主管总编辑助理 王万利 编辑 白杨 美编 李烝 责校 唐斌 E-mail：kuaijiaogao@163.com

八大行业2020年将集中显现马太效应

进入2020年，各行各业将面临不同的机遇与挑战，“强者恒强”的局面将愈发凸显。其中，随着社会消费水平的不断提高，调味品企业将更多在零添加、纯天然、有机等高端产品领域展开较量，头部企业将继续扩张商业版图；在资本市场的助力下，食品行业和乳品企业集中度将进一步提升，食品企业加速渠道融合，乳企则瓜分细分领域市场；化妆品新规待出，行业即将迈入洗牌期，日化巨头加速并购中小企业；服装行业将在各种新热点、新技术、新工具、新平台、新模式的驱动下，投身到转型升级中去；电信行业在5G竞争升温的同时，三强的格局也正加速生变。

调味品
迎来新增长 迈向B端市场

随着社会消费水平的不断提高以及消费者对于健康的追求，调味品不断推出高端产品。伴随掘金高端化市场，推动产品走向全国化发展同样成为各大企业突破发展局限的一种方式。与此同时，面对全国化发展的高成本以及长时间等不足，依托餐饮端的发展成为了各大企业走向全国化发展的迂回之路。

关键词一：迎来高端化

北京商报记者走访调查发现，在商超渠道，高端酱油、蚝油的铺货量正在逐渐加大，比如海天味业、千禾味业、李锦记等企业纷纷推出主打健康牌的零添加、有机酱油、蚝油、料酒等产品。事实上，在2019年北京商报的调查数据中，有近八成消费者表示，高端酱油与普通酱油相比，更愿意选择高价健康型酱油。

中国食品产业分析师朱丹蓬在接受北京商报记者采访时表示，调味品高端化是今后发展的主流趋势。尤其是随着高端餐饮的火爆以及家庭消费的升级，再次推动了调味品高端化的发展。

关键词二：布局全国化

对于调味品企业而言，全国化布局是关键。目前，除海天味业、李锦记、加加食品，完成全国化布局的企业寥寥无几。

千禾味业主要布局西南地区，其产品在该地区的市场占有率达80%以上。而在全国化布局方面，千禾味业近两年的发展远远不足。但从2013年开始，千禾味业开启全国化布局步伐。千禾味业只是调味品企业发展的一个缩影。朱丹蓬称，全国化运营的成本非常高，因此，很多企业对于全国化的布局便选择依托餐饮渠道去实现。

关键词三：走向餐饮端

业内人士称：“海天之所以成为调味巨头的原因，除了其强势的全国化布局，还有一个很重要的因素是海天在餐饮端的布局。”数据显示，海天在餐饮渠道的竞争优势明显，占比超70%。朱丹蓬表示，布局餐饮端或者是加大对于餐饮端的布局，将是未来很多调味品企业的方向。

北京商报记者 钱瑜 张君花

扫码看详细解读

乳业
抢占细分市场 提升集中度

受众群体的收窄让竞争进一步加剧，国内外乳企的业绩受到不同程度波及。为保持业绩持续增长，乳企纷纷探寻多品类及业态的发展。2019年底，健合、惠氏以及伊利相继杀入羊奶粉领域。在业内人士看来，2020年，细分领域将成为乳企们的新战场，行业集中度提升。

关键词一：细分市场

2019年底，健合、惠氏以及伊利相继推出婴幼儿配方羊奶粉的动作让该细分领域热度攀升。与此同时，在婴幼儿配方羊奶粉领域已占有一定份额的澳优加大了成人羊奶粉等品类的布局。同年底，蒙牛入股妙可蓝多，剑指奶酪市场。

乳业分析师宋亮分析认为，各大乳品企业将依靠资金、技术等优势，不断进行产品结构升级，向新兴乳品品类和非乳品类进军。

关键词二：强者愈强

目前，传统牛奶粉市场格局已定。在人口出生率下降以及最严配方注册制等因素影响下，企业两极分化，优势向龙头企业聚拢。无论哪一战场，拥有资金以及品牌等优势的乳企可以迅速占领市场份额，小企业将被洗牌出局，行业集中度将再进一步提升。

据宋亮介绍，近几年，龙头企业营收及利润均高于行业平均速度在增长，推动市场集中度不断提升，同时高附加值产品大多都集中到龙头企业身上。其结果是大批中小企业，特别是部分区域龙头企业经营业绩下滑明显，2019年约60%企业处于亏损或潜在亏损状态，两极分化严重。

关键词三：加速上市

2017年以来，区域乳企掀起了一阵上市潮，飞鹤、新希望乳业、君乐宝、卫岗、完达山、花花牛、天友、风行乳业、广泽股份等纷纷筹备上市。2019年7月，陕西红星美羚股份有限公司也递交了A股上市申请书。陕西红星美羚股份有限公司相关负责人彼时在接受北京商报记者采访时表示，选择在A股上市的原因是为获取更多的资本市场助力，加快企业的成长。

北京商报记者 钱瑜 姚倩

扫码看详细解读

食品
渠道融合推动产业升级

2020年，食品行业消费升级将不止于产品高端化，消费升级将更加深入至三四线城市，企业渠道下沉至乡镇市场，线上线下的融合更加深入，必将带来行业再一次爆发。不仅如此，在消费升级的拉动下，食品行业的马太效应越来越强，产业集中度越来越高。

关键词一：资本加持

2019年，三只松鼠、天味食品、有友食品、西麦食品等企业成功登陆A股市场，为企业发展注入新动力。其中，三只松鼠上市后的5个月，于2019年12月3日线上线下全渠道成交额突破100亿元。

2020年，食品企业在资本市场的表现将更加值得期待。近期，零食巨头良品铺子上市，此外，均瑶乳业、华文食品、展翠食品等企业也紧跟排队。娃哈哈、农夫山泉均传出上市的消息。2020年，食品行业资本化趋势更加明显。

关键词二：渠道下沉

传统食品企业在中国市场深耕多年，对于市场的变化更加敏感。朱丹蓬认为，食品行业升级是中国消费升级最直接的触发点，目前，消费升级已经进入了深水区，下线城市的升级需求很大，带来的市场空间也很大。能够及时作出调整的企业，可以抓住消费升级带来的发展红利。

曾经的线上品牌都在进行线上线下融合。三只松鼠表示，2025年三只松鼠开店目标是开设1000家投食店、1万家松鼠小店。2019年，百草味再次布局线下，2020年预计开设40-50家门店。

关键词三：马太效应

不管是资本对食品企业的加持，还是企业下沉渠道，带来的结果是食品行业马太效应更加明显。

在胡润发布的2019年中国食品饮料品牌价值排名榜中，双汇、达利等12个品牌上榜。

战略定位专家、九德定位咨询公司创始人徐雄俊称，目前随着人口和互联网红利消失，伴随消费升级、需求分化、个性化，以及在传播渠道和模式碎片化的推动下，食品行业难以再形成大品牌、大单品。

北京商报记者 李振兴

扫码看详细解读

饮料
新品倍出 健康先行

2019年食品饮料行业仍是消费市场表现突出的领域，呈现产销两旺局面。业内人士表示，随着我国居民消费观念的转变，对饮料的健康、安全更为注重，越来越多的消费者选择瓶装水、果汁饮料、茶饮料等。

关键词一：植物基革命

2019年“双11”期间，植物基饮料已超越可乐等传统的超级单品，成为最受消费者青睐的“国民饮料”。

朱丹蓬认为，与传统行业里各大知名企业瓜分市场不同，植物基饮料行业呈现出“蚂蚁大、大象小”的局面。在大企业的加入下，或将迎来爆发。

关键词二：气泡水盛行

近年来，气泡水的受欢迎程度也有明显上升。雀巢在2019年推出了草莓、西瓜口味的巴黎水（Perrier）。Flavorman的专家预测：“全球对苏打水和气泡水的狂热才刚刚开始。随着消费者继续将口味置于甜味之上，强调明亮和清新风味的‘更益健康’饮料将在2020年占据舞台中央”。

关键词三：减糖持久战

随着“减糖风潮”席卷整个饮料市场，无糖、低糖饮料成为消费主流。在还未征糖税的国家，很多公司同样积极减糖。中国虽然还没有征税动议，但饮料行业已经对此有了预期，并开始“未雨绸缪”。

北京商报记者 钱瑜 王晓

（下转12版）

扫码看详细解读

北京文化产权交易中心挂牌项目

北京文化产权交易中心以国有文化产权交易为基础，集各类文化资产交易和权益流转服务于一体的全国文化要素市场，同时也是集合各类文化金融创新服务的综合性平台。欲了解更多信息，请登录北文中心官方网站http://www.bcee.cc，或联系北文中心刘女士，010-87537625。

项目编号：GBJ 20200006

项目名称：航美传媒集团有限公司37.72%股权

挂牌价格：144332.5万元

项目简介：挂牌标的为【北京市文化中心建设发展基金（有限合伙）】拥有的【航美传媒集团有限公司37.72%股权】。

中药大品种科技竞争力报告公布

东阿阿胶两款产品入选补益类前三

2019年中药大品种科技竞争力报告近日公布，东阿阿胶股份有限公司旗下阿胶和复方阿胶浆再次入榜，在补益类领域排名第二、第三位。

据悉，中药产品的科技竞争力集中反映了产品的临床价值和科学价值，尤其是对于上市后的中成药产品，一方面其临床价值以科技成果的形式展示出来；另一方面，科技方面的投入产出也切实为产品提高临床证据力度、打造技术壁垒提供支持，因此，中药产品的科技竞争力是其临床优势的重要支撑与集中反映，也是其产品未来实现市场价值的决定性因素。由于中药作用机制与临床效应复杂，往往具有多维度的临床价值，难以像现代化学药、生物药物那样直接简单地评价其临床价值，而通过对中药产品科技竞争力的综合评价，可以为上市后中成药产品的临床价值评估与研判提供支持。

该《报告》立足于“临床价值高、科学价值强、市场价值大”的中药大品种价值取向，聚焦于待评估中药产品的科技投入、产出、奖励等，基于中药大品种科技竞争力模型，按照指标权重因子确定了算法规则；在各项数据的基础上，计算各个品种的得分值，即得到该品种的“科技因子”。通过科技因子的比较，可较客观地反映出产品在科技方面的综合竞争力。

在2019年中药大品种科技因子全品类排名中，东阿阿胶旗下的阿胶排名17，复方阿胶浆排名22；在补益类排名中，两款产品均入选前三名；在连续十年的非注射类排名中，阿胶位列11，复方阿胶浆位列14。

对此，东阿阿胶相关负责人表示，中药产品的科技竞争力是构成产品临床优势的重要支撑，也是产品未来市场价值的集中体现。阿胶是中国最早的生物制药之一，东阿阿胶一直注重产品的科技力量投入。近些年来，众多科研机构和医学、药学等领域的专家借用更为先进的科学技术，发现阿胶在治疗β-地中海贫血患者妊娠期贫血、肺功能低下模型的保护作用、治疗卵巢功能不全、促进皮肤胶原蛋白吸收，及复方阿胶浆在抗疲劳、治疗登革热和抗化疗引起的骨髓抑制研究等方面的药理作用。

去年底，相关科研成果研讨会在广州举行，相关领域专家与会发布了阿胶、复方阿胶浆药理机制及临床研究最新成果，用现代科学方法进一步证明传统中药东阿阿胶的功效。中国医学科学院药物研究所研究员靳洪涛在会上介绍说，基于代谢组学手段，采用人工细颗粒物（PM2.5）滴注模型，在国际上首次发现了阿胶通过精氨酸代谢通路，有效提高和保护肺功能，减少上呼吸道炎症，修复肺纹理状态。后续，将继续对阿胶润肺、润燥、保护肺功能的机制进行持续深入研究。

多年研究复方阿胶浆治疗登革热的印度尼西亚苏拉巴亚中华医院院长李治良表示，复方阿胶浆能显著提升人体造血系统机能，提升血小板，增加人体免疫力，对治疗登革热具有显著疗效，这是一个创新性的发现，也是中医药新功效的发现。“不管中医也好，西医也好，只要能够帮助病人那就是好的医生。”

据了解，在国家卫健委与国家中医药管理局日前公布的《新型冠状病毒感染的肺炎诊疗方案（试行）》中，多个中成药被列为推荐药物。中医药在防病治病方面持续发挥着独特优势。

作为红色央企华润集团上市公司，基于现代研究成果，1月31日，东阿阿胶将满载山东人民深情厚谊的约百万元复方阿胶浆药品送抵武汉，将帮助一线医护人员补充气血、提高免疫力，打赢新冠病毒疫情阻击战。