

2017年第1期

中国饮料加工行业研究月报

2017年1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.....	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.....	14
II 行业相关政策事件分析.....	16
一、行业相关政策简评.....	16
(一) 国家卫计委印发《食品安全标准与监测评估“十三五”规划 (2016—2020年)》.....	16
(二) 印度修订咖啡因饮料与塑料蓝色着色剂标准.....	16
二、行业重点事件.....	17
(一) 可口可乐公司在日本发售冬季限定生姜可乐.....	17
(二) 王老吉梅州原液提取基地开建.....	17
(三) 娃哈哈营养快线荣获 2016 中国食品七星经典奖.....	18
(四) 惠尔康生物科技产业项目落户漳州台投区 总投 15 亿.....	18
III 行业运行数据分析.....	20
一、饮料产销量情况.....	20
(一) 2016 年 1-11 月中国啤酒产量数据分析.....	20
(二) 2016 年 1-11 月中国进口啤酒统计数据数据分析.....	20
(三) 2016 年 1-11 月中国白酒产量数据分析.....	20
(四) 2016 年 1-11 月中国葡萄酒进口量数据分析.....	21
二、饮料加工行业运行分析.....	21
(一) 波尔多葡萄酒产量或高达 570 亿升，打破近年纪录.....	21
(二) 石家庄首次出口预包装梨汁饮料.....	21
(三) 四川产咖啡因首次出口，已顺利通关.....	21
IV 行业上下游产业链运行分析.....	23
一、上游行业运行及其对食品饮料产业的影响分析.....	23
(一) 国内小麦价格走势.....	23
(二) 国内稻谷价格走势.....	23
二、下游行业运行及其对食品饮料产业的影响分析.....	25
(一) 邢台饮料首次出口沙特阿拉伯.....	25
(二) 千岛湖投产高端小分子水，区域水饮料年销售约 40 亿.....	25



V	行业运行分险分析.....	27
	一、1-11月进口葡萄酒，法、澳、智市场份额占8成.....	27
	二、乌苏啤酒销量逆势上扬，利润增长超过20%.....	27
VI	银行产品创新与融资动向.....	29
	一、惠州太古CBE AQUABLOC投入运行.....	29
	二、可口可乐31.5亿刀向英博收购非洲瓶装业务股权.....	29
VII	行业信贷机会风险分析.....	30



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 3：2016 年 11 月工业生产者出厂价格涨跌幅走势	8
图表 4：2016 年 11 月工业生产者购进价格涨跌幅走势	8
图表 5：2016 年 11 月全国居民消费价格涨跌幅	10
图表 6：2016 年 1-11 月全国啤酒产量统计表	20
图表 7：2017 年 1 月全国饮料加工产业目标区域市场指引	30

I 宏观经济

一、本月宏观经济运行

(一) 中国制造业经理采购指数

1. 2016年11月中国制造业采购经理指数（PMI）为51.7%

2016年11月份，中国制造业采购经理指数（PMI）为51.7%，比上月上升0.5个百分点，延续上行走势。

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、中型企业 PMI 为 53.4%和 50.1%，分别比上月上升 0.9 和 0.2 个百分点，均高于临界点；小型企业 PMI 为 47.4%，低于上月 0.9 个百分点，继续位于收缩区间，降幅有所加大。

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、新订单指数高于临界点，从业人员指数、原材料库存指数、供应商配送时间指数低于临界点。

生产指数为 53.9%，比上月上升 0.6 个百分点，连续 4 个月上升，继续位于临界点之上，表明制造业生产持续加快。

新订单指数为 53.2%，比上月上升 0.4 个百分点，连续两个月上升，高于临界点，表明制造业市场需求保持增长态势。

从业人员指数为 49.2%，比上月回升 0.4 个百分点，仍低于临界点，表明制造业企业用工量有所减少，但降幅继续收窄。

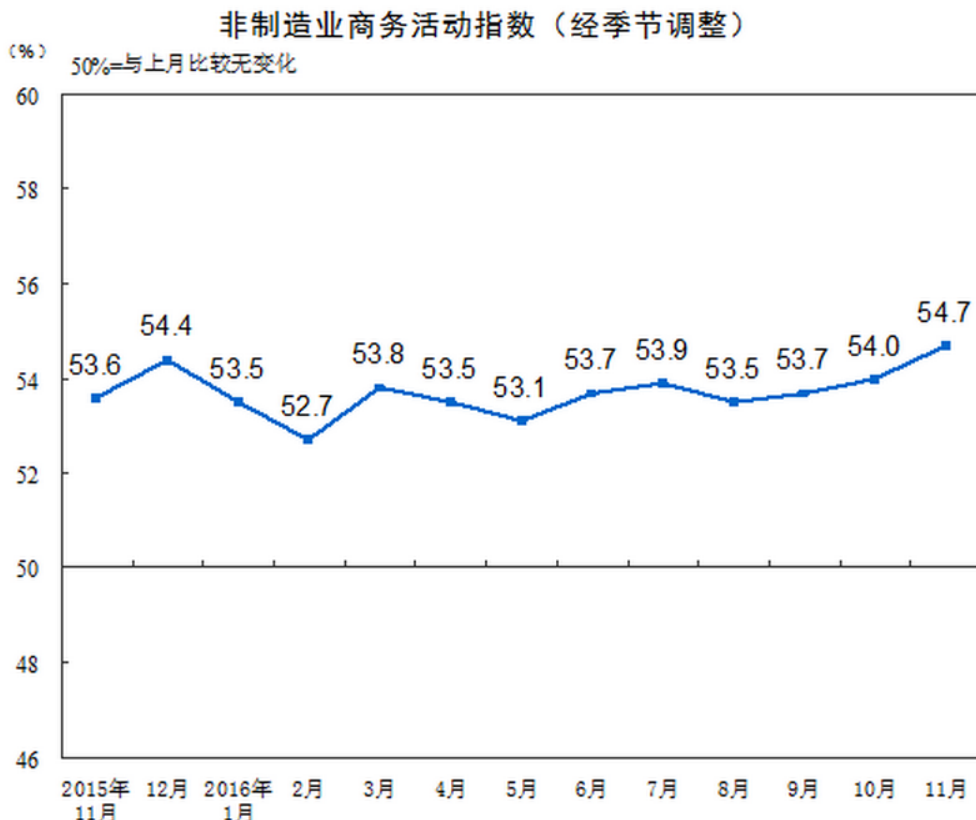
原材料库存指数为 48.4%，比上月回升 0.3 个百分点，仍位于临界点以下，表明制造业主要原材料库存量降幅小幅收窄。

供应商配送时间指数为 49.7%，比上月下降 0.5 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有所放慢。

2. 2016 年 11 月中国非制造业商务活动指数为 54.7%

2016 年 11 月份，中国非制造业商务活动指数为 54.7%，比上月上升 0.7 个百分点，连续三个月上升，为 2014 年 7 月以来的高点，非制造业延续了平稳较快的增长势头，增速进一步加快。

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 53.7%，比上月上升 1.1 个百分点，为年内高点，表明服务业稳中向好。其中零售业、铁路运输业、水上运输业、邮政业、装卸搬运及仓储业、互联网及软件信息技术服务业、货币金融服务业、资本市场服务业、保险业等行业商务活动指数均位于较高景气区间，业务总量实现较快增长。航空运输业、餐饮业、房地产业等行业商务活动指数位于临界点以下，业务总量有所减少。受气候逐渐转冷的影响，建筑业商务活动指数为 60.4%，比上月回落 1.4 个百分点，但仍位于高位景气区间。

新订单指数为 51.8%，比上月上升 0.9 个百分点，连续三个月高于临界点，为近两年高点，表明非制造业市场需求稳步增长。分行业看，服务业新订单指数为 51.2%，比上月上升 0.8 个百分点，继续位于临界点以上。建筑业新订单指数为 55.1%，比上月上升 0.9 个百分点，高于临界点。

投入品价格指数为 53.5%，比上月小幅回落 0.2 个百分点，仍为 2016 年以来的次高点，表明非制造业企业用于生产运营的投入品价格总体水平继续上涨，但涨幅略有收窄。分行业看，服务业投入品价格指数为 52.5%，比上月回落 0.7 个百分点，建筑业投入品价格指数为 58.8%，比上月上升 2.3 个百分点。

销售价格指数为 51.4%，比上月微落 0.1 个百分点，连续 4 个月高于临界点，表明非制造业销售价格总体水平连续上涨。分行业看，服务业销售价格指数为 51.1%，比上月回落 0.2 个百分点。建筑业销售价格指数为 53.1%，比上月上升 0.7 个百分点。

从业人员指数为 50.6%，比上月上升 0.6 个百分点，2016 年以来首次升至扩张区间，表明非制造业企业用工量有所增加。分行业看，服务业从业人员指数为 49.6%，比上月回升 0.3 个百分点。建筑业从业人员指数为 55.9%，比上月上升 2.0 个百分点，创年内新高。

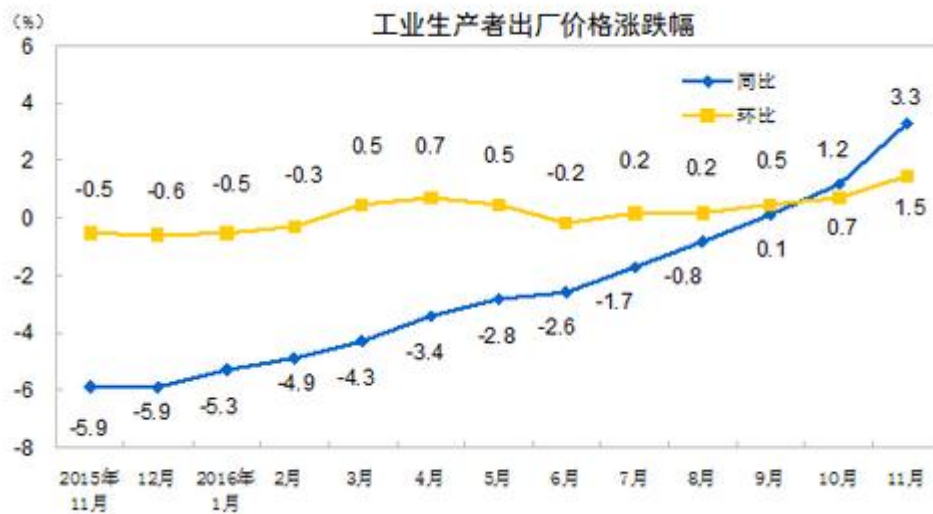
业务活动预期指数为 60.7%，比上月微升 0.1 个百分点，位于高位景气区间。

（二）工业生产者价格变动情况

2016 年 11 月份，全国工业生产者出厂价格环比上涨 1.5%，同比上涨 3.3%。工业生产者购进价格环比上涨 1.8%，同比上涨 3.5%。1-11 月平均，工业生产者出厂价格同比下降 2.0%，工业生产者购进价格同比下降 2.7%。

图表 3：2016 年 11 月工业生产者出厂价格涨跌幅走势

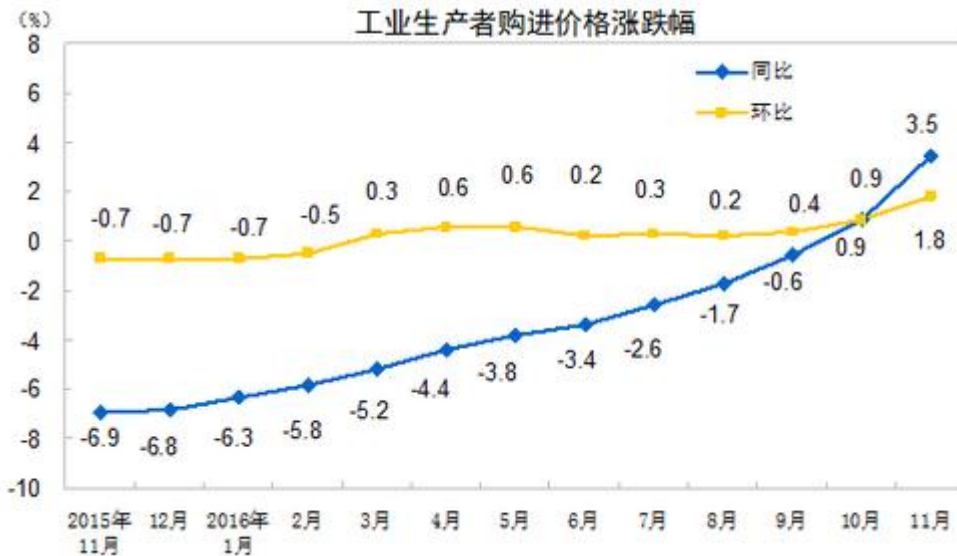
单位：%



数据来源：国家统计局 银联信

图表 4：2016 年 11 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 4.3%，影响全国工业生产者出厂价格总水平上涨约 3.2 个百分点。其中，采掘工业价格上涨 14.8%，原材料工业价格上涨 5.8%，加工工业价格上涨 2.9%。生活资料价格同比上涨 0.4%，影响全国工业生产者出厂价格总水平上涨约 0.1 个百分点。其中，食品价格上涨



0.9%，衣着价格上涨 1.1%，一般日用品价格上涨 0.7%，耐用消费品价格下降 1.0%。

据测算，在 11 月份 3.3% 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 -0.6 个百分点，新涨价因素约为 3.9 个百分点。

工业生产者购进价格中，有色金属材料及电线类价格同比上涨 9.5%，黑色金属材料类价格上涨 8.7%，燃料动力类价格上涨 6.0%。

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 2.0%。

影响全国工业生产者出厂价格总水平上涨约 1.5 个百分点。其中，采掘工业价格上涨 5.2%，原材料工业价格上涨 2.7%，加工工业价格上涨 1.4%。生活资料价格环比上涨 0.2%。其中，食品价格上涨 0.3%，衣着价格上涨 0.2%，一般日用品价格上涨 0.4%，耐用消费品价格持平（涨跌幅度为 0）。

工业生产者购进价格中，有色金属材料及电线类价格环比上涨 4.4%，燃料动力类价格上涨 3.7%，黑色金属材料类价格上涨 3.1%。

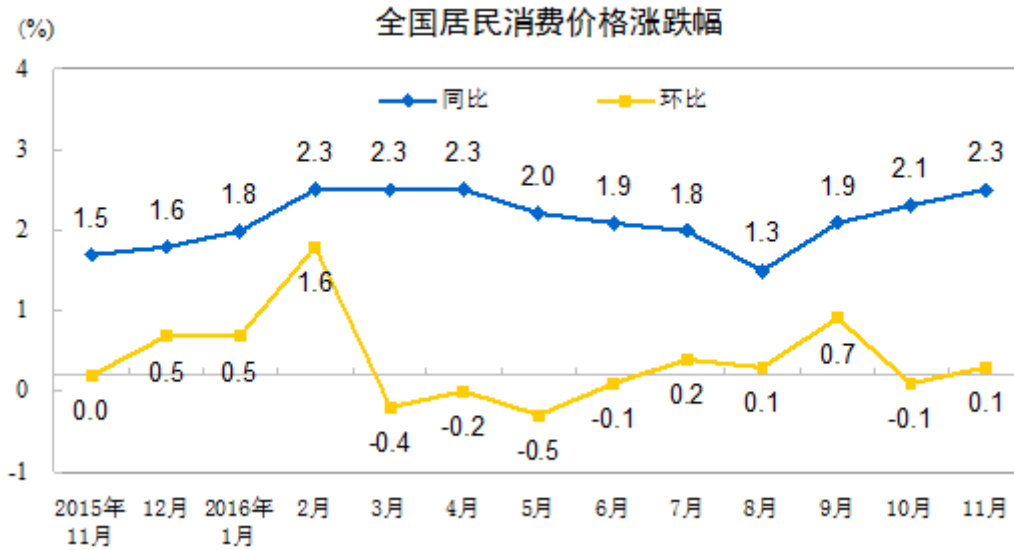
（三）居民消费价格变动情况

2016 年 11 月份，全国居民消费价格总水平同比上涨 2.3%。其中，城市上涨 2.3%，农村上涨 2.0%；食品价格上涨 4.0%，非食品价格上涨 1.8%；消费品价格上涨 2.1%，服务价格上涨 2.4%。1-11 月平均，全国居民消费价格总水平比去年同期上涨 2.0%。

11 月份，全国居民消费价格总水平环比上涨 0.1%。其中，城市上涨 0.1%，农村上涨 0.2%；食品价格上涨 0.2%，非食品价格上涨 0.1%；消费品价格上涨 0.3%，服务价格下降 0.1%。

图表 5：2016 年 11 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

11 月份，食品烟酒价格同比上涨 3.2%，影响 CPI 同比上涨约 0.96 个百分点。其中，鲜菜价格上涨 15.8%，影响 CPI 上涨约 0.37 个百分点；水产品价格上涨 5.0%，影响 CPI 上涨约 0.09 个百分点；畜肉类价格上涨 4.3%，影响 CPI 上涨约 0.20 个百分点（猪肉价格上涨 5.6%，影响 CPI 上涨约 0.15 个百分点）；鲜果价格上涨 2.8%，影响 CPI 上涨约 0.04 个百分点；粮食价格上涨 0.7%，影响 CPI 上涨约 0.01 个百分点；蛋价格下降 2.2%，影响 CPI 下降约 0.01 个百分点。

11 月份，其他七大类价格同比六涨一平。其中，医疗保健、其他用品和服务、教育文化和娱乐、居住、衣着、生活用品及服务价格分别上涨 4.4%、4.2%、2.2%、2.0%、1.4%、0.3%；交通和通信价格持平。

2. 各类商品及服务价格环比变动情况

11 月份，食品烟酒价格环比上涨 0.2%，影响 CPI 环比上涨约 0.05 个百分点。其中，鲜菜价格上涨 5.5%，影响 CPI 上涨约 0.14 个百分点；鲜果价格下降 2.2%，影响 CPI 下降约 0.04 个百分点；畜肉类价格下降 1.2%，影响 CPI 下降约 0.06 个百分点（猪肉价格下降 1.9%，影响 CPI 下降约 0.05 个百分点）；水产品价格下降 0.7%，影响 CPI 下降约 0.01 个百分点。

11 月份，其他七大类价格环比三涨一降三平。其中，衣着、医疗保健、居住价格分别上涨 0.6%、0.4%、0.2%；教育文化和娱乐价格下降 0.3%；生活用品及服务、交通和通信、其他用品和服务价格均持平。



（四）进出口情况分析

据海关统计，2016 年前 11 个月，我国进出口总值 21.83 万亿元人民币，比去年同期下降 1.2%。其中，出口 12.47 万亿元，下降 1.8%；进口 9.36 万亿元，下降 0.3%；贸易顺差 3.11 万亿元，缩小 5.8%。

11 月份，我国进出口总值 2.35 万亿元，增长 8.9%。其中，出口 1.32 万亿元，增长 5.9%；进口 1.03 万亿元，增长 13%；贸易顺差 2981.1 亿元，收窄 12.9%。

前 11 个月，我国外贸进出口主要呈现以下特点：

1. 一般贸易进出口小幅增长、比重提升，加工贸易进出口下降。前 11 个月，我国一般贸易进出口 12.02 万亿元，增长 0.5%，占我国外贸总值的 55.1%，较去年同期提升 0.9 个百分点。其中出口 6.72 万亿元，下降 1.1%，占出口总值的 53.9%；进口 5.3 万亿元，增长 2.7%，占进口总值的 56.6%；一般贸易项下顺差 1.42 万亿元，收窄 13.1%。同期，我国加工贸易进出口 6.57 万亿元，下降 5.7%，占我国外贸总值的 30.1%，比去年同期回落 1.4 个百分点。其中出口 4.23 万亿元，下降 5.2%，占出口总值的 33.9%；进口 2.34 万亿元，下降 6.7%，占进口总值的 25%；加工贸易项下顺差 1.89 万亿元，收窄 3.3%。

此外，我国以海关特殊监管方式进出口 2.34 万亿元，下降 2.4%，占我国外贸总值的 10.7%。其中出口 8101.4 亿元，下降 7%，占出口总值的 6.5%；进口 1.53 万亿元，增长 0.2%，占进口总值的 16.4%。

2. 对欧盟、东盟、日本等贸易伙伴进出口增长，对美国进出口下降。前 11 个月，欧盟为我国第一大贸易伙伴，中欧贸易总值 3.26 万亿元，增长 3.1%，占我国外贸总值的 14.9%。其中，我对欧盟出口 2.02 万亿元，增长 1.5%；自欧盟进口 1.24 万亿元，增长 5.8%；对欧贸易顺差 7742.7 亿元，收窄 4.7%。美国为我国第二大贸易伙伴，中美贸易总值为 3.08 万亿元，下降 1.7%，占我国外贸总值的 14.1%。其中，我国对美国出口 2.3 万亿元，下降 0.9%；自美国进口 7839.3 亿元，下降 4.2%；对美贸易顺差 1.51 万亿元，扩大 0.9%。

前 11 个月，东盟为我国第三大贸易伙伴，与东盟贸易总值为 2.66 万亿元，增长 0.8%，占我国外贸总值的 12.2%。其中，我国对东盟出口 1.52 万亿元，下降 2.3%；自东盟进口 1.14 万亿元，增长 5.2%；对东盟贸易顺差 3674.4 亿元，收窄 20.1%。日本为我国第五大贸易伙伴，中日贸易总值为 1.64 万亿元，增长 4.4%，占我国外贸总值的 7.5%。其中，对日本出口 7760.3 亿元，增长 1.3%；自日本进口 8605.8 亿元，增长 7.4%；对日贸易逆差 845.5 亿元，扩大 1.4 倍。



3. 民营企业进出口增长，比重提升。前 11 个月，民营企业进出口 8.37 万亿元，增长 3.5%，占我国外贸总值的 38.3%，较去年同期提升 1.7 个百分点。其中，出口 5.74 万亿元，增长 0.8%，占出口总值的 46%；进口 2.63 万亿元，增长 9.8%，占进口总值的 28.1%。同期，外商投资企业进出口 10 万亿元，下降 3%，占我国外贸总值的 45.8%。其中，出口 5.45 万亿元，下降 3.4%，占出口总值的 43.7%；进口 4.55 万亿元，下降 2.5%，占进口总值的 48.6%。

此外，国有企业进出口 3.37 万亿元，下降 7.4%，占我国外贸总值的 15.4%。其中，出口 1.27 万亿元，下降 6.3%，占出口总值的 10.2%；进口 2.1 万亿元，下降 8.1%，占进口总值的 22.4%。

4. 机电产品和服装等部分传统劳动密集型产品出口下降。前 11 个月，我国机电产品出口 7.18 万亿元，下降 1.8%，占出口总值的 57.6%。其中，电器及电子产品出口 3.28 万亿元，下降 0.5%；机械设备 2.04 万亿元，下降 0.3%。同期，服装出口 9437.9 亿元，下降 3%；纺织品 6306.4 亿元，增长 2.2%；家具 2823.4 亿元，下降 3.8%；鞋类 2759.2 亿元，下降 7.5%；塑料制品 2133.7 亿元，增长 1.3%；箱包 1466.3 亿元，下降 7.2%；玩具 1085 亿元，增长 21.6%；上述 7 大类劳动密集型产品合计出口 2.6 万亿元，下降 1.5%，占出口总值的 20.9%。此外，肥料出口 2503 万吨，减少 20.5%；钢材 1 亿吨，减少 1%；汽车 72 万辆，增加 7.1%。

5. 铁矿砂、原油、煤等大宗商品进口量增加，主要进口商品价格普遍下跌。前 11 个月，我国进口铁矿砂 9.35 亿吨，增加 9.2%，进口均价为每吨 362 元，下跌 4.7%；原油 3.45 亿吨，增加 14%，进口均价为每吨 1985.8 元，下跌 21.6%；煤 2.29 亿吨，增加 22.7%，进口均价为每吨 343.2 元，下跌 7.7%；成品油 2526 万吨，减少 6.6%，进口均价为每吨 2595.9 元，下跌 13.4%；初级形状的塑料 2306 万吨，减少 3.1%，进口均价为每吨 1.06 万元，下跌 1.4%；钢材 1202 万吨，增加 3.6%，进口均价为每吨 6551.1 元，下跌 6.4%；未锻轧铜及铜材 446 万吨，增加 4.3%，进口均价为每吨 3.45 万元，下跌 9.1%。此外，机电产品进口 4.57 万亿元，增长 1.9%；其中汽车 95 万辆，减少 3.5%。

6. 11 月中国外贸出口先导指数回升。11 月，中国外贸出口先导指数为 36.9，较上月回升 1.3，表明 2017 年年初我国外贸出口压力有望减轻。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回升 0.8 至 40；新增出口订单指数、经理人信心指数分别回升 1.8、0.7 至 41.3、45.5，企业综合成本指数回落 1.9 至 25.5。



二、财政货币政策

（一）财政政策

1. 一般公共预算收入情况

11 月份，全国一般公共预算收入 11491 亿元，同比增长 3.1%。其中，中央一般公共预算收入 5672 亿元，同比增长 8.2%，同口径[①]增长 4%；地方一般公共预算本级收入 5819 亿元，同比下降 1.4%，同口径增长 2.3%。全国一般公共预算收入中的税收收入 8554 亿元，同比下降 2.5%，剔除不可比退税因素后增长 3.3%。

11 月主要收入项目情况如下：

（1）国内增值税 3787 亿元，同比增长 46.4%；营业税 45 亿元（为清理补缴的尾款），同比下降 96.6%。主要是全面推开营改增试点后，原营业税纳税人改缴增值税体现增值税增收、营业税减收。

（2）国内消费税 717 亿元，同比下降 6%。其中，受去年同期基数较高等影响，成品油消费税下降 17.8%。

（3）企业所得税 601 亿元，同比下降 17%，剔除 2016 年退税不可比因素后下降 2.5%。

（4）个人所得税 712 亿元，同比增长 22.1%。其中，财产转让所得税增长 53.6%，主要受二手房交易活跃等带动。

（5）进口货物增值税、消费税 1276 亿元，同比增长 20.7%；关税 248 亿元，同比增长 22%。进口环节税收达到 2016 年以来最高增幅，主要受部分大宗商品进口价格回升带动一般贸易进口增长以及本月同比多 1 个工作日等影响。

（6）出口退税 951 亿元，同比增长 1.7%。

（7）城市维护建设税 302 亿元，同比增长 0.2%。

（8）车辆购置税 260 亿元，同比增长 28.8%，主要是近期汽车销量较快增长的拉动。

（9）印花税 177 亿元，同比下降 38.4%。其中，证券交易印花税 105 亿元，同比下降 51.2%。

（10）资源税 99 亿元，同比增长 17.1%。



(11) 土地和房地产相关税收中，契税 400 亿元，同比增长 10.2%；土地增值税 313 亿元，同比增长 7.2%；房产税 170 亿元，同比增长 12.5%；耕地占用税 157 亿元，同比下降 22.7%；城镇土地使用税 153 亿元，同比增长 19.8%。

(12) 车船税、船舶吨税、烟叶税等税收收入 88 亿元，同比增长 8.4%。

(13) 非税收入 2937 亿元，同比增长 24%，主要是相关金融机构等专项上缴利润较多。

1-11 月累计，全国一般公共预算收入 148250 亿元，同比增长 5.7%，为年初预算的 94.3%。其中，中央一般公共预算收入 68263 亿元，同比增长 5.3%，同口径增长 2%；地方一般公共预算本级收入 79987 亿元，同比增长 6%，同口径增长 9.1%。全国一般公共预算收入中的税收收入 122326 亿元，同比增长 6%；非税收入 25924 亿元，同比增长 4.5%。

(二) 货币政策

1. 广义货币增长 11.4%，狭义货币增长 22.7%

11 月末，广义货币余额 153.04 万亿元，同比增长 11.4%，增速分别比上月末和去年同期低 0.2 个和 2.3 个百分点；狭义货币余额 47.54 万亿元，同比增长 22.7%，增速比上月末低 1.2 个百分点，比去年同期高 7 个百分点；流通中货币余额 6.49 万亿元，同比增长 7.6%。当月净投放现金 689 亿元。

2. 当月人民币贷款增加 7946 亿元，外币贷款增加 20 亿美元

11 月末，本外币贷款余额 111.09 万亿元，同比增长 12.5%。月末人民币贷款余额 105.56 万亿元，同比增长 13.1%，增速与上月持平，比去年同期低 1.8 个百分点。当月人民币贷款增加 7946 亿元，同比多增 857 亿元。分部门看，住户部门贷款增加 6796 亿元，其中，短期贷款增加 1104 亿元，中长期贷款增加 5692 亿元；非金融企业及机关团体贷款增加 1656 亿元，其中，短期贷款增加 428 亿元，中长期贷款增加 2018 亿元，票据融资减少 1009 亿元；非银行业金融机构贷款减少 938 亿元。月末外币贷款余额 8024 亿美元，同比下降 4.6%，当月外币贷款增加 20 亿美元。

3. 当月人民币存款增加 6875 亿元，外币存款增加 204 亿美元

11 月末，本外币存款余额 155.26 万亿元，同比增长 11.1%。月末人民币存款余额 150.42 万亿元，同比增长 10.8%，增速分别比上月末和去年同期低 0.7 个和 2.3 个百分点。当月人民币存款增加 6875 亿元，同比少增 7393 亿元。其中，住户存款增加 3271 亿元，非金融企业存款增加 8356 亿元，财政性存款减少 2876 亿



元，非银行业金融机构存款减少 3304 亿元。月末外币存款余额 7026 亿美元，同比增长 11.4%，当月外币存款增加 204 亿美元。

4.11 月份银行间人民币市场同业拆借月加权平均利率为 2.33%，质押式债券回购月加权平均利率为 2.38%

11 月份银行间人民币市场以拆借、现券和回购方式合计成交 71.02 万亿元，日均成交 3.23 万亿元，日均成交比去年同期下降 8.2%。其中，同业拆借日均成交同比下降 7.8%；现券日均成交同比增长 14.2%；质押式回购日均成交同比下降 12%。

当月同业拆借加权平均利率为 2.33%，分别比上月和去年同期高 0.03 个和 0.43 个百分点；质押式回购加权平均利率为 2.38%，分别比上月和去年同期高 0.03 个和 0.53 个百分点。

5.11 月份跨境贸易人民币结算业务发生 4572 亿元，直接投资人民币结算业务发生 2428 亿元

11 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 3583 亿元、989 亿元、1006 亿元、1421 亿元。

II 行业相关政策事件分析

一、行业相关政策简评

(一) 国家卫计委印发《食品安全标准与监测评估“十三五”规划(2016—2020年)》

近日,国家卫计委印发《食品安全标准与监测评估“十三五”规划(2016—2020年)》,提出在“十三五”期间进一步完善食品安全标准与监测评估工作体系,制定、修订300项食品安全国家标准。

目前,我国仍处于食品安全矛盾凸显期和问题高发期,此外,食品新技术、新工艺的不断开发应用,以及各种新的食品化学污染物和致病微生物不断出现,给食品安全标准与监测评估工作提出了新的挑战。面对新的形势,规划提出,将进一步推进食品安全标准建设。根据标准分类重点建设7个食品安全风险评估与标准研制核心实验室;加强标准宣传、培训和跟踪评价,提升标准服务,县级以上卫生计生行政部门食品安全标准的咨询等服务能力得到明显提升。

《规划》明确,将全面推进食品安全风险评估工作。形成相对完善的风险评估管理规范和技术指南体系;完成第6次全国总膳食研究,构建覆盖24大类食品的食物消费量和毒理学数据库;完成食品中25种危害因素的风险评估,阶段性开展食品安全限量标准中重点物质的再评估。

在食品安全风险监测方面,《规划》提出,将进一步提升食品安全风险监测能力。风险监测覆盖所有县级行政区域并延伸到乡镇农村;省、地市、县级疾病预防控制中心达到相应监测能力建设标准要求。中西部地区,特别是贫困地区监测队伍得到充实,监测能力显著提升。

(二) 印度修订咖啡因饮料与塑料蓝色着色剂标准

12月13日印度食品安全标准局发布公告,修订咖啡因饮料与塑料蓝色着色剂(blue tint)标准。

大体修订内容如下:

1. 在2010食品安全标准(食品产品标准与添加剂标准)第2.10.6条后插入咖啡饮料相关内容:

(1) 用于制备咖啡饮料的水应符合 2010 食品安全标准（食品产品标准与添加剂标准）第 2.10.8 包装饮用水相关规定；

(2) 基本成分：咖啡饮料成品中咖啡因总量不少于 145mg/L，不多于 300mg/L；

(3) 可选成分如下，标签中需注明每日饮用量不超过 500 毫升。

物质	每日最大摄入量
牛磺酸	2000mg
D-葡萄糖醛酸- γ -内酯	1200mg
肌醇	100mg
泛酸	10mg

咖啡因饮料产品标签需注明，不建议儿童、孕妇或者哺乳期妇女、咖啡因过敏人群饮用。

新条例还规定，蓝色着色剂（blue tint）可按照标准用于聚碳酸与 PET 饮料瓶，需保证色素总迁移量不超过 60mg/L。

本条例自刊登之日起生效，自 2017 年 6 月 1 日实施。

二、行业重点事件

(一) 可口可乐公司在日本发售冬季限定生姜可乐

12 月 20 日，可口可乐日本公司将从 2017 年 1 月 23 日起，在日本发售一款生姜口味的可乐，并且仅限冬季发行，口感略带生姜辣味，500ml 装每瓶售价 140 日元（不含税）。

(二) 王老吉梅州原液提取基地开建

12 月 8 日，王老吉大健康（梅州）基地动工。王老吉投资近 4 亿扩张凉茶产能版图，该基地将建成全球产量最大凉茶原液提取基地。该项目也是广药集团对口帮扶梅州除大南药、大商业项目外的第三大重点业务。

王老吉梅州生产基地首期总投资额 4 亿元，占地面积 117976 平方米。建成后，凉茶浓缩液提取产能达 60 吨/天以上，年产值高达 6.5 亿元，对应王老吉凉茶市场销售额约 200 亿元。

王老吉原液提取基地是王老吉产能布局的重要一环。梅州是广州市对口扶贫地区，广药集团将结合自身在医药健康产业方面的优势，积极贯彻落实“双转移”战略。

梅州基地的动工投产，将为梅州提供 400 多个工作岗位。后期还将采取公司、基地、农户相结合的模式，建设规范化管理的仙草规范化种植基地，推动梅州地区中药材产业化进程，从运输、包装材料、生物燃料、服务业等多个行业促进梅州经济发展。

（三）娃哈哈营养快线荣获 2016 中国食品七星经典奖

12 月 1 日，由新华网主办的 2016 中国食品发展大会在北京举行。会上，娃哈哈旗下单品营养快线荣获 2016 中国食品七星经典奖。

营养快线是娃哈哈集团根据中国人独特膳食结构和营养状况，精心研制而成的一款优质的牛奶果汁饮品。自 2004 年投产以来，不但迅速风靡国内市场，在世界市场也广受追捧。目前营养快线已畅销美国，加拿大，柬埔寨、新加坡等多个海外市场，且深受当地消费者欢迎。。

此外，娃哈哈不断创新营销手段，将“互联网+”概念与黄金瓶身资源紧密结合，把互联网搬上瓶身，通过年轻消费者喜闻乐见的互动形式，给予消费者福利的同时，拉动销售。

2015 年娃哈哈牵手同程旅游开启“亲爱的一起去旅行”揭标赢奖活动，消费者只需买一瓶营养快线就可参与抽奖，而且瓶瓶有奖，此活动持续半年，参与度破千万，达到了双赢的效果；2016 年 3 月娃哈哈营养快线等主销产品瓶标上赫然出现“喝营养快线、赢爱奇艺会员卡”瓶标活动，结合大型网综《十三亿分贝》，给消费者带去了实惠与欢乐；2016 年 8 月娃哈哈携手京东钱包，为消费者送红包，消费者只要首次参与活动即可获得 2-10 元的随机红包一个，相当于饮料免费喝。

据了解，凭借其健康品质和绝妙口感，截至目前，营养快线自上市以来累计销售突破 450 亿瓶，再度创造了国内饮料行业单品销量的奇迹。

（四）惠尔康生物科技产业项目落户漳州台投区，总投 15 亿

总投资 15 亿元的惠尔康集团有限公司生物科技产业项目落户漳州台商投资区。12 月 13 日上午，惠尔康集团有限公司与漳州台商投资区正式签订项目投资协议。



惠尔康集团有限公司是专业从事研发、生产、销售饮料、谷物杂粮饮品、乳制品的大型集团化食品工业民营企业。该项目位于漳州台商投资区社头高新技术产业园，总投资 15 亿元，用地约 200 亩。项目建设期为 3-5 年，主要建设生技研究中心、生技产业基地、生技养生博物馆等，致力打造世界级大健康产业平台。项目建成后，将成为漳州台商投资区首个生物医药龙头企业，达产后可实现产品年销售收入 50 亿元，年均上缴税收 4 亿元以上，新增就业 1000 多人，对漳州台商区生物医药产业发展将起到重要的带动作用。

III 行业运行数据分析

一、饮料产销量情况

(一) 2016 年 1-11 月中国啤酒产量数据分析

据统计局数据显示，2016 年 11 月，中国啤酒行业产量 252.9 万千升，同比增长 1.6%；2016 年 1-11 月，中国啤酒行业累计产量 4244.6 万千升，同比下降 1.1%。

图表 6：2016 年 1-11 月全国啤酒产量统计表

月份	当月（万千升）	同比增减	累计（万千升）	累计同比
2016 年 2 月	-	-	631.6	-3.56%
2016 年 3 月	384.3	-2.9%	1002.6	-3.51%
2016 年 4 月	357.8	-10.53%	1342.8	-5.78%
2016 年 5 月	425.1	-12.2%	1769.7	-7.47%
2016 年 6 月	480.7	-6.6%	2279.5	-6.9%
2016 年 7 月	507.9	-3.05%	2759.6	-7.24%
2016 年 8 月	517.2	4.19%	3275	-5.87%
2016 年 9 月	409.6	2.02%	3685.3	-5.17%
2016 年 10 月	300.6	0.9%	3985.3	-1.4%
2016 年 11 月	252.9	1.6	4244.6	-1.1

数据来源：银联信整理

(二) 2016 年 1-11 月中国进口啤酒统计数据分析

2016 年 11 月，中国进口啤酒 4.4919 万千升，同比增长 43.3%。金额为 3.1623 亿元，同比增长 45.5%；2016 年 1-11 月，中国进口啤酒 59.8107 万千升，同比增长 18.6%。金额为 40.6011 亿元，同比增长 21.8%。

(三) 2016 年 1-11 月中国白酒产量数据分析

2016 年 11 月，中国白酒行业产量 135.2 万千升，同比增长 5.8%；2016 年 1-11 月，中国白酒行业累计产量 1215.9 万千升，同比增长 3.2%。

（四）2016 年 1-11 月中国葡萄酒进口量数据分析

2016 年 1-11 月，中国进口葡萄酒行业产量 567549981 升，同比增加 16.15%；2016 年 1-11 月，中国葡萄酒进口额 2117440611 美金，同比增加 17.32%。

二、饮料加工行业运行分析

（一）波尔多葡萄酒产量或高达 570 亿升，打破近年纪录

2016 年，波尔多地区的葡萄酒产量或高达 570 亿升，将打破 2009 年以来的纪录。

预估的产量需等到 2017 年 2 月才能证实，但可以肯定的是，收获颇丰，果实均匀且品质优良。希望 2017 年可以销售的数量能够超过 7 亿瓶，即比 2016 年增加 9%。

根据报道，2016 年法国的气候条件比较复杂，春天发生了霜霉病，夏季又比较干旱，收获前预期收成可能会创下新低。但是 9 月初的雨季拯救了波尔多地区的这个年份。

（二）石家庄首次出口预包装梨汁饮料

近日，河北壹州食品有限公司生产的 2170 箱、货值 9114 美元的梨汁饮料在肯尼亚顺利通关。这是石家庄首次出口预包装果蔬汁饮料。

一直以来，石家庄出口果蔬汁饮料只有浓缩果汁，产品作为食品工业原料用于生产加工。为了支持该产品走向国门，石家庄出入境检验检疫局与企业沟通果蔬汁饮料的相关标准要求，详细了解产品原料来源及控制、生产工艺、自检自控等情况，要求企业从源头把控原料安全，加强过程卫生控制，确保关键控制点切实有效。该局组织检验人员对产品进行风险分析，合格后出证放行，确保出口预包装果蔬汁饮料质量安全。

（三）四川产咖啡因首次出口，已顺利通关

近日，佑华制药（乐山）有限公司生产的一批重 2000 千克、货值 18200 美元的咖啡因，经乐山检验检疫局检验合格后，顺利出口波兰。这也是四川首次出口咖啡因。

咖啡因是从茶叶或咖啡果实中提取的生物碱，也可化工合成，该批产品为化



工合成，申报用途为食品添加剂。针对企业首次出口该产品的特殊情况，乐山局在做好风险分析的基础上，帮助企业及时掌握检验检疫流程，并向企业提供国外技术壁垒措施情况和法律法规的要求，降低出口风险。同时加强对企业的监管和管理，督促企业切实履行产品质量安全主体责任，促进企业提高自身质量管理水平，确保出口产品质量安全。

乐山局依照质检总局《关于对人类食品和动物饲料添加剂及原料产品实施出入境检验检疫的公告》（2007 第 70 号）和《关于对人类食品和动物饲料添加剂及原料产品实施出入境检验检疫有关问题的通知》（国质检通函[2007]209 号）要求，对该批次货物进行检验，合格后签证放行。目前产品已顺利通关。

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

11 月份，小麦价格稳中有涨，国内主产区标准品质小麦平均收购价基本在 1.27 元/斤或以上，面粉、麸皮价格也随之上扬，涨幅明显，加工企业盈利局面得到极大改善。预计春节前国内主产区麦价仍以高位坚挺为主，部分地区或稳中略涨。

11 月份，国内小麦供需依旧偏紧，主产区行情维持高位波动态势。据市场信息，月末黄河以北地区标准品质小麦（不完善粒 10%左右）收购价维持在 1.29-1.33 元/斤；河南中部东部、江苏北部中部、安徽北部等地小麦收购价多在 1.25-1.28 元/斤；其他地区普通小麦（不完善粒 15%或以上）的收购价为 1.15-1.22 元/斤。

由于国家在山东、河北、江苏陆续投放 2015 年托市小麦，在一定程度上增加了市场供给，抑制了行情涨幅，使得 11 月上、中旬行情坚挺持稳；但下旬华北地区普降大雪使交通运输受阻，企业原粮采购及成品粮发运均受影响，导致行情有所抬头。

2016 年 11 月中国进口小麦 27,557 吨，同比减少 86.01%，均价 227.97 美元/吨；年初迄今累计进口 3,150,884 吨，同比增加 14.22%。11 月小麦出口量为 0；年初迄今累计出口小麦 10,535 吨，同比增加 98.92%。

（二）国内稻谷价格走势

往年全国粳稻米市场价格走势一般是先涨后跌的倒“U”型，但是 2016 年粳稻米市场呈现地区性分化发展东北地区延续往年态势，苏皖地区呈现波浪式态势。

东北地区稻谷托市政策延续，稻谷价格每年都要受到政策的影响来决定其走势。米价根据成本来定。1-8 月份市场粮源陆续紧缺，稻谷价格带动米价持续上涨，9 月份开始新稻谷集中上市，供应充足，粮价、米价缓慢走低。

江苏地区受政策影响十分微小，受东北市场、下游需求、余粮状况、稻谷质量、本地托市粮等等因素综合影响，市场化程度高，因此 2016 年价格波动频繁。



往年南方籼稻米市场价格走势一般是先涨再跌再涨的“N”字型走势，但2016年价格波动频繁，呈现前三季度“M”型、第四季度缓慢上涨的走势。

前三季度，南方不同地区稻谷余粮程度不一，且陈粮出库拍卖情况不一，另外还有稻谷质量地区性差异的不同，因此南方籼稻米价格呈现不同地区、不同品种的差异化走势。

第四季度，新季稻谷上市，受到托市力度加大、稻谷受灾减产、进口米数量减少等因素，价格呈现持续上涨的态势。

2017年价格走势需多因素综合决定

第一，托市制度。每年的2月份是国家出台当年的稻谷最低收购价的时间，玉米（1519，-6.00，-0.39%）临储收购已经取消，稻谷托市制度改革呼声较高，小麦2017年保护价格稳定，预计很大可能2017年稻谷最低收购价与2016年持平，或者存在很小的可能性是最低收购价小幅下滑2-3分/斤。

第二，拍卖政策。2016年托市力度创历史新高，意味着我国稻谷库存将超过1.4亿吨。如此庞大的数量，为了保证2017年的继续托市，上半年务必要大量出库拍卖才能减轻压力，腾出仓容。而2016年国家在5月底开始首次出台了拍卖低价的超期粳稻谷粮源，预计2017年国家会不会继续拍卖以及会不会增加超期籼稻谷拍卖成为值得探讨的问题。而且拍卖时间会不会提前也成为市场不断传言的事情。

第三，进口米。2016年我国打击走私米力度巨大，据不完全统计2016年我国查获走私粮食（主要是大米）31万吨，如此的打击之下，2016年的走私米数量或较去年减少一半以上。而正规进口米2016年与国产米价差微小，利润空间有限，对国产米的市场冲击力度远小于前几年。2-3月份东南亚新米将上市进入我国市场，届时与国产米的价差如何将成为进口量大小的决定因素。

第四，大米需求偏淡，粮价易涨米价难涨、稻强米弱常态化。受到经济形势不佳、沿海发达省份务工人员回流、人们生活水平提高带来的口粮消费多样化、人口老龄化严重等影响，我国大米口粮消费量在逐年缓慢下滑。而2016年托市力度大，稻谷余粮紧缺，2017年上半年面临无新粮加工的局面，但稻强米弱形势越来越严峻。因此，粮价易涨米价难涨成为常态化，但是米价难涨，加上拍卖陈粮的存在，粮价易涨的幅度受到很大制约。

综上，2017年2月份各地稻谷价格、米价较为坚挺，局部存在小幅的上涨空间。而从3月份开始，尤其是进入4月份各地稻谷、大米价格的走势将更难预测，很大程度上由陈粮拍卖和进口米来综合决定。

二、下游行业运行及其对食品饮料产业的影响分析

（一）邢台饮料首次出口沙特阿拉伯

近日，邢台某公司生产的 8.25 吨、货值 4620 美元的饮料产品经邢台检验检疫局检验合格，顺利装船运往沙特阿拉伯。这是邢台饮料首次出口沙特阿拉伯。

受国际需求下滑的影响，近几年邢台辖区饮料产品出口情况并不理想。对此，邢台检验检疫局双管齐下帮扶企业扩大出口：一是发挥检验检疫机构在市场信息和法规信息方面的优势，帮扶企业规避进口国的技术性贸易壁垒，鼓励、引导企业挖掘新客户，开拓新市场；二是把关前移，提高检验监管效率。以过程监管为抓手，对企业从水源到成品的全过程控制体系实施监管，在监管有效、风险可控的基础上，采用“一厂一品一策”的出口食品风险管理措施，降低现场查验抽批比率，加快验放速度，助力企业不断开拓国际市场。

（二）千岛湖投产高端小分子水，区域水饮料年销售约 40 亿

12 月 28 日，位于杭州市淳安县大墅镇的杭州谦美实业小分子水生产线已投入生产，首批“企业定牌小分子水”已启运上海，20 元一瓶的瓶装水，一进入上海市场就供不应求，该企业主要生产中高端的茶道用水和母婴用水。这家公司的投产，标志着千岛湖水产业从普通饮用水向高端水发展的态势。

目前，在各方努力下，千岛湖水产业集群已经初具规模，在品牌影响力和产品结构上，也形成了合理有序的发展梯度，从而为整个千岛湖水产业的发展提升奠定了基础。

据悉，淳安的水产业起步晚，但发展很快。据统计，2000 年以前，全县水饮料年产量只有 4 万吨，工业销售产值只有 1.71 亿元。但截止 2016 年 11 月底，实现销售产值 38.65 亿元，入库税金 3.75 亿元，占全县工业入库税金的 54.34%。水饮料产业已经成为该县三大支柱产业之一。目前，全县共有水饮料企业 18 家，涉及水饮料产业链的系列产品的商标共有 240 余个品牌，如：“千岛湖啤酒”被列为中国驰名商标，省名牌商品；“妙品”被列为市著名商标等。

千岛湖水资源优势得天独厚，以“天下第一秀水”而闻名于世，2015 年入选“首批中国好水水源地”。在 2016 年，为了将淳安的水资源优势转化为实际的产业优势，淳安县委县政府举全县之力保护环境，采取了一系列措施：一是加强千岛湖水产业的组织保障。县政府成立了“淳安县推进水饮料产业发展工作领导小组”和招商引资推进组以及市场维权工作组；二是加强千岛湖生态环境维护，对千岛湖湖区采沙、网箱养殖、违规垂钓、游船艇污水排放等影响千岛湖水环境的



行为进行全面整治；三是挖掘和提升“中国千岛湖好水水源地”独特的水文化内涵和特色水文化元素。县政府已着手组织申报“千岛湖国家地质公园”，并将其列为“十三五”文创产业重点项目，借此提升千岛湖天然水产品和特有小分子水的附加值。

V 行业运行风险分析

一、1-11月进口葡萄酒，法、澳、智市场份额占8成

2016年1-11月，进口酒类市场维持上行趋势。葡萄酒和啤酒稳步增长；烈酒久积的颓势得止，首现正值，这主要得益于11月份的强势数据，进口量619万升，进口额1.1亿美元，同比分别增长41.8%和77.9%，其中尤以白兰地贡献最大，11月份进口量为117万升，进口额4709万美元（占烈酒进口额的43%），同比分别增长114.4%和94.5%。

葡萄酒方面，瓶装酒保持增长，但增幅逐渐收窄，散装酒稳中见涨，葡萄汽酒继续小幅走低。瓶装酒进口额19.7亿美元，同比增长18.3%，占葡萄酒进口总额的93%。瓶装酒稳居市场占有率榜首，且涨势平稳，这表明瓶装酒在国内消费者中被认知的深度、被接受甚至喜爱的广度日益提高，进口瓶装酒市场方向较明朗。

就11月份单月数据而言，与上月数据类似，瓶装酒小幅上扬，进口金额1.8亿美元，同比增长9.7%。

1-11月的数据显示，法国、澳大利亚、智利仍为进口瓶装酒市场三大巨头，三者增势平稳，市场份额占比合计近80%，市场强势地位不言自明，俨然有三足鼎立之势；另一方面，其他进口来源地呈现出百家争鸣、涨跌互现的局面，说明国内消费需求渐趋多样化、个性化，市场格局细分化趋势显现。

从进口企业方面看，瓶装葡萄酒进口市场的赫芬达尔-赫希曼指数（HHI指数，文末有注解）为555，属中高度竞争市场。

1-11月，进口啤酒量6亿升，进口额6.2亿美元，同比分别增长18.7%和14.5%。德国、荷兰、西班牙的三魁格局未变，其中，荷兰跌势未止，德国平稳增长，西班牙增势更猛。此外，2016年1-10月一路高歌猛进的葡萄牙和英国啤酒数据依然华丽，其进口额同比分别增长了1.2倍和3.5倍。

从进口企业方面看，啤酒进口市场的赫芬达尔-赫希曼指数为160，属高度竞争市场。

二、乌苏啤酒销量逆势上扬，利润增长超过20%

在经济下行压力加大，2016年新疆啤酒市场容量下滑6.1%的情况下，新疆本



土知名品牌——乌苏啤酒销量却逆势上扬，较 2015 年同期稳中有升，实现营业利润增长超过 20%。

2016 年，乌苏啤酒正式成为嘉士伯啤酒麾下全资子公司，同时这一年也是乌苏啤酒步入三十而立之年。30 年对于一个本土企业的发展历程来说是一个里程碑，也是走向成熟的历史见证和契机。

据悉，2014 年，全国啤酒行业啤酒容量止住连续 20 年来的持续增长，新疆市场容量下滑 5%；当年，乌苏啤酒销量萎缩，市场份额跌入谷底。但在 2015 年，全国啤酒市场容量继续下滑 5.06%的情况下，新疆乌苏啤酒实现销售业绩、市场份额实现 7%的双增长。

在当前酒类市场不景气的背景下，乌苏啤酒却能保持较高的增长。究其原因，杜晖说，近年来，新疆乌苏啤酒通过乌苏啤酒节、乌苏啤酒百场篮友会、助力新疆男篮等一系列啤酒文化活动，以醒目的方式赢得不同消费群体的关注，充分利用乌苏啤酒悠久的传承和本土品牌情感，基于现有的市场地位，适当扩展品牌和地区。

2016 年以来，新疆乌苏啤酒还扩大啤酒营销网络，加大新疆地州县市、新疆兵团团场的铺货力度等，以及和电商合作，让民众能够方便、快捷购买到乌苏啤酒。公司还将与国际高端品牌嘉士伯、乐堡相组合，并引入 1664、野格等国际高端啤酒品牌，进行产品多样化，抓住新生代消费群体追求快乐和特殊口感的需求；通过渠道细分优化，掌控和拓展高档啤酒消费渠道；还研发出菠萝 C、橙 C 无酒精饮料新产品，既从企业社会责任层面倡导消费者理性饮酒，又迎合了不同消费群体的需求。

此外，新疆乌苏啤酒还借助“一带一路”愿景与行动走出国门，2015 年，新疆本地啤酒在中断 20 年出口之后，新疆乌苏啤酒再度出口中亚。目前，由于中亚国家经济低迷，但当地民众对新疆口感的啤酒情有独钟，加上“一带一路”的契机，新疆乌苏啤酒还将力争再次出口中亚。

VI 银行产品创新与融资动向

一、惠州太古 CBE AQUABLOC 投入运行

2016 年 12 月 8 日，太古惠州可乐工厂第一瓶水顺利下线，标志着 CBE 在太古可乐系统的第四台 48,000bph 吹灌旋一体机的正式投用商业化运行。也是继浙江太古可乐、合肥太古可口可乐、厦门绿泉实业有限公司之后，又一条 CBE AQUABLOC 正式交付使用。

同时，CBE 为郑州太古可乐所提供的吹灌旋一体机也已经进入到紧锣密鼓的前期安装阶段，相信在太古可乐专业团队的全力配合下，太古可乐与 CBE 将续写双方良好合作传统，以确保该生产线按期投入生产。

传承可靠的德国技术、结合成熟的中国制造，CBE 一直致力于为中国瓶装水企业提供稳定可靠、高效节能的瓶装水生产设备，并以其卓越的性能与贴心的服务，赢得太古可乐持续的信任。

二、可口可乐 31.5 亿刀向英博收购非洲瓶装业务股权

可口可乐同意以 31.5 亿美元收购百威英博在 Coca-Cola Beverages 非洲业务中的 54.5% 股权。可口可乐同意收购百威英博在赞比亚、津巴布韦、博茨瓦纳、斯威士兰、莱索托、萨尔瓦多、洪都拉斯的装瓶业务的权益。

可口可乐计划暂时持有以上所有地区的业务，直到特许权转手给其他合作伙伴。

可口可乐非洲饮料业务目前覆盖南非、纳米比亚、肯尼亚、乌干达、坦桑尼亚、埃塞俄比亚、莫桑比克、加纳、马约特岛以及科摩罗等国家。



VII 行业信贷机会风险分析

图表 7：2017 年 1 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	白酒市场有转暖需求，但仍然面临较强市场竞争；葡萄酒国产品牌市场备受挤压；啤酒市场仍处于下行通道	三年的酒业调整期有即将结束的迹象，中国酒业明年可能开始触底反弹。
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。