

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：2025-003

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
参与单位名称及人员姓名	方正证券王泽华、申万宏源吕昌、浙商证券杨骥、华鑫证券孙山山、长城证券卢潇航、天风证券张潇倩、中金证券王文丹、中信证券魏一、银华基金方建等 80 余人。
时间	2025 年 5 月 12 日 15:40-18:00
地点	线上方式
上市公司接待人员姓名	董事长：吴向东 副董事长：彭宇清 董事、总经理：杨武勇 常务副总经理：杨强 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 2024 年，受宏观经济周期波动及行业结构性调整双重影响，国内酒类消费市场进入阶段性深度调整期。行业统计数据显示，终端消费需求呈现结构性分化态势，头部名酒价格体系面临阶段性回调压力，叠加经销商库存去化周期延长、终端价格传导机制阶段性失衡等因素，酒类流通行业整体进入战略调整关键阶段。

	在企业经营层面，库存周转效率、运营成本控制及组织效能优化等方面存在的挑战，对公司盈利能力和可持续发展能力提出了更高要求。面对复杂多变的内外部环境，公司管理层在董事会的战略指导下，迅速启动经营策略调整优化工作：一方面，通过深化内部管理体系改革，推进组织架构优化、加强人才梯队建设，全面提升团队整体战斗力；另一方面，严格落实“去库存、促动销、稳价格、强团队、调结构、优模式”的十八字行动方针，围绕核心业务环节精准施策，全力推动各项经营管理目标顺利实现。报告期内重点工作回顾： 1、战略布局与业务拓展 （1）深化门店拓展策略：秉持“开大店，开好店”理念，创新 3.0 门店业态，融合名酒品鉴、高档餐饮及文娱社交场景，定位高端团购型连锁，塑造品牌差异化优势，提升消费体验。 （2）完善产品矩阵：深化与奔富等国际品牌战略合作，独家代理 bin704、bin600 等系列产品，巩固进口葡萄酒市场领先地位；推出金蕊天荷 1.5l 金坛等新品，丰富高端产品线。与头部名酒厂商合作基础上，拓展地方名酒市场，与河南仰韶、湖北白云边等区域品牌开展合作，创新模式、优化价格体系，培育业绩新增长点。 2、经营管理优化 （1）优化库存管理：通过去库存，改善了经营性现金流状况，降低了经营风险和运营成本；同时通过促动销方式，帮助门店降低不良库存，获得了客户的理解和支持； （2）价格体系治理：开展“清风行动”大力整治线上电商价格和线下暗流价，规范统一公司主要精品酒价格政策，加强费用管理和制度建设，逐步实现了线上价格稳定和暗流价格回升，让客户和团队看到了公司决心，重塑了客户的信
--	--

	任和信心； （3）完善销售渠道建设：聚焦华致酒行酒库门店核心渠道，强化资源支持，完善星级评定与激励机制；优化名酒鉴真业务、搭建“华币商城”积分平台，推动线上线下业务融合，巩固主渠道价值。 3、组织与资源整合 （1）通过内部巡视和五星通关，对不合格的员工进行了调整，对与公司未来战略发展和业务模式不匹配的员工进行了优化，通过调整和优化，提升了团队的战斗力；与此同时启动培养后备年轻干部的“薪火计划”； （2）明确未来公司战略方向，确定以“保真名酒渠道品牌+供应链服务平台”为核心业务，一方面做好新零售连锁门店的运营体系建设，一方面做好产品供应链服务平台，促进门店运营和供应链服务相互促进，提升公司未来的长期价值； （3）开展“瘦身计划”，对外梳理合资公司业务，注销部分已失去价值的业务单元，优化合资公司业务合作模式；对内精兵简政，减少管理层级，优化组织机构；与此同时开展降本增效工作，降低公司运营的固定成本和费用。 二、问答环节 1、2024 年度及 2025 年一季度利润同比都下滑的原因？ 答：当前酒类行业处于周期性深度调整，主销名酒市场价格呈下降趋势，公司毛利率因此降低，收入也略有下滑，同时公司基于谨慎性原则对部分存货计提了存货跌价准备，导致净利润同比减少。 2、未来门店发展的策略是否有调整？ 答：面对当前经济环境变化，公司对门店发展策略进行系统性调整，构建多业态协同发展模式，以提升市场适应性与竞争力。未来门店发展将主要依托“华致酒行”“华致酒库”“华
--	--

	致优选”三种业态模式。 具体而言，华致酒行定位为以异业合伙人为主的精品门店，秉持名酒保真理念，全力打造酒类场景化体验服务平台，承载品牌推广与高端人群服务重任，融合餐饮、会所、社交等多元场景。 而华致（名）酒库和华致优选则有意通过产品组合突出性价比，定位更加契合行业消费趋势的变化。 在具体运营中，公司针对不同业态门店实施差异化营销战略，并匹配差异化产品供应体系。根据各地区市场特点、门店经营状况及目标客群需求，精准制定营销策略，优化产品组合，满足多样化消费需求。此外，公司将根据各门店实际情况，灵活调配专业销售人员，为客户提供定制化销售辅助支持。通过协助客户实现高效动销，促进门店业绩增长，实现公司与合作伙伴的长期价值共享，推动门店网络的稳健发展与持续优化。 3、请简单介绍公司精品酒系列？ 答：公司通过不断的丰富产品矩阵，依托与众多知名酒企的深度合作，持续推出定制开发产品，构建多元化精品酒体系。目前，公司精品酒主要涵盖白酒与红酒两大品类： 白酒品类：以荷花系列、赖高淮系列、铁盖钓鱼台、虎头汾酒、古井贡 1818、白云边、仰韶·彩陶系列等产品为代表。这些白酒凭借独特的酿造工艺、稀缺的产品属性与鲜明的品牌特色，满足了不同消费群体对高品质白酒的需求，在市场上形成差异化竞争优势。 红酒品类：包含奔富 Bin177&178、礼赞系列、Bin704 等系列、拉菲定制产品、云顶、开垦等品牌。该系列红酒精选优质葡萄产区原料，结合传统酿造工艺与现代技术，兼具品质与风味特色，契合了消费者对进口高端葡萄酒的多样化需求，进一步丰富了公司精品酒产品线。通过不断优化产品组合，公司致力于为消费者提供更优质、多元的精品酒选择。
--	---

	4、未来会通过什么方式提升毛利率？ 答：公司将通过产品矩阵优化、渠道效能提升、团队能力强化及成本精细化管理四大核心策略，系统性提升毛利率水平。 在产品端，持续深化与头部名酒厂商及区域特色酒企的战略合作，结合市场消费趋势，定向开发差异化的产品，满足不同消费群体的多元化需求，优化产品结构以提升整体毛利率。 渠道方面，实施“密度提升+赋能升级”双轮驱动策略。一方面，科学规划门店布局，合理增加重点区域门店密度，扩大市场覆盖范围；另一方面，全力推进供应链平台的数字化、智能化升级，优化仓储物流、采购供应等环节，降低运营成本，为终端门店提供更高效、更具成本优势的资源支持，提升渠道整体盈利能力。 团队建设上，构建常态化、专业化的人员培训体系，针对不同门店的经营特点与市场定位，精准匹配差异化销售团队。通过强化销售技能培训、市场分析能力培养及客户服务水平提升，帮助门店提升销售转化率与客户复购率，推动产品高效动销，实现利润增长。 在成本管控领域，深入分析费用结构，精准识别低效支出，通过优化营销费用投放策略、精简管理流程、加强预算控制等措施，降低运营成本，改善费用使用效率，进一步释放利润空间，实现毛利率的稳步提升。
附件清单（如有）	无
日期	2025 年 5 月 12 日