

安徽古井贡酒股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2024-001

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	古井贡酒 2023 年度业绩说明会采用网络远程方式进行，面向全体投资者
时间	2024 年 5 月 21 日 15:00-16:30
地点	网上业绩说明会
上市公司接待人员姓名	总经理：周庆伍先生 独立董事：王瑞华先生 常务副总经理：闫立军先生 副总经理：许鹏先生 副总经理、总会计师、董事会秘书：朱家峰先生
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1、2023 年报，P161，筹资活动产生的各项负债变动情况中，长期借款还有 70,030,097.22 非现金变化，具体介绍一下是什么非现金方式变动？</p> <p>尊敬的投资者，您好！筹资活动产生的各项负债变动中，长期借款 70,030,097.22 元非现金变化主要为长期借款重分类为一年内到期的长期借款。感谢您对公司的关注。</p> <p>2、2023 年报，P154，其他流动负债中，预提费用主要是什么费用？</p> <p>尊敬的投资者，您好！预提费用主要为公司已发生未核</p>

报的销售费用。感谢您对公司的关注。

3、公司在货币资金十分充足，货币资金理财的利率低的情况下，为什么还要对外短期、长期借款？

尊敬的投资者，您好！公司报表中反映的借款主要为子公司的借款。感谢您对公司的关注。

4、公司从2020年年报开始披露有13万吨在建产能，请问这13万吨产能目前的建设进展如何？年报在建工程中的“智能化园区项目”，是指这13万吨在建产能吗？

尊敬的投资者，您好！公司年报中披露的13万吨在建产能指智能化园区项目中的白酒灌装产能。感谢您对公司的关注。

5、请问许总，黄鹤楼在湖北省的名气不小，低位却不高，公司对黄鹤楼酒的目标定位是怎样的？借助古井集团的助力，能否在未来超越白云边酒？

尊敬的投资者，您好！黄鹤楼酒业坚持名酒复兴战略，擦亮名酒基因的金字招牌，坚持技术领先和品质保障初心；抓住清香回暖机遇，落实南派大清香定位，聚焦大单品、聚焦核心市场、聚焦核心客户；强化“三通工程”，立足基地市场，聚焦湖北市场，向“重回鄂酒第一高度”的远景目标迈进。感谢您对公司的关注。

6、您好，请问公司具体将如何加强品牌建设？

尊敬的投资者，您好！公司当前品牌的主要传播策略为：聚焦主流媒体，品牌求美；高举高打，举外打内；持续打造品牌IP。

主要举措有：（1）持续打造春晚、高铁等品牌IP名片；（2）借助直播、短视频等新媒体平台，讲好品牌故事；（3）建设体验中心，加强用户体验；（4）围绕“中国酿，世界香”，持续开展中国酒文化全球巡礼，让中国白酒成为世界的语言。感谢您对公司的关注。

7、您好，请问能否详细介绍一下公司的“战略 5.0、运营五星级”方略？

尊敬的投资者，您好！公司的“战略 5.0”即：建立前端引流、中端体验、末端结算营销新模式。公司的“运营五星级”即：思想五星级、执行五星级、管理五星级、服务五星级、安全五星级。感谢您对公司的关注。

8、在重点打造次高端与高端产品线的战略下，古井贡酒如何平衡市场需求与品牌定位，目前主打的高端产品线中，销量最突出的是什么产品？具体销售情况如何？具体采取了哪些措施来提升高端产品的市场份额和消费者认知度？

尊敬的投资者，您好！公司持续坚持“次高端”战略，不断优化产品结构，做好全价位产品线布局。公司目前核心产品为年份原浆系列产品，其中表现较为突出的次高端产品为古 20、古 16、古 8 等。公司将继续坚持以古 20 为战略支点扩大次高端消费群体，同时持续提升中端产品古 5、献礼及老贡酒销售规模，满足大众消费需求。感谢您对公司的关注。

9、2023 年，古井贡酒销售费用达 54.37 亿元，同比增长 16.46，在 A 股上市酒企中列第二。这些销售费用构成情况如何？公司在战略层面如何看待较高的销售费用？公司如何评估这些营销投入的回报率和对销量的直接贡献？

尊敬的投资者，您好！为持续提升公司的品牌影响力和市场竞争力，以及深入推进“全国化、次高端”战略，需要稳定和持续的市场投入，来扩大市场占有率。

围绕销售费用的精细化管理，公司借助数字化管理工具并结合“规划、执行、督导、审计”四位一体的全过程费用管理体系，进一步提高费用投放的精准性和有效性。近年来，随着销售规模提升，公司销售费用率呈下降趋势。

目前公司销售费用主要由广告费、综合促销费、劳务费等构成。感谢您对公司的关注。

10、请问公司的文化和核心价值观是什么？

尊敬的投资者，您好！公司的价值观为：“做真人，酿美酒，善其身，济天下”。

做真人：诚实守信，按规律办事，按科学办事，这是我们的立身之本。

酿美酒：精益求精，崇尚工匠精神，追求极致主义，这是我们的从业之道。

善其身：正己安人，严守法度、心存敬畏，这是我们的基本操守。

济天下：立德扬善，大爱无疆，情怀天下，这是我们的崇高追求。

感谢您对公司的关注。

11、突破白酒市场的区域化是很多酒企面临的问题，财报显示，公司在华中地区的营业收入占比较高，达到 84.47%，请问古井贡酒下一步在拓展华中地区以外市场方面，有何战略和具体举措？

尊敬的投资者，您好！公司持续推进“全国化、次高端”战略，打造一批规模省区、规模市场、规模客户、规模网点，进一步拓展公司在华中地区以外区域的市场规模。感谢您对公司的关注。

12、尊敬的董秘，公司自 2020 年年报中就提出“公司在主要生产模式基础上，采取订单加均衡化生产方式进行生产。”是否可以理解为公司根据市场需求来组织生产，保证厂商和经销商的库存在适度和合理的范围内。谢谢！

尊敬的投资者，您好！公司主要根据市场订单需求和年度、季度规划等因素组织均衡生产，有利于提升生产效率、保障旺季市场供应，同时保证库存合理性。感谢您对公司的关注。

13、面对白酒行业竞争加剧、消费者偏好的变化，古井

贡酒如何看待当前行业的挑战与机遇？公司有哪些长期战略来保持竞争优势，特别是在年轻消费群体中的品牌吸引力提升方面？

尊敬的投资者，您好！目前白酒消费者更加注重产品的品质及品牌，对白酒提出了更高的要求，同时白酒行业竞争加剧，呈现向头部名酒品牌集中趋势。白酒行业竞争加剧、消费者偏好的变化对公司来说既是挑战又是机遇，公司作为中国老八大名酒企业，四次蝉联全国白酒评比金奖，同时在核心区域内拥有扎实的市场基础，具有品质和品牌的优势。公司开发设计了低度化、年轻化、时尚化、文创等产品，用于满足年轻消费群体的需求。同时借助互联网平台，加强与年轻消费群体互动，增强品牌吸引力。感谢您对公司的关注。

14、公司设定了 2024 年营业收入和利润总额的增长目标，显示出对未来发展有信心。请问公司如何确保实现这些目标的执行力？有哪些具体的市场、产品、营销、产能或成本控制方面的准备和计划？

尊敬的投资者，您好！为确保公司 2024 年经营目标的实现，公司围绕品牌建设、市场营销、生产管理、重点工程及信息化建设、内部管理等方面制定了详细的经营举措，具体内容详见公司已披露的 2023 年年度报告第三节“管理层讨论与分析”之“十一、公司未来发展的展望”章节中的相关内容。感谢您对公司的关注。

15、周总您好。请问对古井贡高端化产品有未来的规划吗？谢谢

尊敬的投资者，您好！公司已制定高端产品规划，目前已推出以古 30 和年三十为代表的高端形象产品。感谢您对公司的关注。

16、请问目前公司的渠道库存如何？

尊敬的投资者，您好！公司通过设置安全库存指标等管

	<p>理方式，强化经销商库存管理，狠抓消费者培育和开瓶动销，深化渠道建设，目前经销商和渠道库存情况正常。感谢您对公司的关注。</p> <p>17、希望贵公司在年报披露时能明确指出华北、华南、华中具体指哪几个省以及希望将安徽省内的业绩情况单独披露，这样能更方便投资者跟踪全国化的进度情况。请问现在古井贡酒的全国化进程如何？另，贵公司在经营举措的内部管理方面提到深入推进举牌对赌改革，请问举牌对赌具体指什么？谢谢。</p> <p>尊敬的投资者，您好！公司稳步推进全国化战略，目前全国化覆盖率已达到 70%以上，省内、省外结构占比为 6：4。公司目前推行的举牌对赌，是为进一步激发人员潜能、释放活力、提高核心竞争力而实施的用人及激励机制。感谢您对公司的关注。</p> <p>18、您好，请问贵公司是否有计划提高资本配置效率，比如加大分红、回购并注销低估的 B 股；另外，请问近几年公司是否有 B 转 A 的打算。谢谢！</p> <p>尊敬的投资者，您好！公司暂无相关推进计划，同时将继续保持对相关政策的研究和分析。感谢您对公司的关注。</p> <p>19、请问后续有没有稳定的提高分红率和股东回报的计划</p> <p>尊敬的投资者，您好！公司高度重视股东回报，与股东共享公司发展成果，在制定利润分配政策时，主要考虑以下因素：公司当前及未来经营情况、业务发展对资金的需求等。感谢您对公司的关注。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2024 年 5 月 23 日