

4月28日晚间，宜宾五粮液股份有限公司（以下简称“五粮液”）（000858）发布《2021年度报告》及《2022年第一季度报告》。根据公告显示，2021年实现营业收入662.09亿元，同比增长15.51%；归属上市公司股东的净利润233.77亿元，同比增长17.15%。2022年第一季度，实现营业收入275.48亿元，同比增长13.25%；归属上市公司股东的净利润108.23亿元，同比增长16.08%。

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

是 否

	2021年	2020年	本年比上年增减	2019年
营业收入（元）	66,209,053,612.11	57,321,059,453.15	15.51%	50,118,105,877.14
归属于上市公司股东的净利润（元）	23,377,074,353.40	19,954,809,594.52	17.15%	17,402,164,190.16
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元）	23,327,729,257.82	19,994,943,929.15	16.67%	17,405,930,787.45
经营活动产生的现金流量净额（元）	26,774,941,873.05	14,698,327,593.21	82.16%（注）	23,112,072,040.66
基本每股收益（元/股）	6.023	5.141	17.16%	4.483
稀释每股收益（元/股）	6.023	5.141	17.16%	4.483
加权平均净资产收益率	25.30%	24.94%	增加0.36个百分点	25.26%
	2021年末	2020年末	本年末比上年末增减	2019年末
总资产（元）	135,620,812,221.13	113,893,139,013.72	19.08%	106,396,972,333.66
归属于上市公司股东的净资产（元）	99,068,498,346.24	85,705,972,645.74	15.59%	74,290,700,662.22

对于五粮液去年及今年一季度业绩表现，知趣咨询总经理、酒类营销专家蔡学飞

表示，在疫情冲击、经济承压等诸多不确定、不稳定因素交织的环境下，稳健增长的企业在当前市

场尤为难得。近年来，五粮液保持战略定力，聚焦高质量发展

，稳扎稳打，产品体系持续优化、品牌价值持续提升、渠道体系协调发展，市场动销良好，推动了企业发展行稳致远。

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

是 否

	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期增减
营业收入（元）	27,548,160,168.43	24,324,839,644.81	13.25%
归属于上市公司股东的净利润（元）	10,822,866,097.02	9,323,613,990.16	16.08%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元）	10,841,889,446.84	9,318,357,623.15	16.35%
经营活动产生的现金流量净额（元）	-3,401,025,898.78	5,505,475,102.10	-161.78%
基本每股收益（元/股）	2.788	2.402	16.07%
稀释每股收益（元/股）	2.788	2.402	16.07%
加权平均净资产收益率	10.36%	9.35%	增加1.01个百分点
	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减
总资产（元）	137,804,423,938.79	135,620,812,221.13	1.61%
归属于上市公司股东的所有者权益（元）	109,891,364,443.26	99,068,498,346.24	10.92%

据界面记者统计，自2016年以来，五粮液已连续六年营收实现双位数增长，继续保持高质量稳健增长。2021年相较于2016年，营收增长2.7倍、归母净利润增长3.5倍。

对此，业内人士指出，随着近年来五粮液不断作为浓香酒企头把交椅，不断在产品品质、行业标准、国际化路线等方面推动行业向高质量发展。

事实上，促使业绩连续双位数增长的内生动力，在于五粮液坚固的产品体系提供有力支撑。

在产品端，五粮液已形成第八代五粮液为主体，系列酒为两翼的产品结构。根据公告显示，2021年全年，五粮液酒类实现营业收入617.32亿元，同比提升17.73%。其中，五粮液产品以及系列酒产品分别实现营业收入491.12亿元、126.2亿元，同比提升11.46%、50.71%。

单位：元

	营业收入	营业成本	毛利率	营业收入比上年同期增减	营业成本比上年同期增减	毛利率比上年同期增减
分行业						
制造业（酒类）	61,731,839,992.96	12,165,790,903.99	80.29%	17.73%	17.63%	0.01%
分产品						
酒类	61,731,839,992.96	12,165,790,903.99	80.29%	17.73%	17.63%	0.01%
其中：五粮液产品	49,112,013,173.38	7,076,007,335.05	85.59%	11.46%	6.70%	0.64%

不仅仅是业绩上，从终端价格上来看，今年来，作为五粮液核心大单品第八代五粮液终端市场动销情况良好，稳站千元以上价格带。随着经典五粮液的推出，也进一步完善了2000元以上价格带空缺。

平安证券

在其研报中指出，在品牌战略方面，五粮液围绕主品牌及浓香系列酒，打造全价位产品体系，满足不同层次消费者需求。其中，第八代五粮液作为五粮液的核心大单品，是公司高质量市场份额的核心支柱。经典五粮液作为五粮液布局2000元价位带的战略大单品，将成为五粮液新的增长点，带动产品结构性升级，贡献营收规模及盈利能力增长。

在产品业绩提升的背后，盈利能力、盈利质量也持续提升。根据2021年财报显示，五粮液酒类产品毛利率达80.29%，创上市以来新高。分产品来看，五粮液产品毛利率保持稳健增长，系列酒产品毛利率同比大幅提升。根据公告显示，五粮液产品与系列酒产品毛利率分别达85.59%、59.67%。

酒类产品毛利率持续提升，得益于五粮液持续优化产品结构，盈利能力持续提升。同时，在深化改革期间，五粮液不断顺应高端市场消费趋势，通过“高端市场+下沉市场”多市场布局，进一步提升高质量市场份额。

“五粮液作为中国浓香型白酒的龙头，在中国有着至关重要的地位，而且浓香型白酒是目前商务消费主流的香型白酒。五粮液也是商务消费目前饮用频次最高的高端自饮消费和商务消费支撑的名酒品牌。”白酒营销专家肖竹青指出。