证券代码：000568　　证券简称：泸州老窖

泸州老窖股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2026-10-30

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 股东会交流
参与单位名称及人员姓名	广发证券谌保罗；中信证券江旭东；民生证券张玲玉；中信里昂盛一然；国泰海通李美仪；高盛刘晔；招商证券刘成；华创证券田晨曦；山西证券熊鹏等机构共计 118 人。
时间	2026 年 10 月 30 日 16:00-17:00
地点	线上
上市公司接待人员姓名	王川、赵亮、姜通
投资者关系活动主要内容介绍	**1.请介绍中秋国庆期间商务、宴席、礼赠等消费场景的恢复情况？如何看待未来宴席的需求的变化？** 双节期间，行业需求整体企稳，消费场景以礼赠、家庭聚会及宴席为主，商务和自饮对节日动销的拉动相对有限。今年以来，公司持续深耕宴席市场，宴席场景已成为公司中档酒的核心消费场景。展望未来，节庆旺季中宴席与礼赠仍将是品牌竞争的关键战场，公司将持续强化相关场景的消费者培育与渠道建设。 **2.请介绍公司目前库存情况？** 自去年下半年以来，公司有序推进库存去化工作，已取得阶段性成效。当前终端库存处于良性水平，公司产品市场价格

	保持稳定，相关去化举措仍在持续深化推进之中。 **3.请介绍特曲 60 版前三季度销售情况？** 特曲 60 版前期依托团购渠道深耕市场、积淀口碑，现阶段已在部分区域启动全渠道运营，持续夯实品牌底蕴，提升品牌影响力与市场美誉度。今年前三季度，特曲 60 版收入占比持续提升，主要得益于华北市场低度产品实现突破，以及四川市场高度产品的优异表现。 **4.请介绍高度 1573 的价格策略？** 国窖 1573 的价值塑造是公司长期坚持的品牌战略，该决策不会改变。高端白酒消费的本质是品牌与价值的消费，价格带的短期波动不会改变品牌长期竞争的逻辑，公司不会因短期扰动而调整战略布局。高、低度国窖 1573 承载着不同的战略使命：低度国窖 1573 肩负规模扩张与年轻消费群体培育的双重任务，高度国窖 1573 则承担品牌价值锚定与高端场景占位的核心职责，二者是一套协同发力的组合拳。下一步，公司还将持续推出高低度国窖 1573 协同组合政策。 **5.请介绍高光 28 度销售情况？** 28°高光以“二分微醺，八分开心”为核心品牌主张，精准锚定年轻消费群体，以轻社交场景为切入点，重塑白酒的消费语境。产品支持纯饮、冰饮、调饮等多种饮用方式，适配聚会、小酌、露营等多元场合，让白酒以更轻松、更自在的姿态融入年轻人的日常欢聚时刻，打破传统白酒“厚重叙事”的刻板印象。渠道布局上，公司采取“线上传统电商平台+线下新零售渠道”双轨并行的分阶段推进策略。28°高光自 7 月上市以来，已突破 2000 万元的销售收入。 **6.请介绍公司第四季度工作规划？** 公司将坚定贯彻实施“156”发展战略，深入推进“生态链运营战略”，把握稳中求进的总基调。一是加快立体化渠道网络的建设与布局优化，持续拓宽渠道纵深；二是有序推进库

	存去化，规范渠道经营行为，严厉防范、整治压货乱象；三是坚守价格管理底线，保持市场价格稳定。 **7.请介绍公司对 2026 年以及未来分红政策的规划？** 前期公司已制定《2024-2026 年度股东分红回报规划》，其中 2026 年度分红方案将于 2027 年实施。公司目前现金流充裕，具备继续落实今年分红规划的财务基础。后续，公司将结合消费市场环境、行业周期及自身经营发展情况，统筹研究下一阶段股东回报事宜。 **8.请介绍公司未来费用投放策略？** 公司将持续深化费用投放的精细化管理，借助营销数字化体系提升渠道费用与市场投入的配置效率，推动费用率维持在合理区间。
附件清单（如有）	无
日期	2026 年 10 月 30 日