

证券代码：002568

证券简称：百润股份

上海百润投资控股集团股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2025-02-0429

投资者关系活动类别	■特定对象调研 □分析师会议 □媒体采访 □业绩说明会 □新闻发布会 □路演活动 □现场参观 □其他 （请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	国海证券 刘洁铭 ； 方正证券 康宇喆 ； 华西证券 王厚 ； 野村证券 彭琦茹 ； 华泰联合 倪欣雨 ； 东方财富 王尧 ； 银河证券 刘来珍 ； 国盛证券 李梓语 ； 德邦证券 尤诗超； 开源证券 张恒玮 ； 东方证券 燕斯娴 ； 东北证券 阚磊 ； 财通证券 吴文德 ； 东吴证券 于思淼 ； 长江证券 冯萱 ； 申万宏源 严泽楠 ； 兴业证券 汪润 ； 中信建投 夏克扎提； 太平洋证券 肖依琳。
时间	2025 年 4 月 29 日
地点	公司会议室
上市公司接待人员姓名	董事、副总经理、财务负责人：马良 董秘：王晨 证代：唐佳杰
投资者关系活动主要内容介绍	第一：公司情况介绍 董秘简要介绍公司经营情况。 第二：问答阶段： Q：公司各业务板块 2024 年度及 2025 年第一季度情况如何？ A：2024 年度及 2025 年第一季度，国内经济呈现温和复苏，公司顺应行业发展趋势，积极应对外部环境变化带来的机遇和挑战，

	现有业务稳健发展，新业务加快培养，数字化管理持续推进，为实现中长期战略目标进一步夯实基础、储备动能。公司预调鸡尾酒业务及香精香料业务高质量稳健运营，烈酒业务 2025 年第一季度开始实现少量营业收入，产品结构优化，毛利率保持较高水平。 Q：公司威士忌业务的产品有哪些规划？ A：产品矩阵搭建方面，公司从全球主要威士忌产品类型出发，根据中国消费者的口感喜好、饮用场景，研发了包括调和威士忌和单一麦芽威士忌在内的多款产品。继 2024 年 11 月 19 日推出的两款限量创世版威士忌产品，2025 年 3 月公司首次向市场推出“百利得”单一调和威士忌 22 和 66，此外公司在 2025 年推出和即将推出包括荟萃、甄选、特色桶、桶强等多种类型的单一麦芽威士忌，相关威士忌产品将根据业务规划逐步上市销售，持续搭建崃州威士忌产品矩阵，引领国内威士忌市场的发展。 Q：公司在威士忌产品营销方面有哪些安排？ A：威士忌产品营销方面，随着威士忌产品的上市销售，公司将组建专业的营销团队，通过体验式营销和市场前景展望积极开拓优质的合作伙伴，与合作伙伴共建高效的威士忌销售渠道。2025 年，位于成都邛崃的崃州烈酒文化体验中心即将建成并全面开放，体验中心为集酒厂观光、酒文化体验、休闲度假于一体的烈酒文化旅游综合性园区，以新场景、新文化、新姿态的融合体验让消费者感受以威士忌为代表的烈酒文化与魅力，并以品鉴、沉浸式剧场等方式让消费者熟悉威士忌的独特风味、了解威士忌的饮用场景。未来公司将依托崃州吧、烈酒文化体验中心持续开展威士忌体验营销模式。 Q：威士忌业内对公司产品的认可度如何？ A：自公司威士忌产品推出以来，已获得业界多个重要奖项。2024 年 3 月，崃州蒸馏厂荣获全球威士忌行业权威杂志《Whisky Magazine》创办的艾威奖“Icon of Whisky”中国区 2024 年度的年
--	--

	度蒸馏商、年度创新品牌、年度世界威士忌品牌大使和年度可持续发展蒸馏厂等四大奖项；2024 年 11 月，崂州蒸馏厂在全球烈酒饮料行业最具影响力的媒体之一“Just Drinks”所设立的“Just Drinks Excellence Awards 2024”赛事中，荣获了环保类别奖项（可持续发展）、创新类别奖项（制桶工艺）、市场营销类别奖项（互动体验）、产品发布类别奖项（烈酒上市）等四项大奖；2024 年 12 月，崂州蒸馏厂获得国内威士忌专业平台百瓶 APP 评选的百瓶 2024 年度新秀之星威士忌（崂州中国蒙古栎桶）和百瓶 2024 年度用户共创之星（崂州蒸馏厂），其中新秀之星威士忌（崂州中国蒙古栎桶）来自于用户榜单，系百瓶用户公开进行酒款提名并投票产生，展现了国内威士忌爱好者对崂州产品的高度认可。 Q：公司未来是否会推出以威士忌为基酒的预调鸡尾酒产品？ A：公司已开发、储备以威士忌为基酒的预调鸡尾酒产品，后续将按照公司的业务规划，逐步投放市场进行销售。 Q：公司的威士忌酒的陈酿熟成情况如何？ A：桶陈的数量和桶型的丰富程度是公司旗下崂州蒸馏厂的核心竞争力，二者共同塑造了酒厂的风味多样性、产品创新能力和市场竞争力。公司已储备五十余种橡木桶，将为崂州产品提供更多风味的可能。截至 2024 年末，公司威士忌桶陈数量已逾四十万桶，是目前国内桶陈数量最大的威士忌生产企业。此外，公司将持续研发探索中国风味的威士忌橡木桶，为世界威士忌注入新的活力。 Q：公司预调鸡尾酒业务有什么新产品的规划？ A：公司将持续完善“358”品类产品矩阵，通过长线新口味研发、包装汰换升级、季节限定、地域限定等多维度稳固品类成长。同时，针对当前经济周期下消费者对性价比的追求，开发适销对路的新产品，完善、丰富预调鸡尾酒产品矩阵，进一步扩展预调鸡尾酒产品的消费人群和消费场景，提高消费黏性，促进品类的持
--	---

	续推广渗透。
附件清单(如有)	无
日期	2025 年 4 月 29 日