

证券简称：华致酒行

证券代码：300755

华致酒行连锁管理股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2024-003

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他
参与单位名称及人员姓名	招商基金侯杰、国投瑞银王方、富国基金毛联永、博时基金谢泽林、前海开源基金毕建强、华商基金范一帆、方正证券王泽华、申万宏源吕昌、民生证券王言海、中信证券蒋祎、海通国际闻宏伟、天风证券张潇倩、国元证券朱宇昊、德邦证券熊鹏、华泰证券龚源月、华金证券李鑫鑫、兴业证券金秋、华福证券张东雪、星石投资蒋京杰、国泰君安陈力宇等 45 家机构。
时间	2024 年 05 月 13 日 15: 30-17: 00
地点	北京市通州区华致酒行老酒收藏馆会议室
上市公司接待人员姓名	董事长：吴向东 董事、总经理：李伟 董事、常务副总经理：杨强 副总经理、董事会秘书：梁芳斌 财务总监：胡亮锋
投资者关系活动主要内容介绍	一、管理层介绍公司情况 2023 年，国内经济整体回暖，但是市场呈现“弱复苏”“缓释放”态势，消费不够强劲。与此同时，新的经济周期下，酒类流通行业面临诸多新挑战：名酒价格上涨，产品价格倒挂，更加稀释流通环节利润空间。

在此背景下，华致团队不畏困难，敢于拼搏、勇于挑战，在董事会、管理层和全体员工的共同努力下，坚定落地“金蕊战役”“酒行升级”两大战略、及时调整营销策略、不断加强对客户的赋能和服务。报告期内，营业收入全年实现 101.21 亿元，同比增长 16.22%；归属于上市公司股东的净利润全年实现 2.35 亿元，同比下跌 35.78%。

回顾 2023 年，虽然行业面临诸多压力和挑战，但是华致团队直面新周期、新变化，上下同心、同频、同向、同行，踔厉奋发，取得很多新成绩：

1. 积极探索蓝海市场，开辟“金蕊天荷”坛酒营销新赛道；
2. “酒行升级”战略落地成效显著，3.0 门店密集绽放；
3. 继续强化供应链优势，丰富高端精品酒水矩阵；
4. 营销推广持续创新，品牌价值进一步攀升；
5. 多管齐下，企业内部管理水平进一步提高。

2024 年，华致将以“降本增效，提高盈利能力”为奋斗目标，以“下足功夫，迎难而上”为指导方向，多措并举推动企业发展迈上新台阶：

1. 深化“两点一线”战略目标，围绕“优质合伙人+精品酒”开展营销工作；
2. 进一步加强与上游名酒厂合作粘性，打造“一超多强”的精品酒矩阵；
3. 品牌建设与渠道拓展继续常抓不懈，持续抢占中高端市场份额；
4. 下足功夫，全面提高经营管理水平，提升整体盈利能力；
5. 围绕“华致铁军”精神内核，持续打造全能型的营销队伍。

二、问答环节

1. 2023 年公司营收过百亿的原因？

答：营收稳健增长的主要原因为：“买真酒到华致、买名酒到华致”的保真连锁品牌效应持续扩大，公司连锁门店分销能力不断提升。其次公司基于对市场需求的精准研判，春节、中秋节、国庆节动态调整销售策略并及时备货，营销工作调度有序。此外，公司不断丰富产品矩阵，精品酒的持续开发支撑了产品多元化发展。

2. 2023 年度净利润下滑的原因？

答：净利润下滑的主要原因来自三个方面：第一，受疫情影响，公司顺应市场需求，主动调整产品结构，名酒销售占比同比有所提高；第二，精品酒促销力度加大，导致精品酒利润贡献率下降；第三，部分名酒市场价格倒挂，对利润产生了部分影响。

3. 一季度营收及净利润均实现双位数增长的原因？

答：一季度营收及净利润均实现双位数增长主要源于：

一是由于国内经济持续向好，消费热情持续恢复；二是由于春节销售旺季期间，公司积极布局“开门红”，顺应市场需求，积极主动调整产品结构及销售策略；三是前期酒行的开发工作对销售起到了较好的效果；四是由于不断优化创新型营销策略，金蕊天荷 BC 一体化营销模式得到了市场良好的反馈。

4. 2024 年品牌建设和渠道建设方面如何规划？

答：未来公司会持续加大品牌传播的投放力度和精度，以品牌打造推动渠道建设，持续深耕中高端领域，抢占更多市场空间。在巩固原有市场份额的基础上，进一步做好空白市场的开发和挖掘，通过市场细分，精细化管理举措，不断挖掘优质客户，拓宽核心市场覆盖面。

5. 未来产品结构如何布局？

答：公司会始终践行“永做名酒厂金牌服务员”的核心战略，进一步加强与一线知名厂家的合作粘性。同时，积极打造

	<p>“一超多强”的精品酒矩阵，全力提升产品利润。一方面，围绕“金蕊天荷”超级大单品，深耕坛装酒蓝海市场；另一方面，打造多个强势品牌，巩固赖高淮、虎头汾、古井贡、白云边等开发品的市场份额，对奔富系列、拉菲系列等进口酒的销售持续不断发力，挖掘新的利润增长点。</p> <p>6. 未来门店发展规划？</p> <p>答：公司会继续紧密围绕“高质量发展”的营销理念，在全国范围内寻找优质合伙人，稳步推进3.0门店布局。同时会以“逐步升级、精准引入、有序退出”三步法完成“华致酒库”到“华致酒行”的品牌升级工作，持续不断的深耕中高端市场，为广大消费者打造出更多、更优质、更便捷、更高体验感的保真名酒购买场所。</p> <p>7. 未来如何布局荷花产品销售？</p> <p>答：2023年，公司积极探索新的营销打法，创新性开创BC一体化品推会，成功开辟“金蕊天荷”坛酒营销新赛道。通过组建专业队伍——金蕊项目部，公司在全国范围内快速推进“金蕊战役”。仅仅一年时间，“荷花·金蕊天荷”市场表现突出，已成为坛酒赛道最大黑马。未来，华致将继续优化和创新营销模式，持续开展BC一体化金蕊品推会，深化消费体验，以“荷花·金蕊天荷”为抓手带动荷花系列产品销售，将其培育成为重要的利润增长点。</p> <p>8. 未来员工规划？</p> <p>答：人力战略是企业发展的基石。近年来，公司围绕“华致铁军”精神内核，不断加强内部管理，团队作战能力得到大幅提升。接下来，公司将根据业务发展需要，不断完善培训体系、优化薪酬结构、加强人才选拔与培养，构建动态平衡的人才供应链，为公司可持续发展提供源源不断的动力。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2024年5月13日

