

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：2025-12-24

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input 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 ★其他 股东会交流
参与单位名称及人员姓名	中金公司祝美学；中信建投证券刘瑞宇；天风证券张潇倩；广发证券谌保罗等机构、股东共计 28 人。
时间	2025 年 12 月 24 日 16:00-17:00
地点	公司东楼一楼会议室
上市公司接待人员姓名	总经理林锋，财务总监谢红，副总经理、董事会秘书李勇
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1.公司如何看待“十五五”发展规划？</p> <p>“十四五”时期，公司锚定供应链战略，推动酿酒生产、内部供应链、营销体系及总部管理全链条数字化转型，构建起适配行业发展的数字化运营底座，为后续战略升级奠定了坚实基础。</p> <p>当前，中国产业正加速从劳动、资源密集型向资金、技术密集型升级，消费群体迭代与消费场景创新呈现同步深化态势，行业发展逻辑与竞争格局正在发生深刻变革。基于对宏观环境、产业趋势的研判，以及公司自身发展阶段的客观认知，“十五五”期间，公司将全面升级实施生态链战略，向链主型企业迈进：对内聚焦核心能力深耕，优化资源配置与协同效率；对外强化产业链上下游协同，构建开放共赢的产业生态，通过</p>

内外部生态的深度融合与高效联动，持续提升运营效率、强化核心竞争力，筑牢高质量发展根基。同时，公司将主动把握本轮产业结构调整与消费变革的战略窗口期，对接新一代消费群体的需求特征，积极适配新生活方式的变革趋势，推动公司在战略定位、业务布局、运营模式等方面实现系统性转型，在顺应产业发展规律、满足市场需求变化的过程中，持续提升公司核心价值，为全体股东创造长期稳定的投资回报。

2.公司针对年轻消费群体做了哪些工作？

公司根据年轻群体的悦己型消费与情绪价值需求特点，以产品创新为核心、以场景适配为载体、以情感共鸣为纽带，系统性推进年轻化布局。一是做好产品创新准备。持续深耕 38° 低度产品线，通过工艺优化强化酒体柔和、顺滑的饮用特质，适配年轻人对低度利口、微醺体验的核心需求；同时，研究开发精酿啤酒、中式果酿酒等创新酒品以及生物发酵面膜、香水等酒类衍生品，贴合年轻群体消费需求。二是做好新消费场景打造。推广冰饮、调饮等全新品饮方式，打造新的消费场景，比如尝试做消费门店，结合餐酒消费集中展示公司产品。推动产品融入年轻人和女性消费群体日常作息与社交场景，成为生活方式的有机组成部分。

3.公司低度产品的优势是什么？

随着消费群体迭代，低度酒已成为行业发展趋势之一，而低度酒对酿造工艺精度与品质稳定性的要求更为严苛。作为早布局、深耕低度酒领域的头部企业，公司核心优势集中于三点：一是建立了深厚的技术护城河，凭借长期技术积累实现低度酒品质口感的核心突破；二是产品品质稳定性久经市场检验，形成差异化竞争壁垒；三是市场验证充分，38 度产品在华北、华东、西南等核心区域及更多新兴市场的认可度持续提升，充分彰显消费者对公司低度产品的信赖。未来，公司将持续巩固并强化这一核心优势，进一步优化工艺、提升产品力，持续领

跑低度酒赛道。

4.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 的品牌定位是公司立足品牌长期价值、基于市场规律作出的战略选择，核心逻辑有三点：

第一，历史经验奠定战略定力。从公司发展经验来看，成熟品牌的价格体系不能随竞品短期波动而摇摆，需要保持战略坚定，才能守护品牌长期生命力。

第二，品牌价值与用户需求决定价格逻辑。白酒核心消费群体既包括注重性价比的购买者，也包括看重品牌身份认同、价值稳定性的使用者。作为高端白酒三大品牌之一，国窖 1573 的产能相对稀缺，且在上一轮行业扩张期，我们的涨价幅度始终保持克制，因此在本轮行业调整中，价格调整幅度相对较小，是符合品牌定位与市场预期的合理表现。

第三，差异化应对而非单纯“守价”。公司需要通过提升服务质量、优化消费体验等方式为用户创造更多附加值，从而应对市场变化。未来，公司将继续坚守品牌定位，保持价格体系的稳定性与严肃性，同时持续强化品牌价值输出与用户服务升级，以长期主义视角守护国窖 1573 的品牌资产。

5.如何看待线上电商？

线上电商是现代渠道体系中不可或缺的重要组成部分，其在用户触达、消费便捷性等方面的价值显著，是品牌链接市场的重要桥梁。当前电商平台仍处于持续发展与完善的阶段，行业的规范与成熟是一个系统性工程，既涉及企业、平台的协同共治，也需要行业自律与政策引导，是全社会共同面临的共性课题。未来，公司将继续秉持生态链战略思维，持续探索合规共赢的电商合作模式，在守护品牌价值的前提下，充分发挥线上渠道优势，同时推动线上线下生态协同，助力行业健康可持续发展。

6. 2025 年行业销售情况以及 2026 年一季度展望。

	今年白酒行业销售呈现阶段性波动特征：1-4月整体表现良好，开瓶率保持稳健增长；5月起受行业环境影响，市场进入调整期，行业短期内面临阶段性挑战，旺季弹性减弱，淡旺季差距不明显，明年一季度可能是行业关键调整窗口。但从中长期来看，白酒行业仍然具有旺盛的生命力，只要保障市场基础稳定，注重渠道生态链健康，积极捕捉消费迭代与产业升级带来的新机遇，行业将逐步回归健康发展轨道。
附件清单(如有)	无
日期	2025年12月24日