

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：2024-002

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”参加公司2023年度网上业绩说明会 <a href="https://www.cs.com.cn/roadshow/szse/300755/pb241/">(https://www.cs.com.cn/roadshow/szse/300755/pb241/)</a>
时间	2024年4月22日 15:00-17:00
地点	线上方式
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 副总经理、董事会秘书：梁芳斌 财务总监：胡亮锋
投资者关系活动主要内容介绍	<b>一、公司整体经营情况介绍</b> 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、优秀的核心管理团队、产品筛选及开发优势、成本管控优势、产业链信息化管理优势、多元化的产品服务综合优势享有行业头部地位。 2023年是充满挑战的一年，面对异常复杂的国际环境和艰巨繁重的改革发展稳定任务，及国内酒类消费品市场持续恢复，

公司在董事会、管理层和全体员工的共同努力下，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，不断加强覆盖全国的全渠道营销网络布局，不断完善优质营销团队建设，提高服务水平；并及时根据市场变化调整营销策略，巩固公司在酒水流通领域国内市场领先的地位。公司实现营业收入 101.21 亿元，同比增长 16.22%；实现净利润 2.62 亿元，同比下降 38.06%，其中归属于上市公司股东的净利润 2.35 亿元，同比下降 35.78%。

## 二、问答环节

1. 公司预付款项和合同负债均同比减少 35%以上。请问是否意味着公司向供应商拿货和客户新签单金额较往年持续下滑？

答：预付款项的减少为公司与主要供应商的付款政策调整所致。合同负债的减少为 2024 年春节较晚，酒类行业销售旺季通常为春节所在月份，故合同负债有所减少。

2. 请问 2023 年公司营收破百亿是什么原因？公司的竞争优势是什么？

答：您好，感谢您的提问！营收稳健增长的主要原因为：“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，公司连锁门店分销能力不断提升。其次公司基于对市场需求的精准研判，春节、中秋节、国庆节动态调整销售策略并及时备货，营销工作调度有序。此外，公司不断丰富产品矩阵，精品酒的持续开发支撑了产品多元化发展。公司主要竞争优势主要表现在品牌竞争优势、产品保真体系优势、全渠道网络营销优势、优秀的核心管理团队、产品筛选及开发优势、成本管控优势、信息管理化优势、多元化的产品服务等等。

3. 公司存货在不断提高 这个现象的原因以及如何应对？

答：您好，感谢您的提问，公司存货总额同比是略有下降的，目前存货产品结构合理，动销良性。公司会根据市场需求变化，在保障安全库存的基础上，以确保主销产品动销需求为

前提进行库存管理，依托公司先进的进、销、存信息管理系统，公司库存周转率也保持在良好水平。

4. 请问公司 2024 年战略规划是什么？是否会加快开店速度？

答：您好，非常感谢您的提问。2024 年，公司将紧抓行业新机遇，开创企业新局面，以保真体系和严苛管理筑牢品牌信用基石，持续增强产业链上下游的黏性，紧抓机遇拓展全渠道销售网络，做好上至国内外知名酒企的深度合作，下至终端网点和消费者的精细化服务。同时，加速数字化转型，积极发展新媒体渠道，实现对用户消费全场景需求下的个性化、精准化、快捷化响应。

目前暂无加速开店的计划，公司会对合作伙伴进行严格的甄选，从合作伙伴的经营管理能力、资源情况以及资金实力进行综合考量，并会结合所在地经济发展状况、消费水平、同行竞争状况及店面选址等因素进行综合评估。

5. 请问公司 2023 年毛利率下降的原因？

答：感谢您对公司的关注！2023 年公司毛利率有所下降的原因主要有：

(1) 2023 年白酒市场大部分产品价格承压，公司为顺应市场需求，主动调整产品结构，名酒销售占比同比提高；

(2) 名酒方面，因市场需求变化，部分名酒毛利有所下降，但符合市场整体趋势；

(3) 精品酒方面，根据公司制定的年度精品酒营销策略，持续加大精品酒市场投入，导致精品酒的利润贡献率下降。

谢谢！

6. 请您介绍公司回购的相关情况？

答：您好，谢谢您的提问。截至 2024 年 4 月 3 日，公司通过股份回购专用证券账户以集中竞价交易方式累计回购公司股份 9,098,096 股，占公司当前总股本的 2.183%，最高成交价为 18.05 元/股，最低成交价为 14.04 元/股，成交总金额为人民币

149,999,338.01 元（不含交易费用）。本次回购方案已实施完毕，实际回购股份时间区间为 2024 年 1 月 15 日至 2024 年 4 月 3 日。

7. “保真”是公司重要的核心优势之一，公司是如何实现产品保真的控制？

答：您好，感谢您的提问。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，谢谢。

8. 请问公司现有精品酒有哪些品牌？下一步的发展规划是什么？

答：您好，感谢您的提问。公司精品酒品牌目前有荷花、赖高淮、虎头汾、古井贡、金习酒、铁盖钓鱼台、奔富专销产品、拉菲系列产品等相关产品。公司一直与各名酒厂保持长期稳定的合作关系，也在持续不断的进行新品研发，并会择时上市。谢谢！

9. 请公司介绍一下荷花·金蕊天荷的产品特点和定位，未来的发展规划如何？具体的营销计划是？

答：您好，感谢您的提问。“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 年此款产品实现了逆势增长，2024 年，

	<p>公司会继续利用品牌优势，加大对金蕊天荷的投入，实现销售、利润的双重增长。</p> <p>金蕊天荷由于包装具有独特性，价格具有优势性，利润具有贡献性，所以公司会将此款产品做为公司重要战略性单品进行营销，后续公司会在控制费用投入的前提下，持续不断增加品鉴会的召开场次，长期发展目标为将此款产品打造成为公司的超级单品，谢谢。</p> <p>10. 请问领导，华致酒库和华致酒行之间的区别是什么？</p> <p>答：您好，感谢您的提问。华致名酒库是为了适应当时的社会政策演变的门店业态，门头是黄色的，店面面积较小，无统一装修风格要求；而华致酒行门店更加适应当前公司的发展战略，目前为华致酒行为 3.0 版本，新开店面不仅对投资金额有所要求，并且对店面位置、店面装修、店面成列等都进行了更为严格的要求，谢谢。</p> <p>11. 公司 2023 年推出赖高淮相关产品，请介绍一下这个品牌。</p> <p>答：您好，感谢您的提问。赖高淮品牌是具有个人 IP 价值的一个品牌，赖高淮老先生是泸州老窖第七代传人、前任总工程师，中国国际酿酒大师，中国白酒非物质文化遗产传承人，也是中国浓香型白酒标准制定者之一，被称为“当代酒圣”、“中国窖父”。“赖高淮·作品 1989”整个酿造过程有 100 多道工序，还有“制曲、酿酒、勾调”三大工艺流程，其风格具有典型浓香白酒的特性，谢谢。</p> <p>12. 请问杨总，华致是连锁模式，请问如何对连锁门店进行管控？</p> <p>答：您好，感谢您的提问。公司针对连锁门店制定了严格的连锁门店管理规定（简称《323 新规》），通过加强业务管理、业务指导及飞行检查，实现单店营销能力的稳步提升，谢谢。</p>
附件清单(如有)	无

日期	2024 年 4 月 22 日
----	-----------------