设计师们已在研发每瓶可提供 10g 以上蛋白质的饮料，占每日营养摄入量的 20%，配方包括除传统乳清和大豆蛋白以外的多类植物、蛋类或动物蛋白。

1-5M2019，全国连锁超市信息网监控的蛋白质饮料板块的整体增速为-0.6%，较去年同期下降 10.5 个百分点，收入规模持续萎缩。1-5M2019，累计增速跑赢行业平均的产品包括伊利植选、光明、维他奶和养乐多/益力多，其中伊利植选自 2017 年末推出以来保持了极高的增速，光明也依靠一只椰子、巧克努力等低温高端乳饮料持续获得增长，维他奶则是 2018 年低基数带来的恢复性增长，而养乐多依靠主力地区华南市场（益力多）的快速增长，抵消了其他地区产能瓶颈带来的增速放缓。

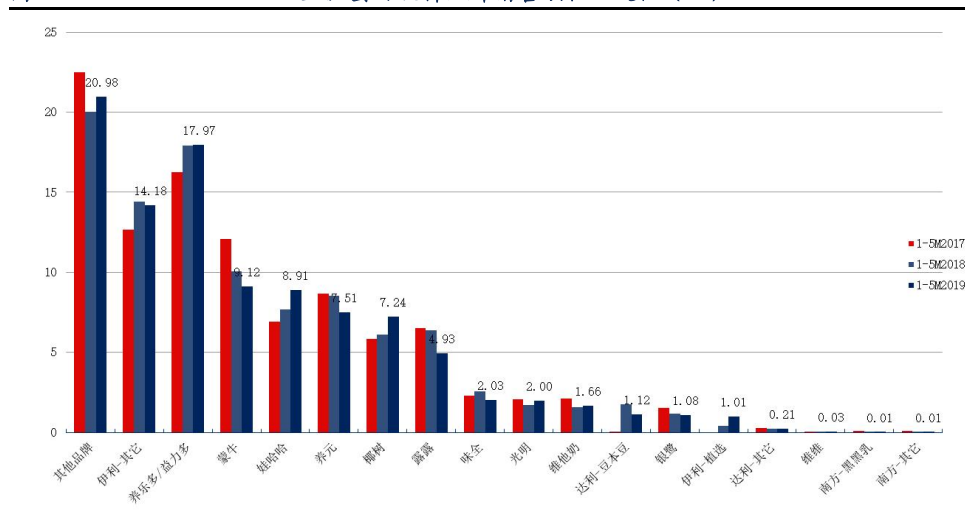
图 7 1-5M2019 主流蛋白饮料品牌的增速变化（%）



资料来源：全国连锁超市信息网，信达证券研发中心

蛋白质饮料板块近 3 年的市占率变化情况体现了主流品牌的市场竞争力，其中养乐多/益力多以 17.97% 的收入份额位列行业第一，且保持了市占率持续提升的趋势。乳制品巨头伊利和蒙牛分别以 14.18% 和 9.12% 分列二、三位，但后者目前在乳饮料板块的市场份额下滑严重。其他品牌中，娃哈哈、椰树、光明和维他奶的市占率有所提升。

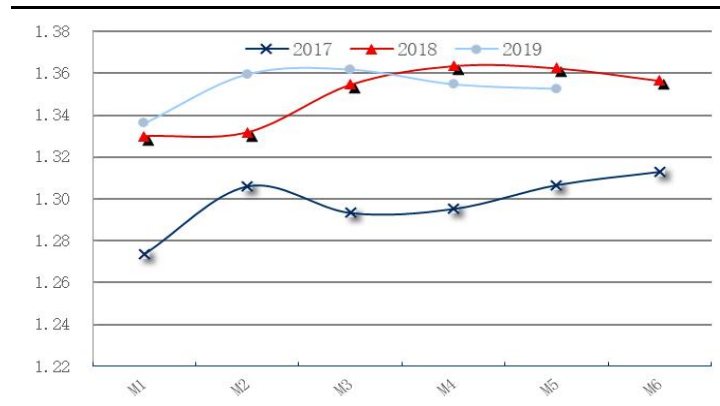
图 8 1-5M2017/2018/2019 主流蛋白饮料品牌销售额占比变化 (%)



资料来源：全国连锁超市信息网，信达证券研发中心

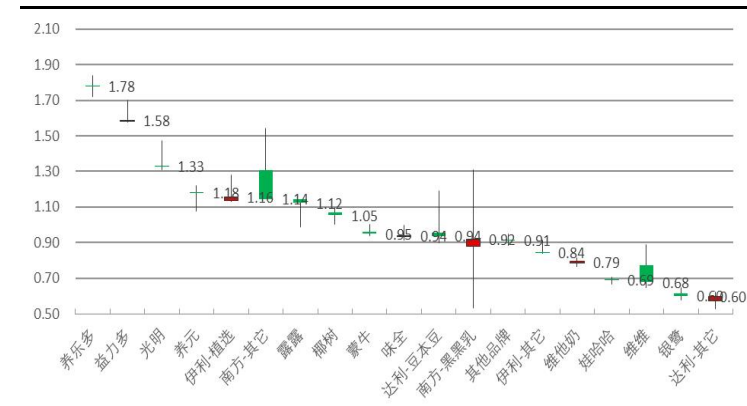
蛋白质饮料板块今年 1-2 月春节期间价格同比提升,但 3-5 月板块均价逐步走低。分产品来看,2018 年上半年全面提价 2%-5% 之后,蛋白质饮料 2019 年尚未提价。除伊利植选环比价格小幅上升 2%以外,大部分产品以降价为主。

图 9 行业平均价格变化 (元/100 克)



资料来源: 全国连锁超市信息网, 信达证券研发中心

图 10 品牌相对定价变化 (元/100 克)

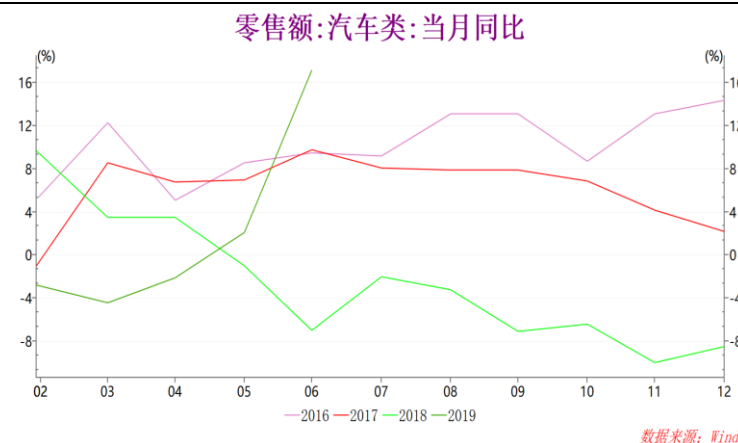


资料来源: 全国连锁超市信息网, 信达证券研发中心

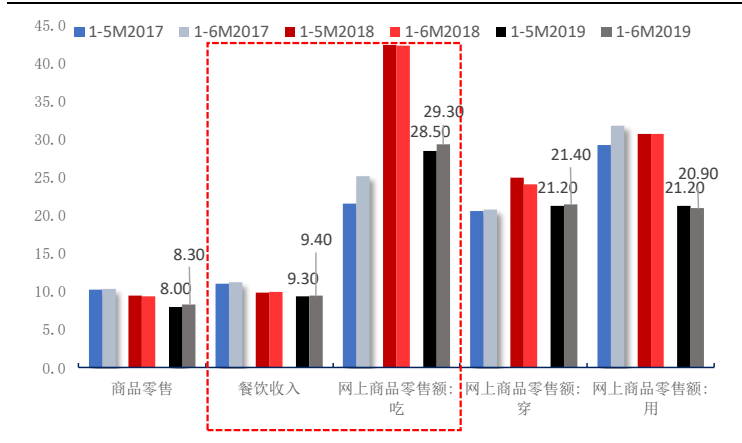
3、6 月统计局社消零售增速提速, 符合预期

2019 年上半年, 社会消费品零售总额 195210 亿元, 同比名义增长 8.4% (扣除价格因素实际增长 6.7%, 以下除特殊说明外均为名义增长)。其中, 6 月份社会消费品零售总额 33878 亿元, 同比增长 9.8%, 较上月同比多增 1.2 个百分点, 符合我们此前的预期。

根据国家统计局, 社零增速超预期增长的原因主要有两个: 一是汽车销售好于预期, 国标由“国 5”转为“国 6”、汽车的销售在 6 月份加大了促销力度, 这是很重要的原因, 限额以上单位汽车类销售增长超过了 17%, 拉动了社会消费品零售总额增长约 1.6 个百分点; 二是 6 月份网上零售表现比较好, 包括“6.18”的促销活动。这两个因素共同推动 6 月份社会消费品零售总额的增长加快。社会消费品零售总额增长对整个服务业生产指数的增长又有明显的拉动作用。

图 11 2016 年至今限额以上汽车类零售额当月同比 (%)


资料来源: 万得, 信达证券研发中心

图 12 2017 年至今社消零售子版块 1-5M、1-6M 累计增速对比 (%)


行业重要公告汇总

【新乳业】2018 年年度权益分派, 每 10 股派 0.54 元 (税后)。

【燕京啤酒】2018 年年度权益分派, 每 10 股派 0.22 元。

【水井坊】以集中竞价交易方式回购公司 1400-1800 万元股份。

【安琪酵母】收到政府补助 2.37 亿元。

【西王食品】2018 年年度权益分派, 每 10 股派 0.80 元, 同时, 以资本公积金向全体股东每 10 股转增 4 股。

【华统股份】1、拟以自有资金 5000 万元设立全资子公司莘县华统。2、半年度业绩预告: 盈利 7300.63-8030.69 万元, 同比增长 0%-10%。

【来伊份】2018 年年度权益分派, 每股派 0.15 元。

【酒鬼酒】半年度业绩快报: 营业利润 2.07 亿元, 同比增长 37.73%。

【青海春天】拟吸收合并全资子公司春天药用 100%的股权。

【金种子酒】2018 年年度权益分派，每股派 0.015 元。

【科迪乳业】2018 年年度权益分派，每 10 股派 0.171 元（税后）。

【广东甘化】半年度业绩预告：盈利 2300-3000 万元。

【得利斯】半年度业绩预告：盈利 218.51-247.64 万元，同比增长 50%-70%。

【克明面业】拟使用自有资金或自筹资金以集中竞价交易的方式回购 10,000-20,000 万元股份。

【华致酒行】半年度业绩预告：盈利 1.935-2.01 亿元，同比增长 40.05%-45.48%。

行业重要新闻汇总

1) 2019 夏季达沃斯“全球经济展望：亚洲视角”分论坛上，论坛主持人、彭博社记者史蒂芬·恩格尔问，蒙牛是否已克服 2008 年质量危机后消费者对中国的乳品形成的偏见？在开拓海外市场时，是否因此受到影响？总裁卢敏说，蒙牛如今已经打入了香港、印尼、新加坡等许多境外市场，其中，酸奶业务势头非常强劲。其主要原因是，总是希望向当地展示最好、最高端和高水平创新的产品，以此来改变他们对中国的乳品的偏见。目前，蒙牛的品牌、产品和质量等方面工作都已经做得很好，但要彻底改善国内外消费者的看法，还需要多花一些时间和功夫。（资料来源：食品饮料行业微刊公众号，《达沃斯“全球经济展望：亚洲视角”分论坛上，蒙牛到底说了啥》）

2) 百事可乐与意大利咖啡品牌 Lavazza 已建立战略合作伙伴关系，将在英国推出 Lavazza 首个即饮冰咖啡产品，为未来在欧洲市场推出更多产品奠定基础。作为世界第三大咖啡供应商，Lavazza 表示，在英国开展业务只是双方合作的第一步，未来将致力于这一快速增长的冰咖啡细分市场创新，并计划于 2020 年开拓新的市场。（资料来源：Foodaily 每日食品网微刊公众号，《光明推“沙拉”酸奶，百事入局高端咖啡……|一周热闻》）

3) 7 月 8 日，瑞幸咖啡宣布自 7 月起将在全国 40 个城市近 3000 家门店陆续推出 10 余款“小鹿茶”产品。其进军新式茶饮的原因是：1) 茶饮与咖啡的客群是高度重合的，进军新式茶饮是瑞幸咖啡的“既定战略”；2) 头部连锁茶饮品牌太少，存在市场空间，自己具备渠道优势，可以尝试多销售一个品类。在消费人群上，小鹿茶锁定“新生代年轻的职场人”，因为瑞幸的绝大部分门店都开在写字楼大堂或附近的地方”。为了成为年轻人喜欢的“活力下午茶”，瑞幸咖啡的小鹿茶请了拥有不少年轻粉丝的刘昊然为其代言。（资料来源：小食代公众号，《瑞幸咖啡正在杀入喜茶们的腹地！CMO 今天官宣茶饮新品代言人，瞄准办公室下午茶场景》）

- 4) 截止 6 月 30 日, 金沙酒业上半年销售任务完成率达 171%, 已完成全年销售任务的 70%, 同比增长达 97%, 且值得注意的是, 其中高端酒占比达 44%, 摘要占比高达 36%。其强势表现的原因在于: 1) 营销团队: 全国人才布局, 梯队人才建设, 留存人才力量; 2) 经销商: 按属地进行划分和管理, 做好扁平化, 坚定优胜劣汰法则; 3) 以摘要酒作为领军产品, 带动品牌价值拉伸; 4) 贵州省政府与金沙县委县政府的支持。(资料来源: 微酒公众号, 《【微酒观察】上半年销售增长 97%! “黑马金沙”的“尖子生笔记”揭示战斗全过程》)
- 5) 郎酒今年下半年即将推出的建国七十周年纪念酒, 兼具产品历史感与时代审美, 能够在最大范围内满足消费者的需求。据称, 它与改开纪念酒一脉相承, 出厂价不会有太大幅度的提升, 仍然会扮演经销商盈利产品的角色; 但会在 2018 年改开纪念酒小批量、限量生产的基础上, 再减少三分之一以上供应量, 进一步凸显稀缺性, 且仍然是无条码, 不会进入流通渠道。(资料来源: 微酒公众号, 《【微酒独家】郎酒建国七十周年纪念酒谍照曝光, 减量三分之一, 配额政策悬疑》)
- 6) 港交所最新资料显示, 青岛啤酒获摩根大通 JPMorgan Chase&Co. 于 7 月 2 日以每股平均价 50.5535 港元增持约 85.26 万股, 涉资约 4309.95 万港元。增持后, 摩根大通的持股数目为 33,592,529 股, 最新持股比例由 4.99% 升至 5.12%。(资料来源: 啤酒板公众号, 《青啤获摩根大通增持 85.26 万股; 百威布局电竞领域》)
- 7) 据外媒报道, 美国啤酒品牌百威的母公司 Anheuser-Busch 已经在美国的商标和专利局注册了“电竞官方啤酒”, “游戏官方啤酒”, “电竞选手官方啤酒”等字样。据悉, 在此之前百威已经在守望先锋项目中尝试过赞助和投放广告, 这次注册电竞和游戏相关广告专用字样, 预示着百威对蓬勃发展的电竞行业已经做好调研和布局, 并有着充分的信心。(资料来源: 啤酒板公众号, 《青啤获摩根大通增持 85.26 万股; 百威布局电竞领域》)
- 8) Brand Finance 发布了“2019 年度全球最有价值食品品牌 50 强”排行榜, 伊利连续两年稳居全球三强。同时, 在“Brand Finance 2019 全球乳品品牌榜”中, 伊利再次斩获乳品品牌价值全球第二, 并获得全球最有潜力乳品品牌, 蝉联亚洲第一。(资料来源: Foodaily 每日食品网公众号, 《重磅! 伊利在此强势跻身 Brand Finance 双榜单全球 TOP3, 蝉联亚洲乳液第一》)
- 9) 百事可乐于 7 月 9 日公布了第二季度财报, 第二季度营收为 164.5 亿美元, 较去年同期增长 2.2%。超出市场预期的 164.23 亿美元, 去年同期为 160.9 亿美元; 营业利润为 27.3 亿美元, 下降 9.9%。二季度每股收益 1.54 美元, 超出市场预期的 1.50 美元; 二季度归属于公司净利润为 20.35 亿美元, 市场预期为 20.08 亿美元, 去年同期为 18.2 亿美元。(资料来源: 食品饮料行业微刊公众号, 《百事可乐公布第二季度财报, 营收 164.5 亿美元增长 2.2%!》)
- 10) 《财富》中国 500 强排行榜发布, 在乳制品领域, 伊利股份、蒙牛乳业、温氏股份分别位列第 119 名、第 132 名、第 155 名、第 394 名。(资料来源: 新乳业公众号, 《<财富>中国 500 强发布, 这四家乳制品生产企业上榜!》)
- 11) 伊利在电商平台上线圣瑞思咖啡, 该新品主打“香浓才叫好咖啡”。产品的规格为 270ml/瓶, 产品价格 60 元/6 瓶, 活动售价 48.9 元/6 瓶。据了解, 该产品并非由伊利操盘运作, 而是由一家名为利质美(上海)投资有限公司(为伊利集团的全资

子公司，曾运营固体饮料“新食机”，经营范围在实业投资、食品流通、机械化设备销售商）来运作。（资料来源：食品商公众号，《今年利润冲 76 亿！伊利进军咖啡市场，新品“圣瑞思”助力千亿目标》）

12) 国家统计局 1 发布数据，6 月份 CPI 同比上涨 2.7%，涨幅与上月持平。其中，食品价格上涨 8.3%，涨幅比上月扩大 0.6 个百分点。其中，此前涨幅较大的鲜菜价格，6 月份同比上涨 4.2%，涨幅比上月回落 9.1 个百分点。猪肉价格同比上涨 21.1%，涨幅比上月扩大 2.9 个百分点。鲜果价格同比上涨 42.7%，涨幅比上月扩大 16 个百分点。（资料来源：中国食品报官方平台公众号，《食品价格涨幅扩大拉动 6 月 CPI》）

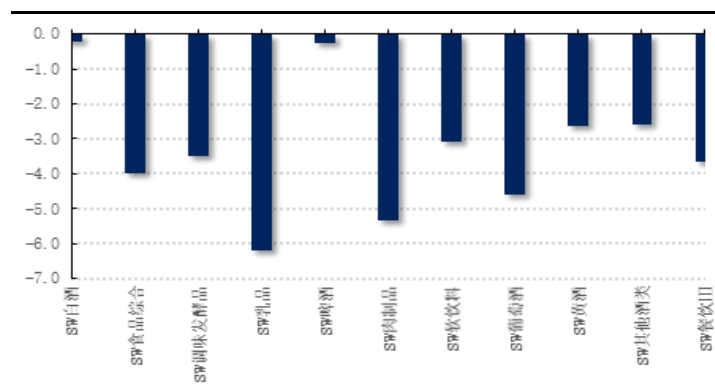
上周板块表现回顾

表 4 周度指数综述 (亿元, %)

序号	板块名称	代码	指数值	周涨跌幅 (%)	周成交额 (亿元)	周振幅 (%)
1	沪深 300	000300.SH	3,808.73	-2.17	5,823.84	2.69%
2	创业板指	399006.SZ	1,518.07	-1.92	3,386.73	3.50%
3	恒生指数	HSI.HI	28,471.62	-1.05	3,402.05	1.86%
4	食品饮料(申万)	801120.SI	14,676.24	-1.42	1,143.22	2.72%

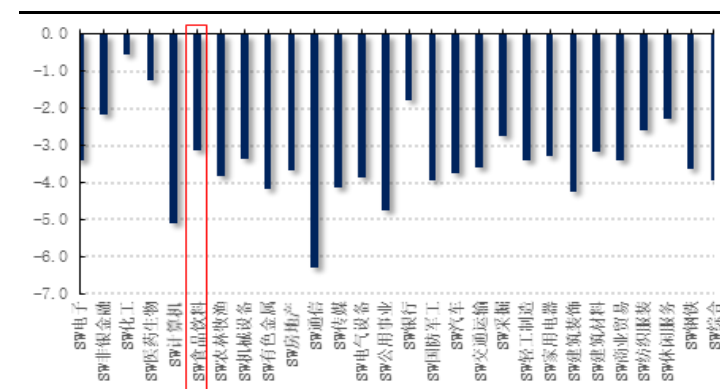
资料来源：万得，信达证券研发中心

图 13 食品饮料及餐饮行业按成交金额排序的细分行业周度涨跌幅 (%)



资料来源：万得，信达证券研发中心

图 14 食品饮料行业与其他行业周度涨跌幅横向对比 (%)



资料来源：万得，信达证券研发中心

表 5 食品饮料行业个股涨跌幅情况 (%)

本周个股龙虎榜								
	证券代码	证券简称	前收盘价 元	总市值1 亿元	上周区间 涨跌幅 %	上周区间 成交额 亿元	年初至今 涨跌幅 %	上周区间 振幅 %
涨幅前十	002330.SZ	得利斯	6.9000	34.6380	13.6738	10.1629	59.7222	22.0758
	000568.SZ	泸州老窖	88.4500	1,295.5736	4.1814	56.3853	117.5357	6.8905
	000799.SZ	酒鬼酒	26.5700	86.3336	2.9845	33.0586	67.3170	11.2016
	600073.SH	上海梅林	10.1800	95.4609	2.7245	18.6288	38.1089	10.7972
	603031.SH	安德利	14.4600	16.1952	2.6260	2.1508	21.6148	11.7814
	603369.SH	今世缘	28.8400	361.7978	2.3421	17.9728	101.5426	10.5749
	002726.SZ	龙大肉食	12.4700	94.2168	1.7959	15.5788	57.6485	11.8367
	603919.SH	金徽酒	16.1500	63.0173	1.4447	2.5022	40.3789	5.9673
	002304.SZ	洋河股份	131.0800	1,975.3599	1.3140	43.3161	42.1496	4.4056
	600300.SH	维维股份	3.6000	60.1920	1.1236	8.9536	27.6596	7.0225
跌幅前十	002650.SZ	加加食品	3.7200	42.8544	-14.6789	9.0332	3.3333	13.7615
	000716.SZ	黑芝麻	3.7000	27.6166	-9.3137	3.3132	32.6165	9.5588
	000557.SZ	西部创业	3.3900	49.4389	-8.8710	2.0302	-1.1662	8.3333
	600365.SH	通葡股份	5.2000	20.8000	-8.4507	2.8459	43.2507	11.0915
	600186.SH	莲花健康	1.6300	17.3110	-8.4270	0.5705	-13.7566	11.2360
	000929.SZ	兰州黄河	7.7400	14.3783	-7.6372	1.5831	24.6377	9.0692
	002515.SZ	金字火腿	5.0300	49.2092	-7.5368	2.8033	20.0477	9.3750
	600866.SH	星湖科技	5.4200	40.0548	-7.0326	1.9354	72.6115	8.9194
	600132.SH	重庆啤酒	42.9400	207.8172	-6.5303	10.8445	42.1382	14.4972
	600543.SH	莫高股份	6.7500	21.6756	-6.5097	1.6984	3.3691	7.8947

资料来源：万得，信达证券研发中心

风险因素

经济环境低迷导致销售不及预期的风险；成本上涨过快或原材料价格波动过大的风险；二级市场股票价格的不确定性；企业经营管理出现重大失误。

研究团队简介

王见鹿，食品饮料行业分析师。多国留学背景，先后于新加坡华侨初级学院及英国华威大学求学，主修经济、政治及国际关系学。回国后在某大型商业地产开发集团投资部工作，先后参与了多家上市或非上市企业的股权投资及并购重组业务，所涉及行业包括商业地产、文化旅游、装备制造、消费零售及金融服务等。2015年4月正式加入信达证券研究开发中心，从事食品饮料和炼化行业研究。

毕翹楚，研究助理，复旦大学工学硕士，2017年7月加入信达证券研发中心，从事食品饮料行业研究。

机构销售联系人

区域	姓名	办公电话	手机	邮箱
华北	袁 泉	010-83252068	13671072405	yuanq@cindasc.com
华北	张 华	010-83252088	13691304086	zhanghuac@cindasc.com
华北	巩婷婷	010-83252069	13811821399	gongtingting@cindasc.com
华东	王莉本	021-61678580	18121125183	wangliben@cindasc.com
华东	文襄琳	021-61678586	13681810356	wenxianglin@cindasc.com
华东	洪 辰	021-61678568	13818525553	hongchen@cindasc.com
华南	袁 泉	010-83252068	13671072405	yuanq@cindasc.com
国际	唐 蕾	010-83252046	18610350427	tanglei@cindasc.com

分析师声明

负责本报告全部或部分内容的每一位分析师在此申明，本人具有证券投资咨询执业资格，并在中国证券业协会注册登记为证券分析师，以勤勉的职业态度，独立、客观地出具本报告；本报告所表述的所有观点准确反映了分析师本人的研究观点；本人薪酬的任何组成部分不曾与，不与，也将不会与本报告中的具体分析意见或观点直接或间接相关。

免责声明

信达证券股份有限公司(以下简称“信达证券”)具有中国证监会批复的证券投资咨询业务资格。本报告由信达证券制作并发布。

本报告是针对与信达证券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。本报告仅提供给上述特定客户，并不面向公众发布。信达证券不会因接收人收到本报告而视其为本公司的当然客户。客户应当认识到有关本报告的电话、短信、邮件提示仅为研究观点的简要沟通，对本报告的参考使用须以本报告的完整版本为准。

本报告是基于信达证券认为可靠的已公开信息编制，但信达证券不保证所载信息的准确性和完整性。本报告所载的意见、评估及预测仅为本报告最初出具日的观点和判断，本报告所指的证券或投资标的的价格、价值及投资收入可能会出现不同程度的波动，涉及证券或投资标的的历史表现不应作为日后表现的保证。在不同时期，或因使用不同假设和标准，采用不同观点和分析方法，致使信达证券发出与本报告所载意见、评估及预测不一致的研究报告，对此信达证券可不发出特别通知。

在任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见并不构成对任何人的投资建议，也没有考虑到客户特殊的投资目标、财务状况或需求。客户应考虑本报告中的任何意见或建议是否符合其特定状况，若有必要应寻求专家意见。本报告所载的资料、工具、意见及推测仅供参考，并非作为或被视为出售或购买证券或其他投资标的的邀请或向人做出邀请。

在法律允许的情况下，信达证券或其关联机构可能会持有报告中涉及的公司所发行的证券并进行交易，并可能会为这些公司正在提供或争取提供投资银行业务服务。

本报告版权仅为信达证券所有。未经信达证券书面同意，任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制、发布、转发或引用本报告的任何部分。若信达证券以外的机构向其客户发放本报告，则由该机构独自为此发送行为负责，信达证券对此等行为不承担任何责任。本报告同时不构成信达证券向发送本报告的机构之客户提供的投资建议。

如未经信达证券授权，私自转载或者转发本报告，所引起的一切后果及法律责任由私自转载或转发者承担。信达证券将保留随时追究其法律责任的权利。

评级说明

投资建议的比较标准	股票投资评级	行业投资评级
本报告采用的基准指数：沪深 300 指数（以下简称基准）； 时间段：报告发布之日起 6 个月内。	买入： 股价相对强于基准 20% 以上；	看好： 行业指数超越基准；
	增持： 股价相对强于基准 5% ~ 20%；	中性： 行业指数与基准基本持平；
	持有： 股价相对基准波动在±5% 之间；	看淡： 行业指数弱于基准。
	卖出： 股价相对弱于基准 5% 以下。	

风险提示

证券市场是一个风险无时不在的市场。投资者在进行证券交易时存在赢利的可能，也存在亏损的风险。建议投资者应当充分深入地理解证券市场蕴含的各项风险并谨慎行事。

本报告中所述证券不一定能在所有的国家和地区向所有类型的投资者销售，投资者应当对本报告中的信息和意见进行独立评估，并应同时考量各自的投资目的、财务状况和特定需求，必要时就法律、商业、财务、税收等方面咨询专业顾问的意见。在任何情况下，信达证券不对任何人因使用本报告中的任何内容所引致的任何损失负任何责任，投资者需自行承担风险。