

证券代码：002646

证券简称：天佑德酒

青海互助天佑德青稞酒股份有限公司 投资者关系活动记录表

编号：2025-001

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（ <u>请文字说明其他活动内容</u> ）
参与单位名称及人员姓名	线上参与天佑德酒（002646）2024 年度报告暨 2025 年第一季度报告业绩说明会的全体投资者
时间	2025 年 5 月 15 日(星期四) 下午 15:00~17:00
地点	价值在线（ https://www.ir-online.cn/ ）网络互动
上市公司接待人员姓名	董事长李银会 董事、总经理万国栋 董事、副总经理、营销中心总经理范文丁 独立董事方文彬 副总经理、财务总监郭春光 董事、董事会秘书赵洁
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1. 公司 2024 年净利润下滑 52.96%，主要原因是什么？公司采取了哪些措施来应对这一下滑趋势？</p> <p>答：欢迎您对我公司的关心，2024 年公司在消费者互动建设方面及市场宣传方面增加了聚焦投入，销售收入的增长与费用增长相比较低，影响了净利润下滑，例如，公司加大了对终端、消费者的回馈，同时加大了对重要战略产品的投放力度，本年度市场费用同比增加 3,000 多万元；加之，公司实施 2023 年限制性股票激励计划需要进行股份支付记账处理，对 2024 年归属于上市公司股东的净利润影响额为-2,513.92 万元；公司在开源节流两方面都在采取措施，一方面通过增加各业务渠道的业务活动积极动销</p>

来拉动销售实现来促进收入增长，销售收入的增长是促进业绩改善的重要因素；另一方面公司对各项费用支出做好更细致的管控来让投放更加有效，费销比管控在合理水平以实现公司的战略预期

2. 李董事长您好，请问现在消费低迷，公司营收下降，作为公司的掌舵人，打算从哪些角度来降低成本节约开支，保持公司合理利润？

答:尊敬的投资者，您好，公司这么多年以来一直有强烈的危机意识，强调开源节流。在供应链方面，和上游供应商保持良好的沟通，积极在设计方面控制工艺和材料成本。经销商方面，主动整合资源，把更多的（资源）投入用到消费者培育。生产环节，提高人效，控制酿造成本，考核碳排放指标。品牌推广，强调精准场景和人群。当然，还有更多的措施，欢迎来考察。

3. 公司在 2024 年对产品结构进行了优化，特别是 100 元以下青稞白酒的销售情况如何？公司在中低端市场的布局和策略是什么？

答:尊敬的投资者您好，2024 年公司 100 元以下青稞白酒实现营业收入 495,690,949.51 元，较上年同期的 489,942,491.40 元增长了 1.17%，收入占青稞白酒的比重为 45.86%。

公司目前产品覆盖面较广，青稞白酒按照零售价的区间标准进行分类，零售价 100 元/500ml 以下主要是光瓶、永庆和、星级（红四星）等系列酒。2024 年公司紧紧围绕“消费驱动、深塑形象、规范市场、重点突破”经营方针，高度践行“品质主义、精神主义、长期主义”，围绕从产品型企业向服务型企业转变，做出一系列动作调整和执行落地。在营销方面，青海本土市场根基愈发稳固，省外市场拓展步伐稳健有力，公司在深耕重点市场的同时，聚焦更多人力和资源倾斜晋陕豫等外围核心市场，强化全国市场布局，还针对核心产品实施 BC 联动营销策略，围绕消费者运营原则持续创新消费培育模式，开展特色核心人群运营活动等。在技术创新上，重点在原酒酿造、原酒资源利用和半成品批次稳定性、差异性方面开展了多项创新应用，优化体系管理，提升供应链整体能力。在数字建设方面，开发上线多个数字化系统，发挥信息管理工具在赋能经营方面的优势，还推进前沿技术的应用。感谢您对公司的关注。

4. 尊敬的董事长，白酒行业竞争加剧，天佑德酒作为区域名酒，未来

如何破局？

答:尊敬的投资者，您好，过去的七、八年公司在青海和周边，结合酒庄的5A级景区，一直通过“请进来，走出去”等方式，构建更深的消费者认知，从而建立更牢固的根据地市场。同时，也在主动建设和培育新的根据地。“生根，深耕”是区域酒企的唯一道路。

5. 请问李总，公司子公司OG连年亏损，去年有亏损了2,000多万，说明海外这条路走不通，公司有没有想过把OG卖了，剥离出去啊？

答:尊敬的投资者，您好，国际市场的道路确实很难，特别是到美国这样的发达国家。但是，国烈酒的潜力很大，要坚持。当然，我们也会根据形势变化适当的调整，总体看OG的资产质量还是有保障的。

6. 范总，公司提出青甘一体化战略多年，请问今后青海甘肃如何规划，除青海、甘肃市场，公司在其他市场是否有机会？

答:尊敬的投资者您好！公司青稞白酒在青海省外的甘肃、西藏、山西市场销售态势较好。市场布局方面，全国化市场布局更为明确，在巩固青海大本营的同时，以甘肃、山西、陕西、河南为战略核心，辅以华东、华南、华北重点城市的布局，为长期发展奠定坚实基础。2025年，公司围绕营销抓转型，按照“扎根西北、拓展美国、国际化与全国化齐头并进”的发展思路，全力决战西宁、兰州、拉萨等核心根据地市场攻坚战和青甘大本营市场，全速开发晋、陕、豫战略核心市场，并实现运城市场突破。同时，积极布局华东地区无锡，华南地区福州、南宁，以及华北地区张家口等机会型外阜市场，为公司全国化进程做好布局。感谢您对公司的关注！

7. 万总，是否能介绍一下公司产品出海情况，另外美国加征关税是否对公司出海有影响？

答:感谢您的提问和关注，公司白酒、威士忌出海处于前期开拓阶段，市场不仅仅是美国、还有加拿大，在公司整体主营业务收入占比相对较低。公司开拓海外市场的主要目的是提高公司产品在国内市场的美誉度，从而提高公司产品的定价权以及在省外市场的开拓。美国对等关税的实施，目前不影响公司产品在美国、加拿大市场的前期开拓和宣传，如果对等关税持续，公司将会调整策略，白酒、威士忌的出海会以加拿大市场为主拓展。

8. 范总，公司提出青甘一体化多年，甘肃市场一直未有大的突破，请

问除了青海大本营市场，其他市场天佑德酒是否有机会？

答:尊敬的投资者您好！公司青稞白酒在青海省外的甘肃、西藏、山西市场销售态势较好。市场布局方面，全国化市场布局更为明确，在巩固青海大本营的同时，以甘肃、山西、陕西、河南为战略核心，辅以华东、华南、华北重点城市的布局，为长期发展奠定坚实基础。2025年，公司围绕营销抓转型，按照“扎根西北、拓展美国、国际化与全国化齐头并进”的发展思路，全力决战西宁、兰州、拉萨等核心根据地市场攻坚战和青甘大本营市场，全速开发晋、陕、豫战略核心市场，并实现运城市场突破。同时，积极布局华东地区无锡，华南地区福州、南宁，以及华北地区张家口等机会型外阜市场，为公司全国化进程做好布局。感谢您对公司的关注！

9. 宁夏传奇天佑德青稞酒销售有限公司注销，这对公司的业务布局有何影响？

答:您好，宁夏传奇天佑德青稞酒销售有限公司为公司合营公司，其注销主要是基于公司整体的布局考虑，销售规模、资产规模在公司整体层面占比较小，对公司未来的生产经营不构成重要影响。

10. 请问万总，我看年报，公司的广告销售费用增长挺猛啊，20%几，但是没转化成营收呢，天佑德酒产能3万吨，去年也就不到1.5万吨产能，咱们青稞酒在西北地区没以前好卖了啊，库存也多。到底广告投放到哪里了，一点成效没见啊。

答:感谢您对公司的关注，首先广告投入存在前置和后置的问题，尤其是消费培育的工作，是一项长期的工作，需要时间积累，才能转化为实际的效果。目前广告投入主要在消费培育以及晋陕豫待开发市场。欢迎您持续关注，并提宝贵意见。

11. 万总，公司2024年产品销售结构如何，是否明显感觉消费降级？

答:尊敬的投资者您好，公司产品分为天佑德、互助、永庆和等品牌青稞酒白酒，国际市场首个中国白酒独立化品牌Tashi等。从公司数据来看，100元（含）/500ml以上青稞白酒收入占比略有下降，100元/500ml以下青稞白酒收入占比略有上升，但变化幅度较小。

12. 公司2024年末，现金流量净额同比下降-82.03%，是何原因？

答:感谢您对公司经营情况的关心，公司现金流量净额的变化反映在经

营现金流由于现金收入增量不及采购及费用支出增加引起的减少，在投资现金流变动与上年同期变化不大，在筹资现金流方面 2024 年度较上年同期减少了上年同期进行的股权激励现金收款，同时 2024 年度增加了中期分红及相关股息支付也增加了筹资现金流的减少，以上综合因素影响之下现金及现金等价物净额同比下降较多。

13. 请问董事长，天佑德酒未来的发展规划是什么？

答:尊敬的投资者，您好，这个问题太大了，总的说，做强青稞酒品牌，做大青稞酒品类，提高青稞价值。欢迎查阅我们的中长期规划，和其他方式交流。

14. 不好意思，我冒昧问下，公司这个全国化战略具体准备这么走啊，个人感觉很难的。因为我也喝过青稞酒，在甘孜阿坝、西藏、青海湖旅游的时候尝当地酒，本地朋友招待都是青稞酒，说实在话，不是本地人，喝点点就晕了，平时白酒也有 8 两 1 斤的量，但是喝青稞酒，真的遭不住。就这个喝酒感官来讲，全国化真的可行吗，感觉除了甘孜、西藏、青海这些地方人能接受，其他地区人真的很难接受青稞酒呢。不知道公司有没有人真正做过青稞酒的饮酒群体画像，认真思考过公司未来发展的侧重点呢？

答:尊敬的投资者，您好，冒昧的问，您喝的青稞酒，要看一下是不是白酒，是不是“天佑德”？希望有机会能够一起品鉴一下，我们还是有信心。另外，您说得对，我们也在对青稞酒的消费人群进行画像，中高端产品，要针对有青藏向往的，和青藏情结的。谢谢。

15. 李董事长，各家白酒都在积极拥抱年轻化、请问天佑德是否有年轻化的布局？您如何看待新消费，贵司是否有基于供给端的创新？

答:尊敬的投资者，您好，年轻化一直是我们在实践的，产品包括葡萄酒、威士忌、热巴青稞酒，还有我们的低度果味预调酒等，也一直在探索合适的人群和场景。您可以看看我们天佑德（青稞酒）公众号，谢谢。

16. 未来公司对海外市场的投资计划如何？

答:尊敬的投资者，您好，海外投资一定要控制，特别是现金流的稳定。同时，要配合我们的 TASHI 白酒和 TIBETU 威士忌的推广和销售。谢谢。

17. 未来公司是否有进一步的股权激励计划？

答:尊敬的投资者,您好,目前没有。

18. 其实吧,青稞酒市场容量就那样,不到 50 亿,整个大西北,西藏、青海以及甘肃,青稞酒容量可能有个 30 亿左右,甚至更少,公司为何不深耕西北,拿下大西北,就是青稞酒绝对的老大。退一步说,即便拿不到绝对龙头,公司营收规模整到 20 亿,日子也会很滋润。另外,现在喝酒群体年轻化了,公司有没有考虑做一些 Z 时代的产品啊,比如青稞果酒等进行产品多元化拓展呢?

答:感谢您的关注与提问,首先青稞酒属于大清香范围,他适应于全国消费者,一方面我们立足青海,做强西北,初心不变;另一方面我们拓展全国市场,聚焦开发晋、陕、豫市场。在产品多元化拓展方面,2024 年公司年轻化、低度化产品的研发工作有序进行,为后续产品线的多元化拓展和产品矩阵的丰富奠定了坚实的基础,时机成熟时将推向市场。再次感谢您的关注!

19. 请问万总,我们公司对未来年轻化和年轻人的消费变化,有什么应对策略?

答:感谢您的提问,一方面我们立足青稞酒本身的特色及青藏特色,做一些相关创新,开发出一些适应于年轻人的产品,比如青稞酒的调味酒、果味酒等;另一方面计划在年轻化场景建设、年轻化传播方面做出相关动作与调整。

20. 尊敬的董事长好,未来是否会结合 AI 人工智能的发展,有没有引入并结合利用人工智能的思路,来更好规划企业的发展方向。

答:尊敬的投资者,您好,我们在大数据、互联网时代都没有取得应用的优势,公司在 AI 时代无论是生产,管理,还是营销、推广、传播,都在积极使用 AI,特别是在培育消费者方面。

21. 公司在 2024 年启动了“1.73 万吨优质青稞原酒陈化老熟技改项目”,该项目的进展如何?预计对公司的产能和产品质量有何提升?

答:感谢您对我公司经营的关心,“1.73 万吨优质青稞原酒陈化老熟技改项目”按披露的 2024 年年报显示,本报告期投入金额 6,014.25 万元,截至期末累计投入金额 9,747.42 万元,投资进度为 46.42%。建设期内,受国内经济形势等客观因素的影响,该项目涉及的土建工程、设备采购、

运输及安装进度等受到了不同程度的影响。该项目为增加优质原酒储能项目。项目的建成将增加优质青稞原酒储能 1.73 万吨，实现公司优质青稞原酒管理的科学化和精细化。本项目可延长优质原酒贮存时间和改善贮存条件，来提高优质青稞原酒品质，最终实现公司中高端产品品质的升级，增加中高端产品的销售占比，提高公司整体毛利水平，为公司未来的可持续发展奠定坚实基础。感谢您对公司的关注。

22. 请问范总，针对公司走出青海，全国化方面，公司是否做了战略储备，是否在过往中全国市场中，总结了经验，应用效果如何？

答：您好！ 战略储备方面：2024 年公司创新提出“国际化、县域化、年轻化、品牌终端化”等“四化”战略，逐步落地实施。在市场布局上，进一步巩固青海大本营市场，将战略防线前移至甘肃市场；全国化进程以晋、陕、豫为战略核心市场，聚焦重点区域、重点资源，全力打造样板市场。2025 年，公司全力巩固西宁、兰州、拉萨等核心根据地市场和青甘大本营市场，加快开发晋、陕、豫市场，同时布局机会型外阜市场。过往经验及应用效果：2024 年全价位段产品覆盖率提升工作成效显著，弱势区域、弱势单品得到有效补强提升，县乡镇市场产品覆盖率、渗透率显著提高；创新升级 BC 联动模式，激发了消费者购买热情，提升了终端动销率，人之德、白青稞两款产品的 BC 联动策略效果显著。感谢您的关注！

23. 尊敬的总经理，在现在各行业经营都出现困难的情况下，我们如何更好的更有效的保障企业的长期高效发展，制定未来的长期发展规划。

答：尊敬的投资者，您好！公司未来五年以“四化”格局作为经营管理和业务开展的行动指南，通过年轻化、县域化、国际化和品牌终端化，确保美酒产业的有效落地和精准执行，最终深度挖掘并激活品牌力、产品力、市场力、文化力等，构建一个价值联动、有效赋能的战略体系，推动公司在新时代背景下实现高质量发展。在此基础上，通过“四演传播”（演讲、演出、路演、巡演）、“四化考核”（细化、量化、钢化、进化）等路径全面推进战略落地。

24. 尊敬的领导好：在现在经济下行压力下，各行业都出现经营困难，企业如何做好资金流的安全保障？

答：欢迎您对我公司的关心，在资金流安全保障方面，本公司采取了一

系列措施。在管理流动风险时，公司保持经营管理层认为充分的现金及现金等价物并对其进行监控，以满足公司经营需要，并降低现金流量波动的影响，对涉及公司各项收入与支出的全方面监控是公司现金管理的常态化管理工作，同时内控监督机构也同步开展监督工作。

25. 万总，公司是否有光瓶酒战略，如果有，目标人群、价位带选择、销售区域有具体规划吗？

答:感谢您的关注与提问，公司一直以来都有光瓶酒的运作，如互助大曲、白青稞等光瓶酒，并且白青稞在青海自上市以来表现较好，光瓶酒的战略我们在持续推进中。公司目前正在推进大单品的全国化模式，其中涵盖光瓶酒的推广策略。

26. 公司未来的发展战略是什么？

答:投资者，您好！未来五年，公司将以“四化”格局作为经营管理与业务推进的行动纲领。“四化”格局涵盖年轻化、县域化、国际化及品牌终端化四大维度，旨在保障美酒产业的高效落地与精准实施。通过深度激活品牌力、产品力、市场力、文化力等核心要素，公司将构建起价值联动、效能赋能的战略体系。同时，未来五年公司还将“聚力营销转型”、“聚焦白酒板块”、“强化战略品牌”、“打造核心单品系列”。坚持以青稞白酒为主营业务不动摇，持续探索和创新直播、电商业务发展模式。并且坚持“白酒+青稞酒”“销量+数据”“空间+时间”“风味+健康”“文化+活力”五大战略定位，提升产品核心竞争力，巩固公司在青稞酒行业的领袖企业地位。感谢您对公司的关注。

27. 你好，郭总！青稞酒目前从报表看业绩增长有限。请问从几个方面保证在此市场阶段中活下去，并做好企业下一阶段的成长储备？

答:欢迎您对公司经营管理的关心，如同我公司业务领导在互动问答中的回复，公司在市场布局上，进一步巩固青海大本营市场，将战略防线前移至甘肃市场；全国化进程以晋、陕、豫为战略核心市场，聚焦重点区域、重点资源，全力打造样板市场。2025年，公司全力巩固西宁、兰州、拉萨等核心根据地市场和青甘大本营市场，加快开发晋、陕、豫市场，同时布局机会型外阜市场。2024年全价位段产品覆盖率提升工作成效显著，弱势区域、弱势单品得到有效补强提升，县乡镇市场产品覆盖率、渗透率显著

提高；创新升级 BC 联动模式，激发了消费者购买热情，提升了终端动销率。

28. 您好呀，请问公司是否考虑线上抖音直播带货呢？

答：投资者您好！直播带货是趋势，公司目前也在积极尝试；关于抖音等直播平台的销售，公司目前也处于尝试阶段。感谢您对公司的关注！

29. 这几年公司分红很给力，但是股价受制于行业整体低迷，不断走低，今年不少酒企进行了增持或者回购来稳定股价，请问公司有这方面的考虑吗？

答：尊敬的投资者，您好，我们会坚持业绩就是尊严，其他要看公司的公告。谢谢。

30. 尊敬的领导，我们企业立足于青海，但是如何能更好的打开省外的市场呢？

答：投资者您好！在省外市场的开发上，重点是聚焦资源实现模式突破，如晋、陕、豫市场的片状开发，以及南宁、福州等市场点状开发。

31. 请问李董，在当前经济形势下，集团信息化建设方向有什么变化。针对年轻消费群体，在线上、电商等方面有什么规划？

答：尊敬的投资者，您好，针对年轻的人群，首先要产品表达年轻化，我们这么多年一直在葡萄酒、威士忌、热巴青稞酒，还有预调酒方面下功夫，已经有储备。线上购物是年轻一代的更多更好的选择，结合青稞酒与青藏高原的心智关系，我们一直在探讨通过 AI 工具分析情绪价值，从而引导消费习惯，争取能够有突破。

32. 天佑德光瓶酒在省外的战略是怎么样的，天佑德光瓶酒如何在其他品牌光瓶酒竞品中建立特色，价格阶梯是如何考虑的，是否有考虑在省外的终端进行品牌推广性的铺货。

答：尊敬的投资者您好！在现有经济及行业大环境下，县域化和光瓶酒是重要机会点，公司一直在推进光瓶酒计划，如互助大曲、白青稞等产品，特别是在青海市场推广中取得较好的成效。下一步公司将围绕青稞酒的最大差异化“青稞”，以及高原、纯净、生态等特点打造产品特色，推进省外市场的上市销售及推广。

33. 听说公司在推进卓越绩效管理，目前已经推进到什么进度了，效果如何？

答:感谢投您的提问, 2024 年是公司实施三年卓越绩效管理战略的开端之年。自 4 月启动卓越绩效管理模式以来, 我们邀请了国家级卓越绩效专家进行辅导, 发布《卓越绩效工作计划》, 迈出全面争创“全国质量奖”的关键一步。从实际成效来看, 我们在多个省级质量管理活动中成绩斐然。获评“青海省用户满意企业”, 多个车间与班组荣获“用户满意服务之星班组”“质量信得过班组”等称号, 在现场星级管理评价活动中也收获多个星级评定。此外, 在质量管理小组活动成果交流发布会上, 公司被评为“青海省质量管理小组活动优秀企业”, 多项攻关改善课题获奖。这些都充分展现出卓越绩效管理推行后, 公司在质量管理、生产效率及团队协作等方面的显著提升。再次感谢您的关注!

34. 2024 年末, 公司存货达到 14.88 亿, 同比增加 10%, 低于营业收入增长率, 请问原因是什么?

答:欢迎您对我公司经营管理的关心, 公司存货构成在年报中有充分披露, 我公司存货构成的主要部分之一为库存原酒, 2024 年度, 公司存货中在产品占比达 70%以上, 是存货金额大的主要原因, 公司主动延长原酒的存储期, 增加原酒储量丰富度, 通过陈化老熟工艺提升产品品质, 原酒储量稳步增长是按公司战略发展目标来实施酿造及存储工作, 存货构成符合公司经营发展预期, 在库存成品酒的管理上公司以内控制度及经营管理目标按规划开展。

35. 旅游旺季即将到来, 有没有品牌宣传计划, 包括产品推广和旅游宣传等, 就像去年的天水麻辣烫?

答:感谢投资者的提问! 关于品牌推广, 我们一直在持续, 如每年七八月的青稞酒文化节, 八百流沙及 FIRST 电影节等, 同时我们注重在旅游景点的氛围建设与产品覆盖。

36. 董事长您好, 各企业都在打造企业的 IP, 是否有计划您自己打造一个 IP, 为企业亲自代言, 打造自己的 IP?

答:尊敬的投资者, 您好, 我一直在为天佑德代言, 至于 IP, 有考虑, 需要深入和长期筹划。谢谢。

37. 尊敬的李董事长, 公司实施股权激励后却增收不增利, 公司股价创下上市以来历史新低, 请问您作为公司掌舵人, 对这届管理层的表现如何

评价？您作为大股东，股价低于发行价可以减持吗？请问后续是否有市值管理、增持、回购等考量？

答：尊敬的投资人，您好，股价与经营业绩是相关的，业绩有我们天佑德品牌的先天局限性，当然也有我们管理层的问题，欢迎您和各位投资人参加我们的季度、年度工作分析会议并指导。大股东增持和减持都要符合上市公司的相关规范，会提前公告。谢谢。

38. 公司产品也属于清香型，相比于大家常见的山西汾酒、老白干酒，青稞酒的产品风格与清香型相同以及不同的点有哪些？

答：尊敬的投资者您好，公司主营的青稞白酒属于清香型，也是青稞香型。与山西汾酒相比，相同点在于都为清香型白酒，但在不同方面存在差异。公司采用的酿酒原料为青稞，工艺为清蒸清烧四次清，用花岗岩条石窖发酵；而山西汾酒用的酿酒原料与公司不同，采用地缸发酵，工艺为“清蒸清烧二次清”。青稞酒最大的特色是天酿工艺、四大合一，主要包括种酿合一、曲粮合一、岩木合一、天人合一，四季酿酒。

39. 2024 年，公司产品在电商平台销售 4585.89 万元，较上年同期增长 14.98%，显著高于线下青稞白酒的增长，公司在渠道方面是否有倾向性的变化？范总，如何看待线下、线上渠道？

答：投资者您好，感谢您的提问！线上直播等电商平台的销售我们在积极的尝试中，目前线下渠道销售还是主流。

40. 公司营收目前卡在 10 亿上下，一季度往往是公司全年收入高点，今年来看，一季度净利润同比是下滑的，公司有无预期或者计划，保证净利润实现增长，以打消外面质疑公司增收不增利的现象？

答：感谢关注公司业绩。今年一季度净利润下滑，主要受市场环境、销售节奏及前期投入未完全见效等因素影响。我们已制定提升净利润计划。产品策略上，优化产品结构，重点推广人之德、家之德等中高端产品，扩大市场份额；同时对百元价位带及以下产品，通过渠道精细化管理，提升周转效率，降低销售成本。市场拓展方面，立足青海，深耕西北，聚焦晋陕豫重点区域，加大资源投入，精准营销，以销量增长带动利润提升。成本管控上，减少非生产性经营投入，提升生产效率，降低生产成本；同时优化市场费用投放策略，确保营销投入高效转化，提升品牌价值，多措并举

	举实现净利润增长，消除外界对公司增收不增利的疑虑。
关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明	否
附件清单 (如有)	无
日期	2025-05-15