

证券代码：002646

证券简称：青青稞酒

青海互助青稞酒股份有限公司

2019年9月10日投资者关系活动记录表

编号：2019-003

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <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"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他
参与单位名称及人员姓名	上海劲邦股权投资管理有限公司洪筠兹、周瑾、温金燕
时间	2019年9月10日
地点	青海互助青稞酒股份有限公司会议室
上市公司接待人员姓名	董事、总经理李银会，副总经理、营销中心总经理张芬军，财务总监郭春光，董事会秘书赵洁，证券投资部经理、证券事务代表王永昌。
投资者关系活动主要内容介绍	公司高管人员陪同调研人员参观了生产车间，并进行了座谈，就公司战略规划、营销规划等问题进行了沟通交流。
附件清单(如有)	会议纪要
日期	2019年9月10日

附件：会议纪要

1、公司经历上市以后快速发展后，最近几年业绩出现了较大的调整，在业绩调整以后，未来如何规划？

公司目前面临困境和问题，是长期积累的结果，我们也及时意识到并作出调整和改变：

一是提升基础管理，练好基本功。一线营销人员提升销售的专业性，为客户提供专业化的服务，基层酿造员工要提升酿造技能，管理人员通过天佑德大学提升管理能力。

二是从产品入手，提升产品价值。白酒没有存量就没有质量，只有存量不代表有质量，我们提升储量的同时，会不断提高原酒的优级率。

三是加强营销建设，关注消费者需求，把产品的差异化转化为市场优势。

未来我们会坚持三个战略：

一是青稞酒+白酒战略。首先要让消费者认可青稞酒是白酒，而且是优质白酒，在这个基础上，再谈差异化，让消费者认识青稞酒是白酒的新品类、产异化产品。按照这个逻辑建立消费者的认知。

二是销售+数据战略。我们不仅要销售量，更要销售背后的数据，要弄清楚哪些消费者在什么场景下消费了我们的产品。

三是区域+时间战略。区域战略：产品在不同区域需求是不一样的，不能用同一种产品、同一种宣传方式面对所有市场；时间战略：不同年龄的消费者需求不一样，要满足不同年龄消费者多元化需求。

2、公司在营销方面，未来的战略规划是怎样的？

公司整体的营销战略是扎根青海，稳定西北，拓展全国，布点全球。同时，我们提出了“一个核心、两个中心、三大战役、四盘联动、五大提升”整体规划目标。

一个核心，围绕核心消费者运营，消费者在哪里，就把工作做到哪里去。

两个中心：成立西北营销中心，稳固青海和西北市场；成立北京营销中心，拓展省外市场。

三大战役：一是青海保卫战，保证根据地市场不能丢；二是甘肃市场攻坚战，只有拿下甘肃市场，才能走向全国。三是小黑全国战，对小瓶酒市场进行突破。过去两年，小黑青稞酒增长非常快，市场非常认可，成为天佑德品牌全国化的先锋。

四盘联动：餐饮+零售+团购+社会关系。尤其是加强社会关系营销。

五大提升：一是产品提升，提升产品质量稳定性，提升包装质量；二是提升渠道满意度，包括经销商、终端。过去我们在青海市场处于垄断地位，现在在青海仍然是主流。17年开始，

省外一、二线品牌进入，通过中高端产品、高知名度的品牌拉力和初期的高毛利、大投入，抢占了一部分终端资源和消费者，竞争对手就是我们的老师，我们将对薄弱环节进一步加强；三是致力于构建新型厂商合作关系，建立稳定的经销商团队，推动厂商关系向伙伴关系转变；四是提升传播运营，提升品牌的美誉度和知晓度；五是提升团队素质，任何事情都是靠人来做的，只有通过人的改变，才能带动市场的改变。