

打破千亿天花板 名优白酒下一步往哪走

随着酒企2021年年报相继披露,白酒行业再次交出一份高质量成绩单。贵州茅台作为白酒龙头,2021年实现营收1094.62亿元,同比增长11.71%,酒企营收首次突破千亿大关。事实上,目前国内白酒高端市场主要以贵州茅台和五粮液为核心,在双寡头格局下,如何打破各自瓶颈成为“百亿俱乐部”企业的当务之急。

北京酒类流通行业协会秘书长程万松认为,目前白酒高端市场以茅台、五粮液为核心的格局相对稳定。对于其他名优白酒企业而言,仅仅靠高端市场很难去实现企业的持续扩张,而且风险很大。因此名优白酒企业未来应该要做好根据地市场,同时要围绕核心板块进行全国化布局。

“ 百亿俱乐部”酒企2021年营收净利一览

 贵州茅台	营收1061.9亿元 同比增长11.88% 净利润524.6亿元 同比增长12.34%	 泸州老窖	营收206.42亿元 同比增长23.96% 净利润79.56亿元 同比增长32.47%
 五粮液	营收662.09亿元 同比增长15.51% 净利润233.77亿元 同比增长17.15%	 山西汾酒	营收199.71亿元 同比增长42.75% 净利润53.14亿元 同比增长72.56%
 洋河股份	营收253.5亿元 同比增长20.14% 净利润75.08亿元 同比增长0.34%	 古井贡酒	营收132.7亿元 同比增长28.93% 净利润22.98亿元 同比增长23.9%

龙头业绩高增

北京商报记者查阅资料发现,白酒上市企业2021年仅有1家企业营收出现下滑,其他白酒企业营收均实现增长。贵州茅台2021年实现营收1061.9亿元,同比增长11.88%,成为行业首家营收突破千亿的企业。五粮液实现营收662.09亿元,同比增长15.51%。洋河股份、泸州老窖、

山西汾酒实现营收分别为253.5亿元、206.42亿元、199.71亿元,同比增长分别为20.14%、23.96%、42.75%。从数据来看,头部白酒企业2021年营收均实现超10%的增长。北京商报记者就业绩情况向上述企业发去采访提纲,截至发稿,企业并未给予回复。

预收货款作为白酒企业的“蓄水池”,也可以侧面反映出企业的盈利能力。从“蓄水池”来看,2021年白酒头部企业预收货

款也有所增长。贵州茅台、五粮液、洋河股份、山西汾酒预收货款分别为127.18亿元、130.59亿元、116.45亿元、73.76亿元。

在白酒头部企业纷纷亮出骄人成绩单的背后是企业布局高端的默契。平安证券在研报中指出,白酒具有穿越周期的能力,随着人均收入的提高,白酒主流价位带不断升级,成功打开高端白酒天花板和行业扩容空间,各白酒企业纷纷通过产品升级获得新活力。

双寡头格局

从盈利能力来看,白酒行业产品升级趋势仍未改变。在消费升级的加持下,白酒消费者的消费模式也逐渐向高品质发生转变。消费者品牌意识逐步增强,促使中高端及以上白酒产品消费比重提升,酒企高端产品毛利率整体呈现提升趋势。

北京商报记者了解到,2021年,贵州茅台茅台酒实现营收934.65亿元,毛利率高达94.03%;五粮液的五粮液产品实现营收491.12亿元,毛利率为85.59%;山西汾酒汾酒系列实现营收179.2亿元,毛利率为76.55%。

从产品销量来看,贵州茅台核心产品飞天茅台,不论在线上还是线下均是一瓶难求。第八代五粮液在天猫平台月销量为200+。反观其他品牌高端产品,泸州老窖的国窖1573在天猫平台月销量为100+,今世缘国缘系列月销量不足10笔。从产品角度来看,国内白酒高端市场基本以贵州茅台和五粮液两大品牌为主。

香颂资本执行董事沈萌表示,高端市场的“护城河”是品牌价值,而且并非企业单方面决定,必须得到消费者的心理认可,所以白酒行业特别是所谓高端市场仍遵循马太效应。

程万松分析认为,高端市场是一个对于品牌要求极高的市场,目前白酒高端市场以茅台、五粮液为核心的格局相对稳定。其他名优白酒企业如果仅靠高端市场,业绩很难实现持续增长。除了巩固根据地市场、围绕经济核心板块进行全国化布局外,在产品结构方面,也应该关注次高端和轻奢领域。

寻求突破口

白酒行业快速发展,在消费升级的加持下,企业纷纷布局高端市场。据了解,头部白酒企业均在高端市场有所布局。而事实上,消费者对于高端白酒的消费,依然以品牌力为主。

消费者曹女士向北京商报记者表示,贵州茅台和五粮液绝大多数人都知道,其他品牌的产品,可能价格也不便宜,但大家都不知道。

目前国内白酒高端市场主要以贵州茅台和五粮液为核心,在双寡头格局下,其他名优白酒企业如何打破各自瓶颈,则成为企业的当务之急。北京商报记者了解到,诸多企业除了布局高端市场外,也在抢占全国市场份额。

据了解,2021年,山西汾酒在稳定发展大基地市场的同时,还以南方市场发展为契机,规划江、浙、沪、皖、粤等市场共同发展,以此来推动长三角、珠三角市场的拓展。

泸州老窖也表示公司未来要加大市场精耕,深耕基地市场和重点市场。同时加强市场拓展,对于空白市场也将加快布局,以此来完成全国化发展。

沈萌表示,抢不抢占高端市场并不重要,重要的是巩固和发展潜在市场。在消费者结构不断变化、年轻消费者占比逐渐提高的过程中,白酒品牌除了要进行内部竞争,还要与更吸引年轻人的竞品进行外部竞争。

程万松则指出,白酒高端市场实际空间有限,大部分名优白酒企业的产品还是集中在次高端和轻奢领域,名优酒企在这个市场还是大有可为。除此之外,白酒所具备的社交属性,也让口粮酒市场存在巨大发展潜力。北京商报记者 刘一博 翟枫瑞

保持两位数增长 五粮液“十四五”行稳致远

4月28日晚间,宜宾五粮液股份有限公司(以下简称“五粮液”)发布2021年年报及2022年一季度报告。报告显示,2021年,五粮液实现营收662.09亿元,同比增长15.51%;归属于上市公司股东的净利润233.77亿元,同比增长17.15%。统计数据显示,2016—2021年,五粮液已实现连续六年营收呈两位数增长。值得一提的是,2022年一季度,五粮液实现营收275.48亿元,同比增长13.25%;归属于上市公司股东的净利润108.23亿元,同比增长16.08%。五粮液一季度业绩趋势延续了往年稳健增长态势。

对此,业内人士指出,在白酒行业竞争激烈的当下,五粮液在一众酒企间以稳健的步伐,按照符合自身发展增速的速度向前迈进。

稳字当头

“稳”不仅是五粮液2021年报及2022年一季度报告中的关键词,更是企业近年来多个方面发展的关键词之一。

2021年年报披露后,五粮液自2016年起营收增速为两位数的年头增至25个季度。

4月29日,五粮液召开2021年度及2022年度一季度业绩说明会(以下简称“业绩说明会”)。五粮液集团(股份)公司党委书记、董事长曾从钦在业绩说明会上指出:“十四五”期间,五粮液将继续保持两位数可持续稳健增长,到“十四五”末实现千亿发展目标。会上,曾从钦率在企高管围绕五粮液“十四五”规划、发展战略、酿酒生产计划等方面与投资者进行深入、坦诚地沟通,给予广大投资者与股民们行稳致远的信心。

业绩增速平稳有力的成绩背后,五粮液在产品上下的功夫功不可没。2021年,五粮液系列酒品牌矩阵持续完善,产品结构持续优化、市场动销更加良性。作为系列酒战略级品牌,五粮春相继推出第二代五粮春、五粮春·名门等新款产品,壮大五粮液腰部市场矩阵。数据则可以更直观看出五粮浓香系列酒产品端的发展,2021年系



列酒产品营收超126亿元,跨越100亿元营收的台阶,增幅超50%。

白酒产品稳步增速发展的基础是优质原酒持续扩能。资料显示,2021年,五粮液有效完成勾储酒库扩能项目、成品酒包装及智能仓储一体化项目、红坝新园区配套基础设施建设项目、酿酒专用粮工艺仓及磨粉自动化项目改造等4个续建项目主体工程。此外,五粮液新增12万吨生态酿酒一期项目已经启动建设,磨粉、制曲、包装、仓储等系列配套项目也正在有序地推进相关工程建设。

业内人士指出,五粮液连续多年业绩增长背后,首先是稳固的浓香头部品牌地位;其次是五粮液仍在持续扩大的消费者群体。此外,五粮液品质过硬、风味独特,本身就有稳定的核心消费群体,确保了五粮液基本的市场盘没有变。不仅如此,五粮液近年来营销上策略稳健、工作细致,尤其优化投放、数字营销等措施,稳定了渠道经销商的队伍,激发了经销商的积极性。

夯实地基

决定企业能否稳健发展的核心因素在于企业是否打好了发展的“地基”。只有地基足够稳固,企业才能走得更快、更远、更好。

如今,白酒行业高端化趋势愈发明朗,竞争愈发激烈。五粮液2021年年报中指出,2021年,国内外宏观经济下行压力加大,但行业进一步向优势企业、优势品牌、优势产区集中,名酒企业竞争优势更加明显、确定性更高。

在此背景下,五粮液在持续完善五粮液产品体系的同时,大力发展系列酒产品。资料显示,2021年,五粮液系列酒产品坚持“三性一度”“三个聚焦”及“打造四大全国性品牌”战略,实现了系列酒产品销售收入稳步增长,在数字营销领域实现新突破,市场份额也实现稳步提升。

在销售渠道方面,五粮液新兴销售渠

道被进一步扩充,自营官方旗舰店得到稳步建设。数据显示,2021年,公司经销渠道实现营收约501.37亿元,同比增长约10.48%;直销模式实现营收约115.95亿元,同比增长约64.37%,直销模式实现营收增幅远超经销模式。登录天猫电商平台不难发现,五粮液官方旗舰店已经拥有超250万粉丝量。此外,店内产品第八代五粮液52度双瓶还登上了天猫V榜榜首。

在业绩说明会上,五粮液股份公司副总经理刘洋对五粮液是否会推出自己的App回应称:“五粮液公司会适时推出自己的App,面向消费者会员提供相应的服务”。届时,五粮液销售渠道将再度被扩充。

除产品、渠道外,消费者态度在一定程度上影响着酒企发展,而产品质量则对消费者态度产生直接作用。2021年,五粮液荣获第十九届“全国质量奖”,第四次获得质量领域权威奖项。这一奖项的获得为五粮液拥有可靠的产品质量打下坚实的根基。

冲击千亿

2022年已是“十四五”规划实施的第二年,在拥有稳健增长业绩、坚实地基的基础上,五粮液冲向“十四五”末实现千亿发展的目标。

实现千亿目标需要多久时间,一季度报告或有所预示。据了解,五粮液一季度实现营收与净利润分别为275.48亿元和108.23亿元。若接下来三个季度五粮液仍以一季度发展速度完成,那么五粮液实现营收超千亿成绩指日可待。

实际上,对于股民们而言,业绩上的变化并不会对股民持有股票产生直接影响,但利润分红则是确实实实在到了股民们的手中。而2021年五粮液分红金额则让许多并未持有五粮液股票的股民们分外眼红。

公告显示,五粮液2021年利润分配方案为,每10股派30.23元(含税),现金分红总额为117.34亿元,分红比例为50.20%。值得一提的是,五粮液已连续两年现金分红金额超100亿元,分红金额在业内也处于领先地位。数据统计,自1998年上市以来,五粮液累计实施7次分红、19次现金分红。现金分红金额共计613亿元(含2021年现金分红),是上市以来募集资金总额的16倍。近七年来,五粮液分红金额达483.86亿元,超四川省161家上市公司分红总额的30%。

迈向千亿目标,五粮液稳步前行。在此背景下,五粮液获多家证券机构看好。截至4月22日,券商今年在Wind发布的63份研报中,均给予五粮液正面推荐以上评级。在几十份研报中,有券商明确表示,未来五粮液可能是反弹力较强的白酒龙头企业之一。

有业内人士指出,目前,五粮液仍有着高位增长的可能性。随着消费者日渐理性,白酒消费回归多样选择、生活奢享。如今浓香白酒市场占有率占据半壁以上江山,是白酒消费市场当之无愧的绝对主流,五粮液作为浓香型酒的龙头品牌,具有较强的市场影响力。图片来源:企业供图