

研究所

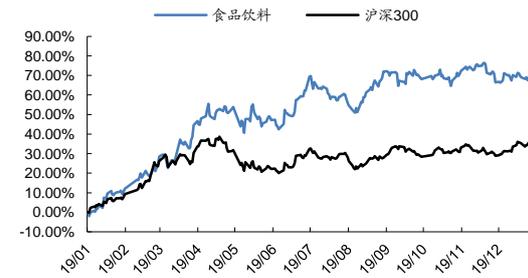
证券分析师:
021-68591576

余春生 S0350513090001
yucs@ghzq.com.cn

茅台来年持续放量，关注高业绩弹性标的

——食品饮料行业周报

最近一年行业走势



行业相对表现

| 表现 | 1M | 3M | 12M |
|-------|------|------|------|
| 食品饮料 | -0.3 | -0.0 | 69.1 |
| 沪深300 | 4.1 | 4.4 | 33.6 |

相关报告

《食品饮料行业周报: 重点关注机制变革或品类创新标的》——2019-12-23

《食品饮料行业周报: 重点关注业绩弹性较大估值相对合理的大众品标的》——2019-12-15

《食品饮料行业周报: 白酒消费税负不变, 关注成长和低估值品种》——2019-12-08

《食品饮料行业周报: 白酒受消费税政策影响有所回调, 看好低估值大众品稳健性增长》——2019-12-02

《食品饮料行业周报: 核心资产短期回调, 关注相对低估值品种》——2019-11-24

投资要点:

■ 本周行业观点: 白酒: 茅台来年持续放量, 从确定性看好两头。贵州茅台公司公告, 2020年销售计划量为3.45万吨, 相比较于2019年销售计划3.1万吨, 增加3500吨, 同比增加11.29%。如果增加部分用于自营或销售给商超渠道, 则由于自营零售价和销售给商超的价格, 远高于给销售给经销商的价格, 则该部分能额外增加利润。由此, 增量部分带来的利润增长加上增量部分的渠道价差带来的利润增长, 两者合计的利润增加, 预计2020年更给茅台带来较好的业绩增长。在茅台继续放量的情况下, 飞天茅台一批价走势仍需要跟踪。白酒板块, 尤其是中高端白酒近几年业绩保持高速增长, 最主要的原因是跟随茅台一批价上涨而提价, 在茅台一批价滞胀的情况下, 业绩增速可能趋缓。从确定性来看, 茅台因为厂批价差大, 具备提价和放量空间, 未来业绩持续稳健性增长仍可期待。中低端, 如古井贡酒和顺鑫农业, 提价机会小, 业绩增长主要看市场开拓, 在公司保持全国化市场拓展速度的情况下, 业绩稳定增长也可期待。

■ 大众品方面, 我们更看好具备持续性盈利而估值处在合理水平的相关子行业和标的。休闲卤制品行业规模大, 盈利能力强, 龙头集中度低, 未来仍有很大发展空间。此外, 原料成本受益“逆猪周期”, 预计2020年仍能保持低位。龙头绝味食品目前估值35.68倍(TTM), 公司历年来经营较为稳健, 持续保持较好的业绩增长。煌上煌自2016年开始, 进行战略性变革, 已连续几年取得较好的业绩, 后继门店加快开发, 由于基数低, 业绩弹性较大。品类创新和市场拓展方面, 目前做的比较好的有盐津铺子, 公司从过去的蜜饯等小品类向烘焙食品和果干食品大品类方向发展, 市场拓展也由华中、华南大本营市场重点向经济较为发达的华东和西南地区拓展, 预计未来几年都能保持较好的增长。而“困境反转”的贝因美也可以重点关注, 贝因美经历几年亏损后, 加大管理变革, 引进美素佳儿优秀的管理团队, 通过处理过剩资产降费增效, 同时在产品、渠道、市场和管理方面都进行了积极变革, 2019年三季度已经开始转亏为盈, 业绩挂点已见端倪, 可以重点关注。

■ 基于上述分析, 现阶段, 重点推荐“绝味食品”、“煌上煌”、“盐津铺子”和“贝因美”。结合行业基本面和估值水平, 维持行业“推荐”评级。

- 上周市场回顾：食品饮料板块上涨 0.76%，跑赢上证综指 0.76 个百分点，跑赢沪深 300 指数 0.64 个百分点，板块日均成交额 146.31 亿元。食品饮料板块市盈率（TTM）为 31.89，同期上证综指和沪深 300 市盈率分别为 12.92 和 12.29。
- 行业重点数据：白酒行业，根据京东数据，五粮液普五第二代经典 52 度浓香型白酒 500ml、洋河梦之蓝(M3) (52 度)500ml 和泸州老窖国窖 1573 52 度浓香型白酒 500ml 的最新价格分别为 1399 元/瓶、569 元/瓶和 999 元/瓶，自 2019 年 2 月 1 日起至今，当年的茅台酒在京东商城上无现货可售；乳品行业，12 月 18 日数据，销售主产区生鲜乳价格为 3.82 元/公斤，同比+6.4%；肉制品行业，2019 年 11 月，生猪和能繁母猪存栏量分别为 19,457 万头和 2,001 万头，同比-39.77%、-34.57%，环比 2.00%、4.00%，仔猪和生猪价格下跌，猪肉价格上涨，2019 年 12 月 20 日的最新价格分别 88.25 元/千克、33.55 元/千克和 47.2 元/千克，同比变化+292.57%、+157.09%、+126.49%，环比变化-0.64%、-0.47%、+1.48%，12 月 27 日猪粮比价为 16.86，同比变化-0.47%；啤酒行业，2019 年 11 月国内啤酒产量 185.6 万千升，同比变化+2%。从进出口来看，2019 年 11 月份国内啤酒进口 52,958 千升，同比-8.67%，进口单价为 1,126.95 美元/千升，同比+0.06%。
- 行业重点推荐：绝味食品：原料价格有望持续下跌，后继业绩增长有保障。煌上煌：休闲卤制品门店加速开发，真真老老米食业务多方布局。盐津铺子：布局大品类+市场全国化+“店中岛”特色营销，三要素推动公司业绩实现较高增长。贝因美：国产奶粉仍具发展空间，贝因美内部正积极变革。
- 风险提示：食品安全事故，推荐公司业绩不达预期，宏观经济低迷

重点关注公司及盈利预测

| 代码 | 股票名称 | 2019/12/27 股价 | EPS | | | PE | | | 投资评级 |
|-----------|------|------------------|-------|-------|-------|---------|-------|-------|------|
| | | | 2019E | 2020E | 2021E | 2019E | 2020E | 2021E | |
| 603517.SH | 绝味食品 | 45.00 | 1.38 | 1.68 | 1.99 | 32.61 | 26.79 | 22.61 | 买入 |
| 002695.SZ | 煌上煌 | 15.99 | 0.47 | 0.62 | 0.78 | 34.02 | 25.79 | 20.50 | 买入 |
| 002847.SZ | 盐津铺子 | 35.56 | 0.89 | 1.33 | 1.92 | 39.96 | 26.74 | 18.52 | 买入 |
| 002570.SZ | 贝因美 | 5.35 | 0.005 | 0.15 | 0.28 | 1070.00 | 35.67 | 19.11 | 增持 |

资料来源：Wind 资讯，国海证券研究所

内容目录

| | |
|----------------------|----|
| 1、 本周行业观点 | 5 |
| 2、 上周市场回顾 | 5 |
| 3、 重点数据及行业资讯 | 8 |
| 3.1、 农业产品价格跟踪 | 8 |
| 3.2、 子行业数据一览 | 9 |
| 3.3、 子行业重点新闻 | 12 |
| 4、 公司公告及大事提醒 | 13 |
| 4.1、 重要公告 | 13 |
| 4.2、 下周大事 | 15 |
| 5、 行业重点推荐个股及逻辑 | 15 |
| 5.1、 绝味食品 | 15 |
| 5.2、 煌上煌 | 16 |
| 5.3、 盐津铺子 | 17 |
| 5.4、 贝因美 | 19 |
| 6、 风险提示 | 21 |

图表目录

| | |
|---|----|
| 图 1: 食品饮料、上证综指和沪深 300 涨跌情况 | 6 |
| 图 2: 食品饮料子行业涨跌幅 | 6 |
| 图 3: 各行业本周涨跌横向对比 | 6 |
| 图 4: 食品饮料、沪深 300 和上证综指估值对比 (TTM) | 7 |
| 图 5: 食品饮料各子行业估值对比 (TTM) | 7 |
| 图 6: 最新农业产品价格变化 | 8 |
| 图 7: 中国白酒月产量 (万千升) | 9 |
| 图 8: 中高端白酒价格跟踪 (元/瓶) | 9 |
| 图 9: 国内生鲜乳价格 | 10 |
| 图 10: 恒天然拍卖价格指数 | 10 |
| 图 11: 恒天然全脂奶粉成交价 | 10 |
| 图 12: IFCN 牛奶价格和饲料价格指数 | 10 |
| 图 13: 生猪和能繁母猪存栏量 (万头) | 11 |
| 图 14: 仔猪、生猪和猪肉价格 (元/千克) | 11 |
| 图 15: 猪粮比价 (生猪收购价格和粮食收购价格比例) | 11 |
| 图 16: 生猪养殖利润 (元/头) | 11 |
| 图 17: 中国啤酒月产量 (万千升) | 12 |
| 图 18: 中国啤酒进口数量 (千升) 和平均单价 (美元/千升) | 12 |

1、本周行业观点

本周行业观点：白酒：茅台来年持续放量，从确定性看好两头。贵州茅台公司公告，2020年销售计划量为3.45万吨，相比较于2019年销售计划3.1万吨，增加3500吨，同比增加11.29%。如果增加部分用于自营或销售给商超渠道，则由于自营零售价和销售给商超的价格，远高于给销售给经销商的价格，则该部分能额外增加利润。由此，增量部分带来的利润增长加上增量部分的渠道价差带来的利润增长，两者合计的利润增加，预计2020年更给茅台带来较好的业绩增长。在茅台继续放量的情况下，飞天茅台一批价走势仍需要跟踪。白酒板块，尤其是中高端白酒近几年业绩保持高增长，最主要的原因是跟随茅台一批价上涨而提价，在茅台一批价滞胀的情况下，业绩增速可能趋缓。从确定性来看，茅台因为厂批价差大，具备提价和放量空间，未来业绩持续稳健性增长仍可期待。中低端，如古井贡酒和顺鑫农业，提价机会小，业绩增长主要看市场开拓，在公司保持全国化市场拓展速度的情况下，业绩稳定增长也可期待。

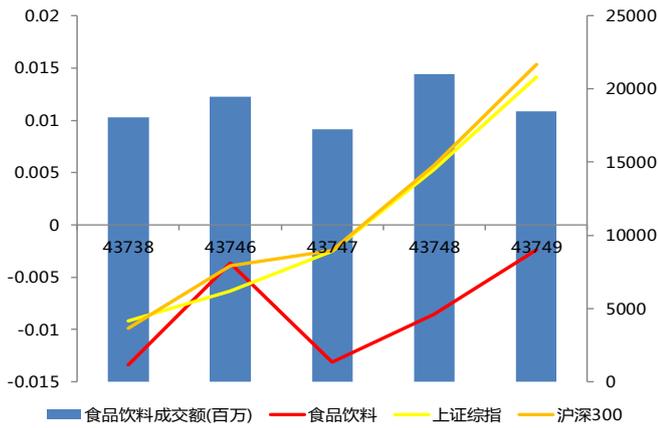
大众品方面，我们更看好具备持续性盈利而估值处在合理水平的相关子行业和标的。休闲卤制品行业规模大，盈利能力强，龙头集中度低，未来仍有很大发展空间。此外，原料成本受益“逆猪周期”，预计2020年仍能保持低位。龙头绝味食品目前估值35.68倍(TTM)，公司历年来经营较为稳健，持续保持较好的业绩增长。煌上煌自2016年开始，进行战略性变革，已连续几年取得较好的业绩，后继门店加快开发，由于基数低，业绩弹性较大。品类创新和市场拓展方面，目前做的比较好的有盐津铺子，公司从过去的蜜饯等小品类向烘焙食品和果干食品大品类方向发展，市场拓展也由华中、华南大本营市场重点向经济较为发达的华东和西南地区拓展，预计未来几年都能保持较好的增长。而“困境反转”的贝因美也可以重点关注，贝因美经历几年亏损后，加大管理变革，引进美素佳儿优秀的管理团队，通过处理过剩资产降费增效，同时在产品、渠道、市场和管理方面都进行了积极变革，2019年三季度已经开始转亏为盈，业绩挂点已见端倪，可以重点关注。

基于上述分析，现阶段，重点推荐“绝味食品”、“煌上煌”、“盐津铺子”和“贝因美”。结合行业基本面和估值水平，维持行业“推荐”评级。

2、上周市场回顾

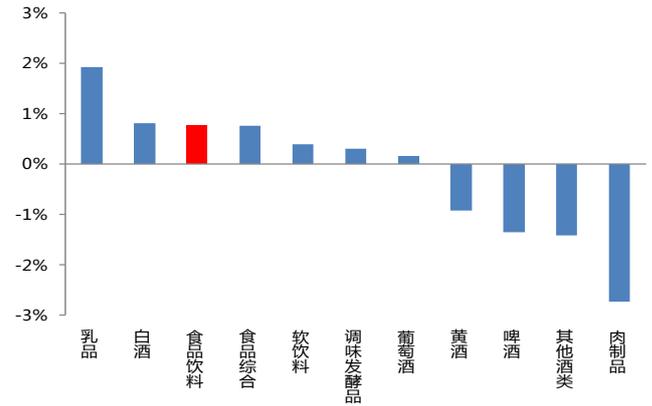
上周(2019年12月23日至2019年12月27日)食品饮料板块指上涨0.76%(前一工作周下跌0.74%)，涨幅排名10名(共28个一级子行业)，跑赢上证综指0.76个百分点，跑赢沪深300指数0.64个百分点，板块日均成交额146.31亿元(前一工作周为177.85亿)。食品饮料子行业涨幅乳品最大，上涨1.93%。

图 1: 食品饮料、上证综指和沪深 300 涨跌情况



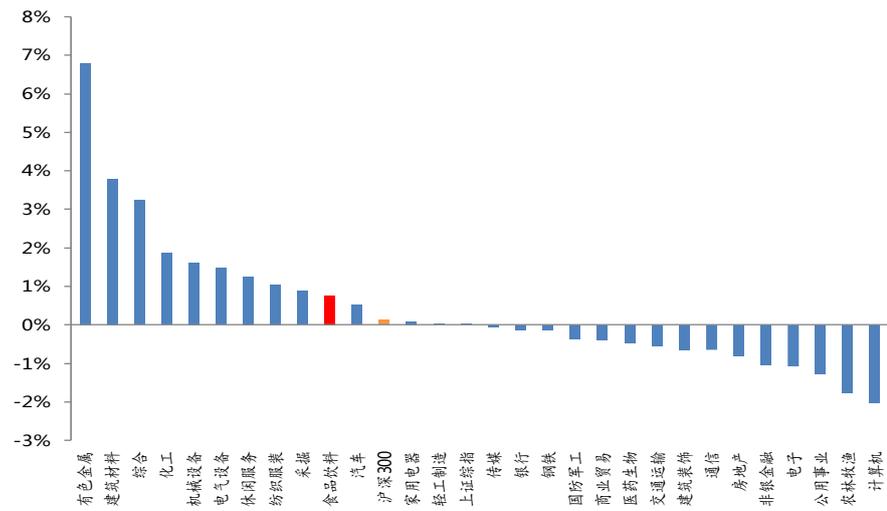
资料来源: Wind 资讯, 国海证券研究所

图 2: 食品饮料子行业涨跌幅



资料来源: Wind 资讯, 国海证券研究所

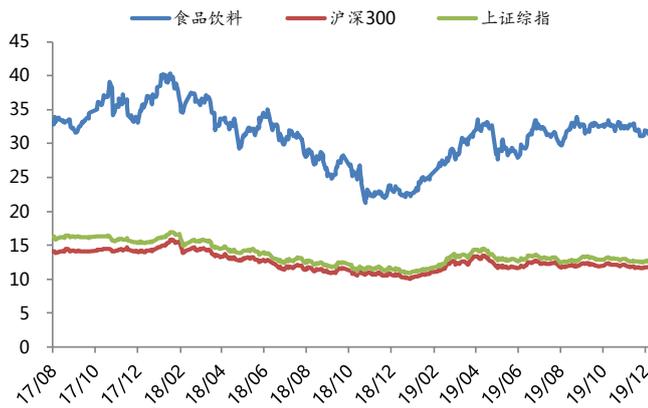
图 3: 各行业本周涨跌横向对比



资料来源: Wind 资讯, 国海证券研究所

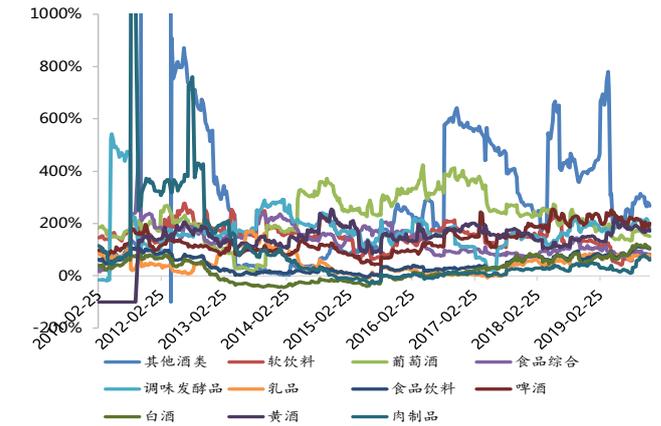
从估值来看, 截至上周最后一个交易日, 食品饮料板块市盈率 (TTM) 为 31.89, 同期上证综指和沪深 300 市盈率分别为 12.92 和 12.29。其中, 食品饮料各子行业包括食品综合、调味发酵品、乳品、啤酒、白酒和肉制品市盈率分别 29.31、44.07、28.23、31.89、45.12、32.28、42.07、25.22。从估值溢价率来看, 食品饮料行业相对 A 股的溢价率为 98.94%, 食品饮料各子行业包括食品综合、调味发酵品、乳品、啤酒、白酒和肉制品溢价率分别为 82.84%、174.92%、76.11%、98.94%、181.47%、101.37%、162.45%、57.33%。

图 4: 食品饮料、沪深 300 和上证综指估值对比 (TTM)



资料来源: Wind 资讯, 国海证券研究所

图 5: 食品饮料各子行业估值对比 (TTM)



资料来源: Wind 资讯, 国海证券研究所

从个股涨跌幅来看, 涨幅前五名是惠发股份、西藏发展、三全食品、威龙股份、洋河股份, 跌幅前五名是重庆啤酒、安井食品、水井坊、桃李面包、青岛啤酒。

表 1: 食品饮料行业个股本周涨跌幅排名

| 公司代码 | 股票名称 | 收盘价 2019/12/20 | 收盘价 2019/12/27 | 一周 涨幅 | 公司代码 | 股票名称 | 收盘价 2019/12/20 | 收盘价 2019/12/27 | 一周 跌幅 |
|-----------|------|-------------------|-------------------|----------|-----------|------|-------------------|-------------------|----------|
| 603536.SH | 惠发股份 | 14.14 | 17.02 | 20.37% | 600132.SH | 重庆啤酒 | 58.34 | 53.22 | -8.78% |
| 000752.SZ | 西藏发展 | 3.93 | 4.63 | 17.81% | 603345.SH | 安井食品 | 64.00 | 60.53 | -5.42% |
| 002216.SZ | 三全食品 | 12.30 | 14.07 | 14.39% | 600779.SH | 水井坊 | 56.02 | 53.00 | -5.39% |
| 603779.SH | 威龙股份 | 5.26 | 5.86 | 11.41% | 603866.SH | 桃李面包 | 45.01 | 42.87 | -4.75% |
| 002304.SZ | 洋河股份 | 99.20 | 108.00 | 8.87% | 600600.SH | 青岛啤酒 | 53.12 | 50.94 | -4.10% |

资料来源: Wind 资讯, 国海证券研究所

3、重点数据及行业资讯

3.1、农业产品价格跟踪

图 6：最新农业产品价格变化

| 【国海食品饮料 余春生】*农产品价格*2019-12-29 | | | | | | | | | |
|-------------------------------|------------|------------|----------|--------|---------|---------|---------|---------|---------|
| | 时间 | 最新价格 | 单位 | 频率 | 日环比 | 周环比 | 月环比 | 年环比 | |
| 粮食 | 国内玉米 | 25/12/2019 | 1918.23 | 元/吨 | 日 | 0.00% | -0.04% | -0.81% | -1.60% |
| | 国内玉米期货价 | 27/12/2019 | 1916.00 | 元/吨 | 日 | 0.26% | 1.97% | 4.30% | 4.07% |
| | 进口玉米完税价 | 26/12/2019 | 2230.20 | 元/吨 | 日 | -0.13% | -0.01% | -7.02% | 1.69% |
| | CBOT玉米 | 27/12/2019 | 390.00 | 美分/蒲式耳 | 日 | 0.39% | 0.91% | 4.49% | 4.49% |
| | 国内小麦 | 25/12/2019 | 2394.44 | 元/吨 | 日 | 0.02% | 0.14% | -0.51% | -3.28% |
| | CBOT小麦 | 27/12/2019 | 557.50 | 美分/蒲式耳 | 日 | 1.32% | 2.20% | 5.94% | 5.94% |
| | 泰国大米 | 2019/12 | 407.00 | 美元/吨 | 月 | - | - | 0.49% | 3.56% |
| 大豆 | 国内大豆 | 26/12/2019 | 3540.00 | 元/吨 | 日 | 0.00% | 1.14% | 2.31% | 1.14% |
| | CBOT大豆 | 27/12/2019 | 942.25 | 美分/蒲式耳 | 日 | -0.40% | 0.61% | 6.83% | 7.01% |
| | 大豆进口价 | 2019/11 | 399.03 | 美元/吨 | 月 | - | - | 2.23% | -8.43% |
| 蔬菜 | 山东蔬菜批发价格指数 | 27/12/2019 | 136.27 | - | 日 | -0.71% | 2.36% | 22.84% | 29.09% |
| 豌豆 | 山东豌豆批发价格指数 | 20/12/2019 | 83.64 | - | 日 | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 植物油 | 玉米胚芽粕 | 26/12/2019 | 1625.00 | 元/吨 | 日 | 0.00% | -0.61% | -2.26% | 9.06% |
| 食用油 | 豆油 | 26/12/2019 | 6813.16 | 元/吨 | 日 | 1.07% | 0.62% | 6.13% | 33.83% |
| | 棕榈油FOB | 26/12/2019 | 730.00 | 美元/吨 | 日 | 0.00% | 1.04% | 11.88% | 42.44% |
| | 棕榈油成本 | 26/12/2019 | 730.00 | 元/吨 | 日 | -0.13% | 0.91% | 10.64% | 40.82% |
| 畜禽 | 生猪 | 27/12/2019 | 33.55 | 元/千克 | 周 | - | -0.47% | -3.62% | 157.09% |
| | 生猪存栏 | 2019/11 | 19457.00 | 万头 | 月 | - | - | 2.00% | -39.77% |
| | 能繁母猪 | 2019/11 | 2001.00 | 万头 | 月 | - | - | 4.00% | -34.57% |
| | 仔猪 | 27/12/2019 | 88.25 | 元/千克 | 周 | - | -0.64% | -5.23% | 292.57% |
| | 毛鸡 | 27/12/2019 | 4.27 | 元/500克 | 日 | -0.19% | -13.73% | -18.54% | -14.68% |
| | 肉鸡苗 | 27/12/2019 | 1.87 | 元/羽 | 日 | -14.00% | -62.40% | -81.80% | -75.75% |
| | 毛鸭 | 27/12/2019 | 3.73 | 元/500克 | 日 | -3.28% | -17.09% | -19.33% | -16.24% |
| 鸭苗 | 27/12/2019 | 0.54 | 元/羽 | 日 | -41.20% | -2.75% | -83.91% | -92.15% | |
| 饲料 | 育肥猪配合饲料 | 18/12/2019 | 3.07 | 元/公斤 | 周 | - | -0.32% | -0.65% | 0.00% |
| | 肉鸡配合饲料 | 18/12/2019 | 3.18 | 元/公斤 | 周 | - | 0.00% | 0.00% | 0.63% |
| | 蛋鸡配合饲料 | 18/12/2019 | 2.90 | 元/公斤 | 周 | - | 0.00% | -0.34% | 0.00% |
| | 豆粕 | 25/12/2019 | 2890.57 | 元/吨 | 日 | -0.33% | -1.70% | -6.39% | -4.93% |
| | CBOT豆粕 | 27/12/2019 | 300.60 | 美元/吨 | 日 | -1.05% | -0.79% | 1.52% | -2.37% |
| 鱼粉 | 26/12/2019 | 9936.96 | 元/吨 | 日 | 0.00% | 2.05% | 9.75% | 1.78% | |
| 白糖 | 国内白砂糖 | 27/12/2019 | 5697.50 | 元/吨 | 日 | 0.80% | 1.47% | -0.65% | 8.42% |
| | 国内糖蜜 | 27/12/2019 | 835.00 | 元/吨 | 月 | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 0.60% |
| 乳制品 | 芝加哥奶油 | 24/12/2019 | 2.03 | 美分/磅 | 日 | 0.00% | 2.01% | 5.87% | -9.59% |
| | 芝加哥脱脂奶粉 | 24/12/2019 | 124.25 | 美分/磅 | 日 | -0.20% | -0.60% | -0.40% | 39.22% |
| | 牛奶零售价 | 20/12/2019 | 12.27 | 元/升 | 周 | - | 0.08% | 0.25% | 6.23% |
| | 酸奶零售价 | 20/12/2019 | 15.36 | 元/公斤 | 周 | - | -0.07% | -0.19% | 6.52% |
| | 成人奶粉 | 20/12/2019 | 97.21 | 元/公斤 | 周 | - | 0.08% | 0.33% | 0.92% |
| | 国产婴幼儿奶粉品牌 | 20/12/2019 | 165.39 | 元/公斤 | 周 | - | 0.15% | 0.17% | 6.25% |
| | 国外婴幼儿奶粉品牌 | 20/12/2019 | 244.85 | 元/公斤 | 周 | - | 0.20% | 0.84% | 5.79% |
| 生鲜乳 | 18/12/2019 | 3.82 | 元/公斤 | 周 | - | -0.52% | -0.26% | 6.41% | |
| 棉花 | 国内棉花 | 26/12/2019 | 13218.46 | 元/吨 | 日 | 0.00% | 0.27% | 0.90% | -14.58% |
| | 全球棉花 | 2019/11 | 74.86 | 美分/磅 | 月 | - | - | 1.32% | -13.73% |
| | 棉花进口价 | 2019/11 | 1669.10 | 美元/吨 | 月 | - | - | -13.00% | -18.94% |
| 水产品 | 海参 | 20/12/2019 | 180.00 | 元/千克 | 周 | - | 0.00% | 0.00% | -10.00% |
| | 扇贝 | 20/12/2019 | 10.00 | 元/千克 | 周 | - | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| | 鲍鱼 | 20/12/2019 | 120.00 | 元/千克 | 周 | - | 0.00% | 0.00% | -14.29% |
| 宏观经济 | 固定资产投资累计值 | 2019/09 | - | 数值 | 季 | - | - | - | 2.33% |
| | GDP | 2019/09 | - | 数值 | 季 | - | - | - | 6.00% |
| | CPI | 2019/11 | - | 数值 | 月 | - | 0.40% | - | 4.50% |
| | 食品CPI | 2019/11 | - | 数值 | 月 | - | 1.80% | - | 19.10% |
| | PPI | 2019/11 | - | 数值 | 月 | - | -0.10% | - | -1.40% |
| | PMI | 2019/11 | 0.50 | 数值 | 月 | - | 1.83% | - | 0.40% |

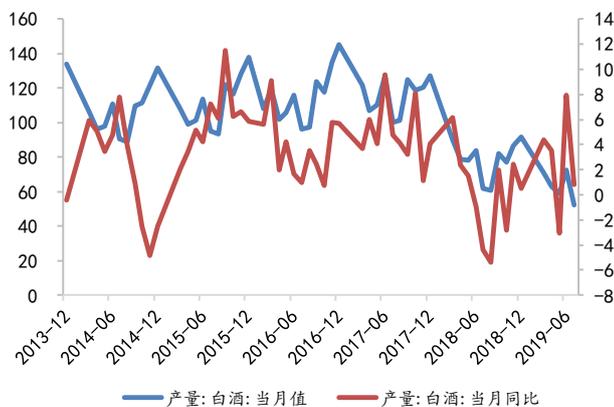
资料来源：Wind 资讯，国海证券研究所

3.2、子行业数据一览

3.2.1、白酒行业

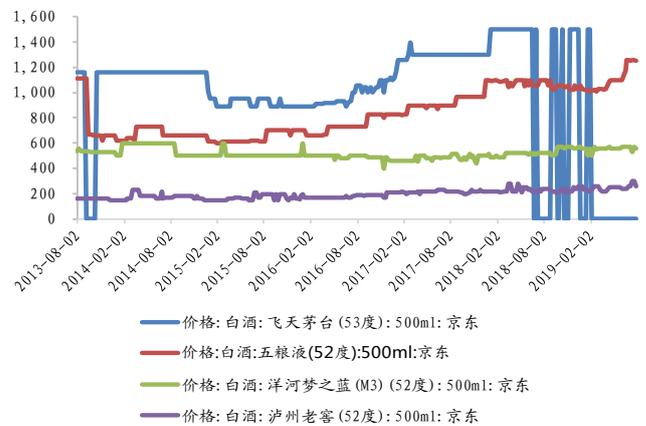
从产量来看，11月份，中国白酒产量为79.9万千升，同比下降0.2%。从中高端酒价格来看，根据京东数据，五粮液普五第二代经典52度浓香型白酒500ml、洋河梦之蓝(M3)(52度)500ml和泸州老窖国窖1573 52度浓香型白酒500ml的最新价格分别为1399元/瓶、569元/瓶和999元/瓶。自2019年2月1日起至今，当年的茅台酒京东商城无现货可售。

图7：中国白酒月产量（万千升）



资料来源：Wind 资讯，国海证券研究所

图8：中高端白酒价格跟踪（元/瓶）



资料来源：Wind 资讯，国海证券研究所

3.2.2、乳品行业

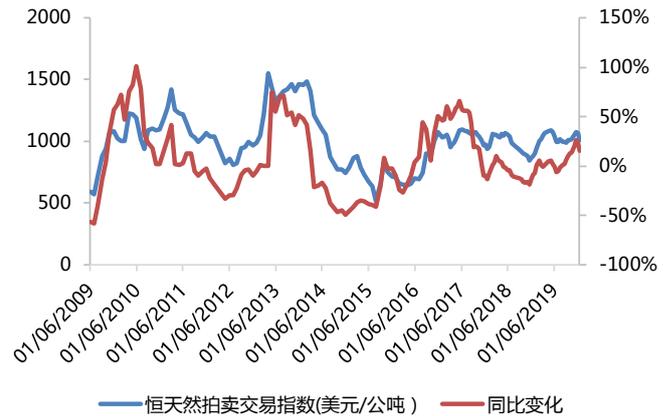
国内情况来看，2019年12月18日数据，主产区生鲜乳价格为3.82元/公斤，同比+6.4%。近两年，国内生鲜乳价格在3.4元/公斤到3.8元/公斤之间波动，较为稳定。国际情况来看，12月17日，恒天然拍卖价格指数为1011美元/公吨，同比+15.02%，环比-5.07%。近两年，恒天然拍卖价格指数从2016年4月份的低点641美元/公吨上涨到2019年12月份1011美元/公吨，涨幅+57.72%。其中，中国主要进口乳制品全脂奶粉的最新价为3099美元/公吨，同比-6.7%。

图 9: 国内生鲜乳价格



资料来源: Wind 资讯, 国海证券研究所

图 10: 恒天然拍卖价格指数



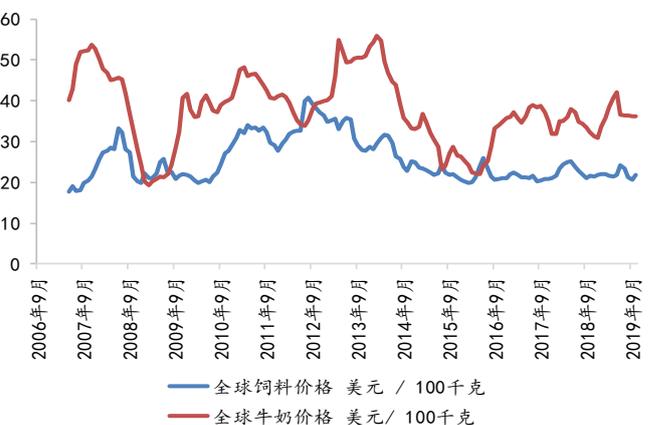
资料来源: GDT, 国海证券研究所

图 11: 恒天然全脂奶粉成交价



资料来源: GDT, 国海证券研究所

图 12: IFCN 牛奶价格和饲料价格指数



资料来源: IFCN, 国海证券研究所

3.2.3、肉制品行业

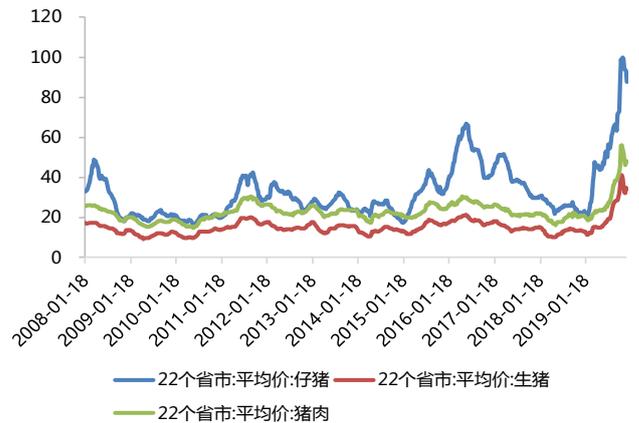
国内生猪和能繁母猪的存栏量呈下跌趋缓, 2019 年 11 月, 生猪和能繁母猪存栏量分别为 19,457 万头和 2,001 万头, 同比-39.77%、-34.57%, 环比 2.00%、4.00%, 仔猪和生猪价格下跌, 猪肉价格上涨, 2019 年 12 月 20 日的最新价格分别 88.25 元/千克、33.55 元/千克和 47.2 元/千克, 同比变化+292.57%、+157.09%、+126.49%, 环比变化-0.64%、-0.47%、+1.48%, 12 月 27 日猪粮比价为 16.86, 同比变化-0.47%。

图 13: 生猪和能繁母猪存栏量 (万头)



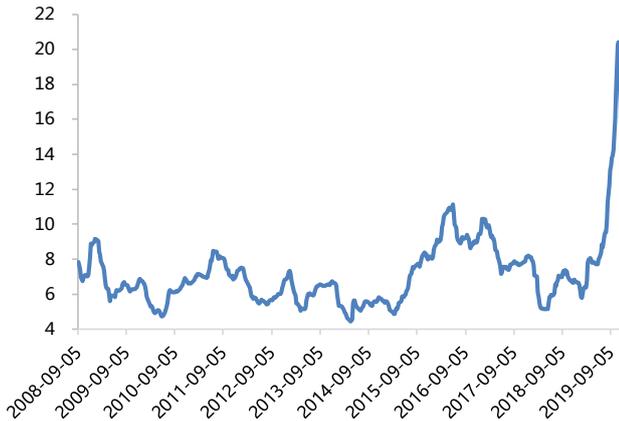
资料来源: Wind 资讯, 国海证券研究所

图 14: 仔猪、生猪和猪肉价格 (元/千克)



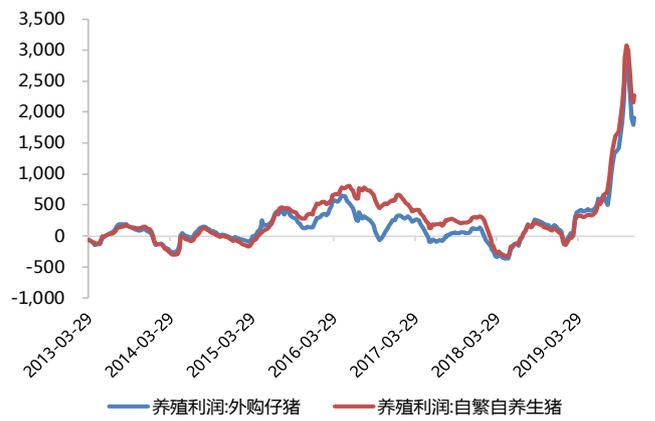
资料来源: Wind 资讯, 国海证券研究所

图 15: 猪粮比价 (生猪收购价格和粮食收购价格比例)



资料来源: Wind 资讯, 国海证券研究所

图 16: 生猪养殖利润 (元/头)



资料来源: Wind 资讯, 国海证券研究所

3.2.4、啤酒行业

从国内来看, 中国啤酒月产量上升。2019 年 11 月国内啤酒产量 185.6 万千升, 同比变化+2.00%。从进出口来看, 2019 年 11 月份国内啤酒进口 52,958 千升, 同比-8.67%, 进口单价为 1,126.95 美元/千升, 同比+0.06%。

图 17: 中国啤酒月产量 (万千升)

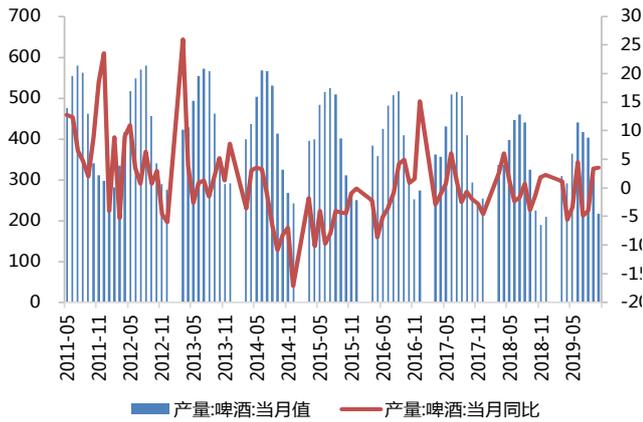
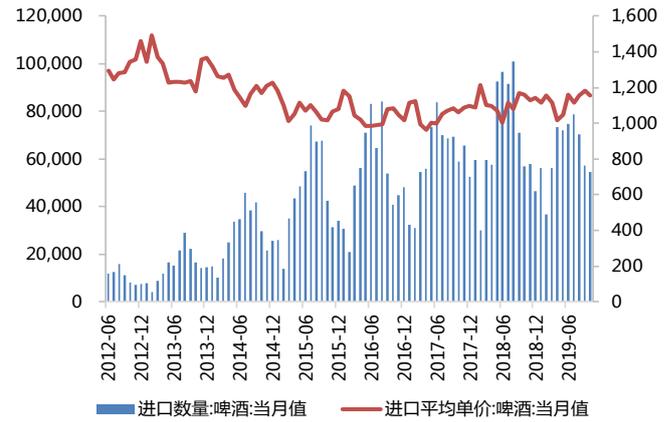


图 18: 中国啤酒进口数量 (千升) 和平均单价 (美元/千升)



资料来源: Wind 资讯, 国海证券研究所

资料来源: Wind 资讯, 国海证券研究所

3.3、子行业重点新闻

表 2: 本周行业重点资讯

| 分类 | 日期 | 标题 | 来源 |
|-----|------------|--|------|
| 白酒 | 2019-12-22 | 茅台中国酒文化城实行网上预约售酒, 黄牛将录入黑名单 | 新京报 |
| 白酒 | 2019-12-22 | 酒鬼酒“甜蜜素”事件如尖刀剖开贴牌酒最丑一面 | 搜狐 |
| 白酒 | 2019-12-23 | 洋河致信祝贺茅台突破千亿大关; 汾酒召开发展战略研讨会 | 糖酒快讯 |
| 白酒 | 2019-12-23 | 汾酒将全面启动“三大引擎”; 茅台中国酒文化城发布茅台酒购买新规 | 酒说 |
| 白酒 | 2019-12-25 | 茅台启动总投资 158 亿的 12 大项目 | 糖酒快讯 |
| 啤酒 | 2019-12-24 | 青啤澳门销量第一; 全球首家健力士醇黑坊于上海正式揭幕; 乐惠国际: 正在布局精酿云平台发展战略 | 啤酒板 |
| 乳制品 | 2019-12-22 | 圣元、澳优、纽菲特、贝拉米、惠氏、达能、a2 等乳企齐布局跨境购, 又一发展风口显现 | 奶粉圈 |
| 乳制品 | 2019-12-23 | 进口婴幼儿奶粉明年关税降 10%, 天丝在华引进泰国红牛, 辉山乳业今日退市重整方案征求意见 | 小食代 |
| 乳制品 | 2019-12-25 | 阿里云携手贝因美打造母婴行业新零售标杆 | 联商网 |
| 肉制品 | 2019-12-24 | 明年起猪肉进口税率下降 4 个点 11 月我国进口猪肉同比增长 151% | 中国猪业 |

资料来源: Wind 资讯, 国海证券研究所

4、公司公告及大事提醒

4.1、重要公告

表 3: 上周公司重要公告

| 公司 | 日期 | 摘要 | 内容 |
|------|------------|----------------------|--|
| 酒鬼酒 | 2019-12-22 | 澄清公告 | 2019年12月20日-21日,相关媒体报道称,本公司原经销商石某举报本公司2012年批次的54°500ml老酒鬼酒中添加“甜蜜素”(环己基氨基磺酸钠)的相关新闻。经查证,本公司从未采购甜蜜素,也从未向54°500ml老酒鬼酒中添加甜蜜素。石某手中的54°500ml老酒鬼酒产品于2012年生产,为石某独家定制产品,在出厂时符合国家食品安全相关标准和规定。 |
| 吉林森工 | 2019-12-22 | 全资子公司购买房产的关联交易 | 隆泉公司购买天汇公司58套房产产权,30个车位使用权和吉森房产4套房产产权。本次交易金额合计为7,637.05万元。 |
| 舍得酒业 | 2019-12-22 | 回购注销部分限制性股票 | 鉴于公司激励对象张毅、管涛等10人已离职,公司对张毅、管涛等10名原激励对象已获授但尚未解除限售的全部限制性股票合计393,000股进行回购注销。完成后,公司股本总数将由337,300,000股变更为336,644,000股。 |
| 晨光生物 | 2019-12-22 | 回购公司股份比例达2%暨回购进展 | 截至2019年12月19日,公司回购公司股份10,389,500股,成交金额为人民币75,385,515.43元,本次回购股份占公司总股本的2.03%。 |
| 汤臣倍健 | 2019-12-22 | 2019年股票期权激励计划预留期权授予 | 公司确定2019年股票期权激励计划预留期权的首次授权日为2019年12月20日,同意向5名激励对象共授予95万份预留股票期权,占公司总股本的0.06%,剩余60万份预留股票期权不予授予。 |
| 汤臣倍健 | 2019-12-22 | 2019年第二期股票期权激励计划 | 本激励计划拟向激励对象授予1,000万份股票期权,约占本激励计划公告时公司股本的0.6319%。其中,首次授予中层管理人员、核心技术(业务)人员等103人927万份,约占股本总额的0.5858%;预留73万份,约占公司股本总额的0.0461%。 |
| 伊利股份 | 2019-12-23 | 2019年度第二期超短期融资券兑付完成 | 2019年12月23日,公司已完成2019年度第二期超短期融资券的兑付工作,本息兑付总额为人民币2,555,143,442.62元。 |
| 舍得酒业 | 2019-12-23 | 股权激励限制性股票回购注销 | 鉴于限制性股票激励对象王祝峰、张敏等12人已离职,公司决定对上述原激励对象持有的263,000股限制性股票予以回购注销。 |
| 恒顺醋业 | 2019-12-24 | 控股股东江苏恒顺集团有限公司部分股权质押 | 截至本公告日,江苏恒顺醋业股份有限公司控股股东江苏恒顺集团有限公司持有公司无限售条件流通股349,698,354股,占公司总股本比例44.63%。江苏恒顺集团有限公司累计质押公司股份52,000,000股,占其所持公司股份比例为14.87%,占公司总股本比例为6.64%。 |
| 龙大肉食 | 2019-12-24 | 暂时放弃四川三市生猪产业链项目商业机会 | 公司此次拟暂时放弃在四川省巴中市、达州市和南充市三市全境的生猪产业链项目商业机会,待项目建成后并满足注入上市公司条件后择机优先收购相关项目。 |
| 妙可蓝多 | 2019-12-24 | 控股股东部分股票 | 控股股东柴琇女士持有本公司股份74,663,631股,占公司总股本的18.24%; |

| | | | |
|------|------------|--|--|
| | | 解质押并再质押 | 柴琇累计质押数量为 72,000,000 股, 占其所持有公司股份总数的 96.43%, 占公司总股本的 17.59%。 |
| 伊利股份 | 2019-12-25 | 2016 年股票期权与限制性股票激励计划部分限制性股票回购注销实施 | 公司拟回购注销因职务变更、离职及个人业绩考核未达标的激励对象共 21 人的已获授但未解锁的 746,250 股限制性股票。公司总股本由 6,097,125,108 股变动为 6,096,378,858。 |
| 贵州茅台 | 2019-12-25 | 国有股份无偿划转 | 茅台集团拟通过无偿划转方式将持有的本公司 50,240,000 股股份(占本公司总股本的 4.00%)划转至贵州省国有资本运营有限责任公司。本次无偿划转完成后,茅台集团将持有本公司 728,531,955 股股份,占本公司总股本的 58.00%;贵州省国有资本运营有限责任公司将持有本公司 50,240,000 股股份,占本公司总股本的 4.00%。本次无偿划转不会导致本公司的控股股东及实际控制人发生变更。 |
| 金字火腿 | 2019-12-25 | 股东股份质押 | 股东金华市巴玛投资企业于 12 月 19 日将其持有的公司股份 10,596,444 股(占公司总股份的 1.08%)质押给兴业证券。 |
| 金字火腿 | 2019-12-25 | 公司实控人及一致行动人减持计划实施的进展 | 施延军于减持时间区间内,已减持 16,640,000 股,占公司总股份的 1.7%。 |
| 双塔食品 | 2019-12-26 | 控股股东部分股份进行质押 | 股东君兴农业于 12 月 25 日质押 0.35 亿,占公司总股本的 2.81%。 |
| 中粮糖业 | 2019-12-26 | 对公司 2016 年股票期权激励计划激励对象名单及数量进行调整及注销部分权益 | 激励对象人数由原 139 人调整为 131 人;公司已授予激励对象但尚未行权的第二个行权期对应的股票期权数量由 481.305 万份调整为 442.695 万份,已授予激励对象但尚未行权的第三个行权期对应的股票期权数量由 495.89 万份调整为 456.11 万份;对 8 名激励对象因离职所获授权但尚未行权的 78.39 万份股票期权予以注销。 |
| 酒鬼酒 | 2019-12-26 | 湖南省市场监督管理局对公司产品抽检结果 | 本次专项抽检的 30 批次酒鬼酒产品均未检出甜蜜素。 |
| 伊利股份 | 2019-12-26 | 股东股份质押 | 股东呼和浩投资有限责任公司于 12 月 25 日质押公司 0.17 亿股,占公司总股本的 0.28%。 |

资料来源: Wind 资讯, 国海证券研究所

4.2、下周大事

表 4: 下周上市公司大事

| 公司 代码 | 股票 名称 | 会议 类型 | 会议 时间 |
|-----------|----------|----------|------------|
| 603027.SH | 千禾味业 | 限售股份上市流通 | 2020-01-03 |
| 002910.SZ | 庄园牧场 | 股东大会 | 2019-12-30 |
| 600073.SH | 上海梅林 | 股东大会 | 2019-12-30 |

资料来源: Wind 资讯, 国海证券研究所

5、行业重点推荐个股及逻辑

5.1、绝味食品

绝味食品发布 2019 年中期报告: 2019 年中期, 公司实现营业收入 24.90 亿元, 同比增长 19.42%, 公司实现净利润 3.96 亿元, 同比增长 25.81%。其中单二季度, 实现收入 13.36 亿元, 同比增长 19.24%, 实现净利润 2.16 亿元, 同比增长 30.76%, EPS0.69 元。

门店加速开发+单店收入提高, 促动公司中报业绩较高增长。公司 2019 年 H1 实现收入 24.90 亿元, 同比增长 19.42%。分析其原因, 其中门店数量增长贡献约 12%, 2019 年 H1 全国总共门店数量 10598 家, 较年初增加了 683 家, 相比较 2018H1 门店数量 9459 家, 增加了约 12%。单店销售额增长贡献约 6.59%, 2019H1 单店销售额 23.49 万元, 2018 年 H1 单店销售额 22.04 万元。单店收入的提高, 一方面是公司加大了高势能门店的开发, 另一方面是上半年对部分产品的提价。公司门店预计每年开发 800-1200 家, 下半年门店开发增速有可能略有减缓。从长期来看, 由于公司产品定位大众化, 坪效高, 可开拓市场空间较大。

原料成本受益“逆猪周期”, 有望在 1-2 年内持续走低。公司产品原材料占其主营业务成本 80%以上, 其中鸭脖、鸭掌、鸭锁骨、鸭肠、鸭翅等约占原材料采购总额的 50%左右, 因此, 原材料价格的波动对公司盈利影响较大。而由于鸡鸭副产品属于边角料, 其价格走势与猪肉价格相反, 受益“逆猪周期”。其根本逻辑

在于随着猪肉供给减少，猪肉价格出现较大幅度上涨，导致消费者寻找更多的鸡鸭肉替代，由此带动鸡鸭肉的价格也跟随上涨，在利益的驱动下，鸡鸭养殖户就会养殖更多的鸡鸭，从而也导致边角料鸡鸭副产品供应增加，在鸡鸭副产品需求保持稳定增长的情况下，供给大于需求，价格出现下跌。本轮猪周期受“非洲猪瘟”影响，持续时间可能较长，预计至少 1-2 年的时间，公司原料成本也有望持续下降，带来较高的盈利弹性。从公司毛利率来看，一季度毛利率 33.31%，二季度毛利率 35.03%，已经环比提高 1.72 个百分点，预计下半年毛利率会继续提高。

5.2、煌上煌

休闲卤制品行业规模大，经济增长和受众推广，以及新鲜食品对常温食品替代和互联网 O2O 模式发展下，未来仍有很大增长潜力

中国休闲食品市场规模 2018 年 5104 亿元，而根据前瞻研究院的统计数据，休闲卤制品占整个休闲食品的比例大约 7%点多，市场规模约在 360 多亿元左右。而上述规模数据只是对规模性企业的统计，如果加上未纳入统计的小作坊门店，以及餐饮店自制的佐餐卤味，则预计实际行业规模数据要比 360 亿元大很多。

休闲食品的增长与经济增长高度相关，随着人均可支配收入的增长，人们对休闲食品的消费量增加，而对主食用量减少。休闲卤制品的受众也在持续推广。我国北方地区严寒，中西部、西南部地区潮湿，因此食辣人群居多。尤其是随着人口流动，沿海地区食辣人群也在持续增加，而且消费者容易“辣上瘾”。此外，休闲卤制品作为即兴消费品，厂家也在积极的进行品牌传播和营销推广，通过当地大型活动的现场售卖，以及社区地推，上线社区电商，和门店自身的场景布置招揽顾客，和“试吃，叫卖，微信活动推广”等，不断的增加受众和提高消费频率。

此外，煌上煌、绝味的休闲卤制品都是每天配送的鲜食，其品质和口感要远远高于常温产品，如便利店，超市的常温包装鸡腿、鸡翅、凤爪等。随着煌上煌、绝味的门店开发，消费者购买方便性提高，尤其是互联网 O2O 业务的发展，休闲卤制品鲜食对常温包装产品的替代是必然趋势，而互联网 O2O 业务的发展，带来了足不出户消费的便利性，提高了消费频率。

综上，经济增长、消费习惯改变、厂家社区推广、鲜食对常温的替代、O2O 业务发展等等，都促进休闲卤制品鲜食业务的发展，单店营收的提高，总规模的扩大，也导致可开发门店的密度可以提高。

休闲卤制品行业集中度低，煌上煌仍有很大发展空间

按照前瞻研究院的统计数据，2018 年休闲卤制品行业约 360 亿元的行业规模，

绝味、周黑鸭、煌上煌三家总计 95 亿元，三家合计市占率只有 26%，龙头企业的市占率仍然很低。如果加上小作坊门店和餐饮企业的销售数据，则龙头企业的市占率更低。未来随着行业规模的扩容，以及龙头企业对小作坊门店的替代，整体龙头企业都有很大的发展空间。

绝味、周黑鸭和煌上煌三家龙头企业，在产品口味和门店布局上都有差异化。产品口味上，绝味以“麻辣”为主，周黑鸭以“甜辣”为主，煌上煌以“香辣为主”。在门店布局上，绝味以街边店为主，周黑鸭以机场、高铁为主，煌上煌以商超为主。此外，煌上煌产品，以散装为主，价格定位大众化，受众更广，可开发门店更多。公司目前以绝味为参照目标，紧追猛跟，加快门店开发步伐。

真真老老米食业务多方布局

嘉兴真真老老公司是煌上煌 2015 年收购的控股子公司，近几年来，收入和利润都保持较好的增长。其中，收入从 2015 年的 1.56 亿元增长到 2018 年的 3.52 亿元，三年复合增长率 31.16%。净利润从 2015 年的 1406 万元增长到 2151 万元，三年复合增长率 15.23%。

未来真真老老也有望紧跟煌上煌发展步伐，实现较高增长。真真老老有望从产品和渠道多方位布局，加快业务拓展。产品方面除了端午节礼品粽外，还开发早餐粽等大宗类粽子，提高日常消费量。此外，在结构上升级，除了真空粽还开发新鲜粽，甚至开发超高端的传人粽。品类上，除了粽子业外，还开发早餐粥和饭团等米食业务。渠道上，除了开发经销商全国铺货，还开发迷你粽做餐饮业务，以及企事业单位的团购业务和人流集中地区布局现包现煮现售的门店，以及在煌上煌连锁门店代销粽子等。

整体而言，真真老老业务规划清晰，未来发展可期。

5.3、盐津铺子

盐津铺子是一家全产业链、自主研发制造销售的多品类、多品牌休闲食品企业
盐津铺子是一家始终坚持“自主生产”的休闲食品企业。自主生产的好处在于能够保证产品品质，确保食品安全，有利于产销融合，将各环节利润都保留在公司，在参与市场竞争方面更有优势。公司作为多品类休闲食品企业，产品涉足广泛，主要有闲味小吃、休闲烘焙、坚果果干三大类产品。闲味小吃为传统产品，增长滞缓。近年来，切入到休闲烘焙、坚果果干等大品类后，打开了公司成长空间。

我国休闲食品行业规模大、品类多、品牌分散，盐津铺子仍有较大发展空间 我国休闲食品行业规模大，2018 年约 5104 亿元。休闲食品的发展与经济收入水

平高度相关，随着居民可支配收入增加，主餐食量下降，而休闲食品用量在持续增加。我国休闲食品行业规模大，但品牌分散。盐津铺子行业内具有一定的知名度，公司营销能力也较强，未来在品类扩张和市场扩张双轮驱动下，预计仍有较大的发展空间。

新品类烘焙产品行业规模大，集中度低，预计公司未来几年有望保持高速增长 我国烘焙行业规模大，2018年约有2000多亿元的零售额。由于烘焙产品具有代餐功能，未来随着市场拓展和渠道下沉，尤其是居民消费习惯西方化加剧，行业仍能保持较好的增长。2017年，公司创新性推出“58天鲜”中保烘焙系列产品，这些产品不仅品质好，同时系列全，消费者认可度和渠道接受度都比较高。近年来，公司烘焙产品销售收入也实现了快速增长。

坚果果干和辣条类新品正在布局，足够的行业空间支持公司进一步发展 我国坚果果干行业年零售规模2018年约985亿元，我国辣条行业约有600亿元的行业规模。公司目前生产的果干产品主要是替其他品牌代加工。未来，如果再进行自有品牌的销售，足够的行业空间，预计能给公司再次带来一定的盈利贡献。

产品销售以散装形式为主，“店中岛”特色营销模式效果好 公司产品约80%左右是散装，重点做商超渠道和一些有卖散装零食的较大的便利超市。公司在商超渠道的销售主要以“店中岛”模式，“店中岛”是公司在商场零食集中区域，通过品牌展柜、产品陈列、视频、音频等传播方式，将公司各系列产品集中陈列，全方位向消费者展示公司品牌及销售产品。2018年店中岛投放以来，市场反馈普遍较好，消费者的购物体验指数有明显上升。目前公司对“店中岛”整合为“零食屋”和“面包屋”，由此形成了“一中一西”、“一咸一甜”的特色营销模式体系。目前大“店中岛”约有6000多个，预计到2020年上半年，能实现上万个。

市场拓展：成熟市场渠道下沉，非成熟市场重点开发华东和西南地区 盐津铺子过去的大本营市场主要集中在华中和华南地区，对于这些核心市场，过去主要做到县级市场，未来进一步实现渠道下沉，做到乡镇和农村市场。对于大本营市场以外的非成熟市场，目前先行重点拓展经济相对发达的华东和西南地区。近年来，华东和西南地区的销售增速都比较高，销售占比也在持续提高。

产品结构优化+产能利用率爬坡，公司盈利能力有望持续提高 综合来看，未来公司将有四个方面因素来推动公司盈利能力提升。一是品项结构优化。大品类烘焙新品销售规模扩大后，对公司盈利弹性大；二是渠道结构拓宽。为了加快扩大销售规模，加大经销渠道拓展。经销渠道相对直营商超渠道毛利率较低，但因相对市场投入较少，净利率反而提高；三是供应链优化。公司对各品类产品不断优化，强调走大单品战略。随着SKU减少，则采购成本、生产成本、销售和管理以及后勤服务等费用都会降低；四是新品产能爬坡。公司自2017年开始加大固定资产投入，主要为烘焙类、果干类和辣条类新品准备。而随着各项新品上市量产，产能爬坡后，单位固定资产摊销成本会慢慢降低。

股权激励考核指标较高，管理层业绩压力与动力均较为强烈 公司于2019年5月10日首次执行股权激励方案，按照方案要求，2019/2020/2021年收入相比较于2018年，增长不低于15%/35%/60%，三年复合增长率约17%以上。2019/2020/2021年净利润相比较于2018年，增长不低于95%/160%/250%，

三年复合增长率约 52%以上。较高的股权激励指标对公司管理层而言是压力也是动力。

5.4、贝因美

我国新生儿人口数量下降，但国产奶粉受冲击相对缓和 受居民生育意愿下降影响，我国新生儿人口已出现持续下降趋势，由此也对整个婴幼儿奶粉行业的市场容量产生负面影响。但我们分析认为，我国新生儿人口数量的下降对国产婴幼儿奶粉的冲击相对较为缓和。

一是三四线城市人口生育率高于一二线城市，而三四线城市是目前国产奶粉的核心市场 2017 年，我国 0-3 岁婴幼儿中一二线城市占比只有 20.67%，但一二线城市常住人口占比达 30.18%，显然三四线城市和乡镇农村地区人口的生育率要远高于一二线城市。此外，三四线与二线城市的家庭月收入差距已经越来越小，且不受高房价的压抑，他们的消费能力在不断抬升。而国产奶粉的核心市场主要集中在三四线城市和乡镇农村地区，故有望相对受益。

二是婴幼儿奶粉的产品结构持续上升，单位价格上涨对冲了部分人口数量下降的影响 我国长期以来实行独生子女的政策，使得广大父母对于孩子非常舍得投入，其消费存在非理性，且这一观念短期内难以改变。同时，厂商基于利润的考量，愿意生产和推荐更高品质更高价位的产品。由此，导致我国婴幼儿奶粉市场高端化趋势愈加明显。而单位价格上涨在收入和利润上也有效对冲了部分人口数量下降的影响。

三是政府对国产奶粉的扶持和消费者对国产奶粉信心的增加，推动国产奶粉对进口奶粉的替代性增加 2008 年的三聚氰胺事件，负面影响随时间推移在逐渐削弱。与此同时，政府对国产奶粉的监管和扶持力度加大，以及国产奶粉自身对品质的高度重视，使得国内消费者对国产奶粉的信心已经重拾。尤其是目前国产奶粉相比较于进口奶粉，各方面优势明显。在原料上，很大一部分国产奶粉产品采用生鲜乳制作。在配方上，国产奶粉更适合中国宝宝体质。在研发和质量控制方面，国产奶粉也远超国际标准。在营销上，国产奶粉也更接地气。在人才上，国产奶粉激励持续提升。外资企业人才跳槽到国产奶粉企业越来越频繁。

四是延长消费周期向后端延伸儿童奶粉段的开发和发展，从而提高整个配方奶粉行业的规模销量 儿童配方奶粉相对于普通牛奶，增添了更多的营养元素，同时由于鲜奶中含酪蛋白宝宝不易吸收，所以 6 周岁之前的宝宝更适合喝奶粉。目前四段儿童奶粉占比只有 10%左右，未来消费者教育和市场培育增强，预计儿童奶粉还有很大的成长空间。

贝因美正积极在产品、渠道、市场和管理等多方面进行变革，未来发展值得期待 贝因美有着良好的历史记录和优秀的市场口碑。在 2008 年“三聚氰胺”

事件中，唯独贝因美等 2 家企业产品完美达标。在配方注册制中，获得了 51 个配方注册名额，并且包揽了 0001 号到 0009 号，尤其是其中包含的 3 个特殊医学配方，充分体现了公司强大的科研实力。

产品方面，打造大单品，引领细分市场，布局超高端 一是优化现有品类，打造大单品。公司对现有 17 个系列产品进行优化组合，重点打造“爱+”和经典优选。二是做好细分品类市场，创造新需求。公司通过推出功能性产品和特殊医学配方产品，引领细分市场。三是布局超高端有机奶粉和羊奶粉。2019 年 3 月份，贝因美和 Bubs 进行合作，Bubs 是澳洲专门生产羊奶粉和有机米粉的企业。

渠道方面，推行大经销商制，做强大客户，做好母婴渠道 一是改变经销商性质，由代理制向大经销商制推行。借助大经销商的力量发展自己；二是做强大客户。与孩子王，爱婴岛、天猫和京东等战略合作，由此快速的提升公司的销量水平和品牌影响力；三是重点发展母婴渠道。由于母婴店有着更为专业的水平和更好的体验，更受消费者青睐，有持续上升的趋势，而贝因美在母婴渠道却明显偏弱，后继将重点发展。

市场方面，做深三四乡市场，做好核心市场，布局新生儿数量多的新市场 一是做深三四线市场。利用贝因美之前仍在的三四线品牌影响力，快速做下沉；二是做好核心市场。对原先的安徽、山东、河南、河北、浙江等核心市场继续巩固做扎实，用尽快的时间实现恢复性增长；三是逐渐布局新生儿数量多的市场。如后继重点拓展江苏、湖南、湖北、四川等市场。

管理方面，加强经营整改，降费增效，提升经销商和员工的激励 一方面要对公司进行经营整改，降费增效，提升效能，另一方面通过经销商持股，员工持股等方式，提升激励。

重点关注公司及盈利预测

| 代码 | 股票名称 | 2019/12/27 股价 | EPS | | | PE | | | 投资评级 |
|-----------|------|------------------|-------|-------|-------|---------|-------|-------|------|
| | | | 2019E | 2020E | 2021E | 2019E | 2020E | 2021E | |
| 603517.SH | 绝味食品 | 45.00 | 1.38 | 1.68 | 1.99 | 32.61 | 26.79 | 22.61 | 买入 |
| 002695.SZ | 煌上煌 | 15.99 | 0.47 | 0.62 | 0.78 | 34.02 | 25.79 | 20.50 | 买入 |
| 002847.SZ | 盐津铺子 | 35.56 | 0.89 | 1.33 | 1.92 | 39.96 | 26.74 | 18.52 | 买入 |
| 002570.SZ | 贝因美 | 5.35 | 0.005 | 0.15 | 0.28 | 1070.00 | 35.67 | 19.11 | 增持 |

资料来源：Wind 资讯，国海证券研究所

6、风险提示

- 1) 食品安全事故;
- 2) 推荐公司业绩不达预期;
- 3) 宏观经济低迷;

【食品饮料组介绍】

余春生，食品饮料行业首席分析师，8年实业经验，10年证券从业经验。曾在浙江龙盛和千岛湖啤酒担任过中高层管理职务，自2009年以来，一直从事食品饮料行业证券研究。获得福布斯中国最佳分析师50强榜2017年第44名和2018年第30名。

【分析师承诺】

余春生，本人具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格并注册为证券分析师，以勤勉的职业态度，独立、客观地出具本报告。本报告清晰地反映了本人的研究观点。本人不曾因，不因，也将不会因本报告中的具体推荐意见或观点而直接或间接收到任何形式的补偿。

【国海证券投资评级标准】

行业投资评级

推荐：行业基本面向好，行业指数领先沪深300指数；
中性：行业基本面稳定，行业指数跟随沪深300指数；
回避：行业基本面向淡，行业指数落后沪深300指数。

股票投资评级

买入：相对沪深300指数涨幅20%以上；
增持：相对沪深300指数涨幅介于10%~20%之间；
中性：相对沪深300指数涨幅介于-10%~10%之间；
卖出：相对沪深300指数跌幅10%以上。

【免责声明】

本报告的风险等级定级为R3，仅供符合国海证券股份有限公司（简称“本公司”）投资者适当性管理要求的客户（简称“客户”）使用。本公司不会因接收人收到本报告而视其为客户。客户应当认识到有关本报告的短信提示、电话推荐等只是研究观点的简要沟通，需以本公司的完整报告为准，本公司接受客户的后续问询。

本公司具有中国证监会许可的证券投资咨询业务资格。本报告中的信息均来源于公开资料及合法获得的相关内部外部报告资料，本公司对这些信息的准确性及完整性不作任何保证，不保证其中的信息已做最新变更，也不保证相关的建议不会发生任何变更。本报告所载的资料、意见及推测仅反映本公司于发布本报告当日的判断，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波动。在不同时期，本公司可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告。报告中的内容和意见仅供参考，在任何情况下，本报告中所表达的意见并不构成对所述证券买卖的出价和征价。本公司及其本公司员工对使用本报告及其内容所引发的任何直接或间接损失概不负责。本公司或关联机构可能会持有报告中所提到的公司所发行的证券头寸并进行交易，还可能为这些公司提供或争取提供投资银行、财务顾问或者金融产品等服务。本公司在知晓范围内依法合规地履行披露义务。

【风险提示】

市场有风险，投资需谨慎。投资者不应将本报告为作出投资决策的唯一参考因素，亦不应认为本报告可以取代自己的判断。在决定投资前，如有需要，投资者务必向本公司或其他专业人士咨询并谨慎决策。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见均不构成对任何人的投资建议。投资者务必注意，其据此做出的任何投资决策与本公司、本公司

员工或者关联机构无关。

若本公司以外的其他机构（以下简称“该机构”）发送本报告，则由该机构独自为此发送行为负责。通过此途径获得本报告的投资者应自行联系该机构以要求获悉更详细信息。本报告不构成本公司向该机构之客户提供的投资建议。

任何形式的分享证券投资收益或者分担证券投资损失的书面或口头承诺均为无效。本公司、本公司员工或者关联机构亦不为该机构之客户因使用本报告或报告所载内容引起的任何损失承担任何责任。

【郑重声明】

本报告版权归国海证券所有。未经本公司的明确书面特别授权或协议约定，除法律规定的情况外，任何人不得对本报告的任何内容进行发布、复制、编辑、改编、转载、播放、展示或以其他方式非法使用本报告的部分或者全部内容，否则均构成对本公司版权的侵害，本公司有权依法追究其法律责任。