

本文来源：时代财经 作者：兰烁



（来源：图虫创意）

此前股价走势平平的百润股份（002568.SZ）突然“回血”了。

9月19日、9月20日，百润股份连收两个“10cm”涨停，9月21日收涨3.8%，三个交易日累计涨幅达到25.59%，市值较9月18日增加56.7亿元。

不过9月22日，随着酿酒板块全线重挫，百润股份开盘大跌逾4%，全天震荡走低，收报25.38元/股，跌幅4.23%，成交额7.3亿元，较前一交易日11.42亿元缩量，总市值266.5亿元。

数据显示，9月22日百润股份遭北向资金净卖出19.39万股，卖出金额509.75万元，9月21日-22日连续两个交易日净卖出，累计净卖出941.34万元。近五个交易日，北向资金累计净买入该股1360.33万元。

百润股份在资本市场上并不火爆，不过说起RIO鸡尾酒，大多数新生代年轻人都有所耳闻，而百润股份正是该品牌的母公司。

近期，Rio

借着与一款游戏的联名，

吸引了不少玩家和消费者。同时时代财经

注意到，各大社交平台上关于“强爽Rio”的讨论突然多了起来，导致该系列产品在电商平台上一度卖断货。

作为Rio的母公司，7月5日-9月6日区间内，百润股份股价跌幅达35.65%。跌了两个月，“回血”却只需三天。有投资者疑惑，难道是游戏联名带火了股价？

9月20日晚间，因股票交易异常波动，百润股份通过公告披露，公司近期经营层面并未发生重大变化。尽管如此，该股还是吸引了市场游资炒作。

9月22日，时代财经就联名和销售情况等问题多次致电百润股份证券部，截至发稿未获得相关回复。

游戏联名卖断货？

“强爽真的是断片酒”、“别碰强爽，会变得不幸”、“真的醉，3D能喝出5D的感觉！”9月22日，有网友在社交平台上发帖说道。

他们所说的“强爽”，是国内预调鸡尾酒品牌锐澳（下称“Rio”）在去年推出的8度酒系列，相比此前的品类，酒精度数有所增加。

不过最近，这款酒突然在各大社交、电商平台火了起来。

9月22日，一名淘宝客服告诉时代财经，“现在可以拍但是不确定什么时候发货，之前是卖断了”。而在其京东自营旗舰店，该产品连续7天蝉联鸡尾酒销售榜单，日销超千件。

16:10

京东排行榜

鸡尾酒/预调酒榜

热卖榜 依据销量与销额计算 | 每日更新

总榜 春日派对 水果味 送女友 混合口味

当前商品

- 蝉联榜首7天

锐澳 (RIO) 洋酒 预调 鸡尾酒 果...
白葡萄酒 6种口味 果汁含量
1748人买过 | 24小时售出超1000件

2件预估单价
¥46.55 2件9.5折
- 锐澳 (RIO)预调鸡尾酒洋酒果酒 强...
212人买过 | 24小时售出超200件

¥71.4
- 当前地区 无货

自营 锐澳 (RIO) 洋酒 预调 鸡尾...
22.2万人买过 | 24小时售出超200件

2件预估单价
¥59.1
- 锐澳RIO 预调鸡尾酒 洋酒气泡果酒...
337人买过 | 24小时售出超200件

预售价 ¥27.9
- RIO锐澳 洋酒 预调 鸡尾酒 果酒 ri...
入口清甜 清润甘甜

（来源：电商平台截图）

8月22日，Rio宣布与网易旗下的游戏“永劫无间”联名推出礼盒，此时也正值该游戏开服一周年，不少玩家被牵动着神经。

时代财经注意到，在Rio京东自营官方旗舰店，这款礼盒内有8罐强爽Rio和一张用于抽奖的刮刮卡，售价为99元，奖品包括“4999元的显卡、游戏中的阔刀皮肤和头像”等。9月14日-9月30日期间，旗舰店打出满两件75折优惠，9月21日已显示“仅剩3件”。

不过时代财经注意到，在京东其他商铺，同样的联名礼盒卖到了119元、130元，甚至174元等。但在淘宝旗舰店，这款联名礼盒售价为87元，客服告诉时代财经，“这是本月的活动，都是限时限量的，购买一个礼盒累计可以获得10次抽奖机会。”



（来源：微博截图）

对资深游戏玩家来说，“联名”两个字本身就颇吸引人。这款礼盒的详情介绍页中写道，“每次抽奖100%中奖！联名显卡，联名极品阔刀皮肤、联名头像等”、“所有虚拟奖品均为一物一码，一码只可兑换一次”。

有玩家在京东发布评价表示，“迫不及待地扫码抽奖，没想到第三罐就抽到了阔刀皮肤！这波值了！”还有消费者称，“70多块钱买个礼盒抽90块刀皮不香么！永劫无间YYDS！”、“酒很难喝，不过为了阔刀（皮肤），值了。”

但也有消费者不满，“礼包码都被换完了，别买了礼盒发现抽到的兑换码用不了，两边官方都直接摆烂，把人当韭菜。”还有网友在微博发帖表示，“买了两箱，没有中一个，感觉被坑了”。淘宝也有消费者称，“想买永劫无间的兑换码酒，但买回来扫不了，客服也不理人。”

9月22日，一名永劫无间的玩家杨羽（化名）告诉时代财经，“不会买这个联名，感觉策划有点low，谁又知道是不是经过几个月实机测试的显卡，况且概率应该也很低。”跟杨羽有着同样想法的人不在少数，有玩家在微博表示，“周年庆搞直播带货也是没谁了”、“相当于我们给股东送钱”。

时代财经向玩家昊阳（化名）了解到，“阔刀皮肤虽然对于氪金皮肤来说诚意比较低，但如果有收集爱好，吸引力还是比较大的，因为它的颜色非常好看。”

昊阳还告诉时代财经，他从内测期间就开始玩这个游戏，对这种联名活动不太关心，“Rio的话平时也会喝，之前没太大感觉，强爽系列还不错。”



（来源：受访者提供）

另一名玩家周骁（化名）告诉时代财经，“我自己是没有买，不过对于有些长期玩家来说，应该会选择冲一冲，毕竟不少人有收集癖，想把所有的联名款皮肤都集齐，这样会很有成就感。”他还补充说，“二次元的消费力量是不容小觑的。”

上半年营利双下滑

这次联名，除了吸引游戏玩家的注意，在资本市场也引发了意外的效果。

作为Rio的母公司，百润股份股价在9月19日-9月21日三个交易日已经上涨了25.59%。不少股民直呼“回血了”、“触底反弹了”。

9月20日晚间，百润股份发布股价交易异常波动公告称，公司经营情况未发生重大变化，公司、控股股东和实际控制人不存在其他关于公司的应披露而未披露的重大事项等。

尽管如此，百润股份还是吸引了游资炒

作。龙虎榜

数据显示，9月20日买入前五席

位中，有着“顶级游资”之称的中信证券

上海溧阳路现身买入超3000万元，卖出席位中国盛证券宁波桑田路交易超2700万元。

百润股份在财报中介绍称，公司预调鸡尾酒业务主要包括“RIO（锐澳）”牌预调鸡尾酒产品的研发、生产和销售。公

司还引述中国酒业协会

的文件表示，2017年至2021年“RIO（锐澳）”预调鸡尾酒的市场占有率在全国配制酒行业排名第一，占据领先地位。

营收构成方面，根据2021年财报，百润股份预调鸡尾酒（含气泡水）实现营收22.85亿元，食用香精

营收2.73亿元，二者占营收比分别为88.09%、10.54%，营收分别比2020年增长33.49%、37.72%。

不过今年上半年情况有所变化。2022年上半年，百润股份营收10.37亿元，同比下降14.41%；归母净利润2.21亿元，同比下降40.1%。产品方面，预调鸡尾酒（含气泡水等）实现营收8.66亿元，较上年同比

降低17.99%；毛利率为62.39%，较上年同期降低4.99%。

(2) 主营业务按产品分类，情况如下：

产品类别	营业收入（元）	营业成本（元）	毛利率	营业收入与上年同期增减	营业成本与上年同期增减	毛利率与上年同期增减
预调鸡尾酒（含气泡水等）	866,463,816.15	325,894,353.94	62.39%	-17.99%	-5.44%	-4.99%
食用香精	137,815,723.06	51,135,772.14	62.90%	-0.13%	10.03%	-3.42%
合计	1,004,279,539.21	377,030,126.08	62.46%	-15.92%	-3.60%	-4.80%

（来源：百润股份2022年半年报）

股东方面

，根据2022年中报

，陆股通在报告期内减持167.48万股，

当前持股

比例1.45%，持股市值从2021年前三季度最高时的10.86亿元降至当前4.58亿元。

此前一季度，易方达减持777.73

万股，不过二季度增持超400万股，当前持股比例2.35%。

9月22日，食品饮料行业分析师朱丹蓬在接受时代财经采访时表示，“Rio已经在预调鸡尾酒赛道做到龙头，虽然这个体量不算太大，但新生代对于Rio的认知还是有分量的。未来随着整个年轻群体、以及女性群体的消费基数持续扩容，Rio有机会迎来新发展，方向之一是在鸡尾酒之外进行洋酒、烈酒等品类布局。”

洋酒的确是百润股份的下一步棋。

百润股份在2022年

半年报中提到，其子公司成都巴克斯酒

业的伏特加及威士忌

生产建设项目于去年12月竣工投产。此前8月5日，有投资者在互动平台上提问称，公司的威士忌是否开始量产？百润股份回复称，根据中国国家标准之“GB/T

11857-2008威士忌

”的要求，麦芽威士忌和谷物威士忌需要在橡木桶陈酿至少2年。