

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：2025-002

投资者关系 活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 媒体来访 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input checked="" type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 其他（视频+网络会议）
参与单位名称及 人员姓名	嘉实基金、博时基金、新华基金、华创证券、招商证券、财通证券、华泰证券、国泰君安证券、海通证券、浙商证券、中信建投证券、申万宏源证券、东北证券、华西证券、方正证券、光大证券、华福证券、东吴证券、银河证券、中邮证券、民生证券、国盛证券、开源证券、华安证券、兴业证券、天风证券、信达证券、中银国际证券、德邦证券、法巴证券、高盛资产、兴证资管、和谐汇一、驼铃资产、君和资本、泓澄投资、煜德投资等证券分析师、机构投资者共计 262 人。
时间	2025 年 3 月 22 日、3 月 23 日
地点	公司会议室+线上会议
上市公司接待 人员姓名	董事长：蒲吉洲先生 总裁：唐琿先生 董事会秘书：张伟先生

	<p>总裁助理：钟龄瑶女士</p> <p>营销运营管理中心总经理：朱应才先生</p> <p>财务中心执行总经理：张小清女士</p>
<p>投资者关系活动 主要内容介绍</p>	<p>1. 关于公司 2025 年的经营规划？</p> <p>答：2025 年，公司将保持战略定力，坚持以老酒战略为基石，推动多品牌战略、年轻化战略和国际化战略齐头并进，并不断进化，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，积极扩大产能，加强老酒储备，提升老酒品质；持续围绕“FC2M、生态、科创、FES、东方生活美学”等工作重点和“自信、坚韧、精益、创造”的工作主题，强化核心竞争力，打好关键战役，推动企业高质量可持续发展。</p> <p>2. 2025 年公司有什么具体的营销举措？</p> <p>答：一是继续践行“四个坚定不移”，坚定不移地打造属于舍得酒业的大单品；坚定不移地推动产品结构高端化；坚定不移地推行全国化进程的同时，聚焦打造 N 个小区域、高占有的基地市场；坚定不移地推进国际化。二是继续聚焦产品力、品牌力、渠道力、组织力“四力提升”，践行“渠道向下，品牌向上，全面向 C”的核心策略，既要坚决稳住存量基本盘，又要通过大力度的创新来实现市场破局。三是聚焦四个维度的创新。首先，产品创新，围绕用户消费偏好，进行酒体创新、包装创新，通过文创产品的进一步破圈，创造“新增量”；其次，渠道创新，包括突破藏品舍得 10 年复合型渠道建设、对沱牌青年创业计划进行裂变、“互联网再出发”等行之有效的打法；其三，品牌创新，做好 C 端生态营销，加快政企融通的全面推进和落地以及 C 端品牌营销创新；最后，组织创新，通过正向激励的全面升级，为营销铁军保驾护航。</p> <p>3. 介绍公司的经销体系及维护厂商关系的举措？</p>

答：公司构建了以地县级、分品牌代理商为主的经销体系，现有经销商数千家，扁平化的代理模式有利于服务下沉及降低渠道成本。公司搭建了经销商服务的信息管理平台，实现了从经销商到终端渠道的全渠道管理，有效实现渠道掌控和实施精细化营销。公司建设渠道管理团队服务于终端，提高终端服务水平和促销执行水平，对经销商进行嵌入式管理，持续推行“厂商1+1”一体化运作。

2024年，公司进一步巩固了与经销商的合作关系，贯彻老酒“3+6+4”策略，按照“品牌提质、产品提价、销售增量”的指导思想，与经销商建立“共商”“共建”“共享”的命运共同体和长期、稳定的合作伙伴关系，得到了经销商的积极响应。公司持续加强经销商评审的管控力度，促进经销商质量的提升。

4. 公司与控股股东及地方政府合作开发酒旅融合项目的情况？

答：为进一步推动公司经营发展，提升品牌形象，公司拟与四川沱牌舍得集团有限公司（以下简称“沱牌舍得集团”）、射洪市通泉酒业投资开发有限公司（以下简称“酒投公司”）共同投资建设舍得酒旅融合项目。本次投资总额为12亿元，其中舍得酒业持有合资公司49%股权，沱牌舍得集团持有合资公司36%股权，酒投公司持有合资公司15%股权。

本次打造酒旅融合项目，旨在提升公司自身品牌形象，增强品牌文化内涵和市场竞争能力。股东方在文旅开发、运营方面有成熟的经验，可帮助项目快速整合资源，降低运营风险，同时股东方文旅项目的客群与公司目标群体契合，可有效降低获客成本。该项目将酒文化与旅游相结合，通过提供如文化旅游、酿造工艺展示、高端酒店、定制酒庄、节气主题酒宴等差异化、沉浸式服务，有利于进一步提升品牌形象，提高客户体验感，促进公司效益增长，符合公司的长期发展战略。此次酒旅融合项目，是公司的两大股东——射洪

市政府和复星共同出力，赋能企业长远发展的重大举措。

5. 公司 2025 年计划如何进一步提升品牌知名度？

答：舍得品牌围绕“老酒品质+舍得文化”的核心内容，以“标准+窖池”建立品质老酒认知，以“舍得”的含义建立使用场景强关联，进行品牌内容深化与品牌体验落地；沱牌品牌聚焦情绪、场景两大突破点，夯实品质优势，以创新营销与品质升级，建立情绪内容体系和消费者的生活链接。同时，公司在品牌管理方面内外兼修，坚持品牌规范化管理和长期性发展，以赋能营销为中心，努力实现增值助销目标。

6. 公司 2025 年在互联网渠道的相关规划？

答：公司将持续加强互联网营销渠道建设，按照“一个增加、两个优化、四个加强”的模式持续提升运营能力。具体措施为：一个增加，持续增加分销渠道建设，让更多广泛的人群通过互联网的多种平台接触和购买舍得、沱牌系列酒；两个优化，持续优化产品结构，构建互联网营销产品矩阵，推出更多具有流量的网红级大单品；持续优化运营模式，对消费者引流及效果投放进行精细化管理，提高市场声量和占有率；四个加强，加强人才队伍建设，加强站内营销及平台级合作，加强增量渠道及重点渠道运作，加强私域会员精细化运营。

附件清单

无