

证券代码：600702

证券简称：舍得酒业

舍得酒业股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2023-005

<p>投资者关系 活动类别</p>	<p><input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input checked="" type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 媒体来访 <input type="checkbox"/> 其他（视频+网络会议）</p>
<p>参与单位名称及 人员姓名</p>	<p>中信证券、中金公司、招商证券、财通证券、华创证券、华泰证券、浙商证券、太平洋证券、东北证券、平安证券、海通证券、长江证券、华鑫证券、天风证券、德邦证券、华安证券、光大证券、中泰证券、民生证券、国金证券、东方证券、国信证券、信达证券、方正证券、安信证券、国盛证券、兴业证券、汇添富基金、嘉实基金、博时基金、招商基金、广发基金、鹏华基金、银华基金、云南卓晔基金、东证资管、财通资管、景林资产、泰康资产、人保资产、海通国际资管、工银安盛资管、广银理财、招银理财、中信建投基金、众安保险、长城基金、信达澳亚基金、前海开源基金、国海富兰克林基金、兴证全球基金、华泰柏瑞基金、中银三星、富达基金、摩根基金、格林基金、安信基金、汇安基金、华西基金、巨杉资产、韩国投信、HSBC、Atlantis Investment、Point72、UBS、Eastspring Investments、Rays Capital、Azimut Investments、DC Investments、Value Partners、Stoneylake Asset、IDG Capital、Quartet Capital、Hao Capital、Visione Asset、艾希资本、驼铃资产、同犇投资等</p>

	分析师、机构投资者共计 286 人。
时间	2023 年 10 月 26 日下午 16:00-17:00
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
投资者关系活动 主要内容介绍	<p style="text-align: center;">一、公司 2023 年前三季度经营情况及增长原因介绍</p> <p>2023 年前三季度，公司实现营业收入 52.45 亿元，同比增长 13.62%；实现归属于上市公司股东的净利润 12.95 亿元，同比增长 7.93%。其中酒类产品实现营业收入 48.43 亿元，同比增长 12.23%。在酒类产品中，中高档酒实现营业收入 41.50 亿元，同比增长 10.62%；普通酒实现营业收入 6.93 亿元，同比增长 22.94%。</p> <p>公司坚持“老酒、多品牌矩阵、年轻化、国际化”战略，实施老酒“3+6+4”营销策略，秉承“稳价格、强动销、控库存”的核心原则，全面开展老酒馆、老酒盛宴、舍得·智慧之旅、沱牌潮 in 美好夜、沱牌特级餐饮免费品鉴等消费者体验项目，从而实现经营业绩的稳步增长。</p> <p style="text-align: center;">二、交流互动</p> <p>1. 公司如何在保证增速的情况下保持渠道良性？</p> <p>答：公司坚持老酒战略，坚持做正确的事、做难的事，做需要时间积累并经得起时间检验的事的长期主义理念，贯彻落实“聚焦盯过程，余光看数据”指导思想，通过老酒盛宴俱乐部、老酒馆、联盟体、专卖店、名酒进名企等市场措施，促进品牌提升与销售增量。</p>

2. 公司开展员工持股计划的原因介绍？

答：公司开展员工持股计划的目的是为鼓励核心员工自愿自主地参与并分享企业的长期利益，以促进公司长远发展。同时，公司围绕战略目标和经营计划设置有严格的员工绩效考核要求，员工利益与公司利益具有充分的一致性，有利于推动公司战略目标的实现。

3. 公司近期推进全国化布局的市场举措？

答：公司通过倾斜人力、战略组织化推进、消费者培育、渠道网络建设等方式在省会城市加大投入力度，针对全国省会城市分批次开展首府战役，加速全国化布局，目前正在推进首府战役的城市主要有杭州、乌鲁木齐、长沙、郑州、济南等。

4. 公司第四季度在招商方面有什么规划？

答：公司根据各个品牌的市场情况进行招商布局规划，在有序做好产品招商布局的同时，还要大力做好新经销商的培育工作。

5. 公司针对核心产品如何形成梯度化市场建设？

答：公司坚定执行“战役聚过程，破圈创爆品”的指导思想，针对核心产品分别确定全国重点市场。公司针对不同品牌，将市场以城市为单元划分为“重点、发展、潜力”三类，聚焦重点市场，培育发展市场，布局潜力市场，从而形成针对不同品牌的梯度化市场建设。

6. 公司双节期间终端动销表现如何？

答：公司坚持“稳价格、控库存、强动销”核心原则，强化过程管理，强化市场基础动作，通过宴席营销、团购会销等方式推动终端动销，公司双节期间动销表现良好。

7. 公司第四季度的经营计划介绍？

答：公司将在老酒战略“一核四维”的指引下，持续加强品牌建设，优化

	<p>组织管理体系，聚焦战略产品和重点城市，大力发展优质经销商，加强市场基础建设，打造老酒品类第一品牌；继续实施生产系统的智能化升级改造，持续完善生态产业链，积极推进增产扩能项目的建设，加强老酒储备，提升老酒品质，推进老酒战略的进一步落地；快速推进国际化和 C 端置顶，打好关键战役，努力实现高速乘长。</p>
附件清单	无