

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：2023-002

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input checked="" 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	投资者登录“中证路演中心” (https://www.cs.com.cn/roadshow/)
时间	2023年4月20日9:30—11:30
地点	网络远程
上市公司接待人员姓名	董事长：吴向东 董事、总经理：李伟 董事、常务副总经理：杨强 独立董事：吴革 财务总监、董事会秘书：梁芳斌 保荐代表人：邹扬
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、公司整体经营情况</p> <p>公司作为 A 股首家及唯一酒类流通上市企业，凭借品牌优势、产品保真体系优势、全渠道营销网络优势、覆盖全国的直供网络、优秀的核心管理团队、产品筛选及开发优势、精品酒水全品类产品体系、成本管控优势、产业链信息化管理优势、多元化的产品服务 etc 等综合优势位居行业头部地位。</p> <p>2022 年，面对国内外政治、经济形势变化，及国内酒类消费品市场疲软、消费场景缺失和上游产品涨价等困难的背景下，</p>

公司在董事会、管理层和全体员工的共同努力下取得高质量的发展，公司实现营业收入 87.08 亿元，同比增长 16.73%；实现净利润 3.74 亿元，同比下降 45.72%，其中归属于上市公司股东的净利润 3.66 亿元，同比下降 45.77%。

二、问答环节

1、公司 2022 年收入保持增长的动因是什么？

答：2022 年华致酒行收入保持增长的原因主要包括：

（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、经营性现金流为负的原因？

答：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、公司市场地位如何？

答：公司是我国酒类流通领域唯一 A 股上市企业，处于行业头部地位。自成立以来一直致力于为消费者提供保真名酒产品和多样化的服务，经过多年的发展，在产品遴选与开发、销售与推广等方面积累了丰富的经验，也建立了全面的销售渠道，储备了大量的终端客户，品牌影响力不断提高。

4、产品保真的措施及优势？

答：公司始终坚持以“保真”作为自己的立身之本，采取源头控制、信息技术管理和消费者监督相结合的手段，保证渠道内的酒品均为真品。具体措施包括：

(1) 公司坚持产品的源头采购、选择合格的供应商以及与厂商安全交接，以保证在采购环节对产品品质的控制；

(2) 借助物流码、防伪标系统、防伪箱标等防伪技术和管理措施，公司建立了酒类产品在运输及销售环节的追溯体系，便于流通管理中的查询、验伪；

(3) 公司派专人配合酒厂的打假队伍，借助厂家力量共同合作维护市场秩序。公司通过多年行业实践，拥有了包括产品保真溯源技术等专有技术，未来公司将不断完善保真体系，不断提供更优质的保真服务。

5、荷花酒的定位及未来？

答：荷花酒是公司与河北中烟工业有限责任公司、贵州省仁怀市茅台镇荷花酒业有限公司达成战略合作，成立了由公司控股的合资子公司荷花数据科技有限公司，整合三方优势资源，共同推广“荷花”品牌。“荷花”品牌于 1959 年正式创立，至今已有 60 年历史。荷花酒作为公司主销的核心精品酒之一，公司将全力打造荷花酒品牌。

2022 年荷花酒系列产品销量良好，保持增长态势，如公司推出的“金蕊天荷”，在 2022“酒界奥斯卡”比利时布鲁塞尔国际烈性酒大奖赛中斩获全场最高奖项“大金奖”，并获评中国赛区最高分，荣获“中国最佳烈性酒”称号且热销。

2023 年，公司会充分利用好荷花品牌优势，不断加强荷花酒营销推广工作，适时推出符合市场需求的新品，满足消费者需求，提升销售规模 and 市场份额。

6、未来葡萄酒和烈酒的展望如何？

答：公司进口酒近些年势头持续上涨，销售氛围良好。在葡萄酒方面：

(1) 强化供应链打造，加强国际合作，加大加快波尔多列

级庄以及其他国际名酒的吞吐和周转，争做全球名酒中国第一运营商；

(2) 继续加强与国际知名品牌合作，尤其是拉菲、奔富品牌，获得更多的有价值的好产品；

(3) 精品葡萄酒采购基本已经完成全球布局，公司从全球品牌中优中选优，在法国、美国、智利、阿根廷、西班牙、意大利等主要葡萄酒产国选择了有历史、知名度高、酒好价美的品牌，通过独家代理的形式进行合作，覆盖不同价位，满足客户和消费者的多样化需求。

在烈性酒方面，公司将加强与国际洋酒巨头的合作，诸如保乐力加等，在丰富产品线的同时，也在打造烈性酒的重点市场发力，如华南、华东等区域。

7、公司拓展终端门店的进度如何？帮助加盟商度过难关的措施？

答：当前从市场需求端来看，加盟商加盟意愿比较强烈，公司通过自有标准考量及层层筛选，有计划有节奏地开设新店。公司以最大力度支持加盟店，做好门店赋能，协助加盟店开展营销活动，不断提高加盟店盈利水平。

8、2023 年度公司分红计划？

答：根据公司制定的《未来三年（2021-2023 年）股东分红回报规划》，2022 年度，公司拟以最新总股本 416,798,400 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利人民币 1.76 元（含税），预计分配利润人民币 7335.65 万元（含税）。本次利润分配不送红股，不进行资本公积金转增股本。本次利润分配方案尚需公司股东大会审议通过后方可实施，相关进展请以公司发布的公告为准！

9、公司现有物流仓储情况？

答：仓储物流方面，公司根据客户的地理分布，在酒品主产区、交通枢纽、省会城市及部分地级市建立了前置仓库；并通过科学制定库存管理计划，保障库存维持在合理而安全的水平，降

	<p>低库存维持成本。公司在全国共拥有 40 余个仓库，总面积达 5 万平方米。公司选择与全国性或者区域性较强的物流服务商进行合作，充分利用其运输效率及辐射范围，实现对全国各地客户的快速服务。分工明确且完善的仓储、物流体系提升了公司运营效率，有助于控制运营成本。</p>
日期	2023 年 4 月 20 日