

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：2025-004

投资者关系 活动类别	☐ 特定对象调研 ☐ 现场参观 ☐ 新闻发布会 ☐ 媒体来访 ☐ 分析师会议 ☐ 业绩说明会 ☒ 路演活动 ☐ 其他（视频+网络会议）
参与单位名称及 人员姓名	中金公司、广发证券、华创证券、财通证券、招商证券、浙商证券、华泰证券、国泰海通证券、国信证券、国盛证券、中信建投证券、华西证券、华福证券、华源证券、兴业证券、银河证券、国金证券、国投证券、首创证券、高盛国际、易方达基金、富国基金、汇添富基金、银华基金、华夏基金、嘉实基金、天弘基金、华宝基金、华泰保险、中信保诚基金、广银理财基金、融通基金等证券分析师、机构投资者共计 93 人。
时间	2025 年 11 月 1 日下午 14:30-15:30
地点	公司会议室+线上会议
上市公司接待 人员姓名	总裁：唐琿先生 首席财务官：钟龄瑶女士 董事会秘书：张伟先生 营销运营管理中心总经理：朱应才先生 营销运营管理中心总经理助理：马卫先生

投资者关系活动 主要内容介绍	一、公司 2025 年前三季度经营情况介绍 答：公司 2025 年前三季度实现营业收入 37.02 亿元，实现归属于上市公司股东的净利润 4.72 亿元；其中酒类产品实现营业收入 32.85 亿元，在酒类产品中，中高档酒实现营业收入 26.60 亿元，普通酒实现营业收入 6.25 亿元。 2025 年前三季度，白酒行业整体仍处于深度调整期，行业竞争进一步加剧，白酒产品销售承压，客户信心仍处于修复阶段，特别是次高端产品消费需求仍待恢复。为应对行业挑战，公司始终坚持长期主义，主动实施“控量挺价”策略，积极协助经销商全力提升动销，为消化渠道库存及后续销售提供强力支撑，同时加大产品升级力度，阶段性提高品牌建设的市场投入。 二、交流互动 1. 公司 2025 年第四季度经营计划介绍？ 答：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，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。 2. 公司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。

3. 公司新品“舍得自在”的产品定位及市场表现？

答：“舍得自在”作为公司老酒战略下的一项重要创新成果，进一步拓展了老酒的消费边界，重塑了对于低度老酒的认知，使市场得以窥见老酒的创新活力与广阔前景。此新品进一步丰富了公司的产品结构，是公司布局低度酒赛道的关键举措。目前该产品已在各线上平台销售，市场反馈良好。

4. 公司 2025 年前三季度经销商情况介绍？

答：截至报告期末，公司酒类产品共有经销商 2554 家。公司贯彻执行老酒“3+6+4”营销策略，不断强化与经销商的长期合作，通过推动“3+1”经销商顾问委员会机制，增强厂商协同，深化经销商分级管理，持续提升经销商质量。

5. 公司 2025 年前三季度电商销售实现较大幅度增长的原因？

答：公司持续加强互联网营销渠道建设，持续提升运营能力，通过增加分销渠道建设，让更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；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；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。同时，公司推动“互联网再出发”，夯实传统电商，提升标品价格，发展新兴电商，积极创造增量，2025 年前三季度电商销售实现较大幅度增长。

6. 公司 2025 年前三季度管理费用同比减少的原因？

答：2025 年前三季度，公司全面实施精益化管理策略，开展降本增效战役，覆盖采购端、职能部门及中后台费用，促进了企业向精细化运营的转变，实现了管理费用的降低以及运营效率的提升。

附件清单	无
------	---