

证券代码：002646

证券简称：青青稞酒

青海互助青稞酒股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2018-002

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
参与单位名称及人员姓名	北京永阳泰和投资有限公司王衍、田了、汪小明
时间	2018年9月10日
地点	青海互助青稞酒股份有限公司会议室
上市公司接待人员姓名	副总经理鲁水龙、副总经理张芬军、财务总监陈立山、董事会秘书赵洁、技术中心总监冯声宝、人力资源中心总监宋纯明。
投资者关系活动主要内容介绍	公司高管陪同调研人员参观了公司生产车间，并了解公司研发技术、生产、销售情况。
附件清单(如有)	会议纪要
日期	2018年9月10日

附件：会议纪要

1、青稞酒销售费用率是如何规划的？

公司投入销售费用率跟企业的市场发展阶段、跟产品的生命周期紧密相关，因素不同，结果不同。目前公司的销售费用投入采用的是随量投放原则。

2、公司是否考虑股权激励计划？

公司不排除一切的激励手段来激励管理层、员工。公司会根据实际发展的情况，实施考虑激励手段，也不限于股权激励。

3、青海气候是否不太适合微生物成长？

青海气候环境独特，非常适合酿造好酒。青海是“养在深闺人未识”，这个地方是非常适合酿造好酒的好地方。

4、青海省外市场的规划？

公司将全国市场分为三块，第一阶段是全国化的探索期，第二阶段是全国化的发展期，第三阶段是全国化的腾飞期。目前 2018 年-2020 年就是全国化的探索期。公司将 2018 年定义为管理基础年，近期目标是聚焦青海、甘肃、陕西。目前省外销售的下滑，属于正常调整。甘肃市场目前在重新调整和布局，包括人员、架构。公司目前在陕西成立市场，未来要立足陕西市场。青海省外的产品布局是 3+N，3 是指金宝、小黑、出口型系列三个产品，小黑是真正意义上探出全国化的一个产品，目前将小黑事业部从西宁搬到西安，是想以陕西为桥头堡，通过陕西布局到全国，目前在华南地区布局小黑，除了青海大本营，小黑的主要样本市场是陕西和广东。北京营销中心负责西北之外的省份。另外，青海省外重点开发河南、浙江、深圳，上述区域对于健康、有机的诉求更高，更有利于拓展青稞酒品类。

5、公司未来的市场布局？

公司未来的市场布局是河湟市场，次河湟市场，环青海湖市场，清香型板块市场，全国化战略市场。目前在布点，后期需要由点到线，由线到面，从国内到国外发展。

6、公司葡萄酒马克斯威销量下滑的原因？

葡萄酒销量的下滑，跟贸易战之后与经销商对美国酒的观望态度有关，内部运营方面正处于一个重新摸索的过程。受贸易战，到货及时性也有一些影响。

7、天佑德青稞酒的差异化有哪些？

公司拥有悠久的酿造历史、独特的酿造原料、天然无污染的酿造环境、传统的酿造工艺及品类品牌优势等五大优势所组成的核心竞争力。差异化主要体现在原粮青稞、酿造环境、产品有机以及独有的青稞文化等方面，尤其是酿酒原料青稞。从产地来讲，只能在特定的产区生产，

青稞只能生长在 2700 米以上的高海拔地区，该区域很少有病虫害，也基本很少使用农药，天生具有纯净无污染的特性。从功效上来讲，青稞含有 β 葡聚糖、 γ -氨基丁酸、黄酮、母育酚，能有效降低血糖、改善记忆力、提高生育能力，是其他原粮没法替代的。公司将实现全方面差异化：产品差异化，打造健康白酒理念；品牌差异化，青藏文化作为营销的差异化。

8、中酒网是否可以减亏？

公司一直致力于中酒网的减亏。中酒网作为天佑德全球化的桥头堡，未来，天佑德青稞酒在中酒网的销量会有所上升。其他合作的如茅台等的授权已拿到，五粮液这些品牌也在商谈，这些品牌的加入能够优化毛利率。中酒云图、云码在也配合做天佑德全球化。未来两年，由于毛利率上升，费用不变，同时人员在压缩，营业利润会持平。

9、负债率？未来生产投入、费用支出？

公司历年来资产负债率都处在一个相当低的水平，2018 年 6 月底的资产负债率为 15%。

公司的商誉已经全额计提；公司三个厂区的产能能满足公司未来发展的需要，短期内在生产上没有太大的投入；公司的销售费用采用的是随量投放的原则。未来短期内不会有太大费用支出。

10、公司的考核指标？

公司为所有员工进行 KPI 考核指标。目前在小黑事业部推行，通过制度体系，让所有员工参与到公司的发展中，将来要做的是从激励机制方面去考核。公司目前调整并升级公司绩效考核模式，引入 OKR 与 KPI 相结合的绩效考核模式，建立月度评估，年度评价相结合的全员绩效考核体系，实现战略目标逐层分解，按月计划、周推进、日落实的方式，实现“追求有结果的过程管理”，以提升组织运营管理效率。