

证券代码：002304

证券简称：洋河股份

## 江苏洋河酒厂股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2022-003

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他	<input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动
参与单位名称及人员姓名	姜 娅 中信证券 贺 尚 中信证券 魏 薇 睿泉资本 RayFang WT AM 郑钊源 长金投资	
时间	2022年6月29日	
地点	洋河总部	
上市公司接待人员姓名	陆红珍、孙大力	
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、如何看待疫情对企业的影响？公司的应对措施？</p> <p>本轮疫情持续时间相对较长，波及地区较广，造成了部分消费场景的缺失。公司一方面全面参与抗疫，积极践行社会责任；另一方面推出很多市场应对策略，通过强化经销商和终端帮扶、强化客情维护等工作，修复经销商和终端的信心，促进市场动销。目前看暂不需要调整全年经营目标。</p> <p>二、M6+全国化推广进程？</p> <p>江苏是洋河的大本营市场，消费者对洋河的认知度、忠诚度较高，M6+在省内的营销推广工作取得了阶段性进展，在省外市场的拓展需要花费更多时间。目前M6+已经完成了全国市场的网络布局，公司会继续聚焦重点区域和样板市场来打造，进一步提升品牌影响力，同时注重边远地区的消费者培育，培育未来增长点。</p> <p>三、省内市场未来的思路和布局？</p> <p>江苏人口多、经济总量大，为洋河的发展提供了良好土壤，但是市场竞争也</p>	

尤为激烈。面对过去发展中积累的问题，2019年公司省内市场进入深度调整期，2021年已恢复了增长。接下来，公司在省内市场还将重点围绕做好高端培育，次高端放量，渠道进一步下沉，逐步消除区域不平衡等方面开展工作。

#### **四、双沟品牌的营收状况？未来的市场拓展策略？**

2021年成立独立的双沟销售公司，双沟品牌占公司销售总额的10%左右。在市场拓展方面，一是聚焦苏酒、珍宝坊等主导产品，开展消费者培育工作，推动品牌重塑；二是聚焦江苏以及近苏市场，省内精耕细作样板市场，省外围绕重点市场着重打造。

#### **五、M9、手工班等高端品牌的发展？**

关于高端品牌的运营，一是公司成立高端品牌事业部，强化营的工作；二是在各事业部设立专门的高端品牌销售单元，强化销的工作；三是不断提升产品品质，不求放量但求牢固基础，圈层运营提升品牌拉力，提升品牌美誉度，强化基础工作。

#### **六、海之蓝升级版的市场导入情况？**

新版海之蓝在品质提升、数字化应用等方面进行了全面升级。目前，升级版海之蓝产品的铺货已经完成。

#### **七、对今年中秋白酒销售怎么看？**

回看过去，2020年中秋是疫情后的报复性消费，场景修复明显，库存消化比较快；2021年中秋在前一年基数较大的情况下实现了正增长。目前看整体消费市场正在逐步恢复，2022年中秋销售压力与机遇并存。

附件清单  
(如有)

无

日期

2022年6月29日