

白酒上市公司股价陷入集体狂欢

在靓丽的财报数据和此起彼伏的涨价声中,白酒行业迎来了近四年来最温暖的春天。在资本市场,白酒上市公司的股价陷入集体狂欢,以贵州茅台为首的白酒股一路上涨,频频创出历史新高。

茅台股价上涨3.06%

春节过后,A股持续出现“喝酒”行情,截至2月20日收盘,贵州茅台报361.29元/股,上涨3.06%。“白酒一哥”股价再度创下历史新高。自去年国庆节开始,白酒消费进入旺季,贵州茅台股价也噌噌上涨。记者统计发现,茅台股价不到五个月涨幅超过21%。

贵州茅台股价的一路狂奔得益于白酒行业的集体复苏,这也给茅台带来了丰厚的业绩回报。历经三年多的深度调整,白酒行业终于在2016年迎来了较为明显的复苏,经销商的信心也得以提振,整个行业又焕发出一片生机勃勃的景象。招商证券指出,高端白酒绝大多数销量集中在二、线城市富裕和中产阶级,过去一年多时间由于房价上涨,财富得以迅速增加,加之居民收入保持一定增长,潜在消费人群得以扩张。今年春节旺季将为全年打下坚实的基础,虽然下半年可能缺乏超预期的亮点,但储备可释放的报表业绩仍然丰厚。

白酒股集体上升

股价一路狂飙的还有其它白酒股。



2月20日,酿酒板块再次创出新高,水井坊再度领涨,股价创下了自2013年来的新高22.6元/股;五粮液、泸州老窖股价也在当天相继创出新高。19家白酒上市公司中,除老白干停牌外,18家白酒股股价上涨,水井坊、五粮液、伊力特涨幅在6%以上。

分析人士指出,白酒的销量上涨和

中高端产品价格的一路上涨使得白酒行业的回暖变得可期。平安证券研报指出,茅台、五粮液打开了次高端白酒价格天花板,带动行业重回涨价潮。

而互联网极速发展也拓展了白酒行业的销售渠道和人群。日前,苏酒集团宣布其与酒类电商酒仙网在去年打造的互联网定制白酒“洋河特曲”从新品首发

至今年2月,单品销售额近亿元,酒仙网全渠道销售量突破100万瓶,相当于小型酒厂一年的产量。酒仙网董事长郝鸿峰透露,酒仙网和洋河将在今年联合发力,将“洋河特曲”单品销量冲刺300万瓶。

涨价潮还在继续

自去年刮起的白酒行业涨价潮蔓延到今年。农历春节,茅台酒终端价格一度逼近1300元/瓶,相比此前淡季时的千元价格,涨价幅度接近四成。在上调了商超渠道部分产品市场价后,2月16日,五粮液公司宣布对部分五粮液品牌产品出厂价进行上调。其中,500ml的52度五粮液1618出厂价调整到769元/瓶,500ml的52度交杯牌五粮液出厂价调整到829元/瓶,新的出厂价格将从2月16日开始执行。山西杏花村汾酒则宣布对公司限量产品“头锅原浆汾酒”的价格上调。

分析人士指出,白酒价格上涨并非孤案,大宗商品价格回升导致工业领域产品价格加速上涨,并逐渐传导至消费端,使得今年以来调味品、中药材、白酒、旅游等大消费行业龙头上市公司掀起了新一轮提价高潮,相关概念股的股价也在近期走强。(人民网)

行业信息

2020年我国主要农产品总体合格率将超97%

严格实施从农田到餐桌全链条监管、主要农产品质量安全监测总体合格率将达97%以上、制修订不少于300项食品安全国家标准……国务院近日印发《“十三五”国家食品安全规划》指出,我国将针对食品安全领域的突出风险注重源头治理、全程控制、风险管理、社会共治,护航“舌尖上的安全”。

源头治理是确保食品安全底线的重要一环。“十二五”时期,全国食品安全形势稳定向好,但仍存在农业生产环境污染、农业投入品使用不当等源头污染问题。对此,《规划》指出要使治理关口前移、进行源头把控,到2020年使农业源头污染得到有效治理,主要农产品质量安全监测总体合格率达97%以上。

目前,我国食品安全标准基础研究滞后、科学性和实用性有待提高。《规划》指出,要加快食品安全标准与国际接轨,建立最严谨的食品安全标准体系,制修订不少于300项食品安全国家标准,加快生

产经营卫生规范、检验方法等标准制定。食品安全“潜规则”如何破解?“十三五”期间,我国将在严厉处罚违法违规方面发力。《规划》强调,要整治食品安全突出隐患及行业共性问题。重点治理超范围、超限量使用食品添加剂、使用工业明胶生产食品、使用工业酒精生产酒类食品等“潜规则”问题,并提出整合食品安全监管、稽查、检查队伍,建立以检查为统领,集风险防范、案件调查、行政处罚、案件移送于一体的工作体系。

监管网络铺得广、织得密,食品安全才能落得实、有保障。《规划》明确实施全链条监管,严格保健食品、婴幼儿配方乳粉等特殊食品监管,严格网格化监管,做到“定格、定岗、定员、定责”,到“十三五”末,县、乡级100%完成食品安全网格划定。

《规划》还强调要提升技术支撑能力,提升风险监测和风险评估能力,加快建立职业化检查员队伍,做到专业监管。(新华网)

企业动态

东来顺亮相2017泰国“欢乐春节—行走的年夜饭”活动

本报讯 崔岚 为弘扬中国优秀饮食文化,传播健康中国饮食理念,展现中国餐饮文化魅力,增进中、泰两国文化交流,由中国文化部主办、世界中餐业联合会承办的2017泰国“欢乐春节—行走的年夜饭”活动日前在泰国首都曼谷隆重举行。东来顺作为中国百年老字号餐饮企业代表,共派出8名大师组成精英团队,随世界中餐业联合会参与此次文化交流活动。

据悉,为确保活动正常进行,东来顺团队提前3天赴泰国进行活动筹备工作。在到达当地后,团队克服了加工厨房条件简陋、原材料与国内差异较大、

现场售卖场地杂乱、制作加工设备不完善、人手不足以及气候炎热等困难,在活动正式开始后大家统一身着印有中国国旗的厨师服,团结一致,精诚合作。在中华美食节活动现场,东来顺展示了艾窝窝、驴打滚、奶油炸糕等多种中华传统美食,活动现场气氛热烈,前来品尝东来顺美食的泰国民众和各国游客络绎不绝,而且吸引了众多国内外政府领导莅临东来顺展位品尝美食,纷纷称赞东来顺美食美味绝伦。活动期间,泰国国家电视台现场直播了东来顺厨艺表演,泰国副总理塔纳萨在中国驻泰大使宁赋魁的陪同下来到东

来顺展位前驻足欣赏抻面表演及品尝美食,对东来顺的美食赞不绝口。随后的几天,东来顺团队先后接待了美国驻泰国大使及中国驻泰国陈参赞,受到领导们的纷纷赞扬,展示了东来顺厨师的风采。此外,东来顺代表团领队李京涛赴泰国王宫,向诗琳通公主赠送了代表东来顺特色的火锅。

今年的泰国春节文化活动,是泰国继2004年首次举办春节文化活动以来的第14届。每年都有王室成员、文化部领导、两国民众和中泰多家媒体及我国国内各大演出团队齐聚一堂,共贺新春佳节。

达能去年销售额同比增长2.9%

本报讯 日前,达能披露了2016年全年业绩,销售额和利润率均表现稳健,每股经常性收益同比大幅增长达9.3%。达能首席执行官范易谋表示,去年达能的业绩表现稳健,但同时也面临了诸多挑战,包括欧洲乳制品市场较为缓慢的复苏以及主要市场的波动,这些不利情况都需要公司提升自身能力,以抓住消费机遇并提高效率。达能合并报表显示,2016年

的销售额达到219.44亿欧元,同比增长2.9%。报表显示的销售额减少2.1%,其中汇率变化与合并报表范围变化分别使销售额下降5.5%和增长0.6%。报表还显示,继2015年取得了0.6%的增长后,2016年达能鲜乳制品业务销售额同比增长2.0%。

此外,达能的饮用水和饮料业务销售额同比增长2.9%。不考虑中国地区,该业务整体表现为同比

增长在5%~10%之间,这主要得益于消费者转向更健康的饮料产品趋势,以及公司持续关注品牌优化和创新,促进了该品类产品的强劲增长。在中国,脉动的销售额在四季度同比取得增长,但是受到市场转型中库存调整的影响,全年有所下降。达能预计这一转型在今年将持续,将继续通过有针对性的投资,致力于保护市场份额,确保未来增长,同时保护脉动的盈利能力。