

证券代码：600779

证券简称：水井坊

## 四川水井坊股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2022-001

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 媒体来访 <input checked="" type="checkbox"/> 其他（网络+电话会议）
参与单位名称及人员姓名	西南证券、富国基金、博时基金、广发基金、汇添富基金、宁波磐石、永灵通投资等机构投资者及个人投资者共计 376 人
时间	2022 年 4 月 23 日上午 9:30-10:30
地点	水井坊博物馆会议室
上市公司接待人员姓名	公司副董事长、总经理：朱镇豪先生 财务总监：蒋磊峰先生 首席法务官：张永强先生 公共关系事务副总经理：洪宗华先生 董事会秘书：田冀东先生 证券事务代表：邓娜女士
投资者关系活动主要内容介绍	<b>一、公司 2021 年度和 2022 年一季度经营结果和财务状况解读</b> 2021 年全年，公司实现营业收入 46.32 亿，同比增长 54%；实现营业利润 16.69 亿，同比增长 73%，营业利润率从 32%提升至 36%；实现净利润 11.99 亿，同比增长 64%。 2021 年，公司业绩强劲反弹，实现两位数高质量增长；八大核心市场中，6 个持续高速增长；按计划执行三大发展策略即：产品升级创新、品牌高端化、营销突破；邛崃项目进度总体符合原定计划；年度分红率

30.5%，与同行业中位值持平，为邛崃项目与其他长远发展项目提供更大的资金支持。

2021年，八大核心市场收入同比增长61%，其他市场收入同比增长44%；在核心产品表现方面，井台、八号、井台（冰雪）收入同比增长55%，菁翠、典藏（2021版、冰雪、三星堆）收入同比增长58%。

2022年一季度，公司收入继续保持双位数增长，但渠道出货受疫情影响明显。一季度实现营业收入14.15亿，同比增长14.10%；实现营业利润4.85亿，同比减少13.40%；实现净利润3.63亿，同比减少13.54%。

2022年一季度以来，因疫情原因，白酒行业的成长动力受限，水井坊亦不例外。尽管短期白酒行业面临疫情冲击，但公司对白酒行业未来发展持审慎乐观态度。如下半年疫情有所改善，消费场景恢复正常，公司2022年的经营目标是主营业务收入增长15%左右，净利润增长15%左右。

## 二、交流互动

### 1、疫情对白酒行业和公司业绩的影响？

答：疫情对整个行业都有影响，不同省份影响程度不一样。对300-800元价格板块的影响更大，这个价位更多是聚集型饮用场合。800元以上价格板块受影响要小一些，主要是因为消费场景、消费人数相对较少，送礼场景受疫情影响也较小。

库存方面：如果疫情在下半年能够受控，社会生活恢复正常，白酒板块还是会有不错成长。水井坊库存比去年有增加，但是水井坊的社会库存一直都保持着健康状态，不会影响到我们的价值链。

疫情能持续多久、多大影响很难有明确答案，疫情更考验我们的执行力。公司4月刚做了新井台的线上发布会，效果比较好，有一百万的流量。如果疫情得到缓解，公司在各地会做品鉴活动，让更多的烟酒店老板品尝到新井台，市场对新井台酒体反馈是比较好的。

公司也在做消费者扫码活动来推动消费者动销。营销突破其中一点就是更精准地投放费用，更精准地回馈消费者。在四月份新井台上市，

推出了消费者扫码活动，更好地打动消费者去消费水井坊。水井坊是全国名酒，全国受疫情影响程度不一样，华东区的江苏、浙江、上海受影响比较严重，成都、湖南受影响小一点。我们在受疫情影响比较小的城市持续加码，继续保持增长动力。以往主要是靠渠道，过去一年公司积极拓展团购业务，也取得了一定成绩。未来公司会积极拓展企业团购业务发展，同时也会梳理 300 元以下的系列酒，以期寻找额外增长动力，但公司的策略还是品牌高端化。

## 2、行业竞争发展态势如何？

答：行业中短期成长动力受挫，但增长机会依然存在；800 元及以上板块，高速增长放缓；300 元-800 元板块，增长加速，但竞争极为激烈；300 元及以下板块，内部升级持续，量跌价升。酱酒热减退，但长期成长持续。

## 3、公司的市场发展策略是聚焦核心市场还是外拓新市场？

答：公司将继续聚焦核心市场，在八大核心市场内仍然有很多机会，将在该市场做得更深更细。

## 4、水井坊价值链优化成果与后续计划？

答：2021 年公司价值链优化举措比较多，批发价和成交价均有所提升。过去整个行业次高端、高端板块提价不少，因经济放缓和消费升级放缓影响，预计 2022 年价格提升的空间会比较小。

## 5、品牌高端化成效如何？新典藏上市后表现与未来计划？高端化公司运营模式，情况，与效果？新井台定位与其他新品上市规划？

答：1)新典藏去年 9 月 9 日面市，到 11-12 月才大规模上市。新典藏酒品得到很多专家和高端消费者认可，认为新典藏口感超出大家预期。

新典藏上市半年来，社会动销成长约 60%。以前典藏销量大多是在渠道里面，在 3000 多家门店销售。不过，这次成长主要是在团购方面。过去半年公司高端事业部积极配合高端化公司拓展团购业务，典藏刚刚上市，还有很多成长空间，希望几年之后典藏会成为一个大单品。

2) 感谢 25 个省代成立了高端化公司，高端化公司跟水井坊核心品

	<p>类运营模式不一样，是扁平化管理。这家公司成立之后，过去半年招募了约 200 个商家，开拓了 2000 多个企业客户。着重聚焦在团购业务发展，公司认为团购业务对高端产品发展是非常重要的。</p> <p>3) 对井台的升级主要是酒体升级，公司希望新井台能成为 500-800 元价位的标杆。顺应长期消费升级趋势，新井台会在消费能力比较强、比较成熟的市场进行拓展。以前井台在渠道发力主要是依靠核心门店，现在希望更多是通过团购等方式发展，要两条腿走路。</p> <p><b>6、公司 2022 年费用投放计划？如何执行消费者培育？IP 活动的角色？</b></p> <p>答：在消费升级过程中消费者会要求品牌更高的差异化，公司将持续投入，让水井坊成为有个性有特色的品牌。同时公司会审慎观察市场变化，做一些适当调整。长期来看，水井坊费用比率会随着规模效应而下降。在做团购和企业业务时，需要人才去开拓，未来一两年费用投放会有所增加，公司将坚持投入以追求长期健康成长。关于 IP 活动背后的逻辑，我们认为，随着消费升级，人们不断追求美好生活。美好生活除了喝更高品质的美酒，还希望追求更健康的生活，这就与体育运动关联起来。公司在网球、乒乓球等方面做一些圈层活动，做一些互动，加大他们对水井坊的理解与认同。</p> <p><b>7、公司 2022 年主要发展方向？</b></p> <p>答：2022 年，公司将继续强化核心，臻酿八号继续引领规模增长；继续执行三大策略，打造井台与典藏为高端白酒大单品；加快产品创新和扩大产品升级品项；深耕八大核心市场，加速增长，强化电商业务成长动力；在充满不确定性和困难的时期，保持敏捷性和韧性。</p> <p><b>8、邛崃项目的进展，产能建设情况？</b></p> <p>答：邛崃项目 2020 年 5 月动工，工期将历时 3 年，预计 2023 年正式投产，现阶段施工按计划推进。建成后，将新增原酒酿造能力 20,000 吨，新增储存能力 40,000 吨。</p>
附件清单（如有）	无