**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：2023-004**

|  |  |
| --- | --- |
| 投资者关系  活动类别 | □ 特定对象调研 □ 分析师会议  □ 现场参观 □ 业绩说明会  □ 新闻发布会 ☑ 路演活动  □ 媒体来访 □其他（视频+网络会议） |
| 参与单位名称及人员姓名 | 中信证券、中金公司、华泰证券、国泰君安证券、浙商证券、东北证券、长江证券、华鑫证券、德邦证券、光大证券、民生证券、海通资管、华创资管、兴证资管、中银资管、浙商自营、复星保德信、华安基金、信诚基金、平安理财、华富基金、华宝基金、安信自营、国鸣投资、石锋资产、淳厚基金、东海基金、泰信基金、西部利得基金、富安达基金、惠升基金、永盈基金、弘毅远方、东海资管、大朴资产、兴证资管、建信保险投资、玖鹏资产、旌安投资、敦和资管、胤胜资产、大筝资管、准锦投资、鑫元基金、聚劲投资、友邦中国、国华人寿、Leader Asset、国华兴益、理成资产、和谐汇一、猛虎投资、烁石资本、Hao Capital、驼铃资产、上海曜川基金、恒识投资、同犇投资等分析师、机构投资者共计115人。 |
| 时间 | 2023年9月25日下午14:30-16:00 |
| 地点 | 上海外滩金融中心（BFC）39楼会议室 |
| 上市公司接待  人员姓名 | 董事会秘书：张伟先生 |
| 投资者关系活动主要内容介绍 | **一、公司2023年半年度经营情况及增长原因介绍**  公司2023年上半年实现营业收入35.29亿元，同比增长16.64%；实现营业利润12.14亿元，同比增长7.65%；实现归属于上市公司股东的净利润9.20亿元，同比增长10.07%。其中酒类产品实现营业收入32.71亿元，同比增长15.95%。在酒类产品中，中高档酒实现营业收入27.57亿元，同比增长14.61%；普通酒实现营业收入5.13亿元，同比增长23.75%。  公司坚持“老酒、多品牌矩阵、年轻化、国际化”战略，实施老酒“3+6+4”营销策略，秉承“稳价格、强动销、控库存”的核心原则，全面开展老酒馆、老酒盛宴、舍得·智慧之旅、沱牌潮in美好夜、沱牌特级餐饮免费品鉴等消费者体验项目，从而实现经营业绩的稳步增长。  **二、交流互动**   1. **公司如何深化品牌建设，进一步提升品牌影响力？**   答：公司坚持品牌长期性发展的同时，以赋能营销为导向建设品牌，努力实现品效合一。舍得品牌全方位赋能市场建设，尝试生态融通，以更整合、更灵活的方式，延续与深化“品质+文化”的两大品牌护城河，深度融合东方生活美学，与消费者建立价值共鸣；沱牌品牌关注消费者与市场情况，在沱牌策略升级、品质爆点打造、生动的内容输出、深度情感沟通中，确保品牌策略的精准和有效、品牌执行的品质与成效。通过舍得智慧人物、舍得老酒盛宴、沱牌曲酒故事荟、沱牌潮in美好夜等品牌IP的建设，以及央视、各大网络平台、高铁、户外、头条、抖音等传媒手段，持续提升品牌影响力，形成了品牌与销量双丰收的良好发展态势。   1. **公司经销商管理体系的介绍？**   答：公司构建了以地县级、分品牌代理商为主的经销体系，现有经销商数千家，扁平化的代理模式有利于服务下沉及降低渠道成本。公司搭建了经销商服务的信息管理平台，实现了从经销商到终端渠道的全渠道管理，有效实现渠道掌控和实施精细化营销。   1. **公司开展员工持股计划的原因介绍？**   答：公司开展员工持股计划的目的为鼓励核心员工自愿自主地参与并分享企业的长期利益，以促进公司长远发展。同时，公司围绕战略目标和经营计划设置有严格的员工绩效考核要求，员工利益与公司利益具有充分的一致性，有利于推动公司战略目标的实现。   1. **公司针对核心产品如何形成梯度化市场建设？**   答：公司坚定执行“战役聚过程，破圈创爆品”的指导思想，针对核心产品分别确定全国重点市场。公司针对不同品牌，将市场以城市为单元划分为“重点、发展、潜力”三类，聚焦重点市场，培育发展市场，布局潜力市场，从而形成针对不同品牌的梯度化市场建设。   1. **公司藏品舍得10年的产品定位及最新进展情况介绍？**   答：公司藏品舍得10年已在全国十余个城市陆续上市，并召开了上市发布会，产品包装及品质深受消费者喜欢。藏品舍得10年是公司布局千元价位的战略级产品，高端酒的打造需要坚定信心，长期坚持，锲而不舍，必有所得。   1. **公司第四季度在招商方面有什么规划？**   答：公司根据各个品牌的市场情况进行招商布局规划，在有序做好产品招商布局的同时，还要大力做好新经销商的培育工作。   1. **公司中秋、国庆双节的营销举措？**   答：公司积极备战中秋、国庆双节营销，召集销售骨干人员启动“中秋、国庆战役”，在全国多个核心城市的动车站、机场及各大商圈进行了广泛的品牌宣传，对双节促销工作进行了详细的部署和安排。   1. **公司近期终端动销表现如何？**   答：公司坚持“稳价格、控库存、强动销”核心原则，强化过程管理，强化市场基础动作，通过宴席营销、团购会销等方式推动终端动销，公司近期动销表现良好。 |
| 附件清单 | 无 |