

证券代码：603198

证券简称：迎驾贡酒

安徽迎驾贡酒股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2020-11-5

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他	<input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动
参与单位名称	国泰君安、西南证券、中银基金、浦银安盛、中信兴业、长城基金、南方基金、江信基金、德汇集团、南土资产等 30 家。	
时间	2020 年 11 月 5 日 12:00-12:30, 14:00-14:50	
地点	公司会议室	
上市公司接待人员姓名	杨照兵、孙汪胜、熊勇	
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、企业基本情况介绍</p> <p>公司坐落于中西部第一个国家级生态县、首批国家级生态保护与建设示范区、“中国好水”优秀水源地、中国天然氧吧、中国竹子之乡——安徽省霍山县。迎驾品牌源自公元前 106 年，汉武帝南巡至今霍山一带，官民到城西槽坊村附近的水陆码头（今迎驾厂社区）恭迎圣驾，选一民间绝色美女捧美酒敬献武帝，武帝饮后大悦，“迎驾贡酒”和“迎驾”品牌由此得名，传承至今已 2100 多年。</p> <p>公司渊源企业为始建于 1955 年的霍山县佛子岭酒厂，经过几十年的发展，现已发展成为拥有员工六千余名，集白酒生产销售、玻璃器皿、印务包装、物流等为一体，跨地区、跨行业多元化发展的大型民营股份制企业。</p> <p>2020 年前三季度公司实现营业收入 22.30 亿元，同比下降 15.82%，实现归属于上市公司股东的净利润 5.32 亿元，同比下降 11.41%；第三季度实现营业收入 8.62 亿元，同比增长 12.40%，实现归属于上市公司股东的净利润 1.99 亿元，同比增长 27.80%；产品分档次情况：第三季度中高档白酒 5.12 亿元，同比增长 23%；普通白酒 2.98 亿元，同比增长 8%；产品分区域情况：第三季度省内、省外分别同比增长 17.6%、16.3%。</p> <p>二、交流环节</p> <p>Q1、三季度增速较快的原因？</p> <p>产品结构持续优化，中高档白酒占比不断提升，省内省外市场布局扎实稳健。</p> <p>Q2、未来 3-5 年生态洞藏系列白酒发展目标及实施途径？</p> <p>公司实行产品升级战略，主推生态洞藏系列白酒，实现产品换挡升级，在市场营销方面，聚焦生态洞藏，加速双核建设；在品牌建设</p>	

	<p>方面，从企业文化、产品定位、营销策略、市场推广等多维度讲好品牌故事，推广世界美酒特色产区——中国生态白酒之乡；在生产制造方面，提升优质酒率，加大优质曲酒储存，加强生态酿酒工艺研究和总结。经过 3-5 年的时间把生态洞藏系列白酒的占比提升至 50%以上。</p> <p>Q3、如何看省内竞争格局，公司与兄弟酒企相比优势在哪里？</p> <p>徽酒市场竞争越来越激烈，份额向着四家上市白酒企业集中。近年来，白酒消费者“少喝酒、喝好酒”的观念持续加深；今年，新冠疫情的突袭将人们的健康消费理念和品质追求推上一个新的高度，标志着产业已经形成向一线品牌、区域强势品牌以及符合生态健康消费趋势的品牌集中，向优势产区集中，向品质集中的发展趋势。</p> <p>公司坚持生态酿造，立足“生态产区——构筑酿酒环境前提、生态刚水——打造酿酒水源基地、生态酿艺——创新酿酒技术体系、生态循环——突显酒企社会责任、生态洞藏——锤炼迎驾酒体风格、生态消费——倡导国人健康生活”六位一体的全生态酿造体系，打造生态圈，构建起生态白酒壁垒，实现生态白酒品质化、品类化、品牌化。</p> <p>Q4、生态洞藏系列的高增长是来自原有产品升级还是抢占兄弟酒企的市场份额所贡献的？</p> <p>包括但不限于以上原因。从我们的迎驾金星银星系列产品来看，还保持着增长，这可以看出主要原因是消费升级带来的百元以上市场的消费扩容。当然不排除在局部市场来自原有产品升级或抢占其他市场份额。</p> <p>Q5、对于一线销售人员的考核模式，会不会有股权激励计划？</p> <p>以目标为导向，过程和结果双重考核机制，以考核促进保障各项工作一年上一个新台阶。公司暂无股权方面的激励计划，如果有会在上交所网站和法定信息披露媒体上披露。</p>
附件清单（如有）	
日期	2020 年 11 月 5 日