

20家白酒上市公司上半年 营收1853.5亿元

“茅五”营收占比近六成

东方财富Choice数据显示,今年上半年,上述20家公司实现营收合计1853.5亿元,较去年同期增长15.9%;实现净利合计701.36亿元,与去年同期相比增长21.3%。

具体来看,有2家公司营收增幅超过100%,分别为岩石股份、*ST皇台,营收增幅分别为118.84%、179.6%;有14家公司营收增幅在10%至15%之间,3家公司营收增幅低于10%,顺鑫农业上半年营收同比为负增长。

从营收规模来看,贵州茅台、五粮液、洋河股份、山西汾酒、泸州老窖等5家公司的营收均超过百亿元,分别为594.4亿元、412.2亿元、189.1亿元、153.3亿元、116.6亿元;营收超过10亿元但不足百亿元的有11家,分别是古井贡酒、顺鑫农业、舍得酒业、酒鬼酒、迎驾贡酒、口子窖、水井坊、老白干酒、金徽酒、伊力特和今世缘,分别为90.02亿元、65.19亿元、30.25亿元、25.37亿元、25.30亿元、22.97亿元、20.74亿元、20.26亿元、12.26亿元、11.33亿元和46.46亿元;另有4家公司营收不足10亿元,分别为天佑德酒、岩石股份、*ST皇台和金种子酒。

从净利润表现来看,老白干酒、*ST皇台的净利润在报告期内均实现了翻倍增长,同比增长分别为191.42%和124.62%;有12家公司净利润增幅在10%至80%之间,2家公司的净利润增长为个位数,伊力特、顺鑫农业、水井坊等3家公司的净利润分别下滑39.45%、91.59%和2%。

值得一提的是,上述20家公司合计1853.5亿元的营收中,贵州茅台和五粮液合计营收占比达57.5%;合计701.36亿元的净利中,贵州茅台净利为297.93亿元,五粮液净利为150.98亿元,2家公司净利合计448.91亿元,占比达64%。

从赚钱效应来看,贵州茅台以日赚1.65亿元的成绩位居首位;其次是五粮液,公司上半年日赚0.84亿元。

今年上半年,在多数酒企取得了营收和净利双增长的同时,行业头尾分化也在进一步加剧,从上市酒企的经营活动产生的现金流量净额表现即可看出。20家公司上半年的经营活动现金流量净额合计为114.19亿元,而去年同期金额为389.19亿元,同比下降70.65%,足以看出白酒行业整体面临的压力,控货去库存或成为多数酒企接下来的首要任务。

截至8月底,A股20家白酒上市公司业绩全部出炉。在疫情反复、成本上涨等因素影响下,白酒上市公司今年上半年的业绩如何?白酒股今年上半年整体活跃度不高的背后,是否反映了白酒行业的真面目?行业是否再次进入新一轮调整期?

经过梳理可以发现,20家公司中,有17家公司今年上半年实现了营收和净利双增长,占比达85%;剩余3家公司净利润同比下滑。

白酒行业分析师、知趣咨询总经理蔡学飞在接受媒体采访时表示,今年上半年,大多数酒企在产品结构升级趋势下实现业绩与利润的增长,特别是头部酒企表现突出。但从二季度开始,大多数酒企出现增速放缓,甚至是停滞,这也意味着中国白酒上一轮的高速增长期已经结束,行业进入新一轮发展期。

行业两极分化加剧

“从上半年白酒业绩表现来看,白酒行业强者恒强、弱者恒弱的趋势越来越明显。”武汉京魁科技有限公司董事长肖竹青表示,强势品牌通过几十年来积累的品牌效应,以及不断地控量涨价、扩大营销影响力等方式,获得更多的渠道资源及消费者资源。

酱香龙头茅台、浓香龙头五粮液、清香龙头山西汾酒在报告期内均有不俗的业绩,区域酒企则面临较大的生存压力。

今年上半年虽然有八成公司实现业绩同比增长,但是资本市场上并未给出积极的响应。从券商机构调研及发布的报告数量来看,资本青睐的依然是行业头部企业及部分区域名酒企业。

东方财富Choice数据显示,2022年1月1日至8月30日,上述20家公司中,有17家公司被券商机构发布了研究报告,其中贵州茅台、五粮液、山西汾酒、今世缘等4家公司获得报告超过100份;水井坊、洋河股份、古井贡、泸州老窖、舍得酒业、口子窖等7家公司获得50至99份报告;有6家公司获得1至50份报告,而天佑德酒、ST皇台和岩石股份3家公司的券商报告为0份。

在蔡学飞看来,强势区域名酒正朝着泛全国化酒企发展,占据次高端与高端消费市场;弱势酒企则在存量竞争中被一线名酒与强势酒企挤压,生存环境进一步恶化,需要尽快实施品牌创新与渠道转型,实现品牌价值提升与产品结构升级。

谈及白酒行业进入新一轮周期给酒企带来的机会与挑战,海纳机构总经理吕咸逊认为,分化和集中是中国白酒新周期的机遇和挑战,而分化是主要特征。

“中国白酒的销量、收入、利润向优势产区、新老名酒集中,向全国性品牌、大企业、大单品集中是长期趋势,并且在“全国统一大市场”的引导下,白酒产业集中化的速度将进一步加快,白酒产业进入门槛将进一步提高。”吕咸逊说。蔡学飞表示,白酒

行业下半年面临渠道库存过高、市场需求不振等多方面的挑战。除了一线酒企的明星产品,大多数实施产品结构升级的酒企都会面临产品动销与稳价的难题。

(王丽新 李静)

超七成休闲食品上市公司上半年增收

本报讯 何文英 同花顺iFinD数据显示,A股20家休闲食品行业上市公司中,有15家上半年实现营业收入增长,占比达75%;9家实现营业收入和净利润双增长,占比达到45%,显示行业整体具有较强韧性。

广东省食品安全保障促进会副会长朱丹蓬在接受媒体采访时表示:“在消费能力和消费意愿的双重驱动下,休闲食品已经成为现代人的刚需,基于庞大消费人群及高购买频次,我国零食市场规模不断壮大,各细分品类迅速崛起。虽然疫情对行业发展造成了一些扰动,但整体趋势仍长期向好。”

9家公司营收净利双增

同花顺iFinD数据显示,今年上半年20家休闲食品行业上市公司中营收增长幅度最大的是劲仔食品,期内实现营业收入6.2亿元,同比增长31.3%。

对于上半年取得的佳绩,劲仔食品董秘丰文姬在接受媒体采访时总结称:“上半年公司‘大包装升级’战略取得阶段性成果,产品矩阵得到优化,渠道竞争力不断加强,品牌力进一步提升,同时公司持续推进线下传统流通渠道、现代渠道和线上渠道立体式全渠道稳健发展,各渠道营收均保持较好增长势头。”

盐津铺子则在行业净利润增幅榜中名列第一。公司上半年实现净利润1.29亿元,同比增长164.97%。

盐津铺子相关负责人表示:“上半年业绩增长主要归功于产品、规格、渠道三方面因素。产品方面,继续聚焦辣卤零食、深海零食、烘焙、薯片以及果干五大核心品类,全力打磨供应链,精进升级产品力;规格方面,除散装外,全力发展定量装、小商品以及量贩装产品,满足消费者各种场景的零食需求;渠道方面,在保持原有KA、AB类超市优势外,重点发展电商、CVS、零食专卖店、校园店等,谋求全渠道发展。”

值得一提的是,上半年有9家休闲食品行业上市公司实现营收净利双增长,其中有5家营收净利增长幅度均达两位数以上,分别为广州酒家、青岛食品、盐津铺子、甘源食品和劲仔食品。

朱丹蓬表示:“品质是休闲食品消费者考虑的首要因素,其次才是品牌调性、性价比、服务、场景、黏性等。从相关公司上半年业绩来看,当前消费意愿在进一步向性价比高的产品倾斜。”

多家公司二季度业绩改善

多家休闲食品行业上市公司业绩于今年二季度出现改善,也令市场眼前一亮。以劲仔食品为例,公司二季度实现营收3.6亿元,同比增长45.60%;实现净利润3660.84万元,同比增长84.72%;扣非净利润3603.53万元,同比增长高达202.66%。

在此背景下,多家公司代表对未来休闲食品市场进一步转暖,以及行业发展持续向好充满信心。

绝味食品董秘高源在接受媒体采访时表示:“今年以来,公司业绩逐步改善,而下半年消费旺季到来,公司将努力达成全年目标。”

而在今年第一、二季度分别实现盈利6140万元、6743万元的基础上,盐津铺子则预计,第三季度公司盈利将达到7200万元至8600万元,同时公司前三季度有望实现扣非净利润1.79亿元至1.86亿元,同比增长601.10%至628.57%。

在消费复苏预期渐浓背景下,休闲食品行业上市公司有望在二级市场获得更多青睐。例如,半年报发布不久后,劲仔食品便迎来了浙商证券、嘉实基金、招商基金等多家知名机构调研;盐津铺子半年报则获得了21家券商研报关注。

一位食品行业券商分析师表示:“上半年线下消费限流、供应链受阻以及原材料价格上涨影响了行业业绩。但下半年上述不利因素的影响预计将逐步消除,叠加消费旺季即将到来,休闲食品行业有望迎来复苏。”