

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：2025-5-16

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 股东大会交流
参与单位名称及人员姓名	通过互动易参加本次业绩说明会的投资者
时间	2025 年 5 月 16 日 15:00-17:00
地点	深圳证券交易所“互动易平台” http://irm.cninfo.com.cn “云访谈”栏目
上市公司接待人员姓名	董事长刘淼，独立董事陈有安、吕先鎔、李国旺、李良琛，财务总监谢红，副总经理、董事会秘书李勇
投资者关系活动主要内容介绍	1. 当前白酒行业面对较大挑战，请问行业什么时候能够复苏？ 答：尊敬的投资者，短期来看，行业仍处于调整期，本轮调整主要受消费环境影响导致。我国产业体系完整、配套实力雄厚，经济发展的韧性足、能力强，国内居民消费能力不容小觑，消费惯性、消费潜力仍具有坚实基础。近段时间党和国家针对经济运行中的新情况、新问题，及时推出了一系列经济发展“组合拳”，着力推动经济稳定向上、结构向优、态势向好，一旦经济活力释放，消费市场改善，行业将会呈现良好的发展态势。谢谢！ 2. 请问公司在开拓大湾区市场方面有哪些举措？ 答：尊敬的投资者，公司针对大湾区市场研发了“湾区之光”系列产品，与大湾区多个商业组织建立了良好的战略合作关系，为公司拓展华南市场奠定了坚实的基础。谢谢！ 3. 请问国窖 1573 生产工艺是怎样的？基酒需要陈储多少年？ 答：尊敬的投资者，国窖 1573 生产采用国家级非物质文化遗产——泸州老窖酒传统酿制技艺，工序主要包括原粮种植、制曲、酿造、洞藏、勾调、包装等环节，基酒陈储在 5 年以上。谢谢！ 4. 请问公司如何看待 2024 年业绩增速放缓？未来的工作方向？ 答：尊敬的投资者，近年来，酒类消费供需结构出现了转移和分化，酒类消费市场进入到存量期，行业伴随着经济增速的换挡，进入

	到新旧动能转化的发展阶段。公司以高质量发展为导向，全力推进“数智泸州老窖”建设，保证渠道良性和价盘稳定，力争赢得长周期产业价值回报和企业的可持续发展。公司未来的具体工作方向如下：一是要集中资源确保在扩点、扩面、开瓶三方面的投入，以精准投入实现销量增长；二是要确保市场良性，提升销售团队操盘能力，确保渠道利润，推动“低度化、年轻化、场景化、数智化”；三是坚定品牌塑造，在文化、宣传、创新上继续构建品牌护城河；四是提升核心能力，尤其在服务、效率和人才方面要形成核心竞争力，保障公司在存量竞争市场中的竞争优势。谢谢！ 5. 请问公司如何看待消费群体的未来变化？针对这一变化有哪些举措？ 答：尊敬的投资者，消费群体约每 10 年呈现代际迁移，行业消费具有“年龄门槛”（平均首次重度消费约 28 岁，50 岁以上偏好稳定性达 85%）。新科技产业通过财富效应与场景重构驱动高端酒需求；年轻客群偏好个性化、低度化产品。公司一是要抓住低度化机遇，持续提升低度产品品质口感，实现低度产品的覆盖和突破，构建起产品表达的核心价值体系；二是要抓住消费年轻化机遇，瞄准“Z 世代”消费人群饮酒偏好，通过品牌植入、活动赞助、跨界营销等方式稳步推进创新酒系列圈层搭建；三是要抓住体验场景化机遇，为消费者创造宾至如归的体验感受，创造更多情绪价值，创新打造“酒+”跨界体系，引领“轻生活、轻社交”消费新范式。谢谢！ 6. 在行业周期波动中，请问公司如何加强品牌建设和维护，提升品牌的知名度和美誉度？ 答：尊敬的投资者，近年来公司成功构建了清晰聚焦的“双品牌、三品系、大单品”品牌体系，国窖 1573 品牌提升和泸州老窖品牌复兴工程成效显著，品牌辨识度和含金量大大提升，浓香国酒、浓香正宗的形象渐入人心。公司将坚定品牌塑造，在文化、宣传、创新上继续构建品牌护城河。谢谢！ 7. 请问公司与《三体》推出的联名白酒预计什么时候上市？ 答：尊敬的投资者，“三体”科幻联名酒预计 6 月正式上市，敬请关注。谢谢！ 8. 请问公司现在库存情况？ 答：尊敬的投资者，公司以终端配额制为基础开展渠道库存管理，现阶段渠道库存情况安全可控。谢谢！ 9. 请问公司未来的盈利增长点？ 答：尊敬的投资者，当前行业已全面步入“以消费者为中心”的时代。如何围绕消费者、贴近消费者，满足消费者需求，构建消费者喜爱的体验场景，提供消费者青睐的产品服务，是酒类企业制胜未来的必由之路。公司将加大各类场景塑造，构建从产品到体验的闭环，打造以“开瓶为中心”的饮用场景，打造以“体验为中心”的活动场景，打造以“文化为中心”的酒旅场景，构建良好的消费生态体系。谢谢！ 10. 请问公司未来是否可以考虑扩充经销商数量？ 答：尊敬的投资者，公司始终践行“客户即团队”理念，秉持“服
--	--

商、扶商、护商、富商”发展思路，坚持与广大客户一同创造价值、收获财富、发展事业，扎实推进厂商市场拓展协同，终端提质扩容，渠道重塑升级，终端攻守同盟进一步筑牢加固。未来，公司将持续推进五大单品全国化立体化布局，适时补充更优质的客户加入到销售体系，助力公司实现高质量发展。谢谢！

11. 请问公司计划如何处置利用货币现金？

答：尊敬的投资者，货币资金是公司重要的资产，是公司持续经营的基础，公司会根据生产经营计划开展工程项目、金融资产等的投资及日常生产运营。公司已制定《2024-2026 年度股东分红回报规划》，2024-2026 年度，公司每年度现金分红总额占当年归属于上市公司股东净利润的比例分别不低于 65%、70%、75%，且均不低于人民币 85 亿元（含税），进一步增强股东回报，未来公司将按照分红规划及股东会决议执行现金分红政策。谢谢！

12. 请问公司国窖 1573 的高低度各自营收占比是多少？

答：尊敬的投资者，因应消费市场低度化趋势，及我公司主销区分布特点，低度国窖 1573 营收占比逐年提高，目前占比接近 50%。谢谢！

13. 请问部分电商平台为什么还有公司 2021-2022 年生产的产品？

答：尊敬的投资者，公司五码产品于 2023 年起全面换装，同时将部分优质瓶储年份产品通过线上平台销售。酒是陈的香，请珍惜瓶储年份酒。国窖 1573 基酒陈储 5 年以上，为确保产品品质和口感，成品酒包装生产后还要进行货架期存放。谢谢！

14. 请问公司 2024 年第四季度业绩下滑的主要原因是什么？

答：尊敬的投资者，近年来，酒类消费供需结构出现了明显的转移和分化，酒类消费市场进入到存量期，行业伴随着经济增速的换挡，进入到新旧动能转化的发展阶段。公司以高质量发展为导向，全力推进“数智泸州老窖”建设，保证渠道良性和价盘稳定，力争赢得长周期产业价值回报和企业的可持续发展。谢谢！

15. 请问公司如何看待未来白酒行业的发展？公司 2025 年的经营目标是什么？

答：尊敬的投资者，行业正在从粗放向精细、从数量向质量、从高速度向高质量转变，市场竞争将步入白热化阶段，各企业面临加速分化。面临目前的市场环境，公司将 2025 年的经营目标设定为：全年营业收入稳中求进。力争在行业调整周期中保持良性健康，为未来重回增长周期打下坚实的基础。谢谢！

16. 请问公司今年什么时候分红？

答：尊敬的投资者，公司会在股东大会审议通过利润分配方案后 2 月内实施。谢谢！

17. 请问公司是否考虑升级产品包装？公司存贷双高的原因？

答：尊敬的投资者，感谢您关于产品包装的建议，公司将推动产品包装研发水平的持续提升。关于存贷款事项，随着经营规模扩张，公司正在投资建设一系列项目以匹配未来发展需要。为保障公司健康发展，以及为后期项目建设做足额储备，公司利用良好的信用优势在银行取得低成本长期借款，同时通过公平比价优选银行存款产品，在

	风险可控的前提下适度提升财务杠杆，优化资本结构，能够进一步增加现金管理收益，降低财务费用，增加公司净利润及每股收益。谢谢！ 18. 请问公司在全国各大区域的销售情况？ 尊敬的投资者，公司区域销售数据已在年度报告上进行披露，目前排名前三区域市场分别是华北、西南和华东。谢谢！ 19. 请问公司为什么要坚持推进数字化？ 尊敬的投资者，公司数字化改革领先于行业，其核心是管理体系的重大革新。自核心品系实施五码关联以来，公司推动实现销售体系从以渠道推力为主的“左侧策略”向增强消费者开瓶扫码拉力的“右侧策略”转变。公司以产品数字化为抓手，依托渠道数字化、消费者数字化、人员数字化等运营工具，提升营销体系运营管理能力，支撑精准营销决策。谢谢！ 20. 请问公司未来对腰部产品的发展规划？ 尊敬的投资者，优秀的企业应构建矩阵式产品结构，在各个价位段提早布局应对市场环境变化。公司以国窖 1573 品牌带动腰部产品发展，实现全价位产品布局，未来将以消费者开瓶为导向，实施消费者会员管理，聚焦核心市场，突破机会市场，做好渠道、区县全面下沉工作，力争实现泸州老窖名酒品牌的复兴与价值回归。谢谢！ 21. 请问公司如何针对“年轻化”布局？ 尊敬的投资者，近年来公司顺应行业年轻化、低度化、时尚化、健康化的发展趋势，重视对新生代消费需求的研究，已在文化、艺术、体育等多个领域开展多形式推广，如开展窖主节、冰 joys、澳网等品牌活动；同时，在创新品类上也做了大量的探索，推出艺术新春酒、“三体”科幻联名酒、中式果酿酒、精酿啤酒等符合年轻消费群体需求的创新产品和跨界联名产品。谢谢！ 22. 请问公司有没有兴趣制作一部影视动漫以此向年轻人宣传贵公司的产品？ 尊敬的投资者，随着年轻化群体对酒类知识的广泛关注，公司早在 2020 年便以“喝了好酒，讲好故事”为运营主题，辅以“有趣更有文化范儿”的风格定位，打造了动漫科普 IP “窖小二”，并以幽默诙谐的风格，缜密严谨的逻辑，向广大消费者讲述一杯好酒背后蕴含的影响机理，将中国饮食文化、酒类历史文化、工艺文化等知识以喜闻乐见的形式向大众进行有效传播。目前，窖小二已推出科普内容 400 余期。其中，在科普酒类知识的同时，以品牌为基础精心打造了《天神下凡》《来得及》《逐光而行》等动漫微短剧。未来，公司将在坚持做好酒类知识科普的基础上，持续创作更多讲好品牌故事的优质动漫短视频。谢谢！
附件清单(如有)	无
日期	2025 年 5 月 16 日