

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投资者关系活动记录表

编号：2021-002

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"/> 媒体采访 <input checked="" 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（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	通过全景网参与公司 2020 年年度报告网上说明会的投资者
时间	2021 年 5 月 13 日
地点	全景网“投资者关系互动平台”（ http://ir.p5w.net ）
上市公司接待人员姓名	公司董事长李银会先生，董事、总经理鲁水龙先生，独立董事吴非先生，董事、董事会秘书赵洁女士，财务总监郭春光先生，保荐代表人杨成云先生。
投资者关系活动主要内容介绍	公司于 2021 年 5 月 13 日（星期四）下午 15:00—17:00 在全景网举办 2020 年年度报告网上说明会，本次年度业绩说明会采用网络远程的方式举行。本次活动问答环节内容详见附件。
附件清单(如有)	青青稞酒 2020 年年度报告网上说明会问答内容。
日期	2021 年 5 月 13 日

附件：青青稞酒 2020 年年度报告网上说明会问答内容

1、如果东部地区有青青稞酒股价必破百。

感谢您的良好祝愿！我们有能力、有信心做好品质、做大品类、做强品牌，不辜负资本市场的期望。

2、总经理您好，请问公司之前的其他系列，比如八大作坊、永庆和、互助、世义德这些系列，未来还会继续生产吗？还是说做削减，重心转移到新产品上？

您好，天佑德和八大作坊走高端路线，以双品牌进行运营；永庆和主打乡镇喜庆用酒，价位段在 80 元以内；世义德是散酒品牌；互助是地名也是我们的商标名，从酒厂成立之初

一直沿用至今，代表着传承的、历史的和文化的。

3、总经理，好！请问中酒网目前运营情况如何？如果还是亏损的话，是否有剥离计划？好像其他白酒公司也不轻易进入互联网，只是借助其他互联网平台，有品牌的产品自带流量。谢谢！

您好！感谢您的提问！报告期内，中酒网借助酱香酒风口，通过与茅台酱酒公司、赖茅、王茅、仁酒等品牌进行深度合作，并推行品牌专卖店策略，聚焦酱香酒核心品牌，提高产品销售毛利。天佑德逐步建立了线上和线下产品的区隔，避免价格冲突，同时发力直播，与头部主播如罗永浩合作，同时建立了一支自有的主播队伍。公司通过京东、天猫、拼多多、寺库、唯品会、中酒官网、抖音、工行融e购、建行善融商城等平台销售公司产品。

4、公司未来发展战略是什么？

您好，未来五年成为中国西部地区最具影响力的白酒生产企业，成为上市酒企中最具特色和差异化优势的白酒企业。坚持以青稞白酒为核心业务，支撑企业长远发展与业绩增长。同时积极创新青稞酒新品类，培育葡萄酒消费市场，积极应对消费者选择多样性和消费升级的大趋势。坚守青稞酒信仰，打造白酒新品类。将天佑德青稞酒品牌打造成为青藏文化的代表；紧紧围绕青稞与青稞酒的稀缺性和健康属性，将天佑德青稞酒打造成为中国白酒的独特品类。坚持以消费者为核心。坚持以“营”为核心，以信息化、数字化为手段，以线上、线下融合为目标，不断创新消费者数字化运营。坚持新零售模式创新，持续做强电商平台。新零售和电商，是公司未来五年终端运作模式升级、消费者大数据分析 and 数字化运营的主要支撑，是为营销赋能的核心平台，是销售业务的新增长点。坚持“传统的更传统，现代的更现代”，未来五年将天佑德打造成为青稞酒传统酿造技艺的代表，全面实施天酿工艺；持续创新突破，积极开展新工艺探索。坚持“人才突破、技术集成、工艺唯一、开创品类、健康标杆、标准致胜”的技术发展战略。

5、我在网上看到很多关于青稞酒不好的传言，误导消费者，希望贵公司加强品牌宣传。

感谢您的建议！我们近期在持续开展一些品质、品牌宣传，以正视听。

6、您好，青稞啤酒有没有考虑做？

您好！感谢您的提问！我们聚集做好青稞白酒，暂没有做青稞啤酒的计划。

7、总经理，好！请问公司的年份酒什么时候推出，目前公司的不同年份的老酒储量大概有多少？谢谢！

您好，截止2020年12月底，公司库存原酒（含基础酒）为4.38万吨，包含公司各年份的原酒和陈酿的半成品酒。

8、是否有大股东质押情况？

您好，截止 2020 年 12 月 31 日，青海华实科技投资管理有限公司未解押股权质押数量为 18,750.00 股，占公司总股本 41.67%，占其持有的股份数 72.46%。谢谢！

9、你好，请问公司的生产基地可不可以参观？

您好！我们随时欢迎您和您朋友、家人来到大美青海、最美互助，不但可以参观我们美丽工厂的生产基地，还可以去我们的青稞种植基地进行参观。

10、好的，谢谢董事长，还想请问下您，今年的营收目标相对 19 年来说变化怎么样？还有就是今年目前已经完成的业绩进度能达到多少？

我们的经营目标是“健康持续”，不要反复折腾。

11、李董好，看到有几位投资者建议将公司证券名字改为“天佑德“，我个人则是强烈反对的。其一，“青青稞酒”这名字本身挺好听的，虽然简称来自青海的青稞酒，但简称后，“青青”二字带有其自身的诗意与美感；其二，方便多品牌运营；其三，支撑公司股价的根本还是长期成长的业绩，而非股票改个名字。

感谢您的直言，股票名称不是一成不变的。我考虑 10 年要聚焦青稞酒，真正的有实力了，再考虑多元化。

12、董事长您好，请问 21 年除了青海、甘肃、宁夏，还会在哪些地方发力？

感谢您的关注，我们资源有限，还是要聚焦青海，深挖青海市场，对青海周边市场进行布局。

13、劲酒战略投资后，还会不会进一步参数增发？是否有借壳的计划？

您好，公司没有尚未披露的重大信息。谢谢！

14、公司有无分红派息的计划？

您好，本年度公司计划不派发现金红利，不送红股，不以公积金转增股本。谢谢。

15、鲁总加油国货崛起长风破浪。

感谢您的鼓励！我们有信心、有能力做好品质、做大品类、做强品牌，不辜负资本市场的期望。

16、麻烦介绍下葡萄酒的规模和成长性。

感谢您对公司的关注！公司 2020 年报列示，葡萄酒自有品牌销售收入 1628 万元，占销售总额比例为 2.35%，占比较去年略有下降。公司在长期发展战略规划上看好未来葡萄酒的发展，根据市场情况及时做好各项工作。

17、会加大葡萄酒研发吗？

一直在不断提高马克斯威的产品竞争力，我们现在的 winemaker Jean 是 Napa top 10 ，做出了很多 RP100 分的葡萄酒。

18、公司应收账款情况如何？是否会出现坏账？

感谢您对天佑德青稞酒的关注！公司 2020 年报列示，应收账款余额 1932 万元，较 2020 年初有所下降，应收账款余额占总资产的比例很低，与酒类企业的行业特点匹配。公司按准则要求计提减值准备并披露。

19、如何成为你们的经销商？

您好，我们公司在经销商设立方面有软实力和硬实力的要求，其中认同公司的价值观尤为重要，具体事宜请咨询刘总：139 1058 0708。

20、西北是干，干为天，西北走出来的都是王者，看好你.....，别辜负大家的期待，股价弄到百元去。

感谢您的鼓励！我们有信心、有能力做好品质、做大品类、做强品牌，不辜负资本市场的期望。

21、请介绍一下公司 2020 年货币资金情况。

感谢您对天佑德青稞酒的关注！公司 2020 年报列示，公司合并报表层面货币资金为 2.45 亿元，较上年同期有所下降，货币资金占总资产的比例较上年同期下降 4.51 个百分点。

22、董事长是地质系的，布局葡萄酒应该也是青稞酒全球化的考量。

从发达国家酒类市场看，未来葡萄酒和蒸馏酒会平分秋色

23、董事长，好！公司能否也像酒鬼酒推出内参一样，推出一款高端酒，品质高，价高控量，也能提升公司形象。

天佑德青稞酒的品牌力还是有差距，我们先要在次高端站稳脚跟。当然，我们也在青海推“零号酒样”超高端，主要是满足特殊场景的需求。谢谢。

24、请问公司有做大做强青稞酒威士忌的安排吗？这么独一无二，稀缺的高原品类，可以通过全球市场再来带动国内其他省份销售。

您好！感谢您的提问！我们有计划在做青稞威士忌的尝试推广。

25、建议你们开个抖音公众号，时不时发些短视频新闻啊娱乐的内容或者青藏高原风光啊等，增加与酒民股民亲密度。

您好！感谢您的提问！我们现在开通了天佑德抖音、快手等视频号，欢迎您关注和转发。

26、“董事长，好！公司是 1952 年在青海的天佑德等四家当地酒坊的基础上成立的，有 600 多年的历史，公司的证券名可否变更为天佑德呢？这样也能让 A 股的股民知道青稞酒的代表是天佑德，也能提升公司产品的品牌价值！”

感谢您的建议，我们有这样的计划，结合生产经营状况和相关规则推进。

27、我在杭州经商快四十年青海人，专喝青稞酒，现在周边好些不是朋友在我的带动

下都喝青稞酒，我认为浙江不是不认可青稞酒，而是推荐和宣传的力度还不够。

感谢您初心不改，而且带领朋友们一起推广家乡的青稞酒。杭州有不少青海人，可以一起推广。欢迎常回来看看。

28、股价会回补缺口吗？

您好，公司本年度专注青稞白酒板块，聚焦青甘，做好主业积极回报投资者。谢谢！

29、强烈建议，贵公司把名字改为天佑德。

您好！感谢您的提问！我们有计划推进把企业名称、品牌名称、产品名称、股票名称进行统一。

30、青稞酒有得天独厚的稀缺性，这几年业绩缺没怎么增长，甚至去年出现亏损，希望未来公司业绩能够稳步增长。

您好！感谢您的提问！我们紧紧围绕核心业务目标，以“白酒+青稞酒、销量+数据、时间+空间、风味+健康、文化+活力”为战略导向，加快流程再造步伐，持续提升企业管理水平，争取在“十四五”把青稞酒建成具有显著差异化竞争优势的中国特色白酒企业。

31、青稞老酒虽然好，就是线下买不到；虽然便宜又不贵，川内难见问李银会！

感谢您喜欢青稞酒，我们结合公司原酒的库存和优化，下一步会提出物有所值的”真年份“老酒。

32、公司酒是好酒就是知道的人太少了。

您说的对，和”老八大名酒“比，我们的知名度差距很大，还要不断努力。

33、请问贵司不与类似抖音等平台合作推广贵司的产品么？

您好！感谢您的提问！我们同“字节跳动”公司在有计划的合作和推广。

34、董事长你好请问贵公司有打算打造旗下明星品牌如茅台的飞天系列？

感谢您对天佑德青稞酒认同，作为地方名酒，我们第一步要打造次高端核心产品“国之德”。

35、我是最近才关注青青稞酒的。听说以前有买股票送酒品尝。不知接下来有没有启动好的促销活动？

您好，公司的销售策略是要围绕核心消费者进行，公司例年组织的品鉴活动需要通过董事会的审议，可以一直关注。谢谢！

36、为何一直不开拓外省市的核心卖场销售呢？

您好！感谢您的提问！目前我们仍然聚焦青海根据地市场建设，以青海和周边市场拓展为主，省外市场的拓展需要个时间和过程。

37、中酒网运营情况如何？

您好！感谢您的提问！报告期内，中酒网借助酱香酒风口，通过与茅台酱酒公司、赖茅、王茅、仁酒等品牌进行深度合作，并推行品牌专卖店策略，聚焦酱香酒核心品牌，提高产品销售毛利。天佑德逐步建立了线上和线下产品的区隔，避免价格冲突，同时发力直播，与头部主播如罗永浩合作，同时建立了一支自有的主播队伍。

38、公司海拔系列，如 2800，3200 等个人认为这些包装过于另类，不大气，地域文化个性太强，内地人不喜欢。像出口系列的包装就很好；小黑系列能不能多一点其他颜色，红、绿、蓝等。

您好！感谢您的提问！我们后期在产品开发设计上会充分考虑消费者的建设性意见。

39、宏观经济的波动对公司有何影响？

您好，随着我国城乡居民收入和消费能力的增加，国内消费需求呈稳定增长趋势。但白酒业的景气度一定程度上受国家宏观经济的周期波动影响。若未来宏观经济出现不利波动，将可能导致酒类饮品消费需求萎缩，白酒行业市场竞争继续加剧。此外，2012 年以来，随着中央“八项规定”、“六项禁令”等严格限制“三公消费”政策的出台，高端和超高端白酒的政务消费市场大幅萎缩。目前白酒消费呈现多元化发展，消费回归理性，个人消费成为主流。同时，国内白酒企业缺乏严密的行业协调，有可能出现产品价格竞争的局面。除此之外，由于我国白酒市场空间巨大，许多境外白酒进入中国市场，凭借先进技术、营销手段、统一产品质量等抢占国内市场，对国内同行造成一定的竞争压力。谢谢！

40、公司近期业绩表现如何？

您好！您可以通过我们 4 月 27 号发布的第一季度报告进行了解。

41、2021 年一季度业绩增长的主要因素是什么？

您好，公司营业收入增长主要原因系随着国内“新冠”疫情的有效控制，国内经济持续复苏，白酒行业趋势向好，公司整体业务得到逐步恢复；公司持续聚焦白酒板块，核心区域业务得到了修复。同时，以“大国品牌”IP 的应用为切入点，把广宣内容化；传播上倾向新媒体，关注用户到达率；有效提高广宣投放的效率和精准率。2021 年 1-3 月销售、管理费用较上年同期有所减少。同时，明确了国之德系列、第三代出口型系列、星级系列产品为公司主推产品，调整核心产品价格体系，优化产品结构，整体业绩实现扭亏为盈。谢谢！

42、公司一直在研发上有较大投入，主要用途是什么？

您好，2020 年，公司主要开展了以下研究工作：1) 标准创新工作，《青稞香型》团体标准于 2020 年 1 月 16 日由中国酒业协会正式发布实施。2) 青稞酒品质提升研究工作，2020 年度完成了天酿工艺原酒小盘勾试验，同时确定出大盘勾方案。盘勾工艺的研究为 2021 年实施“年份酒”开发打好了基础。此外，首次完成了青稞威士忌感官评语的制定和

风味轮的制作。3) 技术工艺研究工作。4) 基础研究工作。

43、苏宁房地产布局医美，朗姿纺织业布局医美，请问董事长什么时候也布局医美？

谢谢，我们还是要聚焦，把自己的事情做好。

44、鲁总您好，公司葡萄酒业务有何新的发展呢？

您好！感谢您的提问！受到中美关系的影响，公司葡萄酒业务也同步受到了一些影响，现在我们也在进行同步调整，我们仍然坚持对葡萄酒业务的深度培育，和我们的青稞高端白酒渠道进行整合协同推广。

45、请问贵公司各地区销售如何？

感谢您对天佑德青稞酒的关注！公司2020年报列示，青海省内销售占总销售的65.13%，销售额为4.97亿元；青海省外销售占总销售额的31.87%，销售额为2.43亿元；其他业务占总销售额的1.98%，销售额为0.15亿元；国外销售占总销售额的1.02%，销售额为0.08亿元。

46、还有个问题，近期有公司有接待投资者调研吗

您好，公司会定期或者不定期与投资者进行沟通，如有意向可以拨打我们的投资者电话0972-8322971。谢谢！

47、李董您好，看过您的背景介绍，认为您是一位实在的理工男，但是酒这一类的快消品，对营销要求挺高，个人在化妆品行业工作了多年，对于这一点感触颇深。看到公司在2018年总经理换作了酒业营销背景的鲁总，这是一个积极的信号，但上网搜了一下，未看到公司有推出相应的软文与营销短片，感觉公司在营销策划方面还需要加强。公司在”德“系列品牌外，有否计划重点打造独立于“天佑德”外的新品牌？

感谢您的关注，我们在内容打造和传播方面一直在推进，我可以加您的微信发给您一些。我们结合天佑德青稞酒的酿造环境和工艺，正在打造”天“文化，”此酒只有天上有，人间难得几回闻“，请您和朋友们继续关注和指正。

48、请问董事长，公司未来在提升经营管理水平方面有哪些动作？

感谢您的关注，1，通过天佑德大学持续不断提高学习氛围，提升员工的综合能力，践行”思想改制，心态归零“；2，通过”进车间，下市场“，提高全员对产品和消费者的认知；3，管理流程的优化，提升执行力和效率；4，绩效考核的优化提升员工的积极性；5，不断提升信息化水平，保持准确、及时、高效。我们要更多学习行业内的优秀企业，管理无止境。

49、请问公司股票定增价格？

您好，公司非公开发行项目正常推进中。公司本次非公开发行股票的定价基准日为发行

期首日。发行价格不低于定价基准日前二十个交易日股票交易均价的 80%。定价基准日前二十个交易日股票交易均价=定价基准日前二十个交易日股票交易总额÷定价基准日前二十个交易日股票交易总量。谢谢！

50、第二是高端白酒研发和市场咱们是怎么定位的？

您好，从去年开始已经确定了以国之德 G6 为核心大单品的中高价位产品布局，目前售价为 568 元/瓶，未来我们将持续不断围绕战略方向持续为国之德 G6 赋能。

51、请问赵总，公司定增进展如何？

您好，目前在向意向投资者路演阶段，正在推进中。谢谢！

52、第三个问题是未来三年到五年的营收目标。

您好，我们进一步巩固公司在青稞酒行业的领袖企业地位。未来五年成为中国西部地区最具影响力的白酒生产企业，成为上市酒企中最具特色和差异化优势的白酒企业。坚持以青稞白酒为核心业务，支撑企业长远发展与业绩增长。同时积极创新青稞酒新品类，培育葡萄酒消费市场，积极应对消费者选择多样性和消费升级的大趋势。坚守青稞酒信仰，打造白酒新品类。将天佑德青稞酒品牌打造成为青藏文化的代表；紧紧围绕青稞与青稞酒的稀缺性和健康属性，将天佑德青稞酒打造成为中国白酒的独特品类。坚持以消费者为核心。坚持以“营”为核心，以信息化、数字化为手段，以线上、线下融合为目标，不断创新消费者数字化运营。坚持新零售模式创新，持续做强电商平台。新零售和电商，是公司未来五年终端运作模式升级、消费者大数据分析 and 数字化运营的主要支撑，是为营销赋能的核心平台，是销售业务的新增长点。坚持“传统的更传统，现代的更现代”，未来五年将天佑德打造成为青稞酒传统酿造技艺的代表，全面实施天酿工艺；持续创新突破，积极开展新工艺探索。坚持“人才突破、技术集成、工艺唯一、开创品类、健康标杆、标准致胜”的技术发展战略。谢谢！

53、公司上市这么多年，为何在各大商超都没见过公司的主打品牌酒销售？还是因为公司不注重这个市场？

您好！谢谢您的提问！目前我们主要以青海甘肃市场为主进行市场运营，在青海甘肃核心卖场都有我们的产品销售。

54、鲁总您好！我有三个问题请教，第一是我看了咱们的定增计划，主要是用于拓展线下渠道，如今很多酒企都是在打通线上，请问贵司是基于什么考虑？

您好，目前白酒行业线上销售平均在 5%左右，其主要销售业绩还是通过传统渠道来完成。其次，传统模式中竞争的态势已经向核心消费者培育转移，因此我公司定增项目中渠道建设都是基于以核心消费者培育为支撑点的品牌体验店建设。

55、您好。说个想法：贵公司能不能像新能源车？例如蔚来、小鹏，他们那种销售方法不要拘泥传统的经销商？走进那种商场：万达或者更多的我不知道青岛的某些商场？能这么做吗？

感谢您的建议，营销越来越趋向于”兴趣营销“，我们一直在探讨”青藏情结“链接起来那些对青藏文化历史有兴趣的人群，把天佑德青稞酒打造成”行走的青藏“。欢迎多交流。

56、公司上市这么多年，为何在各大商超都没见过公司的主打品牌酒销售？

您好！感谢您的提问！目前我们主要以青海甘肃市场为主进行市场运营，在青海甘肃核心卖场都有我们的产品销售

57、请问公司如何看待全国性品牌和区域性品牌？

您好！感谢您的提问！我们先把自己打造成为有竞争力的区域龙头白酒企业，做好品质、做大青稞酒品类、做强天佑德品牌，未来有机会让天佑德成为全国有影响的白酒品牌。

58、请问 2021 年公司经营计划如何？

您好，感谢您的提问！2021 经营年度，公司拟全面贯彻“营重于销、市场聚焦、强化激励、深化管理”经营方针，以“思想突破、激励突破、营销突破、绩效突破、质量突破、文化突破”为抓手，以青稞产业振兴为契机，全力推进本地根据地市场建设，持续构建核心零售、餐饮及团购三盘联动的销售渠道及新零售多渠道运行模式；逐步打造青稞酒技术体系，同时引进卓越绩效管理评价模式，优化产业链管控，并深化开展企业文化落地、信息化建设、制度流程管理、任职资格体系完善、员工积分制管理等，在降本增效、开源节流的基础上持续提升企业内部实力。

59、您好领导，请介绍一下白酒业去年整体经营情况？

您好！感谢您的提问！建议您可以通过各白酒上市公司 2020 年报来了解白酒业整体经营情况。

60、二季度业绩如何？

感谢您对天佑德青稞酒的关注！公司按业务规划正常开展产供销等各项工作，具体销售情况请您关注我公司按监管要求对外发布的各类公告信息，谢谢！

61、目前公司有没有走出困境？

感谢您的关心，这也是成长的烦恼吧，只要在江湖，就要随时准备应对困难。我们的目标是“健康持续”，把基础做牢，主动预见困难。

62、目前公司的销售业绩如何？今年有没有信心让公司业绩上个台阶？

感谢您对天佑德青稞酒的关注！公司一季度销售与利润实现情况较上年同期有明显增长，与各历史同期相比处于有效增长，公司长期以来一直以持续取得销售和业绩增长为目标，公

司按业务规划持续开展产供销等各项工作，具体销售情况请您关注我公司按监管要求对外发布的各类公告信息，谢谢！

63、乱价只会投机取巧的赚一时利润，我想一辈子卖天佑德青稞酒，已买了两门面。

完全同意您对商业本质的理解，健康的市场秩序是根本。我们一起把天佑德青稞酒做好，欢迎多沟通。

64、请问贵公司认为白酒行业未来的发展趋势如何？

感谢您的提问，这个题目有点大。我坚定不移的相信，社交是人类社会发展中不断增长的需求，白酒是中国人交往的重要媒介，一定有长久的需求。未来白酒是从有酒喝，到喝好酒，再到喝老酒，喝自己专属的个性化的白酒。

65、请问贵司销售与宣传今年第三季度与第四季度如何开展？

您好，围绕既定的国之德、出口型、星级系列产品做销售，同时在宣传方面围绕“大国品牌-天佑德”品牌 IP，持续为天佑德品牌赋能。推广活动层面，以环湖赛、诗歌节、青稞酒文化节等推广活动助推产品销量和品牌形象提升。

66、请问贵司销售与宣传后期如何开展？

您好，围绕既定的国之德、出口型、星级系列产品做销售，同时在宣传方面围绕“大国品牌-天佑德”品牌 IP，持续为天佑德品牌赋能。推广活动层面，以环湖赛、诗歌节、青稞酒文化节等推广活动助推产品销量和品牌形象提升。

67、您好，请问贵公司何时能够完成定增？

您好，公司非公开发行项目已领取证监会批文，目前正在进行发行准备工作。感谢您的关注与支持。

68、董秘，您好！公司在营销模式上有什么创新？

您好，营销模式创新：围绕核心消费者做消费培育，围绕消费培育做团购模式，围绕团购模式做配额制，围绕配额制执行价格保证金制度。谢谢！

69、请问贵司近期有无对标学习计划？

首先感谢您的关心，我们多年坚持以”劲酒“为标杆，全面提高员工素质，提升经营管理水平。

70、请问贵公司四五月份销量如何，对于今年的业务有没有一个明确的目标。

感谢您的提问！二季度是酒类销售的市场淡季，公司按业务规划持续开展产供销等各项工作，具体销售情况请您关注我公司按监管要求对外发布的各类公告信息。

71、什么时候广东地区也能经常看到青稞白酒？

您好！感谢您的提问！我们在广东的深圳、东莞、广州等市场已经设置了经销商，有小

黑、金宝、海拔等系列产品销售。

72、请问一下二季度的销售情况怎样，能不能有大的市场份额提升？

感谢您对天佑德青稞酒的关注！二季度是酒类销售的市场淡季，公司按业务规划持续开展产供销等各项工作，具体销售情况请您关注我公司按监管要求对外发布的各类公告信息，谢谢！

73、控股股东一直在减持公司股份，是什么情况？

您好，控股股东基于自身经营和资金需求做适当减持，不会影响控股股东的控股地位。

74、@李银会董事长：不更改证券名称，公司有什么考虑？

感谢您的思考，确实是我们的一个硬伤。我们有计划结合产品调整和相关规定，选择合适时机变更。

75、您好，请问公司计划如何推进青海省外市场的拓展？

您好，首先在青海甘肃根据地市场做深做透，其次是立足西北，第三是全国市场布局。目前公司正在推进青甘根据地市场及西北市场战略布局，在全国局部市场也有一部分销量，目前正处于市场培育期。

76、您好。进入夏季了可能是白酒的淡季吗？请问贵公司如何应对？还是展望冬季？

您好，这是一个好问题，感谢您的关注。4、5月是我们的白酒淡季，社交活动比较少。我们主要通过”天佑德一日、两日游“，促进更多消费者进入工厂体验推广。6、7、8是青藏高原旅游旺季，我们通过旅游景点推广。10月开始就进入青藏高原的冬季，我们策略是营销并举。

77、您好公司是否有布局酱酒的计划？

您好，公司没有布局酱酒的计划，谢谢！

78、为何在南方地区没有大力推广天佑德青稞酒？

感谢您的关注，我们根据自己客户的资源情况有选择的在长三角、珠三角推广，比如深圳周边，无锡市等。总体量力而行，保持长期培育。

79、您好，董秘，想问下公司在产品开发上有什么举措？

您好，产品开发方面，我们在产品营销层面考虑如何让产品线进一步清晰起来，这是我们的战略方向，故在去年制定的国之德、出口型系列、星级系列（天佑德红四星、天佑德红五星）基础上不会有大的调整，只在局部战术产品层面会稍有变动。谢谢！

80、你好我想知道贵集团最近销量业务保持良好吗？

您好！感谢您的提问！我们2021年度第一季报已经发布，近期销售业务基本情况您可以通过季报进行了解。

81、您好，请问贵公司线上销售情况如何？

您好，2020年公司自有品牌线上销售占整体自有品牌的比例为3.54%，谢谢！

82、我盯天佑德酒快一年了，价格一直没控制好，我是外行，与您省经理也沟通三次，但一直不敢大干，您以前也收购过医药，医药独家专利网价没有一家乱过！

您好，谢谢您的提问。渠道管控的核心是稳定渠道价格，保证中间各个环节有利润，今年我公司在渠道管理层面主要方向是强力恢复市场秩序，其中包含跨区域窜货、终端售价、电商乱价等行为管控作为渠道管控的核心工作来抓。

83、关键电商价格控制好，谢谢。

您好，渠道管控的核心是稳定渠道价格，保证中间各个环节有利润，今年我公司在渠道管理层面主要方向是强力恢复市场秩序，其中包含跨区域窜货、终端售价、电商乱价等行为管控作为渠道管控的核心工作来抓。

84、请问李银会董事长！这么有特色的天佑德青稞酒，如何保护好价格体系不乱！让实体经济搞好了，空白市场都是你的潜力大黑牛！

谢谢您的理解，健康持续发展的核心就是市场秩序，价格体系控制好，保证合作伙伴的利益是我们一直在努力的。

85、李董好、鲁总好，给公司提两点建议：1）尽管“德”系列品牌有其历史与文化，但也有其局限，不能充分地发挥青藏高原地理与文化的差异化优势。青藏高原是让城市人觉得很放松的地方，如果酒的品牌定位、宣传策划能包含进青藏高原辽阔、放松等地理与文化元素，会打动更多消费者，因而建议公司评估打造一个新的品牌。如果能注册，“青青稞酒”作为品牌就适合这个定位，这个名字自带诗意。2）建议公司剥离葡萄酒，聚集做好青稞酒。

谢谢您的建议：1，我们结合天佑德青稞酒的环境和天酿工艺、青藏高原的虔诚人文，正在努力打造”天“文化；2，马克斯威葡萄酒是代表未来，同时也建立了和世界酒行业的良好关系。我们正在努力扭转业绩，至少不能成为负担。

86、贵公司日前提出要聚焦白酒，请问对公司内非白酒业务有剥离计划吗？

您好！谢谢您的提问！我们战略上坚持以青稞白酒为核心业务，支撑企业长远发展与业绩增长。同时积极创新青稞酒新品类，培育葡萄酒消费市场，积极应对消费者选择多样性和消费升级的大趋势。

87、请问公司和劲酒的关系怎样，有无收购意向？

我们是良好的合作伙伴关系

88、我想知道公司是否会和其他企业进行深度合作开发新品，比如劲酒。

您好！感谢您的提问！我们在 2016 年就开始和劲牌公司、奇正集团合作运作了健康青稞酒项目-纳曲青稞酒。