

安徽口子酒业股份有限公司

投资者关系活动记录表

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他：投资者接待日活动
参与单位名称及人员姓名	方正证券：齐可、张立忠、陈筱钰 新时代食饮：孙冉 天弘基金：于洋 东吴基金：郑蔚宇 宽远资产：吴相贤 中信建投食品饮料：唐家全 钦沐资产：庄英杰 国盛证券：符蓉 杨传忻 巽升资产：陈磊 华融资管：陈光 天风证券：张东雪 方正富邦：夏旭 华泰自营：刘鑫 华安证券：姚启璠 国信食饮：熊鹏 华融证券：刘捷 中泰证券：赵襄彭 等共 20 人
时间	2021 年 6 月 16 日-17 日
地点	酒店会议室
上市公司接待人员姓名	董事会秘书：徐钦祥
投资者关系活动主要内容介绍	<p>本次调研活动由公司董秘陪同各家调研机构参观了安徽口子酒业股份有限公司生产分厂及口子文化博物馆。与会投资者、研究员就关心的问题咨询了公司相关领导，主要有以下几点：</p> <p>1 报告期内，公司的销售费用出现大幅增长，但并未给企业的业绩带来一定的提高，公司认为主要的原因在哪里？后续是否还会继续加大销售费用的投入？</p> <p>答：影响企业业绩的因素很多，销售费用仅仅是一方面。销售费用的投入不能立竿见影，需要一个时间过程才能够体现效果。因此，在销售费用的投入上，公司不会盲目的增加或减少，而是会根据市场发展的阶段目标与竞争状态，适时调整。</p> <p>2、公司怎样看待与竞品的竞争？预计采取哪些措施来缩小差距？</p>

答：市场的竞争本身就是你来我往，我们认为白酒竞争的根本，一是产品品质的竞争、产能规模的竞争、工艺体系的竞争。二是消费认知的竞争。在安徽，虽然较主要竞争性品牌有差距，但安徽的消费者依然高度认同口子窖的产品品质，对口子窖的产能规模、工艺体系及风格特点具有很高的认同度，只要与消费者站在一起，为消费者提供更具优异品质的产品，让消费者得到更高层次的消费满意，就一定能够更好的满足消费需求。当然，我们的确在部分地方还需要提升，例如渠道的深入度，消费者的互动与黏性等等。

我们会积极的增强自身竞争能力，在产品竞争力上练内功；同时致力于提升经销商公司运作能力、强化市场基础、做好乡镇渠道的下沉等工作。

3、公司目前渠道库存情况？公司主力产品是否有继续提价的计划？

答：渠道当前库存情况较为合理，处于正常水平。公司尚未研究主流产品是否提价的计划。

4、公司未来经销策略是什么及会不会改变大商制度？

答：公司并不是盲目的实行“大商制度”，公司会根据各市场现有经销商的运营能力予以确定所经营的产品与区域。公司将经销商分成几个类别，并严格执行《经销商分类管理办法》，加强经销商管理考核力度，建立厂商共赢的利益共同体，充分激发经销商积极性、主动性。同时，坚决落实业务人员岗位设置、薪资管理、绩效考核等制度，不断提升业务人员服务市场、建设市场、管理市场的职业素养。在市场建设方面，严格执行“一地一策”，重点构建团购渠道为主、传统渠道为辅的市场格局，不断提高中高端以上产品市场占有率，稳步壮大市场规模。省内市场，进一步实施产品结构提升与渠道下沉，提升团购运作能力与渠道终端覆盖率，稳固省内“基本盘”；省外市场，抢抓长三角、京津冀、大湾区等发展机遇，加大团购渠道运作力度，不断扩大省外“增长面”。

附件清单（如有）	无
日期	2021年6月17日