摘要：本文通过对国际经济形势及中国经济形势分析;由于xxxxxA股属于兽药行业，虽然xxxxx技术股份有限公司所属行业为医药制造业，但是本文仍然以股票所属的兽药行业为背景进行相关的分析。通过宏观的经济环境，行业生态分析;瑞普生物财务分析;股票技术、价格分析。得出了近期xxx交易量波动下降的态势,只是还不够明显。加上现在的股市正处于“熊市”的不景气状态，只能给予谨慎投资的的建议。

　　一、宏观经济形势分析

　　(一)国际经济形势分析

　　20xx年国际环境仍然复杂严峻，国内经济运行中深层次问题尚待解决，但中国经济发展具有较多有利条件，有望进一步企稳回升，增长幅度区间将取决于国际大环境与内部深层次结构调整的进展。预计20xx年中国经济增速达8.2%左右。稳增长是当前经济工作中的首要任务，同时需要处理好稳增长和调结构、转方式与深化改革间的关系。通过稳定投资增长、优化投资结构，扩大结构性减税力度、适当降低增值税标准税率等措施实现经济稳中求进。同时促进技术与制度创新，提高劳动力素质，培养经济长期增长潜力。

　　(二)中国经济形势分析

　　我国经济并未延续20xx年下半年的企稳回升态势，GDP同比增长7.7%，较上年4季度回落0.2个百分点。需求则表现为“消费弱、投资稳、出口好转”;供给则表现为“农业形势较好，工业增速偏低，三产增长分化”。通胀压力减轻，居民消费价格同比上涨2.4%，比上年同期回落1.4个百分点。就业形势稳定，全国城镇新增就业303万人，完成全年计划目标的34%，比上年同期多增加14万人。社会流动性宽松。种种迹象表明，中国经济增长动力不足，复苏势头较为疲弱。特别是民间固定资产投资一直处于减速通道，1季度增速比上年全年与上年同期分别回落0.7个和4.8个百分点，显示民间对未来经济发展和投资信心不足。在商业银行不良资产风险逐步上升、金融风险防范力度不断加大的形势下，兽药行业企业的投资扩张也面临资金约束，并可能在未来经济复苏中埋下隐患。

　　二、行业总体分析

　　(一)兽药行业竞争剖析

　　1、产业供大于求，价格竞争激烈，技术竞争逐渐成为主体

　　农业部强制推行兽药GMP建设，虽然将过去2400多家兽药生产企业压缩到目前1200家，但通过设备更新、厂房重建、人员素质再造等手段，现有企业的年设计生产能力远远超过过去2400家企业的生产总值，兽药业产能过剩已经是一种不争的实施，产能增幅超过200%。然而，GMP企业生产能力的扩大、养殖总量的增加并没有为兽药消费带来同步增长。因此，兽药竞争的残酷性将比过去更为突出。竞争双方均有占领市场的想法，以价格大战打起竞争之战，双方纷纷打出让利于经销商、兽医、养殖户的招牌，甚至于低于成本销售，这一战打得兽医和养殖户无所适从，就兽医和养殖户而言既希望价格低，但又担心买假货，俗话说"便宜无好货"，到底便宜是否是好货在兽医和养殖户心中打了一个问号，不知所以然。但是，商业规律决定价格竞争将仍是兽药市场竞争的主要手段之一。常规兽药与新兽药之间的竞争仍在继续。在过去的若干年实践中，兽医和养殖户对常规抗菌、驱虫、抗病毒、退烧、治喘、止痢药物有了充分认识，市场已占主导地位，兽药经销商的经营有较好的市场基础。

　　2、宣传竞争失色，渠道竞争白热化，、服务竞争是重要的制胜

　　当前兽药产业产品的同质化、同名化以及主流客户群体的同一化，宣传的功能对产品的直接促进将大大失色，市场竞争却日趋激烈，终端渠道竞争成为兽药生产企业的必然发展越趋。目前，绝大部分兽药生产企业都在开始进行深度分销，一级代理已由原来的省级或地级代理转变向县、乡甚至村代理，种种迹象表明，兽药生产企业都在进行终端下沉，精耕细作，贴近市场，力拼渠道。兽医与养殖户购买兽药产品越来越理智，他们迫切需他们迫切需要厂家提供专业的服务，指导他们合理临床用药，提高产品的使用价值，解决实际中的问题。采用优质的服务，如技术讲座、出诊等均能明显提升产品销量，赢得用户对企业品牌的长久信赖，已是一个不争的事实。

　　(二)兽药市场营销趋向

　　1、由游击战上升到巩固战和持久战，由产品竞争上升到企业资源竞争打一枪换一个地方，一年换一个牌子，这种采取流动作战、急功近利的游击战法，在兽药经营的人中不在少数。面对农业部大刀阔斧动真格，这些以炒作起家的企业可以说是步履艰辛，越来越没有市场。因此合法合规合情都是不可避免的。企业在产品上市之初就要做好战略规划，稳扎稳打，稳步推进。在20xx年接触的很多兽药企业中，张口就是回款几千万的少了，很多人都把辛苦研发出来的产品作为长线操作，打起巩固战和持久战，进行理性归原，把兽药真正当兽药来卖。在市场越来越规范的今天，企业已经不再迷恋那些前无古人、开天辟地的新概念，更注重核心竞争力的打造。产品的同质化和营销同质化越来越高，单一产品的成功显得艰难而单薄。所以，打造家族和系列品牌，树立专业和专家形象，走品类营销路线越来越受到企业重视。

　　2、营销由显性到隐性，全国市场蜻蜓点水到区域市场精耕细作传统广告营销模式在转型期越发呈现被动与无奈，兽药产品广告效果越来越差已成不争的事实。广告营销从单一操作方式向多元化转变的同时，预示着市场营销开始由显性向隐性过渡。一招制胜的机会越来越少，虚实结合充分放大企业自身优势，将是持续健康发展之路。“天上飞广告，地上铺通道”，这种传统广告营销模式在转型期越发凸显出被动与无奈。广告营销不管是从媒体组合还是操作方式都开始向多元化发展。一方面，企业开始将大量广告费用向事件行销、公益营销、文化营销等方面转移。不同市场的差别性是个令众多企业头疼的事。消费者变得理性，市场越来越规范，广撒网、多捕鱼的蜻蜓点水营销手法耗费大量人力财力，其实产出并不比重点操作几个区域市场多。若水三千，只能取其一瓢。精耕细作，开发一个，成功一个，风险低，投入低，产出不一定少，并且市场扎实，巩固得也好。

　　三、公司具体分析

　　(一)、公司历史分析

　 xxxx技术股份有限公司(股票简称：xxx：股票代码：300xxxx)，xx生物股票是在20xx年在深圳证券交易所上市，坐落于河北省保定市民营科技产业园区，是河北省唯一一家集研发、生产和销售为一体的动物生物制品现代化GMP企业。xx生物成立于1998年，创业十多年来，不断创新、开拓进取，已从最初的单一企业成长为极具规模的动物保健产业集群。旗下拥有xxxx生物药业有限公司、xxxx生物药业有限公司、xxxx高科生物药业有限公司、xxxx药业有限公司(参股)、xxxx生物药业有限公司(参股)、xxxxx大地动物药业有限公司(参股)6个GMP生产基地，拥有原料药生产线、粉剂/散剂/预混剂、口服液生产线、消毒剂生产线、注射剂生产线、颗粒剂生产线、片剂生产线、灭活疫苗生产线、活疫苗生产线等30条大型生产线，以巨大的产能成为中国集生物疫苗、药物原料、药物制剂、饲料添加剂四位一体的中国规模最大、产品种类最全的动物保健品生产基地之一。作为我国动物保健品行业的领军企业，中国A股市场上一家专注于兽药领域的上市公司，瞄准国际生物技术和动物医学发展前沿，围绕农业可持续发展的国家需求，秉承“前瞻、创新、正直、分享”的企业理念

　　xxxxx生物技术股份有限公司致力于不断开发和生产高质量和高附加值的产品。目前拥有家禽、家畜、宠物、水产等动物产品280多种，其中化学药物近170种，生物制品50多种，饲料添加剂30多种，植物提取制剂30多种。产品是人品、控制是诚信、质量是生命，xx信守质量承诺，坚持内控标准高于国家标准10%，产品质量抽检合格率连续20xx年居行业前列，主要产品在多个细分市场名列前茅。良好的市场占有率和高品质的产品效果，让“xx”品牌获得了行业和客户的广泛认可，被国家行业协会认定为“兽用生物制剂10强企业”、“兽用药物制剂30强企业”、xx产品被认定为“天津名牌产品”、“xx”商标先后被评选为“中国动物保健行业20xx年最具影响力品牌”、“20xx年度畜牧业影响力品牌”、“纪念改革开放30年全国畜牧业最具影响力品牌”。xxxx生物技术股份有限公司以丰硕的科技创新成果，成为“中国畜牧兽医科技创新领军企业”。以创新的产品引导市场，以过硬的品质赢得市场，xxx立足高端，致力创新，推进着动保行业可持续健康发展。

　　(二)、公司财务分析

　　(三)、公司K线技术分析

　　四、结论及建议

　　(一)、结论

　　随着我国经济的复苏和国民经济的整体向好，xx生物股票在观察这段期间内，总体的上证指数和深证指数都呈下降的趋势，并且整个市场处于“熊市”。该只股票属于创业板，而创业板的下降幅度最甚。所以无论是从中长期看来，还是短期来看呈波动下降的趋势。由此，建议如果要投资瑞普生物A股，短期内要注意关注国家调控对兽药行业的政策对股票的影响，和做波段投资，较为合适。短期涨幅有限，注意关注股票的市盈率和振幅程度。

　　(二)、建议

　　1、在发行主体发展方面

　　市场需要什么就生产什么，而不是生产什么就卖什么。营销就是满足消费者需求的过程销就是满足消费者需求的过程，它起始于消费者的需求，也就是市场需要，满足了市场需要也就是适销对路。如何才能做到适销对路?市场调研是唯一的途径。适销对路这一概念应该时刻存在于经营者的脑海中，只有有了适销对路的产品，下面的工作才能展开。没有产品质量作基础，营销工作是很被动的。除了对质量的严格要求之外，产品质量还应当结合消费者的实际需求和成本来考虑，同时，更要关注竞争对手的质量，只有产品质量比竞争对手更好，才能在竞争中取胜。此外，要牢记产品质量必须稳定如一，质量下滑是兽药企业由盛转衰的一个重要原因。

　　注意为市场配备精英人才。建立一支能征善战的营销队伍，建立一支能征善战的业务队伍有四个基本要素 ：核心、素质、管理、沟通，四者不可偏废。为市场制定适用策略。市场布局，我们所面对的各处市场是相互影响的，其中一些市场处于关键位置，一些处于次要位置，打开一些关键市场，就会占领一大片市场。市场布局要考虑多种因素，一是市场的重要性;二是竞争对手的势力;三是运输距离;四是市场容量大小;五是市场之间的互相呼应;六是考虑人员配置;七是考虑未来的市场管理，防止市场窜货;再就是为将来市场开发留下空间。制订市场布局方案时一定要有前瞻性眼光，以免浪费有限的市场资源。3、营销策略。在营销管理中，我们应制订一些策略性的东西，来强化一些管理要点。经销商积极地卖货、业务员积极地推销、消费者积极地购买，这样销量就会直线上升，反之则市场平平。以上就是对瑞普生物企业发展前景的建议。

　　2、在投资者的投资方面

　　最后，我认为投资者在考虑投资xx生物A股时，应从以上分析中看出其波动不平稳的态势，故建议谨慎投资。