经济观察网 记者 张晓晖10月19日，A股风向标——贵州茅台酒股份有限公司（600519.SH，下称“贵州茅台”）遭遇罕见的杀跌，股价收盘报1648元，创最近6个月新低。

当日，贵州茅台全天成交额为100亿，为沪深两市成交金额最高的个股，开盘价为1701.98元，随后一路走低，在收盘时遭遇持续的卖单抛售，最终大跌3.39%，收盘价格1648元，即为全天最低价格。

从十一长假之后第一个交易日10月10日至今，贵州茅台的股价已经从1891元跌至1648元，跌幅为13%，市值蒸发超过3000亿。

前三季度赚444亿，“i茅台”是亮点

10月17日，贵州茅台正式披露三季报，公司前三季度营业收入为871.6亿元，同比增长16.77；净利润444亿元，同比增长19.14%。

第三季度，贵州茅台的营业收入为295.43亿元，同比增长15.61%；净利润为146亿元，同比增长15.81%。

贵州茅台三季报中比较亮眼的是“i茅台”的收入占比增长迅速。“i茅台”是贵州茅台的数字营销平台，也可以理解为该公司的直辖平台。

2022年三季报显示，通过“i茅台”数字营销平台实现酒类不含税收入84.62亿元；通过加大商超直营、新零售、“i茅台”三大直销渠道投放力度，直销收入高达318.82亿元，2020年占比还不到14%，今年前三季度营收占比已高达36.58%，同比去年同期大增117%。

在贵州茅台官网，有专门的网页教用户如何下载和玩转“i茅台”APP，还有今夏超红的茅台冰激凌，也可以通过“i茅台”线上购买。

开源证券发布研报点评贵州茅台的三季报称，“i茅台”的顺利推进，为贵州茅台下一步的市场化改革提供抓手和保障，三季报与前期业绩预告一致，该公司市场化改革仍有空间。其维持2022-2024年盈利预测，预计2022-2024年贵州茅台的净利润分别为620.6亿元、735.7亿元、860.6亿元，维持“买入”评级。

投资者关切

相对于股价的下跌，散户就显得没有那么淡定。

在上证e互动，有投资者于10月18日提问：“2022年一季报显示贵州茅台机构持股为77.25%，二季报机构持股为79.4%，三季报机构持股为71.54%。10月股价连续大跌，北向资金每天数十亿地持续抛售贵州茅台。三季度机构大幅剧减2659家，数据达到骇人听闻的程度，对贵州茅台股票是天大的利空，让我们这些持股小股东惊恐不安！请问董秘，以上机构减持数据是否客观真实？贵司将如何在业绩上拿出应对举措？”

还有投资者在10月19日股价大跌时，向贵州茅台提问：“贵公司股价连续大幅度下跌，是否存在重大问题？在业绩都不错情况下，股价下跌，贵公司是否存在不利因素？”

贵州茅台尚未回应两位投资者的问题。

在股吧论坛中，有投资者留言称：“贵州茅台终于砸盘了，大家都知道，茅台被砸了，市场才算见底”“一群子机构突然发现酱香酒不香了”。

更多的投资者在讨论茅台股价的下跌，是否已经跌到值得购买？

其实，这个问题延伸出很多的问题。贵州茅台作为白酒一哥，中国市值最高的消费类个股，向来是民间经济的风向标、晴雨表。也是其他消费类个股的风向标。对白酒股而言，近期不仅仅是茅台杀跌，五粮液、泸州老窖、山西汾酒、洋河股份、古井贡酒等等，都出现了大跌。

茅台目前的股价下跌，究竟是短期趋势，还是长期回落，不仅仅是散户，机构也在这个问题上出现了分歧。

有没有跌出价值？

在6月16日贵州茅台2021年年度股东大会上，贵州茅台董事长丁雄军提出，2022年经营目标之一是实现营收1259亿元的目标，增速15%，较去年增速目标提高4.5个百分点，增长额164亿元。从已经披露的三季报的情况来看，今年1-9月已完成该目标的71.32%。

从经营数据看，茅台是稳健的，正向增长的，相比散户而言，机构没有出现恐慌的情绪。

不光是开源证券，西南证券、东吴证券也对茅台作出了“买入”评级。

西南证券的理由是，茅台酒增速环比放缓，系列酒加速增长，直销占比继续提升；税收缴纳节奏影响利润，现金流健康稳定；全年目标完成无虞，长线发展后劲十足。

东吴证券也在三季报点评中提到了“i茅台”，称“i茅台”上线半年累计注册人数近2500万人，酒类投放超过900万瓶，茅台冰淇淋线上销售近37万杯，平台贡献持续稳步提升。

券商研报对茅台维持买入的推荐，在茅台的股价出现持续性下跌的情况下，其究竟跌到何种程度，才会出现投资价值？

后市会如何演变？茅台是否会延续跌势？最终时间会揭晓答案。