

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：2021-005

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 checked="" 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	中信证券股份有限公司艾复君，四川璞信产融投资有限责任公司叶帆、王宁、熊静，众石财富（北京）投资基金管理有限公司瞿增荣。
时间	2021年5月25日
地点	青海互助青稞酒股份有限公司七楼会议室
上市公司接待人员姓名	董事长李银会，董事、总经理鲁水龙，董事、董事会秘书赵洁，营销中心副总经理、市场部总经理陈明峰，总工程师喇录忠。
投资者关系活动主要内容介绍	1、参观公司厂区； 2、董事、总经理鲁水龙介绍公司发展历程、所处行业状况、主营业务、战略落地措施； 3、投资者与公司高管交流。
附件清单（如有）	青青稞酒投资者调研活动会议纪要
日期	2021年5月25日

附件：青青稞酒投资者调研活动会议纪要

1、目前公司的营销战略如何？广告投放方面有哪些动作？

公司本年度广告投放主要集中在央视大国品牌 IP，目前主要的工作侧重点在脚本策划及广告拍摄，是记录片形式的，后期会在央视投放。公司是第一家入驻大国品牌的白酒企业，会提高公司产品的高度。传统跟进的 IP，如环湖赛，今年还是由我公司冠名，这项赛事已跟进 20 年，也会持续跟进。同时也会在线上媒体加大内容传播。传统媒体的效率越来越低，

目前主要从传统媒体广告模式向新媒体转变。以品销一体化的形式，在销售推广的同时传播品牌，如电商的植入等。目前，青甘两省是我们的重点市场，在青海要聚焦解决消费者认知。同时会在甘肃市场有针对性的做品牌传播的前置性投放。

2、如何平衡控制销售费用和广告投放的平衡？

公司控制费用是相对的理解，在传统广告会控制；在新媒体和央视以及环湖赛是没有缩减的。在品牌投放方面的选择是有所侧重的，过去是广播电视媒体，现在要往互联网新媒体转变。一个品牌的成长，是需要时间的，短期的投放没有办法加快品牌的成长，急功近利会有很大的问题。二是现在信息的来源非常多，公司需要找到适合公司的消费者。三是针对消费者方面，做一些投放是合理的，品牌力不足用产品力弥补，产品力不足用服务能力弥补。

3、公司主要产品的经销商的利润空间？

青海、甘肃市场主要采取全控价深度分销模式，这种模式下，经销商主要完成配送及结算，营销主要是公司团队在做，这部分经销商利润稍薄；还有一类是团购模式的经销商，这种要依赖经销商自身的能力和市場，这块的回报大一些；还有一块是省外市場，类似团购+分销，这部分经销商需要有市場运作的功能，这时候经销商分配要高一些。

4、公司在陕西的营收？其他地区的开发计划？

陕西 2019、2020 年度的营收在千万级别。目前省外重点在山西运城地区，以其为中心布局；河南市場，以南阳和郑州市場为重点布局；深圳市場也在布局试点。

5、公司作为区域性酒企投放央视的投放效率？

我们的投放不属于硬广投放，公司购买了比较有质量的 IP。咱们品牌在西北品牌高度不够，央视平台的公信力和高度能够带动天佑德品牌向更高的定位去进攻。公司在央视大国品牌的广告，将于 7 月份播出。广告投入可以用销量来覆盖，是有针对性的。

6、中酒网现在的运营情况，介绍一下中酒网的酱酒业务？

中酒网从目前看，基本就是已经实现了盈利，但是盈利不大。目前在寻求一定的突破，会把线上业务作为将来选择的突破口，随着业务的恢复，会在中酒网投放更多的精力。周边酒企放弃了自营电商，但我们会持续做好，希望后期有好的突破。

7、青稞酒是否有年份酒、老酒概念？葡萄酒业务的规划？大股东减持的情况？

年份酒肯定是跟酒厂的储酒能力有关，我们一直以来不主张，不推广年份酒。但是后期随着原酒储量的增加，会给消费者提供真实的、经得起检验的年份酒。不过公司一定会先把原酒做好做实，才会逐步去做年份酒。

葡萄酒方面，中美贸易、国际形势发生的变化对这块业务有些影响。我们从提高消费者满意度，提升盈利空间做起。葡萄酒目前从提供对外加工方面去开展一些工作，在美国纳帕，

加大了对外加工的业务。2019 年开始，美国公司利用酒庄的优势做活动，对外加工的能力迅速提升。目前，酒庄的活动已经得到当地政府的允许。公司葡萄酒已经进入 44 个州，进入 34 个国家，对渠道有一些帮助。

控股股东减持是基于自身经营和资金需求做适当减持，控股股东旗下的公司在发展旅游业，青稞酒是红花，旅游项目是绿叶。坚持酒旅融合，未来将互助打造成爱酒人士的旅游目的地之一。

8、国之德的每年的产量？国 6 和国 3 的出厂价？

国之德 G6 计划投放量 55 吨，国 3 是国 6 的低配版本，主要针对满足当地的需求。根据经销商的履约情况实现利润，我们采取的是返利模式。会设置对经销商的考核指标，比如价值、客户培育等，跟收益挂钩。总体要保持供小于求的状态。国之德 G6 全部走团购渠道加直营店的模式，主要投放市场是青海、甘肃，省外配额较少。