

证券简称：今世缘

证券代码：603369

江苏今世缘酒业股份有限公司

投资者来访接待记录表

来访单位名称及人员姓名	西南证券、华鑫证券、中信证券、安信证券、太平洋证券、光大证券、东北证券、东方证券、德邦证券、德邦基金、汇聪投资、金友创智、国融基金等 20 人		
投资者类型	<input checked="" type="checkbox"/> 机构投资者	<input checked="" type="checkbox"/> 证券公司	<input type="checkbox"/> 媒体
	<input type="checkbox"/> 个人投资者	<input checked="" type="checkbox"/> 其他	
会议形式	现场会议		
时间	2022 年 09 月 07 日上午	地点	公司会议室
上市公司出席人员	董事会秘书、副总经理王卫东 副总经理胡跃吾 证券事务代表夏东保		
投资者关系活动主要内容介绍： 问：中秋国庆销售情况如何？ 答：往年中秋和国庆可以认为是一个节点，但今年中秋节早了一点，比国庆节早了 20 天。销售情况整体符合预期，但是大环境的压力和竞争的压力一直存在。 问：V 系列产品的销售策略是什么？ 答：V 系列整体处于继续成长的阶段，渠道资源更多来源于 K 系，基础良好。覆盖率各区域不均衡，但总体可控，覆盖率低的区域等都在加大密度。 问：请简单介绍一下国缘尖刀计划？			

答：K系提升战作为四大战役之一，需要有坚实的举措落地。主要是四开国缘尖刀计划，四开国缘终端精耕、价盘稳定等都有一些内容，进一步聚焦资源。

问：公司是否会推出六开国缘？

答：有时候需要站在外部视角来看来做这个决策，做这个决策比较难，现在还是V3为主。消费者认识高端新品，需要一个过程，V3在四开基础上延续了舒适口感，这是对自己优势的再提升。

问：推出清雅酱香型产品原因？

答：是品类创新。要想迅速的做到千元以上价格带，最好的方式是做品类的创新。清雅酱香型直接对标的是高端传统酱香，公司在做到与之有关联度的同时还要做到与它不同，这就是清雅酱香的逻辑。公司通过工艺创新，以舒适的口感，推出酱香型产品，也让消费者看到了我们向高端发展的信心。

问：请介绍一下高沟品牌复兴战略？

答：高沟是“中华老字号”，拥有世代传承的技艺，具有深厚的文化底蕴，是企业的根，根深才能叶茂。随着公司大规模投资技改扩能，擦亮高沟“金字招牌”有了更大的底气。高沟复兴，唯有创新。我们要在创新实践中打响高沟品牌复兴战，创新组织架构，创新营销机制，创新产品体系，创新传播方式，特别是要聚焦于品类创新，把中高档光瓶酒市场作为一个重要赛道和品牌复兴的突破口。力争在不久的将来，让国缘、今世缘、高沟实现协调发展。

问：营销架构调整背后考量是怎样的？

答：今年上半年比较大的变化是分品牌成立事业部，原来三大品牌是一支队伍，虽然可以应对，但是从长期来看，品牌专业度和精细度还是不够的，

所以本着多品牌战略长期战斗的考量，现在将他们拆分。

省内大区由原来 6 个调整为现在的 8 个，每个大区都设有三大品牌部，分别设有权重。省外以国缘销售为主。

问：完成“十四五”目标后，如何规划下一个目标？

答：公司暂时没有制定“十四五”以后的规划，在扩能技改项目认证中有一些尚未定型的关于更长远的产能和结构方面的设想，十四五末肯定会具体制订“十五五”战略。

问：目前省外布局的节奏如何？

答：省外市占率低，外界担心做不起来，但是从另外一个角度看，公司省外市场空间很大。

很多年前公司就提出 2+5 战略，2 是北京、上海，5 是周边省份，现在调整为 3+4，还在原来这几家，3 是长三角一条线，上海、浙江、安徽，4 是北京、山东、河南、江西，重要性有所调整的。公司的品牌走出去相对于省外市场来讲还是个新的品牌，想做起来需要时间的积累和资源的准备。

问：淮海大区增速非常高原因？

答：徐州是省内做的非常好的大市场，各县区工作都比较扎实，而且市场处于成长期，不过已快接近成熟期，将来增速会收敛。

问：省内市场如何布局？

答：省内布局已经完成，现在进入到市县联动、深耕精耕、结构提升的阶段，精耕的道路上不断布局和深化，将来省内的区域、价格带、产品结构等都得到更好的落地，未来会有更加坚定的品牌主导、高端化落地。

问：公司怎样看待未来行业的价格带？

答：行业总量会稳中有降，结构变化会加快，比较明显的体现是 400-500

元的消费群体，如果有向上，500-1000元是有机会放量的。战略定长远方向，国缘500元内创牌的时候就决定了一路领先，千元内谁更加坚定，既能处理好当下销量又能进行战略布局，谁的就能赢得主动。我们V3是战略对位，600-1000元是很重要的价格带。

品牌集中或者竞争加剧的情况下，需要考虑更长远一些，需要考虑后百亿，排位赛基本结束的情况下，人群传导价格带的变化，又会决定下个十年。

问：您认为距离2013年快十年过去了，接下来行业会怎样调整？

答：要看行业成熟度背后社会结构、人群结构（老龄化、新中产）等变化，消费分级带来的价格赛道竞争会更加明显，各个价格带龙头市占率会提升。

问：在新模式下，公司与像浙江商源这样大商的关系是否会改变？

答：大商依然是我们优先争取的资源，但有时候是可遇不可求的。目前在浙江采用了混合的战略，杭嘉湖地区主要是以商源为主，其他地区主要是由厂家直接运营。这样的混合模式可以发挥彼此资源以及经验的优势，产生协同效应。

问：能否分享一下今年苏南大区经销商数量减少较多的原因？

答：经销商数量的减少主要还是V系列内部主动调整导致的。在调整的过程中，一部分经销商由于不太合适被整合为二批商，还有一部分通过其他方式融入到了其他经销商里，整个经销商体系是健康合理的。