

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：2024-004

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input 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 checked="" type="checkbox"/> 其他
参与单位名称及人员姓名	方正证券王泽华、中信证券蒋祎、兴业证券金秋、天风证券张潇倩、国盛证券范佳博、长江证券张彦淳、银河证券刘来珍、德邦证券尤诗超、华鑫证券肖燕南、浙商证券张家祯、同犇投资童驯、国泰君安陈力宇、天治基金王策源、南华基金徐开鸿、前海开源基金毕建强、太平洋证券李鑫鑫等 68 家机构。
时间	2024 年 08 月 23 日 19: 00-20: 00
地点	线上方式
上市公司接待人员姓名	董事、总经理：李伟 董事、常务副总经理：杨强 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	一、 管理层介绍公司情况 2024 年上半年，面对激烈的市场竞争和不断变化的消费者需求，华致酒行始终坚守“保真”理念，通过供应链、产品、渠道和人才整合，让“上市公司卖名酒，安全可靠”成为行业共识。报告期内，公司在门店升级、产品研发、品牌打造及团队建设方面下功夫，应对当前新局面、新消费、新机遇。报告期内，公司实现营业收入 59.43 亿元，同比增长

1.3%；实现归属于上市公司股东的净利润 1.55 亿元，同比增长 2.77%。报告期内重点工作回顾：

1. 以门店为载体，开创用酒新体验。报告期内，公司积极推动华致酒行连锁门店的全面升级计划，以更大空间、更强质感、更全品类构建城市文化用酒新空间，开创“沉浸式酒水品鉴”全方位立体的新体验；
2. 以消费者为根本，深化产品布局。报告期内，公司与富邑集团旗下璞立酒庄再度携手，深化战略合作，推出 BV 璞立酒庄罗斯福珍藏赤霞珠红葡萄酒。公司在荷花品牌方面持续发力，举办“星级定制，荷力创赢”荷花·高端定制交流沙龙活动，首次推出“荷花·高端定制”新模式，以“个性化、小型化、多样化”为核心，紧跟体验经济浪潮，满足各级消费者个性化需求
3. 以服务为核心，打造品牌势力。报告期内，公司协助举办茅台创新型营销推广活动共 27 场，打造弘扬白酒传统文化新标杆。向下，通过品牌、产品、营销一体化方案，全面赋能门店客户。截至目前，公司已在全国范围内布局了 8 个中心仓、27 个区域仓，以此为基础，公司在全国范围内建立起“毛细血管式”的全渠道网络和售后服务体系，确保消费者能够享受到便捷、高效的服务体验。
4. 以市场为导向，加强团队凝聚力。报告期内，公司共组织召开员工培训活动 237 期，覆盖参训员工约 2 万人次，重点涵盖公司企业文化、规章制度、品牌策略、产品知识、销售政策、连锁门店经营管理等内容，以实战销售经验分享为主，重点帮助营销人员特别是新员工的业务开展，实现内部优秀经验的分享、传播、复制及转化落地，建立完善的传帮带体系，注重以战代训，从实践中积累经验，进一步实时反馈一线市场动态，助力门店客户精准跟踪捕捉新动向，稳健应对酒业新态势。

二、问答环节

1.在今年上半年需求相对疲软的态势下，公司营收保持稳健增长是采取了哪些措施应对？

答：今年上半年，我国经济运行总体平稳，但国内有效需求依旧不足，酒水行业进入新一轮产业调整期，头部效应进一步凸显。在此背景下，公司根据市场情况积极调整销售策略，春季期间根据市场需求，主动调整产品结构，并对部分产品加大促销力度，从而实现了良好的动销情况。并且报告期内，公司积极推进华致酒行连锁门店的全面升级计划，开创“沉浸式酒水品鉴”，为消费者带来了更高品质的用酒体验。

2.上半年华致酒行 3.0 门店拓展情况如何？

答：报告期内，公司继续聚焦华致酒行 3.0 门店升级迭代，开创“名酒+高档餐饮+文娱生态”新模式，打造创新高端体验空间，将购酒、品鉴、休闲娱乐、宴请会客、文化交流融为一体。并且上半年携手强势团购资源，占据关键地标，覆盖了核心城市、交通枢纽、高端社区。门店的开发及拓展均按目标稳进推动中。

3.公司产品毛利率继续下滑的原因？

答：因市场需求变化原因，名酒销售占比同步提高，但部分名酒毛利有所下调，也符合市场整体趋势的发展。在当前背景下，公司调整产品销售营销策略，持续加大精品酒市场投入，增加品鉴会的召开场次，故而导致精品酒贡献率下降。

4.荷花定制产品是什么？

答：上半年公司在荷花品牌持续进行发力，首次推出“荷花·高端定制新模式，以“个性化、小型化、多样化”为核心，为满足各级消费者个性化需求从而推出的定制型产品，上半年，举办了“星级定制、荷力创盈”高端定制交流沙龙活动，获得了客户的一致好评。

5.销售费用下降主要的原因是什么？

	<p>答：销售费用下降主要是由于以下两个原因造成的。一是上半年公司对产品促销费用进行了更加严格的管控，二是由于公司今年提出了降本增效的经营原则，对人员结构进行了更加精细的优化调整。</p> <p>6.子公司华致精品酒水商贸有限公司营收大幅增加，但净利润却下降的原因是什么？</p> <p>答：华致精品酒水商贸有限公司的主营业务及功能主要是进行名酒供应链采购业务，并非专营精品酒，因公司调整了内部采销的结算路径和价格，所以该公司财务报表有相应的变化。</p> <p>7.进口酒上半年的情况如何？</p> <p>答：报告期内，公司进口酒业务保持稳健的运营，并且在上半年获得了官方授权代理旗下的奔富 Bin704、Bin600、寇兰山等系列产品，标志着双方战略合作的持续深入。此外，上半年公司与富邑集团旗下璞立酒庄（Beaulieu Vineyard）再度携手，深化战略合作，推出 BV 璞立酒庄罗斯福珍藏赤霞珠红葡萄酒。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2024年8月23日