



逛个超市也能遇见大牛股

消费板块崛起,食品饮料行业批量“造富”

齐鲁晚报·齐鲁壹点
记者 张頔

毛利率超六成 卖水卖到比肩首富

坐上胡润百富榜第三把交椅之前,钟睺眔曾经还有过登顶“中国首富”的高光时刻——9月8日,“大自然的搬运工”农夫山泉正式登陆港交所,开盘价39.8港元/股,较发行价暴涨85.12%,总市值达4400亿港元。

凭借农夫山泉的开盘大涨,钟睺眔一度以4086亿元(598亿美元)的总身家超过当时福布斯中国富豪最新排行榜上的马化腾(568亿美元)跃升为中国新首富。

但以当天的收盘价计算,钟睺眔的身家没能保持中国首富的位置,但凭一己之力一度将马化腾、马云“二马”拉下马,这体验也是相当刺激。

“最强萌新”钟睺眔的财富主要来自于两家千亿级上市公司。一是当日上市的农夫山泉,总股本约111.88亿股,钟睺眔持股84.41%,按当日开盘价39.8港元/股计算,此部分财富为3758.63亿港元。二是万泰生物,总股本4.336亿股,钟睺眔持股74.23%,按当日开盘价200元/股计算,此部分财富为643.72亿人民币。

卖水卖到比肩首富,钟睺眔必然有过人的生意经。在他看来,小企业要发展壮大,其经营的种类必须具有唯一性,而且必须是暴利的。

从农夫山泉的上市之路来看,钟睺眔确实在不遗余力践行这一点。与此同时,其作为实业家的踏实稳健特质也被注入到农夫山泉的发展历程中,在招股书中,农夫山泉俨然呈现出一家成熟消费品实体企业的“稳”和“实”。

农夫山泉招股书显示,2017年至2019年,农夫山泉的营收分别为174.91亿元、204.75亿元及240.21亿元,同期内,农夫山泉年内净利润分别为33.86亿

元、36.12亿元、49.54亿元。其中,包装饮用水贡献了主要业绩,2019年,该产品的毛利率为60.2%。

细看一下农夫山泉产品的成本构成,会发现其瓶子远比水贵。其瓶身PET占比为31.6%,纸箱、标签及收缩膜等占比31.5%,两者相加共占比63.1%,制造费用及人工占比25%,水、糖、果汁等原料占比仅为11.8%。而农夫山泉自己也在招股书中提到,PET价格的波动对公司利润的影响至关重要。

除了矿泉水,农夫山泉的产品矩阵还包括茶饮料东方树叶,功能饮料“尖叫”,果汁饮料维他命水、农夫果园以及水溶C100、NFC等。其中茶饮料毛利率也在60%左右,功能饮料超过50%,果汁饮料达到35%。

要知道,除了少数酒类饮品,传统饮品行业毛利率很难超过30%的背景下,农夫山泉的毛利率的确引人瞩目。

市值6年增加15倍 调味料能冲击A股前十

和农夫山泉捧出中国首富相比,海天味业可以说是多点开花。作为食品饮料行业上榜人数最多的公司,有27位股东上榜,因为上市公司市值攀升,光今年上榜人数就增加了19位。

海天味业是商务部公布的首批“中华老字号”企业之一,距今已有300多年的历史,最早可溯源至清代中叶乾隆年间开始鼎盛的佛山酱园。2014年2月11日,海天味业在上交所主板上市。人们吃饭离不开调味品,因此海天味业这几年来保持着高速增长,一度被称为“酱油界的茅台”。

自上市以来,海天味业的股价就一直呈上涨趋势。2020年9月3日,海天味业股价突破200元,市值超过6000亿人民币。按照2014年上市的发行价格51.25元/股、市值383.86亿元计算,短短6年多时间市值已经增加15倍之多。

市值6000亿是什么概念?本周海天味业的市值回落到5400亿-5500亿,在A股市值排行榜名列第11,依然呈现出冲击前十的态势。

胡润研究院发布的《疫情四个月全球企业家财富变化特别报告》显示,海天味业实控人庞康位列全球百强企业中财富增长最快榜单第二名,财富达到1050亿人民币,增长36%。

股价一再创新高的背后必然有良好的业绩支撑,海天味业从2016年开始到2019年,净利润分别实现28.4亿、35.3亿、43.6亿、53.5亿,四年时间净利润接近翻番。近5年营收的复合增长率达到15%,净利润的复合增长达到了20%,从财务数据来说是非常优秀的。

调味品可以说是一种最不会受到宏观经济冲击的产业,在开门七件事中的“柴米油盐酱醋茶”中就占了好几样。但是,调味品也有一个特点,就是极度分散,在全国各地几乎每个集镇都有属于自己的酱菜调味品店。

在这样的情况下,大部分的调味品企业走不出本地几乎已经成为一个趋势。然而海天的特点就是用农村包围城市的做法打天下。2012年前后就在县域层面构建起一个覆盖全国的下沉网络,从而奠定了中国调味品江湖的地位。

作为消费板块的代表公司,海天味业的发展可以说正好契合了中国人消费升级的发展路径,早期中国人的调味品相对比较单一,海天味业用酱油这种最为基础的调味品占据市场根基,2008-2018年间我国酱油消费量复合增速6%,蚝油消费量复合增速10%,高于行业平均5%的水平,正好是海天味业大力拓展酱油的时代。

在推动自身酱油产品大规模革新的同时,海天味业还抓住了中国人日益多元化的调味需求,积极实施产品多元化战略,涵盖醋、鸡精、味精、料酒等品类,从而推动了自身的高增长。

粮油航母上市 刷新创业板募资纪录

因为市值增长迅猛,投资者将海天味业与消费板块龙头茅台相比,戏称为“酱中茅台”。而营收2倍于茅台的金龙鱼也在本月上市,为消费板块又添了一员大将。

金龙鱼全称益海嘉里金龙鱼粮油食品股份有限公司,是国内最大的农产品和食品加工企业之一,主营业务是厨房食品、饲料原料及油脂科技产品的研发、生产与销售。该公司核心品牌“金龙鱼”可以说家喻户晓,并且从单一食用油品牌发展成为综合厨房食品品牌,产品类型覆盖食用油、大米、面粉、面条、调味品等。

招股书显示,2019年,益海嘉里的营业收入为1707.43亿元。从年营收来看,金龙鱼=2个贵州茅台=蒙牛+伊利。因此有人说它是消费板块新的霸主,也有人冠之以“油茅”——油中茅台的称号。2020年上半年,公司实现营业收入869.73亿元,较上年同期增长10.53%,实现归属于母公司股东的净利润300769万元,较上年同期增长88.35%。

从创业板整体情况来看,2019年创业板营收前三分别为上海钢联、温氏股份、宁德时代,3家上市公司去年营收分别达960.55亿元、572.4亿元、296.11亿元。以此对比,益海嘉里2019年的营收也可位居创业板榜首。从净利润来看,2017年至2019年,益海嘉里归母净利润分别为50亿元、51亿元和54亿元,与调味品龙头海天味业2019年53亿元的归母净利润相当。

10月15日,金龙鱼正式在创业板上市。本次发行新股5.42亿股,发行价为25.7元/股,募集资金总额139.33亿元。这意味着,益海嘉里金龙鱼是今年以来A股募资规模第二大企业,同时也是创业板有史以来募资规模最大的企业。上市首日收盘报56.00元/股,涨117.90%,总市值为3036亿元,直接排在了创业板的第三位。

相关新闻

齐鲁晚报·齐鲁壹点
记者 张頔

矿泉水、酱油醋、食用油……在消费升级的时代背景之下,作为生活刚需的消费品,完全可以作为投资者的选股方向。著名投资家彼得·林奇曾经说过:我太太做股票比我厉害,(市值涨幅)从来都是10倍起,因为她都是从超市选股。

林奇的妻子有次坚定地告诉他,某种丝袜的质量是所有产品里最好的,不容易发生抽丝,她已经使用了好几年。而且这种产品购买起来十分方便,在口香糖和剃须刀的柜台附近能轻松发现。林奇后来亲自去看,还真是有不少女士在结账前,会随手拿起几个这种品牌的丝袜放进购物车。综合考虑之后,林奇购入了这家公司的股票。

结果这只股票成了整个纺织行业里表现最好的股票。尽管其后被另一家公司收购,但在收购之前,林奇在上面赚了6倍,如果没有被收购,很可能股价会涨50倍。

逛超市的时候,不经意就会遇到大牛股,但也要有些观察的技巧。能够上市的集团公司,往往会开发某一品类的全系列产品,以求更多地占领货架空间,让消费者别无选择,买哪一个都是他们家的。比如饮料货柜的很多产品都来自农夫山泉或可口可乐。所以,当你看到一个品牌有诸多产品类型,那我们心里就大致对这个企业规模有了一定的了解。

超市在布置货品时,往往把主流产品放在视线最容易触及的地方。当我们在推着购物车闲逛时,只要是微微抬头45度视线范围内看到的位置,一般这个位置的东西肯定卖得很好,多数都是知名品牌。

要想成为一名优秀的投资者,就要善于培养自己的商业灵敏度。在超市里拿到一个货品可以先看看是哪家公司的,然后再去了解一下公司的商业情况。根据商品的销量和超市货架占有率,就有可能发现下一个农夫山泉、下一个海天、下一个金龙鱼。

彼得·林奇曾提出过一个理念:投资一个公司的逻辑是,你必须先爱上它的产品。如果你连这个公司有什么产品都不知道,就千万别去投资,即使你真骑上大牛股,你也拿不住。离你不了解的股票越远越好,它不可能给你带来收益。

林奇还有个简单易行的操作方法:买什么东西,就买同等数量的股票。比如家里买了格力空调,那就顺便买它一手股票;下次换个美的电饭煲,再买一手美的。林奇认为,当你每次消费的时候,其实就是在给优秀的公司投票。既然你认为它的产品好,那么自然就应该持有它的股票。

那么什么时候卖出呢?也很简单,当你不想再使用它们家的产品了,比如想把格力空调换成海尔的时候,在股市上也该做相应操作了。

购物选股,如何与好公司为伍