



10月20日发布的2020年胡润百富榜上,马云和马化腾的身后,是首次上榜的农夫山泉创始人钟晓晓,而食品饮料行业上榜人数最多的公司为海天味业,有27位股东上榜。在经济大环境和政策趋势等多重因素影响下,以消费品、食品饮料板块等为主的大消费在资本市场上一路高歌,备受热捧。食品消费股水涨船高,矿泉水、酱油醋因而成了制造富豪的行业。



# 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,钟晓晓曾经还有过登顶“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,钟晓晓一度以4086亿元(598亿美元)的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,钟晓晓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”钟晓晓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,钟晓晓持股84.41%,按当日开盘价39.8港元/股计算,这部分财富为3758.63亿港元。二是万泰生物,总股本4.336亿股,钟晓晓持股74.23%,按当日开盘价200元/股计算,这部分财富为643.72亿人民币。

卖水卖到比肩首富,钟晓晓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,钟晓晓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《疫情四个月后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家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出品的,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为,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