

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：2022-006

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 type="checkbox"/> 其他
参与单位名称及人员姓名	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、浙商证券张潇倩、长江证券陈亮等近 40 名卖方分析师
时间	2022 年 10 月 25 日 18:30-19:10
地点	线上会议
上市公司接待人员姓名	总经理：李伟 常务副总经理：杨强 董事会秘书、财务总监：梁芳斌 副总经理：杨武勇
投资者关系活动主要内容介绍	一、公司整体经营情况 2022 年前三季度，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，公司结合市场环境，积极调整营销策略，不断强化内部管理，努力提升市场反应能力和运营效率。公司一方面优化渠道管理，帮助客户加强分销，与客户共克时艰；另一方面不断完善产品矩阵，健全供应链管理体系，引进优秀人才扩充营销队伍，为未来发展不断蓄能。公司前三季度实现营业收入 74.80 亿元，同比增长 25.26%；实现归母净利润 3.54 亿元，同比下降 39.14%。

二、问答环节

1. 营业收入增长的动因？

答：前三季度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. 毛利率下降原因？

第一，受疫情影响，公司顺应市场需求，主动调整产品结构，名酒销售占比同比及环比进一步提高；第二，精品酒促销力度加大，导致精品酒毛利率同比下降；第三，部分名酒的毛利率也有所下降。

3. 销售费用提高原因？

一方面是由于销售人员数量的增加。虽然今年市场环境欠佳，但公司始终注重营销团队规模与质量的不断提升。公司作为酒类流通企业，营销团队是实现业绩增长的基础保障；另一方面是由于加大了精品酒的营销投入。作为公司主要的利润产品，公司根据年度销售安排并结合市场环境变化，有计划地加大精品酒营销投入，在保持精品酒品牌影响力及与客户粘性的同时，为今年四季度及明年精品酒营销工作奠定基础。

4. 应收账款提高原因？

公司 KA 渠道客户如麦德龙、华润万家、沃尔玛等大型卖场存在一定期末未结算的应收账款。该应收账款均处于公司与客户

	<p>约定的正常且合理账期内，后续客户会根据账期安排陆续完成付款。期末应收账款余额具有一定时点性，而非常态高位。</p> <p>5. 精品酒销售情况？</p> <p>公司于三季度推出荷花酒系列新品——金蕊天荷，该产品在今年第 23 届比利时布鲁塞尔国际烈性酒大奖赛上问鼎世界最高奖项“大金奖”，并在大金奖二次品评角逐中，以最高分荣膺“中国最佳烈性酒”桂冠。金蕊天荷作为酱香型白酒，其在定价及消费场景上更符合当前市场环境和消费习惯，具有较高性价比。自该产品推出以来，市场反应良好，作为荷花酒系列重要战略单品之一，公司将不断加强其营销推广工作，努力提高其销售收入。</p> <p>对于公司其他精品酒产品，销售工作均按计划有序开展。受前三季度各地疫情管控影响，围绕精品酒开展的品鉴会召开难度提升，导致其召开频次有所下降，但单场品鉴会营销效果显著，转化率有所提升。面对当下市场环境，公司及时调整了精品酒销售策略，在满足市场需求的同时不断加强客户粘性，为未来疫情缓解后的市场回暖做好了充分准备。</p> <p>6. 酒类消费是否会受疫情长期影响？</p> <p>疫情具有暂时性，未来疫情防控将处于常态化管理。公司相信其对酒类消费以及人们生活的影响有限。中国具有悠久的白酒文化，白酒消费是人们生活、社交的必需品之一。近年来中国经济稳健发展，消费升级现象凸显，公司对酒水需求的基本面保持乐观态度。面对疫情，公司始终通过加强内部管理、优化物流管控、细化供应链管理、加大与上游名酒厂合作力度等具体措施应对疫情常态化对公司业务的影响。</p> <p>随着疫情缓解以及市场需求逐步回暖，公司已做好充分准备紧抓回补性消费机会，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全年各项工作。</p>
日期	2022 年 10 月 25 日