

证券代码：000858

证券简称：五粮液

## 2019年7月3日-7月5日投资者关系活动记录表

编号：2019-07

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 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	Point72、JP Morgan、BosValen、CSOP、China Investment、Comgest、Invesco、Sumitomo Mitsui、Value Partners、Marshall Wace、Wellington Management、Millennium Partners 等机构投资者、分析师约 100 余人。	
时间	2019年7月3日-7月5日	
地点	香港	
上市公司出席接待人员姓名	蒋琳、李欣忆	
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主要问题进行沟通交流，整理如下：</p> <p><b>一、三个系列酒公司整合方面</b></p> <p>本次三家营销公司的整合是一次市场层面、品牌层面和管理层面的聚合共赢，体现了公司决心以“一盘棋”的思想改革以往各系列酒品牌各自为阵、分散作战的现状。</p> <p>整合后，新公司将进一步“做强自营品牌、做大区域</p>	

品牌、做优总经销品牌”，坚持“补短板，拉长板，升级新动能”，坚持“三性一度”要求和“三个聚焦”原则，打造和构建系列酒“4+4”的品牌矩阵。

## 二、品牌梳理方面

五粮液产品体系的梳理是践行“三性一度”总体要求的举措，即要确保五粮液品质的纯正性、包装的一致性、产品的等级性，增强品牌的辨识度。目前，公司通过对产品体系的大力梳理，五粮液“1+3”、系列酒“4+4”产品体系更加凸显。

品牌管理方面：五粮液品牌按“1+3”产品策略推进。高端维度的战略性超高端产品“501 五粮液”在3月春糖会上正式发布。五粮液产品体系传承与重构工作正在积极推进。4月，公司“品牌宪法”正式出台。“高仿”系列酒产品分批清理，未来公司还将持续对产品体系持续梳理，共同维护提升公司品牌形象。

## 三、数字化体系建设方面

公司营销数字化体系建设的目标，是构建“以消费者驱动、以平台模式运营、以数字化支撑的五粮液数字化营销体系”。

围绕目标，公司数字化建设已从去年开始正式启动，主要包括：第一是九大前台“门户”应用，分别为商家、终端门店、消费者等，提供多场景的数字化接入工具；第二是开放强大的数据中台，包括十个中心，确保跨渠道、跨部门、跨系统的流程和数据打通；第三是稳定支撑的后

	台，确保人财物、产供销的协同。2019年，公司将完成“数字化控盘分利业务模式”、“营销活动和营销费用的数字化管理”、“专卖店的数字化升级”、“团队数字化协作，员工数字化赋能”、“总部数字化经营决策指挥中心”等方面核心工作。
附件清单 (如有)	无。
日期	2019年7月9日