

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：2026-001

| | |
|---------------|--|
| 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（请文字说明其他活动内容） |
| 参与单位名称及人员姓名 | 线上参与天佑德酒（002646）2025 年度报告暨 2026 年第一季度报告业绩说明会的全体投资者 |
| 时间 | 2026 年 5 月 21 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、总经理李银会 董事、副总经理冯声宝 董事、副总经理范文丁 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. 我看广东各大超市，都没有咱们公司的产品，应该在沿海城市加大广告的投入，公司百年品牌，与其他的白酒区别要让消费者知道青稞酒的特殊性与特色，故事讲好了，人们就有购买欲望，像泡泡玛特就是故事讲好，小米汽车也是。</p> <p>答：尊敬的投资者您好，感谢您对我们的关注和发展提出的建议。公司目前定位仍是区域性酒企，核心市场聚焦西北，东南沿海暂非布局重点。后续我们会深耕本土市场稳固基本盘，同时依托百年品牌底蕴，讲清青稞酒独特优势塑造差异化认知，按需适度拓展外围市场。</p> <p>2. 我购买咱们公司真年份的酒，里面没有杯子，建议里面放一个杯子，</p> |

酒喝完了，瓶子可能丢了，杯子还在，杯子要印有天佑德三个字，只要他喝酒时用到此杯子或者朋友过来看见此杯子，就无形中打了广告。

答:尊敬的投资者您好!您的建议非常好。天佑德酒部分礼盒产品或旅游渠道产品中已采取类似包装设计，一些产品包装中配置了不同容量和设计风格的酒杯，在消费者消费过程中起到了较好的展示效果。感谢您对公司的关注!

3. 公司近期股价持续低位震荡，大幅跑输白酒板块，管理层如何看待当前市值与股价估值水平？是否认为股价已偏离公司实际经营基本面？

答:对当前的股价我们确实非常惭愧，提高公司的盈利能力和持续增长，是我们的责任和担当，感谢理解。

4. 请问大股东长期对公司市值管理、股价维稳毫无动作，漠视中小股东利益，后续是否会切实履行股东责任，拿出实际帮扶举措？

答:我们会结合市场变化，尽快稳定营收和利润，保证持续稳定增长，从而提升股东的回报。谢谢。

5. 劲酒高管减持、管理层变动对战略执行有无影响？

答:企业的战略执行与董事会、董事长相关，高管的变动不会影响。谢谢。

6. 2026Q1 利润降幅明显大于收入，核心原因是费用还是结构？青海市场稳健、省外承压，全国化策略是否进一步收缩？全年费用管控与产品结构提升目标是什么？

答:感谢您对天佑德酒的关注，公司一季度收入较上年同期下降 5.87%，归母净利润较上年同期下降 28.18%，从披露利润表指标对比可看出公司销售费用较上年同期持续增加投入约 800 万元，主要是应对销售市场竞争与品牌建设、消费者互动投放等。公司全国化策略在“四化战略”中将更加聚焦，做好目标县域化市场。全年费用管控以营销战略能精准实施为目标进行开源节流的管控，结合市场消费需求来匹配公司的产品结构。

7. 青青稞酒是中国独一无二的产品唯一的上市公司，具有特色及较强竞争力的品牌，公司在地产、经济上升周期时都没做大做强，说明企业团队能力有限。现经济困境如何扭转颓势？如无力经营，建议董事长学习资本市场优秀的公司做法让出第一大股东地位或学习中际旭创的做法，请行

业优秀的人才经营，真正让全体股东受益！

答:感谢您对天佑德青稞酒的关注，对青稞、青藏高原的认同。公司在行业快速成长期没有抓住机会走出去，确实我们的营销能力有限。结合我们过去的经营管理，一个企业的长期稳定成长与各方面关系都很大，不仅仅是产品的特色，包括队伍素质的持续提高，根据地市场的深度挖掘和扩大。我们目前认为不是通过让出第一大股东和引进几个优秀人才能够解决的，基于长期主义我们需要全方位提升竞争能力。

8. 建议董秘多出来市场学习下，加强与投资者的沟通。很多券商基金公司都没听过天佑德酒。

答:尊敬的投资者您好，您的建议非常好，天佑德酒地处青海，在青海省的品牌知名度和认可度非常高，具有天生与众不同的特点，酿酒的原料是青稞，青稞是青藏高原独特的作物，富含膳食纤维和多种营养物质。目前公司已被西南证券、西部证券、国投证券覆盖。我会进一步加强与投资者，券商、基金的交流，让资本市场更加了解天佑德酒。

9. 贵公司对于市值管理是否有详细的措施？是否有增大股东回报的意向？

答:经济环境进入一个相对稳定期，我们还是要坚持深挖青藏根据地市场，逐步扩大和建立新的根据地，提高企业的竞争力，不断提高盈利能力来回报股东。谢谢。

10. 李总好，请问，您亲自出任总经理，执掌公司经营事项后，公司的经营战略和业绩目标将做哪些方向性调整？“四化”战略是否会延续，还是会重新聚焦回青海大本营市场？对于职业经理人管理团队接连出走后的企业治理稳定性，公司有何应对措施？

答：“四化”战略必须坚持，其实行业都是在做基本相近的事情。青海市场是我们的根，但是人口基数少，经济总量小，制约着我们的消费能力。前几年，我们一直努力能够在人口多的地方开拓出新的根据地，也基本找到自己的线路和逻辑，还是需要不断打磨成熟。结合行业现状，我们要聚焦青藏，在有竞争优势的地方下功夫，保证企业在生存中求发展。企业的经营管理是一个有机的组织，2017年开始我们通过天佑德大学培训持续提高员工，特别是中层以上干部的能力，9年来我们的学院已经有100多人

走上重要的工作岗位，占到中层以上干部的 50%以上，逐步夯实我们的队伍，不会因为少数变动影响公司稳定。谢谢。

11. 贵公司对于市值管理是否有详细的措施？是否有增大股东回报的意向？

答:提升盈利能力，健康持续经营，是我们一直在努力的目标，也是提高股东回报的唯一办法。谢谢。

12. 对比行业同行，天佑德近年整体发展不及预期。请问管理层如何看待当前经营现状？造成增长乏力的主要原因是什么？接下来会通过哪些方式提振业绩、提升盈利水平

答:尊敬的投资者您好，公司正视当前经营现状，主要受行业竞争加剧、产品结构升级周期较长，以及省外拓展仍处于打磨样板市场的培育阶段，尚未进入放量增长期等因素影响。下一步将聚焦家之德等核心单品，深化BC联动与C化运营，加快数字化及AI营销创新，巩固青海大本营同时有序推进省外试点，力争提升业绩与盈利水平。

13. 贵公司的美国子公司OG已经连续多年亏损,但2025年仍继续增资。请问贵公司对海外业务的战略定位是什么？目前海外业务距离盈亏平衡还有多远？未来是否会考虑收缩海外投资以集中资源应对国内压力？

答:在海外，特别是美国，开拓市场前期的投入肯定比在中国大得多，那里都是用美元算账。但是美国是中国之外最大的规则统一的酒市场，消费能力强，每年将近 500 亿美元的规模。结合我们 2014 年（具体在 2013 年底）开始在美国收购酒庄，目的是建立我们在美国的学校、桥头堡、俱乐部，已经过去 12 年，积累了在美国，甚至世界酒行业良好的口碑，来之不易，我们天佑德青稞酒具有全球化的基因，消费者对我们的产品和文化认同度较高，我们认为应该坚持，不能半途而废。我们一直在脚踏实地推进开源节流，力争三年内实现现金流平衡。同时也在考虑引进合作伙伴投资者共同经营发展我们在美国业务，欢迎各位来参观指导。谢谢。

14. 贵公司是否会加大研发投入，开发新品例如：青稞啤酒、气泡酒等来迎合年轻人消费群体，以及加大不同季节消费者对于酒类的消费力度？

答:我们四年多来，结合传统青稞酒（羌酒）的酿造工艺，正在开发青稞香槟、高槟、贵槟三个产品，适应年轻、低度、时尚、健康，还有青藏

高原游客，政商务宴会的需求，顺应青稞和高原的认知，带动消费。谢谢。

15. 公司当前总市值仅约 30 多亿元，在白酒板块明显低估、流动性偏弱。实控人李银会直接+间接持股近 40%，股权集中、机构持股比例偏低。请问公司是否评估过：向青海/西藏地方国资或产业基金出让股权、引入战略投资者，既能优化治理、绑定地方资源，又能提振市场信心？

答:没有深入考虑过引进投资者，更多功夫要用来开拓市场。谢谢。

16. 贵公司省外经销商数量是省内经销商的七倍，但营收贡献仅占三成，且降幅比省内大。请问贵公司对当前的全国化策略有什么复盘和调整思路？2026 年在省外市场的打法与 2025 年相比是否会有重大变化？具体的区域和经销商管理上有无更务实的推进路径？

答:天佑德相对品牌力不足，公司省外经销商相当一部分都是团购型，甚至是业外资本和人士，销售依赖人脉关系，规模较小，而且不稳定，从 2024 年我们就提出“县域化、终端化”，也就是要加大投入培育有渠道资源的经销商。结合县域的经济社会特点，有销售能力的终端店才是核心，我们要结合终端店的特点和资源全力挖掘消费者，提高动销和开瓶，实现共赢。谢谢。

17. 董事长你好，你心目中咱们公司的市值多少合理啊？

答:盈利能力和市值，没有理想，只能实干。谢谢

18. 在广东什么时候可以在商超之类的，购买到公司产品啊？

答:尊敬的投资者您好，感谢您的关注。目前广东市场以团购渠道开发为主，商超等终端铺货占比较小。公司在巩固西北大本营市场的同时，正按计划推进全国化战略。未来随着品牌认知度提升和渠道建设深入，商超等终端渠道将逐步完善。

19. 据信息显示，阿拉嘉宝 2025 年 10 月已纳入西藏上市后备库，公司亦投入 1.6 亿元扩建赋能其发展。作为区域青稞酒龙头，当前公司关注度低、市值低估，引入战投增强竞争力与政策支持，公司是否评估过可行性？

答:中国白酒从香型进入产区时代，西藏和西藏的青稞酒越来越受到关注，这是阿拉嘉宝的市场机会。结合相关政策，我们还没有考虑引进投资者，但是会尽可能利用好相关政策。谢谢。

20. 1、2025 年及 2026 年第一季度，天佑德酒营收净利润皆双双下滑，

面对这种情况，公司接下来将采取哪些应对措施？

答:首先我们要认识、认同中国进入理性饮酒时代，包括价格和数量，其次，结合我们的市场和消费人群，继续深挖根据地，包括价位的覆盖范围，和消费人群的情绪价值，合理提高我们的销售收入和单价。欢迎更多深入交流，谢谢。

21. 2、2025 年，哪款产品是天佑德酒的主销产品？营收占比是多少？

答:红四星天佑德，18.5%占比。谢谢。

22. 2026 年第一季度，不少白酒企业 100 元以下产品成为业绩的主要推动力，请问期内天佑德酒百元以下产品销售情况如何？公司接下来将对哪款产品倾注更多资源？

答:百元以下产品本来就是我国区域酒企的重点市场，一季度结合春节，我们百元以下产品销售还是比较稳定。我们今年开始重点在 200 元——300 元产品，特别是红盒家之德投入更多资源。谢谢。

23. 对于接下来白酒市场的发展趋势，公司是如何看待的？基于这一判断，公司认为行业接下来的工作重点应该放在哪些方面？

答:中国进入理性化饮酒时代，白酒市场将会长期稳定。我们的工作重点：1，深挖青藏根据地市场，在存量和缩量市场中取得逆势增长。2，结合传统青稞酒（羌酒）工艺开发一些适合年轻、低度、时尚的产品，满足更多消费者和场景的需求，比如游客、政商务接待等。3，围绕旅游人群，培育消费者，把游客变为复购的“定客”。谢谢

24. 贵公司主打青稞酒产品，基本盘在青藏地区已经成熟。建议适度在中部地区开拓市场，提高品牌知名度，例如河南，湖北、湖南等地，一来中部地区经济发展不错人口众多消费强劲，二来南船北马都是以中部地区为枢纽物流方便，三来中部地区白酒品类竞争没有西南地区和东部地区激烈，在中部地区新建基点站稳脚跟后再向东部地区徐徐图之，或许可以更好地为公司发展打开通道。

答:白酒进入存量和缩量竞争阶段，我们下面几年更多考虑根据地市场深挖和投入产出比，保证企业稳定。中部地区市场大，竞争也激烈，结合我们在河南 15 年的市场开拓，需要从长计议。谢谢。

25. 日常公司公众号会发布经营动态、品牌活动、企业文化相关文章，

建议后续可以将这类内容同步转发至东方财富等主流财经互动平台，拓宽信息传播渠道，增加企业曝光度，让更多投资者和市场人士了解公司发展情况，请问公司是否考虑采纳该传播方式？

答:尊敬的投资者您好！您的建议已收悉。感谢您对公司的关注！公司今年也参与了东方财富回馈股东的活动，该活动也增加了股东对天佑德酒的关注度和自选股的加入。

26. 做广东的渠道代理商，有什么政策支持啊，如何能做到？

答:尊敬的投资者您好，感谢您的关注。关于广东渠道代理商的政策支持及合作方式，欢迎您拨打公司 4009-969-969 客服电话，我们的工作人员会将您的咨询直接对接给区域负责人，届时将与您详细介绍相关政策。

27. 李总，目前公司市值处于低位，大股东股权质押比例偏高，股价持续下行的态势下，市场担忧后续会触发强制平仓风险，不利于公司经营稳定。结合现状来看，公司打算从夯实经营内核、塑造品牌外在形象两方面提升品牌综合实力，带动估值修复；同时想咨询公司是否考虑出让部分股权引入优质战略投资者，以此化解质押风险、优化股权结构，也能借助外部资源赋能企业长远发展。

答:营销问题还是在市场，我们认为投资者不能解决公司长期盈利能力提升，目前没有看到合理的投资者，也没有考虑。谢谢。

28. 公司股票质押率达 40%多，未来公司是否会降低质押率？

答:尊敬的投资者，您好！相关信息请您关注公司在指定信息披露媒体发布的公告。

29. 贵公司主打青稞酒产品，基本盘在青藏地区已经成熟。建议适度在中部地区开拓市场，提高品牌知名度，例如河南，湖北、湖南等地，一来中部地区经济发展不错人口众多消费强劲，二来南船北马都是以中部地区为枢纽物流方便，三来中部地区白酒品类竞争没有西南地区和东部地区激烈，在中部地区新建基点站稳脚跟后再向东部地区徐徐图之，或许可以更好地为公司发展打开通道。

答:尊敬的投资者您好，非常感谢您对公司的关注和针对公司市场拓展提出的宝贵建议。目前公司已将晋、陕、豫列为全国化进程中的战略核心市场，正聚焦重点区域、重点资源，全力打造样板市场，后续公司会持续

| | |
|----------------------|--|
| | <p>关注中部地区各类市场动态，结合公司实际经营规划与市场消费需求评估进一步拓展中部市场的可行性，探索符合公司发展节奏的市场拓展路径。</p> <p>感谢您对公司的关心与支持。</p> <p>30. 天佑德酒接下来对销售费用的具体规划是怎样的？是否会加大对广告和市场层面的投入？</p> <p>答：总体要降低销售费用大约 2%。市场投入更多用在消费端，提高传播，特别是口口相传。</p> |
| 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 | 2026-05-21 |