

雪球访谈

消费旺季来袭！食品饮料迎来布局良机了吗？

2022年09月15日

雪球

聪明的投资者都在这里

免责声明

本报告由系统自动生成。所有信息和内容均来源于雪球用户的讨论，雪球不对信息和内容的准确性、完整性作保证，也不保证相关雪球用户拥有所发表内容的版权。报告采纳的雪球用户可能在本报告发出后对本报告所引用之内容做出变更。

雪球提倡但不强制用户披露其交易活动。报告中引用的相关雪球用户可能持有本报告中提到的公司所发行的证券并进行交易，也可能与这些公司或相关利益方发生关系，雪球对此并不承担核实义务。

本报告的观点、结论和建议不构成投资者在投资、法律、会计或税务等方面的任何操作建议。投资者应自主作出投资决策并自行承担投资风险，根据本报告做出的任何决策与雪球和相关雪球用户无关。

股市有风险，入市需谨慎。

版权声明

除非另有声明，本报告采用知识共享“署名 3.0 未本地化版本”许可协议进行许可（访问 <http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/deed.zh> 查看该许可协议）。



访谈嘉宾



滇南王

访谈简介

消费旺季的双节刚过，白酒市场虽地区和品牌分化明显，但整体好于此前市场的悲观判断，呈现稳健向好趋势，除疫情影响比较大的四川地区外，山东、河南、江苏、安徽等地中秋动销均较正常，其中安徽山东等地同比仍有增长，江苏湖南地区预计有双位数增长，河南地区去年有疫情和水灾影响，基数较低，今年表现也好于去年。

不过上周食品饮料跌幅1.44%，跑输上证综指（2.37%）3.82个百分点。成都、深圳、武汉等多地散发疫情导致市场情绪较悲观，目前消费需求仍旧较为疲软，市场信心不足。但安信证券认为白酒中秋平稳向好、啤酒8月仍有可观销量，大众品8月环比也在持续改善，需求正在稳步复苏，整个板块呈现弱复苏但强趋势的状态。

在投资策略方面，国海证券认为，在整体消费意愿较低迷的情况下，部分板块及龙头个股已充分反映悲观预期，目前已回归至较低的估值水平，建议关注底部布局机会。例如随疫情影响减弱后业绩边际改善，长期成长势头较足，估值回归合理区间的个股；成本下降后的利润弹性较大的相关个股以及未来有改善和业绩弹性的个股。

那么，你如何看待中秋消费旺季的消费情况？你认为食品饮料拐点什么时候会来？你会投资相关个股和基金吗？本期我们邀请到@滇南王做客雪球访谈，与大家共同讨论，快发起提问吧。

[\(进入雪球查看访谈\)](#)

本次访谈相关股票：易方达消费行业(F110022),汇添富中证主要消费ETF联接(F000248),汇添富消费行业混合(F000083),华安安信消费混合(F519002),富国消费主题混合(F519915),贵州茅台(SH600519),安琪酵母(SH600298),洽洽食品(SZ002557)

以下内容来自[雪球访谈](#)，想实时关注嘉宾动态?立即[下载雪球客户端](#)关注TA吧!

[问] 清川细流:

对@[滇南王](#)说: 伊利中报, 收入占比最大的液态奶增长不高, 是否意味着在液态奶这块市场趋于饱和? 进口常温奶价格也不贵, 对本土奶企是否有冲击?

[答] 滇南王:

牛奶, 一是生活必需品, 二还是有礼品属性, 也就是走亲访友, 大部分还是会带上一箱牛奶, 所以伊利液态奶增长不高, 主要原因是疫情影响, 加上成本增加, 至于市场, 看看人均消费量, 就知道还有很大空间的, 不管是消费品还是其他产品, 我首选支持国产产品, 未来大家更会支持国产产品, 这是一个消费趋势! [\\$伊利股份\(SH600887\)\\$](#) [\\$蒙牛乳业\(02319\)\\$](#) [\\$中国飞鹤\(06186\)\\$](#)

[问] 拙劣的赌徒:

对@[滇南王](#)说: 饮料新的品牌不断, 新的产品层出不穷, 似乎竞争极其激烈, 感觉这个行业不好干啊。

[答] 滇南王:

饮料行业, 其实是一个很成熟的行业, 你看看可口可乐, 霸占饮料龙头多少年了, 现在地位依然难撼动, 未来的饮料行业, 大的机会在细分行业, 做成细分龙头, 市场也是不小的! [\\$可口可乐\(KO\)\\$](#) [\\$东鹏饮料\(SH605499\)\\$](#) [\\$养元饮品\(SH603156\)\\$](#)

[问] 仲嘎辰暹:

对@[滇南王](#)说: 奶啤 市场前景怎么样? 分析一下

[答] 滇南王:

这种细分小市场, 没多大意思, 原因就是规模太小, 奶啤, 市场远不如牛奶和啤酒的市场的, 更没有白酒的市场大, 所以研究一个产品, 最关键的就是看整个市场规模, 水深鱼大这个基本的规律! [\\$伊利股份\(SH600887\)\\$](#) [\\$青岛啤酒\(SH600600\)\\$](#) [\\$贵州茅台\(SH600519\)\\$](#)

[问] 玩基idol:

对 @滇南王 说：消费凭借短期节假日很难有本质提升，终究还得看疫情恢复，老师觉得呢？

[答] 滇南王：

疫情三年了，该影响的企业已经影响了，而且很多企业已经有了应对措施，消费行业，未来五年十年依然机会很大，2020年疫情出现后，很多消费企业表现也非常好，现在就等着出现性价比非常好的机会，不管疫情有还是没有，日常的消费还是少不了，这是一个巨大的刚需市场！[\\$五粮液\(SZ000858\)\\$](#) [\\$泸州老窖\(SZ000568\)\\$](#) [\\$山西汾酒\(SH600809\)\\$](#)

[问] 小李小李不理你：

对 @滇南王 说：想问问大佬在大众消费品这有看好的个股吗？现在很多都在低位，是入局的好时候吗，谢谢～

[答] 滇南王：

大众消费品，是一个长期值得投资的赛道，目前也有很多低估的消费企业，只不过消费企业，都比较磨人，需要时间和耐心长期守候，疫情对消费冲击还是很明显的，但是从长期看，整体都是不错的机会，如果疫情放开，试想一下，会带来多少新的消费！[\\$口子窖\(SH603589\)\\$](#) [\\$顺鑫农业\(SZ000860\)\\$](#) [\\$洋河股份\(SZ002304\)\\$](#)

[问] 拙劣的赌徒：

对 @滇南王 说：感觉饮料行业里只有农夫山泉还不错，但是估值偏高，牛奶行业只有2个寡头不错，估值也不低，感觉没有好的下手对象啊，能否提供几个？

[答] 滇南王：

饮料行业，最大的特点都是液体的，如果按照这个角度，液体的饮料行业优秀的企业就很多了，农夫山泉矿泉水做的的确厉害，但是其净利润规模看，其实和白酒具体还是有差距的，同样的一瓶500毫升，农夫山泉几元，白酒都是几十上百，生意模式就存在本质的区别！[\\$农夫山泉\(09633\)\\$](#) [\\$古井贡酒\(SZ000596\)\\$](#) [\\$酒鬼](#)

酒(SZ000799)\$

[问] 天天向上aaaaab:

对 @滇南王 说: 请问和饮料, 啤酒, 奶粉相关的金属包装企业, 是否也和消费的投资逻辑差不多。看好吗?

[答] 滇南王:

这个问题问的好, 我给你举个例子, 一瓶3元的啤酒, 一个易拉罐, 最多就是一毛钱, 其实往往都是几分钱, 而且这个易拉罐还需要金属作为原材料, 易拉罐的制造企业, 就要从这一毛钱的收入中挤压利润, 但是如果是啤酒企业, 剩下的几元都是啤酒企业的, 你觉得谁的利润空间更大? 就拿红牛来说, 一个红牛易拉罐最多5毛, 但是一罐红牛就是6元, 你说是易拉罐企业挣的多, 还是红牛挣的多? 明白这个道理, 就会明白产业链不同位置商业模式的差别! \$奥瑞金(SZ002701)\$ \$燕京啤酒(SZ000729)\$ \$燕京啤酒(SZ000729)\$

[问] Gbay:

对@滇南王 说: 白云山的王老吉饮料和欢乐家的椰子汁, 可以分析吗?

[答] 滇南王:

王老吉这产品, 一年净利润12亿左右, 这个利润, 剔除白酒企业, 其实还是很多的, 大家去看看食品行业, 净利润能超过10亿的没有几家, 就连酱油老二中炬高新也没做到10亿净利润, 椰子汁, 在我影响中常喝的另外一家企业的, 不是欢乐家的, 这企业我也在跟踪研究中! 同样的是饮料企业, 一家十亿净利润和一家2亿净利润, 还是有差距的! \$白云山(SH600332)\$ \$欢乐家(SZ300997)\$ \$中炬高新(SH600872)\$

[问] xiiz:

对@滇南王 说: 牛奶, 矿泉水---食品替代饮料, 可乐冰红茶属于娱乐饮料, 东鹏红牛脉动是功能饮料-----我想问的是, 饮料如果细分的话, 哪些细分方法可以找到更具性价比的标的公司?

[答] 滇南王：

找性价比高的一家企业，是一种方法，前段时间我研究中，发现一家企业，有功能饮料乐虎，有植物奶豆本豆，还有凉茶和其正，是不是都是很熟悉的企业，这企业就是达利食品，真正牛的企业，其实很多产品线布局都是很领先的，比如伊利，现在做矿泉水，如果做起来后，也是农夫山泉的一个大竞争对手！[\\$达利食品\(03799\)\\$](#) [\\$伊利股份\(SH600887\)\\$](#) [\\$农夫山泉\(09633\)\\$](#)

[问] 随波and逐流：

对 @滇南王 说：大王好，鸡尾酒怎么看？据说现在定位很尴尬，喝啤酒的觉得是饮料，喝饮料的觉得他是酒类，感觉市场基本是年轻人尤其是女性，有没有机会像中年人群体拓展市场呢？

[答] 滇南王：

鸡尾酒，目前市场龙头就是百润股份，未来三年，估计也不会出现大的对手，啤酒目前被青岛啤酒和雪花啤酒垄断，低度酒，其实规模不大，喝一年，还不如春节一吨白酒的市场！分析行业，感性是可以的，最终还是只能行业数据来说话！[\\$百润股份\(SZ002568\)\\$](#) [\\$青岛啤酒\(SH600600\)\\$](#) [\\$华润啤酒\(00291\)\\$](#)

[问] 托洛茨基爱吃啥：

对 @滇南王 说：饮用水行业呢？细分领域天然矿泉水呢？

[答] 滇南王：

水这个行业，几个巨头其实已经把市场占据了差不多了，农夫山泉、娃哈哈、康师傅，谁不是响当当的企业，一般小企业很难起来的，要起来的，只要类似伊利矿泉水这种，占据巨大渠道优势！说便宜，谁有康师傅便宜，消费行业，越常见的产品，其实稳定性越大！[\\$康师傅控股\(00322\)\\$](#) [\\$农夫山泉\(09633\)\\$](#) [\\$伊利股份\(SH600887\)\\$](#)

[问] 最绿的韭菜啊：

对@滇南王说：啤酒、白酒、黄酒等市场会怎样，下调近两个月，最近几天呈现上涨态势，不知未来一段时间会怎样

[答] 滇南王：

酒类三大市场，最大的是白酒，其实啤酒，然后是黄酒，黄酒也是一个很有实力的产品，而且古越龙山和会稽山几十亿的规模，如果以后真做起来，空间也是很大的！酒类企业，我觉得是老祖宗给我们留下的宝，以股权投资思想，才会取得可观的收益！\$古越龙山(SH600059)\$ \$会稽山(SH601579)\$ \$金种子酒(SH600199)\$

[问] 开Tank的贝塔CC：

对@滇南王说：地方乳企是否会逐步蚕食伊利的市场，这次中秋回家，楼下开了一家天润乳业，我爸妈说小区的都买那个喝，我爸以前不喝酸奶，现在天天喝说上瘾得很。1、可见地方乳企在巩固了自己半径市场后，充分利用冷链和目前交通快速发展，逐步也向外扩张，我家是重庆一个区县，都覆盖到这个地方了。

2、年轻人都比较喜欢新鲜事物，总喜欢尝试一下，如果味道还不错体验感好，将会形成消费习惯，现在小乳企很多，像天润、皇城、什么小西牛等等，我自己都很喜欢，虽然我持有伊利的股票。

请问，这会对伊利和蒙牛这种大型乳业形成逐步蚕食吗？

[答] 滇南王：

牛奶和其他行业不一样，不然一家地方性白酒企业，依靠地方资源，就可以过的很滋润，但是牛奶如果只在一个地区，其实运营成本很高的，这点看看光明乳业就明白，行业三巨头之一，现在净利润也突破不了10亿，原因就是无法异地扩张，牛奶扩张，不仅仅要渠道，更是奶源，所以牛奶企业，基本两种，一种就是地方性的，一种就是全国性的！如果你是消费者，你去到北京上海，依然还是只会选伊利蒙牛这种大品牌，小企业不会选的！\$伊利股份(SH600887)\$ \$蒙牛乳业(02319)\$ \$光明乳业(SH600597)\$

[问] 顺乎自然：

对 @滇南王 说：惠泉啤酒现在的估值高低请予解答，谢谢。

[答] 滇南王：

惠泉啤酒，是燕京啤酒下的一个啤酒企业，这种企业，我觉得没必要上市，都是同一个行业，而且啤酒行业也是属于难扩展的行业，我喜欢的是全国性龙头！\$惠泉啤酒(SH600573)\$ \$燕京啤酒(SZ000729)\$ \$青岛啤酒(SH600600)\$

[问] 会飞的胖der：

对 @滇南王 说：请问一下，从长远来看，国内人口级数的下降对于食品饮料的影响有多大？是否会造成一段时间内这方面消费的低迷情况？

[答] 滇南王：

人口数下降，其实这个一个比较容易误导投资者的数据，原因就是真正决定食品消费的，不是总人口，而是城市人口，目前看城市人口是不断流入的，比如生活在农村，喝的水是家里面的井水，吃的肉是自己家养的，米面也是自己家的，这种消费对食品消费很少的，真正在城市里面，喝水要出钱，吃饭要出钱，城市的人群的消费才是最值得研究的！\$金龙鱼(SZ300999)\$ \$海天味业(SH603288)\$ \$千禾味业(SH603027)\$

[问] 仲嘎辰暹：

对 @滇南王 说：红酒行业呢？这几年一直都在底部

[答] 滇南王：

红酒行业，守住张裕就行了，他是红酒行业的霸主，只不过红酒这个行业，受国外的红酒冲击比较大，如果未来行业有机会，少不了张裕，目前张裕也是上市红酒企业中获利的企业，在这种困难的情况下取得这种业绩，本来就是一种实力的体现！\$张裕A(SZ000869)\$ \$张裕B(SZ200869)\$

[问] 洛红神茶：

对 @滇南王 说：南王，酒鬼酒的内参系列的表现是否是酒鬼酒拐点的出现？

[答] 滇南王：

酒鬼酒，中粮入股后，企业已经进入正轨，后面就等着产能慢慢释放，剩下的就看消费者的接受程度和市场的反馈，内参是酒鬼酒做的比较好的产品，也是未来业绩的支柱！\$酒鬼酒(SZ000799)\$ \$舍得酒业(SH600702)\$ \$古井贡酒(SZ000596)\$

[问] F小访客：

对 @滇南王 说：老师 您好 对于消费是非常好的资产，但是一直高估 不好入手，其他行业又不好说？咋入手呢？

[答] 滇南王：

最好的方法，就是从日常生活消费中入手，你每年消费些什么企业，消费了多少，然后列出一个单子，再从消费单子上去找未来会重复消费的企业，然后等待其合适的价格布局就行！吃喝日常那么多消费，构建很多巨大的细分市场，未来的空间也是巨大的！\$双汇发展(SZ000895)\$ \$涪陵榨菜(SZ002507)\$ \$洽洽食品(SZ002557)\$

(完)

以上内容来自[雪球访谈](#)，想实时关注嘉宾动态?立即[下载雪球客户端](#)关注TA吧!

没别的
就是比人聪明



雪球

聪明的投资者都在这里