

本文来源：时代周报 作者：黄嘉祥

今年A股首份白酒上市公司半年报出炉。7月26日晚间，水井坊(600779.SH)披露半年报，今年上半年实现营收20.74亿元，同比增长12.89%；归母净利润3.7亿元，同比下滑2%。

分季度来看，水井坊2022年一季度净利润3.63亿元。以此推算，水井坊二季度实现净利润约700万元，而公司2020年和2021年二季度均出现亏损。

外资酒业巨头帝亚吉欧在2010年入主水井坊。十余年间，水井坊几度换帅。目前，水井坊90%以上营收来自高档白酒。财报显示，水井坊上半年高档酒(水井坊品牌系列)营收19.84亿元，同比增长11.41%，毛利率为85.23%；中档酒(天号陈、系列酒)营收为6116.98万元，同比增长13.94%。

今年以来，水井坊持续推进高端化。继新典藏在2021年上市之后，其核心产品井台于今年4月全新升级上市，52°新一代井台建议零售价808元、38°建议零售价768元，均上涨70元，瞄准500元至800元这一市场扩容最为明显的价格带。

水井坊在半年报中表示，新一代井台推出，公司在各区域陆续召开上市发布会，门店生动化、各类品鉴会及消费者培育等活动也迅速展开，目前新井台的铺货数正稳步提升。

在品牌高端化方面，水井坊称，报告期内公司以品质升级为基础，辅之以有效的圈层营销，继而带动品牌高端化。在圈层营销方面，启动了与中国冰雪大会、WTT世界乒联、国家宝藏等大IP的深度合作，开展覆盖多重高端圈层的营销活动。另外，水井坊美学馆在全国重点市场开始开业。

推进产品升级及品牌高端化，水井坊的研发费用和销售费用出现不同程度上涨。财报显示，2022年上半年，水井坊研发费用为1696.4万元，同比增长750.08%，主要系产品升级创新以及研发投入增加所致；销售费用为6.96亿元，同比增长19.27%，其中广告费及促销费同比增约13%至5.27亿元。

同时，水井坊上半年的经营活动产生的现金流量净额为144.64万元，较去年同期的2.78亿元同比下滑99.48%，主要系支付的市场广告费等其他经营活动现金流出的增长所致。