**证券代码：000858 证券简称：五粮液**

**2019年11月14日投资者关系活动记录表**

 编号：2019-11

|  |  |
| --- | --- |
| 投资者关系活动类别 | √特定对象调研 □分析师会议□媒体采访 □业绩说明会□新闻发布会 □路演活动√现场参观 □其他  |
| 来访单位名称及人员姓名 | 深交所投资者教育中心、全景网、证券时报、安信证券、华西证券及个人投资者合计30余人。 |
| 时间 | 2019年11月14日 |
| 地点 | 宜宾五粮液股份有限公司办公大楼会议室 |
| 上市公司出席接待人员姓名 | 蒋琳（集团公司董事、副总经理）、肖祥发（董事会办公室主任、证券事务代表）、刘洪旭（财务管理部副部长）、王戎（生产管理部副部长）、曹莉（董事会办公室副主任）、安华龙（五粮液品牌事业部营销企划部部长）。 |
| 投资者关系活动主要内容介绍 | 一、营销数字化推进情况 公司营销数字化变革的目标是构建“以消费者驱动、以平台模式运营、以数字化支撑的五粮液数字化营销体系”。今年以来，公司主要落实了以下工作：（一）营销组织变革公司设立21个营销战区，整合三家系列酒公司，推动五粮液品牌事业部变革，进一步提升了协同作战能力和市场工作效率。（二）“控盘分利”模式第八代经典五粮液以“商家入库扫码—商家出库扫码—终端入库扫码—消费者购买扫盖内码”实现了全过程的层层扫码机制，“控盘分利”模式导入后，目前市场秩序良好。（三）营销数字化中台建设目前公司完成了营销数字化中台的基础技术平台搭建，以及八大业务中心和一个数据中心的阶段性建设，解决了原有的信息孤岛问题，打通了主要业务流程间的断点，统一了数据规范和标准，为营销数字化转型的持续优化、敏捷创新、开放协作打下坚实基础。（四）营销团队数字化赋能公司初步推出营销人员门户和营销战区作战门户，提高总部与营销战区的协作效率、提高营销战区和基地的团队能力建设，实现团队管理和员工能力与“终端营销”战略匹配。通过数字化门户，公司将把具体的业务流程及业务规范固化到员工门户之中，使一线营销团队的管理更加精细化。（五）营销决策指挥中心营销决策指挥中心已初步建成，公司通过九大前台门户所收集的订单、商品、物流、库存等各类实时数据，制定市场决策，有助于提高决策的科学性。二、公司发展规划方面五粮液集团将围绕“做强主业、做优多元、做大平台”发展战略，布局“1+5”产业，即酒业主业+大机械、大包装、大物流、大金融、大健康五大多元产业。以“补短板、拉长板，升级新动能，抢抓结构性机遇，推进高质量发展”总体部署。三、投资者关系管理方面一方面，公司良好稳健的生产经营业绩是核心和基础。公司将在既定的战略规划下，持续推进营销体系改革的执行，深化数字化建设，提升渠道竞争力；同时进一步梳理品牌，讲好品牌故事，提升品牌力。另一方面，公司将形成科学、规范、常态化的沟通机制，加强与投资者的沟通交流，形成服务投资者、尊重投资者、敬畏投资者的上市公司企业文化。 |
| 附件清单（如有） | 无 |
| 日期 | 2019年11月15日 |