

头部企业扩产上规模 酱酒行业竞争行至中场

在酱酒行业,产能是市场关注的重点,也是企业参与竞争的一道重要门槛。金秋十月头部酱酒企业纷纷扩产。

据统计,贵州茅台、郎酒、国台酒业等酱酒头部企业相继下沙投产(即酱香型白酒生产的第一次投料),酱酒新一年的酿造周期正式开启。

“目前头部酱酒企业产能扩容,是行业发出的积极信号,说明头部酱酒企业对白酒产业,尤其是酱酒的未来发展充满信心。”东高科技高级投资顾问刘飞勇在接受媒体采访时表示,酱酒行业集中度很高,头部品牌优势显著。随着未来头部酱酒企业的产能释放,意味着酒商可以更多选择头部酱酒企业,酱酒的客群集中度也会提高。

权图酱酒工作室创始人权图认为,白酒产业仍处于景气周期之中,而白酒产业景气发展的主要动力则是名酒和酱酒。随着酱酒行业“中场”的到来,酱酒行业的红利也将从品类转向品牌层面,酱酒中场阶段,酱酒行业会走向集中、规模化和成熟化,品牌型酱酒企业将成为酱酒赛道的主流力量。

产能是否过剩

据了解,贵州珍酒宣布投产3.5万吨,新增酿酒产能1.4万吨,预计未来珍酒将

形成酿酒10万吨、储酒40万吨的总体规模;郎酒官宣6万吨酱香郎酒投产,预计到2026年,郎酒不同年份基酒储量将达到30万吨;国台酒业新增产能7000吨,年总投产达到17000吨。

而贵州茅台、习酒等头部酱酒企业也均在下沙季开始下沙,但具体投产情况并未公布。据此前公布的数据来看,2022年上半年,贵州茅台完成茅台酒基酒产量4.25万吨,系列酒基酒产量1.7万吨;习酒“十四五”技改第一期1.8万吨新产能及配套项目正在建设中。

“头部酒企扩大投产量,说明对于未来的全国性市场,特别是中高端市场依然抱有乐观态度。同时,以贵州省赤水河为代表的中国核心酱酒的品类价值在持续增长,企业也愿意继续加大市场投入来参与竞争。”白酒行业分析师、知趣咨询总经理蔡学飞表示。

除了头部酱酒企业在扩产外,二、三线酱酒企业也在积极扩产进入规模酒企行列。

大规模的扩产是否有产能过剩的问题?刘飞勇表示,扩产的酒企大多都是有资金、有品牌的头部企业,这些酒企产品本来就是比较紧缺的,扩产可以缓解市场对产品的迫切需求,并不会产生产能过剩的问题。同时,扩产可以有效增加市场供给,抑制不断上涨的价格,反而有利于市

场的长远健康发展。

酱酒热度仍在

过去几年,“酱酒热”不断发酵,酱酒行业出现高速增长。光大证券研报显示,2017年至2020年,酱酒企业收入年复合增速达13.15%,远高于白酒行业整体1.78%的年复合增速。

从2021年下半年到2022年上半年,有人认为酱酒进入下半场,市场开始降温,而也有人认为酱酒热度依旧存在。

在此背景下,头部酱酒企业纷纷扩产,是否意味着酱酒热度并未消退?蔡学飞表示,目前整个酱酒的热度依然是存在的,但相较于2016年开始的超高速增长,整个酱酒行业的增速在放缓,但是这种下降相对于其他品类来看,依然处于比较活跃的状态。

蔡学飞进一步补充道,除贵州省之外,像北派酱香、福建地区的酱酒、中原地区的酱酒都在发展,整个酱酒行业依然处在发展通道中。

实际上,在整个白酒行业中,酱香型白酒仍是利润最高、增长最快的赛道。据

天猫及慧辰发布的《2022酱酒趋势报告》的数据显示,2021年酱酒产能在白酒行业中仅为8.4%,但酱酒占比31.5%的营收和45.8%的利润,且营收同比增长23%,利润同比增长24%。刘飞勇表示,“酱酒产能低,营收和利润的大幅增长说明仍然存在产能缺口,未来的市场体量也有望进一步扩大。”

中信证券最新研究认为,经过2016年至2021年品类红利期的快速发展后,酱酒行业已经形成较为稳固的格局,虽然品类狂欢已过,但是到“十四五”末,酱酒行业的营收将达到3500亿元左右的规模,在白酒行业营收中的占比将超过40%。此外,2022年至2025年期间,酱酒产业内部将会加速分化,头部品牌将呈现强者恒强的发展态势。得益于当前酱酒行业的品牌格局和占位已基本完成,头部品牌和中小品牌的差距也将进一步拉大。

(王丽新 李静)



广告



贵州贵酒 封藏酒

— 以时光 酿珍贵 —




中康一品实业有限公司

服务热线: 400-800-2692

销售电话: 010-83362960



