

金徽酒股份有限公司五年发展战略规划纲要

(2019-2023)

重要内容提示：本规划纲要涉及今后五年公司发展预期目标，系公司基于对未来行业发展形势和公司发展预期做出的预测性分析，不构成公司对投资者的任何承诺，敬请广大投资者注意投资风险。

前言：

2019-2023年是金徽酒股份有限公司（以下简称“金徽酒”“公司”）“二次创业”的关键阶段，必须准确把握宏观经济发展环境和条件的深刻变化，积极适应白酒行业发展新形势。公司结合当前宏观经济环境、行业发展现状和自身经营情况，编制了《金徽酒股份有限公司五年发展战略规划纲要》（2019-2023）。

一、发展环境

党的十八大以来，我国经济保持持续较快发展，经济总量稳居世界第二位，常住人口城镇化率、居民消费率不断提高，减税降费举措释放消费活力，消费市场日趋成熟，消费已逐步成为经济增长主引擎。但当前国际环境不稳定不确定因素增加，我国经济发展进入新常态，经济下行压力加大、收入差距较大、人口老龄化加快、居民杠杆率较高等问题约束了国内居民消费增长潜力，总体来看我国消费增速中枢可能缓慢下移。

我国白酒属于天酿美酒，多样化、个性化特征显著，是我国居民物质消费和情感消费的双重载体，也兼具消费品和投资品的双重属性。我国白酒行业消费需求稳健、价格带宽、分层竞争，具有较大发展空间和增长潜力。随着我国居民消费水平升级，消费升级已成为白酒行业发展核心驱动力，“少喝酒、喝好酒”趋势明显，白酒市场正在向产品集中、向品牌集中、向文化集中、向名优酒企集中，战略、管理、品牌、品质、渠道、人才、文化等全方位竞争愈加激烈，行业分化日趋加剧，区域白酒品牌机会与挑战并存。

金徽酒作为甘肃省内产品力、品牌力、渠道力和盈利能力领先的白酒企业，依靠悠久酿酒历史、优质产品质量和精细化公司治理，在甘肃省乃至西北地区白酒消费群体中建立了良好的品牌知名度和美誉度，具有明显竞争优势。金徽酒2016年3月完成A股IPO，2019年5月完成非公开发行股票，实现了经销商和员工持股，进一步巩固和完善了公司、员工、经销商和股东利益共享机制，优化了民营控股、国有参股的股权结构，增强了综合竞争力和抗风险能力。面对白酒行业新形势，金徽酒面临诸多严峻挑战，但仍处于大有作为的重要战略机遇期，必须准确认识和把握白酒行业深刻变化，增强大局意识、责任意识，充分调动各方面积极性，继续聚焦白酒主业，着力优化产品结构、完善市场布局，增强持续发展动力。

二、总体战略发展目标

金徽酒以“建成中国大型白酒酿造基地，打造中国知名白酒品牌，跻身中国白酒十强”为总体战略发展目标，继续以提高优质白酒品质为基础，以提升品牌价值、加强营销网络建设为途径，以坚持研发创新、节能生产为重点，依靠合理的市场发展策略，巩固提升甘肃市场，稳步拓展西北市场，使公司保持持续、稳健发展的良好态势。

三、业务发展目标

为实现总体战略发展目标，公司按以下三个方面设立业务发展目标：

1.生产经营目标

为逐步实现公司总体战略发展目标，公司计划利用五年时间，即到2023年实现主营业务收入30亿元，归属于母公司净利润6亿元。

2.市场开拓目标

(1) 巩固并提升公司在省内市场领先地位，通过精准营销、深度掌控，实施全渠道、全价位、全产品线覆盖，提高公司省内市场占有率；

(2) 在陕西、宁夏市场全面推进，依托产品品质讲好品牌故事，加强开发力度，通过品质、品牌、文化、服务等多方位竞争，赢得消费者，提高市场占有率。

率；

(3) 在新疆、内蒙古、青海等西北市场利用甘肃市场辐射能力，实施重点突破、以点带面的营销策略，重点强化品牌影响力，力争在当地市场占据重要地位；

(4) 其他机会性市场有选择、有重点的进行前期培育，引导消费趋势，增强品牌认知度和美誉度，延伸产品销售网络，为进一步市场导入做好准备。

3.品牌发展目标

公司通过调整产品结构，强化营销网络，巩固甘肃地区优势市场，积极开拓西北市场，提高品牌影响力。公司将加快实施金徽和陇南春双品牌发展战略，打造具有影响力和竞争力的中高端白酒知名品牌。

四、业务发展规划

1.产品规划

公司将继续继承和创新金徽酒悠久酿造工艺，依托已建成的大型白酒酿造及存储基地，通过金徽酒和陇南春车间技改项目提高优质白酒产出比、丰富原酒风味、延长原酒存储时间，实现“量质并举”高效发展。公司将继续结合消费者需求，以产品创新为驱动力，坚持专家品评和消费者喜好相结合，不断升级完善现有产品，适时推出新产品，为消费者提供更优质产品，使金徽酒成为消费者最喜爱的产品。

2.品牌规划

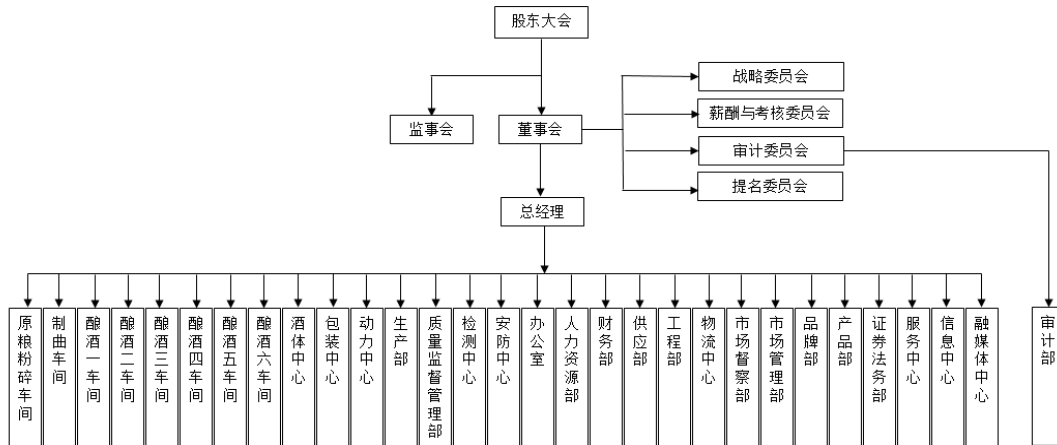
经过长期市场运作和积累，金徽酒已具有一定品牌号召力和影响力。公司将继续以产品为载体、以品质为背书，优化营销服务网络，通过开展各种体验营销活动为广大消费者提供真诚优质服务，增强与消费者的粘性；坚持不懈地实施教育助学、精准扶贫等社会公益活动，不断丰富落实“金徽酒 正能量”品牌精神诉求，提高品牌美誉度；采取线上与线下等多种资源、平台、渠道融合的方式宣传推广，提高品牌知名度。同时，公司将通过更准确品牌定位，实施金徽和陇南春双品牌发展战略，丰富文化内涵，全面提升公司品牌行业地位。

3.渠道规划

公司结合自身产品优势及销售区域市场特点，主要采用分区域分产品经销模式。公司在实现渠道不断深耕下沉的同时，继续加强市场精细化管理，根据各县区人口数量、销售额、市场增长率、竞品情况等因素将市场区分为不同发展阶段，并制定具有针对性的营销政策；在巩固传统渠道的同时，加速开发新兴渠道和电商渠道，不断优化自身组织架构和渠道布局，扩大城市市场示范作用，借助新零售模式和渠道下沉策略，继续打造体系化、多元化的渠道销售网络，增强市场辐射力、品牌影响力与产品渗透力，进而挖掘市场潜力，增强竞争力，抢占更广阔的市场空间。

4.组织规划

为适应公司发展需要，优化管理流程，提高运营效率，保障公司战略落地，公司将调整内部组织结构、部门职责，调整后的公司组织结构图如下：



公司将持续开展管理创新，不断探索、建立、完善适应市场竞争需要，充满活力的运行机制。全员绩效考核、全员竞聘上岗，以岗定级、以级定薪、人岗匹配、易岗易薪，永葆企业发展活力。以客户为中心、以市场为导向，以业绩为标准，扁平化各级组织，减少管理层级，缩短管理链条，优化管理流程，探索建立灵活、高效的管理与服务保障体系，为生产和营销一线提供最优质服务。

5.技术规划

公司在承继金徽酒传统酿造工艺基础上，致力于运用先进技术，深入开展微生物发酵机理、酿酒窖池发酵控制、健康白酒风味物质和活性物质研究等项目，

通过开展与高校合作、共建实验室、组建金徽酒研究院、鼓励工艺创新等多种方式，激发研发人员工作积极性，加快科研成果转化，不断开发与改进酿酒工艺流程，提升优质原酒产能。公司将继续以国家级白酒评委工作室为基础，持续加大成品酒品质、口感、风味及营养物质等方面研发投入，提高产品的利口性，赢得更多年轻群体在内消费者的青睐。同时，公司专注于不断开发与改进生产流程，以达到不断优化资源、减少能源消耗、环境友好的可持续发展目标。

6.人才规划

在人才培养方面，公司将以内部自主人才培养、外部人才引进并重。公司重视人才储备，通过内部培养、外部招聘、薪酬改革等措施加强人才队伍建设，以满足业务不断发展的需要。

在人才激励方面，公司将更多关注基层人员的晋升机制和薪酬福利体系，注重培育和发展专业技能扎实的一线员工，以酿酒师、品酒师、营销师队伍建设为重点，建立梯级人才选拔培养机制，对各级生产技术人员、营销人员和管理人员开展系统化、常态化职业培训，打造一支学习型、知识型、专业化、工匠化人才队伍。

7.质量控制规划

公司始终将产品质量控制和食品安全作为重中之重。公司将进一步完善产品质量追溯系统，继续在产业链各个环节持续实施严格的质量控制和风险控制，将质量控制体系延伸至上游原材料采购，下游产品仓储物流、产品销售流通环节，实现质量控制的全流程、无缝隙对接。

8.IT 系统规划

公司将继续构建共享集约的 IT 系统，进一步提升生产经营各环节的专业化、信息化、智能化，逐步从传统信息化向数据科技化转型，加强客户订单管理、仓储管理、物流管理、企业内部管理等关键环节的 IT 信息系统建设，打造智慧金徽管理系统，有效支撑公司业务规模不断增长，提升业务运营与企业管理效率，增强公司核心竞争力。

五、风险分析

1.宏观环境风险

中美贸易冲突的长期性、复杂性、反复性将给我国经济造成不可避免的影响，导致我国经济新旧动能转换周期的不确定性，宏观经济形势的不可预见性，会影响白酒行业发展，打击行业发展信心。

2.行业发展风险

随着消费升级潮流，新生代消费阶层的消费喜好更加多元化，白酒消费群体出现分化，对白酒行业发展构成严峻挑战，白酒行业竞争会越来越激烈，区域白酒企业面临很大的生存压力。

3.企业运行风险

企业在日常运行和管理工作中，面临生产安全、食品安全和环境安全等内部管控风险，需要企业不断完善管理制度，坚持不懈抓好执行，确保安全运行。随着公司销售规模增长、销售区域不断拓展、团队规模日益扩大，公司在战略规划、内部管理、文化建设、运营管理等方面都面临更大的挑战，将给公司战略规划顺利实施带来影响。