

证券代码：000568

证券简称：泸州老窖

泸州老窖股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2025-9-1

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input checked="" 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 type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他 股东大会交流
参与单位名称及人员姓名	天风证券：张潇倩；华创证券：田晨曦；浙商证券：张家祯；中邮证券：张子健；西部证券：田地等共计 169 人。
时间	2025 年 9 月 1 日 15:30-16:30
地点	线上
上市公司接待人员姓名	王川、赵亮、姜通
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1. 公司对白酒行业发展前景的展望以及现阶段主要采取的措施</p> <p>当前，中国白酒行业正处于新一轮调整周期，行业整体呈现出“量减质升”的发展态势，白酒行业已摆脱过去“产能扩张”的发展模式，正向“品质提升、品牌影响、文化表达、价值创造”转变。白酒消费转变主要体现在四个方面，一是白酒消费观念改变，从“量的满足”到“质的追求”，消费者更加注重产品的实际价值与品牌内涵的契合度；二是消费需求转变。年轻消费群体更倾向于个性化、低度化、利口化、悦己化的酒类消费；三是消费场景深刻重构。政务消费场景占比进一步下滑，自饮场景则较为稳定且稳步增长，酒旅融合、文化体验、科技创新等新兴场景为白酒消费注入活力；四是消费渠道加速迭代。线上线下深度融合成为常态。电商直播在白酒销售中的渗透率持续提升，行业营销重心从“渠道压货”向“精准触达”“用户运营”转变。</p> <p>对公司而言，现阶段在市场营销上主要做好以下几方面工作：</p> <p>一是加强市场精耕深耕。公司制定了市场精耕深耕中长期策略，精细化运营，系统推进县级以下市场的消费者培育，提升消费者服务，把下沉市场机遇转化为可持续的增长动能。</p> <p>二是持续推动产品创新。面对当前低度化、健康化、利口化、多元化等产品需求，公司将继续推进 38° 产品发展，推广冰饮、调配等</p>

	<p>全新品饮方式，并适时导入 28° 国窖 1573。</p> <p>三是持续夯实核心基本盘。因应消费分化趋势，公司陆续将资源向特曲 60 版、特曲、头曲等产品倾斜，持续巩固大众市场地位。同时，公司积极布局高增长的光瓶酒赛道，拟推出全新的泸州老窖二曲产品，让公司覆盖高端、中端和大众产品完整价格带的金字塔型产品体系更好发挥出整体竞争优势。</p> <p>四是持续推动渠道转型。继续深化公司数智营销体系建设，进一步提高公司营销费用投放的精准性，提高费效比；自建电商平台、深化与主流电商及即时零售平台合作，积极构建线上线下融合的全渠道营销网络，强化对终端和消费者的直接触达能力。</p> <p>总体而言，白酒产业价值螺旋式上升的趋势没有变，中国白酒作为中华优秀传统文化组成部分的文化自信没有变，国人对白酒的情感需求没有变，未来仍有广阔的发展空间。</p> <p>2. 国窖 1573 的量价策略</p> <p>国窖 1573 仍然坚持“浓香国酒”品牌定位，坚定维护价盘稳定，体现品牌价值，牢牢站位中国高端白酒定位不动摇。</p> <p>3. 公司未来费用投放的思路</p> <p>近年来，公司继续深化公司数智营销体系建设，进一步提高公司营销费用投放的精准性，提高费效比。未来，公司会持续加强在品牌塑造和消费者建设的投入，费用率会保持在相对合理的水平。</p> <p>4. 公司如何看待全年经营目标</p> <p>公司董事会制定的 2025 年度经营目标为“稳中求进”，经营目标的实现除公司的努力外，还会受到消费环境、竞争格局等诸多因素的影响。公司会顺应市场变化，优化经营策略，以良性发展为基础，力争赢得长周期产业价值回报和企业的可持续发展。</p> <p>5. 公司对中秋、国庆旺季的展望</p> <p>当前白酒行业虽存在诸多挑战，但节庆旺季是中国人欢聚团圆的传统时节，中国白酒节庆消费的基本面仍未改变。中秋国庆期间，公司主要以消费者为中心，利用数字化手段开展各场景的动销拉动。</p> <p>6. 如何看待当前低度化产品的竞争</p> <p>随着主流消费群体的不断变化，中低度酒将成为未来的趋势，我们欢迎竞争伙伴顺应消费者趋势，共同将行业蛋糕做大。同时，度数越低，对酿造工艺和质量的要求就越高，公司在低度酒领域拥有较高的技术护城河，具备较强的市场竞争力。公司会根据当地消费者习惯来投放高度或低度产品，也会在潜力市场进行低度产品培育，拓展市场需求。</p> <p>7. 公司上半年各区域表现情况</p> <p>四川、华北、华东作为公司基地市场，依托品牌底蕴与消费基础，以及基地市场深耕、品牌全渠道运营等措施，稳健发展，其中四川、华北与公司整体状况同步，华东市场表现更好，其余区域暂无重大变化。下一步公司仍将继续坚持“2358+100”的区域策略，进一步加强基地市场深耕、精耕，巩固和扩大公司基地市场优势。</p>
附件清单(如有)	无

日期	2025 年 9 月 1 日
----	----------------