

江苏今世缘酒业股份有限公司

投资者来访接待记录表

来访单位名称及人员姓名	招商证券、开源证券、中泰证券、浙商证券、南方基金、兴业基金、华泰资管、中泰自营等 8 家机构		
投资者类型	<input checked="" type="checkbox"/> 机构投资者	<input checked="" type="checkbox"/> 证券公司	<input type="checkbox"/> 媒体
	<input type="checkbox"/> 个人投资者	<input type="checkbox"/> 其他	
会议形式	线上会议、现场会议		
时间	2023 年 03 月 17 日-22 日	地点	线上会议、公司会议室
上市公司出席人员	董事、副总经理、董事会秘书王卫东； 证券事务代表夏东保		
<p>投资者关系活动主要内容介绍：</p> <p>问题 1：公司近期披露了 2022 年度及 2023 年 1 至 2 月主要经营数据，能否详细解读一下？</p> <p>答：今年开年以来，社会层面的交通运输、餐饮、核心景区、核心商圈等消费热度恢复至疫情前水平，场景修复良好。公司各价位带产品，尤其是国缘 V3、四开、对开和淡雅等，动销和发货节奏良好。</p> <p>区域方面，省内各大区销售完成进度符合预期，淮安和南京作为重点市场，在基数份额很高情况下，还是能保持比较好的增长，发货和回款进度较为理想；另一些薄弱市场也在恢复、在变好。</p>			

当前市场仍是良性的。从国内外市场实践来看，公司在省内百分之十几的市占率还有很大的提升空间，还远远没有触及天花板。下一步，我们会考虑从产品结构、区域结构等维度把薄弱市场提升上来。省外市场按既定目标，在聚焦板块、单品和渠道上重点发力。

从1月份和2月份的情况来看，公司顺利完成了既定目标，实现了高质量开局，为一季度及全年目标完成打下了良好的基础。

问题 2：3月初，市场有流传贵公司《关于暂停接收国缘四开配额销售订单的通知》，国缘四开暂停接收配额销售订单，实行计划外提价，有何考虑？是否未来将考虑对其全面提价？

答：通知属实，国缘四开暂停接收订单主要是公司季度性生产计划已经完成，后续将国缘四开作为首批智能化包装生产线试点产品，需要根据智能化包装要求对产品包装及生产线进行优化。目前暂无提价计划。

问题 3：四开往上的产品布局和市场规划？

答：四开及以上的高端、次高端产品的布局规划，基本都是适应消费升级趋势和市场结构变化。市场是分层的，在不同地区消费水平呈阶梯状分布，消费升级是滚动的，次高端及以上价格带对应不同地区的档次不同。另外，公司的产品升级也是逐步推进的，几年上一个台阶，不是一蹴而就，要提前布局。我们在高端市场国缘V系产品线很清晰。

问题 4：V9营销布局和江苏市场接受酱香型白酒的程度如何？

答：在今年公司整体产品层面的总体规划中，国缘V9主要是坚持高端化

战略引领，完善品系策略，坚持错位竞争，提升影响力与竞争力。V9 作为高端酒市场中推出年限不是很长的新品，目前市场策略重视圈层营销，依托关键意见领袖和消费者逐步做品牌拉动，靠产品的差异化和高性价比赢得竞争。

有一些消费者综合考虑性价比、酱香香型，如果既想喝到高品质的酱香，又比较在意性价比，就会考虑我们的国缘 V9 清雅酱香，这些群体也是我们重点发展的目标消费者群。

问题 5：当前疫情影响逐步弱化，消费复苏后，我们对省内各个价格带的竞争激烈情况判断？

答：对我们来讲没什么大的变化，我们会顺势而为，加大省内薄弱市场和处于导入期与成长期的产品的费用投入。

问题 6：自 2022 年 6 月份开始，公司分品牌事业部运作后，目前运营情况如何？

答：公司实施分品牌事业部运作，是基于中长期系统化、专业化实施多品牌战略的需要。白酒相较于一般的消费品，价格带宽泛、品类丰富、分化明显，单一品牌企业往往受产品及品类生命周期的影响明显。公司进行分事业部的改革，加强分品牌营销组织力量建设，注重统分结合，公司高层精力投入更多，促进国缘、今世缘和高沟三大品牌有序平衡发展。