

证券代码：603919

证券简称：金徽酒

## 金徽酒股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2023-004

调研日期：2023年5月15日-16日
调研地点：金徽酒股份有限公司
接待人职务及姓名：董事长周志刚，副总经理石少军、王宁、廖结兵，董事会秘书任岁强，总经理助理樊兰，兰州销售公司副总经理伏德军
来访人员
国海证券薛玉虎、宋英男、龚泓月，民生证券王言海、李啸、胡慧铭，开源证券张宇光，招商基金侯昊、汪彦初，大成基金郭辉，摩根基金刘健，汇添富基金田立，华安基金吴政，海南瑞团基金张志强，鑫元基金姚启璠，安信基金郑婉玲。
调研形式： <input checked="" type="checkbox"/> 现场调研 <input type="checkbox"/> 电话调研 <input type="checkbox"/> 其他场所调研 <input type="checkbox"/> 公开说明会 <input type="checkbox"/> 定期报告说明会 <input type="checkbox"/> 重要公告说明会 <input type="checkbox"/> 媒体来访 <input type="checkbox"/> 其他
调研活动主要内容： <b>一、实地参观</b> 2023年5月15日-16日，国海证券、民生证券、开源证券、招商基金、大成基金、摩根基金、汇添富基金、华安基金、海南瑞团基金、鑫元基金、安信基金调研人员分别在陇南徽县、兰州、西安调研了解金徽酒的发展历史、企业文化和生产经营情况。 <b>二、互动交流</b> <b>1. 公司的发展战略</b> <b>答：</b> 金徽酒作为西北地区具有较高知名度和影响力的白酒生产企业，着力建设“生态金徽”“文化金徽”“智慧金徽”，依靠良好的生态环境、悠久的酿酒历史、古传秘方、深厚文化积淀与独特技术相结合的先进工艺等优势不断开拓市场，按照“布局全国、深耕西北、重点突破”的战略路径，逐步成为西北地区优势白酒企业，并积极拓展华东市场、北方市场和互联网市场，推动品牌全国化建设。

目前，金徽酒已完成以生态酿造为主的基础设施建设、以提升自主研发能力为主的专业技术团队建设、以倡导健康消费激发正能量为核心的品牌价值建设，为实现“跻身中国白酒十强，打造中国知名白酒品牌，建成中国大型生态酿酒基地”的第三大发展目标努力。

## **2. 品牌及用户工程建设情况**

**答：**一是坚持“金徽酒 正能量”品牌引领，以极致的产品体验提升品牌美誉度，通过“广宣投放+事件营销+消费者互动+影响力客户工程”打造品牌势能，提升品牌影响力。二是坚持“聚焦资源、精准营销、深度运营”，以客户为中心，持续推进“品牌引领+渠道动销”，通过影响力客户工程和品牌宣传，精准触达用户，以极致的产品和服务体验提高用户认知，充分发挥影响力客户作用，巩固消费者对品牌的忠诚度，做好消费者培育转化工作。

## **3. 市场及产品布局情况**

**答：**一是按照“布局全国、深耕西北、重点突破”的战略路径，在甘肃省内市场通过一县一策精准运营，夯实根据地；在西北市场巩固样板的同时扩大市场布局深度，在更多地区实现突破；在华东市场、北方市场和互联网市场，继续组建团队、打造样板，通过差异化营销实现区域突破。二是根据各地白酒消费环境合理布局产品，在甘肃省实现了全价位、全渠道、全区域覆盖，世纪金徽星级系列、柔和金徽系列、金徽年份系列产品成为甘肃白酒主销产品；在陕西、宁夏等西北市场以 100-400 元价格带能量金徽系列产品为主开拓市场，随着影响力提升，在陕西市场导入次高端、高端的金徽年份系列产品，以及百元价格带奖金徽系列产品；在江苏、河南、山东、浙江等华东市场导入 300-900 元价格带金徽老窖系列产品。

## **4. 库存管理情况**

**答：**公司根据销售任务及市场分级制定了渠道安全库存标准，日常工作中对渠道库存严格管控：一是通过数字化技术跟踪物流、经销商和门店入库、出库数据，实时掌握渠道库存情况；二是市场督察部和各区域的业务人员定期对经销商、门店库存进行盘点、核查。公司通过消费者运营持续抓终端动销，渠道库存保持在合理水平。

## **5. 省会城市兰州竞品情况**

**答：**甘肃省白酒市场规模大约 80 亿，竞争格局呈现出“一超多强”态势，金徽酒市占率优势明显。兰州作为省会城市，市场空间大、包容性强、竞争激烈，金徽酒在省会城市与外来品牌、地方性品牌都有竞争，外来品牌主要有五粮春、剑南春等，地方性品牌主要有红川、滨河等。

## 6. 金徽年份系列的营销策略

**答：**金徽年份系列产品包括金徽 18、金徽 28，由单独的事业部负责运营。一是品牌建设方面，线下硬广以机场、高铁站、高速出入口户外大牌为主要投放媒介，强化消费者对金徽酒的品牌认知；二是用户方面，以品、赠、游形式进行大客户运营；三是举办名酒进名企和参与大型活动赞助，提升影响力。通过品牌建设、消费者培育、渠道深耕，推动金徽年份系列产品快速增长。

## 7. 企业文化建设情况

**答：**在多年的不断发展中，金徽酒管理团队在“共创百年金徽 共享美好生活”发展愿景指引下，坚持“酿造生态酒 传递正能量”的企业使命，总结提炼出“以客户为中心 以奋进者为本”“人人有机会，人人有舞台”“制度第一、总经理第二”“学习是最低的成本”等一整套系统的企业文化核心理念。这些宝贵的理念形成了金徽酒独特的企业文化，得到社会各界的认可和支持。

附件清单：

无