

一线调研

千元段位之争愈演愈烈 好酒和投资都需要时间积淀

本报记者 田米亚 赵学毅

秋风乍起,白酒开启销售旺季模式。

在白酒千元以上价位段,茅台一直上演刚需行情。截至8月25日,2020年和2021年飞天茅台散市场行情价分别为2880元/瓶和2850元/瓶,比官方指导价1499元高出九成,超高利润以至于茅台一瓶难求,这也带来其他品牌酒价格上涨的空间。“战高端”、推千元酒卡位,成为多数酒企真实的写照。

中国酒业协会理事长宋书玉在接受《证券日报》记者采访时表示,目前白酒的产能完全能够满足市场的需求,但满足消费者对好酒的需求还有一个过程。“市场不缺酒,市场缺好酒”。

高端酒加持 酒企业绩暗自较劲

7月5日,山西汾酒在上海世博会中国馆发布了建议零售价3199元/瓶的青花汾酒40·中国龙,高调进入3000元价位空间。数月后,汾酒30复兴版在北京居庸关长城举行了上市发布会,建议零售价1199元/瓶,由此,汾酒布局高端酒战略意图清晰可见。“我们还没有拿到40·中国龙产品”,汾酒北京经销商赵女士告诉记者。据了解,山西汾酒管理层对于青花汾酒40·中国龙目前并没有定销售目标。

山西汾酒董事长李秋喜向《证券日报》记者表示,“白酒行业已进入存量市场深度竞争阶段,公司推出青花汾酒40·中国龙超高端新品,是继青花汾酒30·复兴版后的又一重要部署,旨在进一步巩固高端市场地位的同时,拓展超高端市场。”

市场上卡位千元以上的白酒产品并不少见。据《证券日报》记者不完全统计,自2017年至今,多数酒企都推出了千元产品。如水井坊的“水井坊·菁翠”,定价1699元,古井贡年份原浆·功勋池酒定价1980元,郎酒青花郎最新建议零售价1499元,五粮液去年推出了经典五粮液,定价为3000元左右。

作为高端白酒的代表,贵州茅台今年上半年的成绩单再次展现了强大的盈利能力。今年上半年,贵州茅台实现营业收入490.87亿元,同比增长11.68%,实现净利润246.54亿元,同比增长9.08%。“在3000元价格带的白酒,茅台市场占有率最高,而在1000元价格带,目前五粮液市场占有率第一,其他千元酒品牌都是为其标品溢价而推出的,要想短期内赶超五粮液难度很大。”怡亚通集团酒类行业副总裁、康宝公司董事长廖奎平对《证券日报》记者如此表示。

不过,推出高端产品对自身销售及业绩的拉动是明显的。山西汾酒8月26日晚间披露的

半年报显示,公司实现营业收入121.19亿元,同比增长75.51%,归属于上市公司股东的净利润35.44亿元,同比增长117.54%。公司称,业绩增长是其产品销量增加及产品结构提升所致。

记者通过Choice数据统计显示,聚焦高端酒战略实现业绩翻倍增长的还有水井坊和舍得酒业。水井坊上半年实现营业收入为18.37亿元,同比增长128.44%,实现归属于上市公司股东的净利润3.77亿元,同比增长266.01%。舍得酒业在2021年半年报中称,上半年白酒行业继续处于新一轮的增长周期,高端白酒需求旺盛,高端市场持续扩容,公司上半年业绩实现较大幅度提升,营业收入及归属于上市公司股东的扣非净利润同比分别增长133.09%、394.72%。

我国高端白酒市场持续扩容。2016年-2020年,我国高端白酒营收在白酒行业中的占比从11.92%增加至29.47%。可见,我国高端白酒市场增长潜力大,相关龙头企业将率先受益。

品质品牌文化 高端酒不可缺少的组成元素

代表着中国传统文化的白酒既是物质的,又是精神的。谈及茅台,人们总会赞叹其“九次蒸煮,八次加曲发酵,七次取酒,一年一个生产周期等工艺”的酿造过程;说起五粮液,人们也会感叹其“唯求完美酿造”的品质初心;举杯汾酒,人们总是品味其“牧童遥指杏花村”的悠远意境。作为高端白酒,它理应是高质量、高品位、有魅力、有特色、不可复制的综合体。

《证券日报》记者近日来到位居贵州省遵义市仁怀市茅台镇的贵州茅台。在包装车间,记者看到14条正在运转的包装生产线,看到大型机械手臂旋转着下线摆酒,看到身着白色制服的工人们聚精会神瓶质检验、拴丝带,还看到码放整齐的一垛垛待入库箱酒……整个车间流程有条不紊,忙碌有序。

盛夏7月,《证券日报》记者实探位于山西汾阳的汾酒集团。汾酒博物馆里,珍藏着许多器皿、奖状、老照片和书画作品,其中不乏大家之作。文学大家巴金先生的墨宝风趣幽默:“酒好人好工作好,参观一回忘不了”,引来参观者会心一笑。一件件藏品介绍了汾酒悠久的酿造历史、深厚的文化底蕴和发展脉络,阐述了汾酒的战略定位和核心价值。

“品质决定我们能走多远,营销决定我们能走多快,文化则决定我们能飞多高,文化是汾酒的核心竞争力。”汾酒集团党委书记、董事长李秋喜告诉《证券日报》记者。

几乎所有的知名酒企对自己的产品都能讲出属于自己的故事,高端产品更是如此。正如宋书玉所言,好酒必须具备好的产区、好的品质和好的品牌这三个维度,缺一不可。长城证券产业金融研究院院长、食品饮料首席分析师、大消费组长、食品科学博士刘鹏在接受《证券日报》记者采访时表示,酒企找准圈层定位

十分重要,有的放矢,让产品成为定位群体喜爱的强势品牌;打造自身差异,对品牌文化进行重塑与创新,针对受众目标营造文化高端酒新形象;强化品质,对高端白酒创建强势品牌,也会形成品牌资产的积累和突破。

酒还是陈的香 投资白酒需耐住寂寞

在宋书玉眼里,对白酒这种特殊的风味食品,并不是有了资本、厂房、设备、好的原料就一定能酿出好酒,它还需要好的生态、好的酿造技艺,更需要时间的沉淀和积累。高端酒肯定是高价酒,但高价酒不能与好酒简单画等号。“坚守传统工艺,通过技术创新提升产品品质,通过时间来提升价值,这才是酿酒遵循的基本法则。”

除了酒企紧锣密鼓地抢占高端酒市场外,一级市场、二级市场资金均行动迅速,出手阔绰。在宋书玉看来,目前白酒行业的繁荣有两个因素,一是消费升级的大环境带动,二是消费者生活品质的提升,愿意付出更高的成本去自己心目中的好酒。在市场缺好酒的供需矛盾下,价格自然会攀升。

上市酒企基本面向好赢得了资本的青睞。2020年,19家白酒上市公司中有11家公司的股价涨幅翻倍。

大豪科技自发布重组红星二锅头公告后,公司股价从去年11月份的7.58元一路高歌,7个月时间,最高涨到2021年6月8日的47.72元/股。ST亚星发布现金收购景芝酒业控制权公告后,公司股价随即走出一波上涨行情,从4.6元一口气涨到今年1月15日的7.6元/股,但随后因为终止收购股价连续跌停,但ST亚星股价依然十分活跃。

8月26日晚间,华润啤酒在港交所公告称,拟通过投资山东景芝白酒有限公司进军中国白酒业务,附属公司华润酒业控股与山东景芝白酒有限公司及山东景芝酒业股份有限公司已订立投资协议。公司称,投资事项完成后,目标公司将成为景芝旗下唯一的白酒业务运营主体。

今年白酒股虽然有所调整,但是,在大消费行业中白酒股依然是资本选择的优质标的。A股二级市场上,资本喜欢“喝酒”,沾酒就涨一度成为标配动作。同样,业外资本对于白酒的青睞度也出现久违的热情。

在连续将金徽酒和舍得酒业拿下后,复星又成立了复星复豫酒业发展集团,复星战投出身的吴毅飞任董事长兼CEO,此举被外界解读为酒业在复星版图中的加码将持续加重。而有了复星的加持,金徽酒和舍得酒业公司也一度成为资本的宠儿,从今年3月份开始,舍得酒业公司股价从50多元一路飙涨,7月22日创出历史最高265.69元/股。

白酒股“冷静”后走向估值回归 不惧颠簸三路资金“长情”坚守

达30.02%。

在此期间,白酒板块的市盈率也从历史高位65.4倍,回落至目前的41.7倍。其中,备受瞩目的贵州茅台的市盈率也从年内66.47倍的高位,回落至目前的41.1倍。

对此,分析人士表示,白酒历史平均估值为25倍-35倍之间。目前,白酒板块所处的估值位置仍然相对较高,未来白酒企业的业绩增长速度是否与估值相匹配,将影响其股价走势。

同花顺iFind数据显示,截至8月26日收盘,在18家上市的白酒公司中,已有7家公司披露2021年中报业绩,其中有6家公司净利润实现同比增长。舍得酒业、水井坊等2家公司净利润同比增幅均超200%,分别为347.94%和266.01%;紧随其后的是迎驾贡酒、金徽酒、今世缘等3家公司净利润同比增幅均超30%;贵州茅台2021年中报净利润同比增幅为9.08%。

对此,中泰证券分析认为,经过“宣泄”后的白酒股,目前,整体估值已经开始趋于合理,投资价值已经逐步显现。此外,临近中秋佳节,市场需求往往会加大,所以对于白酒的正向促进作用应该会更强。

三路资金坚守白酒股

炙手可热的白酒赛道一直受资本市场高

度关注。在资金的博弈中,重回“冷静”的白酒股,使得市场资金从心动走向行动,受到部分资金的长期青睐。

首先,融资客长期青睐白酒股。统计发现,今年以来,8只白酒股获融资客增持,合计净买入额达134.48亿元。其中,贵州茅台位居两市融资标的的第二位,达84.06亿元。紧随其后的是五粮液、泸州老窖、酒鬼酒、口子窖、山西汾酒等个股,年内累计融资净买入额均超5亿元,分别为18.34亿元、9.71亿元、8.49亿元、5.63亿元和5.54亿元。

其次,素有“聪明钱”称号的北上资金,在调仓换股中加仓5只白酒股。

统计发现,从沪股通、深股通的交易情况来看,今年以来,今世缘、酒鬼酒、迎驾贡酒、伊力特、金徽酒等5只白酒股期间均被北上资金净买入,合计净买入金额达19.24亿元。

第三,基金连续8个季度坚守逾九成白酒股。记者通过进一步梳理发现,自2019年三季度至2021年二季度,在18只白酒股中,有17只白酒股连续8个季度一直被基金坚定持有,占比逾九成,成为压箱底的长期股。

分析人士表示,从公募基金及北上资金二季度持仓变动来看,白酒板块仓位虽整体略有下降,但仍属超配状态,显示极高的黏性,某些个股仓位甚至有所提高。

可以看到,自1993年第一只白酒股上市至今,白酒板块已在A股沉浮近30年。业内人士普遍认为,白酒具有社交、金融、文化、收藏等多重属性,顺应消费升级的整体趋势,目前看来依然有一定的投资空间。作为具有中国特色的刚需性民生消费品,景气度仍在持续,投资者应对白酒股持“长期主义”,杜绝“赚快钱”的逐利行为。

“回溯历史,白酒行业整体经历四起三落。”国泰君安分析认为,今年以来,白酒行业基本面比较平稳,高端持续景气,次高端景气提升,但情绪面带来资本市场股价波动性明显加大。长逻辑视角下,板块基本面仍有较好的支撑。宏观角度,在整体流动性宽松的背景下,消费升级持续,次高端及以上价格带有望持续享受结构性繁荣趋势。

然而,也有机构对白酒股投资表示谨慎。天风证券食品饮料首席分析师刘杨告诉《证券日报》记者,对当前的白酒投资保持谨慎乐观预期,根本原因在于潜在的政策对于白酒价格限制的不确定性。目前“潘多拉魔盒”已打开,如果没有自上而下的确定性松绑,这个预期会始终存在,而且会始终压制高端白酒的提价预期、利润释放预期和量价齐升的逻辑。因此,长期来看白酒价格支撑股价上涨的这条主线存在不确定性。



“信心比黄金更重要,白酒性价比凸显”,近日国海证券亮出了这样的观点。面对近日跌宕起伏的白酒股,中金公司、中信建投、万联证券、山西证券、国泰君安等机构发布研报均指出,高端白酒股调整后的估值已经具备买入价值。

白酒股估值逐步趋于合理

进入2021年以来,白酒股股价可谓跌宕起伏,自白酒板块指数2月18日创出历史新高后,经过一段时期震荡整理,6月7日再度攀升至年内次高点,此后则一路回落,直至8月20日创出年内新低,3个月累计跌幅

招商中证白酒指数月K线图

