**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 |