

2017年第3期

中国饮料加工行业研究月报

2017年3月5日发布

Beijing Unbank Technology Co.,Ltd.

www.unbank.info



北京银联信科技股份有限公司

Beijing Unbank Technology Co.,Ltd.



目录

I 宏观经济	5
一、本月宏观经济运行及影响	5
(一) 中国制造业经理采购指数	5
(二) 工业生产者价格变动情况	7
(三) 居民消费价格变动情况	9
(四) 进出口情况分析	11
二、财政货币政策	13
(一) 财政政策	13
(二) 货币政策	16
II 行业相关政策事件分析	18
一、行业相关政策简评	18
(一) 上线“三同”企业一年内需加贴 HACCP/GAP 标识	18
(二) 十三五食品安全规划：制修订不少于 300 项食品安全国家标准	19
二、行业重点事件	20
(一) 可口可乐河南再投近亿元加码瓶装水市场创造中国速度	20
(二) 大连海升果业低温冷榨工艺创新品	22
(三) “香飘飘”首次进军美国市场	22
(四) 国际瓶装水协会 IBWA 发布用水实践指南文件	24
III 行业运行数据分析	25
一、饮料产销量情况	25
(一) 2016 年饮料行业忧中见喜	25
(二) 紧盯国外华人消费者王老吉国际收入接近 10 亿元	25
二、饮料加工行业运行分析	26
(一) 康师傅拿下阿华田大胆尝试含乳饮料	26
(二) 休宁投资 1 亿元拟建年产 20 万吨矿泉水生产线	27
(三) 百事可乐推出“下一代饮料”	28
IV 行业上下游产业链运行分析	29
一、上游行业运行及其对食品饮料产业的影响分析	29
(一) 国内小麦价格走势	29
(二) 国内稻谷价格走势	29
二、下游行业运行及其对食品饮料产业的影响分析	30
(一) 2017 年 1 月份居民消费价格同比上涨 2.5%	30
(二) 白酒地位遭撼动进口葡萄酒销量直追白酒	31
V 行业运行风险分析	33
一、行业龙头红牛陷争议功能饮料混战升级	33



二、高果糖饮料易导致“三高”	33
VI 银行产品创新与融资动向	34
一、农业银行积极服务农业供给侧结构性改革	34
二、食品饮料：从物质匮乏到丰裕观念变迁催生投资助机会	35
VII 行业信贷机会风险分析	37



图表目录

图表 1：中国制造业采购经理指数（PMI）经季节调整	5
图表 2：中国非制造业商务活动指数（经季节调整）	6
图表 3：2017 年 1 月工业生产者出厂价格涨跌幅走势	7
图表 4：2017 年 1 月工业生产者购进价格涨跌幅走势	8
图表 5：2017 年 1 月全国居民消费价格涨跌幅	9
图表 6：2017 年 3 月全国饮料加工产业目标区域市场指引	37

I 宏观经济

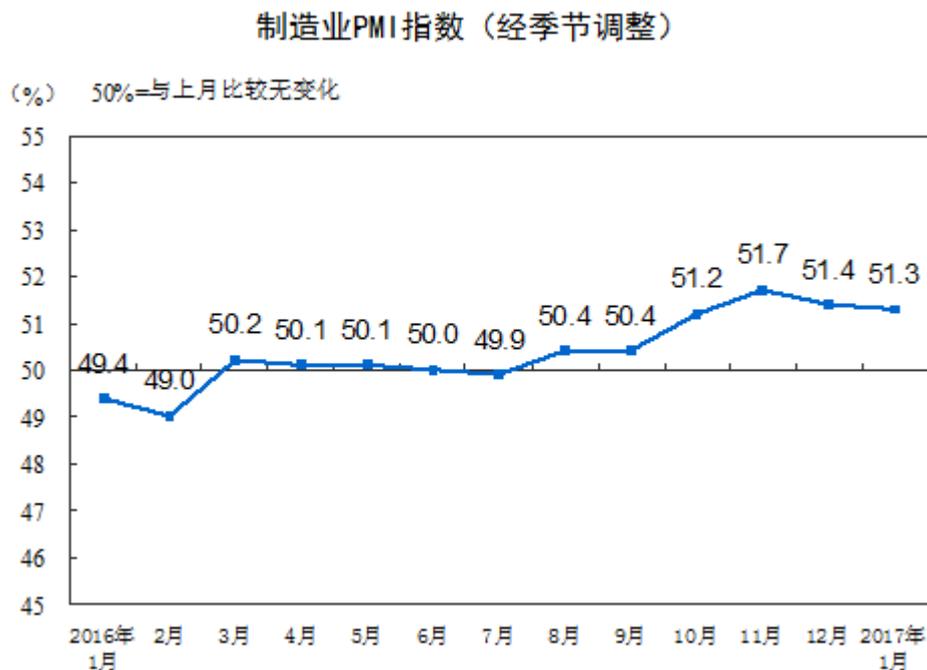
一、本月宏观经济运行及影响

(一) 中国制造业经理采购指数

1、2017 年 1 月中国制造业商务活动指数

2017 年 1 月份，中国制造业采购经理指数（PMI）为 51.3%，比上月微落 0.1 个百分点，延续平稳扩张态势。

图表1：中国制造业采购经理指数（PMI）经季节调整



数据来源：中国政府网银联信

分企业规模看，大型企业 PMI 为 52.7%，比上月回落 0.5 个百分点，继续高于临界点；中型企业 PMI 为 50.8%，高于上月 1.2 个百分点，升至临界点以上；小型企业 PMI 为 46.4%，比上月下降 0.8 个百分点，仍位于收缩区间。

从分类指数看，在构成制造业 PMI 的 5 个分类指数中，生产指数和新订单指数高于临界点，从业人员指数、原材料库存指数和供应商配送时间指数低于临界点。

生产指数为 53.1%，比上月回落 0.2 个百分点，高于临界点，表明制造业生产继续保持增长，增速略有减缓。

新订单指数为 52.8%，低于上月 0.4 个百分点，保持在临界点之上，表明制造业市场需求增幅有所收窄。

从业人员指数为 49.2%，比上月回升 0.3 个百分点，但仍处于收缩区间，表明制造业企业用工量有所减少，但降幅收窄。

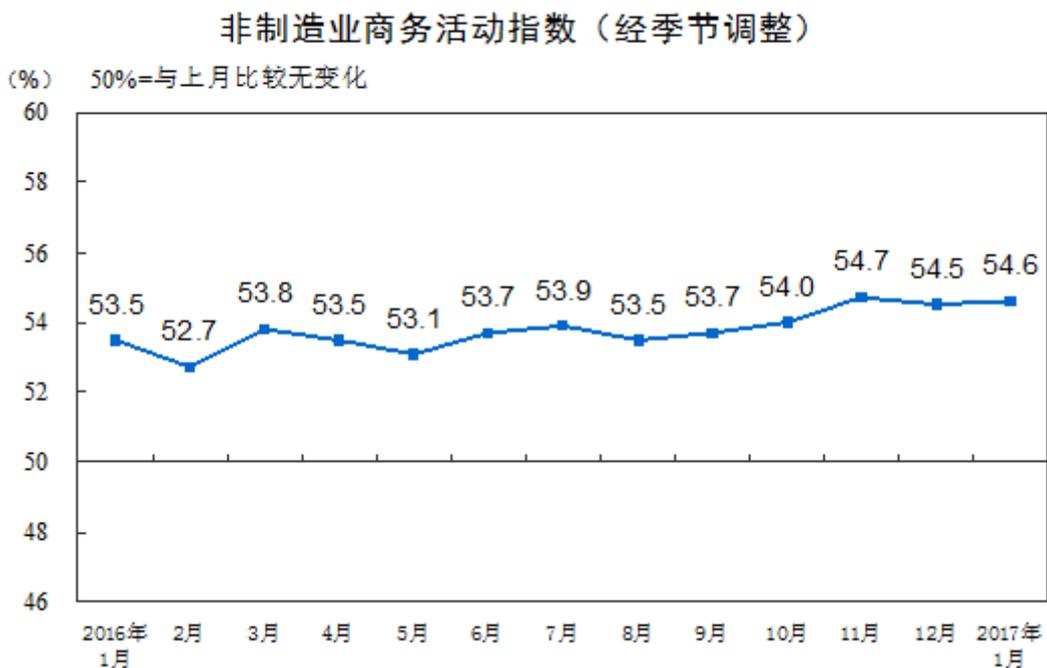
原材料库存指数为 48.0%，与上月持平，低于临界点，表明制造业主要原材料库存量继续减少。

供应商配送时间指数为 49.8%，比上月下降 0.2 个百分点，落至临界点以下，表明制造业原材料供应商交货时间略有放慢。

2. 2017 年 1 月中国非制造业商务活动指数

2017 年 1 月份，中国非制造业商务活动指数为 54.6%，比上月微升 0.1 个百分点，继续保持稳中向好增长势头。

图表2：中国非制造业商务活动指数（经季节调整）



数据来源：中国政府网银联信

分行业看，服务业商务活动指数为 53.5%，比上月上升 0.3 个百分点，服务业增速有所加快。其中批发业、铁路运输业、航空运输业、邮政业、住宿业、电信广播电视和卫星传输服务、互联网及软件信息技术服务业、货币金融服务、保险业、租赁及商务服务业等行业商务活动指数均位于 55.0% 以上的较高景气区

间。道路运输业、餐饮业、资本市场服务、房地产业、居民服务及修理业等行业商务活动指数位于收缩区间，业务总量有所回落。建筑业商务活动指数为 61.1%，虽比上月回落 0.8 个百分点，但仍连续 5 个月保持在 60.0% 以上的高位景气区间。

新订单指数为 51.3%，比上月回落 0.8 个百分点，高于临界点，表明非制造业市场需求增速有所放缓。分行业看，服务业新订单指数为 50.3%，比上月回落 0.6 个百分点，继续位于临界点以上。建筑业新订单指数为 57.1%，比上月回落 2.1 个百分点，仍位于较高景气区间。

投入品价格指数为 55.1%，比上月回落 1.1 个百分点，继续位于扩张区间，表明非制造业企业用于生产运营的投入品价格总体水平持续上升，但升幅有所收窄。分行业看，服务业投入品价格指数为 54.9%，与上月持平。建筑业投入品价格指数为 56.5%，比上月回落 7.0 个百分点。

销售价格指数为 51.0%，低于上月 0.9 个百分点，仍高于临界点，表明非制造业销售价格总体水平继续上涨，但涨幅有所回落。分行业看，服务业销售价格指数为 50.6%，比上月回落 0.8 个百分点。建筑业销售价格指数为 52.9%，比上月回落 1.7 个百分点。

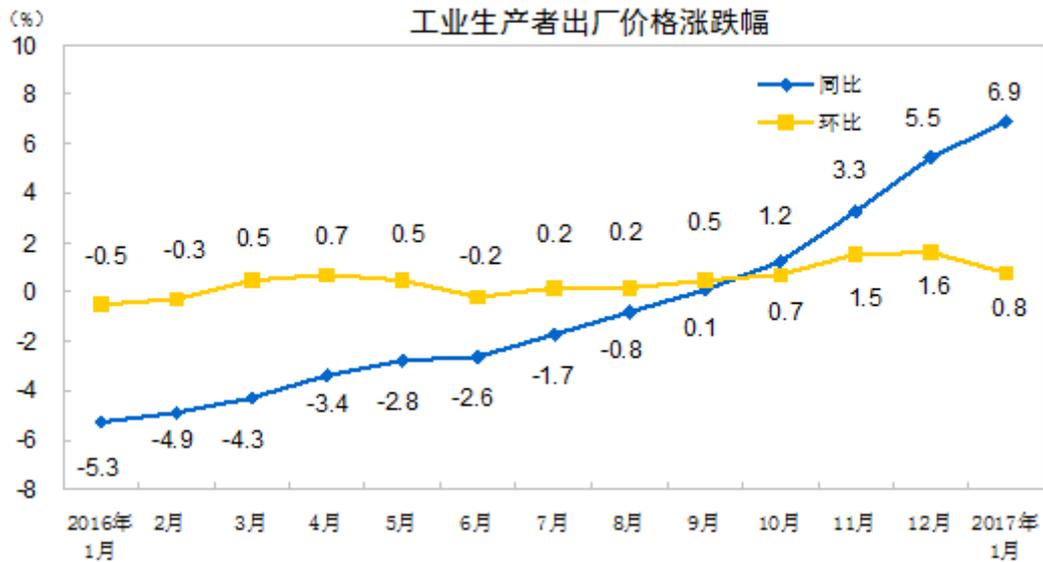
从业人员指数为 49.8%，比上月下降 0.2 个百分点，落至临界点以下，表明非制造业企业用工量有所减少。分行业看，服务业从业人员指数为 48.6%，比上月下降 0.5 个百分点。建筑业从业人员指数为 56.2%，比上月上升 1.3 个百分点。

业务活动预期指数为 58.9%，虽比上月回落 0.6 个百分点，但仍位于高位景气区间。

（二）工业生产者价格变动情况

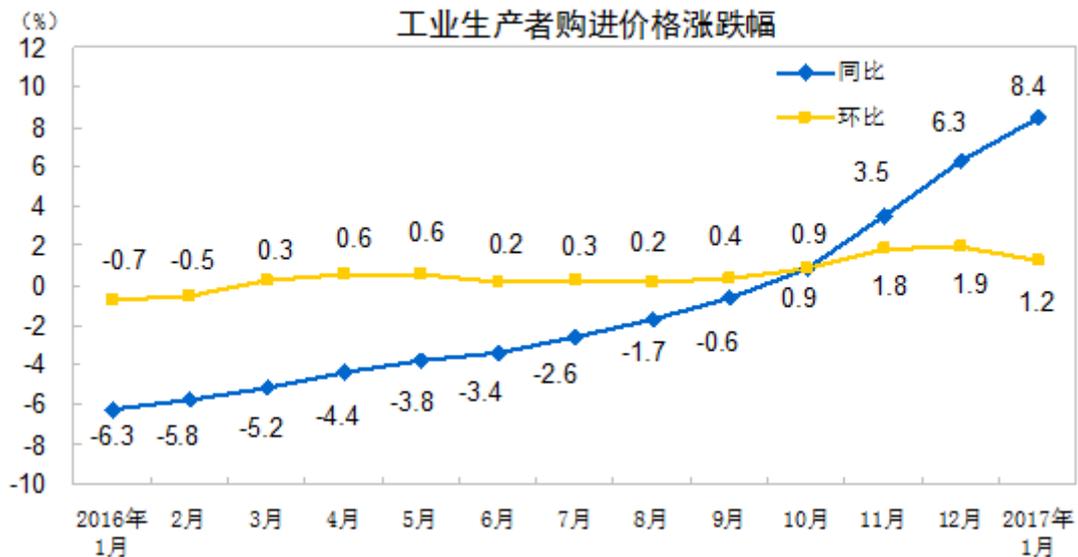
2017 年 1 月份，全国工业生产者出厂价格同比上涨 6.9%，环比上涨 0.8%。工业生产者购进价格同比上涨 8.4%，环比上涨 1.2%。

图表3：2017年1月工业生产者出厂价格涨跌幅走势
单位：%



数据来源：国家统计局银联信

图表4：2017年1月工业生产者购进价格涨跌幅走势
单位：%



数据来源：国家统计局银联信

1. 工业生产者价格同比变动情况

工业生产者出厂价格中，生产资料价格同比上涨 9.1%，影响全国工业生产者出厂价格总水平上涨约 6.7 个百分点。其中，采掘工业价格上涨 31.0%，原材料工业价格上涨 12.9%，加工工业价格上涨 5.9%。生活资料价格同比上涨 0.8%，影响全国工业生产者出厂价格总水平上涨约 0.2 个百分点。其中，食品价格上涨 1.3%，衣着价格上涨 1.1%，一般日用品价格上涨 1.5%，耐用消费品价格下降 0.6%。

据测算，在 1 月份 6.9% 的全国工业生产者出厂价格总水平同比涨幅中，去年价格变动的翘尾因素约为 6.1 个百分点，新涨价因素约为 0.8 个百分点。

工业生产者购进价格中，黑色金属材料类价格同比上涨 18.9%，有色金属材料及电线类价格上涨 15.8%，燃料动力类价格上涨 14.7%，化工原料类价格上涨 8.1%。

2. 工业生产者价格环比变动情况

工业生产者出厂价格中，生产资料价格环比上涨 1.1%，影响全国工业生产者出厂价格总水平上涨约 0.8 个百分点。其中，采掘工业价格上涨 3.5%，原材料工业价格上涨 1.7%，加工工业价格上涨 0.6%。生活资料价格环比上涨 0.2%。其中，食品价格上涨 0.3%，衣着价格持平（涨跌幅度为 0），一般日用品价格上涨 0.4%，耐用消费品价格上涨 0.1%。

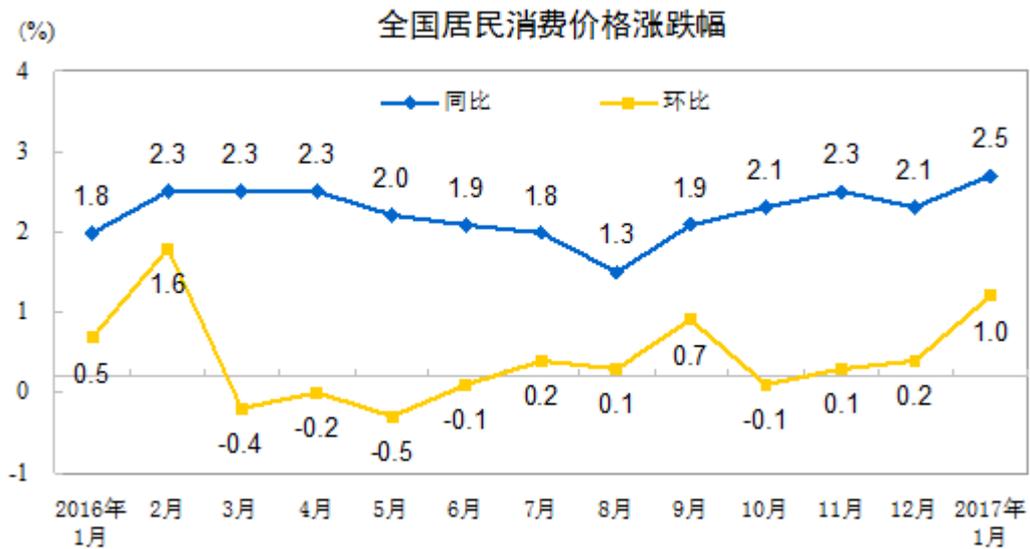
工业生产者购进价格中，黑色金属材料类价格环比上涨 2.2%，燃料动力类价格上涨 2.1%，化工原料类价格上涨 2.0%，有色金属材料及电线类价格上涨 0.4%。

（三）居民消费价格变动情况

2017 年 1 月份，全国居民消费价格总水平同比上涨 2.5%。其中，城市上涨 2.6%，农村上涨 2.2%；食品价格上涨 2.7%，非食品价格上涨 2.5%；消费品价格上涨 2.2%，服务价格上涨 3.2%。

1 月份，全国居民消费价格总水平环比上涨 1.0%。其中，城市上涨 1.0%，农村上涨 0.9%；食品价格上涨 2.3%，非食品价格上涨 0.7%；消费品价格上涨 1.0%，服务价格上涨 1.0%。

图表5：2017年1月全国居民消费价格涨跌幅
单位：%



数据来源：国家统计局银联信

1. 各类商品及服务价格同比变动情况

1 月份，食品烟酒价格同比上涨 2.5%，影响 CPI 同比上涨约 0.75 个百分点。其中，水产品价格上涨 6.4%，影响 CPI 上涨约 0.11 个百分点；畜肉类价格上涨 5.7%，影响 CPI 上涨约 0.27 个百分点（猪肉价格上涨 7.1%，影响 CPI 上涨约 0.19 个百分点）；鲜果价格上涨 4.8%，影响 CPI 上涨约 0.08 个百分点；鲜菜价格上涨 1.6%，影响 CPI 上涨约 0.05 个百分点；粮食价格上涨 1.2%，影响 CPI 上涨约 0.03 个百分点；蛋价格下降 9.1%，影响 CPI 下降约 0.06 个百分点。

1 月份，其他七大类价格同比均有所上涨。其中，医疗保健、其他用品和服务、教育文化和娱乐、居住、交通和通信、衣着、生活用品及服务价格分别上涨 5.0%、4.8%、3.3%、2.3%、2.3%、1.1%和 0.6%。

据测算，在 1 月份 2.5%的居民消费价格总水平同比涨幅中，去年价格上涨的翘尾因素约为 1.5 个百分点，新涨价因素约为 1.0 个百分点。

2. 各类商品及服务价格环比变动情况

1 月份，食品烟酒价格环比上涨 1.7%，影响 CPI 环比上涨约 0.50 个百分点。其中，鲜菜价格上涨 6.2%，影响 CPI 上涨约 0.16 个百分点；鲜果价格上涨 5.7%，影响 CPI 上涨约 0.09 个百分点；水产品价格上涨 4.4%，影响 CPI 上涨约 0.08 个百分点；畜肉类价格上涨 2.4%，影响 CPI 上涨约 0.11 个百分点（猪肉价格上涨 3.4%，影响 CPI 上涨约 0.09 个百分点）；蛋价格下降 1.7%，影响 CPI 下降约 0.01 个百分点。



1 月份，其他七大类价格环比六涨一降。其中，教育文化和娱乐、其他用品和服务、交通和通信、医疗保健、居住、生活用品及服务价格分别上涨 1.6%、1.5%、1.4%、0.6%、0.3%和 0.3%；衣着价格下降 0.4%。

（四）进出口情况分析

据海关统计，2017 年 1 月，我国进出口总值 2.18 万亿元人民币，比去年同期（下同）增长 19.6%。其中，出口 1.27 万亿元，增长 15.9%；进口 9111.7 亿元，增长 25.2%；贸易顺差 3545.3 亿元，收窄 2.7%。

1 月，我国外贸进出口主要呈现以下特点：

1、一般贸易进出口比重有所提升。1 月份，我国一般贸易进出口 1.25 万亿元，增长 19.9%，占我外贸总值的 57.3%，较去年同期上升 0.1 个百分点。其中出口 7084.8 亿元，增长 12.7%，占出口总值的 56%；进口 5387.7 亿元，增长 30.8%，占进口总值的 59.1%；一般贸易项下顺差 1697.1 亿元，收窄 21.7%。同期，我国加工贸易进出口 5861.3 亿元，增长 11.6%，占我外贸总值的 26.9%，比去年同期回落 1.9 个百分点。其中出口 3908.2 亿元，增长 14.6%，占出口总值的 30.9%；进口 1953.1 亿元，增长 5.9%，占进口总值的 21.4%；加工贸易项下顺差 1955.1 亿元，扩大 24.8%。

此外，我国以海关特殊监管方式进出口 2344 亿元，增长 33.4%，占我外贸总值的 10.8%。其中出口 737.7 亿元，增长 12.1%，占出口总值的 5.8%；进口 1606.3 亿元，增长 46.2%，占进口总值的 17.6%。

2、对欧美日东盟等市场进出口增长。1 月份，欧盟为我国第一大贸易伙伴，中欧贸易总值 3255.6 亿元，增长 14.1%，占我外贸总值的 15%。其中，我对欧盟出口 2116.4 亿元，增长 13.6%；自欧盟进口 1139.2 亿元，增长 15.2%；对欧贸易顺差 977.2 亿元，扩大 11.8%。美国为我国第二大贸易伙伴，中美贸易总值为 3200.7 亿元，增长 21.9%，占我外贸总值的 14.7%。其中，我对美国出口 2339.8 亿元，增长 17.2%；自美国进口 860.9 亿元，增长 36.7%；对美贸易顺差 1478.9 亿元，扩大 8.2%。

1 月份，东盟为我国第三大贸易伙伴，与东盟贸易总值为 2668.4 亿元，增长 18.8%，占我外贸总值的 12.3%。其中，我对东盟出口 1546.4 亿元，增长 13.7%；自东盟进口 1122 亿元，增长 26.6%；对东盟贸易顺差 424.4 亿元，收窄 10.4%。日本为我国第四大贸易伙伴，中日贸易总值为 1550.3 亿元，增长 18.4%，占我外贸总值的 7.1%。其中，对日本出口 849.3 亿元，增长 18%；自日本进口 701 亿元，增长 18.8%；对日贸易顺差 148.3 亿元，扩大 14.4%。



3、民营企业进出口比重提升，外商投资企业和国有企业进出口均增长。1 月份，民营企业进出口 8617.4 亿元，增长 21.3%，占我外贸总值的 39.6%，较去年同期提升 0.6 个百分点。其中，出口 6123.8 亿元，增长 18.9%，占出口总值的 48.4%；进口 2493.6 亿元，增长 27.9%，占进口总值的 27.4%。同期，外商投资企业进出口 9155.7 亿元，增长 13%，占我外贸总值的 42.1%。其中，出口 5112.2 亿元，增长 11.8%，占出口总值的 40.4%；进口 4043.5 亿元，增长 14.5%，占进口总值的 44.4%。

此外，国有企业进出口 3928.5 亿元，增长 36.7%，占我外贸总值的 18%。其中，出口 1411.1 亿元，增长 19.1%，占出口总值的 11.1%；进口 2517.4 亿元，增长 48.9%，占进口总值的 27.6%。

4、机电产品、纺织服装等传统劳动密集型产品出口增长。1 月份，我国机电产品出口 7095.7 亿元，增长 16.6%，占出口总值的 56.1%。其中，电器及电子产品出口 3028.7 亿元，增长 12.5%；机械设备 1978.9 亿元，增长 14.4%。同期，服装出口 992.7 亿元，增长 9.5%；纺织品 664.1 亿元，增长 11.2%；鞋类 357.9 亿元，增长 16.8%；家具 324.5 亿元，增长 4.1%；塑料制品 233.6 亿元，增长 20.5%；箱包 174.9 亿元，增长 22.1%；玩具 121.1 亿元，增长 53.4%；上述 7 大类劳动密集型产品合计出口 2868.8 亿元，增长 13%，占出口总值的 22.7%。此外，肥料出口 121 万吨，减少 51.3%；钢材 742 万吨，减少 23.2%；汽车 7 万辆，增加 65.7%。

5、铁矿砂、原油、煤等主要大宗商品进口量价齐升。1 月份，我国进口铁矿砂 9200 万吨，增加 12%，进口均价为每吨 524.9 元，上涨 81.3%；原油 3403 万吨，增加 27.5%，进口均价为每吨 2644.4 元，上涨 46.7%；煤 2491 万吨，增加 64.4%，进口均价为每吨 650 元，上涨 1.1 倍；成品油 260 万吨，减少 2.2%，进口均价为每吨 3284.7 元，上涨 48.3%；初级形状的塑料 221 万吨，增加 10.2%，进口均价为每吨 1.12 万元，上涨 9.9%；钢材 109 万吨，增加 17.7%，进口均价为每吨 6853.6 元，上涨 0.8%；未锻轧铜及铜材 38 万吨，减少 12.7%，进口均价为每吨 4.26 万元，上涨 30.5%。

此外，机电产品进口 3884.1 亿元，增长 12.9%；其中汽车 8 万辆，增加 29.1%。

6、外贸出口先导指数回升。1 月，中国外贸出口先导指数为 39，较去年 12 月回升 1.6，初步判断 2017 年二季度初我国出口压力有望缓解。其中，根据网络问卷调查数据显示，当月，我国出口经理人指数为 41.5，较上月回升 2.1；新增

出口订单指数、经理人信心指数分别回升 2、3.7 至 43.9、47.2，出口企业综合成本指数回落 1.1 至 22.8。

二、财政货币政策

（一）财政政策

面对严峻复杂的国内外环境，我国以推进供给侧结构性改革为主线，有效实施积极财政政策。2016 年，采取了减税降费、合理扩大财政支出规模等措施，促进了经济社会平稳健康发展。

2017 年，财政政策将继续从多方面发力，更加积极有效，促进经济运行保持在合理区间。

减税降费力度空前。实施积极财政政策的传统思路主要是扩大财政赤字、增加政府投资。国务院总理李克强多次强调，减税降费本身就是积极的财政政策。近年来，我国持续推进减税降费，在 2016 年力度更是空前加大，通过“放水养鱼”，激发市场主体的更大活力。

营改增这场“牵一发而动全身”的攻坚战最引人注目。从 2016 年 5 月 1 日起，我国全面推开营改增试点，将试点范围扩大到建筑业、房地产业、金融业、生活服务业，并将所有企业新增不动产所含增值税纳入抵扣范围。

新增试点行业全部实现总体税负只减不增的预期目标，全年降低企业税负超过 5000 亿元。

营改增除了为企业减负之外，对培育经济发展新动能有着重要的推动作用。由于消除了重复征税，有效降低了分工细化过程中的税收成本，促进专业化分工、拉长产业链，催生新技术、新产业、新业态、新商业模式，孕育了新动能、涵养了新税源。

我国还持续实施普遍性降费举措，合理降低企业负担。近年来，按照党中央、国务院关于推进收费清理改革的有关要求，财政部会同有关部门出台了一系列降费减负的政策措施，累计取消、停征、免征和减征了 496 项收费基金，每年减轻企业和个人负担超过 1500 亿元。

2016 年进一步加大收费基金清理和改革力度，取消、停征和整合新菜地开发建设基金等 7 项政府性基金；将免征教育费附加、地方教育附加、水利建设基金的范围，由现行月销售额或营业额不超过 3 万元扩大到 10 万元；将原只对小微企



业免征的 18 项行政事业性收费扩大到所有企业和个人。上述措施，每年减轻企业和个人负担约 270 亿元。

同时，目前收费名目较多、乱收费等问题依然突出，加重了企业负担。2017 年 2 月 8 日召开的国务院常务会议决定，进一步清理和规范涉企收费，持续为实体经济减负。

财政部部长肖捷在此前召开的全国财政工作会议上也表示，2017 年要继续落实和完善营改增等减税降费政策，研究出台新的减税措施；进一步清理规范基金和收费，再取消、调整和规范一批行政事业性收费项目；公开中央和各地收费目录清单。

财政支出更有“温度”。2016 年，我国合理扩大财政支出规模，促进经济稳定增长。“在财政收入增速放缓的情况下，扩大财政赤字规模，确保支出强度不减。”财政部有关负责人说，年初预算安排全国财政赤字 21800 亿元，比上年增加 5600 亿元，其中中央财政赤字 14000 亿元，地方财政赤字 7800 亿元，均比上年增加 2800 亿元；纳入政府性基金预算管理的专项债务规模也有所增加。

同时，调整优化支出结构，压缩一般性支出，有力地支持国家重大战略、重要改革、重点政策的落地和实施。中央基建投资预算安排 5000 亿元，集中用于交通、水利等关系经济社会发展全局的项目。

地方政府债务管理日趋规范，并扩大地方政府债务置换规模，降低利息成本约 4000 亿元。全面清理结余结转资金，积极盘活财政存量资金，加大资金统筹使用力度，提高资金使用效益。

财政部有关负责人还介绍，2016 年财政有力支持基本民生托底，促进社会事业发展。比如，落实更加积极的就业政策，鼓励企业吸纳就业困难人员；促进教育均衡发展，统一城乡义务教育学校生均公用经费基准定额，免除普通高中建档立卡等家庭经济困难学生学杂费，分类推进中等职业教育免除学杂费，等等。

以医疗卫生为例，2016 年，全国财政医疗卫生支出 13154 亿元，是医改启动前 2008 年 3182 亿元的 4.1 倍，比 2015 年增长 10%，比同期全国财政支出增幅 6.4%高出 3.6 个百分点，医疗卫生支出占财政支出的比重提高到 7%。

一系列“标准”的提高反映出民生的改善：全面实施机关事业单位养老保险制度，继续提高退休人员基本养老金标准，城乡居民基本医疗保险财政补助标准提高到每人每年 420 元，个人缴费标准相应提高到 150 元；城市公立医院改革试点扩大到 200 个城市，基本公共卫生服务项目年人均财政补助标准提高到 45 元。

2017 年，中央财政将进一步提高城乡居民基本医保人均补助标准，从人均补助 420 元提高到 450 元；统筹推进公共卫生等领域的改革，人均基本公共卫生服务经费补助标准从 45 元提高到 50 元。

2017 年，中央和地方财政要通过合理安排收入预算、全面盘活存量资金，确保财政支出强度不减且实际支出规模扩大。增加的支出，主要用于适度扩大有效需求，保障重点领域开支需要。

PPP 花钱少事办好。2016 年，积极财政政策还体现在支持落实“三去一降一补”，推动经济结构调整。比如，中央财政设立 2 年 1000 亿元工业企业结构调整专项奖补资金，并及时拨付，支持钢铁、煤炭行业化解过剩产能过程中职工分流安置。

此外，还大力推进棚户区改造和货币化安置，支持化解商品房库存。深化重要农产品收储制度改革，采取多种方式消化政策性粮棉油库存。明确债转股涉及的债权转让和核销政策，支持按市场化法治化方式积极稳妥降低企业杠杆率。加大补短板力度，大幅度增加财政专项扶贫资金投入，积极推进生态文明建设，加强对大众创业万众创新的支持，促进经济结构转型升级。

财政部有关负责人表示，2017 年将继续支持做好职工分流安置工作，按照各地安置职工进度及时拨付专项奖补资金，落实并完善相关支持政策；安排补助资金，支持中央企业处置“僵尸企业”。同时，将进一步优化中央基建投资存量支出结构，统筹用于解决人民群众普遍关心的突出问题。

在促进稳增长、调结构中，政府和社会资本合作模式（PPP）也扮演了重要角色，并在 2016 年迎来项目“落地年”。2016 年，财政部联合 19 部委推出第三批 516 个 PPP 示范项目，计划投资额 1.17 万亿元。联合 10 家金融机构设立 1800 亿元中国 PPP 基金，推动基金当年完成 517 亿元投资额度。

截至 2016 年底，全国 PPP 综合信息平台入库项目 11260 个，总投资 13.5 万亿元，签约进入执行阶段的项目 1351 个，总投资 2.2 万亿元，落地率 32%。

随着项目逐步落地，PPP 显现出良好的经济效益和社会效应，实现了“少花钱、多办事、办好事”的目标，开创了助力经济社会发展的新局面，一方面，激发市场发展活力，支持企业转型升级，有效拉动投资，发挥了积极的稳增长作用；另一方面，提升公共服务供给质量，在实现惠民生的同时，促进政府职能转变，提高公共管理水平。

2017 年，将继续大力推进 PPP 改革工作，在‘抓落地’和‘强规范’上下功夫，加强金融支持和引导，加大政策扶持力度，形成 PPP 项目加快落地态势，强化项目规范实施，推动实现我国公共服务供给质量和效率的整体跃升。

（二）货币政策

1、广义货币增长 11.3%，狭义货币增长 14.5%

1 月末，广义货币(M2)余额 157.59 万亿元，同比增长 11.3%，增速与上月末持平，比去年同期低 2.7 个百分点；狭义货币(M1)余额 47.25 万亿元，同比增长 14.5%，增速分别比上月末和去年同期低 6.9 个和 4.1 个百分点；流通中货币(M0)余额 8.66 万亿元，同比增长 19.4%。当月净投放现金 1.83 万亿元。

2、当月人民币贷款增加 2.03 万亿元，外币贷款增加 246 亿美元

1 月末，本外币贷款余额 114.19 万亿元，同比增长 12.1%。月末人民币贷款余额 108.64 万亿元，同比增长 12.6%，增速分别比上月末和去年同期低 0.9 个和 2.7 个百分点。当月人民币贷款增加 2.03 万亿元，同比少增 4751 亿元。分部门看，住户部门贷款增加 7521 亿元，其中，短期贷款增加 1229 亿元，中长期贷款增加 6293 亿元；非金融企业及机关团体贷款增加 1.56 万亿元，其中，短期贷款增加 4331 亿元，中长期贷款增加 1.52 万亿元，票据融资减少 4521 亿元；非银行业金融机构贷款减少 2799 亿元。月末外币贷款余额 8104 亿美元，同比下降 1.6%，当月外币贷款增加 246 亿美元。

3、当月人民币存款增加 1.48 万亿元，外币存款增加 133 亿美元

1 月末，本外币存款余额 157.05 万亿元，同比增长 10.6%。月末人民币存款余额 152.07 万亿元，同比增长 10.4%，增速分别比上月末和去年同期低 0.6 个和 2.1 个百分点。当月人民币存款增加 1.48 万亿元，同比少增 5635 亿元。其中，住户存款增加 3.13 万亿元，非金融企业存款减少 1.73 万亿元，财政性存款增加 4124 亿元，非银行业金融机构存款增加 1024 亿元。月末外币存款余额 7264 亿美元，同比增长 12.3%，当月外币存款增加 133 亿美元。

4、1 月份银行间人民币市场同业拆借月加权平均利率为 2.36%，质押式债券回购月加权平均利率为 2.48%

1 月份银行间人民币市场以拆借、现券和回购方式合计成交 47.79 万亿元，日均成交 2.52 万亿元，日均成交比去年同期下降 19.4%。其中，同业拆借日均成交同比上升 12.4%；现券日均成交同比下降 39.1%；质押式回购日均成交同比下降 16.9%。



当月同业拆借加权平均利率为 2.36%，比上月低 0.08 个百分点，比去年同期高 0.25 个百分点；质押式回购加权平均利率为 2.48%，比上月低 0.08 个百分点，比去年同期高 0.38 个百分点。

5、1 月份跨境贸易人民币结算业务发生 3224 亿元，直接投资人民币结算业务发生 667 亿元

1 月份，以人民币进行结算的跨境货物贸易、服务贸易及其他经常项目、对外直接投资、外商直接投资分别发生 2599 亿元、625 亿元、215 亿元、452 亿元。

II 行业相关政策事件分析

一、行业相关政策简评

（一）上线“三同”企业一年内需加贴 HACCP/GAP 标识

质检总局关于进一步规范和促进出口食品、农产品企业内外销“同线同标同质”的公告

为落实国家供给侧结构性改革，提高供给质量和效率，推进实施质量强国战略，促进消费品标准和质量提升，促进国内相关产业的转型升级，帮促出口企业统筹国内国外两个市场，促进境外消费回流，满足消费者个性化、多样化的消费需求，质检总局、国家认监委结合工作职责，联合有关部门，启动出口食品生产企业内外销“同线同标同质”（以下简称“三同”）工程，取得阶段性成果，为进一步规范和促进“三同”工作，现就有关事项公告如下：

1、“三同”食品农产品企业应满足条件

“同线同标同质”是指出口企业的内外销产品在同一生产线、按相同的标准生产，从而达到相同的质量水平。

“同线”是指出口和内销食品农产品在同一生产链条，就是相同的种养殖基地和生产加工线生产；“同标”是指出口企业的质量安全管理体系和生产加工过程达到出口和发达进口国（地区）技术法规和标准要求，产品标准（包括终产品和原辅料）达到发达进口国（地区）标准，如我国产品标准的具体指标更高更严，按我国标准执行，即产品标准遵循“就高不就低”的原则。

出口食品农产品生产企业符合以下三个条件，可证明符合“三同”的要求：一是具有出口食品企业备案（或出口种养殖基地/果园的备案/注册）资格，且有实际的出口业绩；二是企业自我声明按“三同”生产；三是出口食品生产企业获得危害分析与关键控制点（HACCP）认证，出口农产品种养殖基地/果园获得良好农业规范（GAP）认证，认证要求涵盖企业目标市场的技术法规和标准以及企业自我声明的要求。

2、出口食品农产品企业内外销“三同”信息公共服务平台

为帮助符合“三同”条件的食品、农产品生产企业对接国内市场，在市场供给端和需求端建立和传递信任，提高公共服务供给水平，同时不增加企业负担，

国家认监委组织建设了“出口食品企业内外销‘三同’信息公共服务平台（网址：<http://txtbtz.cnca.cn>，以下简称“信息服务平台”），向社会发布和公示“三同”企业和产品信息，以便“三同”信息自动校验和消费者查询。

登陆信息服务平台的食品农产品生产加工企业应于本公告发布之日起一年内，按照 HACCP、GAP 认证有关要求，在“三同”产品上加贴 HACCP、GAP 认证标识。

3、出口食品农产品企业内外销“三同”商务服务平台

欢迎商超、电商和其他线上线下相结合的综合性服务平台等，成为出口食品企业内外销“三同”商务平台（以下简称“交易服务平台”），为信息服务平台上线“三同”企业提供产品销售、品牌打造、渠道拓展、宣传推介、信用金融和消费者教育等服务。鼓励交易服务平台按照“政府指导，市场化运作”的原则为“三同”企业提供相关服务。鼓励交易服务平台积极与所在辖区检验检疫机构联系，接受检验检疫机构的指导，主动向政府监管部门反馈相关“三同”企业和产品的质量安全信息。鼓励交易服务平台通过“认证认可云桥”连接信息服务平台，实现“三同”数据自动校验，并向社会公示其服务内容、宣传标识使用等情况，接受社会监督。除正常的商业合作外，交易服务平台不得以“三同”工作的名义增加“三同”企业的负担。

4、“三同”宣传标识及使用

随着出口食品企业内外销“三同”工作的深入推进，社会各方认同度大幅提升。交易服务平台、“三同”企业、检验检疫机构、地方政府相关部门等普遍反映需要统一的“三同”宣传标识，用于“三同”工作和市场的宣传推广。经征求各方意见，发布“三同”宣传标识如下：

5、“三同”企业和产品的准确识别

消费者及相关方如希望准确了解相关企业和产品是否符合“三同”条件，可通过产品包装上出口企业备案编号、企业自我声明、HACCP 认证标志、GAP 认证标志等进行确认，或登陆国家认监委信息服务平台查询核实。

（二）十三五食品安全规划：制修订不少于 300 项食品安全国家标准

近日，国务院印发《“十三五”国家食品安全规划》（以下简称《规划》）。《规划》指出，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。

近日，国务院印发《“十三五”国家食品安全规划》（以下简称《规划》）。《规划》指出，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。

《规划》提出，加快制修订产业发展和监管急需的食品基础标准、产品标准、配套检验方法标准、生产经营卫生规范等。加快制修订重金属、农药残留、兽药残留等食品安全标准。密切跟踪国际标准发展更新情况，整合现有资源建立覆盖国际食品法典及有关发达国家食品安全标准、技术法规的数据库，开展国际食品安全标准比较研究。加强标准跟踪评价和宣传贯彻培训。鼓励食品生产企业制定严于食品安全国家标准、地方标准的企业标准，鼓励行业协会制定严于食品安全国家标准的团体标准。

《规划》并提出，依托现有资源，建立食品安全标准网上公开和查询平台，公布所有食品安全国家标准及其他相关标准。整合建设监测抽检数据库和食品毒理学数据库，提升标准基础研究水平。将形成技术标准作为组织实施相关科研项目的重要目标之一，并列入食品科研重要考核指标，相关成果可以作为专业技术资格评审依据。

二、行业重点事件

（一）可口可乐河南再投近亿元加码瓶装水市场创造中国速度

2 月 27 日，郑州太古可口可乐饮料有限公司（以下简称郑州太古）新水线正式出水。这条水线采用最新的互联网数据采集系统，并实现设备全自动化运行，生产供应可口可乐旗下纯悦及冰露两大水品牌的瓶装水。本次再投资，不仅彰显了可口可乐对中国及河南地区业务发展的信心，也预示着对瓶装水市场的运营加码。

从技术参数上看，这是世界上最先进的生产流水线之一。项目总投资 9000 万元，占地规模约 1600 平方米，年产能为 15 万吨，生产速度达 48000 瓶/时。

每小时生产 48000 瓶，每年生产量可供河南人 1 人 4 瓶

新水线在建设之初，就以中国制造业 2025 愿景之“智能工厂”为大目标推进，并做到了“生产线自动化、信息管理可视化、过程管理大数据化”3 大具体指标。这其中采用了最新互联网技术的“自动化数据采集系统”，能实现生产线信息的实时收集和远程监控，员工无论在任何时间和区域，都知晓生产线的整体

运转情况。同时，全部生产过程也被实时储存，方便生产过程追溯。第三，新设备用能效更高的永磁电机替代了普通线圈电机，每年就可以节约 14.18 万度电，按大部分家庭平均每月使用 300 度电来说，此次节能相当于一个家庭 39 年的用电量。一度燃煤电会产生 960g 的二氧化碳排放，所以，年度可节约二氧化碳 136 吨的排放。“

“作为世界级工厂的供应链，我们做到了在非常短的时间内，把业务需求转化为生产线的投资出水。整个项目从费用审批到正式投产历时 180 天，土建及设备安装调试周期 140 天，项目总进度比预计提前了 1.5 个月，创下了同类生产线太古中国区之最。这其中最主要的因素，就是离不开郑州这支高效‘供应链’团队的集体智慧和默契配合”

可口可乐的经典系列产品和传统销售渠道虽然都已深入人心，但随着社会的发展，消费者的口味、销售渠道购买需求也越来越多元。郑州太古从去年提出了“丰产品、增网络”的全新市场策略：新的品类，新的口味，新的包装，新的渠道，新的售卖机会点，都是未来长久发展的突破点。

盘点 2016 年郑州太古在非酒精市场的表现，除汽水，果汁市场份额依然居河南首位外，纯悦及冰露瓶装水的市场表现更是可圈可点，市场份额增长率令人惊叹。这个趋势与公司“汽水，果汁，水”三大品类支柱的运营策略高度相符。

“正如纯悦水的品牌定位‘信任之选’，新水线的持续投资，不仅为未来的发展注入了强心剂，也为郑州太古带来了更高的运营目标——我们将持续生产高品质的产品供应市场，持续改善为客户提供值得信赖的高品质服务、持续创新为消费者提供多品类多包装的多元化产品。相信我们永无止境的创新和发展，能‘赢’得更为长久的业务发展，为河南本地经济发展做出贡献。”郑州/漯河太古可口可乐董事及总经理徐永刚充满信心地谈到。

随着业务的不断发展和满足不同消费群体的多样化需求，郑州太古紧抓挑战和机遇，不断引进一流设备，更新工艺。从 2015 年就投资 8600 万，投建了当时最先进的吹-灌-旋一体汽水生产快线。2016 年再投资 1500 多万，升级改造现有拉罐线为“摩登罐”生产线，由之前单一的一种罐型升级为四种罐型。2017 年再追加投资 9000 万，投建了这条国际领先水平新水线。从三年近 2 亿元的持续性投资中不难看出，可口可乐在河南市场稳健的业务表现，及对未来可持续发展的信心。

作为可口可乐饮料（上海）有限公司在河南地区指定的生产和销售特许装瓶厂，郑州太古从 1996 年建厂，到如今深耕在豫 20 年，由 1 条生产线，扩大到如今的 9 条，由 10 几名员工发展到如今全省拥有 87 个销售单位的 2000 多名员工。相应取得的成绩也是可圈可点，共获得可口可乐系统中国区装瓶厂大奖 7 次，是获得装瓶厂大奖数量最多的装瓶厂。

（二）大连海升果业低温冷榨工艺创新品

近日，大连海升果业有限公司经多年潜心研究开发的低温冷榨黑果花楸汁产品正式下线，低温冷榨工艺最大限度地将黑果腺肋花楸果中的多酚类化合物等有效保健成分保存下来并保持了果实原汁原味。同时采用巴氏杀菌法与冷榨工艺结合将花楸果最原汁原味的醇正味道保存下来。此工艺是国内首家采用“冷榨+巴氏杀菌法”结合对黑果腺肋花楸进行果汁加工的技术。

黑果腺肋花楸，又名不老莓，野樱莓，属于蔷薇科植物，原产于北美东部和加拿大，自九十年代引入中国，先后引入 8 个品种，目前我国已拥有丰富的种植资源，在吉林、甘肃、辽宁、黑龙江等地区均有种植。果实属于浆果类，果实味道微涩、酸甜、球型，直径 6~8 毫米，且果皮紫黑，果肉暗红。研究发现，黑果花楸果实中富含维生素和黄酮类、花青素、酚酸类、甾醇类、萜类及其他成分，其中花青素含量最高。果汁中花青素和黄酮含量是香蕉的 1000~2000 倍，蔓越莓的 20~40 倍，蓝莓的 5 倍。黑果腺肋花楸中高浓度花色苷、咖啡酸及咖啡酸衍生物等多酚化合物都具有较强的抗氧化活性，其中矢车菊素 3-O-β-D-半乳糖苷是其主要的抗氧化成分，抗氧化活性也是蓝莓的 2.5 倍，蔓越莓的 9 倍以上。

近年来，国内主要对其功能性进行研究，在食品开发加工方面仍处于起步阶段。大连海升果业有限公司会同陕西海升果业有限公司的多名技术人员经多年研究、实验、论证，开发出黑果腺肋花楸的系列产品，随着人们健康理念的增强，以及果蔬汁加工技术的日趋成熟和设备进一步提升完善，开发黑果腺肋花楸果汁，既符合现代人健康养生理念，同时市场前景乐观，发展空间广阔。接下来该公司还将与大专院校及国内权威专家共同开发多样产品，满足不同人群的需求。

（三）“香飘飘”首次进军美国市场

隆冬时节，寒气凛冽。在浙江香飘飘食品股份有限公司里，却是另外一幅火热的景象，满载着奶茶集装箱的大货车一辆接一辆从库房驶出，清冷的空气中都

弥漫着一丝丝香甜的味道。1月18日，经浙江湖州检验检疫局检验合格，由浙江香飘飘食品股份有限公司（以下简称“香飘飘”）生产的2519箱杯装奶茶成功出口美国。这也是“香飘飘”自2012年获得出口食品备案资质以来，首次大批量出口。

作为目前国内大型奶茶专业制造商之一，“一年卖出10亿杯，连起来可绕地球3圈”的“香飘飘”近年来以其惊人的发展速度，一举抢占了国内市场60%的份额，创下了32亿元销售额的神话。然而一向志向远大的“香飘飘”，并不满足于国内市场的风生水起，转而把目光瞄准了地球村。

2012年10月，在湖州局的帮扶下，“香飘飘”获得出口食品备案资质，为开始“试水”海外市场取得了“通行证”。近年来，“香飘飘”根据国际市场需求情况，不断进行战略调整，最终选择美国这个全球第一经济体作为首次大批量出口的目标客户群体。“美国是世界上乳制品质量安全法律、法规和标准最为严苛的国家之一，一旦我们的产品成功挺进，将会为我们打开其他海外市场带来更大的自信和底气。”董事长蒋建琪娓娓道来。

由于是首次接触美国市场，企业对相关的进口国要求、法规标准等知之甚少。湖州局得知情况后，第一时间赶赴企业，免费为企业开展培训服务，重点抓好检验检疫法律法规、进口国要求、持续符合备案条件及出口报检流程等方面的培训。

美国是公认的世界乳品供应最安全的国家之一，其乳制品质量安全法律、法规和标准也是全球最为严苛的国家之一，美国标准要求含奶制品必须在标签中明确作出过敏源提示。“既然‘香飘飘’想要进军美国市场，那么我们就不能不打无准备的仗，抓紧收集相关国际预警和国外口岸通关流程信息，提升企业应对国际技术贸易壁垒的能力。”湖州局食检处处长徐立宇一声令下，检验检疫人员立刻行动起来。

为帮扶企业产品顺利出口美国，湖州局检验检疫人员深入车间一线，根据收集到的相关标准，与企业项目小组技术人员一起，有针对性地做好产品标签设计修改工作，并帮助企业逐步分析工艺，梳理加工过程的关键控制点，加强各个环节的质量管理。“按照计划，我们打算以后每月出口一个柜的奶茶量。等市场订单稳定后，我将亲自去美国考察当地市场，准备放手大干一场。”说起新年的设想，蒋建琪一脸的雄心壮志。“当然我们这次能成功打开美国市场的大门，多亏了检验检疫部门的指导和帮扶。”

自2005年开创杯装奶茶市场至今，“香飘飘”专注于杯装奶茶的创新升级和研发生产，为了迎合美国消费者需求，这次“香飘飘”特意进行了生产工艺提



升，将出口的奶茶口味微调、用勺子替换吸管等。

高质量、贴近市场的产品，必将会打开一片新的蓝海。让民族品牌国际化，让中国产品出现在美国各大连锁超市、便利店等终端销售渠道，并为更多的消费者所熟知、接受，这是蒋建琪勾勒出的发展蓝图，也是检验检疫部门需要为之努力的方向！

（四）国际瓶装水协会 IBWA 发布用水实践指南文件

为促进水资源的管理以及可持续性，国际瓶装水协会（IBWA）日前发布用水实践指南文件。

指南文件有助瓶装水生产企业更好的开展环境保护工作。国际瓶装水协会表示，一直以来，瓶装水企业严格执行用水管理，较好的保护了水资源，国际瓶装水协会将一些企业的先进做法在实践指南文件中予以分享，为瓶装水企业提供一个全面的水资源管理框架。

III 行业运行数据分析

一、饮料产销量情况

（一）2016 年饮料行业忧中见喜

2016 年，国家整体经济形势缓中有升，饮料行业也呈现趋稳回升的态势，在全体饮料人的不懈努力下，最终实现饮料产量 1.83 亿吨，比上年同期增长 3.87% 的业绩。

从分品种的情况来看，包装饮用水增速在各品类中一枝独秀，达 7.9%；碳酸饮料产量继续呈下降趋势，比去年同期下降 2.35%，这已经是连续两年负增长；果蔬汁类及其饮料止跌回升，比去年同期微增 0.77%，此前已连续两年负增长。

从各品种占饮料总产量的比重来看，呈现多消一长的态势。包装饮用水在连续多年的增长形势下，2016 年占比达到 51.56%，首次突破 50%；碳酸饮料占比 9.55%，首次跌破 10%；果蔬汁类及其饮料占比 13.11%，其他各类饮料合计占比 25.78%。

效益方面，饮料行业主营业务收入超过 6400 亿元，同比增长 4.43%，行业利润出现下降。

总体而言，饮料行业 2016 年在低谷中维持了增长的势头，期待在 2017 年广大饮料企业能通过自身变革，开拓创新，以做“家人喜欢的饮料”为目标，努力走出饮料产品“更营养、更多元”的新路子，共迎行业春天的到来！

（二）紧盯国外华人消费者王老吉国际收入接近 10 亿元

2 月 15 日，2017《财富》全球论坛与其战略合作伙伴广药集团的签约仪式在广州举行，会上广药集团提出将王老吉凉茶、白云山饮用矿泉水作为《财富》全球论坛官方凉茶和饮用水，并宣布了王老吉的国际化战略。

广药集团与《财富》论坛合作是该公司国际化战略的一部分。具体而言，通过与《财富》杂志合作可以借助财富集团的影响力加快广药集团国际化战略的实施，让广药集团旗下产品王老吉凉茶和白云山饮用水尽早走出去。

对于为何布局国际化，广药集团大健康产业有限公司副总经理赵敏在会上介绍说，宏观环境方面，国际经济一体化趋势日益紧密，为很多跨国公司提供了机遇，其海外业务和本土业务的比例越来越高，这也是王老吉未来发展的方向。此外，在“一带一路”的政策背景下，我国企业也有更多国际化的契机。

此前，在国际化方面王老吉已经做了一些布局。广药集团总经理陈矛表示，2015年王老吉相继在冬季、夏季达沃斯论坛上亮相，2016元旦期间，王老吉在纽约时代广场进行宣传。这些宣传策略的应用促使了王老吉国际化取得一定成效。

截至目前，王老吉凉茶已在包括北美、南美、欧洲、亚洲、澳洲在内的全球60个国家和地区进行了产品出口和商标注册，销售网点超过600万个，市场整体规模近300亿元。其中，国际市场销售规模接近10亿元。

而对于未来的国际化之路，赵敏表示，王老吉国际化的愿景是到2021年基本进入主流的华人市场，成为中国最大的健康饮品出口商，到2026年成为大健康领域的跨国企业，定位于中高端健康类饮料品牌。

目前王老吉在国际市场主要布局的渠道有华侨超市和华人中餐馆，面向的销售人群主要是在国外的华人。

而未来王老吉的国际化将分两步走，具体而言，王老吉国际化包括两个方面的业务布局，即凉茶饮料作为龙头先行，并考虑其它饮料产品的多元化发展，扩展方式包括综合贸易营销和当地直接设厂。而在凉茶文化上，王老吉将建立一系列的凉茶博物馆，除了国内的博物馆，王老吉将在全球设立56个博物馆来弘扬中国的凉茶文化。

二、饮料加工行业运行分析

（一）康师傅拿下阿华田大胆尝试含乳饮料

康师傅控股有限公司2月10日发布公告，宣布与阿华田（Ovaltine）母公司上海英联食品饮料有限公司（Associated British Foods，下称英联食品）签署合作协议，从2017年5月1日起，康师傅获得在中国大陆市场独家生产和销售阿华田麦芽营养即饮乳品系列产品。

康师傅的饮料业务中，自有品牌康师傅和味全旗下产品就包括了：即饮茶、包装水、果汁、乳饮、乳酸菌饮料等。相关资料显示，在2011年康师傅与百事可乐联姻合作包括碳酸性饮料和功能饮料；在2015年与星巴克合作生产星冰乐瓶装咖啡。

康师傅控股发布的 2016 三季度业绩报告显示，前三个季度，康师傅实现营业收入 69.13 亿元，相较 2015 年下滑 9.44%。集团净利润 3.12 亿元，下滑 32%。其中，饮品销售额为 42 亿元，相比较于 2015 年同期下滑 8%。

康师傅在饮料市场整体业绩自 2011 年夏季达到巅峰时刻后，从 2014 年开始连续下滑。而此次康师傅与英联食品的牵手，康师傅控股执行长韦俊贤表示：“与阿华田合作的基础是双方观察到未来中国含乳饮料市场较大的增长空间。此次合作是康师傅在饮品领域、特别是在含乳饮料品类中的一次大胆尝试。不仅积极扩展了新的业务合作模式，而且能够满足消费者对饮品口味、营养、健康等多方面的需求和体验。”

英联食品与康师傅饮品合作的麦芽营养即饮乳品系列产品是阿华田品牌快速成长的重要产品线之一。阿华田虽然一向以健康、营养、美味标榜，且在 1993 年就进入中国，但其销量业绩一直低迷。近几年阿华田饮品在中国市场的发展也未达到预期，且品牌知名度主要集中在华南地区。

方便面市场的消退使得康师傅不得不加码饮料板块。康师傅方面表示，在接手阿华田后，将会继续保持该系列产品在口味、品质和工艺等方面原有特色，并在此基础上，设计出更迎合目标消费者的包装规格。未来，阿华田麦芽营养即饮乳品将主要集中在康师傅饮品苏州、广州两处生产基地生产。

随着“二胎政策”的放开，相对空白的营养乳品领域被认为有大幅成长的空间。但阿华田能否为康师傅在饮品市场带来突破，尚待观察。

（二）休宁投资 1 亿元拟建年产 20 万吨矿泉水生产线

12 月 26 日，黄山格灵福得（GreenFood）企业股份有限公司 20 万吨矿泉水生产线奠基仪式在新安江源头——休宁县鹤城乡新安源村黄山新安源六股尖山泉水开发有限公司举行。

该公司在成功收购黄山新安源六股尖山泉水开发有限公司的基础上，先期投入资金成立了“黄山六股尖水环境保护基金会”，以带动、鼓励水源头保护区群众对水资源的保护和养护。近期，又将投入 1 亿元对原生生产线进行改造升级，拟建每小时 4000 瓶（5L）大瓶天然水和每小时 36000 瓶（500ml）PET 瓶天然水两条现代化生产线，引水系统、水处理设施、实验室及质量控制体系等配套设施。生产线投产后，年产量预计可达到 20 万吨。

（三）百事可乐推出“下一代饮料”

碳酸饮料市场的下滑正促使这个“可乐大王”售卖更多的低卡饮料和食物。

百事正想办法在保持饮料风味的前提下，推进它的减糖目标。

这周，百事可乐宣布在美国市场上推出两款新饮料——“IZZEFusions”和“LemonLemon”。被百事称为“下一代饮料”的这两款产品通过改善配方，比传统可乐含有更少的热量。这也是百事近两年健康化举措的一部分，碳酸饮料市场的下滑正促使这个“可乐大王”售卖更多的低卡饮料和食物。

“消费者正变得越来越难取悦，”推动百事可乐北美公司产品转型的副总裁 Gary So 称，“他们希望有更健康的选择，但又不想牺牲口味。”

追求健康化的消费者开始注意减少饮食中的糖分，碳酸饮料市场已经在美国连续缩水 11 年。此外，围绕人工甜味剂阿斯巴甜的安全性争议也在引起了消费者警惕。百事称，为了应对这些担忧，IZZEFusions 和 LemonLemon 既减少了糖分，也规避了人工甜味剂。

IZZEFusions 是苏打、果汁和气泡水的混合，而 LemonLemon 则是一款气泡柠檬水，两款产品热量分别在 60 和 70 卡路里每听。两款产品添加了提取自植物的、更加健康的甜味剂——甜菊糖来减少产品的含糖量。

新产品的含糖量符合百事可乐定下的雄心勃勃的减糖目标。去年 10 月，百事宣布将执行史上最严格控糖计划，到 2025 年，百事旗下三分之二的 12 盎司装（约合 354 毫升）饮料的热量将控制在 100 卡路里以内。

为了达成这一目标，百事正在加紧研发，其在研发部门的投入自 2011 年以来已同比上涨 45%。就在今年 1 月，百事刚推出了高端水品牌 LIFEWTR。除此之外，百事目前的健康产品家族还包括手工苏打汽水 Stubborn 系列、果汁品牌 Tropicana、以及去年斥资 2 亿美金收购的益生菌气泡饮料品牌 KeVita。

最新财报显示，凭借健康产品的畅销，百事公司四季度业绩不错，推动 2016 公司全年营收有机增长 3.7%至 628 亿美元。除百事以外，可口可乐、雀巢、亿滋等食品公司也都在对糖分宣战。

IV 行业上下游产业链运行分析

一、上游行业运行及其对食品饮料产业的影响分析

（一）国内小麦价格走势

预计进入 3 月份后，小麦价格仍不会出现较大变化。目前市场小麦主要依靠政策粮供应，在没有国家政策调控的条件下，价格很难出现明显变动，因此余粮价格在受到陈麦主导下也难以发生变化。现阶段制粉企业的收购报价基本与陈麦采购成本持平，国储、地储陈麦采购成本居高不下，若后期粮库陈麦出现供应短缺问题，采购成本将进一步上升，制粉企业小麦收购价格也将跟随上涨。不过目前厂家面粉利润空间严重不足问题，厂家或将降低开机率维持利润。

面粉、麸皮价格或将迎来两种不同走势。目前面粉市场进入淡季，需求疲软，后期价格下跌风险增加，虽然目前面粉价格较为稳定，但由于淡季行情不可违抗，厂家只是因为利润空间不足而尽量挺价，延缓面粉价格下跌走势的到来。麸皮价格经过前期的下跌，目前趋于稳定，随着天气转暖麸皮库存难度加大，厂家仍有可能降低麸皮价格促进成交。不过长远来看，制粉企业整体开机率较低，麸皮供应紧缺，等到饲料、养殖企业需求恢复，供不应求问题将凸显出来，麸皮价格有望在养殖行业恢复后小幅反弹，但各省份反弹程度不同，河北、山东两省价格反弹或将较为明显，南方省份以稳为主。

（二）国内稻谷价格走势

2016 年，国内极端气候频现，商品市场波动范围明显扩大，国内稻米市场受到波及，总体呈现先抑后扬走势。虽然国内稻谷供应十分充足，特别是临储稻谷库存不断创出历史天量，但在物价温和上涨和外围商品持续走强等因素影响下，下半年稻米市场节节走高，年末部分地区稻米价格创出近年新高。

与此同时，国际大米市场却先扬后抑，内外价差并未因人民币大幅贬值而相应收窄，大米进口继续增加，加重了国内稻谷市场的供应压力。庞大的稻谷库存、偏高的稻米价格和不断推进的粮食收储制度改革，都将深刻影响 2017 年的稻米市场。

稻谷最低收购价或小幅下调

最低收购价政策和临储收购政策实施以来，有力地促进了我国粮食生产的发

展。随着我国粮食的连续丰收，库存压力越来越大，迫切要求对现行政策进行改革。目前，大豆和棉花(15935, 50.00, 0.31%)已开始试点目标价格，玉米(1626, 14.00, 0.87%)也开始实行生产者补贴制度，对小麦和稻谷最低收购价政策进行改革的呼声也日益高涨。由于稻谷和小麦是我国的主要口粮品种，为确保口粮绝对安全，短期内国家不会取消小麦、稻谷最低收购价政策，且2017年稻谷托市价格稳中小幅调整的可能性较大。

一方面，稻谷最低收购价政策仍将长期实施。2016年，国家多次明确提出要继续实施稻谷和小麦最低收购价政策。如国务院印发的《全国农业现代化规划(2016-2020年)》和国家发展改革委、国家粮食局发布的《粮食行业“十三五”发展规划纲要》中均明确提出，要继续执行并完善稻谷、小麦最低收购价政策。可知，在2020年以前我国将继续实施稻谷最低收购价政策应该是较为确定的。

另一方面，在高产量、高进口及高库存的重压之下，稻谷最低收购价面临的压力越来越大，调整是迟早的事。2017年中央一号文件提出要“完善稻谷、小麦最低收购价政策，合理调整最低收购价。”因此，继上年早籼稻最低收购价小幅下调后，预计今年稻谷最低收购价可能继续下调，但幅度预计不大。主要是小麦最低收购价已经公布，且与上年继续保持稳定。从保持主要口粮品种稻麦比价稳定的角度考虑，大幅下调稻谷最低收购价的可能性不大。

另外，若要大幅下调稻谷最低收购价，又要保障农户种稻收益，则须给予农户相应补偿，这需要进行试点。而玉米种植实行生产者补贴才一年，时间较短，推广条件尚不充分，预计国家不会贸然在稻谷生产上进行大幅推广。因此，今年稻谷最低收购价小幅调整的可能性较大，总体仍将处于较高价位。

二、下游行业运行及其对食品饮料产业的影响分析

(一) 2017年1月份居民消费价格同比上涨2.5%

2017年1月份，全国居民消费价格总水平同比上涨2.5%。其中，城市上涨2.6%，农村上涨2.2%；食品价格上涨2.7%，非食品价格上涨2.5%；消费品价格上涨2.2%，服务价格上涨3.2%。

1月份，全国居民消费价格总水平环比上涨1.0%。其中，城市上涨1.0%，农村上涨0.9%；食品价格上涨2.3%，非食品价格上涨0.7%；消费品价格上涨1.0%，服务价格上涨1.0%。

1、各类商品及服务价格同比变动情况



1 月份，食品烟酒价格同比上涨 2.5%，影响 CPI 同比上涨约 0.75 个百分点。其中，水产品价格上涨 6.4%，影响 CPI 上涨约 0.11 个百分点；畜肉类价格上涨 5.7%，影响 CPI 上涨约 0.27 个百分点（猪肉价格上涨 7.1%，影响 CPI 上涨约 0.19 个百分点）；鲜果价格上涨 4.8%，影响 CPI 上涨约 0.08 个百分点；鲜菜价格上涨 1.6%，影响 CPI 上涨约 0.05 个百分点；粮食价格上涨 1.2%，影响 CPI 上涨约 0.03 个百分点；蛋价格下降 9.1%，影响 CPI 下降约 0.06 个百分点。

1 月份，其他七大类价格同比均有所上涨。其中，医疗保健、其他用品和服务、教育文化和娱乐、居住、交通和通信、衣着、生活用品及服务价格分别上涨 5.0%、4.8%、3.3%、2.3%、2.3%、1.1%和 0.6%。

据测算，在 1 月份 2.5%的居民消费价格总水平同比涨幅中，去年价格上涨的翘尾因素约为 1.5 个百分点，新涨价因素约为 1.0 个百分点。

2、各类商品及服务价格环比变动情况

1 月份，食品烟酒价格环比上涨 1.7%，影响 CPI 环比上涨约 0.50 个百分点。其中，鲜菜价格上涨 6.2%，影响 CPI 上涨约 0.16 个百分点；鲜果价格上涨 5.7%，影响 CPI 上涨约 0.09 个百分点；水产品价格上涨 4.4%，影响 CPI 上涨约 0.08 个百分点；畜肉类价格上涨 2.4%，影响 CPI 上涨约 0.11 个百分点（猪肉价格上涨 3.4%，影响 CPI 上涨约 0.09 个百分点）；蛋价格下降 1.7%，影响 CPI 下降约 0.01 个百分点。

1 月份，其他七大类价格环比六涨一降。其中，教育文化和娱乐、其他用品和服务、交通和通信、医疗保健、居住、生活用品及服务价格分别上涨 1.6%、1.5%、1.4%、0.6%、0.3%和 0.3%；衣着价格下降 0.4%。

（二）白酒地位遭撼动进口葡萄酒销量直追白酒

以往白酒销路占消费主导力量，近几年，葡萄酒的销量在一定程度上取代了白酒的地位。根据中国海关总署发布的最新数据显示，中国进口葡萄酒总量在 2016 年达 6.38 亿万公升，总额高达 23.64 美元(折合约 162.4 亿万元)，比 2014 年分别增长 15%和 16.3%。

法国依然是我国进口葡萄酒的主流力量，而澳大利亚则是第二大进口国，智利、西班牙、意大利等国家紧随其后。广东和上海这两个地方，则是消费大省，据资料显示，广东瓶装葡萄酒消费位居首位，高达 9.24 亿万美元，上海也有 5.51 亿万美元，占全国总额的 67%，老广和魔都人民威武！

而元宵节期间，各大电商促销也以香槟或起泡酒为主，值得一提的是，2016



年起泡酒相比同期虽然有下降，但是上海的消费总额力压广东，位居全国第一。以亚马逊为例，情人节促销推出了半价优惠，让很多起泡酒都被撸断货了。

而京东商城也推出了 3 件 8 折；满 199-50 的促销活动，也让酒民们捡了不少便宜。

根据本月(2017 年 2 月)中国海关总署最新发布，2016 年中国进口葡萄酒总量比 2014 年、2015 年都有 15%以上的增长，但是价格却在下跌，成为了软肋。相比起 2015 年，2016 年葡萄酒均价下跌了 4.56 美元，约 3.5 个百分点。酒行业调整期对葡萄酒价格带来的震荡，也带来了好价，得益者也是我们这班酒民。中国葡萄酒的竞争市场日益激烈，慢慢走过了葡萄酒普及化的阶段，酒民对葡萄酒的要求也越来越高，细分产区、领域的葡萄酒，在中国会越来越受欢迎，所以精明的酒民，更着重性价比。他们会对比商城的活动力度、酒款的多样性、如何购买最划算，把到手价压到最低。因此，葡萄酒比价所带来的数据信息，对酒民的购买决策起到至关重要的作用。

V 行业运行风险分析

一、行业龙头红牛陷争议功能饮料混战升级

在商标授权仍未敲定之时，我国功能饮料龙头企业红牛维他命饮料有限公司因产品功能性又受到外界质疑。近日有媒体曝出，在海关总署 2016 年 4 月 1 日发布在官网上的“2016 年商品归类决定(III)”中提到，红牛功能饮料被认定为“不具有典型功能型饮料的特征”，未超出“加味、加糖或甜物质的水，包括矿泉水及汽水”的范围。除此之外，中国红牛母公司华彬集团与品牌所有方泰国天丝医药集团以及大股东奥地利红牛关于“红牛”商标授权到期续签一事仍未有确切消息传出。

在商标授权仍未敲定之时，我国功能饮料龙头企业红牛维他命饮料有限公司(以下简称“中国红牛”)因产品功能性又受到外界质疑。

目前，很多企业仍然看好功能饮料在我国市场潜力巨大，仍有很大上升空间，东鹏特饮、黑卡、中沃体制能量等品牌发展迅速。

二、高果糖饮料易导致“三高”

近日，美国生理学官网刊登研究发现，大量摄入果汁、蜂蜜、玉米糖浆（常见于糖果、碳酸饮料）等高果糖食物可能会损害肝脏健康。

加拿大阿尔伯塔大学研究院卡沙夫·戈帕尔博士与其团队，利用实验鼠展开了葡萄糖和果糖摄入量对代谢和血管功能影响的研究。研究人员给两组雌性大鼠喂食正常食物，其中一组增加葡萄糖，另一组增加果糖；对照组喂食同样的食物外加饮用水。大鼠连续 8 周喂食糖化溶液，相当于人类连续大量吃糖 6 年。结果发现，喂食葡萄糖组总摄入热量高于喂食果糖组，但果糖组大鼠体重显著增加，且血管疾病和肝脏损伤标志物明显增多。卡沙夫·戈帕尔表示，果汁等高果糖饮料容易导致“三高”、肝脏受损和主动脉受损等，建议大家平时少喝。

VI 银行产品创新与融资动向

一、农业银行积极服务农业供给侧结构性改革

2016 年，农业银行认真履行面向“三农”职责定位，持续加大“三农”信贷投放，加快金融产品和服务创新，在服务农业供给侧结构性改革过程中发挥国有大行应有的作用。

支持农田水利和高标准农田建设，补齐农业农村发展短板。围绕中央治水兴水方略，农业银行与各级水利部门合作，支持了贵州夹岩水利枢纽等一批重大水利工程。对接国家高标准农田建设规划，与财政部联合下发《关于创新投融资模式加快推进高标准农田建设的通知》。具体实践中，如农业银行对黑龙江北大荒农垦集团专门制定信贷方案，给予 100 亿元意向性授信额度，支持垦区“生态高标准农田”建设。

支持农村集体产权制度改革，助力新型农业经营主体发展壮大。目前，农业银行农村土地经营权抵押和农民住房财产权抵押贷款稳步推进。截至 2016 年 12 月末，农行农村土地经营权抵押贷款已累计投放 1.08 万户、26.15 亿元，农民住房财产权抵押贷款已累计投放 8695 户、14.47 亿元。与此同时，农业银行对新型农业经营主体加强金融和农业知识培训，2016 年以来共举办 1073 期培训班，培训专业大户、家庭农场主 3.5 万人次。

支持农业产业化发展，做好特色农业金融服务。农业银行以国家级、省级农业产业化龙头企业为重点，实施“龙头企业·百亿百家”专项活动，重点支持 100 家龙头企业成长为年销售额过百亿的大型企业集团。紧扣国家“七区二十三带”优势农业布局，对江西油茶产业、新疆林果业、云南高原特色农业等实施专项政策。如在江西累计投放油茶贷 25 亿元，支持油茶种植户 1.5 万户、种植面积 131 万亩。

支持农村一二三产业融合发展，培育农村经济新亮点。农业银行出台《关于做好农村一二三产业融合发展金融服务的意见》，突出服务好国家农村产业融合“百县千乡万村”试点示范工程。加强与农业部、商务部合作，实施“物通城乡·百强市场”行动，支持了武汉白沙洲、河北高碑店新发地市场、甘肃定西马铃薯等农产品批发市场。启动“旅游百县”营销活动，支持景区开发、休闲农业和乡村旅游，县域旅游业贷款余额 183 亿元。

支持县域产业转型升级，做好县域新经济新业态金融服务。农业银行围绕供给侧结构性改革要求，以县域战略性新兴产业、省级以上工业园区和优势产业集群、90 个县域“国家新型工业化产业示范基地”为重点，建立重大营销项目库，全面推动县域产业转型升级。目前金融服务已覆盖 318 个县域优势产业集群的 5 万个企业。积极支持县域教育医疗文化等产业，推动了某总医院涿州保障基地等一批重点项目建设。

顺应农村互联网发展趋势，积极创新“互联网+三农”服务模式。农业银行上线了基于大数据的金穗“快农贷”产品，通过与第三方机构合作，对特色农业、财政直补、电商平台、信用村等不同类型农户，采集各类信息，设计授信模型，提供免抵押、批量化、自动化融资服务。截至 2016 年 12 月末，“快农贷”已在福建安溪等 10 个县试点，已发放贷款 1.33 亿元。

二、食品饮料：从物质匮乏到丰裕观念变迁催生投资助机会

如果说食品安全是这个时代的困扰，饥饿的记忆便是上个时代的隐痛。每逢佳节人们摄入大量的高脂肪高碳水化合物食物，映射了过去食品匮乏、肉类缺少时传下来的习俗。新年回家长辈的叮嘱似乎已不属于这个时代，生活由饥荒走向富余，观念由将就转为讲究，这 3、40 年消费观发生了怎样的变革，新的消费主力群体又将如何影响产业发展。我们认为物质匮乏的时代烙印终将远去，在人均热量摄取极限下，味好、价高、有格调、获取便利、软瘾性、具备创新属性的升级产品终将主导食品饮料消费的未来。

物质匮乏年代的艰苦节俭观念。计划经济时代，19 世纪 30-60 年代出生的老一辈人所形成的集体性饥饿记忆烙印在其消费观念之中，42 年大饥荒及 59-62 的三年困难时期，高死亡率，经年的饥饿感等强烈的危机感造就了能省则省，重数量多于重品质，多囤粮以备不时之需，易受流言影响引发恐慌性购买观念特性，计划经济下物价工资双低，票证供应下难以饱腹，直至包产到户、改革开放后也即 70 年代后期饥饿问题逐渐改善。高糖高脂肪高热量的食物成为该阶段的主流。产品丰富化程度逐渐增多，副食品消费开始进入快速增长期。

物质丰裕时代的来临，将就向讲究过渡。80 年代后粮食丰产，饥荒阴影解除，据 FAO 统计，谷物国内产量 1961 年 0.9 亿吨增加至 1975 年 2 亿吨，1985 年进一步增至 2.8 亿吨。肉类产量 80 年代后保持相对谷物、蔬菜更高的速度增长。加工食品如糖果、饼干、冷饮品种开始增多，1993 年粮票制取消物资供应充足，40 岁以下人群饥饿的体验远逊于上一辈，较低的饥饿危机感致消费主义、存储率低、追逐高品质。2000 年后娱乐和享受性消费开始盛行，消费力的增长惊人。食



品匮乏年代远去后，食品多样化，加工食物成为常态。基础型食品人均消费量的增长逐渐向成熟期过渡，而中高端升级产品则远未达到瓶颈，伴随创新食品饮料的消费多元化程度逐年提升，健康、好味、便捷、软瘾性的升级产品增速较高。

消费观念变迁对食品饮料的影响。资源匮乏中艰苦朴素思想留存并成为老一辈主流消费观，到年轻代后，“能不花钱就不花钱”向“愿为便利买单”的观念转变。“高糖重油高卡路里，瘦是不健康”向“低糖化、瘦身审美”的观念转变，2010年后，食品中低健康化食品如油炸、膨化食品、方便面等下滑较为明显，饮料中更为健康的天然包装水、含乳及植物蛋白饮料增速相对较快。目前饥荒时代的人群已步入中老年阶段，人均消费量下滑，消费观念影响正逐渐趋弱，食品饮料消费力内核正逐渐向新生代及女性白领转移。



VII 行业信贷机会风险分析

图表 6：2017 年 3 月全国饮料加工产业目标区域市场指引

序号	指标	风险	机会
1	政策环境	随着市场经济逐渐成熟，国家产业政策发生调整，金融政策变化、银行利率调整、国内税收和进口利率的变化，都有可能不利于企业的经营发展	目前，部分饮料加工制造业受到产业政策的扶持，择优选择政策扶持企业给予信贷投资。
2	行业环境	消费者越来越少的选择高糖分高能量高添加剂的产品	大健康养生饮料受追捧
3	产业链	原材料价格波动，市场“两级分化”趋势愈加明显，品牌化集中度愈来愈高，小微型酒企现金压力不断加大，求生存是主流	随着消费者经济条件的不断提升、健康生活方式的不断演进，大众消费者对于品牌和品质的需求是大势所趋。

数据来源：银联信

免责声明

本报告采用公开、合法的信息，由北京银联信科技股份有限公司（简称银联信）的研究人员运用相应的研究方法，对所研究的对象做出相应的评判，代表银联信观点，仅供用户参考，并不构成任何投资建议。投资者须根据情况自行判断，银联信对投资者的投资行为不负任何责任。

银联信力求信息的完整和准确，但是并不保证信息的完整性和准确性；报告中提供的包括但不限于数据、观点、文字等信息不构成任何法律证据。如果报告中的研究对象发生变化，我们将不另行通知。

未获得银联信的书面授权，任何人不得对本报告进行任何形式的发布、复制。如引用、刊发，需注明出处为“北京银联信科技股份有限公司”，且不得对本报告进行有悖原意的删节和修改。