

安徽口子酒业股份有限公司

投资者关系活动记录表

投资者关系活动类别	☐特定对象调研☐分析师会议 ☐媒体采访 ☒业绩说明会 ☐新闻发布会☐路演活动 ☐现场参观 ☐其他投资者接待日活动
参与单位名称及人员姓名	参与公司 2024 年度暨 2025 第一季度业绩说明会的投资者
时间	2025 年 6 月 30 日
地点	公司会议室
上市公司接待人员姓名	董事长兼总经理：徐进 副总经理兼董事会秘书：徐钦祥 副总经理兼财务总监：范博 副总经理：黄绍刚 独立董事：储育明
投资者关系活动主要内容介绍	本次业绩说明会与会投资者就关心的问题咨询了公司相关领导，主要有以下几点： 1、公司去年净利润下滑应该与成本有一定关系，尤其是费用这块，请问范总，公司今年成本这块是否会加强管控？费用方面如何规划？ 答：净利润下滑主要系 2024 年公司的销售费用较同期增加。销售费用增加主要为本期增加针对消费者促销投放。该项费用的持续投入，有利于增加消费粘性，增进品牌与消费者互动。 2、请领导介绍一下春节的销售情况，在行业压力这么大的背景下，公司四季度和一季度都取得了收入的增长，这个业绩背后公司做了哪些调整和变革，分析一下原因？ 答：公司在 2024 年持续深化渠道转型，全面参与市场竞争，同时坚持赋能经销商，产品方面兼系列形成了完整的产品矩阵，覆盖各主流价位段，动销良好，这些举措的落地都为公司业绩的稳步推进提供了基础。

3、请问徐总，公司业绩波动明显，股价也在下跌，管理层打算如何应对？

答：公司股票二级市场的表现是由市场决定的，我们只能竭尽所能做好我们的事情，使公司越做越好，收益更高，给公司二级市场以强大的支撑。我们希望所有的股东能因此获益。谢谢！

4、请问徐总，口子窖今年的产能计划是什么？

答：公司一直以来都坚持“真藏实窖”的生产理念，也一直认为高品质基酒的酿造是产品赖以发展的基础。公司会依据当前及未来供需关系的变化及业务需求，适时对产能做出符合实际业务发展的调整。

5、请问徐总，公司一季度研发费用增长明显，是否在研发新品？今年有新品上市计划吗？目前行业都在推低度酒抓年轻化，公司是否打算顺应趋势？

答：公司会针对不同渠道、不同价位段、不同目标消费者综合考量，根据实际的消费需求及产品需求，收集市场反馈，对比现有产品矩阵，进行相应的调整及规划。

6、禁酒令严格执行背景下，需求受到冲击，公司如何应对？

答：公司将持续深化渠道改革，巩固市场基础，修炼内功，同时也将从营销变革、产品定位、生产运营等多方面综合考虑市场竞争的实际情况，适时调整竞争策略。

7、请问徐总，兼系列和老产品存在价格带的重叠，产品 SKU 也较多，公司对未来产品价格带布局的考量？

答：兼系列产品自上市以来，动销及消费者反馈良好，与老产品形成战略互补，公司会结合消费者的实际需求、公司的产品战略、不同市场实际竞争态势，综合考虑产品组合调整。

8、请问徐总，二季度市场动销如何？目前公司库存水平如何？近期的禁酒令和升学宴禁令是否对公司的宴席市场产生影响？

答：二季度尤其是禁酒令后，终端动销相对放缓。禁酒令对中高端白酒销售产生显著影响，从各宴席酒店与终端预定升学宴状况来看，与去年同期相比升学宴数量及用酒需求显著下滑。在此背景下，公司将持

续深化渠道改革，巩固市场基础，修炼内功，同时将从营销变革、产品定位、生产运营等方面综合考虑市场竞争的情况，适时调整竞争策略。

9、近一年公司在营销组织的调整比较多，请徐总介绍一下公司在组织上面的规划？合肥运营中心现在情况怎么样？

答：公司依据业务发展的实际需要做组织方面的调整，这也是公司“全面参与市场竞争”策略的重要组成部分，组织工作未来也将按照这一原则继续稳步推进。安徽运营中心目前运转良好，在经销商赋能、创新营销等方面都发挥重要作用。

10、公司的销售费用近两个季度毛销差都在向下，主要原因？未来是否还会延续这样的势头？未来应该如何规划公司销售和管理费用率的变化趋势？

答：全面应对市场竞争，根据竞争态势，调整销售费用投入是正常现象，未来公司会继续依据市场竞争的变化，有序调整销售费用支出，继续监控费用投入的效果及效率。

11、公司 2024 年分红率为 47%，分红率为 2018 年以来最低，且近三年持续下滑，后续是否会考虑提升分红率？

答：公司在充分考虑行业发展情况、公司所处发展阶段、业务发展目标、现金流量状况、资本性开支规划及其它重要因素，在着眼于长远和可持续发展的情况下，制定公司分红回报规划。

12、徐总好，公司一季度的表现是好于迎驾贡酒的，未来如何看待省内竞争加剧的问题？跟迎驾比，公司的主要差距主要是在省外市场，未来省外如何规划，重点发展那些区域？目前有什么进展？

答：除基盘省内市场外，安徽省外市场一直都是公司发展的战略重点，华北、华东、华南等区域一直都是公司省外战略的重要组成部分，未来公司会根据当地竞争态势、公司业务发展的实际需要等因素综合决定发展优先级。

13、目前消费降级的趋势非常明显，公司是否会迎合这个趋势梳理新的打法？

答：公司拥有全面的产品矩阵，覆盖各主流价格段，会根据市场及竞

	争态势的变化实时调整产品运营策略，同时在渠道方面也将继续坚持“下沉”策略，渠道下沉至县级及乡镇市场，提升渠道的韧性及深度。 14、“兼系列”目前的复购和终端评价如何？目前的成交价格稳定在什么水平？是否达到公司目标？ 答：目前兼系列中档偏低价位产品动销良好，高端兼系列动销不及预期。兼 5、兼 6、兼 8 产品价格稳定在公司指导价格体系，兼 10、兼 20 价格略低于指导价格。 15、目前白酒行业处于头部集中，竞争加剧的深度调整期，公司认为行业什么时候可以走出调整期，怎么参与调整期的竞争？ 答：公司将持续坚持“全面参与竞争，全面帮扶经销商”的原则，聚焦“市场升级、结构升级、品牌升级”的阶段目标，推进渠道转型，精耕细作，下沉县级市场及乡镇；丰富电商渠道，进一步提升线上销售；打造新媒体矩阵，创新营销方式；推进数字化营销，提升发展实效。稳扎稳打，提升发展的韧性。
--	--

附件清单（如有）	无
日期	2025 年 6 月 30 日