

证券代码：000799

证券简称：酒鬼酒

酒鬼酒股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2024-5-27

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）
活动参与人员	线上参与酒鬼酒 2023 年度网上业绩说明会的全体投资者
上市公司接待人员姓名	副董事长、总经理 郑轶； 独立董事 张晓涛； 副总经理 王哲； 董事会秘书 汤振羽； 财务总监 赵春雷； 证券事务代表 宋家麒
时间	2024 年 5 月 24 日 15: 30 至 16:30
形式	线上会议
交流内容及具体问答记录	<p>1. 公司省内市场目前覆盖率怎么样？一线销售同事是否有大规模招聘？在覆盖陈列上是否会有向友商借鉴？</p> <p>您好！我们在渠道覆盖上积极地向同行学习，不断提升省内覆盖率，力争达到湖南县级市场 100%覆盖。目前销售团队保持稳定，主要从提升销售人员的积极性、强化销售人员的执行力入手，改善业绩，暂时没有大规模招聘的打算。</p> <p>2. （1）2023 年，公司的业绩同比大幅下降，公司有没有采取措施，稳定消费市场？动销方面，有何激励举措？（2）公司年报披露，公司目前产能 12000 吨左右，生产三区一期工程 2024 年可以投产，生产三区二期工程在建，上述项目投产后将新增 10800 吨产能。目前公司的产销均下降，库存较大，上马新产能是否有必要？</p> <p>您好！（1）公司在稳定市场、促进动销方面采取了一系列措施，战略上实施市场聚焦、产品聚焦、资源聚焦，重点深耕湖南大本营市场和省外样板市场，聚焦红坛酒鬼和 52 度内参酒，公司举措主要有：一是优化产品结构，以大区为单位建立“1+3+1”的产品体系，对区域个性化产品有针对性的确定产品政策，最大化抓市场机会；二是聚焦渠道建设，通过妙境之旅、扫码动销、宴席、餐饮店建设、品牌氛围营造等专项资源打造湖南大本营市场和省外样板城市，建设“粮仓”和基地市场；三是强化消费者扫码和宴席活动的资源投入，并以此为切入点联动终端建</p>

设，推动 BC 联动模式落地；四是针对重点客户配置重点产品和资源，帮助客户突破市场；五是积极创新和开拓新兴业务和渠道，在已有传统渠道的基础上，创新业务渠道，积极开拓新的业务增长点。通过开展封坛定制、大型企业团购、省内全渠道立体化运营、新零售渠道、国际市场业务等，拓展新的业务增量。

(2) 公司产能建设是基于公司长远发展考虑，公司产品所使用基酒都是储存多年的基酒，新产能投产后所产基酒需要存放多年，因此，从长远发展来看，产能建设是必要的，也是长期发展必须的。

3. 公司年报称，内参品牌依托甲辰版，坚定打造 52 度内参为全国唯一核心单品。2023 年，公司内参销量降幅较大，在公司的比重中也有所下降，请问未来公司如何保障内参的销售在公司的比重？以此确立其唯一核心单品的地位？

您好！坚持打造大单品，稳定内参甲辰版价格，就是为了提升内参的产品价值，这是保持内参销售占比的核心措施之一，只有产品价值稳定了，才能保证客户利润，才能提升内参销售量。内参销售公司通过甲辰版的价格维护、消费者培育、终端动销促进及内参品牌提升等措施，不断做大内参销售额，提升内参在酒鬼酒的整体占比。

4. 公司去年以及今年一季度业绩大滑坡，公司给出理由是行业调整期、竞争太大，白酒产品价格承压，渠道信心处于修复阶段。公司去年的稳价措施有什么效果吗？内参实现顺价了吗？

您好！2023 年下半年至今，内参的价格稳定且有所回升，流通市场价格每瓶上升 30 元左右，目前内参甲辰版已经实现顺价销售，老版内参价格也在稳定回升。公司稳价措施在主销产品红坛 18 上也有较好的效果，目前红坛 18 价格稳定在 320 元以上。公司正在积极地努力，提升其他产品的价格，不断强化价格管理，打击低价倾销、窜货等破坏市场的行为。

5. 公司提出“一季度合作伙伴适应新模式仍需时间，客户回款谨慎，导致公司本季度销售收入依然承压。”请问这里的“新模式”是指公司渠道费用改革为核心的营销转型吗？公司貌似启动营销转型工作已经一年多了，经销商是否仍然接受度比较低？

您好！目前的改革主要是费用改革，通过费用改革调动终端销售的积极性，促进消费者主动购买，经过一年多的改革推进，绝大多数经销商已经接受了目前的运营方式，我们正在不断努力让核心终端接受酒鬼酒费用模式，

目前效果已经非常明显，消费者动销 2024 年比 2023 年已经有了大幅度提升。

6. 2023 年，酒鬼酒全线产品均出现收入下滑。其中，内参系列销售收入同比下滑高达 38.21%，请问，公司对于产品有什么规划？

您好！公司坚定不移地做大单品，红坛是酒鬼酒系列大单品，内参（甲辰）是公司内参酒系列唯一大单品，2023 年内参酒下滑也是过去几年高速发展遇到瓶颈的正常调整，公司战略不会改变。

7. 内参目前已经企稳了吗，批价与动销情况如何？

您好！目前内参甲辰版价格稳定在 930 元以上，动销状况良好，客户积极性回升，公司对内参未来的发展充满信心，坚定做强做大内参的基本方针不动摇。

8. 公司今年在内参和酒鬼经销商数量上有什么变化、规划。

您好！目前内参、酒鬼经销商数量总体稳定，未来酒鬼酒和内参酒做优做强经销体系，在全国范围内培育更多的优秀经销商，支持、服务、做大更多的忠诚于酒鬼酒、内参酒的经销商，实现经销商队伍高质量发展。

9. 今年在营销和渠道管理上有什么新的动态？

您好。在营销上，全面导入信息化手段，提升终端管理、客户管理、精准消费者研究。在品牌投入上，提高精准度，聚焦湖南大本营市场和省外样板市场，在团队管理上，强化执行力，强化工作的落地性，强化业务团队执行，以提升客户利润为导向，全面推进营销费用改革。在渠道管理上，更精准、更细，保证渠道价格和产品流向能按公司的基本要求落实到位，投入更多的、更灵活的费用，提升核心终端的销售积极性，不仅关注动销，还要更好地平衡好渠道经销商和核心终端的利润水平，提升整个销售链条的积极性。

10. 公司内参系列是怎样规划的？对于这个高端定位产品，目前状态是否满意？

您好！公司内参系列将做大做强唯一大单品 52 度甲辰版内参，内参甲辰版目前价格稳定，客户利润空间充足，动销不断提速，公司会持续加大甲辰版内参的推广和消费者培育，提升市场动销，提升客户满意度。

11. 未来公司是继续深耕湖南市场还是全国化布局齐头并进？

您好！公司 2024 年将坚定实施聚焦战略，精耕湖南大本营市场和省外样板市场，省内外同步聚焦，把品牌投入集中投放到湖南市场和省外样板市场，公司坚定不移地布局全国，做强做大酒鬼酒。

12. 2024 年各中央企业要推动“一企一策”考核全面实施，全面推开上市公司市值管理考核，公司对于此项政策有何打算？如何做好市值管理？

您好！公司将按照国资委关于央企考核的有关要求实行，上市公司市值管理是基于市值信号，综合运用多种科学合规的价值经营方式和手段实现上市公司市值的持续增长。上市公司市值取决于公司业绩和资本市场估值，公司将努力提升公司经营业绩，努力实现业绩的持续改善，同时做好投资者关系管理，通过多种渠道全方位传递公司价值，从而促进价值的稳步实现。

13. 2022 年 9 月 26 日，公司披露管理层增持公司股份的公告，管理层基于对公司未来发展前景的信心以及对公司长期价值的认可，计划增持本公司股票，截至目前已经实施完成。根据公告显示，管理层增持股份的成本为 120 元左右，截至目前，股价已经跌破到 60 以下，请问管理层当时是如何基于对公司未来发展前景的信心以及对公司长期价值的认可做出的增持计划？

您好！公司管理层增持公司股份是基于对公司长远发展的坚定信念和信心而作出的决策，虽然目前股价有回调，但管理层对未来依然充满信心，也在努力经营改善业绩。只要公司业绩不断持续改善和提升，股价的增长水到渠成。

14. 公司此前表示今年要重点打造湖南大本营市场，请问具体有何措施，目前成效如何？

您好！公司正在精耕核心终端，强化大本营市场品牌投入，提升县级市场覆盖率，强化宴席投入，提升终端动销率，不断加大消费者培育投入，把湖南的每一个核心烟酒店打造成品牌宣传、消费者培育、消费者拉动的综合平台。目前效果已经比较明显，终端动销率、开瓶率、宴席使用率均大幅度提升。我们会持续加大大本营市场投入，不断地提升湖南市场销售规模，提升酒鬼酒、内参酒的品牌美誉度。

15. 现在内参和酒鬼系列是否仍然存在价格倒挂的现象？公司会采取哪些举措稳价？

您好。2023 年以来，由于整体市场承压，内参和酒鬼部分产品有价格倒挂现象。2023 年下半年以来，公司

	<p>通过强化消费者培育、打击市场低价倾销及市场窜货行为，同时通过导入信息化手段，促进动销，管理价格，保证价格稳定上升。2024 年以来，红坛价格稳定上升，通过内参甲辰版的市场导入，采取新的促销方式，内参的价格也得到了稳定提升。</p> <p>16. 公司红坛酒鬼酒的目前动销、库存情况如何？未来公司将如何重点打造红坛大单品？</p> <p>您好！公司目前红坛酒鬼酒价格稳定，动销不断提速。未来公司会从品牌投入、消费者培育、终端激励、客户激励、市场管控、稳定价格等各方面重点打造红坛大单品。</p> <p>17. 去年以来，公司一直强调将去库存、促动销作为工作重点，请问公司针对去库存方面有何具体动作，当前公司库存情况如何？</p> <p>您好！公司从拉动销、强化宴席投入、激励终端销售、激励经销商团购投入、强化企业团购、精准投入消费者费用等各方面促进库存的消化。目前库存状况逐步转向良性，库存大幅度下降，客户满意度提升，整个市场对酒鬼酒的信心在逐步恢复。</p> <p>18. 公司内参、酒鬼、湘泉三大产品系列目前发展情况如何？公司年内对各核心产品有何目标？</p> <p>您好。目前内参甲辰版是公司内参酒系列唯一大单品，酒鬼红坛是酒鬼系列的唯一大单品，现阶段内参和酒鬼在持续稳定地发展，湘泉因产能受限，在核心区域稳步推进，公司坚定不移地做强做大内参大单品和红坛大单品。</p>
关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明	无
活动过程中所使用的演示文稿、提供的文档等附件（如有，可作为附件）	无