

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：2022-012

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 type="checkbox"/> 路演活动 <input checked="" type="checkbox"/> 其他（视频+网络会议）
参与单位名称及 人员姓名	西部证券、国联证券、兴业证券研究员分析师，广发基金、华夏基金、华泰基金、平安基金、国泰基金、嘉实基金、泰康资产、兴业全球基金、富国基金、高毅资产、广银理财、太保资产、上投摩根基金、交银施罗德基金、摩根华鑫基金、招商基金、太平基金、华安基金、银华基金、亚太财险、歌斐资产、工银瑞信基金、信达澳亚基金、国投瑞银基金、友邦保险、大成基金、华安基金、光大保德信基金、光证资管、长盛基金、建信基金、国融基金、长安基金、睿远基金、招商信诺、博时基金、运舟资本、诺德基金、鸿道投资、相聚资本、景林资产、玖然投资、玖鹏资产、淡水泉投资、合远资产、丹羿投资等机构投资者共计 95 人。	
时间	2022 年 8 月 26 日上午 10:00-11:00, 下午 14:00-15:00	
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 证券事务代表：周建先生	

<p>投资者关系活动 主要内容介绍</p>	<p>一、公司 2022 年半年度经营情况介绍</p> <p>2022 年上半年，公司实现营业收入 30.25 亿元，同比增长 26.51%；实现营业利润 11.28 亿元，同比增长 15.69%；实现归属于上市公司股东的净利润 8.36 亿元，同比增长 13.60%。其中酒类产品实现营业收入 28.21 亿元，同比增长 28.58%。</p> <p>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>二、交流互动</p> <p>1、关于公司 2022 年下半年经营计划介绍？</p> <p>答：2022 年下半年，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>2、公司下半年在招商方面有什么规划？</p> <p>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。</p> <p>3、公司下半年是否会以“重庆战役”为模板开拓其他区域市场？</p> <p>答：公司一直将建立“重庆战役”可复制样板作为重要目标，通过“团队会战”+“会议营销”的“双会战役”策略开发新区域市场，并将继续按照“聚焦川冀鲁豫、提升东北西北、突破华东华南”的策略，在聚焦核心区域</p>
---------------------------	---

的同时，加快品牌的全国化布局。

4、公司二季度业绩较去年同期表现欠佳的原因？

答：疫情给酒类产品终端消费带来一定影响，尤其是二季度疫情对酒类产品终端消费带来了明显的压力。一方面，受疫情影响，终端消费场景减少，终端动销减弱；另外一方面，公司贯彻“利他”的客户思维，坚持不为短期业绩增加经销商库存负担。

5、公司除了传统的电视广告宣传外，还有其他提升品牌影响力的措施？

答：公司聚焦“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。

6、公司系列产品众多，在形成互补的同时，如何突出重点产品？

答：经过多年的总结与实践，公司形成了“藏品舍得、智慧舍得、品味舍得”的舍得核心产品线；形成了“以沱牌曲酒为形象产品，以天曲、特曲为 100-200 元价位主力产品，以高线光瓶酒沱牌特级为大众消费主力产品”的沱牌核心产品线。在此基础上，为了满足不同区域和渠道的需求，也有一些区域化、个性化的产品，但品牌的主推方向是清晰的、一贯的。

附件清单

无