

## 浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司 2015 年度现场业绩说明会纪要

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

会议时间：2016 年 4 月 7 日（星期四）14：00—15：30

会议地点：浙江省绍兴市北海桥公司新三楼会议室

会议形式：现场会议

参会人员：公司董事长：傅建伟先生

公司董事、董事会秘书、副总经理：周娟英女士

公司董事、总会计师：许为民先生

公司独立董事：寿苗娟女士

公司董事、销售公司总经理：沈永康先生

公司会计机构负责人：杜永强先生

浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司（“公司”）于 2016 年 4 月 7 日（星期四）举行了 2015 年度业绩说明会。在业绩说明会上，关于投资者重点关注的问题及公司管理层的相关说明要点如下：

### 一、投资者提问：公司账上有充足现金，本年度为何不做现金分红？

答：公司充分考虑了实际情况以及未来业务发展、资金需求的具体情况，对 2015 年度未分配利润不进行分配，主要原因：酒类市场受宏观政策、经济环境等因素影响持续低迷，行业竞争异常激烈，公司经营压力不断增大。且一直来黄酒行业规模偏小有市场投入不够、对黄酒文化推广不够等自身因素。一是公司将加大对“古越龙山”和“女儿红”品牌和黄酒文化推广力度，完善和拓宽经营模式，需要相应的经营性资金投入，同时公司持续完善全国销售网络布局，加大黄酒市场拓展力度，也需要一定的资金支持；二是加快黄酒酿造装备和工艺流程的自动化改造，提高生产效益，技术改造升级也需要资金投入。公司将围绕经营目

标, 根据经营需要, 合理安排资金使用计划, 严格控制各项费用支出, 促进公司持续、稳定、健康发展。

**二、投资者提问: 公司国企改革有眉目吗? 年内能否启动?**

答: 公司密切关注国家关于国企改革的相关政策出台, 并跟踪分析同类企业实施改革的成功案例, 针对公司实际情况对上级部门提出意见和建议。并根据上级部门要求, 草拟了多份关于加快推进国有黄酒企业机制体制改革的框架思路, 积极探索公司相关改革, 公司将根据政策环境、绍兴市政府指示及市场情况, 在条件允许情况下争取实施相关改革。目前关于公司的国企改革尚未提到议事日程。

**三、投资者提问: 此次低端产品调高价格, 对销售会否有不利影响?**

答: 低端产品调高价格是大势所趋, 这将对整个绍兴黄酒产业转型升级起到正面推动作用, 对销售来讲应该是中性偏正面, 可能会损失一点点销量, 但对利润率来讲是正面的。

**四、投资者提问: 今年一月我在北京一家商场偶然碰到的一件事, 深感古越龙山酒在绍兴黄酒不正当的同业竞争中受了伤害, 请问公司在同业竞争中有什么新举措? 绍兴市政府和集团在黄酒业反不正当竞争中的力度和效果如何?**

答: 同业竞争是我国消费品市场的通病, 作为古越龙山和女儿红, 我们的举措就是加强品牌宣传, 巩固产品质量, 为经销商和消费者做好服务, 以做“百年老店”的经营方式树立好行业品牌标杆。针对不正当竞争的问题, 绍兴市政府和行业协会正在作系统规划, 但由于方案尚未成型, 力度与效果还不可能显现。

**五、投资者建议: 公司应加大在我国北方地区的地方(主要是指市, 县级)电视台的广告投入, 以有利于拓展古越龙山黄酒在中国北方的销售市场。**

答: 市场拓展是个系统工程, 电视广告只是拓展市场的手段之一, 但公司更注重“系统化、精准化拓展市场”, 在近几年内北方二线、三线城市的拓展市场方法还是会倾向于针对“部分中、高端”消费人群的社群营销, 投入产出比更合理。大众性媒体广告如电视广告不会首选。

**六、投资者建议: 加大对古越龙山黄酒保健功能的研发, 推出适合不同人群的新产品。**

答: 这是个专业性与政策性很强的问题, 古越龙山黄酒保健功能的研发公司一直来都没有停止, 也取得了不少成果。但国家相应法律法规对保健酒的准入是

有认证门槛和审批时限的，使公司许多研发成果无法一下子就能转化为可销售的产品，需要一个漫长的过程。

**七、投资者提问：G20 峰会即将召开，公司在产品宣传方面有何计划？**

答：2015 年互联网大会召开公司库藏金五年产品成为大会的指定用酒，G20 峰会召开在即，公司也会努力争取宣传机会。并将与女儿红电视剧发行播放工作结合，系统策划宣传方案。

**八、投资者建议和提问：喜欢喝公司的黄酒，也喝过其他青梅酒、桂花酒等，都很好喝，但这些产品在市场上不容易找到，公司黄酒产品又很多，消费者有时会无从选择，公司必须培育超级单品，在产品规划和营销方面公司有哪些规划和具体举措？**

答：您的建议和问题可以理解为有品牌的还要有一个代表性产品，意见建议提得很好。营销对公司发展确实很重要，当然机制体制方面对公司在销售营销方面是很大的束缚，但在体制内公司做了很大的努力，比如产品聚焦问题，公司近几年一直以开发和淘汰并重做好产品规划调整，也初见成效，金五年单品销售已过亿，公司青花瓷十年陈是重点培育的单品，但近几年受宏观环境影响，目前以扩大腰部产品销售为方向，就目前激烈的市场竞争而言，公司营销模式确实需要调整改变，要向优秀的其他酒类企业学习，对青花瓷十年陈产品还是要作为公司的重点产品来推广，有机会要多作宣传，力争使其成为消费者心中古越龙山超级单品。

特此公告！

浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司

董 事 会

二〇一六年四月七日