

证券代码：603919

证券简称：金徽酒

## 金徽酒股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2023-012

<b>召开日期：</b> 2023年10月30日-11月3日
<b>调研地点：</b> 金徽酒股份有限公司
<b>接待人职务及姓名：</b> 董事长、总经理周志刚；董事、副总经理石少军；财务总监谢小强；董事会秘书任岁强
<b>来访人员：</b> 招商证券、上海证券、天风证券、民生证券、西南证券、德邦证券、中信建投、人保养老、泰康资产、兴业基金、银华基金、广发基金、永赢基金、华宝基金、信达澳亚、民生加银、海富通基金、银河基金、农银汇理、雪石资产、大家资产、上海顶天投资等 33 位分析师及机构投资者。
<b>调研形式：</b> <input checked="" type="checkbox"/> 公司现场接待 <input type="checkbox"/> 电话接待 <input type="checkbox"/> 其他场所接待 <input type="checkbox"/> 公开说明会 <input type="checkbox"/> 定期报告说明会 <input type="checkbox"/> 重要公告说明会 <input type="checkbox"/> 媒体来访 <input type="checkbox"/> 其他
<b>调研活动主要内容：</b>  <b>一、实地参观</b>  2023年10月30日-11月3日，招商证券、上海证券、天风证券、民生证券、西南证券、德邦证券、中信建投、人保养老、泰康资产、兴业基金、银华基金等 33 位调研人员分别在兰州、武都、徽县调研了解金徽酒的发展历史、企业文化和生产经营情况。  <b>二、互动交流</b>  <b>1. 公司的市场战略</b>  <b>答：</b> 金徽酒坚持“布局全国、深耕西北、重点突破”的市场战略。一是深耕西北根据地市场，在西北市场全渠道覆盖的同时扩大市场布局深度，一县一策精准运营，加强与渠道、门店互动，分产品、多形式、场景化助推终端动销，夯实根据地；二是持续在华东市场、北方市场打造样板，加快团队建设及招商，强化产品、品牌认知，通过差异化营销实现区域突

破；三是以数字化建设赋能市场营销，搭建产品流通全流程数据链条，精准把控各区域市场销售及消费者情况，推进渠道数字化转型。

## **2. 公司产品布局情况**

**答：**公司根据各地白酒消费环境合理布局产品，在甘肃省实现全价位、全渠道、全区域覆盖，世纪金徽星级系列、柔和金徽系列、金徽年份系列产品成为甘肃白酒主销产品；在陕西、宁夏等西北市场以 100-400 元价格带能量金徽系列产品为主开拓市场，随着影响力提升，在陕西市场导入次高端、高端的金徽年份系列产品，以及百元价格带金奖金徽系列产品；在江苏、河南、山东、浙江等华东市场以 300-900 元价格带金徽老窖系列产品为主开拓市场。

## **3. 公司的竞争优势**

**答：**一是产品品质，独特的地理位置和酿造工艺使金徽酒既具南方酒的丰满醇厚又有北方酒的芬芳净爽，形成了金徽酒低温甜润的独特风格；二是管理机制，公司全面推行精益管理，通过事前规划、分级授权、过程管控、结果评价及考核排名等方式，逐步推进全员市场化、不断创新的灵活管理机制；三是运营团队，公司逐步优化人才培养体系和后备力量建设，通过内部培养高潜人才、招聘高素质人才和外部延揽成熟人才相结合，扩大条线覆盖面，实现人员交流轮岗常态化，打通职业发展路径激活内生动力。

## **4. 公司的营销转型情况**

**答：**公司坚持“聚焦资源、精准营销、深度运营”。一是从“大客户运营+深度分销”到全面推进“品牌引领+渠道动销”双轮驱动的营销策略，通过 BC 联动，强化万商联盟，精准核心店建设，辐射更广泛消费群体，加快场景塑造和渠道动销；二是 C 端置顶，通过影响力用户工程和品牌宣传，精准触达用户，以极致的产品和服务体验提高用户认知，充分发挥影响力客户作用，实现小生态带动大生态的营销闭环发展和深度运营；三是建立消费者会员运营中心，以数字化营销系统为媒介实现会员数据整合及消费者互动，精准定位核心圈层，提供高水准服务。

## **5. 库存管理情况**

**答：**公司根据销售任务及市场分级制定了渠道安全库存标准，日常工作中对渠道库存严格管控：一是通过数字化技术跟踪物流、经销商和门店入库、出库数据，实时掌握渠道库存情况；二是市场督察部和各区域业务人员定期对经销商、门店库存进行盘点、核查。公司通过消费者运营持续抓终端动销，渠道库存始终保持在合理水平，价盘稳定，发展定力充足。

## 6. 省会城市兰州竞品情况

**答：**甘肃省白酒市场规模大约 80 亿，竞争格局呈现“一超多强”态势，金徽酒市占率优势明显。兰州作为省会城市，市场空间大、包容性强、竞争激烈，金徽酒在省会城市与外来品牌、地方性品牌都有竞争，外来品牌主要有剑南春、五粮春等，地方性品牌主要有红川、滨河等。

## 7. 公司未来发展规划

**答：**金徽酒将通过加强资源投入，优化运营模式，实现省内外市场强布局、全覆盖，加快全国市场布局，持续调整产品结构，进一步提升品牌竞争力和影响力，围绕“科创引领、精益管理、挖潜降耗、提质增效”的基本思路做好各项工作，为实现“跻身中国白酒十强，打造中国知名白酒品牌，建成中国大型生态酿酒基地”的战略目标而奋斗。

附件清单：

无