

证券代码：000858

证券简称：五粮液

2022年3月11日投资者关系活动记录表

编号：2022-1

投资者关系 活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input checked="" type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他（视频+网络会议）
来访单位名称及人员 姓名	易方达基金、招商基金、景顺长城基金、泰康资产、中国人寿保险、富国基金、银华基金、汇添富基金、鹏华基金、嘉实基金、华夏基金等机构投资者，华创证券、兴业证券、国泰君安、广发证券、中金公司等券商研究员分析师等共计 108 人。
时间	2022 年 3 月 11 日 15:30-17:30
地点	公司怡心园会议厅
上市公司出席接待人员 姓名	曾从钦董事长、蒋文格总经理、张宇副董事长、罗伟副总经理兼财务总监、赵东总工程师、蒋琳副总经理兼董秘、蒋佳总经济师、岳松副总经理、刘洋副总经理及相关职能部门人员共计 26 人。
投资者关系 活动主要内容介绍	公司“2022年投资者沟通交流会”，主要内容如下： 一、公司董事长讲话内容概要 五粮液目前处于新一轮高质量发展的重要窗口期和战略机遇期。公司将抢抓机遇、守正创新，全力打造“生态、品质、文化、数字、阳光”五位一体的持续稳健、高质量

发展的五粮液，加快建设产品卓越、品牌卓著、创新领先、治理现代的世界一流酒企。

（一）五大方向性、格局性态势形成，五大核心优势更加凸显。公司已在产品体系、品牌价值、市场表现、渠道体系和现代化治理水平五个方面形成了方向性、格局性态势，拥有产区、古窖池群、品质、品牌和消费群体五大核心优势，布局新一轮高质量发展具备有利条件和坚实基础，未来将持续保持高质量发展的稳健态势。

（二）“十四五”战略思路及目标。公司将坚持稳中求进工作总基调，立足新发展阶段、贯彻新发展理念、融入新发展格局，以满足消费升级的新需求为根本目的，以推动高质量发展为主题，以深化供给侧结构性改革为主线，以改革创新为根本动力，抢抓新发展机遇，持续深化“补短、强弱、固优”，不断推动公司再上新台阶、再创新佳绩。

（三）实现路径。一是**销量持续增长**。坚守独有的非物质文化遗产传统酿造技艺，通过统筹生产组织优化和发挥窖池窖龄优势等方式，着力提升五粮液名酒率，确保满足高质量市场份额和人民美好生活的向往。二是**价值合理回归**。通过品牌价值提升和消费者培育巩固，推动五粮液价值的合理回归；形成“五粮液和浓香系列酒”“主品牌与文化酒”“第八代五粮液与经典五粮液”三个层面的双轮驱动。

（四）发展举措方面。全力打造“生态、品质、文化、数字、阳光”五位一体的持续稳健、高质量发展的五粮液。

一是打造“生态五粮液”，树立中国白酒行业生态化发

展标杆。二是坚守“品质五粮液”，树立中国白酒行业品质建设标杆。三是弘扬“文化五粮液”，树立中国白酒行业文化建设标杆。四是建设“数字五粮液”，树立中国白酒行业数字化转型标杆。五是构筑“阳光五粮液”，树立中国白酒行业现代治理标杆。

（五）品牌建设方面。把提升品牌价值摆在更加突出和重要的战略地位，进一步强化品牌个性和品牌张力，重点抓好五大体系建设，持续提升品牌价值。

一要坚持以品质体系建设为本。二要坚持以文化体系建设为魂。在品牌文化宣传上实现“五个统一”。三要坚持以产品体系建设为要。四要坚持以营销体系建设为纲。五要坚持以产业生态体系建设为基。

二、投资者提问交流

（一）第八代五粮液提升渠道利润举措方面

一是依托数字化营销体系，精细化管理传统渠道；二是顺应消费品渠道趋势，推动新渠道（新零售、电商、商超连锁系统、大企业直销）份额提升；三是围绕文化创意产品，进一步提升经销商利润水平。

（二）经典五粮液品牌塑造方面

一是明确以品牌提升和消费者培育作为经典五粮液的核心工作。对现有代理权客户实施配额制，不简单设定销售目标，不再轻易发展传统经销商。二是明确核心市场/重点市场实施不同的策略。“核心市场”以五粮液体验店、五粮液酒家等合作项目为载体，同时以企业或商会组织为目标拓展重点企业直销，构建新型的销售网络；“重点市场”

由团购部为主导，大区总监协助，构建企业直销网络。

（三）领导层分工及激励方面

分工方面，曾从钦董事长主管、刘洋副总经理协管五粮液高端系列；张宇副董事长分管系列酒方面；蒋文格总经理负责生产方面等。

激励方面，一是薪酬改革，让高管、核心骨干和员工共享发展成果；二是中长期激励，包括股权激励、超额利润分享等，当前需要理顺关系，设计方案，向上级部门汇报，推动尽快落地。

（四）第八代五粮液量价策略方面

八代五粮液系公司高端产品“双轮驱动”的基石，2022年，公司将继续保持八代的品牌领军地位，绝对的市场份额领先优势和千元价格带的引领作用。

（五）重大工程项目方面

公司将紧紧围绕“再造一个五粮液”的战略目标，全力推进一大批既利当前又奠基长远的重大项目建设，加快补齐发展短板，不断增强发展后劲，持续做强主业酒业，项目投运后将对公司生产经营发展发挥积极作用。一是进一步夯实产能根基；二是进一步助推效力提升；三是进一步强化质量保障。

投产项目：30万吨陶坛陈酿酒库一期项目；在建项目：酿酒专用粮工艺仓及磨粉自动化改造项目、勾储酒库项目、成品酒包装及智能仓储配送一体化项目；规划新建项目：生态酿酒一期项目及二期项目、江北园区酿酒改造扩能项目、制曲车间扩能项目。

	<p style="text-align: center;">（六）系列酒方面</p> <p>2021年，浓香公司四大全国性战略品牌继续保持了良好增长。在规划上，未来几年，浓香公司将坚持战略方向，优化战术动作，调整发展结构，持续做大贡献。集中打造五粮春、五粮醇、五粮特曲、尖庄四大全国性战略品牌，推动产品逐步向中高价位产品过渡；其中，五粮春坚守五粮液次高端核心品牌定位，壮大五粮液的腰部；五粮醇聚焦宴席、自饮消费场景和中端消费人群；五粮特曲主要聚焦宴席、商务团购和次高端消费人群；尖庄坚守塔基，定位百元价位段，承担培育浓香口感的职责。2022年浓香公司将不断夯实渠道基础，推动样板市场打造，深挖市场潜力，不断促进五粮浓香品牌价值、市场规模双提升。</p>
附件清单 (如有)	无
日期	2022年3月14日