



# 食品饮料行业点评：地产酒升级持续 来年发展可期-安徽白酒草根调研反馈



前言：临近春节旺季，各家白酒企业已经基本完成全年打款任务，正在挺价盘，调渠道，积极蓄势春节旺季。本周我们组织走访白酒产销重镇安徽的省会城市合肥，调研当地代表性的经销商和十余家终端渠道，充分了解和学习当前全年任务的具体完成情况，淡季各家徽酒企业的相关动作，渠道和终端库存情况以及核心大单品的价盘走势等各项指标。以下为本次调研的具体情况。

公司和渠道调研反馈：1) 口子窖：聚焦兼香 518，渠道改革稳扎稳打。

产品端来看，到目前为止，兼香 518 已在 16 个地市都覆盖，销量预计保持快速增长。同时公司宣传也在侧重于兼香 518，预计后续作为主力产品培养。渠道端来看，年初公司对经销商体系进行了深度开发，传统营销结构上做了一个比较大的调整，允许特约经销商对传统经销商补充。费用端来看，公司转变过去思路，加大高空品牌宣传费用投放，同时公司保持传统渠道的开发费用保持不变，加大对新开发、团购渠道费用投入。2) 古井口子窖：古井回款良性，口子发力团购静待改善。古井方面，该经销商已经基本完成全年的回款任务，古 20 已经于 11 月停货，保持 80% 以上高增速，古 16 受益于省内消费升级趋势，也有较快增长。当前，古 16、古 20 库存相对良性，2 个月左右库存，市场偏紧缺，古 5 和献礼版库存较多，但较去年同期亦有明显改善。口子窖方面，经销商反馈，公司积极增加团购人员，加大市场费用投入，建立指挥和数据处理系统。3) 洋河迎驾：洋河水晶版表现良好，迎驾洞藏系列逐步放量。洋河方面，截至到三季度

末，该经销商洋河蓝色经典系列实现 6% 增速，其中今年水晶版比较好，走团购渠道，消费者的接受度有所提升。海、天之蓝更新换代后的品质和质量都有所上升，仍处于换代初期，销量平稳增长。迎驾方面，中秋期间洞 9 增长 30% 以上，洞 6 增长 14% 以上，今年迎驾在合肥次高端发力的情况下，加大公司销售团队组建，合肥地区经销商保持快速增长。

终端调研反馈：淡季积极挺价，行业动销正常。草根调研反馈，合肥地区消费升级明显，价格带从 200 元向 300 元以上传导，其中古井从古 8 向古 16 导入，迎驾洞藏系列逐渐走入大流通市场。从动销和库存情况来看，好于往年传统淡季，古井等主流品牌货龄低于历史平均水平。从价格方面来看，主要酒企淡季积极挺价，五粮液实际成交价环比 8 月变化不大，维持 1100 元左右的实际成交价，古井年份原浆系列淡季继续挺价，古 20 终端 600 元实际成交价，其他各品牌酒企也在积极挺价，价盘整体上移。从陈列和推广力度来看，古井在合肥市终端门店中陈列保持领先优势，但淡季古井活动偏少，渠道推销力度环比有所减弱；从库存方面来看，淡季烟酒店正常出货，终端货龄较新，基本是 2021 年 6 月之后的出厂日期。

投资建议：重视 2022 年地产酒板块的利润释放弹性，并关注茅五泸汾的长期配置价值。目前板块保持依旧保持高景气度，高端以稳为主，次高端有望延续高增长，地产酒业绩逐渐显现，景气度在价格带之间的轮动正在逐步演绎，中长期来看，消费升级仍在途中，白酒行业集中度有较大提升空间，看好名优酒的量价空间，核心推荐地产酒板块，并重视茅五泸

汾等价值标的中线配置机会。

风险提示：疫情反复风险、样本选择或存在误差。

关键词：疫情 白酒

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

[https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1\\_29839](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_29839)

