

业绩披露在即，调味品行业上市公司业绩增幅明显——

“五味调和” 攻守兼备

经济日报·中国经济网记者 于 涵

财富视线

调味品行业是餐饮业的上游板块，近年来一直保持着量价齐升的增长态势，在食品饮料行业子板块中景气度较高。调味品又属于刚需消费品，即便经济不景气，整体市场需求也不会有大幅波动。这个小产业还有更大的市场空间等待着企业去开拓、去探索

春节前夕，超市里瓶瓶罐罐调味品又开始促销了。与此同时，食品行业也迎来了“年货行情”，近20个交易日，申万食品行业板块累积上涨超过12%。

从个股业绩来看，千禾味业发布的业绩预告显示，2018年度公司实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润与上年同期相比，将增加1561.64万元到2863.01万元，同比增长12%到22%。中炬高新公布的2018年业绩快报也显示，公司实现营业总收入41.67亿元，同比增长15.46%；实现归属母公司的净利润6.07亿元，同比增长33.83%。

调味品行业龙头企业海天味业还未披露2018年业绩，但从招商证券调研和已披露数据来看，其主营业务收入实现两位数增长，业绩保持稳定增长是板上钉钉的事了。

高毛利率“护城河”

调味品行业是餐饮业的上游板块，近年来一直保持着量价齐升的增长态势，在食品饮料行业子板块中景气度较高。调味品又属于刚需消费品，即便经济不景气，整体市场需求也不会有大幅波动。

从近几年公开的财务数据可以看出，海天味业、中炬高新和千禾味业的综合毛利率均超过40%。其中，酱油单品的毛利率也超过了30%。

多位食品行业分析师都曾在研报中提出，较高的毛利率对调味品企业的利润增长有直接的推动作用。国联证券在2018年的一份研报中就指出，通过阶段性调价、调整产能等手段，调味品的龙头企业毛利率仍有进一步上升的空间。

以恒顺醋业为例，公司曾在2006年、2010年、2014年和2016年先后对产品提价，平均间隔为2年至3年。这种持续提价策略，一方面显示行业龙头企业对产品的定价权，另一方面对提升企业利润，保持较高的毛利率起到了重要作用。

产品知名度广、消费者认可度高，产品好卖，经销商可薄利多销。正是在这样的良性循环之中，调味品企业不断攻城略地，抢占市场。

在毛利率稳步提升的同时，调味品企业的另一个着力点就是拓展渠道，提升产品的销量和市场占有率。调味品的销售渠道中，餐饮渠道占比接近50%，其次是家庭消费和食品加工。

海天味业渠道覆盖较广。截至2017年底，海天的经销渠道已覆盖96%的地级市及50%的县级市场，其中餐饮渠道占比70%。在完成这样的渠道覆盖之后，海天已经开始谋划下沉至三四线城市及县乡市场，进一步拓展销售空间。

东兴证券对中炬高新的调研报告也显示，2018年公司经销商预计

小产业有大市场

龙头企业海天味业也好，资本市场求之不得的老大妈也罢，尽管它们已经在行业内占据了举足轻重的位置，也有着相当的定价权，但是在整个行业中依然不能实现一家独大。

海天味业生产的酱油、蚝油在超市货架上随处可见，但是这家企业生产的酱油在市场中占有率也不足10%。但在酱油消费量同样巨大的日本，龙头企业的市场占有率达到40%以上。



30%。

同样是

醋业龙

头的恒

顺醋业，

主营产

品香醋和陈

醋在市

场中的

份额还不

足7%。

招 商

证券在研报

中写道，调

味品企业多

是地方

性企业，这

方面与调味品的种类

繁杂有关，另

一方面，即便同

样生产酱油、

醋、辣酱，南

北方的口味也

有很大差异，

更别说南北

方各自独有的

调味产品了。

这些差异，

一方面给了龙

头企业拓展新产

品的空间。

例如，海天在广

东等地推出

了柱候酱；另一

个方面本地调味品企

业也可以结合当地

市场需求拥有自

己的一席之地。

特别需要提出

的是，近年来复

合调味料市

场已经呈现出快

速的增长态势。

有市场研究机构

预计，复合调味

料市场2016年以

来的复合增长

率在30%至40%

之间。红烧肉调

料、水煮鱼调

料包……这些即

买即用的调味料

满足不少上班族

和年轻人的需求。

随着中餐行业

越来越重视标

准化和口感，

业内人士预计，

复合调味品市

场还将迎来持

续的增长。

在2019年初商

业调研报告中，

无论是对老牌的海

辨清金融产品营销术

□ 吉 新

财眼看市

春

节

前

后

，不

少

人

陆

续

拿

到

数

额

不

菲

的

年

终

奖

。除

了

购

置

年

货

性

“买

买

卖

，也

有

人

想

在

投

资

领

域

有

所

获

收

。股

票

、基

金

、理

财

、黄

金

、P

P

……如

今

的

投

资

市

上

，丰

富

产

品

异

常

丰

富

产

品

异

常

丰

富

产

品

异

常

丰

富

产

品

异

常

丰

富

产

品

异

常

丰

富

产

品

异