

PRODUCT
CENTER

产品中心

全部展示

贵州茅台酒

酱香系列酒

中国茅台 香飘世界

贵州茅台酒（五星）



贵州茅台酒（乙巳蛇年）



贵州茅台酒（i茅台）



贵州茅台酒（笙乐飞天）



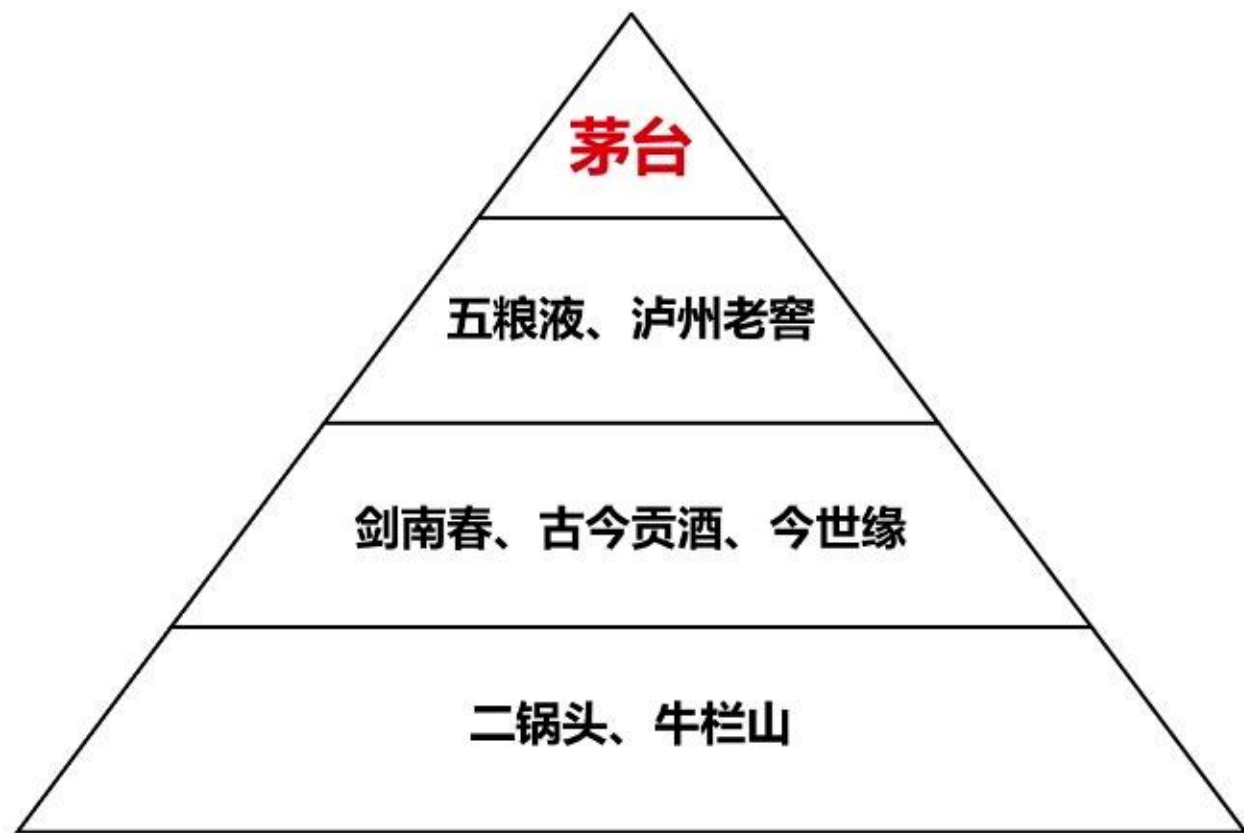
茅台1935



贵州大曲壬寅虎年

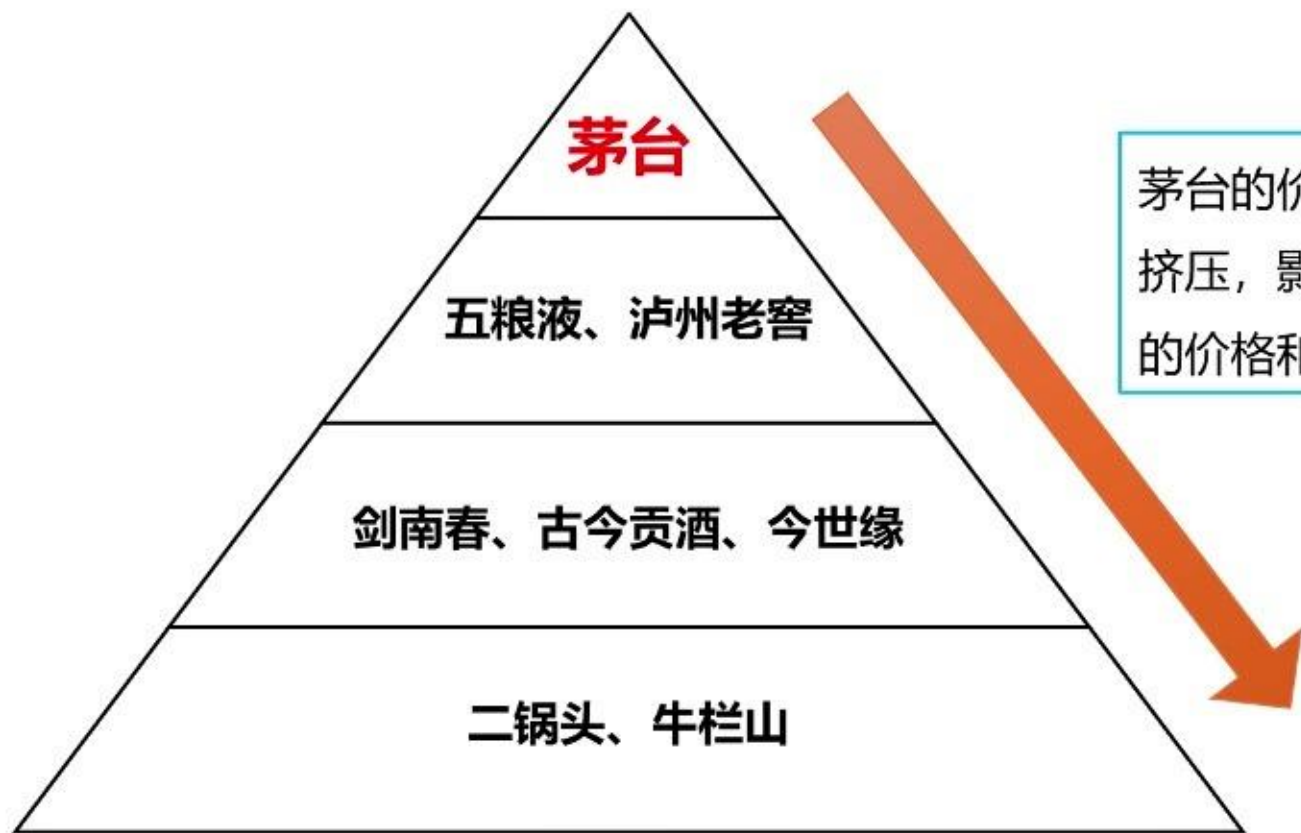


more



1Y 5Y 10Y 20Y 30Y 50Y ALL





茅台的价格和销量均向下挤压，影响下层白酒品牌的价格和销量。

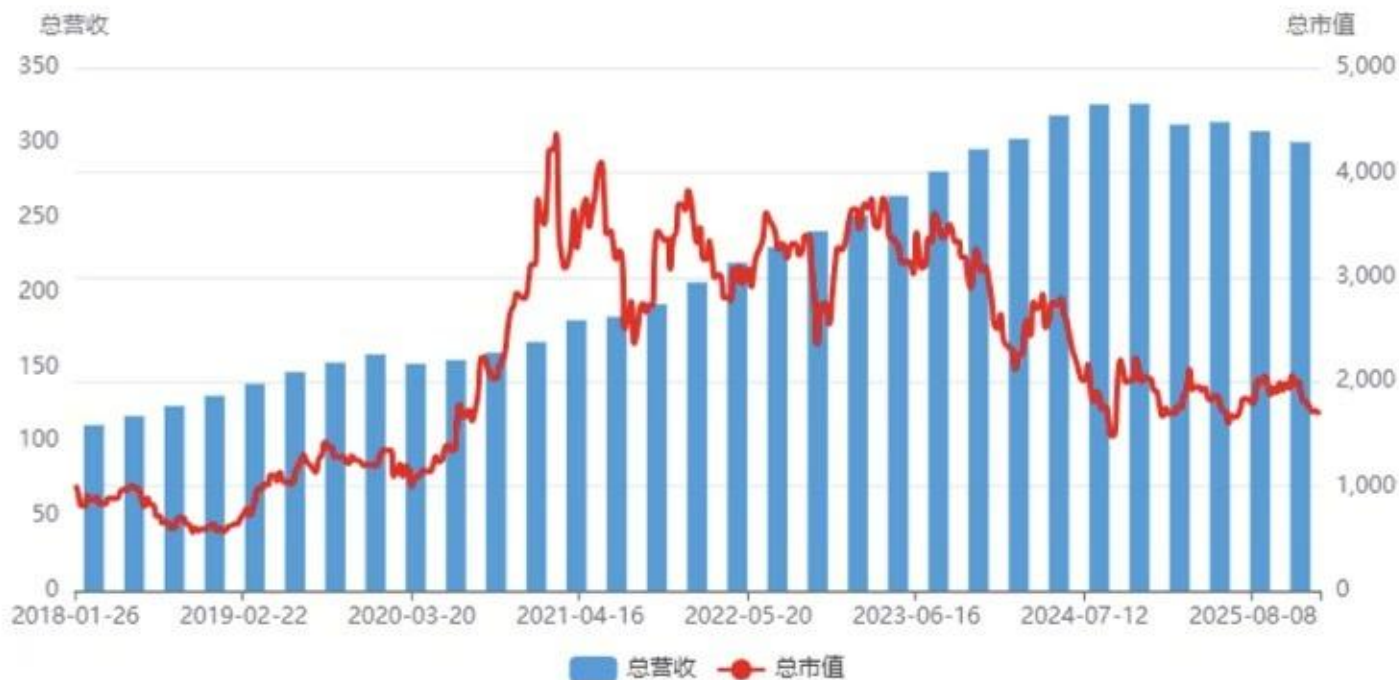


茅台酒的**库存周期**，放大了茅台酒的价格波动。

公司市值与业绩增长趋势

X

泸州老窖市值与业绩增长趋势



一、主要财务数据

(一) 主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

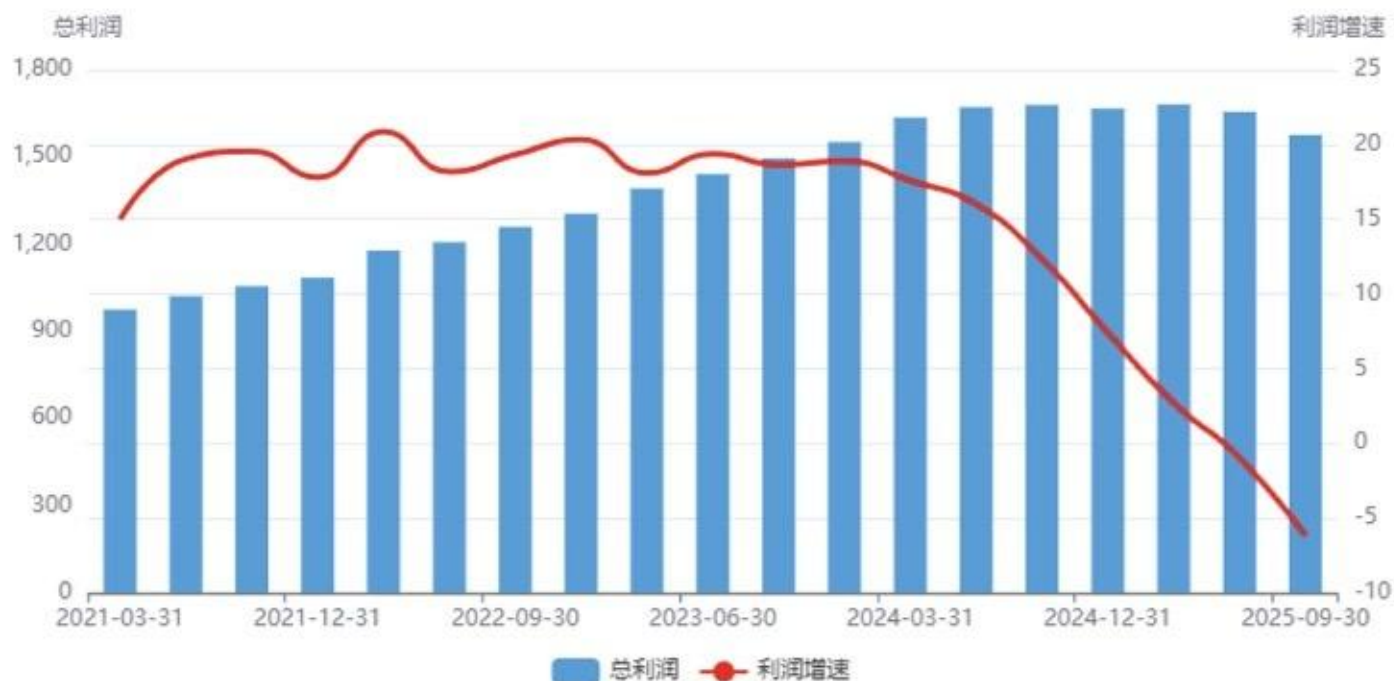
☐是 ☒否

	本报告期	本报告期比上年同期 增减	年初至报告期末	年初至报告期末比 上年同期增减
营业收入（元）	8,174,336,700.05	-52.66%	60,945,321,083.57	-10.26%
归属于上市公司股东的 净利润（元）	2,019,334,151.76	-65.62%	21,511,276,550.29	-13.72%
归属于上市公司股东的 扣除非经常性损益的净 利润（元）	2,015,318,996.60	-65.81%	21,494,962,886.91	-13.44%
经营活动产生的现金流 量净额（元）	—	—	28,247,488,416.94	-5.19%
基本每股收益（元/股）	0.520	-65.63%	5.542	-13.72%
稀释每股收益（元/股）	0.520	-65.63%	5.542	-13.72%
加权平均净资产收益率	1.43%	减少 2.97 个百分点	15.37%	减少 2.96 个百分点
	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减	
总资产（元）	181,073,423,202.77	188,252,218,704.17	-3.81%	
归属于上市公司股东 的所有者权益（元）	142,495,742,798.41	133,285,282,015.97	6.91%	

利润规模

X

白酒近五年利润&同比增速



产品体系

- ◆ 金字塔产品结构
- ◆ 强化社交属性
- ◆ 明确定价机制

运营模式

- ◆ 自营店, i 茅台
- ◆ 社会渠道改革

渠道布局

- ◆ 线上线下协同
- ◆ 线上管销量、触达
- ◆ 线下管转化、服务

经济周期	商务场景	茅台消费
复苏期 经济回暖	商务活动频繁	需求稳定/提升
低迷期 经济下行	商务场景减少	消费降低

少喝酒
喝好酒

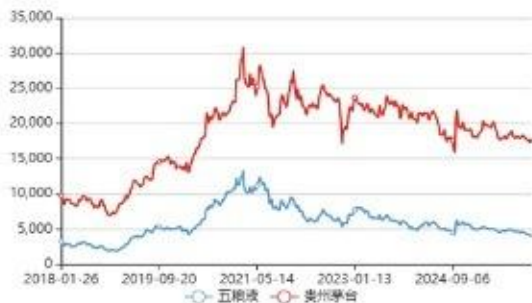
年轻人
不喝白酒？

表达想进步
的态度！

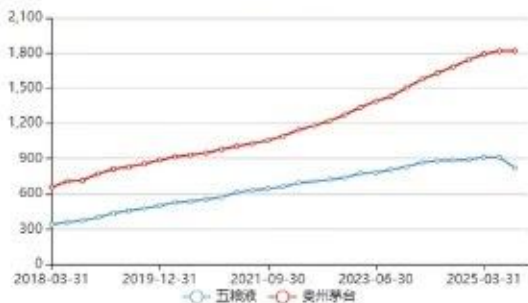
600519 SH x 000858 SZ x

比较

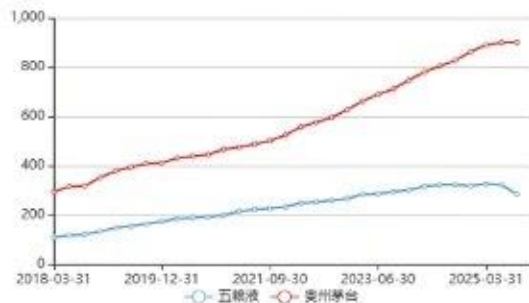
市值趋势对比图



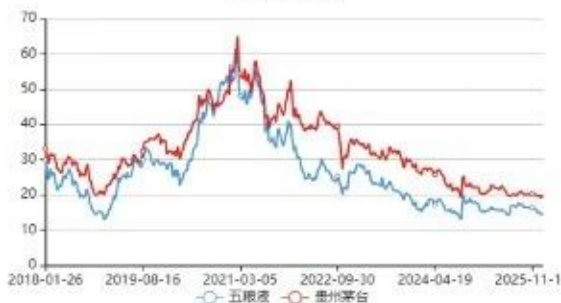
总营收对比图



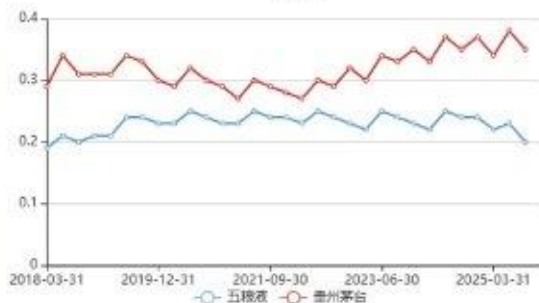
净利润对比图



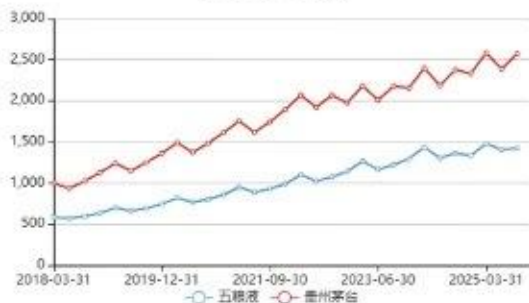
市盈率对比图



ROE对比图



归母净资产对比图



序号	问题点	说明
1	行业竞争格局	白酒行业竞争格局，是一个 层层下压 的金字塔结构。
2	行业周期	飞天茅台的 终端价格周期 ，就是白酒行业周期。
3	库存周期	茅台的 库存周期会放大 茅台价格的波动
4	茅台价格稳定	茅台公司进行 渠道改革 ，影响茅台市场终端价格。
5	经济周期	白酒行业的走势，后续取决于 经济周期是否复苏 。