

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：2023-005

调研日期：2023年5月22日-23日
调研地点：金徽酒股份有限公司
接待人职务及姓名：董事会秘书任岁强
来访人员
上海证券王慧林、赖思琪，西南证券笪文钊。
调研形式： <input checked="" type="checkbox"/> 现场调研 <input type="checkbox"/> 电话调研 <input type="checkbox"/> 其他场所调研 <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
调研活动主要内容： 一、实地参观 2023年5月22日-23日，上海证券、西南证券调研人员参观了金徽酒生态酿酒园，先后在酒文化展览馆、制曲车间、酿酒车间、养酒馆、检测中心、包装中心等实地调研了解金徽酒的发展历史、企业文化和生产过程。 二、2023年第一季度经营业绩 2023年第一季度，公司实现营业收入8.93亿元，同比增长26.61%；实现归属于上市公司股东的净利润1.82亿元，同比增长10.41%；基本每股收益0.36元，同比增长12.50%；经营活动产生的现金流量净额2.34亿元。 三、互动交流 1. 市场分布情况 答： 公司按照“布局全国、深耕西北、重点突破”的战略路径，一是深化甘肃省内基地

市场，按照不同产品线，实施品牌引领下的深度运营，全价位、全渠道、高占有，在大众消费、高端引领方面实现规模突破；二是依托甘肃坐中连六的区位优势，滚动发展环甘肃西北市场，树立并巩固样板市场，陕西、宁夏、青海、新疆市场销售额稳步提升；三是组建华东销售公司、北方品牌公司、互联网公司，通过品牌引领、差异化产品体验、消费者圈层培育、团购模式开拓新市场，实现重点突破；四是整合公司资源为新市场、线上业务赋能，采用竞合机制，快速提高市场占有率，2022年甘肃以外其他地区营业收入同比增长18.45%。

2. 产品布局情况

答：一是甘肃省内实现全价位全渠道布局，主要有金徽年份系列、柔和金徽系列、世纪金徽星级系列；二是环甘肃的西北市场以能量金徽系列为基础，形成一定规模后逐步导入金徽年份系列和金奖金徽系列；三是华东市场推出金徽老窖系列产品。

3. 金奖金徽系列产品运营情况

答：一是金奖金徽系列产品主要针对陕西的县级和乡镇市场，前期调研发现陕西县城乡镇市场中低档价位的大单品布局较少，百元左右产品市场空间较大；二是金奖金徽深耕县城乡镇市场，以宴席为驱动，形成一套中低档酒的商业模式；三是采取直分销模式，由经销商负责城区直销系统，由分销商构建乡镇的分销系统。

4. 内蒙市场开发情况

答：内蒙市场未成立北方公司之前，在乌兰察布、巴彦淖尔、鄂尔多斯、乌海等市场布局，2022年9月成立金徽酒北方（内蒙古）品牌运营有限公司，在原有市场基础上，以呼和浩特为重点拓展周边市场。

5. 渠道库存情况

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的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，渠道库存保持在合理水平。

6. 价格管控情况

答：公司采取顺价模式，采取多种措施拉动终端动销，营造良好消费氛围，保证渠道的

流通性。通过对各产品经销商价格强把控，强化市场督察、倒窜货处理等举措，保持价格体系稳定，坚定渠道信心。

附件清单：

无