

证券简称：华致酒行

证券代码：300755

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：2026-002

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 checked="" 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
参与单位名称及人员姓名	线上参与华致酒行 2025 年度网上业绩说明会的投资者。
时间	2026 年 5 月 8 日（星期五）15:00-17:00
地点	“华致酒行投资者关系”微信小程序
上市公司接待人员姓名	董事长：吴向东 董事、总经理：杨武勇 独立董事：吴革 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	<p>一、问答环节</p> <p>1、领导层您好，请问公司上市以来 2025 年首次出现年度亏损，核心原因是什么？哪些因素影响最大？</p> <p>答：酒类流通行业 2025 年仍处于深度调整期，酒类商品价格在 2025 年呈下降趋势，基于谨慎性原则，我司对于现有库存计提了大额存货跌价准备，此项为我司 2025 年亏损的主要影响因素。</p>

**2、公司 2025 全年存货跌价准备具体计提金额多少？计提标准是什么？2026 年是否还有大额减值压力？**

答：公司 2025 年存货跌价准备计提 30,233 万元。计提标准为根据存货的成本与可变现净值孰低提取或调整存货跌价准备。2026 年酒类价格趋于平稳，暂未出现大额计提存货跌价准备情况。

**3、想请教下面对公司目前经营承压的现状，管理层有哪些具体应对举措？**

答：面对复杂严峻的行业环境，公司坚持以“去库存、促动销、稳价格、调结构、优模式、强团队”为核心工作主线，坚定推进“从真的华致，到潮的华致、数智化的华致”战略升级，全面深化经营改革、推动业态创新、强化风险管控，在行业深度调整期实现了阶段性突破，报告期内，公司现金流状况显著改善，资产结构持续优化，新零售战略布局加速落地。

**4、请问 2026 年分红政策是否稳定，如何兼顾经营投入与股东回报？**

答：您好，公司将根据《公司章程》及相关规定，结合实际经营情况、未来发展资金需求制定年度利润分配方案，充分保障广大投资者的合法权益。

**5、各位领导好，请介绍下 2025 年华致优选门店的拓展情况，谢谢。**

答：2025 年，公司推出全新“华致优选”门店业态，重点发展即时零售业务，加密线下网点布局，市场接受度良好，整体招商加盟工作平稳有序推进。现阶段，公司将“华致优选”列为重点业务持续落地推进，目前已在长沙、南京、海口等重点城市完成初步布局。2026 年，公司将持续加大招商拓展力度，逐步扩大覆盖范围，完善全国门店网络布局，不断增加门店密度，提升即时零售业务占比，进一步打通“产品+服务”“线上+线下”“店内+店外”深度融合的 O2O 即时零售服务体系。

6、想请管理层帮忙梳理下，公司当下各类门店业态整体布局情况，也想了解每种业态各自的定位、日常运营模式，以及接下来中长期的发展规划是怎样的。

答：公司围绕“酒类新零售连锁品牌+保真名酒供应链服务平台”战略定位，推进“华致酒行+华致名酒库+华致优选”三大业态协同发展。

华致酒行，定位品牌高度。门店选址高端、客群高端、功能高端、形象高端。产品品类丰富，店内设置品鉴区、餐饮区、娱乐区，为名酒用户提供深度服务与圈层营销活动，核心价值在于满足高净值消费者对信任与社交的双重需求。

华致名酒库，定位品牌宽度。聚焦大众消费市场，以“保真+快捷”为核心，主打高性价比、全品类覆盖，从口粮酒到世界名酒一应俱全，核心价值是让普通消费者买真酒更便利、用酒更省心。

华致优选，定位品牌密度。下沉市、县、社区等终端毛细血管，瞄准新消费群体，采用 80 平方米小店，店仓协同，接入市场主流即时零售平台，通过 15-30 分钟极速达，精准满足名酒与潮饮消费需求。

7、作为长期投资者，很关心公司盈利改善的落地路径，想了解接下来会落地哪些具体、可落地的实际举措，稳步提升整体盈利水平，同时增厚公司内在价值和股东回报。

答：在盈利能力方面，公司将聚焦门店端、产品端、运营端三大核心维度深化布局。

门店端将持续深化三大门店业态模式的销售网络布局，通过优化门店质量和拓展门店数量，筑牢渠道核心竞争力。

产品端将围绕“名酒战略合作+自有品牌打造+品类布局”三大方向，系统推进供应链与产品运营，一方面持续深化与头部名酒及地方优质酒厂的战略合作，强化供应链稳定性与产品稀缺性，夯实核心产品竞争力。另一方面，加快自有品牌“华致优选”

建设，确保产品兼具品质优势、价格优势及市场认可度。

运营端将严格控制运营成本并提高运营效率，实现降本增效，通过业务运营服务体系优化，以用户为运营导向，做好客户运营和品牌运营。

**8、公司一直很重视供应链体系建设，想麻烦具体介绍下现有供应链基础，以及后续在供应链优化、升级层面，还有哪些明确的规划和即将落地的实操动作。**

答：公司长期深耕酒类主业，已搭建成熟稳定的全国一体化供应链体系。未来公司持续深化与全国及区域名酒厂家的深度合作，同时不断升级仓储布局与数字化物流调度能力，优化全国多仓联动配送模式，提升货品周转效率，缩短区域配送时效。另外，供应链全链路实行货品溯源核验、正品保真管控，从源头到终端严守品质关口，全面保障门店、团购及线上渠道货源稳定、品质可靠，夯实公司核心竞争力。

**9、留意到公司推出了自有品牌华致优选，想请管理层简单介绍这款自有产品的定位、目前运营现状以及后续的推广节奏。**

答：“华致优选”是公司结合自身酒类行业资源，全新推出的酒类优选产品品牌。产品筛选环节，公司联合行业专业评审、资深品鉴团队共同测评，同时面向终端消费者开展多轮实物品鉴调研，综合多方体验与品质标准择优选品，严格把控每一款产品品质，切实解决消费者日常购酒时选品难、品质难判断的痛点。落地运营过程中，公司统筹整合线下门店与线上即时零售布局，精准贴合悦己消费场景，满足日常自饮、小型聚餐等大众高频用酒需求。目前属于上市阶段，后续公司将稳步推进日常运维与渠道深耕，持续提升产品终端覆盖能力与市场口碑。

**10、近几年公司人员规模有所缩减，想了解公司在人才梯队搭建、团队稳定和后续人才培养建设上，有没有相应的完善举措和安排。**

答：公司持续深化人员管理体系建设，不断夯实团队战斗力。

	<p>围绕“人效提升”核心目标，公司将从三方面推进体系优化：一是动态优化人员结构，结合业务发展节奏与市场需求波动，优先保障门店运营、物流配送、客户服务等关键岗位的人员适配，确保业务高效顺畅开展；二是完善激励约束机制，进一步优化薪酬考核体系，突出“业绩导向”，通过多元机制设计充分调动团队的积极性与主动性；三是强化核心能力培育，搭建常态化培训与考核体系，聚焦产品专业知识、终端运营技巧等核心能力，全面提升团队专业素养，以优质人力支撑承接市场机遇。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2026年5月8日