

证券代码：000799

证券简称：酒鬼酒

酒鬼酒股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2024-5-6

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input checked="" 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 type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）
活动参与人员	中信证券蒋祎、浙商证券杨骥、东吴证券孙瑜、国联证券邓周贵、国海证券刘洁铭、东兴证券孟斯硕、太平洋证券郭梦婕、光大证券叶倩瑜、东方证券叶书怀、华金证券李鑫鑫、德邦证券熊鹏、财通证券吴文德、东亚前海证券刘略天、民生证券王言海、方正证券梁甜、中信建投张立、华鑫证券肖燕南、华福证券李妍冰、长江证券石智坤等 131 人
上市公司接待人员姓名	副总经理王哲，董事会秘书汤振羽，证券事务代表宋家麒
时间	2024 年 4 月 30 日 10:00 至 11:00
形式	线上会议
交流内容及具体问答记录	<p>一、公司 2023 年年报和 2024 年一季报情况介绍</p> <p>2023 年，面对行业弱周期、挤压式发展期、公司改革转型期三期叠加的严峻复杂环境，公司业绩承受较大压力，尤其是公司 2024 年一季度业绩下滑幅度比较大，主要原因有：一是公司营销模式转型处于关键阶段，产品动销情况逐步向好，但转化为对公司销售收入的支撑仍需时间。二是公司主动进行渠道客户调整优化，与部分渠道客户自身经营谨慎双重因素叠加，导致回款不及预期。三是公司高端价位新版产品处于市场导入阶段，大众价位段系列产品受产能影响，短期尚未形成销量支撑。</p> <p>为确保公司能够顺利渡过转型期，迈向高质量发展轨道，2024 年，公司将坚定实施差异化与聚焦战略，围绕新的战略方向勇毅前行，下一步改善措施有：一是坚定营销模式转型，强化 BC 联动成效，加速产出；二是聚焦打透湖南大本营市场及省外样板市场，加速核心客户与核心终端的开发与建设；三是优化产品价值链，提升渠道盈利水平，提振客户经营信心；四是积极创新和开拓新兴业务和渠道，创造市场增量。</p> <p>二、互动交流内容</p> <p>1. 公司 2024 年还会坚持费用改革吗？整体的规划是什么？</p>

公司今年会持续坚持费用改革，以构建 BC 联动营销模式为目标，坚持做好样板市场打造、核心终端建设、消费者动销等工作，进一步加大对消费者开瓶、宴席推广、圈层培育等消费者动销活动的投入力度，强化消费者培育，不断促进动销提升。

2. 今年一季度“酒鬼”和“内参”的销售分别是什么情况？未来有什么规划？

“内参”一季度的表现不是很理想，一方面公司对“内参”的战略进行调整，去年 11 月份推出的内参甲辰版目前正处于市场导入阶段，尚未形成销量支撑，并且公司坚守“内参”高端价格战略定位，不以低价格换取销量，全力以赴稳定提升“内参”价格。“酒鬼”一季度的表现相对好些，“酒鬼”本来就有一定的市场基础，也一直保持良好的动销，未来我们要坚持聚焦酒鬼红坛大单品的战略，省内红坛 18 深化核心店运营，挖掘核心店团购资源，促进销量提升，省外红坛 20 采取城市联盟化运作，稳定产品价格，保障客户利润。

3. 公司如何考虑湖南市场的长期发展？从哪些角度来衡量？

湖南市场今年要“做精做透”，要把湖南市场打造成公司的销量“粮仓”。首先湖南市场不盲目追求规模的迅速提升，而是侧重于精耕细作，持续深化湖南市场客户布局和核心终端建设，精耕湖南重点市场，大力拓展县乡市场，把湖南市场基础进一步打牢，然后实现规模的增长。第二，要做好渠道基础工作，提升经销商优质率，提高网点数量和质量，加快经销商和网点的动销速度。第三，要保证价格的稳定性和持续上升，稳步提升渠道利润，提高客户的满意度。

4. 公司如何打造省外样板市场，具体从哪些方面做起？

公司省外样板市场的打造目前正在陆续开展中，今年样板市场制定的一个核心原则是“因地制宜”，即根据当地市场的实际情况，把某个产品做深做透，实现基础性增长。费用方面，样板市场的费用投放跟往年有很大不同，我们会先拿出费用进行预投，主动去做一些市场的基础性工作。渠道方面，我们要持续加强渠道建设，以动销为核心，保持良性动销，持续提高有效核心终端数量，聚焦优质核心终端，提升终端销量。团队考核方面，我们今年要以业绩为导向，加强精细化管理，优化营销团队管理模式，细化管理举措，强调结果导向。

5. 目前白酒行业很多公司都在发力腰部产品，公司

	<p>今年“湘泉”和“内品”有什么规划吗？怎么展望这部分业务？</p> <p>“湘泉”产品受限于公司新增产能储酒期的影响，短期内无法转化为大量产成品，因此我们计划先选取部分样板市场来推广“湘泉”，现在已确定湖南、河南、山东、广东作为第一批湘泉的样板市场，未来会逐步启动湘泉样板市场的建设，相信随着我们产能不断的增加，未来可以加大对“湘泉”的推广，提升“湘泉”的销量。</p> <p>“内品”是迎合大众价格带消费需求推出的产品，去年“内品”的发展还是比较好的，整体规模的提升比较快，公司会坚持把“内品”做大，不断提升规模，加强“内品”的推广，实现对公司业绩提升的支撑。</p>
关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明	无
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）	无