

# 宜宾五粮液股份有限公司

## 投资者关系活动记录表

编号：2024-1

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input checked="" type="checkbox"/> 路演活动 <input checked="" type="checkbox"/> 其他（券商策略会）
活动参与人员	东亚前海证券、申万宏源证券、华创证券、华泰证券、德邦证券、华西证券及部分机构投资者。
时间	2024年2月26日-3月7日
地点	宜宾、上海、成都、广州
形式	线下面对面、线上交流
交流内容及具体问答记录	<p>交流内容整理如下：</p> <p><b>一、品牌方面</b></p> <p>2024年，公司将重点聚焦和美品牌大生态，坚持以品牌创新为引领，持续在品牌文化保护、挖掘、表达、宣传上狠下功夫，不断提升优化品牌价值表达体系，增强消费者体验感，加快推动品牌价值回归；持续高标准参与顶级平台活动，持续深化与主流媒体、新兴媒体的深度合作，强化流量聚集地城市、知名地标等户外广告投放。</p> <p><b>二、营销方面</b></p> <p>（一）策略方面。坚持以营销创新为抓手，着力推进营销组织、产品策略、渠道策略、运营策略等创新，深入实施“总部抓总、大区主战”策略，持续优化总部抓总的</p>

管理模式和运行机制，强化大区主战的分级授权、管控平衡及服务下沉，纵深推进营销数字化转型，进一步提升“应市能力”。

一是持续优化产品布局，统筹国内国际两个市场，围绕代际酒、窖池酒、低度酒、年份酒、文化酒等，深入推进以酒体创新和工艺创新为核心的供给侧结构性改革，强化年轻消费群体培育和国内国际市场拓展。二是持续优化渠道布局，着力推进传统渠道、直营渠道、新兴渠道协调发展、均衡发展。三是持续优化场景布局，在持续巩固传统品饮场景的基础上，加大力度拓展宴席场景、收藏场景，积极创造并引领新的消费需求。

## （二）产品方面

八代五粮液：公司将坚持巩固八代五粮液的核心大单品地位，坚持“有价才有市，有市才有量”的基本逻辑，固化传统渠道配额，优化投放产品结构、渠道结构、市场结构，加快推动八代五粮液的价格向价值回归。

经典五粮液：经典五粮液持续以品牌价值提升及消费培育为核心，坚定实施“三加强一稳定”策略；持续完善经典五粮液产品打造，不断优化营销策略，开展品牌推广及消费者培育，步步夯实基础，助力五粮液品牌价值提升，为后续发展蓄势谋远。

低度五粮液：2024年将结合重要节庆，由大区协同商家开展更灵活更精准的消费者培育工作。

1618 五粮液：公司将着力把 1618 五粮液打造为千元价格带宴席第一品牌，持续通过宴席活动政策及开瓶扫码奖励，提升渠道推力和消费者活动参与积极性。

	<p><b>三、产品动销方面</b></p> <p>元春期间，八代五粮液全国动销农历同比保持两位数稳健增长，经济基础好、消费复苏快的区域动销情况相对良好。</p> <p><b>四、分红方面</b></p> <p>公司持续践行“为投资者创造良好回报”的核心理念，近三年来现金分红每年均超 100 亿元。未来，公司将稳步提升分红率，持续加大投资者回报。</p>
<p>关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明</p>	<p>否</p>
<p>活动过程中所使用的演示文稿、提供的文档等附件（如有）</p>	<p>无</p>