

# 江苏洋河酒厂股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2026-001

<p>投资者关系活动类别</p>	<p><input type="checkbox"/>特定对象调研                      <input type="checkbox"/>分析师会议</p> <p><input type="checkbox"/>媒体采访                                <input checked="" type="checkbox"/>业绩说明会</p> <p><input type="checkbox"/>新闻发布会                              <input type="checkbox"/>路演活动</p> <p><input type="checkbox"/>现场参观</p> <p><input type="checkbox"/>其他</p>
<p>活动参与人员</p>	<p>洋河股份：顾宇、陈军、尹秋明、宋志敏、路国平、陆红珍</p> <p>参加公司 2025 年度网上业绩说明会的投资者</p>
<p>时间</p>	<p>2026 年 5 月 12 日</p>
<p>地点</p>	<p>价值在线（<a href="https://www.ir-online.cn/">https://www.ir-online.cn/</a>）</p>
<p>形式</p>	<p>网络远程方式</p>
<p>交流内容及具体问答记录</p>	<p>公司召开了 2025 年度网上业绩说明会，现就主要回答内容整理如下：</p> <p>1. 2025 年洋河高线光瓶酒刚上市时，市场非常火，热度非常高，但后续发展感觉有点后劲不足，请问高线光瓶在公司地位如何，后续会有什么新的打法吗？</p> <p>答:尊敬的投资者,您好!洋河高线光瓶酒精准聚焦百元以下主流光瓶酒价位带，持续深化旺销餐饮店运营，全力抢占核心消费场景，目前已在江苏及周边市场完成初步布局。2026 年，将进一步推动光瓶酒在省外市场的拓展上市，强化与洋河品牌的体系化协同，实现价位协同、渠道协同，切实提升整体市场竞争力。感谢您的关注！</p> <p>2. 我是洋河忠实粉丝，持有洋河已经多年，而且这些年只增持，没有减持过，但公司股价持续走低，对于我们这些忠实粉丝伤害是巨大的，公司可不可以针对我们这些长期持有洋河，亏损严重的股东，有一些购酒优惠，让我们这些忠实粉丝能</p>

**感受到公司温暖的一面!**

答:尊敬的投资者,您好!感谢您对洋河长期的关心和信任,您的建议我们会认真研究,感谢您对公司的支持!

**3. 海之蓝已经基本完成全面上市铺货,后续对天之蓝、梦3水晶版、梦6+有没有升级计划?**

答:2025年率先在省内焕新上市第七代海之蓝,2026年在全国市场陆续导入。后期,将根据市场情况,适时焕新天之蓝、水晶梦、梦6+等产品。

**4. 很多人说洋河之前最厉害的是营销,但目前营销有点成为洋河的短板,比如连续多年冠名春晚倒计时,目前看来效果不明显,短视频等新的营销手段洋河也是最近才重视起来,感觉也有点晚了,请问洋河在营销方面还在做哪些工作?**

答:自2025年下半年开始,公司强化“聚焦”战略,推进区域统筹、品牌整合和资源聚焦。同时,强化营销策略的统筹指导,按照“整顿秩序、稳定价盘、提振信心、强化协同、促进动销”的工作主线,促动销、降库存、稳价格、提势能。春晚是全球华人高度关注的年度盛宴,春晚整点报时对梦之蓝品牌传播,品牌形象和影响力提升,有非常好的效果。2025年下半年,公司单独设立融媒体运营部,强化品牌宣传和内容营销,深化消费者运营,运营效果持续向好。

**5. 请问洋河股份未来战略规划方向是什么,未来研发和重点投资的方向?产品是否多元化,在酱香型和浓香型白酒市场有所突破,占据一席之地,如何在激烈的白酒竞争市场,实现低成本运行,实现可持续发展,每季度都能实现稳定盈利,跨越季度周期。**

答:尊敬的投资者,您好!公司将坚定落实“整顿秩序、稳定价盘、提振信心、强化协同、促进动销”方针,紧扣“调结构、强主导、稳价格、控库存、提信心”工作主线。聚力推动以下四个方面营销攻坚克难:一是在产品侧,以全面提升产品品质为核心,统筹推进海7省外上市、天之蓝、水晶梦突破、梦6+战略复兴、高线光

瓶酒全国性市场布局及双沟战略激活，形成梯次清晰、接续有力的产品矩阵；二是在市场侧，省内强化渠道深耕，持续巩固提升大本营市场优势；省外聚焦重点市场精准投放、定点突破，实现稳盘固盘；三是在渠道侧，推动优质经销商和有效终端存量稳定、信心提振，大商培育和战略核心商绑定取得实效，厂商利益共同体更加稳固；四是在用户侧，始终坚持以消费者为中心，通过产品讲好品牌故事，传递品牌价值。感谢您的关注！

**6. 五粮液最近开启 80-100 亿回购注销，还有控股股东开启增持，洋河是否也可以开启增持或回购？**

答:尊敬的投资者，您好！公司重视投资者的建议和意见，如有相关计划，将严格按照法规要求履行信息披露义务。感谢您的建议与关注！

**7. 2024 年和 2025 年第四季度大额的亏损是否是常态？是否存在业绩集中于一季度释放的惯例？**

答:尊敬的投资者，您好！2024 年和 2025 年第四季度收入金额较小，而销售费用、管理费用等成本费用中的固定费用变动幅度较小，致使四季度出现亏损。一季度因春节因素，为酒类销售的旺季，相对于其他季度，一季度的销售收入均大于其他季度。感谢您的关注！

**8. 本人持有洋河股份股票，想请问今年年中是一次性发 2025 年净利润全部分红吗？还是只发一半，剩余一半年末再发？**

答:尊敬的投资者，您好！公司制定并披露了 2025 年度利润分配预案，该分配预案尚需公司股东会审议。根据相关法规，公司应当在股东会审议通过利润分配方案后两个月内，完成利润分配事宜，具体请关注公司公告。感谢您的关注！

**9. 我是来自宿迁的投资者，我想了解贵公司关于 AI 方面的战略以及利用 AI 给各类产品还有服务赋能的情况，还有降本增效的情况。**

答:尊敬的投资者，您好！公司会长期持续关注 AI 在生产、营销、品牌、服务

等领域的应用。目前：（1）在营销领域构建了 AI 营销助手，落地智能表单、智能问数等五大场景，以技术赋能业务升级，有效提高市场人员工作效率，推动团队从基础事务转向客服服务；（2）在服务领域通过升级客服体系，实现 7×24 小时智能应答与典型业务办理，有效降低人工服务成本，同时构建客户需求动态洞察体系，推动服务效率与客户满意度双提升；（3）在品牌领域构建 AI 内容管理系统，打造公司统一内容素材管理、市场广告点位投放管理、AI 低成本内容创作和传播管理等能力，为未来“可复制化、规模化”社交内容传播打下基础。未来将会逐步构建 AI 统一工作台，探索更多的 AI 应用场景。感谢您的关注！

**10. 请问公司去库存的进度如何？了解到公司从 2024 年 3 季度开始，主动调整去库存，已经快 2 年时间了。**

答:您好！当前公司渠道库存较为良性，符合预期。自 2024 年以来，公司坚定推行“控量稳价”策略，维护市场价格稳定，优化政策费用投放，强化秩序管控引导，推动市场价盘平稳向好、渠道信心逐步恢复、市场动销氛围逐步提升。

**11. 请问公司采取的收入确认方式，是不是基于控制性转移？有没有开票加收款，就确认收入的情况？公司目前有没有对广告费投入成果转化的投入产出比做精细化分析与管理？财务在这方面，有什么贡献？**

答:尊敬的投资者，您好！公司采取的收入确认方式是基于所销售商品的控制权转移。公司财务会定期开展业财分析，促进提升投入产出比。感谢您的关注！

**12. 公司目前在江苏市场的开瓶率如何？注意到公司 2025 年本地市场份额都被友商超越，是主动调整的结果还是持续落败的结果？**

答:江苏省内除海之蓝以外，其他产品开瓶率略有增长。2025 年，省内市场主动调整，对 22 版海之蓝全面停供，全力推进第七代海之蓝率先在省内焕新上市，目前第七代海之蓝开瓶数逐步提升。

**13. 请问洋河目前省内和省外的资源配比如何？年报里看到省外的经销商在**

大幅减少。另外，海之蓝 7 代的陆续铺货进程如何？2026 年，是否仍然是去库存为主？

答:您好！公司坚持省内省外市场一盘棋发展，通过聚焦核心市场、关键场景、优势媒介点位等，切实提升资源的配置转化效能。公司基于各市场发展情况，对经销商布局进行了优化完善，引入有资源、有能力、有理念的经销商，扶持中小商做大做强，助力大商提档进阶，持续优化经销商结构布局。2026 年海 7 将在全国导入，通过开展酒店赠饮、烟酒店客情等，切实提升消费拉力、渠道推力。其中，省内市场海 7 自 2025 年上市以来，动销开瓶稳步提升，当前处于新老版代际交替阶段；省外市场海 7 已陆续完成铺货陈列，下一步将强化动销开瓶引导与终端氛围打造。当前公司渠道库存较为良性，符合预期。2026 年，公司将在库存动态平衡基础上，强化动销、稳定价盘、深化核心消费者运营，坚定夯实市场份额。

**14. 酒是不是卖不动了。对于产品有无升级？**

答:尊敬的投资者，您好！目前公司产品的动销开瓶情况良好，金梦九、第七代海之蓝均已完成升级，省内市场已经上市；海七正在省外市场推广。感谢您的关注！

**15. 如何优化与经销商的共赢体系？有什么动作？奶茶和咖啡近几年出海都很猛，低度酒与出海是否有思路？不要抱着微分子，名字不好，没有切合受众命名。手工班看网上评测视频都很好，自己也很喜欢喝，有什么策略冲击高端？海之蓝和高线光瓶酒的全国铺货情况？网上友商水军对于洋河的恶意评价越来越严重了，不能坐视不管，影响口碑了。**

答:尊敬的投资者，您好！1、公司针对经销商进行优化布局，扶持中小商做大做强，扶持大商做强做优。针对经销商培育发展，公司已出台帮扶政策。2、海天梦均有低度产品，满足消费者饮酒需求。同时，公司也结合新酒饮，推进产品创新与探索。3、手工班将聚焦核心圈层、核心场景进行深耕，以高品质更好满足消费者需求。4、海之蓝是年销超亿瓶的大单品，海七目前已在省内全面上市，省外正

在进行上市推广；高线光瓶酒将依据各地市场发展需求进行铺货导入。5、对于网络各种恶意抹黑、造谣、诋毁公司品牌的行为，公司将使用法律武器坚决维护品牌声誉和投资者利益。感谢您的关注！

**16. 建议董事会关注股价并出台相关措施，几十万股东有钱才会消费，员工有激励才有动力，才能形成良性循环。**

答:尊敬的投资者，您好！感谢您的关注与建议！公司将持续聚焦主业、做实经营，深化品质、品牌、市场和管理升级，全力以赴改善基本面，提升价值创造和股东回报能力，回报广大投资者的支持。

**17. 如何解决一代已富经销商不思进取、躺平的问题，也是一大难题，怎么破局？**

答:洋河自 2003 年蓝色经典上市以来，确实成就了一大批经销商。目前，部分经销商合作已接近或超过 20 年，部分年龄已在 60 岁上下，如何培养老商接班人的问题，确实是公司需要重视的课题。为了厂商共进，公司每年都有经销商培训计划，并已开展多期“洋二代”梦享长青训练营，旨在培育更合格、更优秀的市场接班人。同时，切实加强厂方人员业务培训，提升团队营销能力，进一步强化厂商协同，助力经销商长期健康平稳运营。

**18. 第七代海之蓝等新品目前市场反馈如何？预计 2026 年贡献收入占比多少？**

答:2025 年下半年，第七代海之蓝率先在江苏省内焕新上市，颜值、品质、性价比得到了经销商、终端及消费者的充分认可，产品上架金额、开瓶数快速提升，市场份额逐步回升。预计 2026 年海之蓝仍然是公司的第一大单品。

**19. 根据公司 2025 年年报，公司有货币资金 132.63 亿（P63），占总资产的 22.63%，其中现金 131.55 亿（P142 现金和现金等价物的构成），占总资产的 22.45%，现金等价物为 0，可知公司的货币资金几乎全部都是现金。P142 页不属于现金及现**

金等价物的货币资金有：存款应收利息 1.06 亿，冻结资金 0.03 亿，这两项属于货币资金中的非现金部分。 根据我个人对于会计政策的理解，公司现金包括库存现金、活期存款、数字人民币、支付宝余额、微信财付通余额等，都属于可随时用来支付的活期性质，定期存款不属于现金。请问：这 131.55 亿的现金（都是活期性质）怎么会产生存款应收利息 1.06 亿，这在会计上的依据是什么？看了公司前几年的财报我也有类似的疑问。

答:尊敬的投资者，您好！定期存款也是可以提前随时支取的，属于现金流量表中的现金范围，存款应收利息为定期存款产生的应收利息。感谢关注！

**20. 建议洋河所有的产品申请“绿色食品”！**

答:非常感谢您提出的宝贵建议，我们会认真研究。您的建议与洋河股份长期以来坚持的发展理念高度契合，我们始终以实际行动践行绿色发展理念，为广大消费者提供更高品质的绵柔美酒。再次感谢您的关注与支持！

**21. 请问年底或者明年年初会不会有中期分红，类似 2024 年的时候。**

答:尊敬的投资者，您好！公司积极关注股东回报，将综合企业发展情况等因素，及时制定每年度的具体利润分配方案并及时履行决策程序，具体请关注公司公告。感谢您的关注！

**22. 请问梦六加一季度动销情况怎么样，2025 年梦六加销售额有多少？**

答:2025 年公司对梦 6+实行控量稳价，价格趋稳，仍然是公司次高端战略单品。2026 年一季度，梦 6+动销总体平稳，渠道库存较为良性，上架金额、开瓶数等持稳向好。

**23. 6 月 1 日税改，对洋河来说，影响如何？是机会还是危机？有没有新的渠道改革？**

答:尊敬的投资者，您好！目前公司面临的税收环境及税负率总体稳定。感谢您的关注！

**24. 建议公司把梦9定好900元价格去主动竞争900元浓香最厚的利润，多加广告不要害怕他们，做好消费者差异化竞争多投点广告，做好长期主义。**

答:4月份，梦9产品全面焕新导入，定位800-900元价位。作为高端产品，公司将围绕核心消费群体进行长期培育。

**25. 请问公司接下来准备提质的产品有哪些？有没有考虑把梦想品鉴官向省外重点市场投放？有没有考虑小批量出一些展现极致风味的产品，比如说梦之蓝明窖，梦之蓝清窖，挂在官网上卖，能卖多少算多少，不花钱去推广。**

答:目前公司金梦九、第七代海之蓝均已完成升级，省内市场已经上市；海七正在省外市场推广。我们将围绕品牌焕新的整体规划，根据市场需求，为消费者提供更高品质的绵柔美酒。感谢您的关注。

**26. 现在年轻消费者更偏爱短视频、直播渠道，建议公司多做年轻化内容营销、跨界联名，贴近年轻人喜好。**

答:尊敬的投资者，您好！感谢您的意见和建议，我们将认真研究，做好年轻消费者的培育和引导。感谢您的关注！

**27. 洋河如何保证自己的食品安全？**

答:洋河股份构建并实施“从田间到舌尖”的“333”食品安全主体责任落实工作模式，将管理机制、业务流程、信息技术三个核心领域与食品安全主体责任深度融合，全方位推动全网格的精细化管理、全流程的系统化评估以及全链条的智慧化监管，构建起集预防、治理、改进于一体的食品安全管理机制。

**28. 建议公司多开放线下厂区研学参观，做好白酒文化传播，用文旅带动品牌口碑和产品销售，打造文化IP。**

答:尊敬的投资者，您好！感谢您的建议！公司将发挥好国家工业文化遗产、国家非遗技艺传承、国家文保单位的优势，进一步做好厂区现场研学的组织，让广大消费者更深入地了解公司的品牌和产品。

**29. 5月9日公司发布的声明，我们作为消费者十分认同，建议公司加强打击力度，严惩这些人，同时也建议公司法务部门设置专门举报渠道。**

答:尊敬的投资者，您好！感谢您的建议，我们将持续做好品牌形象维护工作。感谢您的关注！

**30. 2025年海之蓝销售情况，以及对2026年海7的销售目标？**

答:2025年海之蓝销售略有下降，主要原因是2025年对省内22版海之蓝全面停供，下半年在省内率先上市第七代海之蓝，控量稳价，影响了一部分市场份额。2026年海7在全国市场陆续导入，将逐步替代22版海之蓝。

**31. 建议加大省外重点市场的品牌落地和品鉴会推广，不要只靠经销商自发推广，公司多主动赋能省外市场，加快全国化进程。**

答:尊敬的投资者，您好！感谢您的建议！公司将在后期工作中进一步加强省外重点市场的产品品鉴推广，主动赋能省外市场。

**32. 请问洋河股份2026年是否计划推出股东专属优惠购酒活动？参考五粮液、今世缘、金徽酒模式，持股股东能否以优惠价购买梦之蓝/天之蓝系列？**

答:尊敬的投资者，您好！我们会认真研究您的建议，并按规定渠道发布相关信息。感谢您的关注！

**33. 作为一名投资者，想了解下我们洋河十五五战略规划核心要点，市场重点发力点在什么地方，要实现什么样营收目标，占据什么样行业位次，对投资者有什么回报规划。**

答:尊敬的投资者，您好！“十五五”期间，公司将始终坚持以消费者为中心，围绕江苏及省外重点市场，聚焦动销和开瓶，推动企业高质量发展，以更好的业绩回报投资者。感谢您的关注！

**34. 建议重新定位下消费者需求，举个例子，苏超是很好的一个消费场景，我发现很少人喝白酒，喝的基本是啤酒。娱乐放松的场景，白酒的压力还是太大了。**

还是公司研究一下怎么适配苏超消费场景和人物画像。重新思考消费者的需求来创新产品。

答:尊敬的投资者,您好!感谢您对公司的关注。公司目前已关注到白酒核心消费群体正在逐步完成代际消费迁移,群体结构、消费需求及理念的变化对行业发展产生了一定影响,公司始终坚持以消费者需求为导向,会顺应白酒消费群体、消费需求等方面的趋势变化,深入开展消费者洞察与研究,以产品创新、体验创新和模式创新等为抓手,积极做好相关产品布局,有效满足消费者多样化的需求。您提出的适配苏超这类新兴消费场景、结合对应人群画像调整产品定位的建议公司已收悉,公司会结合自身发展规划对相关方向进行研究评估。感谢您的关注!

**35. 洋河 2026 年宣传费这块的战略计划是什么? 因为前两年广告费基本看不到效果。**

答:尊敬的投资者,您好!关于广宣费用,公司将精准缩量控费,严控费用率,同时优化投放结构,提升费效比。感谢您的关注!

**36. 清明和五一假期,公司梦 6 的销售和开瓶情况如何? 对比去年有没有增加?**

答:尊敬的投资者,您好!梦 6+的销售和开瓶情况符合公司预期,感谢您的关注!

**37. 建议促销活动:买一箱海之蓝,送一小瓶天之蓝品鉴装;买一箱天之蓝,送一小瓶梦之蓝品鉴装;买一箱梦之蓝 6+,送一小瓶手工班。**

答:尊敬的投资者,您好!感谢您的建议,我们将认真研究。

**38. 贵公司的营销方向是注重包装,故事,营销,还是注重出品,口感? 光瓶酒的出现对公司业绩帮助大吗? 汾酒的光瓶酒现在是口粮酒市场的一哥,为什么光瓶酒瓶子不能做成长方形! 我本人是酒友一位! 喝酒要素:观感,口感,环境缺一不可!**

答:尊敬的投资者,您好!感谢您的建议,公司将在品质和营销上持续提升,为消费者提供更高品质的绵柔美酒!

**39. 洋河旗下有很多品牌,例如:贵州贵酒,双沟。可是,这些子品牌并没有和洋河的主品牌形成互补,甚至有竞争关系。请问:管理层对这些子品牌有什么具体的规划?**

答:尊敬的投资者,您好!双沟和贵酒品牌是公司的重要组成部分,我们将通过品牌策应、价位互补、区域协同等,统筹推进资源整合,凝聚市场竞争合力。下一步,公司将结合行业竞争态势与市场发展情况,强化品牌建设,赋能营销工作,促进协同发展。感谢您的关注!

**40. 洋河在海外市场目前营收及占比如何?海外市场未来是否有明确的营收目标?能否成为公司新的增长点?**

答:尊敬的投资者,您好!2025年,公司产品已进入全球80多个国家和地区,入驻全球主要机场免税渠道。在品牌形象塑造上,洋河通过参与新加坡TFWA、法国WINE Paris、德国PROWEIN等展会,持续强化专业品牌背书。同时,洋河紧抓重大国际事件机遇,亮相上合组织峰会、达沃斯论坛,并成为APEC峰会等重要国际场合的指定用酒,系统性构建高端品牌形象。整体上,白酒国际化是一个长期的工作,目前公司在海外市场营收占比还比较小。感谢您的关注!

**41. 这两年,营收、利润双降,是否会重点打出双沟这张底牌,是否有计划增加广告投放力度,毕竟这些年双沟的曝光度一直不咋的。**

答:双沟品牌是公司的重要组成部分,我们将通过品牌策应、价位互补、区域协同等,统筹推进资源整合,凝聚市场竞争合力。下一步,公司将结合行业竞争态势与市场发展情况,聚焦双沟主导产品和核心区域,适时做好广告投放,强化品牌建设,赋能营销工作。

**42. 点赞最近组织调整和企业文化的宣传。**

答:尊敬的投资者，您好！公司将持续强化品牌宣传，感谢您的关注！

**43. 请问洋河股份怎么做低成本运行，如何利用自身产能优势和储酒能力，去开拓更多的市场份额？如何提升酒的品质和类别，比如酱香酒之类的。**

答:尊敬的投资者，您好！目前公司已经储备 74 万吨的不同类型基酒。我们始终坚持长期主义、品质主义、消费者至上的原则，依托长期基酒储备，夯实绵柔品质基础，满足消费者个性化、特色化、多元化的体验需求，在价值层面、感知层面持续研究突破，不断引领白酒新风尚。

**44. 公司从 2023 年开始，每年的广告费用都那么高，甚至去年都超过一年的净利润，这种投入有获得对应的产出么？当前这种形势下，这块投入未来是怎么考虑的？刚性支出是否值得。**

答:尊敬的投资者，您好！公司将精准缩量控费，严控费用率，同时优化投放结构，提升费效比。感谢您的关注！

**45. 公司年报中基酒存量，是包含贵酒与和双沟吗还是只有洋河，占比各是多少？**

答:尊敬的投资者，您好！公司年报中基酒储存量包括洋河、双沟以及贵酒基地生产的不同等级、不同年份的基酒。感谢您的关注！

**46. 可以透露一下 2026 年海天梦各系列以及高线光瓶酒最新动销情况是怎样的吗？**

答:尊敬的投资者，您好！今年以来，海天梦产品和高线光瓶酒动销情况较好，总体保持平稳态势，消费氛围持续提升。下一步，公司采取“控总量、助动销”两手抓，强化库存去化，推动价盘稳中有升。严控总量、调节供应，持续抓好动销开瓶，推进市场良性发展。感谢您的关注！

**47. 请问公司有没有升级天之蓝、梦三水晶版、梦六加的计划。目前老版梦三、梦六仍在线上销售，请问是做何打算，库存消化大概需要多久，是否考虑降价销售**

**老款产品？**

答:您好！公司将根据市场情况，适时焕新天之蓝、水晶梦、梦 6+等产品。目前，老版梦 3、梦 6 礼盒版产品在线上销售，库存较为良性。

**48. 公司独立董事平时通过哪些方式参与到公司的决策当中？公司是否有定期的制度安排让独立董事与管理层可以充分地沟通和交流？**

答:尊敬的投资者，您好！作为洋河股份独立董事，我们依据公司制定的《独立董事工作制度》《独立董事专门会议工作制度》等相关专门制度，谨慎、勤勉地履行职责，积极出席公司相关会议，认真审议各项议案，结合自身专业对议案发表独立意见，在公司法人治理结构的完善和规范化运作等方面积极发挥作用，并不定期对公司进行现场考察，与公司其他董事、高管人员及相关工作人员保持密切联系，充分发挥独立董事的作用，促进公司经营管理水平的提高，切实维护公司和全体股东的利益。感谢您的关注！

**49. 公司员工是不是太多了，需要这么多人吗？泸州老窖几千人的业绩要比洋河 2 万多人业绩要好，有没有考虑减少一些没必要的岗位，效仿马斯克清理美国政府效率低下没啥作用的岗位。**

答:尊敬的投资者，您好！公司将创新管理机制，激发组织活力，提高人员效能。感谢您的关注！

**50. 洋河股份经营业绩和股价下跌，作为独立董事有什么看法？**

答:尊敬的投资者，感谢您的提问！在过去的十几年，洋河取得了较快发展，创新了绵柔型白酒新风格，建立了全国化营销网络，实际上是非常不容易的。近年来白酒行业整体承压，公司自身也需要解决一些阶段性的问题，相信公司有有能力完成转型调整，通过扎实经营，实现内在价值的提升。作为独立董事，本人也将积极做好洋河产品的“宣传员”，让更多人了解洋河、支持洋河、消费洋河！

**51. 现在省内外真实库存是什么情况？2025 年第四季度大幅亏损，具体是哪**

些方面，能详细说明一下吗？

答:尊敬的投资者，您好！公司目前库存情况较为良性，感谢您的关注！

**52. 什么时候开股东大会，什么时候定分红日子？**

答:尊敬的投资者，您好！公司将尽快召开股东会，审议关于现金分红的议案，具体请您关注公司公告！

**53. 洋河股份中中国白酒行业，中国社会，优秀人物很多，公司如何去挖掘筛选，组合利用这些优秀人物？**

答:尊敬的投资者，您好！公司高度重视人才的挖掘和培养，并通过创新机制、搭建平台，让各类人才脱颖而出。感谢您的关注！

**54. 请问管理层对公司 2026 年整体经营业绩有何展望与官方业绩指引？**

答:尊敬的投资者，您好！公司将持续做好产品端、客户端、品牌端的各项工作，推动公司高质量发展。感谢您的关注！

**55. 公司现在的 70 万吨库存基酒数量有变化吗？2026 年海之蓝重回 100 亿大单品及 M6+单品到 90 亿营收有信心吗？**

答:尊敬的投资者，您好！公司目前不同等级、不同年份的基酒数量超过 74 万吨。公司管理层对未来发展充满信心。感谢您的关注！

**56. 公司 2025 年末银行承兑汇票 1.53 亿元，较期初同比下降 85.93%，大幅下降原因？**

答:尊敬的投资者，您好！主要原因系 2025 年末公司持有的信用等级较高的银行承兑汇票减少所致。感谢您的关注！

**57. 第七代海之蓝较之第六代，在品质上有哪些提升？**

答:尊敬的投资者，您好！公司焕新升级的第七代海之蓝，采用绵柔型核心酿造工艺，主体基酒甄选自 3 年以上优级原酒、5 年以上的陈年调味酒精心雕琢，香与味更加平衡协调。香气上粮曲香、甜香、花果香复合一体，入口后酒体更加绵柔轻

	<p>爽，下咽更加柔和顺滑，回味上更加细腻香甜，饮后更加轻松舒适。</p> <p><b>58. 公司 2025 年以来在 ESG 方面做了哪些工作啊？还有啥计划？</b></p> <p>答:尊敬的投资者，您好！2025 年，公司持续加大在公司治理、社会责任和环境保护三个方面的投入力度，完善顶层治理架构，不断健全风险防控机制，系统搭建信息披露体系，连续十三年在深圳证券交易所信息披露考评中获得 A 级。以产业链共赢为支撑，筑牢供应商安全与可持续采购体系，助力产业链企业协同发展；践行“报国报民报一方”理念，深耕助学、航天公益、乡村振兴等领域，深化多维社会责任价值体系。坚定不移实施“一二五七”双碳战略，将绿色基因深度融入酿造全产业链，以硬核实力斩获年度“轻工行业绿色制造标杆企业”。</p>
<p>关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明</p>	<p>无</p>
<p>活动过程中所使用的演示文稿、提供的文档等附件（如有，可作为附件）</p>	<p>无</p>