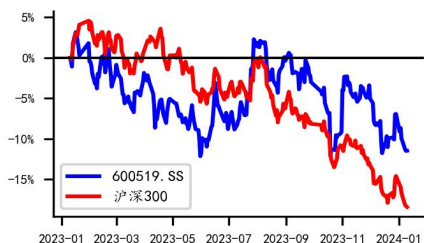


## 贵州茅台鼎盛绩效：2023增长超越期待

## 走势比较



## 股票数据

昨日收盘价(元)	1641.0
总股本(百万股)	1256
总市值(百万元)	2062052
12个月最高价(元)	1912.93
12个月最低价(元)	1575.36

## 最新机构评级

机构名称	评级	发布日期
天风证券	买入	2024-01-10
海通国际	增持	2024-01-08
中银证券	买入	2024-01-03
中国银河	买入	2024-01-03
信达证券	买入	2024-01-02

## 大模型最新技术评分

技术评分：40

市场情绪：消极

技术面分析: <https://fin-gpt.org/symbol/600519.SS>

## 金融大模型分析: XtraFin

E-MAIL: [xtrafin23@gmail.com](mailto:xtrafin23@gmail.com)美股365  
微信扫码关注，关注我的公众号港股365  
微信扫码关注，关注我的公众号港股中概  
微信扫码关注，关注我的公众号

## 核心要点

贵州茅台预计在2023年实现营业总收入约1495亿元和归母净利润约735亿元，分别同比增长17.2%，这一增长幅度超过了公司之前设定的年度目标。尽管第四季度的营业总收入预计达到441.84亿元，同比增长约17%，表现超出预期，归母净利润的同比增长为12.60%，略微低于预期。这一趋势主要受到系列酒销售提速的影响，尤其是1935系列酒首次收入突破百亿大关，和非标准茅台酒的有控制量销售策略，这些因素共同作用导致了整体利润率的下降。尽管如此，全年收益增长依旧受到茅台酒和系列酒双轮驱动的稳定支持。

## 点评分析

贵州茅台在2023年表现出强劲的业绩增长。根据研究报告，茅台酒及系列酒的收入分别达到约1258亿元和204亿元，同比分别增长16.66%和27.99%。特别是在四季度，系列酒的增速达到了41.43%，显示该板块的潜在增长动力。这份业绩的提升得力于茅台酒投放量的超预期，以及高端产品如小规格茅台和24节气酒的明显贡献。此外，飞天茅台出厂价的上调200元也在持续为公司的业绩提供动力。

数字化转型对贵州茅台的长期增长至关重要。数据显示，i茅台平台注册用户已经超过5300万，实现了超过440亿元的含税销售额，表明该平台对茅台的销售和品牌推广起到了重要作用。公司未来的数字化策略包括i茅台的持续升级和数字藏品可交易等运营探索，标志着贵州茅台在数字化营销和发展上走在行业前列。同时，新模式如MOUTIME和π美社区的推出表明公司意在通过创新营销方法以增强与消费者的互动和连接。

贵州茅台在全球市场的拓展具有战略意义。公司致力于加速国际渠道建设和提升茅台非标酒及文化酒的产品创新力度。国际市场策略的着眼点在于到2027年实现超过100亿元的国际出口市场营业收入，同时，通过新产品投放持续提升国际市场的品牌影响力。当前，公司在64个国家和地区设有渠道，并通过合同、政策以及新产品的推广，如散花飞天和巽风酒，来刺激和鼓励国际市场销售。这些动作展现了茅台处理国内与国际市场关系的策略能力，推动形成相互支持补充的市场结构。

## 估值预测

股票贵州茅台(600519.SS)当前市盈率(PE)为：29.00，预计该公司市盈率为：23.49，当前市盈率高于预计市盈率；当前市净率(PB)为：9.47；企业价值对息税折旧摊销前利润的比率(EV/EBITDA)为：20.73。

截至2024年1月10日，近三月内有59位分析师对贵州茅台股票进行评级，整体评级为强烈买入。其中有91.53%的分析师给予强烈买入评级，8.48%的分析师给出买入评级，而持有、减持或卖出评级的分析师均为0.00%。对于贵州茅台的平均目标股价，分析师们给出的预测为2260.04元，最高价预测达到2600.00元，最低价则为2000.00元。当前股价为1641.50元，分析师普遍预期贵州茅台的股价具有较大上升空间，显示出市场对该公司股票的信心和正面预期。

## 风险提示

宏观经济下行压力可能影响高端白酒需求、税收政策调整提高经营成本、行业政策变化增加市场不确定性。



## 重要声明

本报告信息均来源于公开资料，我公司对这些信息的准确性和完整性不作任何保证。负责准备本报告以及撰写本报告的所有研究分析师或工作人员在此保证，本研究报告中关于任何发行商或证券所发表的观点均如实反映分析人员的个人观点。报告中的内容和意见仅供参考，并不构成对所述证券买卖的出价或询价。我公司及其雇员对使用本报告及其内容所引发的任何直接或间接损失概不负责。我公司或关联机构可能会持有报告中所提到的公司所发行的证券头寸并进行交易，还可能为这些公司提供或争取提供投资银行业务服务。本报告版权归XtraFin所有，未经书面许可任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制、刊登。任何人使用本报告，视为同意以上声明。