

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：2026-003

投资者关系活动类别	<input checked="" 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 checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他
参与单位名称及人员姓名	中信建投杨骥、方正证券王泽华、申万宏源吕昌、国泰海通闻宏伟、中金证券祝美学、华福证券杨良俊、财通证券张立、中信证券刘晓倩、国投证券燕斯娴、国泰海通李美仪、天风证券孙冉、东北证券吴兆峰、星石投资高超、乐雪资本胡中游、中金基金田陈希、人保养老徐椰香、中信保诚郭雨涵等 49 家机构。
时间	2026 年 5 月 20 日 16:00—18:00
地点	北京市通州区台湖镇民企总部基地 32 号楼华致酒行老酒收藏馆
上市公司接待人员姓名	董事长：吴向东 副董事长：彭宇清 董事、总经理：杨武勇 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	一、问答环节 1、公司 2025 年经营面临一定挑战，核心原因及应对思路是什么？ 答：2025 年，国内酒类行业步入深度调整周期，整体市场

需求承压、渠道库存高企，受行业大环境影响，公司经营出现阶段性波动。面对行业挑战，公司锚定长期发展目标，坚定实施“去库存、促动销、稳价格、调结构、优模式、强团队”核心经营策略，主动优化经营节奏、夯实发展根基，为后续实现稳健高质量发展筑牢基础。

2、问：公司后续是否仍有库存减值相关压力？

答：公司始终秉持审慎经营理念，严格遵循会计准则规范开展库存管理工作。当前，酒类行业价格逐步企稳，公司库存结构持续优化。后续，公司将紧密结合市场实际动态，严格执行库存减值测试流程，保障资产质量稳健可控。

3、2026 年公司整体经营目标和核心方向是什么？

答：2026 年，公司将坚定不移地秉承“用户第一、客户至上”的核心价值观，全面推进各项战略部署。

在品牌建设层面，公司将着力塑造两大核心品牌形象：一是“华致上市公司卖名酒”，突出其保真、安全、放心的核心特质，为消费者提供值得信赖的名酒产品；二是“上市公司卖好酒”，满足广大消费者对高品质、高性价比好酒的需求。

在业务发展与运营优化方面，公司将加速布局新零售与数字化转型战略，通过技术赋能全面提升供应链效率与门店运营服务水平。此举旨在全力推动业绩修复，同时显著提升公司的盈利能力与可持续发展竞争力，确保企业在激烈的市场竞争中保持领先地位。

渠道拓展与网络建设将是另一重点，公司将持续不断的深化渠道布局，加速连锁门店网络的拓展步伐，全力推进“华致优选”区域运营商布局及门店开发目标的达成，进一步扩大市场覆盖，提升品牌影响力与市场渗透率。

4、“华致优选”门店业态的核心战略定位是什么，与传统业务有何区别？

答：“华致优选”是公司布局即时零售赛道的核心战略载

体，核心定位为高密度品牌终端，重点下沉至市、县及社区等终端消费场景，精准触达新一代消费群体。门店采用约 80 平方米小店模式，推行店仓协同运营，全面接入主流即时零售平台，依托 15-30 分钟极速达服务，精准匹配消费者名酒与潮饮即时消费需求，与传统线下门店形成业态互补、场景延伸的差异化布局。

5、华致优选的招商模式与其他门店业态模式有什么不一样？

答：“华致优选”聚焦本地优质运营商开展精准招商合作，依托运营商资源高效推进渠道下沉，快速提升线下门店覆盖密度。相较于其他门店业态，公司为合作运营商提供一站式全流程赋能扶持，涵盖门店选址规划、统一形象装修、全品类货品供给、数字化运营系统搭建、市场运营培训及品牌营销推广等全方位配套服务，大幅简化入驻流程、降低创业门槛与运营风险，切实保障合作方收益，充分激发市场拓展与门店运营的积极性。

6、即时零售赛道竞争激烈，公司的核心竞争优势是什么？

答：面对即时零售赛道的激烈竞争，公司凭借品牌、产品、供应链、数字化四大核心优势构建差异化竞争壁垒：一是品牌优势，依托华致酒行多年积淀的行业口碑与品牌信任度，坚守正品保真承诺；二是产品优势，拥有涵盖核心名酒、自有品牌、潮饮等丰富多元的产品矩阵；三是供应链优势，依托全国性仓配网络，实现高效履约与稳定供货；四是数字化优势，以数字化赋能门店运营全流程，提升运营效率与消费者购物体验，形成难以复制的核心竞争力。

7、公司如何布局华致优选的线上渠道，提升流量和转化？

答：公司高度重视线上渠道战略布局，已入驻主流即时零售平台，构建“产品+服务、线上+线下、店内+店外”一体化运营体系。后续，公司将持续优化线上运营策略，深耕会员精细化运营，多措并举提升线上流量获取与转化效率，推动线上线下渠道深度协同、融合发展。

	<p>8、公司是否布局年轻化产品，应对消费群体变化？</p> <p>答：公司密切洞察消费群体年轻化趋势，积极响应市场需求变化，已开始布局低度酒、光瓶酒等年轻化品类，精准适配年轻消费者多元饮用场景与消费偏好。未来，公司将持续优化年轻化产品矩阵，创新产品形态与营销模式，深化与年轻消费群体的情感连接，稳步拓展年轻消费市场，实现产品结构多元化升级。</p> <p>9、华致优选产品的情况如何？</p> <p>答：“华致优选”是公司立足酒类主业资源，全新打造的酒类产品体系。在产品遴选方面，公司联合行业专业评审与资深品鉴团队开展专业测评，并面向终端消费者组织多轮实物品鉴调研，综合品质标准与用户真实体验严格选品，严把产品质量关，切实解决消费者日常购酒“选品难、品质难辨”的痛点。</p> <p>运营层面，依托公司成熟的酒企供应链资源，直连源头，保障品质稳定与高性价比。在场景落地中，公司统筹线下门店与线上即时零售渠道，精准匹配日常自饮、人情礼赠、小型聚餐等大众高频用酒需求。</p> <p>后续，公司将持续丰富“华致优选”品类，提质增效，实现稳健发展。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2026年5月20日