

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：2022-014

投资者关系 活动类别	<input checked="" 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 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	德邦证券、野村证券、天风证券、中信证券、广发证券、招商证券、华创证券、西部证券研究员分析师，汇添富基金、中银基金、国投瑞银基金、东证资管、淡水泉、上投摩根、Anatole、交银施罗德、Willing Capital、IDG 资本、银华基金、富达基金、中信保诚基金、富国基金、兴全基金、韩国投信、CPE 中信产业基金、信达澳亚基金、前海开源基金、睿郡基金、合远资产、世诚资产、长信基金、南方基金、华夏基金、大成基金、创金合信基金、国泰基金、华泰资产、华安基金、财通资管、博时基金、宝盈基金、睿远基金、鹏扬基金、永赢基金、华宝基金、中欧基金、重阳资产、农银汇理基金、建新基金、国寿资产、长安基金、永盈基金、平安基金、诺德基金、人保资产、鹏华基金、盘京资产等机构投资者共计 106 人。	
时间	2022 年 11 月 9 日下午 14:00-16:30	
地点	公司会议室	
上市公司接待 人员姓名	董事会秘书：张伟先生 营销公司常务副总经理：朱应才先生	

<p>投资者关系活动 主要内容介绍</p>	<p>一、公司 2022 年第三季度及前三季度经营情况介绍</p> <p>2022 年第三季度，公司实现营业收入 15.91 亿元，同比增长 30.91%；实现归属于上市公司股东的净利润 3.65 亿元，同比增长 55.66%。</p> <p>2022 年前三季度，公司实现营业收入 46.17 亿元，同比增长 28.00%；实现归属于上市公司股东的净利润 12.00 亿元，同比增长 23.76%。</p> <p>二、交流互动</p> <p>1、公司第三季度业绩较去年同期大幅增长的原因？</p> <p>答：公司继续坚持“老酒、双品牌、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。</p> <p>2、公司第四季度和 2023 年年初的经营计划？</p> <p>答：公司将在老酒战略“一核四维”的指引下，持续加强品牌建设，优化组织管理体系，聚焦战略产品和重点城市，大力发展优质经销商，加强市场基础建设，打造老酒品类第一品牌；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，积极推进增产扩能项目的建设，加强老酒储备，提升老酒品质，推进老酒战略的进一步落地；快速推进国际化和 C 端置顶，打好关键战役，努力实现高速乘长。</p> <p>3、公司在四季度销售旺季期间的销售方面打算如何发力？</p> <p>答：公司坚定按照老酒战略的“一核四维”及“3+6+4”营销策略推动相关工作的落地。</p> <p>4、公司如何确保“舍得”、“沱牌”双品牌战略的稳步推进？</p> <p>答：“舍得”以“老酒战略”为产品基石，以“舍得精神”为精神内核，通过两者的结合，夯实产品基石，提炼并明确舍得老酒独特价值，建立精准</p>
---------------------------	---

	<p>目标人群画像，活化饮用场景。</p> <p>“沱牌”继续坚持“唤醒+焕新”的品牌策略。唤醒“老名酒”的品质认知，唤醒“悠悠岁月酒，滴滴沱牌情”的情感记忆，焕新“品牌新形象与新活力”，赋能及拉动核心市场业务增长。</p> <p>聚焦“老酒+文化”，持续加强品牌建设。通过舍得智慧人物、舍得老酒论坛、舍得老酒盛宴、沱牌曲酒故事荟等品牌 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，提升品牌影响力。让“舍得酒，每一瓶都是老酒”、“悠悠岁月酒，滴滴沱牌情”的品牌形象深入人心。</p> <p>5、公司前三季度在华南市场开拓的情况如何？</p> <p>答：公司高度重视次高端容量较大的华南市场，正根据经销商发展情况分步推进。</p> <p>6、公司老酒馆项目的进度？</p> <p>答：公司重点推进《舍得老酒馆项目》，将不断强化 C 端场景化体验，努力实现依托体验店拓展圈层营销。</p>
附件清单	无