

关于提价、存货、分红、扩产,茅台这样回应

贵州茅台通过在业绩说明会上对存货、提价、分红、扩产、资金管理和国际化进程等方面的答复,让投资者更加清楚、明白的同时,也为白酒业高质量发展指明了前进方向。

本报记者 陈振翔 发自北京

“茅台出厂价从969元/瓶提升到1169元/瓶,对销量有没有影响,影响有多大?”在12月8日召开的贵州茅台2023年第三季度业绩说明会上,有投资者提问。

对此,贵州茅台董事、代总经理王莉表示,自11月1日茅台调整部分产品出厂价以来,经多方调研了解,市场

表现平稳,价格稳定。

除了价格问题,在业绩说明会上,贵州茅台董事、代行总经理王莉,副总经理、财务总监、董事会秘书蒋焰还就存货、分红、扩产等问题与投资者进行了交流。

业界认为,这是茅台提价后的一次官方权威回应,也是行业提振的一

个利好。从前三季度和第三季度茅台营收来看,茅台近来的提价、分红等系列动作对其中长期发展意义重大,通过调整,对第四季度营收和全年圆满完成既定目标和“超额”完成,以及2024年实现开门红打下了坚实的基础。

茅台提价,市场表现平稳,价格稳定

茅台提价,不只是茅台一家的事情,而是整个白酒行业关注的话题。

10月31日深夜,贵州茅台发布公告称,自2023年11月1日起上调公司53% vol 贵州茅台酒(飞天、五星)出厂价格,平均上调幅度约为20%。上调出厂价之前,53度500ml飞天茅台酒原出厂价969元/瓶,根据约20%的提价幅度,本次调整后出厂价格约1169元/瓶。

当时,贵州茅台表示,此次调整不涉及公司产品的市场指导价格,将会对公司经营业绩产生一定影响。

2018年,茅台出厂价从819元/瓶涨到969元/瓶,之后,连续6年原

地踏步。每次有茅台涨价的“风声”,都是随着时间而“消散”,牵一发而动全身的“动作”对于茅台来说或许真的时机未到,何时涨价,犹如中医“行针”,讲究精准度。

而茅台此次提价,既实现了提价,也不对各方面造成更多的“刺激”,平稳很重要。

对于调价后的市场情况,在业绩说明会上,王莉给出了标准“答案”。她表示,自11月1日茅台调整部分产品出厂价以来,经多方调研了解,市场表现平稳,价格稳定。

王莉表示,本次出厂价格调整是公司在近6年未做价格调整的情况

下,严格按照国家《价格法》有关规定,在充分考量宏观经济环境和市场供需变化,坚持以市场和顾客为中心,兼顾企业长远发展和市场长期稳定的基础上,适度调整部分产品出厂价格的正常合理的企业经营行为。

《华夏酒报》记者通过对北京、上海、浙江、江苏、广东、福建、山东、四川、江西、河南等省市茅台消费市场的电话采访时了解到,茅台提价对消费市场影响并不大,没有出现大的价格波动情况。部分经销商和老酒收藏者纷纷表示,开始还有些担心,但从消费市场和消费趋势来看,市场价格相对平稳。

当前市场动销情况良好

贵州茅台三季报显示,公司前三季度实现营收1032.68亿元,同比增长18.48%;实现净利润528.76亿元,同比增长19.09%。前三季度的营收和净利润,相当于2021年全年业绩(营收1061.9亿元,净利524.6亿元)。第三季度贵州茅台实现营收336.92亿元,同比增长14.04%;净利润约168.95亿元,同比增长15.68%。

有投资者表示,从公司三季报看,截至第三季度末,公司存货有409亿元,是否意味着公司存在较大的销售

压力? 蒋焰表示,公司的存货主要由基酒、原材料、产成品等组成,由于茅台酒长期贮存的特殊生产工艺要求,基酒是存货的主要部分。截至2023年第三季度末,公司存货409.90亿元,同比上升16.51%,环比上升0.30%,存货上升主要是基酒存量增加。当前市场动销情况良好。

《华夏酒报》记者从贵州茅台公众号获悉,11月17日至21日,茅台集团党委书记、董事长丁雄军深入湖北、广东、海南市场一线,调研三地“一盘棋”

工作开展情况,并在湖北武汉、广东深圳、海南三亚分别组织召开座谈会,集中听取三地市场“一盘棋”工作汇报,安排部署下步工作。

对于白酒销售来说,压力越来越大,竞争也越来越激烈。但从茅台前三季度营收中不难发现,53% vol 贵州茅台酒(飞天、五星)的压力并不大,系列酒的压力也不是太大,第四季度是白酒传统的销售、消费旺季,随着宴席、婚宴市场的消费,茅台的动销率也会进一步提升。



分红、扩产,将创造更大的价值

11月20日晚间,贵州茅台公告回报股东特别分红方案,拟向全体股东每股派发现金红利19.106元(含税)。这是继2022年贵州茅台首次实施特别分红后的又一次大手笔特别分红。

数据显示,截至此次公告前,贵州茅台累计现金分红已突破2086.53亿元,占上市以来累计净利润约56%,加上此次特别分红金额,累计分红金额将达2326.56亿元。

“公司积极回报股东,与股东分享公司发展红利,增强广大股东的获得感。”贵州茅台在公告中表示,实施特别分红是公司基于持续、稳定、健康发展的考量。在保证正常经营和长期发展不受影响的前提下,加大现金分红力度,有利于提振市场信心。

对此,有投资者提问,茅台发展到目前这一成熟阶段,是否会考虑增加固定分红的比例,或是将特别分红这一优良传统传承下来?

蒋焰表示,自上市以来,公司始终通过现金分红方式回报股东。今后,公司会遵照相关法律法规和公司章程等规定,努力为股东创造更大价值。

12月6日,贵州茅台酒股份有限公司召开2023年第二次临时股东大会,审议通过了《回报股东特别分红方案》(以下简称《方案》)。《方案》显示,贵州茅台拟向全体股东派发现金红利24,000,915,166.80元(含税),这是公司上市以来第二次实施特别分红,也是年内第二次进行分红。

针对投资者提到“茅台公司是否还有产能扩建计划?”的问题,王莉表示,茅台酒和系列酒产能规划要综合考虑原料供给、技术技能人才培养等因素,

需要严谨规划,科学推进。我们已经公告了茅台酒“十四五”技改建设项目、3万吨酱香系列酒技改工程及其配套设施项目、“十四五”酱香酒习水同民坝一期建设项目等,后续公司如果有新增的产能扩建项目,会依法依规履行决策和披露程序。

会上,王莉透露了茅台海外销售的相关情况。

她表示,茅台自1993年布局海外市场,到目前已覆盖全球64个国家和地区。今年前三季度,公司实现海外市场销售收入29.84亿元。未来,茅台将紧跟全球化发展趋势,走好国际化发展道路,走进更多国家和地区,塑造好中国品牌,讲好中国产品故事。

针对资金的相关问题,蒋焰解释称,第三季度拆出资金较年初相应减少的原因在于财务公司正常开展国债逆回购、债权投资等业务,同业存款同比减少。截至2023年9月底,公司现金及现金等价物1539.40亿元,现金流持续稳定。而报告期内新增其他非流动金融资产约40亿元为产业发展基金投资额,其中茅台招华基金20亿元,茅台金石基金20亿元。

业界认为,贵州茅台2023年第三季度业绩说明会很及时,也很有必要。通过答复,存货、提价、分红、扩产、资金管理和国际化进程等方面让投资者更加清楚、明白的同时,也为白酒业高质量发展指明了前进方向,对白酒今后的发展起到指导性和前瞻性作用。

欲了解更多美酒资讯,请关注华夏酒报微信公众号。

