

证券代码：000568

证券简称：泸州老窖

泸州老窖股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2021-5-19

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 股东大会交流
参与单位名称及人员姓名	通过约调研参加本次业绩说明会的投资者
时间	2021 年 5 月 19 日 14:30-16:30
地点	公司六楼会议室
上市公司接待人员姓名	刘淼、王洪波、谭丽丽、谢红
投资者关系活动主要内容介绍	1. 为何公司 2020 年年度业绩增长变缓，且市场普遍认为去年年度业绩及今年一季度业绩增长乏力不及市场预期是什么原因？公司是否有对产品提价的预期？ 通过多年坚持不懈地推动产品品质保障和提升、品牌塑造和消费者培育，公司品牌影响力和美誉度得到持续不断地提高，销售收入近年来一直保持稳定增长；公司根据供需关系及其价格策略规划产品出厂价格。 2. 请问泸州老窖近几年的销量持续下降，这个是挺价控货的必然结果么？预计什么时候能扭转这个趋势、量价齐升？ 近年来公司适应消费升级趋势，积极调整产品结构，中高档酒占比持续提升。 3. 近期老窖股价在二级市场的表现很差，已被汾酒超越，请问有何具体措施做好市值管理和品牌维护？浓香型白酒竞争激烈，请问有何具体措施增加营业收入及利润，实现重回三甲的目标？ 影响股价涨跌因素较多，建议投资者坚持价值投资，理性投资，注意投资风险。公司在十四五期间，将围绕“扬优势、补短板、提质量、壮实力、谋复兴”的发展思路，坚持一个发展目标、三大发展原则、建设“六位一体”的泸州老窖。 4. 公司一季报税金大幅增加是什么原因？

	2021 年第一季度税金税负情况正常，同比增幅较大主要是由于去年春节销售公司提前备货，提前实现税金，同期基数较低。 5. 2020 年老窖取得优异的成绩。公司十四五发展目标是重回白酒前三，能否说明下前三的指标是营收？还是净利润？还是市值？或者是其他什么？公司对老窖特曲 2020 年的品牌复兴如何评价？ 行业前三是综合性指标。公司品牌复兴战略正在按计划推进。 6. 请介绍黄舣园区建设、投产及新窖池出酒质量等情况？ 黄舣酿酒生态园通过窖泥复刻技术利用老窖池微生物培养窖泥，采用百年老作坊母糟“续糟配料”。经专家组鉴评，酿造原酒已达到国家优质酒标准。 7. 年报中母公司支付其他与筹资活动有关的现金主要是什么？ 公司购买土地用于生产项目建设。 8. 请问泸州老窖有没有考虑过类似汾酒的激励机制？有时间表吗？ 公司一直在研究包含股权激励在内的法律、法规及相关规定允许的中长期激励方式。 9. 高光作为公司的又一战略大单品，市场非常关注。能否分享一下高光的营销打法？会延续特曲 60 版的市场推广方式吗？目前高光还处于市场导入期，请问预计何时能够对营收形成贡献？ “高光”产品以核心城市为制高点稳步推进，发展情况符合公司预期，今年将持续围绕消费者培育、品牌塑造等工作。 10. 2020 年由于疫情的原因公司销售费用率下降较多，而前几年都保持稳中略升的态势。请问未来几年费用投放的趋势如何？费用结构是和前几年保持差不多，还是会有新的有侧重方向？ 费用投放将符合公司实际业务需要，聚焦消费者建设、品牌塑造。 11. 窖龄系列今后如何定位？ 窖龄酒定位为符合中产和新中产需求的产品。 12. 请问泸州老窖 20 年财报中说到产能情况设计产能 17 万吨，实际产能也是 17 万吨，无在建产能，这说明 17 万吨实际全部是固态基础酒还是里面包含有液态基础酒呢？ 17 万吨产能均为纯粮固态基酒。 13. 老窖将来能否再提高分红比例？ 公司坚持实施积极的利润分配政策，保持利润分配的连续性和稳定性。公司在《章程》中明确规定，每年以现金或股票方式分红比例不低于当年实现可供分配利润的 50%，其中以现金方式分配的利润不少于当年实现可分配利润的 30%。在未作股票送转的情况下，公司已连续 12 年实现现金分红比例 100%。自 1994 年上市以来，公司累计现金分红总额为 213.55 亿元，分红率高达 55.70%，在沪深两市 4000 多家上市公司中名列前茅，让全体股东充分分享了上市公司发展成就。 14. 公司现在已经正常发货了吗？ 公司目前发货正常。 15. 20 年公司销售额为何只增加了 5%，21 年预计情况有没有好转？ 2020 年受疫情影响以及公司主动调整产销计划，收入增速为
--	--

	5.28%，2021 年公司将力争完成营业收入同比增长不低于 15%的计划目标。 16. 请问公司未来区域上的发展重点？怎么看和其他企业的竞争？其他白酒企业发力团购是否会对公司业绩带来影响？ 华东和华南是公司重点发展的市场；公司与白酒生产企业均保持了良好的竞争伙伴关系，希望和行业兄弟企业一起共同促进中国白酒行业良性健康发展，做大行业蛋糕。 17. 公司 20 年砍掉 11%的经销商的考量是什么？21 年有何规划？ 公司坚持以“富商、扶商、护商”为经销商合作理念，后续招商仍按照强强联合、做大做强的思路开展。 18. 公司一季度销售费用率回升，请问公司预期何时可以恢复到疫情前的费率水平？ 公司处于重回前三的追赶期，未来还需要在消费者培育和品牌塑造方面继续保持合理投入。 19. 老窖的团队在高端酒甚至整个白酒产业中都是非常优秀与领先的，但公司在股权激励方面一直没有进展。公司怎么保持团队稳定留住人才？ 公司确立了“创效分享、损失埋单、分类设置、政策长效”的分配方针，强化数字化考核，个人绩效与组织绩效挂钩，突出按绩效分配。施行岗位等级工资制，加强全员绩效管理。目前来看，薪酬政策符合公司当前发展需要。 20. 2016 年至 2020 年泸州老窖的存货周转天数分别为 327 天、371 天、404 天、467 天、532 天。存货周转天数不断增加的原因是什么？2016-2019 年，泸州老窖高档酒的营收增速分别为 89.39%、59.18%、37.21%、34.78%，泸州老窖的高端酒品类的营收增下滑的原因是什么？十四五重回前三的目标是否过高？如何去实现？如何看待酱酒崛起？对公司是否会有影响？如何应对？ 为保障公司产品品质及市场发展需要，公司近年来增加了优质基酒储量，并实施了产品货架期管理；2012-2014 年白酒行业出现深度调整，公司发展也经历了恢复期、调整期、稳定期，高端产品在基数越来越大的情况下仍保持了良性高速发展；公司围绕“扬优势、补短板、提质量、壮实力、谋复兴”的发展思路，坚定重回中国白酒行业“前三”目标不动摇；白酒香型之间并无高下之分，只是风格不同，随着加入者的增多，未来最终决定企业前景的是品质、品牌和营销，而非品类。 21. 国窖的价格倒挂现象和防窜货手段？ 目前国窖 1573 已实现顺价销售。 22. 作为经济最发达的两个区域华东和华南，国窖 1573 的存在感不是很强。请问管理层今年对这两个区域有什么好的措施提升市场份额吗？ 公司正在实施“东进、南图、中崛起”的区域市场发展战略，华东地区经过数年的拓展，取得良好的效果，已有相当的体量；华南地区通过体验式营销、内容营销、大数据营销、事件营销等手段，围绕珠三角城市群积极开展渠道建设和消费者培育等工作。
--	---

	23. 未来几年社会加速进入老龄化，对高端白酒消费的影响公司有什么看法及应对？ 社会老龄化趋势造成劳动力人口数量下降，影响白酒消费总量，但随着国内人均 GDP 不断提升、高净值人群数量及消费能力持续增长，高端白酒消费呈现逐步提升的态势。 24. 前几年老窖分红率都超过 60%，这两年因为扩建工程分红率下滑到了 50%左右，是公司章程承诺的 50%分红率的下限了，请问随着扩建工程竣工，未来几年分红率有计划恢复到以往的 60%+吗？ 公司将充分听取广大股东尤其是中小股东的意见和建议，并根据生产经营发展阶段制定分红预案。
附件清单(如有)	无
日期	2021 年 5 月 19 日