行业整体效益转好 次高端白酒获增长空间

春节白酒销售的火热,为次高端白酒股价的上涨提供了基本面支持。元宵节后的第一个交易日,在洋河股份、金种子酒的带领下,A股白酒板块整体强势。洋河股份盘中最高冲击至82.5元/股的涨停价,这是自2012年底白酒行业整体遭遇"塑化剂风波"后创造的最高价。

安信证券2月13日收盘后称,这一轮白酒周期,不再按"一二三线"来分类白酒,重点覆盖推荐的白酒分类是高端、次高端、地产酒龙头、其他。

春节频传价量齐升

从消息面上看,洋河股份此次大涨可能和公司推出的高端新品及春节期间产品需求强劲有关。东吴证券2月12日研报援引酒业媒体"微酒"消息称,今年1月洋河已完成全年销售计划近50%,出现价量齐升。同时,公司推出了梦之蓝系列新产品——手工班,价格接近贵州茅台并高于五粮液,被认为是填补梦之蓝M6(零售价高于600元)和M9(约2000元)之间的缺口,体现了公司增强其在高端市场上地位的目标。

东吴证券、中金公司2月13日均给予洋河股份"目标价101元,还有空间34%"的买入评级。招商证券2月8日也出具"强烈增持"评级,目标价格106元/股。中金公司在研报中称,春节期间洋河预计完成了年度计划的40%以上,省内一季度增速预计达到5%以上;预计2017年省外营收占比将由44%提升到49%,摆脱营收过于集中于江苏的劣势将有利于洋河的估值恢复。

另一个盘中冲击涨停的是徽酒金花金种子酒。虽然金种子酒在1月底出了"2016年净利润预减70%-90%"的业绩预告,但公司去年管理层调整,新推出的健康酒"和泰苦荞酒"自去年7月上市以来推广良好,春节期间更传出多地缺货、全国招商的消息,这无疑给了市场2017年业绩反转和全国化的乐观预期。

国泰君安调研显示,高端白酒渠道价格稳步上行,短期看,茅台一批价格节后小幅回调,次高端之下的大众主流消费升级明显,价格上移,由80-150元逐步进入150-250元区间。总体而言,当前的价格表现已超去年底的市场预期。

记者近日在调研时发现,在春节聚餐和婚宴用酒市场,五粮液、茅台等高端白酒并不鲜见。华东一家大型酒水连锁店负责人告诉记者,水晶普通五粮液春节零售价格提升至780元/瓶,已取消一切促销活动,水晶剑南春等次高端产品动销也不错。

行业整体效益转好

统计发现,2月13日收盘,A股18家上市白酒仅*ST皇台微跌0.99%老白干酒停牌外,其余公司股价均上涨。定位次高端的洋河股份、水井坊、山西汾酒、泸州老窖涨幅居前。

从基本面上看,截至2月13日,已有水井坊等9家白酒上市公司预告了2016年度业绩,除了*ST皇台、金种子酒和青青稞酒预计利润将有不同程度下滑外,其余均告增长。其中2015年基数较低的水井坊业绩预增170%,沱牌舍得2016年业绩预增超过10倍,实现利润约为0.8亿-1.05亿元;金徽酒预计利润增长31.62%至2.18亿元。

高端白酒中,贵州茅台2016年营业总收入398.56亿元,同比增长19.16%,净利润为166.5亿元,同比增长7.4%。2月8日,五粮液官方微博发布消息称,五粮液集团去年实现销售收入700多亿元,同比增长约8%。

国家统计局近期发布的行业数据也侧面印证了白酒行业在分化中复苏。2016年1-12月,全国规模以上白酒企业完成酿酒总产量1358.36万千升,同比增长3.23%。其中规模以上白酒企业累计完成销售收入6125.74亿元,同期增长10.07%;累计实现利润总额797.15亿元,同期增长9.24%;而亏损企业累计亏损额10.54亿元,同期下降15.92%。

多家券商研报近期都提示,高端酒价格"抬头"和大众消费升级,次高端白酒迎来2013年以来最佳时间窗口。安信证券称,高端茅台抬升价格天花板对行业贡献大,高端整体业绩确定性增强,五粮液老窖2017年业绩和股价弹性提升;次高端价格氛围好,地产酒龙头持续受益大众主流消费升级。

去年中国葡萄酒进口量和进口额双上涨

据中国海关总署发布的最新数据显示,2016年,中国进口葡萄酒总量达6.38亿公升,总额高达23.64亿美元(约合人民币162.4068亿元),同比2014年分别增长15%和16.3%。

其中,瓶装葡萄酒为主要进口类型,占总进口量的92.8%。2016年,中国进口4.81亿公升瓶装葡萄酒,价值为21.94亿美元(约合人民币150.7278万元)。相比于2015年,瓶装葡萄酒进口总价值增长17.2%,但每公升葡萄酒均价下跌至4.56美元(约合人民币31.3元),下跌3.8个百分点。

法国依然是中国首要葡萄酒进口国。2016年中国从法国进口1.91亿公升葡萄酒,价值约为9.65亿美元(约合人民币66.2955亿元)。法国进口葡萄酒总额比去年增长11.82%,占进口总额的44%。

澳大利亚是中国第二大葡萄酒进口国。2016年,在中国成为澳大利亚首要葡萄酒出口国之后,澳大利亚向中国出口的葡萄酒总价值达5.42亿美元(约合人民币37.2354亿元)。智利、西班牙、意大利、美国、南美、阿根廷、新西兰和葡萄牙的出口量紧随澳大利亚之后。

从葡萄酒的平均价格来看,新西兰以每公升9.76美元(约合人民币67元)的价格位居第一;西班牙的均价最低,为每公升1.97美元(约合人民币13.5元)。

从地域上看,广东继续荣居瓶装葡萄酒消费首位,进口总价值达9.24亿美元(约合人民币63.4390亿元),几乎是上海的两倍(上海的进口总额约为5.51亿美元,约合人民币37.83亿元)。广东和上海两地的瓶装葡萄酒进口总额占全国进口总额的67%。

除了广东和上海,北京、浙江、福建、山东、天津、江苏、辽宁和四川均位居瓶装葡萄酒消费前列。

2016年,中国桶装葡萄酒进口量为1.44亿公升,与2015年相比下降了1.37%;但得益于进口均价的上涨,其总价值约达到1.13亿美元(约合人民币7.7655亿元),同比上升14.1%。山东的桶装葡萄酒进口总量占全国的65%,位列第一。

相比之下,起泡酒的进口量和总额持续下降。2016年,中国进口起泡酒12.53亿公升,价值约为5658万美元(约合人民币3.8838亿元),与2015年相比分别下降0.63%和6.14%。

2016年法国起泡酒进口量同比2015年下降14.91%,但法国仍为中国首要的起泡酒进口国,进口总量为171万公升;价值下跌9.71%,总额约为2566万美元(约合人民币1.7614亿元)。在起泡酒消费上,上海力压广东,位居全国第一。

我国将实施"五大行动"促现代奶业建设

奶业是健康中国、强壮民族的重要产业,是农业现代化的标志性产业。农业部畜牧业司副司长王俊勋近日表示,我国将实施"五大行动"推进现代奶业建设。

他是在农业部当日召开的促进奶业振兴座谈会上作出上述表述的。

王俊勋说,2017年将开展优质牧草保障行动。通过实施《全国苜蓿产业发展规划(2016-2020年)》,每年建设50万亩高产优质苜蓿基地,并以"镰刀弯"和黄淮海等地区为重点,深入推进粮改饲补贴试点,将粮改饲规模扩大至1000万亩以上。力争到2020年,优质苜蓿产量达到540万吨,奶牛用青贮玉米产量达到4000万吨。

同时将开展健康养殖行动。一方面支持养殖场改扩建、小区牧场化改造和家庭牧场发展,"十三五"期间创建300家标准化示范牧场,引领带动生产技术水平提高。另一方面扩大奶牛养殖大县整县推进种养结合试点,推进粮经饲统筹、种养循环发展,并以养殖大县为重点集中开展畜禽粪污资源化处理和利用。"十三五"末力争实现泌乳奶牛年均单产达到7.5吨,规模养殖比重超过70%,粪便综合利用率提高到75%以上的目标。

为了保障奶源优质,质量安全行动也将同步开展。2017年将连续第9年组织实施生鲜乳质量监测计划和生鲜乳违禁物质专项整治行动,并对奶站和运输车进行严格监督管理,尤其是对婴幼儿乳粉奶源相关奶站和运输车进行全覆盖抽检。持续强化婴幼儿乳粉奶源基地养殖场标准化建设。

不仅如此,还将开展奶业品牌创建和中国小康牛奶公益行动,让老百姓了解我国奶业近年来的发展变化,激发消费信心及活力。

霸主椰树产值出现下滑 千家企业抢椰汁饮料市场

到目前为止,椰树椰汁仍是中国消费者最喜爱的植物蛋白饮料,但行业老大并非没有挑战。

据报道,2月8日上午,椰树集团董事长兼总经理赵波在2017年新春开门红大会上表示,2016年饮料企业普遍面临产品滞销的压力,椰树集团产值为40.21亿元。记者留意到,2014年椰树集团年产值为44.5亿元,两年减少4.3亿元。

中国品牌研究院食品饮料行业研究员朱丹蓬对记者表示,椰树牌椰汁基本处于"吃老本"的阶段,近年来既没有根据消费升级和市场变化来创新研发,也很少在渠道上做投入,销量出现一定下滑。目前国内大大小小椰汁饮料生产企业过千家,已出现两三家初具规模的企业抢占椰树牌椰汁的市场份额。

部分后起之秀已达亿元规模

到目前为止,椰汁饮料依然是最受中国人喜欢的植物蛋白饮料。

市场研究和咨询机构英敏特去年发布的《植物蛋白饮料2016》显示,随着中国消费者健康意识的不断增强,传统认识上被定义为具有滋养功效的植物蛋白饮料随之广受青睐,其中椰汁饮料是增长最快的品类之一。

数据显示,2010年~2015年,中国植物蛋白饮料整体市场稳步发展,销售额和销量的年复合增长率分别为24.4%和21.3%。预计到2020年,中国植物蛋白饮料市场总销量将增长至107.97亿升。具体来看,北方地区更偏爱杏仁露,东南部地区则是椰汁饮料更为盛行,椰树集团的椰树牌椰汁是该品类中最为知名的品牌之一。

市场研究机构欧睿的数据显示,2012年以来,椰树椰汁在国内果汁品类中的商超渠道份额连续四年保持增长,2015年达到6.7%,仅次于可口可乐旗下的美汁源果汁饮料。另有数据显示,椰树牌椰汁在椰汁饮料行业的占有率在40%左右。

"目前椰汁行业的市场规模超过150亿元,椰树牌椰汁仍是销量第一位。"椰泰椰汁生产企业广州市贝奇饮料有限公司市场部负责人接受记者采访时表示,椰汁行业的生产企业多,仅珠三角地区就有很多椰汁饮料企业,除了行业老大,特种兵、椰泰、欢乐家等后起之秀已在亿元规模以上,剩下的品牌在低价竞争中洗牌。

记者在阿里巴巴上看到,245ML的椰汁饮料批发价格在2~4元,一些进口品牌或添加椰肉的品质议价能力更高。该市场部负责人表示,现在越来越多厂家必须走差异化寻求突破,否则就会在低价竞争中淘汰出局。

部分经销商积极性不高

受宏观经济下行和消费疲软影响,去年我国消费品市场经历了颇为艰难的一年。

记者在椰树集团官网上看到,椰树集团创始人王光兴曾在2014年接受海南日报采访时提到,他们的目标是在"十二五"期间完成60亿元产值,"十三五"期间产值超过100亿元。

但据椰树集团公开的数据显示,2014年到2016年,椰树集团不仅没有保持增长,反而出现下滑。

前述市场部负责人认为,椰树集团出现下滑的主要原因是公司对产品缺乏创新,多年来都没有根据市场变化和消费升级进行研发和宣传投入。再加上几乎没有给渠道商过多利润,经销商的积极性不高。"现在大部分椰树都是走批发渠道,放在货架上由消费者自己选。"

朱丹蓬则指出,凭借国宴饮料的品牌光环和口味,椰树集团每年的销售收入仍能维持在40亿元以上,比行业第二多出两倍,"但最近两年他们也意识到危机,希望做一些改变去接触年轻用户,比如换包装,但效果不好。"

尽管椰树牌椰汁依然占据优势,但仍面临国际品牌渗透的竞争压力。如美国品牌维他可可(Vita Coco)椰子水,已经在电商和便利店等渠道上市,对中国消费者具有不小的吸引力。

该企业负责人表示,面对当前饮料行业整体增长乏力、快消品处于下滑的严峻形势,椰树集团今年的发展愿景是争取销量不下滑,并少中争多。

酒水维权服务站

所有您遇到的有关酒水问题,我们将为您解忧。欢迎广大消费者提供酒水行业相关线索。有效举报,可获精美礼品或现金奖励。

热线电话:15266162222
邮箱:277287797@qq.com
QQ:277287797
来信:枣庄市市中区文化中路61号枣庄日报社酒水部。

新闻·维权·举报

社址:枣庄市文化中路61号 邮政编码:277102 电话:(0632)3319804 印刷:本报印刷厂 广告经营许可证:枣工商广字第05001号 广告部电话:3316016 本报自办发行 订阅者请到当地发行站 发行部电话:3310562