证券简称：华致酒行　　证券代码：300755

华致酒行连锁管理股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2022-005

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
参与单位名称及人员姓名	浙商证券杨骥、张潇倩、天风证券王泽华、中信建投刘乐文、国泰君安陈力宇、海通国际闻宏伟、中泰证券赵襄彭等 48 位卖方分析师。
时间	2022 年 8 月 22 日 19:00-20:00
地点	线上会议
上市公司接待人员姓名	常务副总经理：杨强 财务总监、董事会秘书：梁芳斌 证券事务代表：童方宁
投资者关系活动主要内容介绍	**一、公司整体经营情况** 2022 年上半年，面对国内外政治、经济及疫情等不可抗力因素带来的重重挑战，公司在董事会、管理层和全体员工的共同努力下，秉承“精品、保真、服务、创新”的核心理念，以“永做名酒厂金牌服务员”为使命，紧紧围绕发展战略及年度经营目标任务，进一步巩固并深化了与国内外知名酒厂及酒商的长期合作关系，完善并优化了覆盖全国的“毛细血管式”的全渠道营销网络，有效扩大了公司在酒水流通领域国内市场领先的地位。上半年，公司业绩展现出较强的韧性，实现营业收入 537,523.53 万元，同比增长 35.94%；实现净利润 32,348.86 万元，同比下降 12.76%，

	其中归属于上市公司股东的净利润 32,085.52 万元，同比下降 12.44%。 **二、问答环节** **1. 上半年营业收入增长的动因？** 答：上半年公司营业收入增长的主要原因是： （1）“买真酒到华致”、“买名酒到华致”的保真连锁品牌效应持续扩大； （2）结合疫情的防控形势，公司战略进一步优化，营销节奏把握有度； （3）公司内部管理流程进一步优化，市场反应能力和运营效率得到显著提升； （4）公司连锁门店分销能力不断提升，销售收入同比大幅增长； （5）直供终端门店数量持续扩增，有效助力销售收入持续增长； （6）精品酒产品矩阵不断丰富，名酒供应链体系持续健全。 **2. 上半年净利润同比下降的原因？** 答：上半年公司净利润同比下降的原因是： （1）北京、上海、山东、河南、江苏、广东等重要市场遭受疫情封控影响，物流受阻严重，餐饮行业和社交活动受到较大影响。受疫情影响，为保证市场份额并顺应市场需求，公司调整了产品结构，名酒销售占比同比提高； （2）公司加大精品酒促销力度，导致精品酒毛利率同比下降； （3）部分名酒毛利率有所下降。 **3. 资金周转以及存货周转情况？** 答：公司资金周转以及存货周转情况始终处于良性状态。现金流平稳且充足，经营性现金流净额为正；存货周转良好，公司始终根据市场需求变化，在保证安全库存的基础上确保产品稳定

	动销。 **4. 公司对下半年销售情况的展望？** 答：虽然上半年受疫情影响导致公司业绩有所波动，但公司始终按照年初既定的销售指标排兵布阵，并积极推动“700 项目”落地。上半年，公司共招聘 700 余名销售人员，并通过内部培训活动和优秀员工经验分享等形式，提升运营人员的业务拓展能力、客户服务水平和综合职业素养。公司已做好充分准备，随着疫情缓解以及市场需求逐步回暖，紧抓下半年销售旺季，积极灵活地调整销售策略，充分发挥公司完善的渠道优势和丰富的产品矩阵优势，按照既定销售目标稳步推进各项工作。 **5. 针对精品酒的回补性消费，公司所采取的措施？** 答：上半年受疫情影响，导致酒水消费场景受限；同时，公司精品酒销售以团购为主，宏观经济下行也增加了中小企业客户的经营压力，导致其酒水购买力下降。随着近两月疫情管控趋于常态化，公司精品酒销售有所回暖。因部分省市地区仍有疫情反复波动，短期内整体线下餐饮宴请相关的酒类消费、餐饮收入出现波动，消费场景和消费心理需要一定时间过渡和修复，但长期商务宴请、婚庆等主要消费场景需求大趋势不变。 公司目前有 2000 余人的销售团队，根据公司营销策略积极地在客户拓展、维护等方面开展着工作，并通过品鉴会、招商会等方式协助客户开展产品动销活动。下半年，公司积极巩固并把握酒类消费修复向好的趋势，提前布局中秋、国庆销售旺季，并充分发挥新品开发优势。公司目前已探索出拉动新品销售的有效方式并实施推进。公司按照既定销售目标稳步推进各项工作。 **6. 白酒的消费特征与疫情前相比是否有显著的变化？** 答：酒水行业已进入新一轮产业调整期，头部效应进一步凸显。受宏观经济形势叠加疫情反复影响，我国酒水市场总体规模增长速度有所放缓，具有较强品牌力的头部企业体现出更刚性的市场需求。伴随酒类消费从政务消费向商务消费、大众消费的持

	续转型，消费者的消费意识趋于理性，对品牌和品质的要求不断提升。白酒品牌分化日趋明显，市场份额持续向茅台、五粮液、汾酒、泸州老窖等头部企业集中，消费者对品牌的忠诚度亦持续提升。随着消费者对酒类即时性和保真性的消费要求逐渐提高，酒类流通行业面临新一轮的洗牌，酒类流通企业呈现出优胜劣汰的变化，竞争格局呈现集中化发展态势。 作为酒类流通领域唯一一家上市公司，公司将充分利用自身良好的上游名酒采购能力和下游渠道分销能力，以及新品研发创新能力，不断巩固自身领先的市场地位，为酒类流通领域的健康发展做贡献。
附件清单（如有）	无
日期	2022 年 8 月 22 日