

中国羊乳产业发展潜力巨大

第二届世界奶山羊产业发展大会21日在我国“奶山羊之乡”——陕西省富平县召开。来自国内外的专家学者等600余人参加大会。记者从会上获悉,今年以来,国内各大乳业集团纷纷申请注册婴幼儿配方羊奶产品,投资发展羊乳产业,宣告中国奶业正式进入牛羊并举的新时代。

本次大会由西北农林科技大学、陕西省乳品工业协会、国际奶山羊协会主办。西北农林科技大学党委书记李兴旺在开幕式致辞中说,陕西省奶山羊饲养量共有200多万只,每年羊奶产量达50多万吨,排名全国第一。陕西得天独厚的地理位置和气候条件,为从事奶山羊饲养和科学研究提供了独特的优势。西北农林科技大学从上世纪



纪30年代建校开始,就一直从事奶山羊的研究和推广工作,取得一系列重要成果。近年来,西北农林科技大学主动面向区域羊乳产业发展科技需求,大力提升自主创新能力,带动农民增收

100多亿元。

国际奶山羊协会主席、陕西省奶山羊产业技术创新体系首席科学家曹斌云说,富平县奶山羊养殖历史悠久,奶山羊存栏量、产奶量和加工量均居全国各

奶山羊县之首,是全国最大的奶山羊基地县。该县1987年就被国务院命名为“奶山羊之乡”。

近30年来,为加快奶山羊技术推广,西北农林科技大学曹斌云教授团队集成创新了“功能实验室研发+实体场站技术培训示范+互联网羊产业用户技术精准配送”的推广新模式,破解科学养羊技术进场入户最后一公里的技术推广的难题。集成创新了奶山羊产业转型升级的10大技术,创建了奶山羊产业促进乡村振兴和产业精准扶贫的“451”新模式,其中“4”是指组建由当地政府、科技专家、龙头企业、贫困村户四方紧密结合为一体的精准扶贫团队;“5”是指5项具体帮扶措施:即深入贫困村户找准穷因、因户施策定措施、因人施教教技术、配送种羊

抓改良、建立奶站保收奶;“1”是指通过实施帮扶措施,确保贫困户养殖奶山羊年人均纯收入在10000元以上。通过推广“451”的奶山羊产业精准扶贫新模式,初步实现了贫困户养殖奶山羊技术有专家教,改良有种羊,羊病有专家指导防治,生产羊奶有企业收购,产业精准扶贫有实效的目标。

曹斌云说,目前尽管羊乳仅占到中国乳品消费市场的5%左右,奶山羊的规模化养殖还处于起步阶段,但羊乳产业发展潜力巨大。据业内专家估算,未来10年中国乳业市场的开发潜力在6000亿元左右,羊乳产业的市场开发潜力在2000亿元以上,而目前还不到200亿元,市场开发潜力很大。

(人民日报)

半年报预喜 一线酒企发展势头强劲

随着两家上市公司半年业绩预告披露接近尾声,各行业上市公司纷纷晒出2018年上半年的成绩单。

Wind数据显示,截至8月1日,92家食品饮料上市公司中已有42家披露预告。经梳理,其中26家上市公司预告类型为增长,占已公布半年度业绩预告的公司数量比例达61.9%,2家公司实现扭亏,整个板块业绩出现大面积飘红。

而作为食品饮料行业中比重最大的子板块,白酒行业发展趋势最受各方关注。

15家净利润预计增50%以上

42家已发布2018年半年报预告的食品饮料上市公司中,预告净利润最大变动幅度超过50%的达到15家,其中老白干酒和舍得酒业预计2018年上半年净利润翻倍,同比增长最高分别为208%、188%。

对于2018年上半年净利润大幅增长,老白干酒解释称,首先,2018年上半年主营业务收入增长,毛利率增加,费用率下降,导致利润增加;其次,公司2018年4月完成了对丰联酒业的收购并进行报表合并,带来了利润增加;此外,

上半年公司出售深南种猪分公司,资产处置使得收益增加。

而舍得酒业则表示,2018年上半年,公司大力推进营销改革,积极进行产品梳理和渠道变革,市场不断拓展,产品销售收入增加,导致经营性利润增加;此外,报告期内,公司转让江油厂区土地使用权,预计非经常性损益对净利润的影响为3850万元左右。

几家欢喜几家愁,在已披露半年报业绩预告的食品饮料上市公司中有6家公司预计亏损。分别是香飘飘、中葡股份、*ST皇台、深深宝A(深深宝B)、皇氏集团、兰州黄河。

分析人士表示,从已公布的半年报业绩预告来看,作为食品饮料行业中比重最大的子板块,白酒上市公司发展势头良好,大都保持持续增长态势,尤其是品牌知名度高的一线白酒企业。

一线酒企发展势头强劲

一线酒企方面,今年二季度销售同样延续2018年一季度的良好势头。以白酒行业的领头羊为例,8月1日,贵州茅台发布2018年半年报称,2018年上半年,公司实现营业收入333.97亿元,

同比增长38.06%;实现归属于上市公司股东的净利润157.64亿元,同比增长40.12%。其中,第二季度主营收入159.31亿元,同比增长46.4%,归属于上市公司股东的净利润72.57亿元,同比增长41.53%。

贵州茅台表示,上半年公司较好地平衡了供需矛盾,维护了市场平衡,茅台酒市场反应总体符合预期,酱香系列酒持续稳中向好,整体发生了可喜变化。从长远看,坚持科学统筹、分类施策,扎实推进项目建设,在“补齐短板、增强后劲、提高实力”上取得了新的进展和突破。

中信建投研报显示,整体来看,一方面,未来白酒行业仍将在长时间内保持集中度提升的趋势,名优酒企未来优势显著。另一方面,随着行业景气度的不断延续以及中产阶级的崛起,高端、次高端仍是行业内最具发展的价格带。

国海证券研报显示,整体来看食品饮料上市公司盈利状况良好,未来,白酒企业的景气度或持续。二季度是白酒行业的传统淡季,而一季报决定了全年的增长中枢,白酒企业的基本面无忧。

(新华网)

■ 资讯

西安饮食上半年亏损205.19万元

西安饮食8月21日发布2018年半年报显示,2018年1-6月实现营业收入2.54亿元,同比增长1.08%。归属于上市公司股东的净利润-205.19万元,同比下降88.18%。从具体营收数据来看,餐饮服务收入1.67亿元、商品收入1378万元、客房收入889.24万元、其他收入3691.7万元,客房收入和商品收入分别同期减少7.15%和5.25%。

同时,西安饮食预计2018年1-9月归属上市公司股东的净利润-420万至-310万元,同比变动-5.38%至22.22%。西安饮食表示,预计年初至下一报告期期末的累计净利润可能为亏损的原因,主要系继续受国家宏观经济环境、政策以及公司转型调整等因素的影响,导致公司净利润发生亏损。

据了解,西安饮食的主要业务为餐饮服务和工业化食品生产及销售。该公司目前是西北地区最大的餐饮企业,拥有西安饭庄、同盛祥饭庄、老孙家饭庄、德发长酒店、西安烤鸭店、永宁国际美术馆、大业食品公司等15家分公司、15家子公司,且多为具有百年历史的“中华老字号”品牌。

但从近几年的营收数据来看,西安饮食自2013年以来,已经连续五年扣非亏损。虽然公司多次提出转型,但从营收上来看效果并不明显。并且,西安饮食实控人也发生多次变更,从最早的西安市国有资产管理局到后来的西安市财政局、西安市国资委和西安旅游集团,以及前不久发布公告称,实控人即将变更为西安曲江新区管理委员会,也都未解决公司近几年的经营“难题”。

近两年,老字号餐饮转型备受关注,但相比一些体制更加灵活的餐饮企业,老字号餐饮企业的转型速度明显较慢,但餐饮市场的竞争却在不断加剧,这也是包括西安饮食在内的老字号餐饮企业共同面临的挑战。

(北京商报)

加强线上布局 华润雪花进一步拓展渠道

在“6·18”合作取得不错业绩后,华润雪花正式牵手京东展开战略合作。记者获悉,日前华润雪花啤酒(中国)有限公司(以下简称“华润雪花”)已完成与京东的战略合作协议签署,双方将在品牌共建、资源共享、大数据、供应链等方面进行深度合作。目前华润雪花啤酒占据的市场份额约为26.9%。在此基础上,今年华润雪花将结合新零售,不断加大线上销售市场份额。华润雪花表示,这将是未来产品销售的重要增长点。

记者获悉,接下来京东和华润集团将分别从企业层面给予华润雪花重点

资源倾斜,试水文化内容营销、无界零售等方式。从产品角度,华润雪花与京东将合作开发联名款产品,并依托大数据研发满足不同消费者需求的定制产品,构建全渠道智慧零售系统。物流方面双方亦有望推进信息化建设合作。北京商报记者尝试就华润雪花接下来的战略规划等与华润雪花方面进行沟通,但截至发稿,尚未取得联系。

值得关注的是,这并不是华润雪花首次拓展渠道。2017年至今,华润雪花先后与美食节目、摩拜单车等进行合作,并高调进行泛娱乐化营销,不仅邀请流量明星

出席发布会、担任新品勇闯天涯形象代言人,还斥资2亿元冠名网络选秀。

华润雪花啤酒(中国)有限公司总经理侯孝海表示,当前中国啤酒市场已进入新竞争时代,华润雪花将转为大品牌组合群战略。在超高端市场将聚焦高价值品牌战略,而非单一的雪花啤酒推广。

业内专家表示,随着啤酒行业消费升级,雪花啤酒将战略重心转移至品牌价值打造。不论是与B端联合进行产品升级和形象推广还是加强与C端的沟通宣传,华润雪花近几年来从未停下“大组合”战略布局。

(中经网)