

证券代码：000858

证券简称：五粮液

2021年4月29日投资者关系活动记录表

编号：2021-2

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观	<input type="checkbox"/> 分析师会议 <input checked="" type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 其他
来访单位名称及人员姓名	通过全景网参与本次业绩说明会的投资者	
时间	2021年4月29日	
地点	公司一会议室	
上市公司出席接待人员姓名	曾从钦（董事长）、邹涛（常务副总经理）、罗伟（副总经理、财务总监）、蒋琳（副总经理）、蒋佳（总经济师）、彭智辅（董事会秘书）、陈翀（总经理助理、五粮液品牌事业部总经理），以及董事会办公室、财务管理部、战略发展部、生产管理部、技术研究中心、系列酒公司等相关人员。	
投资者关系活动内容介绍	<p>2021年4月29日，公司举行线上“2020年度及2021年第一季度业绩说明会”，问题回复整理如下：</p> <p>问题一：请问公司超高端产品501未来几年的规划？</p> <p>主要回复：501五粮液作为公司“向高端聚焦，重塑高端产品价值体系”的战略产品；2021年，公司将推进501五粮液在体验店、顶级高端场所的形象展示，创新品牌活</p>	

动，积极传播 501 五粮液品牌形象。

问题二：建议在公司的品牌及产品设计和宣传上，可赋予更多的内涵和生命，相信五粮液一定能独占鳌头、长长久久，流芳百世！

主要回复：公司正在强化品牌文化建设，成立专门机构，组建专业队伍，聘请相关专家，持续在文化保护、挖掘、表达、传播、体验上下功夫，大力构建以消费者为中心的立体化五粮液价值推广体系，深刻弘扬五粮液的优势点、差异点和稀缺性。

问题三：请问公司如何拓展海外市场，讲好中国白酒的故事，扩大在国际烈酒市场的份额，力争十四五进入世界 500 强？

主要回复：公司将在巩固现有国际营销渠道的基础上，通过一系列国家的重大活动、重大协定带来的发展契机，包括 RCEP、中欧投资协定以及中欧地理标志产品协定等，让中国白酒成为“中国文化”的一部分走向世界。

问题四：请问对“小五粮”的战略定位？

主要回复：小五粮是公司适应消费升级需求而推出的次高端系列酒产品，主要聚焦企事业单位团购。

问题五：五粮液经营业绩持续两位数的增长给广大股东投资者带来了丰厚的回报，建议收购剑南春使五粮液在十四五期间早日进入世界 500 强！

主要回复：公司将抢抓“十四五”新一轮高质量发展的重要窗口期和战略机遇期，蹄疾步稳、行稳致远。

问题六：请问公司目前的经典五粮液销量和今年的目标销量分别是多少？

主要回复：经典五粮液将按照聚焦高地和重点市场的原则，全面布局一线、准一线、二线城市，择优布局三四线城市，逐步构建经典五粮液商家和服务体系，持续稳定提升经典五粮液的市场份额。

问题七：公司上一期员工持股效果拔群，请教公司在下一步员工激励上有什么规划和考虑，谢谢！

主要回复：公司高度重视，拟在总结前期员工持股计划经验的基础上，积极探索多种方式的中长期激励。

问题八：2020年五粮液高端酒2.8万销量，请教21年五粮液高端酒销量的规划，以及普五的占比20年和21年会如何变化？

主要回复：2020年五粮液实现销量28,139吨，2021年我们在保持八代五粮液总体稳定增长的基础上，重点打造经典五粮液，满足消费者美好需求。

问题九：今年股东大会大概什么时候举行？公司的股东大会可以办成一个价值投资者的盛会。

主要回复：公司拟于2021年6月18日召开2020年度股东大会。感谢您对公司的支持、关心与厚爱！届时，公司将根据疫情情况确定本次股东大会规模。

问题十：请教2021年系列酒的整体收入规划及增长目标，系列酒所处的价格带竞争比较激烈，请问五粮液在市场运作上有哪些新的举措，以实现良性增长？

主要回复：2021年，公司继续按照“三个聚焦”原则和“三性一度”要求，坚持“做强全国性战略品牌、做大区域性重点品牌、做优总经销品牌”的发展思路，集中力量打造五粮春、五粮醇、五粮特曲、尖庄四个全国性战略大单品，优化渠道价值链分配。同时，大力推动产品结构升级优化，建立市场化的产品定价机制，以满足当前消费结构的快速升级和市场化竞争需求和公司改革发展需要。系列酒2021年规划实现销售超百亿元，十四五末力争突破200亿元。在实现路径及措施上：一是狠抓产品结构调整；二是强化核心终端建设；三是真实有效使用费用；四是优化渠道价差分配；五是切实打造营销铁军团队。

问题十一：能否具体介绍一下公司的十四五规划？2020年高端产品实现2.8万吨销量，十四五期间有没有销量的规划？会不会有产能瓶颈？

主要回复：五粮液将通过加强生产管理等措施进一步提高高端酒出酒率的同时，通过产能的扩张来增加高端酒产量，确保市场对五粮液高端酒的需求。关于十四五期间高端产品的市场投放量，我们将统筹市场需求，保持稳定增长并确保量价平衡。

问题十二：请问公司今年有无设定业绩目标？

主要回复：公司在2020年度报告中已经披露2021年业绩目标，具体如下：“2021年公司经营目标：公司力争实现营业总收入两位数增长，将继续保持行业骨干企业平均先进水平的发展速度，确保企业发展运行在稳健可持续

增长的合理区间。”

问题十三： 请问如何看待其他企业提出的老酒战略？五粮液要在这方面布局吗？

主要回复： 白酒行业“长期不缺酒，但长期缺好酒尤其是缺少好酒中的老酒”的现象将成为常态。行业头部企业实施老酒战略是为满足市场需求应运而生。五粮液拥有六百余年的明初老窖，拥有列入国家非物质文化遗产的传统酿造技艺，在打造老酒战略方面具有天然优势，目前，公司也正在积极布局老酒战略。

问题十四： 公司今年对五粮液产品批价如何预期？明年在五粮液出厂价上会不会有调整的打算？

主要回复： 五粮液的市场价格将随着外部经济环境、市场需求的增加、五粮液超高端及高端产品结构的优化带来的品牌力的提升而变化。

问题十五： 请问对白酒行业和高端白酒发展有什么看法？

主要回复： 当前行业总体产能过剩与优质白酒产能严重不足的二元结构矛盾并存。整个行业仍处于结构性繁荣的长周期，但结构性分化将进一步加剧，将进一步向优势品牌集中、向优势产能集中、向优势产区集中。受益于国内循环为主国内国际互促双循环新格局，以及居民收入持续增长、消费升级持续深化，消费者对品牌、品质的要求更高，将更有利于高端白酒的发展。

问题十六： 浓香酒与酱香酒有什么区别？

主要回复：浓香和酱香都是中国白酒的典型香型，各具特色。有兴趣的投资者可以关注专业类书刊了解，也可到浓香、酱香典型酒企实地调研体验。

问题十七：一季度销售费用率下降比较明显？

主要回复：一是上年同期受新冠疫情影响销售费用投入较多，2020年一季度基数高，2021年一季度疫情可控，销售费用投入相应减少。二是根据新收入准则，确认口径发生变化，将与履行合同直接相关的运输费从“销售费用”调至“营业成本”，致使2021年一季度销售费用减少。

问题十八：请问公司新增12万吨产能项目计划时间表？

主要回复：今年开工建设2万吨纯粮固态发酵白酒，预计2023年下半年投产，剩余10万吨正在开展项目前期工作，公司将加快项目进度。

问题十九：公司开始提升团购占比，对传统的经销商渠道有什么影响？

主要回复：公司近两年来持续建设团购队伍、丰富团购产品，旨在帮助经销商开拓企业团购户，实现高质量销售，增加商家盈利水平。

问题二十：五粮液品牌的毛利率为85%，显著低于主要竞争对手的对标产品（约在93-94%），请问是什么原因？

主要回复：五粮液秉持工匠精神，坚守传统技艺，众多经验丰富的酿酒工人严格遵循“道法自然”的工艺，用心把握、精益求精，彰显独特的“人工匠艺”；从原料进厂、

磨粉、制曲、酿酒、勾调，到包装，五粮液的整个生产过程有 100 多道工序；遵循五谷为养，采用五种粮食酿造，相较于单粮酿造的白酒企业成本更高。

问题二十一：请问未来对经典五粮液等超高端品牌的推广销售又和预期？

主要回复：2020 年 9 月，公司推出了经典五粮液；经典五粮液作为战略性的高端大单品，是实现高质量市场份额提升的重心所在，2021 年拟推出经典 20/30/50，丰富经典产品体系，更好地满足高端消费者的需求。同时，经典五粮液将按照聚焦高地和重点市场的原则，全面布局一线、准一线、二线城市，择优布局三四线城市，逐步构建经典五粮液商家和服务体系，持续服务好消费意见领袖和高端消费圈群，目前公司已经在全国全面启动高端品鉴活动。

问题二十二：期待五粮液继续创造辉煌。

主要回复：五粮液在“十四五”期间将继续坚持稳中求进的总基调，立足新发展阶段，贯彻新发展理念，构建新发展格局，以满足消费者对美好生活的需要为目标，以供给侧结构性改革为引领，推进创新发展、转型发展、跨越发展，打造绿色、创新、领先的世界一流酒企，以优异的业绩回报股东和广大投资者。

问题二十三：请问对于众多中低档酒类的清理工作怎么样了？公司如何夯实自身高档白酒奢侈品的地位？

主要回复：近年来，公司坚决贯彻执行“三性一度”要求，调整了系列酒产品结构，明确了各品牌产品的定位，

坚决清理清退了高仿、低价的系列酒品牌。同时，公司在品牌管理和产品开发中坚决捍卫 501 五粮液、经典五粮液、第八代五粮液及国际时尚等五粮液的产品矩阵和品牌形象。

问题二十四：今年分红是多少？

主要回复：经公司第五届董事会第八十七会议审议通过，2020 年度利润分配预案为：以 3,881,608,005 股为基数，每 10 股派现金 25.8 元（含税）。分红总额（含税）约为 100.15 亿元。本预案尚需公司 2020 年度股东大会批准。

问题二十五：请问五粮液公司，对于未来 5 年，有什么发展规划以及发展目标？

主要回复：“十四五”是五粮液立足新发展阶段，贯彻新发展理念，构建新发展格局，布局新一轮高质量发展的重要窗口期和战略机遇期。公司规划打造中国白酒行业五大标杆（即打造行业规模领先的标杆、打造行业品质建设的标杆、打造行业数字转型的标杆、打造行业生态发展的标杆、打造行业文化建设的标杆），“十四五”末实现销售收入过千亿，引领打造世界级优质白酒产业集群，打造绿色、创新、领先的世界一流企业。

问题二十六：请问五粮液相对于其他白酒类企业的核心竞争优势是什么？

主要回复：公司拥有独有的六大优势，构成了五粮液独有的传统核心竞争力。一是独有的自然生态环境使五粮液独具唯一性；二是独有的 600 多年明初古窖的微生物群

	<p>繁衍至今从未间断；三是独有的五种粮食配方酿造出品质完全的世界名酒五粮液；四是独有的酿造工艺使五粮液十里酒城上空形成了独有的微生物圈，经过千年传承、科学总结、精心提炼的完整、系统、独特的酿造技艺；五是独有的和谐品质使五粮液成为中华文化的典型代表；六是独有的“十里酒城”企业规模铸就了五粮液品牌价值再次蝉联白酒行业榜首。</p>
<p>附件清单 (如有)</p>	<p>无</p>
<p>日期</p>	<p>2021年5月7日</p>