

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：2025-10-31

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 股东大会交流
参与单位名称及人员姓名	国盛证券：王玲瑶；天风证券：张潇倩；华创证券：王培培；广发证券：周源；浙商证券：张家祯等共计 166 人。
时间	2025 年 10 月 31 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	1.公司对白酒行业发展前景的展望以及现阶段采取的主要措施？ 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，以及“轻社交”场景；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。 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： 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，真正把下沉市场机遇转化为可持续的增长动能。 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、调配等全

	新品饮方式，研发更多样化，个性化产品。 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、头曲等中高端大众主流产品倾斜，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，全新的泸州老窖二曲产品目前已经开展试点推广，力争发挥好公司完整价格带金字塔型产品体系更好的整体竞争优势。 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。 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。 2.近期国窖 1573 的价格相对稳定，其量价策略是否有变化？ 国窖 1573 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第一集团地位不动摇。 3.在行业调整期，公司如何保证渠道利润？ 公司注重渠道合作伙伴的利益，与合作伙伴共同发展是公司的企业理念之一。公司将根据当前的市场环境，持续优化控盘分利模式，充分考虑渠道合理利润。 4.近期高端白酒市场价格下降，公司有什么应对策略？ 面对当前市场环境，公司采取多价格带布局及动态市场化调控，以全价格产品矩阵为基础覆盖不同消费层级需求，确保量价平衡及渠道生态健康。 5.公司前三季度各区域表现情况？ 西南、华北、华东作为公司主销市场，依托品牌底蕴与消费基础，以及市场深耕、品牌全渠道运营等措施，稳健发展，各区域与公司整体状况基本同步。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。 6.公司未来费用投放策略？ 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。 7.公司新二曲产品推广情况？ 新版泸州老窖二曲是公司建立大光瓶产品矩阵的重要的一环，其酒体为纯粮酿造，粮香净爽、口感舒适，品牌定位为浓香名酒之选，品牌主张“实在好酒品质致胜”，目标消费群体为大众消费者。今年已在几个核心城市进行推广。
附件清单(如有)	无
日期	2025 年 10 月 31 日