

江苏洋河酒厂股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2023-001

<p>投资者关系 活动类别</p>	<p><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（请文字说明其他活动内容）</p>
<p>活动参与人员</p>	<p>张联东、钟雨、毛凌霄、尹秋明、陆红珍； 参加公司 2022 年度业绩网上说明会的投资者</p>
<p>时间</p>	<p>2023 年 5 月 18 日</p>
<p>地点</p>	<p>全景网</p>
<p>形式</p>	<p>全景网“投资者关系互动平台”</p>
<p>交流内容及 具体问答记 录</p>	<p>2023 年 5 月 18 日，公司召开 2022 年度业绩网上说明会。主要内容整理如下：</p> <p>1. 从渠道反馈看，在本地市场尤其是南京市场，来自竞品的压力巨大，增速滞后于竞品。公司采取哪些措施应对？截至目前公司的发货进度是多少？渠道库存情况如何？公司是通过什么措施监控库存？</p> <p>尊敬的投资者，您好！2022 年，公司对南京市场的发展较为关注，对组织架构、人员配备、资源配称等方面进行调整，南京市场也对产品布局、经销商布局、市场秩序等方面进行了全面的梳理调整，目前已取得一定效果，并逐步向良性方向发展。公司通过数字化工具监控库存，库存总体良性。</p> <p>2. 请问现阶段公司高端白酒库存，什么时候能打造上千元高端大气白酒；怎么看待当下公司股价？希望大股东回购，提振股东信心。</p> <p>尊敬的投资者，您好！高端产品库存较低，感谢您的关心！</p> <p>3. 请问公司经过 2 年的经销商结构调整，现在是否相对稳固？面对激</p>

烈的市场竞争，公司渠道压货是否过多以及下一步的策略？

尊敬的投资者，您好！公司经销商总体保持稳定，渠道库存保持良性，各种动销措施在有序推进。

4. 请问进入今年5月份以后各系列销售情况如何？有多大改善？

尊敬的投资者，您好！行业和消费场景不断复苏，销售逐步改善。5月份动销情况符合预期。

5. 进入第二季度到目前为止，尤其是五一期间，公司动销情况如何？

尊敬的投资者，您好！随着消费场景不断恢复，特别是宴会高峰、五一动销符合预期。

6. 请问目前洋河渠道利润率是怎样的，和友商比起来是否足够激发经销商的活力，公司计划如何进一步激发经销商的积极性？公司的渠道改革成效如何？

尊敬的投资者，您好！渠道利润率符合市场预期。我们将进一步推进落实“1320”经销商强商计划。公司渠道改革成效符合预期！

7. 能否介绍下公司年报提及的“1320”战略具体指的是什么吗？

尊敬的投资者，您好！“1320”工程：打造1个梦想成长学苑：强化经销商及业务团队的培训，赋能经销商及业务团队；实施3项工程：强商工程、富商工程、帮商工程，做强、做大经销商队伍。配套20条惠商措施：激活营销势能、赋能数字化管理、净化营销环境等。

8. 请问最近几年经销商数量的变化为什么如此大？尤其是省外经销商。退出的一千多家经销商，其所缴纳的保证金，变成货款吗？

尊敬的投资者，您好！2022年公司经销商数量总量变化不大，对于经销商增加额和减少额相对大些，一是公司在2022年对海之蓝进行了升级，很多经销商需要重新签合同，系统会默认为新增加的经销商，海之蓝在省外占大部分，所以省外进出的经销商数量很大。二是公司继续优化经销商结构。退出的经销商保证金公司均按销售合同的约定予以退还。感谢关注！

9. 看到目前洋河新增8个名酒事业部，也听到反映目前一些费用决定权下放到事业部了。但部门之间存在各自为政、相互孤立，没有把资源充分整合，导致经销商体量变小、凝聚力变弱，面对竞品竞争，自己太单薄抗击

打能力太弱的情况。而市场有的企业表面多品牌分开运作，但实际公司整体掌握资源整合控制权。想问下洋河在各事业部独立运作过程中是否注意到前述渠道反馈的问题，有无不断细化调整方案？

尊敬的投资者，您好！公司近两年组织下沉、决策点下移，同时在公司面上不断强化监管和多品牌之间协同。在运作过程中不断优化和调整组织布局。

10. 1)海、天、梦销售占比，省内、外各是多少？2)2022年，公司窖池的优酒率是多少？3)2023年后是否会有股权激励计划？4)公司经销商的营收虽有所提升，但离友商还有差距，公司如何看待这个差距？5)五年内，公司是否有扩产计划？当前宿迁生产基地，最多能支撑多少吨的优质基酒与普通基酒的生产与存储？

尊敬的投资者您好！1)目前省内外海、天、梦销售占比基本持平，且省外份额不断提升。2)公司的优级酒率占60%以上。3)我们会不断加强激励体系的研究和构建，如后续有相关安排，我们会严格按照相关法规履行决策程序和信息披露义务。4)我们将不断扶持经销商做大做强。5)公司是白酒行业酿酒产能和储能规模最大的企业，完全可以满足当前及未来发展的需求。

11. 关于贵公司的梦之蓝系列高端产品什么时候能放量增长，省外市场是否有继续扩招大经销商的意向？

尊敬的投资者，您好！公司高度关注产品结构的优化，梦之蓝系列产品市场拓展作为公司发展的重要战略，我们从组织架构、资源配称、目标导向等方面都做了具体安排，将持续扩大省内省外梦之蓝产品市场份额。近几年来，梦之蓝系列产品占公司营收比例持续提升。感谢您的关注！

12. 公司面对省内强有力竞争对手，有没有具体措施巩固和扩展自己省内的竞争优势？

尊敬的投资者，您好！江苏整体经济发展水平高、人口规模大、白酒市场容量大、白酒消费氛围好，近年来各大酒企越来越重视江苏市场，加大了市场运作力度，也都取得了不同的成效。江苏市场作为洋河的大本营市场，公司将深化江苏市场“产品力、品牌力、渠道力”等的建设，不断提升市占率。

13. 公司2013年扩产，是否意味着今年开始次高端及高端的M9、手

工班可以逐步放量？比例多少？

尊敬的投资者，您好！从今年开始，我们将进一步加大梦 9、手工班高端产品的市场拓展力度，逐步扩大高端产品在营收中的占比。

14. 公司海天梦处于不同发展生命周期，对于不同产品量价&消费者培育的内外部考核是否进一步细化和公平化，从而保证内部员工动力和经销商推力？

尊敬的投资者，您好！公司一直坚持根据产品成长所处阶段和区域发展所处过程来确定差异化的营销策略。

15. 我是河北石家庄地区的，原来经常见小超市里卖洋河普曲的，这几年我见的洋河普曲特少了。是不是对低端酒的削弱。还有我在本地区很少见到双沟系列的酒。此酒对省外销售有区别吗？

尊敬的投资者，您好！我们将不断加大中高端产品的推广。

16. 请问未来公司今年重点发力提升业绩的方向，是 100 元内普通酒的销售，还是高端酒的销售？普通酒的数字化销售于全部普通酒渠道销售的占比是如何？

尊敬的投资者，您好！公司未来着力于产品结构持续优化。数字化工具主要应用在海之蓝、天之蓝和梦之蓝等主导产品上，主导产品占营收 70% 以上。

17. 1)2022 年梦之蓝营收多少？M6、M9 系列各占多少？2)公司省内毛利率比省外低不少的原因是什么？3)公司是否要加大营销投入？

尊敬的投资者，您好！1)梦之蓝系列是公司高端产品，主要有梦之蓝水晶版、梦 6+、M9、手工班等，按 2022 年销售考核口径统计，梦之蓝系列占公司销售的比重在 30% 以上。2)由于普通酒销售以省内为主，对省内市场毛利率有影响。3)公司将根据业务需要制定科学合理的预算。感谢您的关注！

18. 蓝色经典营收目前占公司营收多少比重？

尊敬的投资者您好！按照公司销售考核口径，蓝色经典销售占比超过 70%。

19. 公司酱香酒 2022 年销售占比多少？

尊敬的投资者，您好！公司目前酱香酒占比较少。

20. 现在投资者对白酒的渠道库存有很大疑虑, 请问公司目前库存情况如何? 洋河在数字化转型上投资很大, 能否介绍一下在渠道库存上有何数字化管控举措? 公司对终端的库存、开瓶数/比例是否有比较准确的数据可以公开分享, 解答投资者的疑虑?

尊敬的投资者, 您好! 公司总体渠道库存良性。我们结合主导产品的配额管控、终端进货落地扫码和消费者开瓶动销综合研判, 合理管控终端库存。

21. 请问公司去年销售的 100 元以内的酒有多少?

尊敬的投资者, 您好! 普通酒销售占比 10% 左右。

22. 贵司今年会不会加大力度向全国推广梦之蓝手工班, 投放的广告的渠道具体具体有哪些?

尊敬的投资者, 您好! 梦之蓝手工班为高端占位形象产品, 品牌打造需要时间沉淀和累积, 公司按计划推进。

23. 最近接触到 M6 的营销活动不少, 但价格都有不少折扣, 有些不到 600 元一瓶, 公司是怎么考虑的?

尊敬的投资者, 您好! 自 M6+ 导入市场以来, M6 产品社会库存已逐步消化。

24. 洋河的水晶梦如何获得更高质量的增长, 省内如何抢占 400+ 价格带的市场, 省外如何与其他次高端酒竞争?

尊敬的投资者, 您好! 我们持续强化消费者培育, 水晶版梦之蓝定位于梦 6+ 跟随策略, 目前在省内的宴会市场和省外的商务接待份额持续扩大。

25. 从之前 2021-2022 的年报看, 出厂价低于 100 元的普通酒, 基本每次都是上半年占据了全年 8 成左右的收入, 而中高档酒一般是 6 成, 从上下半年时间看更平均一点。是因为普通酒年初一次性打了全年的款吗? 是否和中高档酒打款周期政策不同? 还是说普通酒过去两年周转速度慢于中高档酒, 导致下半年渠道补货少?

尊敬的投资者, 您好! 受制于公司的销售政策, 普通酒上半年销售相对集中。感谢您的关注!

26. 看到这次春糖新发售的洋河大曲(经典版)定位全国大单品百元标杆, 但在天猫洋河官方店铺的洋河大曲链接里没找到。目前市面看洋河大曲

55 度老天蓝一般单瓶 50 元左右。想问下(经典版)目前上市到了哪一阶段？是不是渠道不走线上卖？目前主要在哪些区域和渠道上架了？

尊敬的投资者，您好！洋河大曲经典版产品正在招商布局，线上线上将全面布局。

27. 针对网络上对公司产品的抹黑，尤其是海之蓝，公司是否有具体的措施来进行应对？

尊敬的投资者，您好！我们已在加大品质宣传的力度，公司 2022 年推出了新版海之蓝，在品质、口感、设计等方面都进行了升级，尤其“滴滴三年陈”的口感获得消费者好评。

28. 想问下海之蓝升级了，效益还不错，未来一两年内有没有升级天之蓝的计划？

尊敬的投资者，您好！公司暂无升级计划。

29. 洋河的产品体系如何升级换代，以更好的提升和突出名酒的品牌力？

尊敬的投资者，您好！公司会结合消费需求和趋势变化，持续进行品质提升。

30. 作为公司的小股东，目前有两个问题比较关注：1)面对着年轻人日益对白酒的消费习惯改变，公司是否有战略规划？譬如：通过投入研发，改善酿造工艺，来提升白酒品质，从而开发出易饮、不上头，让年轻人喜欢的新型白酒品类。2)近几年来省内白酒今世缘的市占率在逐步提升，净利润和营收增长都有超越洋河的势头；另外，省外面对诸多名酒企业的激烈竞争，公司目前有什么手段来保持或者说提升产品竞争力吗？

尊敬的投资者，您好！1)整体来看，年轻人酒类消费呈多元化，年轻人饮酒场景丰富多样。根据年轻人的偏好，公司在进行相关的研发和储备，以适应消费者时尚化、个性化、年轻化需求,公司重点推出了 33.8 度微分子系列产品，在“多、快、好、省”的基础上，彰显低酒度、高口感、香气有层次、味感更丰富、好喝不易醉的酒体特色，更加符合年轻消费群体的需求。2)公司将从品牌、产品布局、营销等方面不断强化竞争力，提升市场份额。一方面，江苏市场是公司大本营市场，将持续加强省内市场建设，实施以动销为

核心、触点转化为要点的包括各种群体的动销措施，推进主导产品的梯次升级，做强高端品牌，做大次高端产品，做透大众消费产品。另一方面，省外规模市场聚焦产品结构优化升级、梦之蓝全国化样板市场打造、核心有效网点建设、梦之蓝布局扫盲等，省外培育市场优化区域布局、调整产品结构、聚焦区域开发培育、创新机制开发薄弱市场等策略，推动深度全国化。感谢您的关注！

31. 梨花村酒能给介绍一下吗？销量营业额多少？

尊敬的投资者，您好！梨花村销售目前仍以湖北市场为主，销量正在稳步提升。感谢您的关注！

**32. 1)请问贵公司贵州贵酒市场开拓进展如何，贵州贵酒系列产品何时发力？我看贵公司已开启全国大量招商运营中，贵州贵酒产能及销量如何？
2)贵公司 M9，手工班基酒存放多久才上市，目前产能如何？**

尊敬的投资者，您好！1)贵酒世家是贵酒高端形象性产品，该产品自 2022 年投入市场以来得到了经销商和核心消费者的较多好评，保持了相对快的增长速度，不过占整体营收的比重还不大。2023 年贵酒世家将持续以品质为核心，以体验营销为抓手，以消费者运营为重心，让消费者感受“小坛藏，大师酿”的产品魅力。顺应品类发展趋势，把握发展机遇，不断优化产品线，着力市场布局开拓，聚力样板市场打造，让更多的消费者感受老名酒老字号的产品魅力。目前，贵酒的原酒资源储备完全可满足市场需求，现有产能已达近万吨，同时，三期技改扩产项目正按计划有序推进。2)公司始终坚持以消费者高品质需求为导向，不同产品所用的基酒种类、储存年限都是不同的，梦九作为公司高端产品，所使用的基酒更是需要经过长时间的存储，目前可用于梦九和手工班的基酒储备充足，完全可以满足当前及未来的市场需求。感谢您的关注！

33. 洋河的京东天猫旗舰店，都买不到新出的洋河大曲经典版，更买不到双沟、贵酒、梨花村等，就只有海天梦系列好像，感觉洋河的产品体系不是很能打，作为投资者心里没底，除了海天梦，没有别的能打的小弟，直销渠道也买不到啊！希望董事长能重视！

尊敬的投资者，您好！洋河大曲经典版产品在京东平台的销售正在布局，

双沟、贵酒和梨花村在平台旗舰店均有销售。

34. 请问今世缘无论是业绩，利润增速以及市值提升都明显高于贵公司，尤其是今世缘主要是省内，是否会抢占贵公司份额？贵公司在省内市场是否牢固稳定？

尊敬的投资者，您好！洋河在省内市场产品结构持续优化，下沉市场深耕不断推进。有关于省内市场运作，我们相互学习、相互借鉴。

35. 请问贵公司在江苏酒类中扮演领头羊的角色，多次说振兴苏酒，可是无论是在业绩增速，净利润等方面落后与今世缘，更远远落后于其他省份的酒类头部企业！今世缘更像领头羊的角色，贵公司也多次提到振兴苏酒，请问贵公司究竟能否担任振兴苏酒的任务角色？

尊敬的投资者，您好！对于白酒行业内其他企业的快速发展，公司一向持积极态度，这有助于做大整个白酒市场份额蛋糕、有助于提升整个白酒行业的竞争格局。江苏省内白酒企业的成长，有利于提升整个江苏白酒板块在全国范围的知名度和影响力，做大做强江苏白酒产区的知名度。2022年洋河股份实现营收301.05亿，同比增长18.76%，归母净利润93.78亿元，同比增长24.91%。公司未来将在品牌、品质、渠道建设、营销、消费者互动等方面持续提升，不断增强竞争力。也希望江苏白酒企业能够不断地做大做强，共同振兴苏酒。感谢您的关注！

36. 如何看待洋河过去在同行业的发展情况，包括优点和不足，针对业绩增速及毛利率落后于头部品牌，未来有何规划？

尊敬的投资者，您好！公司在多年发展中积累了一定的领先优势，在品质工艺、品牌建设、营销网络、产能储能等方面持续提升，形成了自己的核心竞争力。但与茅台、五粮液比较，公司品牌力相对较弱，在高端、超高端价位段的市场份额占比较小。未来公司将在品牌建设、高端产品占比等方面持续提升，加大高端产品的拓展，进一步优化产品结构，同时强化内部管理，实现降本增效。

37. 公司和五粮液，泸州老窖，汾酒相比有何优势？

尊敬的投资者，您好！五粮液，泸州老窖，汾酒都是白酒行业内优秀的企业。近年来发展的业绩有目共睹，公司也从中借鉴、汲取、学习了很多宝

贵的经验。公司在工艺、品质创新、品牌建设、营销网络、原酒产能、基酒储备、数字化建设等方面形成了自己独特的核心竞争力。

在品质方面，针对消费需求多元化和个性化，公司率先突破白酒香型分类传统，以味定型，强调味的价值，强化酒体绵柔度，创新推出了绵柔型白酒质量新风格，深层次满足了目标消费者的核心需求，并成功构建起适应市场消费口味的绵柔白酒生产新工艺和绵柔机理体系框架。

在品牌方面，公司作为老八大名酒，是中国白酒行业唯一拥有洋河、双沟两大名酒，两个中华老字号，洋河、双沟、蓝色经典、珍宝坊、梦之蓝、蘇等六枚中国驰名商标。在“2023 中国品牌价值信息发布会暨中国品牌建设高峰论坛”上，洋河股份、双沟酒业品牌价值再创新高，分别以 773.17 亿元和 201.39 亿元的品牌价值，名列白酒行业前列。

在人才方面，公司已拥有 1900 多名技术类人员，其中，拥有 2 名中国酿酒大师、4 名中国白酒大师、4 名中国白酒工艺大师，46 名国家级品酒委员，78 名省级品酒委员，拥有 10 大国家和省级技术研究开发平台，为公司绵柔品质不断提升提供技术保障。

在营销网络方面，公司已搭建完善的营销组织并不断优化，拥有一支理念新、执行力强的营销团队，营销网络已经渗透到全国各个县区，渠道的高速通路已经基本搭建完毕，为未来的市场拓展和品类延伸奠定坚实的基础。

在产能储能方面，目前公司已建立起强大的产能和储能，已储备不同等级、不同年份基酒 63 万多吨，为持续提供高品质产品打下了坚实基础。

在数字化建设方面，公司起步早、布局早、意识先，率先开始了一系列数字化探索，在消费者运营、智能化生产、大数据应用、市场营销创新等多方面进行业务探索和实施，实现了“产品层面加速认知、渠道层面突出服务、营销层面抓住用户、生产环节智能转型”。公司先后荣获国家两化融合体系认定、江苏省两化融合优秀企业、江苏省首批五星上云企业、江苏省首批标杆工厂、江苏省重点工业互联网平台（渠道级）、入选清华大学营销数字化经典案例等荣誉。感谢您的关注！

38. 请问公司有没有战略目标，比如三年，五年，十年，公司达到多少营收或者市场规模份额等？

尊敬的投资者，您好！“十四五”期间，公司坚持以消费者为中心、双名酒为主体、多品牌为支柱，以品质为本、品牌为基、文化为魂、创新为要，构建“12345”战略体系，打造踏浪领跑的洋河和动力澎湃的双沟，推动企业在更高水平上保持量的持续增长和质的稳步提升，实现更加充分均衡、更加优质高效的发展，成为让国人自豪的中国味道，让世界铭记的中国名片。

39. 公司今年发展规划如何？今年整体消费环境，各位领导怎么看？今年公司的回款如何？

尊敬的投资者，您好！1)公司已在 2022 年度报告中披露 2023 年经营目标：力争实现营业收入同比增长 15%。2)我们认为，随着宏观经济的进一步企稳回升、消费场景的全面恢复，白酒消费将持续复苏。一方面，随着“企业收入、消费者收入”等的逐步恢复与提升，白酒“礼品、宴席、自饮”等消费场景，也将有效恢复；另一方面，随着“商务活动、个人活动”等的大幅增加，白酒动销有望稳步增长，白酒宴席场景将进一步恢复。3)目前公司销售、回款等正随着销售的推进有序推进，公司将围绕全年目标全力推进各项工作。感谢您的关注！

40. 公司上半年业绩如何？今年的规划？能否有 20%的增速？

尊敬的投资者，您好！2023 年一季度，公司实现营业收入 150.46 亿元，同比增长 15.51%；归母净利润 57.66 亿元，同比增长 15.66%。今年上半年业绩会在 2023 年半年报中披露。感谢关注！

41. 目前白酒面临量减价升的结构性给予，消费总量向名优品牌集中趋势越来越明显，请问贵公司的高端化战略从哪几个方面来进行落地？

尊敬的投资者，您好！2023 年公司高端产品聚焦梦九和手工班。梦九产品定位千元价位段主导产品，全面抢抓销量，集中公司资源重点运作；手工班产品定位高端占位产品，围绕核心消费者做培育，通过长期品牌运作，打造稀缺、超高端的产品形象。公司将聚焦公司优质资源，着力打造样板市场、着力优化产品布局、着力加强品牌建设、着力强化消费者培育、着力打造核心终端，持续提升高端产品份额。

42. 董事长张联东好！您多次提到要加强加快洋河白酒外销，我们都非常赞赏，请具体介绍一下公司的有关举措，目前外销总体和进展状况？

尊敬的投资者，您好！2023 年，公司在海外的销售规模和销售范围会进一步扩大，基本实现海外华人企业和项目聚集地的全覆盖。在品牌和文化方面，公司会聚焦海外重点区域，有节奏地主动承办和积极参与一系列的，系统化，高端化，高质量，高影响力的品鉴活动，品牌活动以及文化活动，以此来带动当地市场的发展。

43. 我们内外部改革进展到哪一步了，机制是否理顺？我们外部渠道合作商是否满意，我们内部员工是否有动力为公司攻城拔寨？

尊敬的投资者，您好！为推动公司健康可持续发展，公司在内部机制、组织架构、厂商关系、消费者运营等方面进行了一系列调整，目前公司调整已经进入全面落地阶段，整个调整平稳有序，各个环节也多有好评。公司也将深入推进各项措施并及时评估效果，根据市场环境的变化和发展需要，在实践中不断完善和优化。2023 年，公司将按照计划全力推进各项工作有效落地，确保达成全年目标。

44. 今年公司的前 5 个月公司的销量如何？公司的应收账款是否有大幅增加？

尊敬的投资者，您好！公司目前销售相对稳健，将在中报中详细披露；另外公司的应收账款没有大幅增加。感谢您的关注！

45. 请问 2022 年末、2023 年 Q1 末公司的合同负债余额同比有较大下降的原因？主要原因是 23 年经销商整体需求量下降导致打款减少吗？经销商的拿货积极性是否有所降低？

尊敬的投资者，您好！合同负债的余额主要受当期开票未发货金额变化影响其余额大小。感谢您的关注！

46. 2023q1 公司的合同负债同比 2022q1 有明显下降，主要原因是 2023 年经销商整体需求量下降导致打款减少吗？

尊敬的投资者，您好！合同负债下降的主要原因系 2023 年 1 季度已开票未发货的金额减少，以及未结算的折扣折让减少所致，与打款比例无关。感谢您的关注！

47. 请问合同负债里面应付经销商尚未结算的折扣与折让 22 年比 21 年有所增长，原因是什么？是公司对经销商的政策有什么变化吗？

尊敬的投资者，您好！主要原因系经销商尚未结算，政策没有变化。感谢您的关注！

48. 2022 年报中，1)以公允价值变动收益-3.18 亿元，其中金融证券投资是-3.92 亿，差额 0.64 万元分别是哪些？2)以摊余成本计量的金融资产终止确认收益是哪项资产？

尊敬的投资者，您好！1)两个数据对应的项目不同，金融资产投资仅为列示为证券投资的金融资产，公允价值变动损益主要包括银行结构性存款、股权投资、信托理财产品等产生的公允价值变动。以公允价值计量的资产范围大于金融资产的范围；2)以摊余成本计量的金融资产终止确认收益为信用等级较高的银行承兑汇票贴现支出重分类至以摊余成本计量的金融资产终止确认收益。感谢您的关注！

49. 2021 年年报中说“本报告期末已签订合同、但尚未履行或尚未履行完毕的履约义务所对应的收入金额为 21,199,823,390.34 元，其中，12,048,368,518.30 元预计将于 2022 年度确认收入，9,151,454,872.04 元预计将于 2023 年度确认收入”，但 2022 年年报显示母公司营收为 11,492,807,889.95 元。请问是什么原因？

尊敬的投资者，您好！2021 年报披露的预计将于 2022 年度确认收入数据为预计数，2022 年报母公司营收数为实际实现数。感谢您的关注！

50. 请问当年经销商保证金的变动计入现金流量表中的哪个项目？

尊敬的投资者，您好！计入经营性活动-其他。感谢您的关注！

51. 2022 年财报 131 页使用权资产处置约 809 万元减去约 203 万元，0 减值，等于 606 万元体现在哪个科目里？每年新增租赁资产使用年限希望财报里可以备注一下

尊敬的投资者，您好！使用权资产处置为租赁资产未到期提前结束租赁，使用权资产和折旧减少的同时，差额冲减了尚未支付的租赁负债本金和未确认融资费用。感谢您的关注！

52. 请问在 2022 年年报的 82 页，经营活动现金流净额，36.5 亿，在此净额与净利润的比值是 0.388，而 2021 年经营活动现金流净额是 153.18 亿，比值是 2.03，这个比值可以检验净利润是否变成了现金回到了账户，这个比

值越大越好，请教下这个地方变化的原因是什么？

尊敬的投资者，您好！经营活动产生的现金净流量与净利润存在较大差异的原因主要是合同负债和应交税费的减少，致使经营性应付项目的减少金额较大所致。感谢您的关注！

53. 关于 2022 年财报，请教几个问题，如下：1)财报 127 页，固定资产处置或报废：金额约 6662W- 约 5616W（折旧）- 0（没有减值）=1046W- 资产处置 184.6W-668.2W（非流动资产报废损失/第 146 页）=193.2W，这个 193.2 万体现在哪个科目里？2)财报 144 页其中利息费用是 69 万元，利率是 4.75%，是租赁费用约是 1461W，财报 147 页支付 1520 万，二者之差体现在哪里？

尊敬的投资者，您好！1)固定资产处置除了体现在资产处置收益和营业外支出外，还有应收或已经收到的处置款。2)租赁负债摊销的未确认融资费用是根据折现率计算摊销的，除了与利率有关外，还与租赁负债本金和租赁期、租赁费的支付方式等有关。感谢您的关注！

54. 请问 2023 年一季度报，长期股权投资多了 12 亿，是投资些什么？
为华泰洋河股权投资母基金。

55. 请问贵公司近几年四季度净利润率都很低，是什么原因造成的？

尊敬的投资者，您好！主要原因系四季度销售收入较低所致。感谢您的关注！

56. 请问贵公司，中高端酒毛利率略微下降（1%）的主要原因是什么？是产品升级，包装成本增加吗？而普通酒毛利率下降很多（将近 9%）的主要原因是什么？是全部采用固态法发酵，所带来的粮食成本增加吗？

尊敬的投资者，您好！中高端酒毛利率略有下降的主要原因系粮食、包装材料等材料费和人工成本增加，以及销售结构变动所致；普通酒的销售毛利下降幅度较大的原因系粮食、包装材料等材料费和人工成本增加，普通酒的销售价格比中高端酒低，致使毛利率下降幅度较大。感谢您的关注！

57. 请问年报中生产量同比下降 3%的情况下，营业成本中直接材料的大幅提升是何原因？

尊敬的投资者，您好！直接材料成本上升主要系当期销售量增长及粮食、

包装材料采购价格上涨所致，和当期生产量没有直接关系。感谢您的关注！

58. 我今天想问两个问题：1)洋河股份的母公司资产负债表内包含哪些公司的资产？负债及权益？2)营业成本中直接材料成本大增 31.83%，请问直接材料包含哪些？

尊敬的投资者，您好！1)母公司资产、负债、权益系洋河股份有限公司的资产、负债及权益。2)直接材料指的就是酒体和包装材料。感谢您的关注！

59. 请问 22 年年度财务报告 134 页，递延所得税资产中的“可抵扣亏损”多达 10 亿元，这部分亏损是由哪些业务产生的？

尊敬的投资者，您好！双沟酒业等多家子公司产生的可抵扣亏损。感谢您的关注！

60. 公司有大量货币资金，为什么每年都有票据贴现支出，贴现收到的钱在现金流量表哪个项目里记录？

尊敬的投资者，您好！因贴现利率较低，公司根据经营需要确定是否贴现，贴现收到的现金在销售商品接受劳务收到的现金反映。感谢您的关注！

61. 公司在 2022 年有背书或贴现尚未到期的票据，请问具体用途为背书支付还是贴现？财务费用中票据贴现手续费是如何产生的？

尊敬的投资者，您好！既有背书未到期的，也有贴现未到期的，财务费用中没有票据贴现手续费。感谢您的关注！

62. 本期营业收入比去年增长 18.76%，消费税为什么只比去年增加了 4.8%？

尊敬的投资者，您好！受销售结构、从价税及从量税、计税价格核定的时间性差异等综合因素影响。感谢您的关注！

63. 2022 年报 167 页对子公司投资中双沟酒业和苏酒贸易的其他变动是什么？

尊敬的投资者，您好！系员工持股计划中两家子公司计入资本公积的部分，增加母公司的长期股权投资。感谢您的关注！

64. 2022 年报 145 页和 146 页资产处置收益和非流动资产报废损失的差额是-484 万，第 8 页非流动资产处置损益是-589 万，两者的差额是什么？

尊敬的投资者，您好！145 页和 146 页的资产处置收益和非流动资产报

废损失为固定资产和无形资产处置损益，第 8 页非经常性损益表中的非流动资产处置损益除固定资产和无形资产处置损益外，还包括长期股权投资等非流动资产的处置损益，两者包含的范围不同。感谢您的关注！

65. 2022 年报 125 页其他流动资产里的待抵扣消费税是什么意思？

尊敬的投资者，您好！待抵扣消费税就是进口环节缴纳的消费税在以后产品销售后可以抵扣的消费税。感谢您的关注！

66. 对于“应付经销商尚未结算的折扣与折让”，在经销商下次提货时是按剩余折扣的一定比例使用还是一次性使用？如果按比例使用，使用比例是固定的吗？若本次提货使用了折扣，经销商还能从本次提货中获得新的累计折扣么？

尊敬的投资者，您好！经销商下次提货时是按剩余折扣的一定比例使用，折扣不是单笔订单产生的，达到一定销售数量才给予折扣奖励。感谢您的关注！

67. 新的消费税政策对公司利润影响大吗？

尊敬的投资者，您好！当前国家消费税政策没有变化。感谢您的关注！

68. 作为上市公司，希望董秘能主动与投资者进行各种交流，当有大事发生或者资本市场异动时更应如此，希望我司能给予像我这样的中小投资者多一些沟通交流的机会。

尊敬的投资者，您好！感谢您的建议，我们在努力实现好的业绩的同时，会进一步强化资本市场沟通工作。感谢您的关注。

69. 洋河很多优秀的员工流失了，如何解决人才流失的问题？新一期的股权激励计划何时推出？

尊敬的投资者，您好！我们会不断加强激励体系的研究和构建，如后续有股权激励方面的相关安排，会严格按照相关法规履行决策程序和信息披露义务。公司在薪酬体系、年轻干部选拔使用等方面都做了制度性安排，核心优秀人才保持稳定。

70. 市场给予洋河股份的估值较低，在白酒行业处于底部。公司持有现金较多，能否考虑回购部分股票，以增加投资者信心？

感谢您的建议。估值受诸多因素影响，我们会聚焦主营业务，持续做好

经营管理工作，力争实现更好的业绩回报投资者，促进公司估值的合理回归。
若公司有回购计划，公司将按照监管规则做好信息披露工作。

71. 公司现有现金及金融资产 300 多亿，近几年也没有产能扩张需求，建议公司增加中期分红提高分红比例，提高股东回报，提升公司价值形象。公司已经具备向高端白酒全面进军的市场基础，提高品牌力，未来三年每年利润百分百分红，给予市场充分信心！这是最好的广告和底气，二亿股民的信仰直接比任何广告更有说服力。

尊敬的投资者，您好！近年公司分红比例保持较高水平，目前现金分红比例已超过了 60%，围绕公司的未来发展，公司会通盘考虑投资和分红计划。感谢您的关注！

72. 我是洋河股份散户，长期守着；大环境不好，希望大股东早点分红；同时希望洋河行稳致远，梦 6 早日破百亿销售。

尊敬的投资者，您好！感谢您的建议，我们将在本月底股东大会结束之后两月内进行分红！

73. 请问贵公司在三年前业绩主要靠投资，股价市值在白酒中都能保持行业前三，为什么在业绩主要靠产品的时候，反而市值股价一直在喋喋不休，远远落后于同类产品，几乎要被其他头部白酒企业挤出，只能和三、四线进行比较，而且还不如他们！

尊敬的投资者，您好！我们会把全部精力集中到公司业务上，持续做好经营管理工作，努力实现更好的业绩回报投资者。感谢您的关注！

74. 公司理财未收回的还有多少，预计能按期收回吗？贵公司前期投资理财爆雷出问题，在还未解决情况下，年报显示，贵公司高管将继续进行投资，请问投资方向行业将如何选择？风险是否可控？

尊敬的投资者，您好！公司理财的收回情况请关注公司年报及相关公告。公司目前已经停止了信托理财业务。感谢您的关注！

75. 公司建立了江苏洋河梦想投资管理有限公司，是出于什么考量，将用于投资的钱购买理财或者分红？

尊敬的投资者，您好！公司着眼于产业的发展和提高理财收益水平，设立了江苏洋河梦想投资管理有限公司，主要用于母基金投资。感谢您的关注！

76. 白酒品牌真正意义上的全国化，其实是除了在东部沿海发达地区不断提升占有率，还应深入云贵川白酒产业大省提高市占率，做到不入虎穴，焉得虎子！期待洋河做真正意义上的全国化！

尊敬的投资者，您好！感谢您的建议，我们已做了相关安排。

77. 2020 年末，洋河生产人员为 6073 人，2022 年，洋河生产人员为 8442 人，请问管理层，在洋河产能保持不变的情况下，为何生产人员增加这么多？

尊敬的投资者，您好！主要源于三个方面因素：一是根据市场需求，为保障高端资源的战略性储备，对酿酒、制曲工艺进行了适度调整；二是伴随产品结构的上移，包装生产的中高端产品的产线在逐步增加，原高速低档酒包装线逐步取消；三是未来三年公司将迎来退休潮，提前做好人员储备和技能培养。导致生产人员相应的增加。这也是公司做出的战略性安排。感谢您的关注。

78. 网上一直流传一种说法：说贵公司的新任管理层一直在为老的管理层打工，会容易导致新的管理层和员工工作失去积极性，请问张董：在未来的时期内张董将会通过什么计划或者更加好的规划调动新的管理层和员工的工作干劲和工作积极性，更好地让洋河未来走得更好，实现共赢呢？希望张董解答

尊敬的投资者，您好！公司将不断健全“鼓励激励”、“能上能下”、“容错纠错”机制，完善“赋能成长”、“创新创业”、“职业发展”平台，持续打造自我激励、自我约束和促进优秀人才脱颖而出的体制机制，努力打造一支专业配套、梯次衔接、素质优良的人才队伍，为公司高质量发展提供坚实的人才保障。感谢您的关注！

79. 能否介绍下公司高端酒的酿造、储藏工艺，以及从生产到成品需要的步骤和时间？

尊敬的投资者：您好！公司于 2023 年 4 月份发布了《中国白酒绵柔品质发展报告》，绵柔工艺步骤为 35 道工序 137 个工艺环节，其核心工艺概况为 224335。具体讲，两老，指老窖和老五甑；两低，指低温入窖，低温缓慢发酵；四色，指“黄、紫、白、红”四色绵柔曲；三清，指原粮清蒸、辅

	<p>料清蒸、酒醅清吊；三长，指发酵时间长、酒醅年轮长、原酒储存时间长；五多，指多生态酿造环境、多粮酿造、多工艺组合、多微共酵、多馏段摘酒。铸造了不可复制、独具特色的绵柔品质。公司高端酒生产从原料到成品大约10年左右时间。感谢您的关注！</p> <p>80. 洋河现有的陶罐储酒量一共有多少？各年份的基酒储量如何？2013年的陶罐基酒是否会增量供应高端的手工班或者M9，还是会提高梦之蓝及天之蓝的基酒品质？</p> <p>尊敬的投资者，您好！目前，公司拥有100万吨的储存能力，已储备不同等级、不同年份基酒63万多吨，陶坛高端储酒资源23万吨。感谢您的关注。</p> <p>81. 我想问酒的防伪技术，我在各个平台上买的梦系列酒，如果扫码验证码正确，与瓶盖扫码能得到公司发的微信现金，就能确定这酒是真的吗？目前是否有发现有造假技术能突破上面两个方式。</p> <p>尊敬的投资者，您好！请您到正规的渠道购买公司产品。我们有专门的市场打假和数字化后台监控的专业队伍，以便及时发现，快速反应和应对，及时堵塞漏洞。感谢您的关注。</p>
<p>关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明</p>	<p>关于本次网上业绩说明会的详细内容，具体请见全景网“投资者关系互动平台”（https://ir.p5w.net）</p>
<p>活动过程中所使用的演示文稿、提供的文档等附件（如有，可作为附件）</p>	<p>无</p>