



扫描二维码, 关注
华夏酒報官方微信



扫描二维码, 关注
中国酒业新闻网

专业·专注·建设性

二线阵营值得期待,它们是中坚力量?

尽管都以“全国化”为目标,但在消费市场发生巨大变化、一线企业加速向区域市场下沉的情况下,能不能守住根据地市场,或许才是二线酒企的生死关,也是绝大多数区域酒企的生死关。

本报首席记者 杨孟涵 发自北京

2023年半年报发布,营收增长率在两位数以上的酒企达14家,其中达到15%以上的为11家。

在这11家取得高增长成绩的企业中,半年营收额达到百亿的有5家(一线酒企),达到50亿元左右的有1家(准一线酒企)。

剩下的5家酒企(舍得酒业、迎驾贡酒、口子窖、

金徽酒、金种子酒)为二线及以下酒企。其中,金种子酒半年度营收额不足10亿元,其他4家企业的营收额,在15亿元~35亿元。也就是说,目前A股上市酒企之中,这4家企业在规模、发展态势上,堪称白酒业的中坚力量。

考察最近5年来的发展轨迹可知,这4家企业一

直在19家白酒上市企业之中,列于中间位置,表现出了很强的发展韧性。

不过,从半年报可以看出,除了舍得之外,其他3家企业的主销市场,仍然在省内,这也是绝大多数区域强势企业所面临的状况。

A4

New
新视点

转型期振幅明显 “酒水”因何滞后?

即便前几年,受宏观环境冲击影响,它们都在股价和业绩中有“开挂”的表现。为什么到了今年,就成了“吊车尾”?

本报记者 张瑜宸 发自北京

有企业业绩攀高峰,自然就有企业走低谷,对A股白酒上市公司来说,向来都是如此。只不过,在今年的半年报里,营收降幅排名靠前的两家企业都是曾经的绩优股代表——酒鬼酒和水井坊,因此,“酒水”不振也引发了业界的高度关注。

事实上,从今年一季度开始,两家企业就不再延续以往高升高走的良好态势,转而出现明显的跌幅。它们因何滞后?是盲目的多元化造成的?是区域市场受到消费不振的大环境影响的?还是市场策略出现了问题?透过聚焦半年报,或许可以窥得一二。

A5



Headline
特别推荐

以守正创新、绿色发展 引领酒业高质量前行

2023年是中国酒业新周期的转折之年、分化之年,但高质量发展依旧是中国白酒产业的主航道,文化价值创新、产区价值绽放等因素是酒类产业发展的重要因素。

A2

听花 为什么总“不听话”?

听花选择“不听话”,走出了自己冲击高端市场的另类路子,至于对或不对,不妨把时间的维度再放宽,交给市场和消费者来评定。

A2

“中国茅台·国之栋梁” 希望工程圆梦行动

再起航

12年来,贵州茅台累计捐资助学超12亿,覆盖全国31个省(市、区)2700多个县,帮助全国各地23万学子圆梦大学。

A3

红太阳 第五届开窖节举办

连续五届度夏头排酒开窖封藏大典的成功举办,凝聚了红太阳人的精气神,也绽放了红太阳酒的新势能。

A7



少一个纸杯 多一片绿色

中宣部宣教局 中国文明网