

# 宜宾五粮液股份有限公司

## 投资者关系活动记录表

编号：2024-3

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观	<input type="checkbox"/> 分析师会议 <input checked="" type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 其他（券商策略会）
活动参与人员	通过全景网参与本次业绩说明会的投资者	
时间	2024年5月23日	
地点	线上	
形式	网络远程方式	
交流内容及具体问答记录	<p>公司就投资者在本次业绩说明会中提出的问题进行了回复，重点内容如下：</p> <p><b>一、行业及目标方面</b></p> <p><b>（一）行业展望</b></p> <p>行业仍然延续稳健增长态势，持续向优势品牌、优势企业、优势产区集中，头部酒企收入、利润占比持续提升，强者恒强趋势愈发明显，结构性增长将是行业高质量发展的主旋律、主基调。</p> <p><b>（二）2024年经营目标</b></p> <p>2024年，公司将坚持“稳中求进、以进促稳”的工作总基调，统筹好当前增长和长远发展，抓住一切有利时机，利用一切有利条件，巩固和增强稳健发展态势，继续保持</p>	

两位数稳健增长，实现质的有效提升和量的合理增长。

## 二、品牌方面

公司将持续围绕“价值提升和美誉度提升”开展品牌文化建设，进一步优化传播方式，创新讲好和美五粮液的幸福五部曲故事，即“幸福中国年、幸福中国节、幸福中国宴、幸福中国行、幸福中国礼”，巩固头部企业的品牌形象。一是继续深化与国家级、国际级媒体和重要平台的合作；二是采用年轻消费者喜闻乐见的传播方式、传播媒体讲好五粮液品牌和产品故事；三是从消费者的角度、目标受众的角度创新传播；四是更加贴近终端和消费场景，为市场服务，实现价值转化。

## 三、销售方面

### （一）产品方面

五粮液产品已经构建了“1+3”产品体系，即：以八代五粮液为代表的代际系列、以经典五粮液为代表的年份系列、以501五粮液为代表的古窖系列和以生肖纪念酒为代表的文化定制酒系列。2024年，公司将不断优化产品结构；近期焕新上市五粮液45度、68度两款产品，使代际系列产品实现了39°、45°、52°、68°四个度数、五款产品的全覆盖，后续还将持续顺应消费趋势变化，推出更多高品质、差异化产品。

八代五粮液：公司将坚持巩固八代五粮液的核心大单品地位，通过科学精准的市场投放、持续的消费者培育、特色品牌打造等举措，进一步优化量价关系，着力优化计划配置，调整产品供给，不断巩固第八代五粮液在千元价格带的竞争优势。

经典五粮液：将坚持作为公司年份系列代表的核心战

略产品打造不变；坚持作为公司除第八代五粮液之外的第二根产品支柱不变；坚持作为公司构建未来新的核心增长点不变。近期将推出经典五粮液 10、经典五粮液 30、经典五粮液 50，抢占 3000+及以上市场份额。

**1618、39 度五粮液：**1618 五粮液是五粮液千元价格带的护城河产品，将助推八代五粮液走出独立行情。39 度五粮液是第八代五粮液的侧翼，将持续培育年轻消费群体、扩大消费需求。2024 年将继续增大两款产品市场投放量，进一步提升该价位段的市场份额。

**45 度、68 度五粮液：**五粮液 45 度目标人群主要为 30-50 年龄段商务精英群体，能较好满足其社交宴请、亲朋聚饮等场景需求；五粮液 68 度目标消费者主要是 50 岁以上的高阶圈层及小众高净值人群，适用于宴请和聚会、礼赠、个性化即饮和收藏的消费场景。公司将从加强品质管理和消费者培育等方面来保证市场和消费者对这两款产品的认可。

**浓香酒产品：**2024 年，五粮液浓香酒公司重点做好三方面工作：一是强化市场精耕细作，继续深入开展市场分类分级打造；二是加快培育新品，在集中力量打造五粮春、五粮醇、五粮特头曲、尖庄等大单品的基础上，加快导入和美春、1218、五粮特曲纪念版等产品；三是扩展渠道宽度，大力强化核心终端、电商、KA、团购等渠道建设，力争电商、电商、KA、团购等渠道销售规模取得较大提升。

## **（二）消费场景**

随着经济消费逐步复苏，宴席场景和商务场景将得会逐步恢复，公司将积极抢抓消费机遇，不断优化消费者和终端权益，鼓励做大做优宴席规模，加强过程管理，促进

宴席活动的高质量开展。

#### **四、在建工程、技术创新方面**

##### **（一）重要在建工程**

产能建设方面,10万吨生态酿酒项目(一期)已于2023年12月逐步投窖;10万吨生态酿酒项目(二期)目前正在持续推进项目建设,预计2024年12月逐步投窖。产能配套方面,酿酒专用粮工艺仓及磨粉自动化改造项目已竣工投用;勾储酒库项目、智能立体库已建成并投入试运行;制曲车间扩能项目主体已竣工,正在进行设备安装;成品酒包装及集中式污水处理项目正在推进项目建设,预计2024年12月底建成投用。

##### **（二）技术创新方面**

2023年,公司持续以科技创新支撑高质量发展。一是创新平台体系领先地位进一步夯实,国家企业技术中心在国家年度考核中得分持续稳居行业第一,白酒行业最大的菌种保藏平台成功落户。二是人才队伍建设取得新进展,新增多名国家、省级人才,聘请多名国内外知名科学家担任高级顾问,实现了高水平的研究团队布局。三是创新成果丰硕,荣获3项省部级科技进步奖一等奖,3项成果达“国际领先”水平,多篇高水平科研论文在国际上发表,有力支撑五粮液白酒品质提升。

#### **五、降本增效方面**

公司深入实施全面预算管理,持续推进“双增双节”工作,加强费效管控,助力公司实现高质量发展。2023年,公司营业成本率较上年减少0.37个百分点;管理费用率较上年减少0.16个百分点。

	<p><b>六、分红方面</b></p> <p>公司上市至今已累计现金分红 760 亿元，是募集资金总额的 20 倍，已连续 8 年分红率超 50%，近三年来现金分红每年均超 100 亿元。2023 年拟分红 181 亿元，分红率达 60%，创历史新高。未来，随着公司稳健发展，公司将稳步提升现金分红，持续加大投资者回报。</p>
关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明	否
活动过程中所使用的演示文稿、提供的文档等附件（如有）	无