

# 五粮液上半年营收超400亿元

## 连续26个季度保持双位数增长

8月25日,宜宾五粮液股份有限公司(以下简称“五粮液”)披露2022年上半年报告:上半年公司营业收入412.22亿元,同比增长12.17%;归母净利润150.99亿元,同比增长14.38%。二季度单季营业收入136.74亿元,归母净利润42.76亿元。

这是五粮液自2016年以来,连续6年、26个季度持续保持营收双位数稳健增长态势。五粮液也是2020年疫情以来,唯一一家每个季度营收、净利均实现双位数增长的白酒上市公司。

业内人士表示,面对国际局势复杂动荡,国内疫情多点散发,经济运行不确定性、不稳定性进一步增加,五粮液业绩仍旧保持两位增长,表现出较强稳健性,实属不易,显示出其经营韧性及蓬勃内生的强大生命力。

### 坚持发展定力 “1+3”产品矩阵持续优化

半年报指出,今年以来,五粮液始终坚持发展定力,坚持“做强品牌、做优产品、做大市场”的战略主题和打造“生态、品质、文化、数字、阳光”五位一体高质量发展五粮液的发展路径,努力擦亮“大国浓香、和美五粮、中国酒王”金字招牌。

上半年,公司进一步强化“1+3”产品体系。其中,“1”是进一步强化第八代五粮液代际系列核心大单品的地位;“3”分别是以501五粮液为代表的窖池系列、以经典五粮液为代表的年份系列,以及以一帆风顺、生肖为代表的文化酒系列产品。

为进一步确保五粮液品质的纯正性、包装的一致性、产品的等级性和品牌的辨识度,今年以来,公司完成了45度五粮液、55度五粮液、60度五粮液、68度五粮液、酒王酒、酒神酒等透支五粮液品牌形象产品的清理,使五粮液产品矩阵更加清晰,定位更加准确。

半年报显示,上半年,五粮液酒类产品实现毛利率81.86%,其中主品牌产品毛利率为86.38%,其他酒产品毛利率为59.75%。

核心产品方面,第八代五粮液在千元价格带核心地位持续巩固,动销端超半数营销战区实现同比增长。

经典五粮液作为公司战略性高端品牌,发力“2000元+”白酒市场,成为实现公司高质量市场份额提升的有力抓手。今年以来,五粮液公司着重加大了经典五粮液品牌推广、消费者培育等工作,实现高质量动销。目前,经典五粮液在金融、艺术、汽车、运动、商会等高端圈层已取得阶段性突破。

五粮液方面表示,公司将持续通过不同等级及主题的品鉴活动、3+2日常客情维护、五粮液文化之旅等开展消费者培育,持续通过国内外大事件活动赞助、异业合作、企业走访、广告投放等开展品牌推广工作;持续通过大型企业

单位团购直销、核心消费者团购销售、个性化定制等构建高端团购销售网络,有计划、有节奏地强化经典五粮液市场培育,让更多消费者认知、认同产品的稀缺价值,实现市场价值和市场份额的稳步提升。

同时,五粮液文化酒系列产品也在2022年上半年呈现出加速发展态势。五粮液公司严格按照“高价值、高品质、小批量灵活定制”等原则,欢迎有资源、有实力的商家加入文化酒的营销工作。截至8月24日,52户商家积极参与文化酒的研发,有27个系列产品已启动研发并将陆续上市。其中已有部分文化属性强、具有IP价值的文化酒产品上市。例如五粮液千里江山、迪拜世博会中国馆官方指定用酒、吉利定制酒、和美中国、万寿无疆等产品,一经面市就受到了消费者的青睐和追捧。

在营收、利润持续保持双位数增长的同时,五粮液品牌价值也持续攀升。

今年7月26日,全球三大品牌评估机构之一的世界品牌实验(World Brand Lab)发布的2022年《中国500最具价值品牌》分析报告中,五粮液以3646.19亿元人民币的品牌价值,荣登榜单第16位;品牌价值较去年增长393.03亿元,增幅12.08%,连续5年实现两位数字增长,并与海尔、中国一汽等企业共同入选2022年《中国品牌生态系统发展案例》,成为2022年度唯一来自白酒行业的最佳表现品牌。

7月27日,在全球权威品牌价值评估机构Brand Finance发布的《Brand Finance 2022年度全球最具价值烈酒品牌50强》榜单中,五粮液以287亿美元的品牌价值位居全球烈酒品牌第二,品牌价值同比增长12%,品牌价值增长位居上榜烈酒品牌第一,品牌强度指数得分89.4分(满分100分),为上榜烈酒品牌中的最高分,品牌评级继续保持AAA级(最高等级)。

### 厂商共同应对挑战 彰显快速反应的经营韧性

半年报显示,五粮液公司二季度单季经营活动现金流净额52.88亿元,同比增长65.15%,经营活动现金流单季的大幅增长,体现了五粮液较强的抗风险能力。同时,在外部诸多不确定性因素下回款能力依然较强,说明经销商对企业发展前景的定力和信心。

今年以来,面对严峻的市场形势,五粮液公司提前预判形势、主动作为,明确提出要从价值回归、政策奖励、产品资源、金融属性、渠道创新、平台建设等六个维度综合施策,持续提升商家盈利水平,厂商共商共建共赢。

特别是今年二季度疫情全国多点反复,五粮液公司着手早、反应快,贯彻“总部抓总、战区主战”策略,贴近市场、快速反应,出台了一系列符合市场实际、具有区域特色的支持政策,促使业绩稳健增长。业内人士认为,这体现了五粮液快速反应的经营韧性。

五粮液公司还积极开展了元春主题活动、

五粮液和美文化节、父亲节、618电商节、宴席活动等面向消费者活动,强化消费者互动、提升品牌黏性,有效拉动市场动销,渠道库存维持低位,确保业绩稳健增长。

同时,五粮液公司积极践行国企责任,全面落实“六稳”“六保”,把保障就业创业同企业高质量发展需求结合起来。

半年报指出,今年上半年,五粮液一如既往地勇担国有企业社会责任,有计划地通过校园招聘、社会招聘、灵活用工等方式,提供包括应届毕业生、残疾人、脱贫人员、安置退伍军人及随军家属等在内的近1000个就业机会;加强与地方高校合作交流,开展产教融合,为在校大学生提供联合培养和实习机会,提高其职场就业能力与就业机会,积极吸纳优秀学生到企实习和就业;对于因业务调整而产生的富余人员,公司积极进行内部调配,坚决不裁员、不降薪,与所有员工共享公司发展成果。



五粮液产业园区一角



五粮液百万吨储酒基地



五粮液酿酒专用粮基地



五粮液生态湿地

### “五位一体” 推动企业持续稳健高质量发展

上半年营收、利润持续保持双位数增长良好业绩表现,是五粮液坚持系统谋划、整体协同,靶向发力、综合施策,持续在品牌文化上抓特色,在深化改革上抓落实,在营销变革上抓成效,在技术创新上抓统筹,在重大项目上抓进度,进一步夯实公司行稳致远根基的一个缩影。

五粮液提出,“十四五”期间,将坚持“聚焦主业、做强主业”,以满足消费升级的新需求为目标,以推动可持续的稳健高质量发展为主题,以改革创新为根本动力,抢抓新发展机遇,一张蓝图绘到底,五粮液集团加快实现“5111”发展目标,五粮液股份公司加快实现“2118”发展目标,进一步擦亮“大国浓香、和美五粮、中国酒王”金字招牌。

围绕“十四五”目标,五粮液将始终遵循“种、酿、选、陈、调”美酒五字诀,全力打造以生态为底色、品质为核心、文化为支撑、数字为动能、阳光为保障的“生态、品质、文化、数字、阳光”五位一体持续稳健高质量发展的现代化企业,加快建设产品卓越、品牌卓著、创新领先、治理现代的世界一流酒企。

以“五位一体”发展路径的“生态五粮液”为例,半年报指出,公司将坚定不移走生态优先绿色发展之路,不遗余力强化上游担当,以能酿出美酒的标准,想方设法保护好长江上游水质,切实抓好园区上游岷江生态湿地的建设和维护;持续优化绿色能源结构,加快能效体系建设,强化智慧能源管理,打造“生态五粮液”,坚持提供生态化产品,以绿色产品、优质产品持续满足消

费者对美好生活的向往;全面实现生态化生产,大力发展循环经济,打造“零碳酒企”,树立中国白酒行业生态化发展标杆。

同时,坚定不移推进科技创新。公司近五年研发投入逐年增加(2018年0.84亿元,2019年1.26亿元,2020年1.31亿元,2021年1.77亿元),今年上半年就超过1亿元,重点围绕品质提升与高质量发展,实施从原辅料、制曲、酿酒、陈酿、勾调、包装全过程的科技创新,形成关键核心技术,助力企业高质量发展。

其中,为进一步夯实品质根基,公司重点推进《五粮液名酒率提升技术研究及应用》等专项科研项目,先后发现JNU-WLY1368、空气从梗孢酵母等新菌种,在提升产业科研水平、酿造现代化水平和产品优质率等方面具有重要的科学价值,并在助推中国白酒的全球认知认同等方面发挥积极作用。

五粮液近年来的发展和未来潜力,也得到了资本市场的认可。今年以来,券商在Wind共发布五粮液相关研报138篇,均给予五粮液正面的“推荐”以上评级。

有证券机构指出,从中长期看,五粮液是千元价格带的第一大单品,是品牌力最强的浓香白酒,在白酒行业结构升级和头部集中的大趋势下,五粮液通过渠道组织及经销商利润优化,可以激发更大的市场动能,成长空间巨大,“大国浓香”中长期量价增长的趋势确定,营收和净利将持续稳健增长。

(杨波 侯云春 文/图)



五粮液绿色生态酿酒基地