

8、公司进一步提高市场占有率的方式是什么？

答：公司销售的总体目标是现有产能的充分利用和新增产能的加快释放，市场拓展的重点是国内市场和出口市场实现互补、客户结构不断优化，在稳定与大客户合作的同时，积极开拓新市场。

9、国内市场和出口市场哪个利润率高？中期来看，哪个市场更值得投入？

答：从往年情况看，国内和出口两个市场的盈利性互有变化，公司追求的是与客户的长期合作，维持一个动态平衡的状态，不会过于追求短期利益。出口来讲，公司主要方向是周边的东南亚、日韩等地，也会积极寻求其他地区的市场机遇。

10、澳麦双反几个月前放开了，这块对进口大麦供给格局及均价的影响如何？

答：从目前的情况来看，由于澳麦供应量增加和澳大利亚向中国出口大麦的物流等优势的影响，澳麦恢复进口在一定程度上促成了中国进口大麦价格的下降。但国际形势的变化、产地气候等也会影响到原料价格变化。

11、今年前三季度取得了良好的营收增长表现，取得增长的原因有哪些，其中多少是销量增长的贡献，多少是价格因素的贡献？明年情况如何预测？

答：今年前三季度的销售量基本与去年同期持平，但平均价格有所上涨，原料价格上涨带动销售单价提升是营收增加的主要原因。公司将结合市场情况以及两个募投项目的产能释放需求制定明年的销售预算。

12、第三季度利润超预期增长的原因是什么？

答：由于采购价格和销售价格的阶段性不匹配，即不同价格的销售订单同步执行，但相对高价的原料先到货、低价的后到货，导致公司上半年利润同比有所下降，随着到货原料价格走低，第三季度利润相应增加，采购价格和销售价格阶段性不匹配的影响减弱。

13、原料的采购周期和采购价格如何确定？

答：大麦价格每天都在变，采购价格在确定采购合同时就已确定，实际到货时计入成本的原料价格和大麦现货价格会有差异。采购周期受销售订单确定时点、大麦收割时点、物流情况等影响，一般从订立合同到到货在一年以内。

14、特种麦芽的毛利率与普通麦芽相比能提高多少，销售占比如何？

答：国内啤酒行业的结构升级，对公司特种麦芽等产品的推广创造了良好的市场机会。目前特种麦芽的利润率相对较高但公司销售总量不大。

15、目前进口麦芽在啤酒厂原材料采购中占比情况如何？国产麦芽是否仍有替代的空间？

答：目前国内直接进口成品麦芽的数量很少（海关数据显示约几千吨/年）。

16、公司的外汇管理思路？目前外汇敞口如何？

答：公司外汇管理以汇率风险中性为理念，结合外汇敞口进行即期和远期操作，以锁定换汇成本，尽量减少外汇波动对公司经营情况的影响。

17、公司后续产能扩张计划？如何展望公司之后的资本性支出？

答：公司暂时没有新增产能计划。公司的资本性支出主要体现在对生产线的技术改造、更新维护，以及为满足环保和安全需求而开展的改造项目等方面，每年都会有所投入。

18、国资委对公司的考核指标都包括哪些？公司管理团队目前及以后的激励政策有哪些？

	<p>答：近年来公司的考核指标主要是结合十四五规划以及当年的阶段性任务综合制定，其中业绩指标主要看利润。近几年公司陆续实施了职业经理人计划、员工持股计划、增量业绩奖励等激励措施。</p> <p>注： 1、交流过程中公司严格遵照《信息披露管理制度》等规定，未出现未公开重大信息泄露等情况； 2、本次活动如涉及对行业的预测、公司发展战略规划等相关内容，不能视作公司或管理层对行业、公司发展或业绩的承诺和保证，敬请广大投资者注意投资风险。</p>
资料清单	无
日期	2023年11月3日