

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：2024-003

投资者关系 活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 媒体来访 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input checked="" type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 其他（视频+网络会议）
参与单位名称及 人员姓名	中金公司、中信证券、中信建投证券、华泰证券、广发证券、华创证券、国泰君安证券、财通证券、浙商证券、招商证券、平安证券、天风证券、德邦证券、民生证券、银河证券、信达证券、华西证券、方正证券、兴业证券、东北证券、中泰证券、海通国际、太平洋证券、华福证券、华鑫证券、光大证券、东吴证券、长江证券、开源证券、东亚前海证券、申万宏源、国投证券、国金证券、东方证券、西部证券、野村证券、汇添富基金、广发基金、嘉实基金、鹏华基金、博时基金、银华基金、平安基金、工银瑞信基金、富达基金、中欧基金、华宝基金、前海开源基金、永赢基金、天弘基金、恒越基金、鑫元基金、大成基金、华富基金、泓德基金、兴合基金、广银理财、农银汇理、中加基金、云南卓晔、高毅资产、中信资管、煜德投资、甬证资管、华美国际投资、中邮资管、兴证资管、淡水泉投资、汇丰资管、高盛、交银施罗德、新加坡毕盛资管、同犇投资、大家资产、大朴资产、艾希资本、驼铃资产、UBS、Azimut Investments、Redwheel、Dymon Asia、Pinpoint、Amundi Boc、Gr Asset、Point72、Korea Investment、AceCamp、ChinoAsset 等分析师、机构投资者共计 297 人。
时间	2024 年 3 月 20 日下午 16:00-17:00
地点	公司会议室

<p>上市公司接待 人员姓名</p>	<p>副总裁兼 CFO：邹庆利先生 董事会秘书：张伟先生 营销运营管理中心执行总经理：朱应才先生 董秘办主任助理：陈阳先生</p>
<p>投资者关系活动 主要内容介绍</p>	<p>一、公司 2023 年度经营情况及增长原因介绍</p> <p>公司 2023 年度实现营业收入 70.81 亿元，同比增长 16.93%；实现归属于上市公司股东的净利润 17.71 亿元，同比增长 5.09%。其中酒类产品实现营业收入 65.60 亿元，同比增长 15.98%。在酒类产品中，中高档酒实现营业收入 56.55 亿元，同比增长 15.96%；普通酒实现营业收入 9.05 亿元，同比增长 16.11%。</p> <p>2023 年，白酒市场进一步呈现向名优品牌集中的趋势，但同时也面临着行业竞争加剧等问题。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，坚持长期主义和利他的客户思维，全面加强生产及营销管理，走高质量可持续发展之路，最终实现 2023 年度经营业绩稳步增长。</p> <p>二、交流互动</p> <p>1. 公司 2024 年经营计划介绍？</p> <p>2024 年，公司将坚持四大战略，坚定不移打造大单品、坚定不移提升高端份额、坚定不移推动全国化布局与区域深耕并举、坚定不移推动品牌走向国际化，持续提升品牌力、产品力、渠道力、组织力。公司将继续实施生产系统的智能化升级改造，持续完善生态产业链，积极扩大产能，加强老酒储备，提升老酒品质；持续围绕“FC2M、生态、科创、FES、东方生活美学”等工作重点，紧扣“自信、坚韧、精益、创造”的工作主旋律，强化核心竞争力，打好关键战役，努力实现高速成长。</p>

2. 围绕 2024 年经营计划公司有什么具体的营销举措？

答：一是坚持“稳价格、控库存、强动销”核心原则，推进渠道管理、宣传推广、终端动销标准化；二是打造敏捷型组织，进一步完善人才梯队化建设，按照“区域、渠道、产品”细分的模式逐步在聚焦市场实施组织裂变；三是进一步夯实基地市场，挖掘存量市场增长潜力，开拓增量市场，加速增点扩面；四是深化开展首府战役，以首府带全省，形成板块效应；五是贯彻“利他”的客户思维，持续巩固及提升与经销商的关系，同时加强经销商发展规划，通过扶老商、拓新商、换弱商的策略，加快新经销商的发展；六是积极探索新赛道、新技术、新场景下的新品，寻找增长机会和增量市场，同时坚持重点产品升级优化，提升产品竞争力；七是强化 C 端置顶，打造深度体验，进一步进行消费者培育；八是继续坚持“聚焦川冀鲁豫及东北，突破华东华南，提升西北市场”的总体策略，将全国市场划分为“重点、发展、潜力”三类市场，聚焦资源打造一批重点市场；九是持续推进白酒出海，深耕部分国家及地区，建立海外市场样板。

3. 公司在经销商管理方面的举措？

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。公司建设渠道管理团队服务于终端，提高终端服务水平和促销执行水平，对经销商进行嵌入式管理，持续推行“厂商 1+1”一体化运作。同时，公司还推进三级顾问委员会的建设，规范“3+1”经销商顾问委员会运行，增强厂商协同关系。

4. 公司 2024 年在电商销售方面的规划？

答：公司将持续加强互联网营销渠道建设，按照“一个增加、两个优化、

四个加强”的模式持续提升运营能力，让舍得酒成为互联网营销渠道最受消费者喜爱的老酒品牌。具体措施为：一个增加，持续增加分销渠道建设，让更多广泛的人群通过互联网的多种平台接触和购买舍得、沱牌系列酒；两个优化，持续优化产品结构，构建互联网营销产品矩阵，推出更多具有流量的网红级大单品；持续优化运营模式，对消费者引流及效果投放进行精细化管理，提高市场声量和占有率；四个加强，加强人才队伍建设，加强站内营销及平台级合作，加强增量渠道及重点渠道运作，加强私域会员精细化运营。

5. 公司国际化战略进展如何？

答：“国际化”战略为公司四大战略之一，报告期内，公司国际业务已累计布局超 30 个国家及地区；同时，公司也由贸易转向深耕，加强免税渠道的合作，夯实免税渠道的拓展布局，积极向世界传递中国白酒文化、东方生活美学内涵。

6. 公司提高投资者回报水平的举措？

答：公司将充分考虑盈利能力、现金流状况及未来发展需要，努力实现每股派息良好增长，持续为股东创造更大价值，共享发展成果。为积极回报投资者，公司于 2024 年 3 月 18 日召开了第十一届董事会第五次会议，审议通过了《公司 2023 年度利润分配方案》，公司拟以实施权益分派股权登记日的总股本扣除公司回购库存股份为基数，按每 10 股派发现金红利 21.50 元（含税）。截至 2024 年 3 月 17 日，公司总股本 333,167,579 股，扣除公司回购库存股份 2,084,445 股，以此计算合计拟派发现金红利 711,828,738.10 元（含税），占公司 2023 年度归属于母公司股东净利润的比例为 40.19%，该方案尚需提交公司股东大会审议。

附件清单

无