



食品饮料行业周报

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: yuqiang@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	3.73	-10.61	8.72
相对表现	1.24	8.21	22.34

相关公司数据

公司	评级	EPS		
		17A	18E	19E
贵州茅台	推荐	21.56	29.06	35.72
五粮液	推荐	2.55	3.29	4.20
伊利股份	推荐	0.99	1.26	1.52
海天味业	推荐	1.31	1.59	1.92
双汇发展	推荐	1.31	1.49	1.65

数据来源：Wind，爱建证券研究所

相关报告：

跟踪报告●食品饮料行业

2018 年 9 月 21 日 星期五

贵州茅台：桃李春风一杯酒

投资要点

□ 一周行情回顾：上周，上证综指下跌-0.76%收 2681.64，深证成指下跌-2.51%收 8113.88，创业板指下跌-4.12%收 1366.57。沪深 300 下跌-1.08%收 3242.09，食品饮料（申万）下跌-0.7%，涨幅在申万 28 个一级行业中排第 11 名。食品饮料行业子板块涨跌不一，其中：乳制品板块上涨+2.17%，涨幅最大；其他酒类板块下跌-3.58%，跌幅最大。个股方面，西藏发展（属啤酒板块）上周领涨，上涨+33.33%；桂发祥（属食品综合板块）跌幅较大，下跌-9.46%。港股市场，怡园酒业（08146.HK）、天福（06868.HK）、安德利果汁（02218.HK）股价创历史新高。

□ 热点分析：贵州茅台（600519.SH）是 A 股价值投资的典范，历史地看，股价迭创新高、常居两市榜首，2018 年市值一度突破万亿，超越全球最大洋酒公司帝亚吉欧，生动诠释了中国白酒这一独特品类的长久魅力和投资价值。贵州茅台的行业地位不是一蹴而就的，万亿市值是有业绩基础的，应该说，历经数代人的接续努力，构筑了较为坚实的护城河，从其产品力、品牌力、渠道力分析，中长期看，依然具有较为确定的投资价值。

产品力优秀。产地茅台镇三面环山，形成冬暖、夏热、少雨、少风的小气候，随季节变换颜色的赤水河，特殊的紫色土，温润的气温，独特的酿酒高粱及微生物群落等，这些为酿造高品质美酒提供了得天独厚的环境，使得茅台酒的生产具有很强的地理附着性（核心产区 7.5 平方公里）。茅台酒有八百多年的酿造史，建国以来，以季克良为代表的一批酿酒大师，承前启后、呕心沥血，用科学理论解读茅台、总结茅台酒生产工艺，建立了茅台酒的技术标准、质量标准，使得茅台酒品质稳定（“酱香突出、幽雅细腻、酒体醇厚、回味悠长、空杯留香持久”），并为产量提升打下基础（2003 年基酒产量突破万吨、2008 年突破 2 万吨、2011 年突破 3 万吨）；在经营管理实践中，坚持“崇本守道，坚守工艺，贮存陈酿，不卖新酒”，践行“四个服从”质量铁律，赢得了白酒行业的高度赞誉和广大消费者的由衷认同。贵州茅台产品线丰富（53 度飞天等茅台酒+迎宾酒等系列酒），价格带宽阔（按茅台商城今日价格，不同白酒单瓶价格从 108 元到 18999 元不等），充分满足不同阶层客群、不同消费场景的多样化需求。超级大单品 53 度飞天茅台从上世纪 50 年代即已形象成型，产品生命周期长，在市场上长年畅销，已成为高端白酒的标志、符号，充分占领消费者心智，高阶客群粘性强、忠诚度高，年销售额达百亿级（超一般区域性中小酒企年营收总额；白酒行业 2017 年营收破百亿的企业仅贵州茅台、五粮液、洋河股份、泸州老窖、劲酒）。白酒保质期长，“酒是陈的香”，茅台高阶产品如定制酒、年份酒、生肖酒等，稀缺性更为突出、升值潜力较大，受到收藏市场高度关注，成为当之无愧的“时间的朋友”（2017 年保利上

海秋拍：2008 年贵州茅台酒 4025 元/瓶，1976 年“金轮牌”内销贵州茅台酒 92000 元/瓶）。2018 年 9 月 10 日，发布 43 度“喜宴”新品（优雅白/中国红），更深发力高端喜庆细分场景。

品牌力卓越。茅台酒的品牌是历史地形成的，百年积淀、历久弥坚，1915 年即荣获美国巴拿马万国博览会金奖；建国以来，我国共举办过 5 次名酒评比，贵州茅台勇夺白酒“五连冠”，其品质、风味、口感受到历届评委的一致好评，在白酒行业有很高的声誉。我国酒文化源远流长、博大精深，自古就有“无酒不成席”“酒逢知己千杯少”之说，特别是在政务、商务、节日、婚庆等重要社交场合，中国人的“面子文化”使得饮用高端白酒成为身份标识和阶层象征。1972 年，美国总统尼克松、日本首相田中角荣、法国总统蓬皮杜相继访华，毛主席、周总理都用茅台酒招待，特别是周总理向外宾介绍茅台酒好喝、喝了不上头，这些奠定了茅台酒在高端社交场景的重要地位。2001 年，茅台酒传统工艺被列入国家级首批非物质文化遗产。茅台酒在国际上荣获一系列殊荣，可谓驰名海外，比如：1986 年，荣获法国巴黎第十二届国际食品博览会金奖；1992 年，荣获首届美国国际名酒大赛金奖、日本东京第四届国际名酒博览会金奖；2012 年，荣获第九届世界烈酒大赛金奖，这些有力扩展和提升了茅台酒在海内外消费者群体中的知名度、美誉度。2018 年 8 月 8 日，下发《关于茅台酱香系列酒建议指导零售价格的通知》，对茅台王子酒、茅台迎宾酒、贵州大曲酒、汉酱酒、仁酒等不同年份的价格进行了标准制定，通过按年份定价打造更完整的价格体系，延展了茅台酱香酒的品牌价值。9 月 17 日，在第十届华樽杯中国酒类品牌价值评测新闻发布会上，茅台集团 2018 年度品牌价值为 2375.09 亿元；华樽杯有“中国酒类奥斯卡”之誉，茅台集团已八度蝉联华樽杯中国酒类品牌价值 200 强榜首。茅台酒充分占领海内外消费者的心智（特别是高阶客群），体现在资本市场上，海外投资者对中国白酒这一赛道的投资常以贵州茅台为首，QFII、陆股通资金常年将贵州茅台作为标配，2018 年 6 月贵州茅台被选入 MSCI 指数体系、且权重最大。

渠道力扎实。茅台酒品质过硬，难能可贵的是，经营管理层并没有自我满足、固步自封，而是积极适应市场环境变化，不断解放思想、开拓市场、深耕渠道，将渠道建设和品牌塑造有机结合起来并形成良性互动，持续推动营销网络在更大范围内延展，并有效转化为可观、稳健的经营业绩。1998 年亚洲金融危机时，我国消费市场疲软，很多酒企滑入破产边缘，叠加“山西朔州假酒案”负面影响，白酒行业一路下行。茅台经营管理层积极转变观念，提出“要坚持以市场为中心”、营销围绕市场转，逐步改变过去由国有糖酒公司包销的模式，组建茅台历史上第一支营销队伍，把品牌建设、文化建设放在重要位置，着力提升产品和企业形象，紧抓高端核心消费群体，大力推进以专卖店为主的小经销商模式，营销网络逐步从省、市向地、县级下沉。2008 年贵州茅台营收 82 亿元，首度超越五粮液（当年营收 79 亿元），自此逐步坐稳白酒龙头地位。2012 年限制三公消费叠加“塑化剂事件”负面影响，白酒行业进入深度调整期，贵州茅台主动适应形势变化，在产品研发和推广上更加注重个性化、年轻化和时尚化，推出仁酒、赖茅等中档价位新品，注重借力电商新渠道（天猫、京东+茅台云商等），成

功地将消费结构由公务消费切换到大众消费占比上升，在同行中唯一实现业绩没有负增长（2013/2014 营收+净利润）、并率先实现业绩企稳回升（2016 年营收重回两位数增长轨道、2017 年归母净利润增速 61.97%），体现出很强的应变能力、抗风险能力。贵州茅台明确提出以市场和顾客为中心，视经销商、消费者为上帝，仅按（2018 年上调后）出厂价 969 元、建议终端价 1499 元测算，渠道毛利率高达 54.7%，这有力地增强了经销商与厂商之间的紧密而持久的合作关系（茅台酒兼具投资品、收藏品属性），便于产品方便而快捷地到达消费者。目前，贵州茅台营销网络已覆盖全国所有的地级市，根据 2018 年中报数据，国内经销商数量为 3215 个，增加 236 个；国外经销商数量为 118 个，增加 14 个。

综上，贵州茅台依托得天独厚的地理环境，始终坚持“酿造高品位的生活”使命及“打造世界蒸馏酒第一品牌”的目标，持续锻造优秀的产品力、卓越的品牌力、扎实的渠道力，不断增强和消费者、经销商的良性互动，构筑起较为坚实的护城河。体现到企业经营上，聚焦白酒主业，以消费者为中心，传承工匠精神，持续塑造品牌，不断拓展渠道，充分尊重经销商利益，营收、利润总体保持连年增长势头，经营活动现金流充沛稳健，业务空间边界有序扩展、经营管理稳中有进、可持续性可预期性强。体现到财务指标上，贵州茅台 2017 年实现营收 610.63 亿元（占白酒行业的 10.8%，产量占比仅 0.5%左右），归母净利润 270.79 亿元（占白酒行业的 26.3%、大于其他白酒上市公司之和），毛利率高达 90%，净利润率 50%，销售费用率仅 13.14%（低于同类酒企，五粮液 16.58%、洋河股份 19.51%、泸州老窖 27.65%、山西汾酒 26.69%），净资产收益率（ROE）高达 32.95%（位居白酒上市公司第一），资产负债率 28.67%，年末预收款余额 144.29 亿元。

桃李春风一杯酒，江湖夜雨十年灯。2008 年 9 月 19 日，上证指数报收 2017.09 点，贵州茅台市值 1254.31 亿元；十年后（2018/9/19），上证指数报收 2730.85 点，贵州茅台市值 8559.98 亿元（增长 5.82 倍）。在 A 股，贵州茅台犹如一盏灯火，照亮着价值投资者的求索之路。贵州茅台 2001 年在上交所上市当年营收 16.18 亿元，2017 年 610.63 亿元，增长 36.7 倍；2001 年归母净利润 3.28 亿元，2017 年 270.79 亿元，增长 81.6 倍；上市以来股价涨幅 150 倍+（按高点计算），累计现金分红 574.66 亿元（远超上市以来募资总额 22.44 亿元），给投资者（特别是长线投资者）带来了丰厚的财务回报。

投资建议：贵州茅台中长期增长的逻辑在哪里？从量的角度考虑：供给端，预判随着“十三五”中华片区技改工程建成，到 2023 年茅台基酒产能将达 5.6 万吨（比 2017 年增长 30.2%）；需求端，中期看，茅台酒的品牌形象大概率不会动摇、高端应用场景社交刚需大概率不会改变、占领高阶客群心智大概率不会弱化、供求紧平衡局面大概率仍将延续。国内市场，茅台酒渠道下沉至县域尚有空间（满足即饮场景需求）。根据《2018 天猫酒水线上消费数据报告》，茅台位居年轻人最爱的酒水品牌之白酒品类之首。茅台酒外销收入占比低（2017 年仅占 3.7%），国际化空间广阔。根据公司主要领导近期言论，茅台将全力支持国家“一带一路”倡议建设，

努力将海外市场销售额提升至 10%以上。从价的角度考虑，高达 50+%的渠道毛利率为出厂价的提升留下了空间，系列酒按年份定价为其品牌形象提升、提价权强化储能蓄势，生肖酒、年份酒等高阶产品占比上升所带来的产品结构升级为茅台酒进一步打开价格带的上沿。从贵州茅台积淀形成的企业文化、经营管理层展现出的执行力判断，上述量价齐升的增长逻辑大概率兑现。

8 月初，茅台开展“夏日优惠 100 元，消费满意 100 分”活动，全国多个城市专卖店门前早早排起长队，促销活动现场异常火爆。长沙某茅台专卖店门前，现场秩序一度失控，引发民警鸣枪警告。因存在安全隐患，根据执法部门意见，茅台方面当晚紧急叫停此次原计划开展 3 天的活动。上述事件为茅台酒供求关系的侧面写照（优惠价与终端零售价存在套利空间）。从近期草根调研情况看，茅台酒的终端动销顺畅，中秋国庆“双节”需求旺盛，上海部分实体店货源库存紧张，部分终端零售价上行至 1850 元/瓶。当前资本市场的主要矛盾在于中美贸易摩擦的动态走向等外部因素叠加楼市深入调控、金融从严监管等内部因素所带来的不确定性，这影响到未来一个阶段宏观经济增长动力和资本市场参与主体的预期。贵州茅台上市以来历史估值区间极值低至 10 倍左右，当前估值水平处于合理区间，建议中长线投资者在防范系统性风险的基础上予以关注。

□ **风险提示：** 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.....	7
2、重要公告及资讯.....	9
3、下周重大事项.....	26
4、风险提示.....	26

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)	7
图表 2 : 申万一级行业板块表现 (2018/09/10-2018/09/14)	7
图表 3 : 食品饮料子行业表现 (2018/09/10-2018/09/14)	8
图表 4 : 近年来飞天茅台 (53 度) 出厂价、京东零售价情况	12
图表 5 : 近年来茅台酒基酒产量情况 (吨)	13
图表 6 : 近年来贵州茅台经销商数量情况 (个)	13
图表 7 : 主产区生鲜乳平均价	16
图表 8 : 婴幼儿奶粉 进口数量及金额: 当月值	17
图表 9 : 牛奶/酸奶零售价 (元/升、元/公斤, 周)	17
图表 10 : 我国餐饮收入情况 (累计, 月)	18
图表 11 : 南华豆粕指数、郑糖指数	19
图表 12 : 22 个省市仔猪/生猪/猪肉平均价	21
图表 13 : 全国猪粮比价情况	21
图表 14 : 主产区平均价 (肉鸡, 元/羽, 元/500g, 元/公斤)	22
图表 15 : 主产区平均价 (毛鸭, 元/羽, 元/500g, 元/公斤)	22
图表 16 : 36 个城市平均零售价 (牛肉、羊肉)	23

表格目录

表格 1 : 食品饮料行业个股涨跌幅前五	8
表格 2 : 下周股东大会安排	26
表格 3 : 食品饮料行业股票池	27

1、一周行情回顧

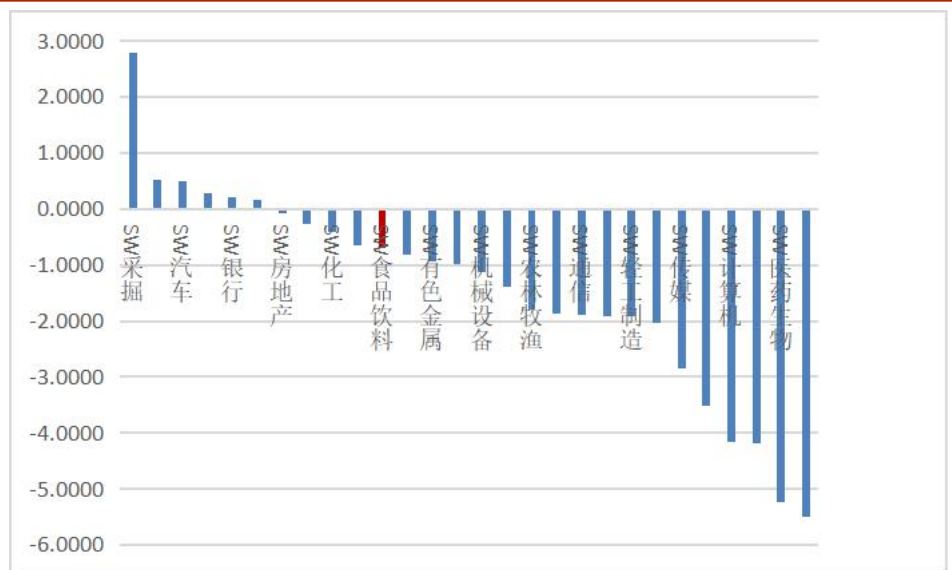
上周，上证综指下跌-0.76%收 2681.64，深证成指下跌-2.51%收 8113.88，创业板指下跌-4.12%收 1366.57。沪深 300 下跌-1.08%收 3242.09，食品饮料（申万）下跌-0.7%，涨幅在申万 28 个一级行业中排第 11 名。

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

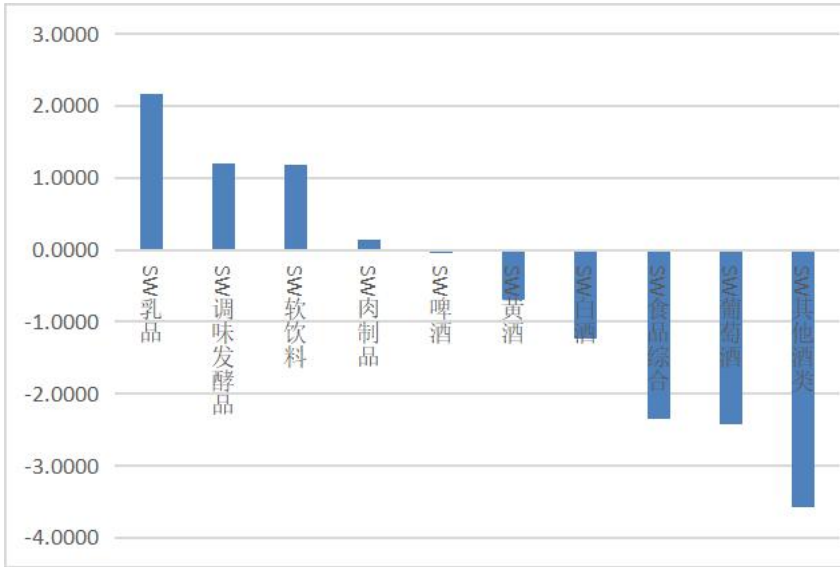
图表 2：申万一级行业板块表现（2018/09/10-2018/09/14）



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：乳制品板块上涨+2.17%，涨幅最大；其他酒类板块下跌-3.58%，跌幅最大。

图表 3：食品饮料子行业表现（2018/09/10-2018/09/14）



数据来源：Wind，爱建证券研究所

个股方面，西藏发展（属啤酒板块）上周领涨，上涨+33.33%；桂发祥（属食品综合板块）跌幅较大，下跌-9.46%。

港股市场，怡园酒业（08146.HK）、天福（06868.HK）、安德利果汁（02218.HK）股价创历史新高。

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	000752. SZ	西藏发展	33.3333
	600365. SH	通葡股份	15.1589
	002847. SZ	盐津铺子	6.9713
	600199. SH	金种子酒	6.3218
	600543. SH	莫高股份	4.8780
跌幅前五	002507. SZ	涪陵榨菜	-7.1133
	000860. SZ	顺鑫农业	-8.0949
	002330. SZ	得利斯	-8.1933
	002910. SZ	庄园牧场	-8.2022
	002820. SZ	桂发祥	-9.4625

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】 网络零售市场交易规模高速增长以及居民消费升级共同推动线上酒水交易规模的持续提升。随着电商渗透率的提升及物流体系的不断完善，低线城市消费者得以通过电商接触到更丰富的酒类品牌及产品，消费潜力不断被释放，二线及三线城市消费者逐渐成长为酒类消费市场中的重要力量。

线上酒水消费的人群年轻化趋势明显，90后及95后人群占线上酒水消费金额比重显著提升。年轻群体追求多元化、个性化、方便快捷、“求新求变”的消费特征深刻地影响着酒类行业消费格局。

随着酒类产品加入优雅、时尚的生活元素，饮酒小酌成为女性的一种提升品位、增加情趣、放松身心的生活方式。女性市场对于酒类品牌来说具有很大潜力，其客单价增速远高于男性。女性相比男性更偏好甜葡萄酒，且女性购买甜葡萄酒消费金额增速远高于整体。90后年轻女性相比其他年龄段更偏好甜葡萄酒。女性消费啤酒中，低浓度啤酒的消费金额占比逐年提升。其中，无酒精啤酒的糖分和卡路里比正常啤酒低至少30%到40%，格外受到女性消费者青睐。传统品牌不断推出高颜值果酒产品线，同时各种售价在百元以内的线上小众品牌也逐渐更受欢迎。

80后是目前白酒主要消费人群，但是90后消费占比快速提升，消费潜力巨大，他们相对更偏好低度化白酒、小瓶装白酒。传统白酒品牌纷纷推出自己的时尚小酒，度数以中低度为主，且包装在100ml左右，赋予白酒年轻化、拟人化的品牌形象，激发年轻人消费动机和情绪上的共鸣。在年轻消费者为主要市场的互联网时代，用各种营销讨得千禧一代的欢心成为品牌的诉求。年轻人购买产品需要的是与品牌的沟通以及共鸣，这需要品牌对年轻人的心理有很准确的把握和敏锐的洞察。

70后、80后酒类消费更集中，白酒消费金额占比均在50%以上，而90后、95后的年轻人消费更多元，除白酒消费以外，会更多购买葡萄酒与洋酒。从整体来看，东部沿海地区对酒水的线上消费最为旺盛，特别是华东地区，且消费金额占比仍在快速提升。线上酒水的品类偏好呈现出明显的地域特征，中部省份偏好白酒，北方地区偏好啤酒，中西部偏好葡萄酒，华南地区以及北京上海偏好洋酒，而江浙沪皖偏爱本地标志性的养生黄酒。从不同地域消费者偏好白酒香型可以看出，华北地区和西部地区喜欢清香型白酒，东北部及中部地区偏好浓香型白酒，南部地区则偏好酱香型的醇厚口感，而绵柔型的白酒因其柔顺的口感的在江浙沪皖一带广受欢迎。

年轻人最爱的酒水品牌：1、白酒：茅台、洋河、五粮液、江小白、泸州老窖；2、啤酒：百威、哈尔滨啤酒、科罗娜、青岛啤酒、雪花啤酒；3、葡萄酒：张裕、长城、拉菲、罗莎、梦陇酒庄。（第一财经商业数据中心《2018天猫酒水线上消费数据报告》）

【行业资讯】 本届贵州酒博会吸引到2000余家参展商、20000余名专业采购商参

展，观展人数累计达到 34.5 万余人次，实现现场场馆交易 241.5 亿元，同比增长 145.5%，其中现场签约额 238.8 亿元。

达成签约项目 293 个，项目总金额达 1494.71 亿元。其中 37 个项目现场集中签约，签约项目总额 430 亿元。其中投资类项目 30 个，项目总额 412.61 亿元；涉酒贸易类项目 7 个，项目总额 17.39 亿元。（糖酒快讯）

【行业资讯】 数据显示，2018 年 1-6 月，四川全省累计生产白酒 188.3 万千升，同比增长 12.3%。规上白酒企业共实现主营业务收入 1196.7 亿元，同比增长 18.1%；实现利润 174.8 亿元，同比增长 41.3%。

成绩单上，名酒企业和重点市州表现突出。从名酒企业看，今年以来，以五粮液为代表的名酒企业主导产品呈现“量价齐升”的态势，主要经济指标保持高速增长。上半年，“六朵金花”名酒企业实现主营收入 652.4 亿元，占全省 54.5%，实现利润 142.3 亿元，占全省 81.4%。其中，五粮液和泸州老窖主要经济指标均保持两位数增长，水井坊、舍得利润增幅 100%以上。（中国糖酒网）

【行业资讯】 据悉，2017 年遵义市实现白酒产量 42.7 万千升，约占全国的 3.6%，创造了全国白酒行业 33% 的利润。未来，遵义市将全力建设世界酱香白酒产业基地，到 2025 年全市白酒产能将超过百万千升。

在遵义白酒当中，目前茅台品牌价值达 115.48 亿美元，超过国际酒业巨头保乐力加，成为“世界蒸馏酒第一品牌”；习酒、国台、董酒品牌价值分别达 260.75 亿元、102.55 亿元、53.37 亿元，呈稳定增长态势。（酒说）

【行业资讯】 9 月 11 日，国酒茅台营销有限公司发布“关于部分茅台纪念酒销售的通知”。通知说明：为丰富经销商产品陈列，满足消费者个性收藏纪念需求，结合公司纪念产品及库存情况，经公司研究决定，特向专卖店和特约经销商限量投放部分纪念性产品。

此次投放的纪念产品分为三类四款，分别是：53 度 375ml 贵州茅台酒（戊戌狗年）；53 度 375ml 贵州茅台酒（走进澳洲）、53 度 375ml 贵州茅台酒（走进非洲）；53 度 500ml 贵州茅台酒（机场纪念版）。（酒业时报）

【行业资讯】 9 月 12 日，中国旅游集团有限公司副总经理、中国国旅股份有限公司董事长李刚率队莅临茅台集团，与茅台集团党委书记、董事长、总经理李保芳就双方在旅游、文化、海外业务拓展等方面合作事宜举行座谈交流。

李保芳指出，茅台的销售体系规范，市场广阔。未来茅台的体制改革将趋于扁平化，目的在于一方面稳固市场；另一方面稳定价格。茅台不是单纯的商品，其具有强烈的文化性和民族属性，茅台的定位是要让老百姓得到实惠。李保芳表示，茅台在海外免税店的销售比例只占茅台酒全部销售的 7%，其中，欧洲、美洲占比 25%，亚洲占比多。下一步，茅台会全力践行国家大发展规划格局，全力支持好国家“一带一路”倡议建设，努力将海外市场销售额提升至 10% 以上。同时，推广好中国文化，传播好民族品牌。李保芳希望，茅台集团与中旅集团一起携手，继续推进在更深领域的共赢发展，争取达到“1+1>2”的效果。（国酒茅台）

【行业资讯】 五粮液方面表示，按照公司规划，2020 年，公司力争实现收入 600

亿元，利润总额 300 亿元；系列酒品牌战略将按照“向中高价位产品聚焦、向自营品牌聚焦、向核心品牌聚焦”的原则，突出打造全国性的战略大单品和区域性的重点产品，形成“4+4”的系列酒品牌矩阵；公司核心产品自去年实现终端顺价销售以来，公司减少了对经销商补贴的直接投入，转变为对终端市场打造的投入。今年上半年在营业收入同比增长、销售费用与去年同期基本持平的情况下，销售费用率仅为 10.06%。以前对经销商直接投入的费用较高，相比较，今年销售费用率则呈现出下降的趋势。（酒说）

【行业资讯】 洋河方面表示，这两年，梦之蓝的价格一直在提升，经销商信心进一步加强，目前提价已经不是迫切问题，公司掌握价格主动权，未来会根据发展形势确定价格策略。公司有强大的后道保障能力，不允许终端有过大库存，经销商也不需要大库存。

对于南京洋河市场，洋河表示公司南京大区主要负责南京的地级市市场，有 7 个分公司办事处。南京市场的 3 个发展阶段：第一阶段是总经销代理；第二阶段是深度分销；第三阶段是集中化管理。目前南京市场的价格管控更强，高端化更明显；南京经销商集中化管理采取合伙人机制，这是点上的探索，没有在面上铺开。通过控制库存和统一经销商供货价，南京市场产品价格往上涨。（酒说）

【行业资讯】 9 月 14 日，湖南首份《改革开放 40 年 湘酒发展蓝皮书》正式发布。蓝皮书指出，湖南省部分酿酒企业规模小，产品结构单一，产值和销售收入不高。全省酒类生产企业销售额上 10 亿元的只有酒鬼、湘窖两家，其他重点酒企均徘徊在 1-3 亿元左右，多数企业只有几千万元。

此外，湘酒市场份额受到不断挤压，各品牌的中高端产品在湖南的销量都较好，湖南市场处在二线市场的“领头羊”位置，市场容量 50 万千升左右，但湖南人却不爱喝湘酒，湖南地产的名优酒还不到 5 万千升。湖南省酒业协会会长刘维平表示，争取到 2025 年将湘酒打造成年销售额突破 500 亿元的产业，占全省社会消费品零售总额的 3%以上；税收突破百亿元大关，比 2011 年增长近 10 倍。（中国糖酒网）

【百润股份】 2018 年半年度权益分派实施公告：本公司 2018 年半年度权益分派方案为：以公司现有总股本 531,742,650 股为基数，向全体股东每 10 股派 1.20 元人民币现金（含税；扣税后，通过深股通持有股份的香港市场投资者、QFII、RQFII 以及持有首发前限售股的个人和证券投资基金每 10 股派 1.08 元；持有首发后限售股、股权激励限售股及无限售流通股的个人股息红利税实行差别化税率征收，本公司暂不扣缴个人所得税，待个人转让股票时，根据其持股期限计算应纳税额【注】；持有首发后限售股、股权激励限售股及无限售流通股的证券投资基金所涉红利税，对香港投资者持有基金份额部分按 10%征收，对内地投资者持有基金份额部分实行差别化税率征收）。本次权益分派股权登记日为：2018 年 9 月 21 日，除权除息日为：2018 年 9 月 25 日。

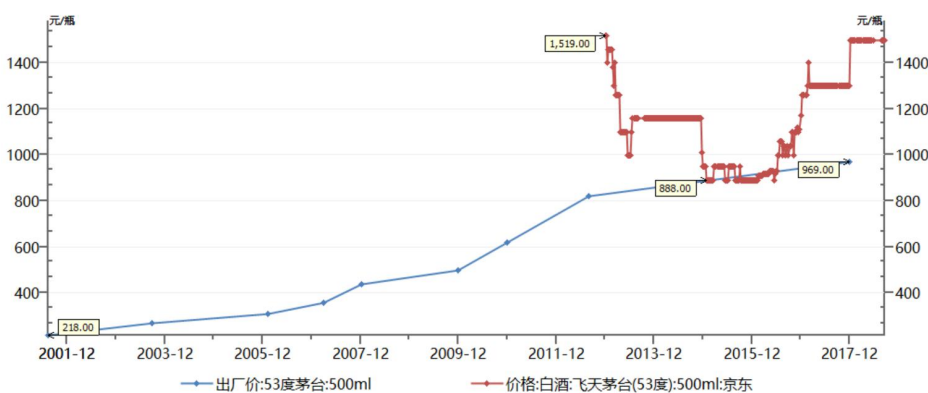
【*ST 椰岛】 关于公开挂牌转让子公司股权的公告：为了加快推进产业聚焦，全面实现回归酒类业务的战略定位，同时为了推进房地产业务的全面转型，公司拟通过在海南产权交易所公开挂牌的方式引进战略投资者，转让公司全资子公司海南椰岛阳光置业有限公司（以下简称“阳光置业”）70%股权。本次转让尚无确

定交易对方，暂不构成关联交易。本次交易未达到《上市公司重大资产重组管理办法》相关规定的标准，不构成重大资产重组。本次交易尚需提交公司股东大会审议。公司经营层根据评估结果及子公司实际情况等综合因素确定本次挂牌价格不低于 3.3 亿元，根据公司内部测算，预计将对公司当期产生税后收益约 16,200 万元。本次交易最终成交价格以摘牌价格为准，对公司利润的影响以会计师事务所审计结果为准。

关于公开挂牌转让公司资产的公告：为了改善公司财务状况，公司拟通过公开挂牌的方式转让龙昆北路办公大楼，公司聘请具有从事证券、期货业务资格的北京亚超资产评估有限公司为本次转让资产出具了《海南椰岛（集团）股份有限公司拟出售资产所涉及的位于海口市龙昆北路 13-1 号椰岛综合楼资产评估报告书》（报告编号：北京亚超评报字（2018）第 A136 号）。本次挂牌价格不低于公司聘请的评估公司对本次拟出售资产评估价值。本次转让尚无确定交易对方，暂不构成关联交易。本次交易未达到《上市公司重大资产重组管理办法》相关规定的标准，不构成重大资产重组。本次交易尚需提交公司股东大会审议。本次交易挂牌价格不低于评估公司对本次拟转让资产的评估价值，根据公司内部测算，预计将对公司当期产生税后收益约 5,400 万元（按评估值测算），最终成交价格以摘牌价格为准，对公司利润的影响将以会计师事务所审计结果为准。

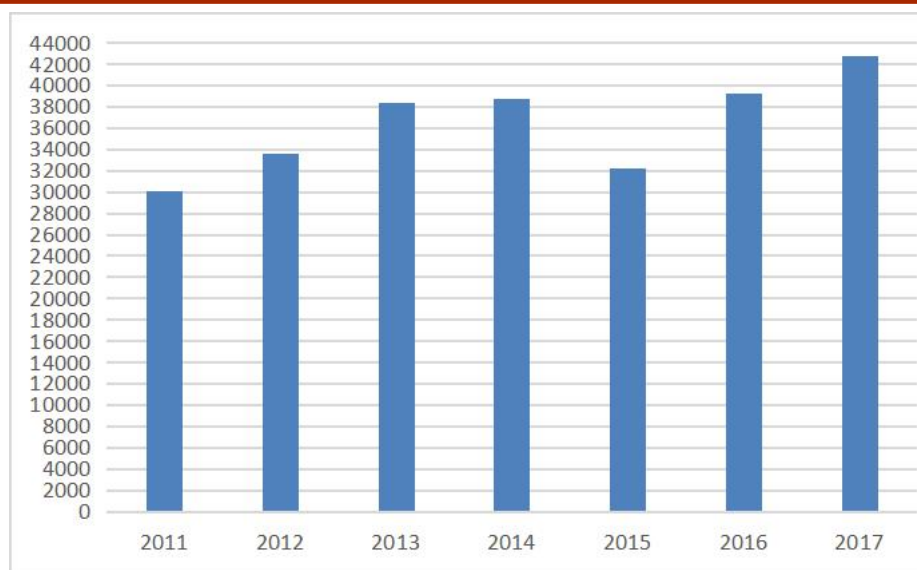
关于股东增持进展公告：截止本公告日，北京东方君盛投资管理有限公司（以下简称“东方君盛”）持有海南椰岛（集团）股份有限公司（以下简称“公司”或“海南椰岛”）93,410,473 股无限售流通股股票已分别被兰州市中级人民法院、贵州省高级人民法院、浙江省杭州市中级人民法院冻结或轮候冻结（详见 2018-037 号、2018-049 号、2018-068 号公告）。截止本公告日，东方君盛正在积极处理上述股票被冻结事项，尚未实施本次增持计划。东方君盛承诺将积极推进并尽快处理上述股票被冻结事项，待相关事项处理完毕后再实施本次增持计划。因此，东方君盛决定将本次增持期限延长 6 个月，即从 2018 年 9 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。

图表 4：近年来飞天茅台（53 度）出厂价、京东零售价情况



数据来源：Wind，爱建证券研究所

图表 5：近年来茅台酒基酒产量情况（吨）



数据来源：茅台官网、上市公司年报等，爱建证券研究所

图表 6：近年来贵州茅台经销商数量情况（个）



数据来源：上市公司定期报告，爱建证券研究所

■ 乳制品

{行业资讯} 9月11日，国家市场监督管理总局发布关于3批次食品不合格情况的通告。通告显示，本轮乳制品抽检范围包括发酵乳、灭菌乳、调制乳、全脂乳粉、脱脂乳粉、部分脱脂乳粉、调制乳粉、奶条、奶片等70批次样品，涉及企

业 40 家，覆盖 12 个省份。所有抽检产品全部合格。抽检产品包括：伊利、大祥泰、比然、权牧、雪原、石埠、伊佰、牧诺、北国情、万宝、红星、庄园牧场、蒙牛、品利食品、永嘉商贸、大昌三昶（上海）、富祺仕贸易（上海）等。（国家市场监督管理总局）

【行业资讯】 近日，《柳叶刀》上发布了一项涉及了 21 个国家的 13 万人的研究，研究结果显示，每天摄入两份乳制品（一份指 244 克牛奶/酸奶、15 克奶酪、5 克黄油中的一种）的人，全因死亡风险下降了 17%，心血管死亡风险下降了 23%！

本次《柳叶刀》的研究填补了这个空白。研究在包括中国在内的全球 21 个国家开展，除了加拿大、瑞典、沙特和阿联酋，剩下的国家基本都属于中低收入国家。研究团队从 2003 年开始，招募到 13.6 万名 35-70 岁无心血管病史，且愿意提供自己饮食信息和其他情况的参与者，进行了平均 9.4 年的跟踪随访。（人民网）

【行业资讯】 近日出台的《呼和浩特市推进乳产业升级三年行动计划（2018—2020 年）》（以下简称《计划》）再一次彰显“中国乳都”在国际乳业发展中的责任和担当：实施优质奶源基地建设、农企利益联结紧密化、千亿级龙头企业培育、特色产业集群培育、乳业国际化创新提升“五项行动”；利用三年的时间，初步建成国际化乳产业集群、世界级乳业创新中心、优质奶源示范基地和农企利益紧密联结的“中国乳都”升级版。

《计划》中专门强调了农企利益联结紧密化。通过建立价格监测协商机制，在出现较大供需失衡时实施预警，避免“奶贱伤农”或“奶贵伤企”。《计划》鼓励和支持建设高效、稳定的农企合作项目；支持加工企业自建、收购、参股、托管养殖场；积极发展农产品价格保险试点，支持企业与金融机构合作设立担保公司、保理公司等普惠金融机构，为奶农提供“价格保”“牧场保”等金融产品，提高养殖场（户）抗风险能力；支持乳制品企业在销售淡季（3—5 月）通过喷粉、促销等手段保障生鲜乳正常收购，保障牧场及农牧民利益。

《计划》中就开展乳业国际化创新提升行动进一步明确了任务和方向。依托伊利、蒙牛等重点企业现有科技创新载体，研究建立中国乳都·创新研发中心，建立和引入乳业基础研究共享平台、国家技术标准创新基地（乳业）、乳制品质量检测中心等创新载体，在人才引进、融资支持、资金奖励、生活配套方面予以全面保障，打造服务全球的世界级乳品全产业链创新体系。到 2020 年，园区科研单位（团队）达到 10 家以上，科研人员超过 100 人，专利技术、科技成果超过 30 件。同时，深度融合国内外产学研优质资源，创建呼和浩特奶牛研究院，到 2020 年，累计为我市及全国培养 1000 名以上牧场管理和技术人才，建成全国乳业从业者学习交流中心。

此外，《计划》支持龙头企业在全国范围内开展“数字奶源”建设，利用物联网技术将牧场繁育、饲喂、产奶、保健、库存、结算等环节信息化，最终实现整个奶源管理数字化。到 2020 年，全市乳业龙头企业自建、合作牧场全部实现奶源数字化管理，奶源质量追溯和品质管理达到国际先进水平。（乳业时报）

【行业资讯】 奶酪作为高营养素密度、风味口感各异的食物正在受到越来越多消费者的喜爱，其高蛋白、高钙的营养特性更成为大健康背景下女性、儿童与老年群体的关注焦点。在日前举办的中国乳制品工业协会第二十四次年会干酪技术创

新发展论坛上，与会嘉宾就国内外奶酪市场发展情况、面临问题与解决措施提出建议，并期待在营养丰富基础上，更多的技术、包装创新让中国奶酪市场飞速发展。

2016 年数据显示，全球奶酪总产量 1916.1 万吨，增长 1.21%；总消费量 2036.3 万吨，增长 1.84%，其中再制干酪 370 万吨，增长率 1.5%。零售奶酪消费量 980 万吨，前五位主要消费市场美国、法国、德国、意大利和巴西占全球总销量的 2/3。奶酪消费在乳制品中的占比分别为全球 28%、亚洲 10%、中国 1%。

2017 年 1—9 月，中国奶酪进口量 8.48 万吨，同比增加 20.4%，其中进口新西兰、澳大利亚合计占比 72%。就销售渠道而言，国内零售渠道占整体份额 32.1%，餐饮渠道占整体份额 64.9%，电商渠道占整体份额 3%。其中，零售渠道中儿童奶酪占比 49%，成人奶酪占比 51%；餐饮渠道中马苏里拉占比 57%，切片奶酪占比 15%，奶油奶酪占比 13%；餐饮渠道进口品安牌恒天然占比 42%、MG16%；电商渠道中黄油占比 48%，马苏里拉占比 24%，儿童棒棒奶酪占比 22%。整体来说，全球奶酪市场持续缓慢增长；国内市场大幅度增长，但市场成熟度低、规模较小、参与者众多、品牌格局未固化。

数据显示，同为亚洲国家，我国人均液态奶消费量为日本、韩国水平的 2/3，但人均奶酪消费量仅为日韩的 1/60；就消费总量而言，日本和韩国分别是我国的 3 倍与 1.5 倍。这预示着中国奶酪消费的增长将对世界奶酪供需格局产生重大影响。如我国城镇人均奶酪消费量达到 1kg（日本人均水平的 43%，韩国平均水平的 38%），全球将新增 67.4 万吨奶酪消费。同时，近年来日韩乳制品消费结构的变化对我国奶酪行业发展也具有借鉴意义，例如，日本近 20 年来液态奶人均消费量持续下滑至 30kg/人，而奶酪消费则迅速上升至 2.5kg/人，如折算成原奶占乳制品消费的 40%；得益于烘焙和咖啡行业的高速发展，韩国奶酪人均消费增长更加迅速。我国奶酪消费趋势符合日韩市场成长期特点，初期以再制奶酪引领行业增长，同时天然奶酪保持高速增长，未来预期再制与天然奶酪比例相当。根据统计与预测，2005—2020 年我国奶酪市场规模复合年均增长率达 24%，2020 年市场规模预期达 80 亿元。

潜力巨大的中国市场也引起了国外生产商的关注。美国乳品出口协会北亚业务单元总监 Ross Chirstieson 表示，2012 年，美国对中国出口奶酪仅有 3900 吨；2017 年，这一数字已经跃升到 10.8 万吨。目前，中国是全球排名第七的奶酪进口国，也是美国第五大奶酪出口市场。未来，美国奶酪产业界将根据中国消费爱好，提供更多高品质、多口味的奶酪产品。（中国食品报）

【行业资讯】 9 月 14 日，澳优发布关联交易公告，中信股份旗下中信农业、中国农业银行旗下投资基金等国家队联合其他投资机构，与澳优签署协议，以每股 5.18 港元，认购和收购晟德大药厂持有的 3.79 亿股。

收购完成后，中信股份、农业银行等国家队旗下基金将持有澳优 23.97% 股权，成为第一大股东。（乳业资讯网）

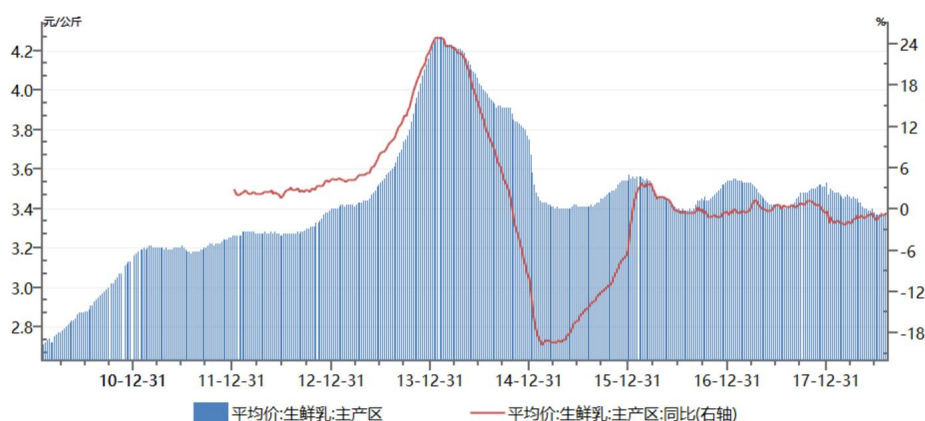
【光明乳业】 关联交易公告：光明乳业股份有限公司（以下简称“公司”、“本公司”）以人民币 2,982.15 万元收购本公司控股股东光明食品（集团）有限公司（以下简称“光明食品集团”）下属子公司上海梅林正广和股份有限公司（以

下简称“上海梅林”)所持有的上海牛奶棚食品有限公司(以下简称“牛奶棚”)66.27%股权(以下简称“本次关联交易”)。经本公司与上海梅林共同委托上海财瑞评估有限公司就截止2017年12月31日牛奶棚的股东全部权益进行评估,并出具编号为沪财瑞评报字【2018】第2017号的资产评估报告。截止2017年12月31日牛奶棚的股东全部权益评估值为45,000,000.00元,账面价值为27,996,949.06元,评估增值率60.73%。截止2017年12月31日上海梅林持有牛奶棚66.27%股权,其持有牛奶棚的股东权益评估值为29,821,500.00元。本次关联交易以评估价格为基础进行协商确定。

【维维股份】股东减持股份进展公告:自2018年7月10日至9月11日减持计划实施期间,博泓合丰通过上海证券交易所集中竞价交易方式、大宗交易方式减持所持有的公司股份合计29,720,000股,占拟减持股份总额的59.25%,占总股本的1.78%,超过计划减持股份数量的50%,减持计划尚未实施完毕。截至2018年9月11日,博泓合丰持有维维股份85,620,000股,占总股本的5.12%。

【*ST因美】关于回购公司股份的预案:为促进贝因美婴童食品股份有限公司(以下简称“公司”)持续稳定健康发展,维护广大股东利益,增强投资者信心,完善公司长效激励机制,根据《公司法》、《证券法》、《上市公司回购社会公众股份管理办法(试行)》、《关于上市公司以集中竞价交易方式回购股份的补充规定》、《深圳证券交易所上市公司以集中竞价方式回购股份业务指引》、《关于上市公司实施员工持股计划试点的指导意见》等相关规定,基于对公司价值的判断和未来发展的信心,公司拟以自有资金或自筹资金采取集中竞价交易方式以不超过5.35元/股的价格回购公司股份,回购金额不低于人民币3,000万元,不超过人民币10,000万元,回购股份用于实施员工持股计划。本次回购预案已经公司2018年9月11日召开的第七届董事会第五次会议审议通过,公司独立董事发表了同意的独立意见;本次回购预案尚需经过公司2018年第四次临时股东大会以特别决议形式审议通过后方可实施。

图表7:主产区生鲜乳平均价

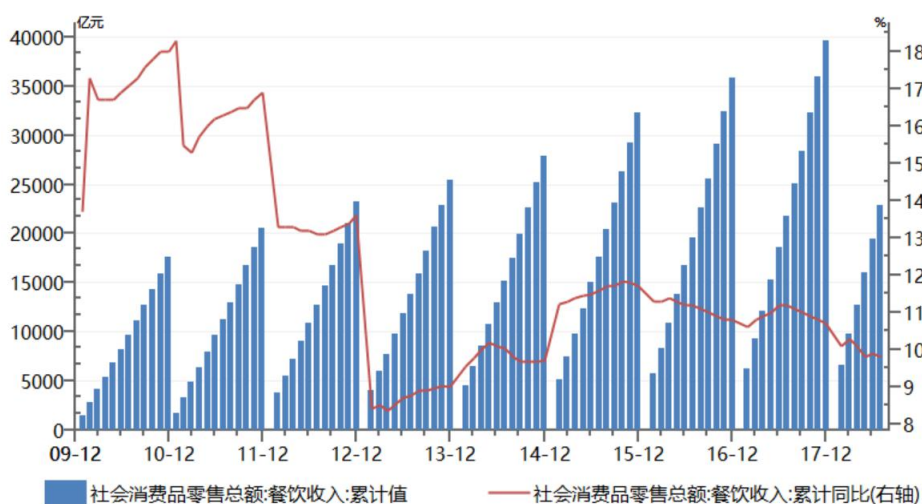


数据来源: Wind, 爱建证券研究所

限公司（以下称“公司”）第三届董事会第十一次会议于2018年9月13日在佛山市禅城区文沙路16号中区四座4楼会议室召开，审议通过了《关于拟回购注销公司首期限制性股票激励计划激励对象已获授但尚未解锁的部分限制性股票的议案》。根据回购方案，公司将以7.1811元/股的回购价格回购注销部分限制性股票共计837,360股。回购完毕后10日内，公司将向中国证券登记结算有限责任公司上海分公司申请该部分股票的注销，注销完成后，公司注册资本将由270,120.67万元减少至270,036.934万元。

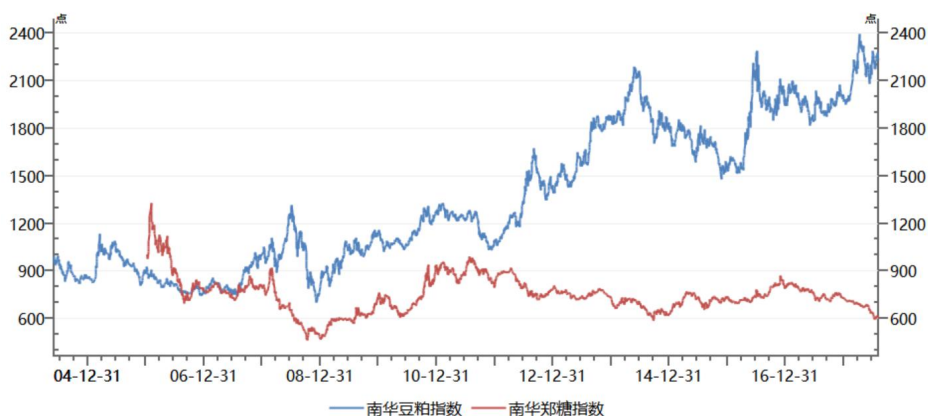
【中炬高新】2014年公司债券（第一期）2018年付息公告：由中炬高新技术实业（集团）股份有限公司（以下简称“本公司”）于2014年9月23日发行的中炬高新技术实业（集团）股份有限公司2014年公司债券（第一期）（以下简称“本期债券”），将于2018年9月25日开始支付自2017年9月22日至2018年9月21日期间的利息。根据《中炬高新技术实业（集团）股份有限公司公开发行2014年公司债券（第一期）票面利率公告》，本期债券的票面利率为6.20%。本次支付2017年9月22日至2018年9月21日年度利息，逾期部分不另计利息，即每手“14中炬01”面值1,000元，派发利息为62元（含税）。根据《中华人民共和国个人所得税》等相关规定，本期债券个人投资者应缴纳公司债券个人所得税，征税税率为利息额的20%，每手“14中炬01”（面值人民币1,000元）实际派发利息为人民币62.00元（含税），扣税后个人债券持有人实际每1,000元派发利息为49.60元。

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】 9月14日，农业农村部组织召开非洲猪瘟防控部际协调会议，传达学习中央领导同志重要指示批示精神，交流各部门防控工作进展，研究督查工作方案，完善联防联控协作机制。

会议指出，当前我国非洲猪瘟防控形势十分复杂严峻，各有关部门要立足疫情形势和防控实际，进一步深刻认识做好非洲猪瘟防控工作的重要性，增强做好防控工作的责任感和使命感，牢牢把握当前防控工作关键时机，逐级压实各地各有关部门责任，切实加强措施联动，合力打好非洲猪瘟防控攻坚战。

会议要求，要进一步细化落实国务院办公厅关于做好非洲猪瘟等动物疫病防控工作通知的任务分工，完善联防联控工作机制。近期，要组成督查组，赴各地特别是重点省份开展非洲猪瘟防控工作督查，聚焦责任落实、应急处置、生猪调运和餐厨剩余物监管等重点工作。要压实地方的属地管理责任，督促地方各级人民政府对本地区防控工作负总责，明确一把手是第一责任人，务必守土有责、守土尽责，切实落实有关防控措施，统筹做好养殖业生产安全和肉品供给保障。（农业农村部）

【行业资讯】 农业农村部畜牧兽医局有关负责人：8月以来，辽宁、河南、江苏、浙江、安徽、黑龙江等省份先后发生非洲猪瘟疫情，这是非洲猪瘟首次传入我国。疫情发生后，农业农村部根据《非洲猪瘟疫情应急预案》，第一时间发布Ⅱ级预警，全力做好疫情防控。

截至9月5日，发生的疫情均已得到有效处置。但从目前情况看，非洲猪瘟病毒的污染面还有待进一步调查，后续疫情形势存在许多不确定性，不排除继续出现新发疫情的可能。另外，该病在我周边国家长期流行、不断扩散蔓延，再次传入风险依然很大。

非洲猪瘟对生猪生产危害重大，被称为生猪养殖产业“头号杀手”。由于疫情均已得到有效处置，目前非洲猪瘟对生猪产业的影响有限。如果该病在国内扩散蔓

延，将对我国的生猪养殖业造成不可估量的损失，也将严重威胁全产业链市场秩序和社会稳定。

2018年以来，全球非洲猪瘟疫情复杂严峻。截至9月5日，除我国外还有12个国家报告发生3358起疫情。非洲猪瘟首次于1921年发现于肯尼亚，它的临床症状与传统的猪瘟高度相似，因首次发现于非洲而被命名为“非洲猪瘟”。（人民日报）

【行业资讯】 据农业农村部信息中心和山东卓创资讯股份有限公司联合监测，2018年第37周（即9月10日-9月14日，以下简称本周），16省（直辖市）瘦肉型白条猪肉出厂价格总指数的周平均值每公斤19.23元，环比涨1.4%，同比跌0.5%。

国内瘦肉型白条猪肉出厂价格（以下简称猪肉价格）环比上涨。为切断非洲猪瘟病毒传播、降低疫情跨区域传播风险，9月11日，《农业农村部关于进一步加强生猪及其产品跨省调运监管的通知》（以下简称《通知》）出台，猪肉价格的区域性差异明显。其中，非洲猪瘟疫情省及其相邻省份禁止生猪及其产品外调，并暂时关闭省内所有生猪交易市场，导致供需两弱，生猪、猪肉价格下滑；华东、西南主销区生猪、猪肉供应偏紧，价格继续上涨；与华东、西南主销区临近的、可外调猪肉产品的主产区，屠宰企业为提高利润而调涨猪肉价格。（农业农村部）

【行业资讯】 中秋、国庆双节临近，节前备货逐步结束，加之非洲猪瘟疫情持续扩散影响，猪价持续走跌，局部地区涨跌略明显。14日农业农村部公布内蒙古自治区锡林郭勒盟阿巴嘎旗和河南省新乡市获嘉县各发生一起生猪非洲猪瘟疫情，截止9月17日，非洲猪瘟疫情已增至17起，禁止调运及关闭生猪交易市场的省份增至18个。河南因再次发生非洲猪瘟疫情且本身属于生猪调出省份，猪价跌至12.5元/公斤左右，跌幅较为明显，而浙江地区猪价则再次涨至18元/公斤以上。（中国饲料行业信息网）

【龙大肉食】 第三届董事会第二十三次会议决议公告：根据《公司法》、《深圳证券交易所股票上市规则》及《公司章程》的有关规定，公司董事会拟提名余宇先生为公司第三届董事会非独立董事候选人。

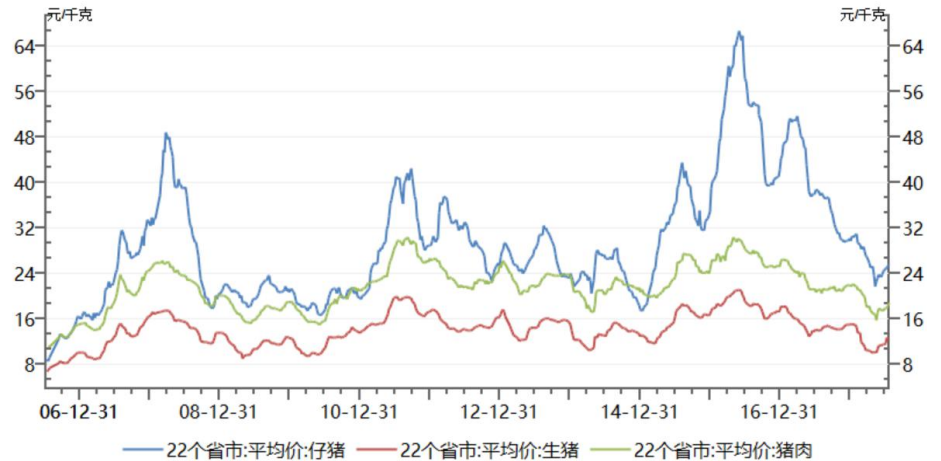
关于5%以上股东减持股份的进展公告：近日，公司收到伊藤忠（中国）发来的《减持计划实施进展情况告知函》，伊藤忠（中国）预披露的减持计划中集中竞价部分减持数量已过半。

股东名称	减持方式	减持期间	减持均价(元/股)	减持股数(股)	减持股数占公司总股本的比例(%)
伊藤忠（中国）集团有限公司	集中竞价	2018年8月27日至9月12日	7.20	7,560,900	0.999997
	大宗交易	-	-	-	-
	合计			7,560,900	0.999997

【金字火腿】 关于筹划重大资产出售事项的进展公告：金字火腿股份有限公司（以下简称“公司”）正在筹划重大资产出售事项，娄底中钰资产管理有限公司

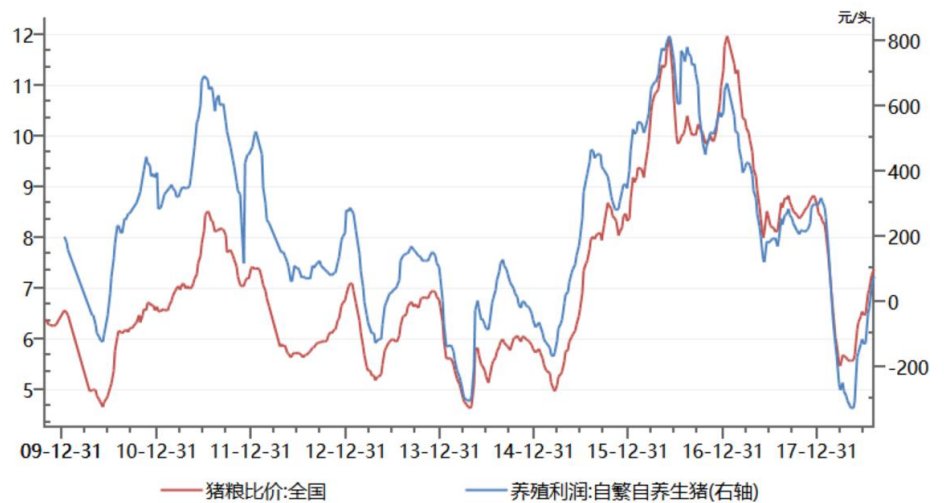
等拟回购公司持有的中钰资本管理（北京）有限公司 51%股权。截至本公告披露日，本次重大资产出售有关事项正在积极推进中，公司以及相关中介机构就本次重组正在有序开展尽职调查、审计、评估等各项工作。

图表 12：22 个省市仔猪/生猪/猪肉平均价



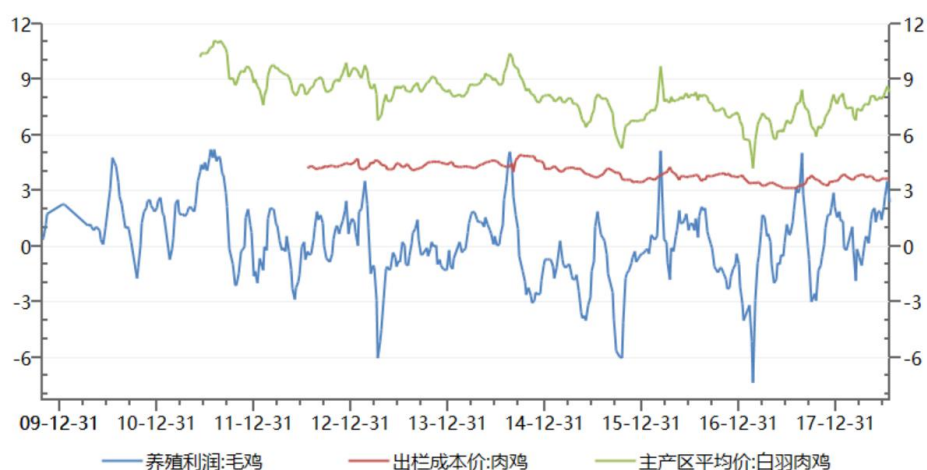
数据来源：Wind，爱建证券研究所

图表 13：全国猪粮比价情况



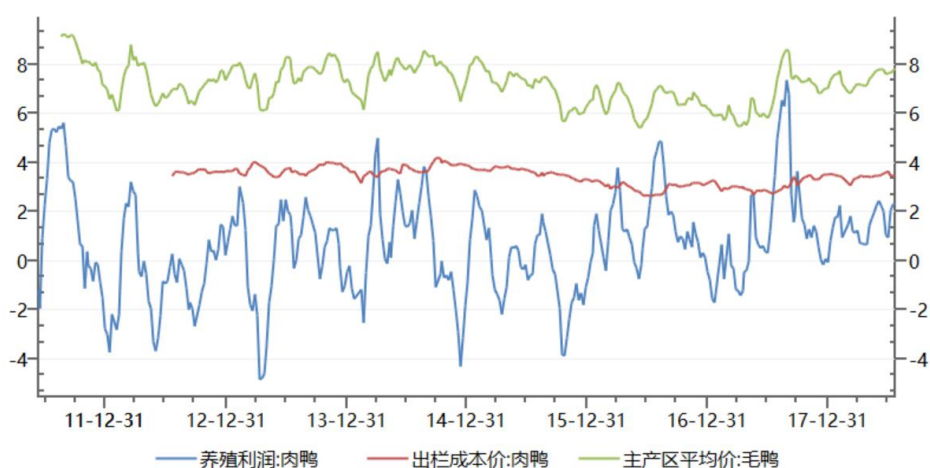
数据来源：Wind，爱建证券研究所

图表 14: 主产区平均价 (肉鸡, 元/羽, 元/500g, 元/公斤)



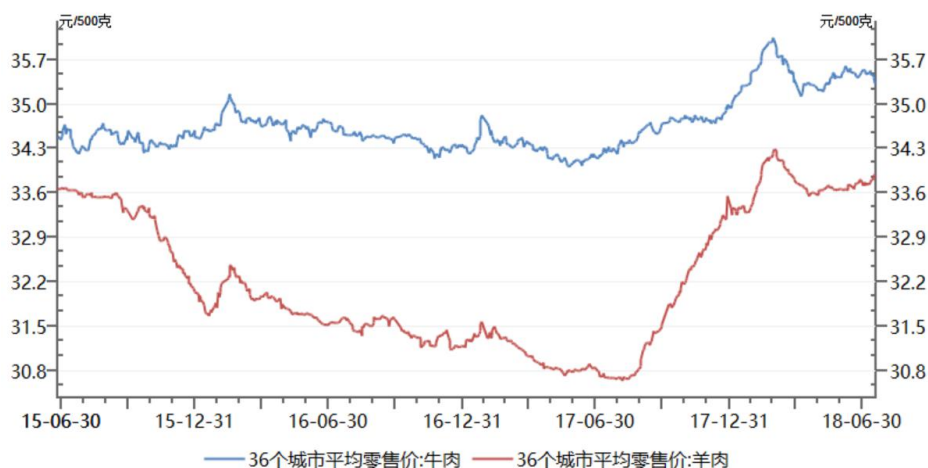
数据来源: Wind, 爱建证券研究所

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] 2018 年 8 月份, 社会消费品零售总额 31542 亿元, 同比名义增长 9.0% (扣除价格因素实际增长 6.6%, 以下除特殊说明外均为名义增长)。其中, 限额以上单位消费品零售额 11832 亿元, 增长 6.0%。

2018 年 1-8 月份, 社会消费品零售总额 242294 亿元, 同比增长 9.3%。其中, 限额以上单位消费品零售额 92368 亿元, 增长 7.1%。

按经营单位所在地分, 8 月份, 城镇消费品零售额 27169 亿元, 同比增长 8.8%; 乡村消费品零售额 4373 亿元, 增长 10.2%。1-8 月份, 城镇消费品零售额 207649 亿元, 同比增长 9.1%; 乡村消费品零售额 34645 亿元, 增长 10.4%。

按消费类型分, 8 月份, 餐饮收入 3516 亿元, 同比增长 9.7%; 商品零售 28026 亿元, 增长 8.9%。1-8 月份, 餐饮收入 26316 亿元, 同比增长 9.8%; 商品零售 215977 亿元, 增长 9.2%。

在商品零售中, 8 月份, 限额以上单位商品零售 11041 亿元, 同比增长 5.9%。1-8 月份, 限额以上单位商品零售 86460 亿元, 同比增长 7.1%。

2018 年 1-8 月份, 全国网上零售额 55195 亿元, 同比增长 28.2%。其中, 实物商品网上零售额 41993 亿元, 增长 28.6%, 占社会消费品零售总额的比重为 17.3%; 在实物商品网上零售额中, 吃、穿和用类商品分别增长 42.7%、23.4%和 29.0%。(国家统计局)

[行业资讯] 2018 年第二季度, 全国共完成并公布 525258 批次食品 (含保健食品和食品添加剂) 样品监督抽检结果, 检验项目全部合格的样品 512159 批次, 不合格样品 13099 批次, 样品总体合格率为 97.5%, 不合格率为 2.5%, 与 2017 年同期基本持平。大宗日常消费品的样品合格率保持基本稳定, 其中, 粮食加工品、肉制品、蛋制品、乳制品的样品合格率分别为: 98.6%、98.1%、99.4%、99.8%,

高于样品总体合格率，食用油、油脂及其制品的样品合格率为 97.3%，略低于样品总体合格率。（国家市场监督管理总局）

【行业资讯】 据亚宠展最新发布的《2018 年宠物行业白皮书》显示，2018 年中国城镇养宠用户达 7355 万，比 2017 年增长 27%。而随着宠物经济“它时代”来临，社交媒体上聚众“吸猫撸狗”成了一种新的时代潮流，如何“健康式养宠”逐渐成为新一代宠主们关注的消费焦点。

在 2018 年初全球知名宠展美国奥兰多展会上，行业专家就多次强调宠物食品应该选择更天然优质的原料，来保证宠物食品的安全性和原味性。这也意味着，未来的宠物食品会更加关注产品对宠物健康的影响。

在加拿大等北美国家，已经率先提出了“健康喂养”的概念：“希望宠主在选择宠物食品时，多关注食材的本身来源，拒绝选择有添加剂和防腐剂的食品。”遗憾的是，目前超过半数以上的养宠主，依然不了解有关宠物健康喂养的常识，从而导致市面上某些不重视原材料和生产工艺的劣质狗零食，依然是狗子健康的绝对杀手。

宠物是朋友更是家人，只有让它也吃的更健康、更好，才能陪伴主人走的更远。在这样的理念下，如今宠物喂养都更关注天然有机食材、健康低脂配方和低温烘焙工艺。实际上，狗狗的零食不仅能补充正餐中缺失的营养元素，还有助于主人和狗狗之间感情的建立。（洞察网）

【中宠股份】 关于公开发行可转换公司债券申请获得中国证监会发行审核委员会审核通过的公告：2018 年 9 月 17 日，中国证券监督管理委员会（以下简称“中国证监会”）第十七届发行审核委员会 2018 年第 147 次工作会议对烟台中宠食品股份有限公司（以下简称“公司”）公开发行可转换公司债券的申请进行了审核。根据审核结果，公司本次公开发行可转换公司债券的申请获得审核通过。

【克明面业】 第四届董事会第二十七次会议决议公告：审议并通过了《关于公司向激励对象授予股票期权的议案》：根据《上市公司股权激励管理办法（2016 年修订）》、《中小企业板信息披露业务备忘录第 4 号：股权激励》和《克明面业 2018 年股票期权激励计划（草案）》及其摘要的相关规定，董事会认为公司 2018 年股票期权激励计划规定的授予条件已经满足，根据公司 2018 年第五次临时股东大会的授权，董事会确定以 2018 年 9 月 12 日为股票期权的授予日，同意授予 92 名激励对象 1,721.00 万份股票期权。

关于股权激励计划部分已授予股票期权注销完成的公告：经中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司审核确认，2018 年 9 月 12 日，公司已完成上述股票期权的注销事宜，本次注销完成后，公司首次授予的股票期权剩余数量为 70.2 万份，预留授予的股票期权剩余数量为 9.75 万份。

关于筹划收购境外公司股权事项的提示性公告：近日，澳大利亚及中国境内互联网上相继出现了关于克明面业股份有限公司（以下简称“公司”）对于收购澳大利亚面粉和谷物产品制造商 Allied Pinnacle（以下简称“目标公司”）表示了兴趣的相关报道。基于未来业务协同效应，公司与目标公司管理层进行了初步接触并表达了通过参与竞标收购目标公司股权（以下简称“拟议收购事项”）的潜

在兴趣。公司收购目标公司股权事宜仍处于早期筹划阶段，前期接触只是表达初步兴趣，公司尚未对目标公司开展正式的尽职调查工作。公司拟向目标公司提交关于收购目标公司股权的非约束性兴趣函，该非约束性兴趣函将不会构成对公司的约束性义务。

【承德露露】 2018 年第二次临时会议决议公告：1、审议并通过了公司《关于聘任副总经理的议案》：根据工作需要，经公司总经理提名，公司第七届董事会提名委员会审查后，董事会同意聘任丁兴贤先生（简历附后）为公司副总经理，任期至第七届董事会届满时止。2、审议并通过了公司《关于增补第七届董事会独立董事候选人的议案》：根据《公司法》、《关于在上市公司建立独立董事制度的指导意见》以及《公司章程》的有关规定，经公司董事会提名委员会提议，提名汪建明女士为公司第七届董事会独立董事候选人。

关于全资子公司更名、变更经营范围并增资的公告：北京露露饮料有限责任公司（以下简称“北京露露”）为河北承德露露股份有限公司（以下简称“公司”）全资子公司，注册资本为 1,005 万元。为使北京露露向着更规范、更科学、更具竞争力、更具规模化方向发展，以及公司未来经营规划和发展战略，公司拟对北京露露进行更名、变更经营范围并增资。基于公司未来经营规划和发展战略，拟在北京露露以 2017 年 12 月 31 日经审计的资本公积金 45,969,225.90 元转增股本的基础上，公司以自有资金对北京露露增资 43,980,774.10 元，增资后北京露露注册资本由 1,005 万元变更为 10,000 万元，公司仍持有北京露露 100% 的股权。

【好想你】 2018 年第一次临时股东大会决议公告：选举石聚彬先生、邱浩群先生、石聚领先生、王强先生、程大为女士、吴华向女士为公司第四届董事会非独立董事；选举胡小松先生、毕会静女士、齐金勃女士为公司第四届董事会独立董事；选举谢卫红先生、张卫峰先生、周永光先生为公司第四届监事会股东代表监事。

第四届董事会第一次会议决议公告：1、全体董事一致选举石聚彬先生为公司第四届董事会董事长，任期三年，自本次董事会通过之日起至第四届董事会届满之日止。全体董事一致选举邱浩群先生为公司第四届董事会副董事长。经董事会提名委员会提名，决定聘任石聚彬先生为公司总经理。结合公司实际情况，经公司总经理提名，董事会提名委员会审核，决定聘任 7 名副总经理：邱浩群先生、石聚领先生、王强先生、邵琰女士、石强先生、罗明霞女士、豆妍妍女士。经公司总经理提名，董事会提名委员会审核，决定聘任罗明霞女士为公司财务负责人。经公司董事长提名，董事会提名委员会审核，决定聘任豆妍妍女士为董事会秘书。经董事会审计委员会提名，董事会提名委员会审核，决定聘任谢卫红先生为公司内部审计负责人，专职负责公司内部审计工作。经公司总经理提名，决定聘任杨海南先生为公司证券事务代表，协助董事会秘书工作。2、公司及子公司新疆好想你创新农业投资有限公司、新疆唱歌的果食品股份有限公司、沧州好想你枣业有限公司拟向郑州商品交易所申请红枣指定交割仓库。

【桂发祥】关于完成董事会、监事会换届选举的公告：公司于 2018 年 9 月 17 日召开了 2018 年第四次临时股东大会，审议通过了《关于公司换届选举第三届董事会非独立董事的议案》、《关于公司换届选举第三届董事会独立董事的议案》以及《关于公司换届选举第三届监事会非职工代表监事的议案》。公司第三届董

事会由9名董事组成，其中吴宏、李铭祥、郑海强、周峰、马洪涛、龙剑为第三届董事会非独立董事，周立群、张俊民、史岳臣为第三届董事会独立董事。公司第三届监事会由5名监事组成，其中赵丽、庞文魁、张维淳为股东大会选举产生的非职工代表监事；孙红、张俊泉为公司职工代表大会选举产生的职工代表监事。

3、下周重大事项

■ 股东大会提示

表格 2：下周股东大会安排

代码	名称	会议日期	会议类型
002820. SZ	桂发祥	2018/9/17	临时股东大会
000596. SZ	古井贡酒	2018/9/17	临时股东大会
002719. SZ	麦趣尔	2018/9/20	临时股东大会
002570. SZ	*ST 因美	2018/9/26	临时股东大会
002910. SZ	庄园牧场	2018/9/26	临时股东大会
600882. SH	广泽股份	2018/9/28	临时股东大会
600519. SH	贵州茅台	2018/9/28	临时股东大会
600238. SH	*ST 椰岛	2018/9/28	临时股东大会
002661. SZ	克明面业	2018/9/28	临时股东大会

数据来源：Wind，爱建证券研究所

■ 其他

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 3：食品飲料行業股票池

證券代碼	證券簡稱	市盈率 (TTM)	市淨率 (LF)	EPS			P/E			投資 評級
				17A	18E	19E	17A	18E	19E	
600519.SH	貴州茅臺	26.98	9.13	21.56	29.06	35.72	32.36	23.44	19.29	推薦
000858.SZ	五糧液	21.16	4.37	2.55	3.29	4.20	31.34	19.16	15.12	推薦
000568.SZ	瀘州老窖	21.49	4.26	1.75	2.42	3.13	37.79	18.73	14.58	推薦
002304.SZ	洋河股份	22.89	5.78	4.40	5.50	6.81	26.15	21.04	17.12	推薦
600809.SH	山西汾酒	29.85	6.75	1.09	1.81	2.48	52.27	24.80	18.22	推薦
603369.SH	今世緣	21.31	4.05	0.71	0.89	1.09	21.72	20.12	15.85	推薦
600887.SH	伊利股份	24.22	6.01	0.99	1.26	1.52	32.61	22.03	18.71	推薦
600872.SH	中炬高新	40.83	7.12	0.57	0.78	0.95	43.52	37.82	30.68	推薦
000895.SZ	雙匯發展	17.18	6.16	1.31	1.49	1.65	20.24	16.51	14.90	推薦
603866.SH	桃李麵包	43.40	8.46	1.09	1.40	1.76	35.73	38.96	31.04	推薦
603345.SH	安井食品	34.14	4.64	0.94	1.21	1.58	25.93	30.64	23.64	推薦
603288.SH	海天味業	49.02	16.55	1.31	1.59	1.92	41.15	45.23	37.45	推薦
600600.SH	青島啤酒	31.90	2.53	0.93	1.12	1.33	42.07	29.18	24.63	中性
000869.SZ	張裕A	24.05	2.52	1.51	1.59	1.71	24.92	22.14	20.57	中性
600059.SH	古越龍山	33.75	1.47	0.20	0.23	0.27	46.20	31.82	27.56	中性
002507.SZ	涪陵榨菜	34.01	8.81	0.52	0.72	0.92	31.96	29.54	23.51	中性
603517.SH	絕味食品	28.33	6.09	1.22	1.51	1.85	32.21	25.97	21.34	中性

數據來源：Wind，愛建證券研究所

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