

舍得酒业股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2025-001

投资者关系 活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 媒体来访	<input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input checked="" type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 其他（视频+网络会议）
参与单位名称及 人员姓名	国盛证券、华夏基金、广发基金、大成基金、华泰资产、睿远基金、国寿安保基金、农银汇理基金、阳光资产、太平资产、财通资管、汇丰晋信基金、创金合信基金、信达澳亚基金、安联基金、百年保险资管、中航基金、汇安基金、天治基金、格林基金、九泰基金、北信瑞丰基金、同犇投资、国华兴益保险等证券分析师、机构投资者共计 29 人。	
时间	2025 年 1 月 24 日下午 15:30-16:30	
地点	公司会议室+线上会议	
上市公司接待 人员姓名	董事会秘书：张伟先生 董秘办主任助理：陈阳先生	
投资者关系活动 主要内容介绍	<p>1. 公司 2024 年业绩波动的主要原因？</p> <p>答：2024 年，白酒行业整体仍处于调整期，行业竞争进一步加剧，白酒产品销售承压，客户信心仍处于修复阶段，特别是次高端产品消费需求仍待恢复。公司坚持长期主义，主动实施“控量挺价”策略，积极协助经销商全力提升动销，为消化渠道库存及后续销售提供强力支撑，同时加大产品升级力度，阶段性提高品牌建设的市场投入。受上述综合因素影响，公司 2024 年经营业绩有所波动。</p> <p>2. 关于公司 2025 年的经营计划介绍？</p> <p>答：2025 年，公司将继续坚持品牌向上、渠道向下、全面向 C 的策略，</p>	

投资者关系活动 主要内容介绍	<p>聚焦重点市场、重点客户、重点渠道，加大消费者培育力度，持续通过精益创新挖掘潜力，坚定不移打造大单品的同时，重视各价位段产品的均衡布局，不断提升公司综合竞争力，进一步推动公司持续稳定发展。</p> <p>3. 在行业调整期，公司通过哪些措施来加强厂商关系？</p> <p>答：公司实施老酒“3+6+4”营销策略，通过建立多个共享仓库、降低经销商单次打款要求等方式，减少经销商资金占用，提升经销商盈利水平。同时，公司还推进三级顾问委员会的建设，规范“3+1”经销商顾问委员会运行，增强厂商协同关系。</p> <p>4. 公司 2025 年拟采取哪些方式来进一步提升品牌知名度？</p> <p>答：公司坚持品牌长期性发展的同时，以赋能营销为导向建设品牌，努力实现品效合一。公司通过舍得智慧人物、舍得老酒盛宴、舍之道礼乐汇、沱牌潮 in 美好夜等品牌 IP 活动，以及央视、各大网络平台、高铁、户外、头条、抖音等传媒手段，持续提升品牌影响力。</p> <p>5. 公司实现“开门红”战役举措？</p> <p>答：公司通过高端抓场景、流通抓地推的路径，匹配各种人财物资源，大力开展消费者培育活动，持续破圈高端客群、消费场景，拉动产品动销增长，努力实现销售、品牌双提升。</p> <p>6. 公司 2025 年在电商销售方面的具体措施？</p> <p>答：公司将持续加强互联网营销渠道建设，按照“一个增加、两个优化、四个加强”的模式持续提升运营能力。具体措施为：一个增加，持续增加分销渠道建设，让更广泛的人群通过互联网的多种平台接触和购买舍得、沱牌系列酒；两个优化，持续优化产品结构，构建互联网营销产品矩阵，推出更多具有流量的网红级大单品；持续优化运营模式，对消费者引流及效果投放进行精细化管理，提高市场声量和占有率；四个加强，加强人才队伍建设，加强站内营销及平台级合作，加强增量渠道及重点渠道运作，加强私域会员精细化运营。</p>
附件清单	无