

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：2022-011

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	中信证券、国信证券、天风证券、东吴证券、野村证券研究员分析师，中信资管、汇添富基金、招商基金、广发基金、高毅资产、UBS、Balyasny、交银施罗德基金、摩根华鑫基金、Pinpoint、Anatole、Point72、法巴资管、浙商资管、天弘基金、华商基金、华宝基金、平安资管、长盛基金、前海开源基金、华泰资产、华安基金、长信基金、东方基金、建信信托、兴全基金、银华基金、富国基金、工银安盛人寿、敦和资产、富达基金、奥陆资本、嘉实基金、新华保险、西京投资、人寿资产、汇丰资管、瑞信致远基金、华夏基金、长城基金、博时基金、西部利得基金、财通基金、玖鹏资产、华富基金、友邦保险、金鹰基金、东方资管、泓澄投资、大家资产等机构投资者共计 105 人。
时间	2022 年 8 月 25 日上午 10:00-11:00，下午 15:00-17:30
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 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>二、交流互动</p> <p>1、公司上半年业绩增长的主要原因？</p> <p>答：2022 年上半年，高端白酒需求旺盛、市场持续扩容，白酒消费持续升级，白酒市场进一步呈现向名优品牌集中的趋势，但同时也面临着自三月以来局部市场疫情反复带来的消费者场景受限、物流受限、市场工作受限等问题。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，走高质量可持续的发展之路。</p> <p>2、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>3、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>4、下半年旺季在销售方面打算如何发力？</p> <p>答：公司下半年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>5、公司如何进一步推进公司的“舍得”、“沱牌”双品牌战略？</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>6、公司名酒进名企活动的开展情况？</p> <p>答：公司持续贯彻 C 端置顶战略，积极开展名酒进名企活动，目前已走进数百家知名企业。</p> <p>7、公司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>
附件清单	无