

证券代码：000858

证券简称：五粮液

2019年5月10日投资者关系活动记录表

编号：2019-02

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 type="checkbox"/> 路演活动 <input checked="" type="checkbox"/> 其他
来访单位名称及人员姓名	招商证券、天风证券、广发证券、申万宏源证券、中信证券、泰康资管、华夏基金、易方达基金、景林资产等机构投资者、分析师、研究员及个人投资者等约 458 人。	
时间	2019年5月10日 9:00-12:00（2018年度股东大会）	
地点	宜宾五粮液股份有限公司 怡心园会议厅	
上市公司出席接待人员姓名	刘中国（董事长）、邹涛（董事、常务副总经理）、魏红英（纪委书记）、朱忠玉（副总经理）、罗伟（副总经理、财务总监）、唐圣云（副总经理）、蒋文格（候任董事）、蒋琳（董事、副总经理）、彭智辅（原董事会秘书、副总经理）等人员。	
投资者关系活动主要内容介绍	<p>公司相关人员针对投资者关心的 2019 年渠道变革、品牌清理、品牌定位等主要问题进行沟通交流，整理如下：</p> <p>一、渠道变革方面</p> <p>公司将建立适应未来市场发展的经销商、终端和消费者会员系统，构建“以消费者驱动、以平台模式运营、以数字化支撑的营销体系”，提高运行效率，提高科学决策化</p>	

水平。

（一）组织变革层面

一是推动区域纵向扁平化，7 大营销中心已变为 21 个营销战区，并将职能和资源下沉到区域，实现对市场的精耕细作和快速响应；二是推动总部横向专业化，正在推进五粮液品牌事业部模式变革，从过去的职能部门制转变为事业部制，从机制上实现组织岗位的权责利匹配。

（二）经销商层面

一是转变观念，引导经销商转变以前大流通大批发观念，与厂家一起转型，深耕渠道，完成终端网络构建，搭建与消费者沟通的平台；二是优化结构，公司让有团队的、有渠道、有能力的经销商从体系中脱颖而出，实现经销商结构优化。

（三）终端层面

1. 专卖店方面，核心工作系布局空白市场和技术赋能，一方面，继续在潜力区县市场布局，完成剩余空白市场的专卖店布局工作；另一方面，升级专卖店运营体系，建设产品供应体系、提升专卖店形象等工作，实现线上线下销售一体化新零售连锁运营体系。

2. 社会化名烟名酒店方面，主要系择优筛选和一一绑定，通过“层层扫码”系统实现经销商与终端的一一绑定，确保终端的利润和经销商服务。

KA 连锁卖场方面，考虑构建平台，优化考核。公司拟将 30 家原本供应 KA 的经销商形成供应链公司，把 KA 卖场渠道做得更规范，更有档次。

3. 电商新零售方面，引导差异化竞争。对于 B2B 平台，

	<p>采取符合双方利益的新合作模式，解决电商平台对传统渠道的负面冲击。对于 B2C 平台，将进一步提升合作层次：一方面，从传统卖产品转向品牌推广与消费者运营；另一方面，解决制假售假，虚假宣传等问题。</p> <p>4. 新型团购方面，建立高端团购客户定期与不定期拜访机制，在北京、上海、成都等有代表性的市场，建立核心高端客户互动平台。</p> <p>二、品牌清理方面</p> <p>公司将持续全方位、无死角清理主品牌和系列酒品牌；公司“产品宪法”全面出台，实施细则正在完善，信息化平台也在搭建。当前阶段品牌清理的目标为保留品牌 45 个左右，条码 350 个左右。</p> <p>三、品牌定位方面</p> <p>第七代经典五粮液将于 5 月 21 日正式下线；第八代经典五粮液将于 6 月正式上线，出厂价格预计 889 元左右。</p> <p>第一，第七代价格回归为第八代上市做好了铺垫工作；第二，产品保障方面，确保经销商、专卖店能够到货上架；第三，消费者培育在积极做铺垫，费用投入大面积转入对消费者培育。</p> <p>经典五粮液和高端 501 五粮液之间产品占位已在规划中；五粮液价格体系上行以后，次高端的补位可能是开发新品或并购品牌。</p>
附件清单 (如有)	无。
日期	2019 年 5 月 10 日