

11月11日，顺鑫农业 (000860. SZ) 发布公告，对旗下的牛栏山陈酿提价，每箱上涨6元，从2023年1月1日起执行。

根据公告，鉴于当前原辅料、运输成本等均有不同程度上涨，顺鑫农业拟对42°的125ML、265ML、500ML、750ML和52°500ML的5款牛栏山陈酿调价。

两年来，顺鑫农业已数次对旗下的白酒产品提价。

2021年1月16日起，牛栏山酒厂对400ml、500ml和1.5L的三牛系列产品上调10元/瓶，255ml则上调6元/瓶。调价理由为运营成本、生产成本等均有不同幅度的增长。

不到一个月

，2021年2月10日，顺鑫农业再次公告称，对部分低价位的二锅头系列光瓶产品、桶装产品及含精品系列在内的盒装酒产品提价，提价幅度约10%。提价理由依旧是当前白酒生产的主要原材料价格攀升，人工、物流成本不断上涨。

2022年1月1日，顺鑫农业再次以原材料和人工成本等各生产成本构成要素均有不同幅度增长的理由，对42度500ml百年牛栏山白酒(福牛)上调20元/瓶；42.6度500ml百年牛栏山白酒(禧牛)上调30元/瓶；42.9度500ml百年牛栏山白酒(国牛)上调50元/瓶。

2022年5月1日，顺鑫农业公告称，以净含量500ml为核算单位，清香型白酒上调3元至15元，浓香型白酒上调10元至15元。

| 白酒上市企业2022年三季报业绩 | | | | | | | | | |
|------------------|------|----------------|---------|----------------|---------|----------------|---------|----------------|---------|
| 业绩数据 | | 第三季度营收 (亿元) | 同比幅度 | 第三季度净利 (亿元) | 同比幅度 | 前三季度营收 (亿元) | 同比幅度 | 前三季度净利 (亿元) | 同比幅度 |
| 1 | 贵州茅台 | 295.43 | 15.61% | 146 | 15.81% | 871.6 | 16.77% | 443.99 | 19.14% |
| 2 | 五粮液 | 145.57 | 12.24% | 48.9 | 18.5% | 557.8 | 12.19% | 199.89 | 15.36% |
| 3 | 洋河股份 | 75.75 | 18.37% | 21.78 | 40.45% | 264.83 | 20.69% | 90.72 | 25.78% |
| 4 | 山西汾酒 | 68.1 | 32.54% | 20.95 | 56.96% | 221.44 | 28.32% | 71.08 | 45.7% |
| 5 | 泸州老窖 | 58.6 | 22.28% | 26.85 | 31.05% | 175.25 | 24.2% | 82.17 | 30.94% |
| 6 | 古井贡酒 | 37.63 | 21.58% | 7.04 | 19.27% | 127.65 | 26.35% | 26.23 | 33.2% |
| 7 | 顺鑫农业 | 25.87 | 6.94% | -0.12 | 88.08% | 91.06 | -21.57% | 0.28 | -92.58% |
| 8 | 今世缘 | 18.7 | 26.15% | 4.63 | 27.32% | 65.16 | 22.19% | 20.81 | 22.53% |
| 9 | 水井坊 | 17 | 7% | 7 | 10% | 38 | 10% | 11 | 5% |
| 10 | 舍得酒业 | 15.91 | 30.91% | 3.65 | 55.66% | 46.17 | 28% | 12 | 23.76% |
| 11 | 口子窖 | 14.65 | 5.69% | 4.62 | -0.16% | 37.62 | 3.67% | 12.02 | 4.47% |
| 12 | 老白干酒 | 14.3 | 27.93% | 1.7 | 36.56% | 34.55 | 24.78% | 5.33 | 113.83% |
| 13 | 迎驾贡酒 | 13.63 | 23.39% | 4.24 | 13.3% | 38.92 | 21.42% | 12.03 | 24.92% |
| 14 | 金徽酒 | 3.36 | -9.12% | 0.019 | -96.68% | 15.61 | 16.42% | 2.14 | -12.08% |
| 15 | 金种子酒 | 2.13 | -18.59% | -0.8 | 不适用 | 8.15 | 0.99% | -1.37 | 不适用 |
| 16 | 天佑德酒 | 1.95 | -23.25% | 0.003 | -96.67% | 7.9 | -5.14% | 0.99 | 16.93% |
| 17 | 海南椰岛 | 1.8 | -28.63% | -0.25 | 不适用 | 5.74 | -15.5% | -0.13 | 不适用 |
| 18 | 伊力特 | 1.73 | -60.04% | 0.11 | -79.18% | 13.07 | -10.77% | 1.4 | -47.57% |
| 19 | ST皇台 | 0.33 | 193.73% | 0.007 | 115.94% | 1.04 | 183.98% | 0.037 | 122.3% |

数据来源：公司财报 红星资本局整理制图

↑白酒上市企业2022年三季报业绩

红星资本局统计19家A股

上市酒企的2022年第三季度财报，以第三季度营收规模来排序，顺鑫农业营收25.87亿元排位第7，但第三季度顺鑫农业亏损0.12亿元。2022年前三季度，该公司的营收和净利同比均大幅下降，营收91.06亿元，同比下降21.57%，净利润2759.51万元，同比下降92.58%。

两年来顺鑫农业对多款产品数次提价，对应的业绩不增反降。

在2022年半年报发布时，顺鑫农业在投资者关系活动中解释，白酒总体销售收入和净利润同比降低的原因中，

一是对于牛栏山民酒这种高周转率

属性的消费品而言，疫情下消费场景恢复需要一定时间；二是公司按照既定战略调整产品结构，加大对“金标陈酿”、“牛栏山一号”等产品的推广力度。由于疫情反复、消费场景受限等原因，升级产品还处于导入和培育阶段，市场接受、吸纳和消化尚需一定时间。

顺鑫农业所谓的战略

调整，包括发力次高端和超高端产品线。

2022年9月，顺鑫农业在投资者关系活动上表示，在次高端产品上，着力打造牛栏山次高端核心产品，通过一体化传播，提升品牌高度，积蓄品牌势能，带动腰部关联产品整体销售。在超高端产品线上，聚焦魁盛号樽玺作为超高端产品的形象建设，树立二锅头品类的品质标杆。

红星新闻记者 俞瑶 程璐洋

编辑 杨程 责任编辑 魏孔明

（下载红星新闻，报料有奖！）

