

证券代码：603198

证券简称：迎驾贡酒

安徽迎驾贡酒股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2023-2-28

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观 <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
参与单位名称	南方基金、华夏基金、汇添富、易方达、中金证券、国泰君安、民生证券、国信证券、东吴证券、浙商证券、华安证券、太平洋证券、天风证券、申万证券、国盛证券、华西证券等。
时间	2023年2月28日
地点	迎驾山庄一号会议室
上市公司参会人员姓名	杨照兵、广家权、孙汪胜、蔡雪梅
投资者关系活动主要内容介绍	<p>尊敬的各位投资者，欢迎大家大驾光临世界美酒特色产区、中国生态白酒之乡，走进迎驾贡酒参观交流。在此，我谨代表公司向长期以来关心和支持迎驾贡酒发展的广大投资者，表示衷心的感谢！并向今天参加交流的各位朋友，表示诚挚的敬意！</p> <p>一、基本情况</p> <p>公司坐落于全国“绿水青山就是金山银山”实践创新基地、中西部第一个国家级生态县、首批国家级生态保护与建设示范区、中国天然氧吧县、中国好水县——安徽霍山。迎驾品牌源自公元前106年，前身为始建于1955年的霍山县佛子岭酒厂，经过不断探索和实践，现已发展成为以白酒为主、产业配套齐全的民营股份制企业，是白酒行业第一家民营上市公司。</p> <p>公司响应国家号召，顺应行业趋势，坚持“大自然才是最好的酿酒师”“消费者认为健康好喝的酒才是好酒”的理念，秉承“非遗”多粮酿造工艺，在行业内率先提出“生态酿造”，开创“生态白酒”品类，建立“生态产区、生态刷水、生态酿艺、生态循环、生态洞藏、生态消费”六大生态体系，走出一条绿色高质量发展之路。</p> <p>近几年，公司规模持续增长，2022年前3季度实现收入38.92亿元，同比增长21.41%；净利润12.03亿元，同比增长24.92%；入选胡润中国500强、品牌金融全球最具价值烈酒品牌50强、中国500最具价值品牌，荣获安徽省人民政府质量奖，“中国生态白酒领军品牌”知名度和影响力不断提高。</p> <p>二、观看《迎驾贡酒——打造中国生态白酒领军品牌》</p> <p>三、交流环节</p> <p>Q1：春节期间动销、节后补货、目前库存情况？</p> <p>A1：春节期间动销符合公司预期，节后正在陆续补货，目前库存处于合理范围内。</p> <p>Q2：当前公司营销组织架构情况？</p>

	<p>A2: 公司根据市场发展情况进行销售组织的裂变和整合, 目前设有“3个中心+2个分子公司”即安徽管理中心、江苏管理中心、直营管理中心和电商公司、普酒分公司。</p> <p>Q3: 洞藏产品省内布局规划?</p> <p>A3: 公司通过合六准、皖北、皖西南、皖南等市场建设, 不断推进产品规划, 实现了全省布局。</p> <p>Q4: 对省内 300-600 元价格带的扩容速度怎么看?</p> <p>A4: 随着安徽加速融入长三角, 安徽经济将在新的高度上进一步发展, 对比长三角其他省域主流价格带情况, 省内 300-600 元价格带值得期待。</p> <p>Q5: 除洞藏产品以外的其他产品(如金星、银星)增速如何?</p> <p>A5: 目前保持一定增速, 符合公司预期。</p> <p>Q6: 怎么看待徽酒的竞争格局?</p> <p>A6: 各美其美, 美美与共, 共同提升徽酒在全国市场的影响力。</p> <p>Q7: 2022 年, 整体公司收入增速情况? 洞藏系列的增速情况?</p> <p>A7: 基本符合公司规划, 具体详见年报。</p> <p>Q8: 公司的产品策略是什么?</p> <p>A8: 聚焦洞藏系列, 主推洞 16、洞 20 和大师版, 主销洞 6、洞 9。</p> <p>Q9: 公司 2023 年是否有提价计划?</p> <p>A9: 疫情结束, 需求端回暖, 随着市场向好不排除提价, 但目前没有提价计划。</p> <p>Q10: 2023 年被定为迎驾“文化战略元年”, 会有哪些动作?</p> <p>A10: ①产品提升: 聚焦洞藏系列产品, 主推洞 16/20 和迎驾贡酒大师版, 提升洞藏系列占比, 扩大品牌势能。②内容提升: 紧扣“国人的迎宾酒、中国生态白酒领军品牌”两大定位, 深度挖掘迎驾礼仪文化、汉文化和生态文化故事, 通过构建品牌和产品价值表达体系, 升级文化与品质的融合表达。③传播提升: 通过生态高峰论坛、演唱会、国宾盛宴等 IP 提升, 体验中心、专卖店等空间展示提升, 创新融合线上与线下、传统媒体与新媒体的传播内容和形式, 全面升级品牌形象, 坚定走全国名酒品牌塑造之路。</p>
附件清单(如有)	
日期	2023 年 2 月 28 日