

## 上海贵酒股份有限公司

### 关于2021年度网上业绩说明会召开情况的公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

#### 一、本次说明会召开情况

上海贵酒股份有限公司（以下简称“公司”）于2022年5月13日（星期五）15:00~17:00通过约调研平台以网络文字互动的方式召开了公司2021年度业绩说明会。公司董事长陈琪先生、总裁高利风女士、副总裁兼董事会秘书孙文先生、财务总监周苗女士、独立董事孙加锋先生参加了本次会议，就公司2021年度生产经营等投资者关注的问题与投资者进行了沟通交流。

#### 二、本次说明会投资者提出的主要问题及公司的回复情况

1、介绍一下公司 2021 年收入和利润高增速的动因是什么。

回复：您好，业绩增长的主要原因有下： 1、公司自 2019 年初涉白酒行业，经历 2020 年的有序发展，于 2021 年初具业务规模。由于 2020 年同期公司酒类业务体量较小，因此 2021 年上市公司酒类业务营业收入的增长幅度较大。 2、公司 2021 年营业收入增长主要来源于酒类销售业务的增长，酒类业务收入增长因素主要有： 首先，公司主营酱香型白酒，2021 年酱香型白酒营收占公司酒类收入的 80%以上。该香型产品受到市场普遍欢迎，为公司酒类销售业务较快增长营造了一个较好的外部环境。 其次，2021 年公司重点在酒类销售渠道和品牌建设上进行了拓展，通过商业模式创新和运作，先后形成了自有品牌和营销模式。 最后，随着高酱酒业纳入上市公司合并范围，公司已形成完整的产供销业务体系，为公司全年销售收入的增长及利润空间的拓展奠定了坚实的基础。

2、证券简称什么时候可以改为上海贵酒。

回复：您好，公司已于 2019 年 11 月 29 日披露经 2019 年第三次临时股东大会审议通过公司将名称变更为“上海贵酒股份有限公司”；后续变更证券简称事项，公司将抓紧与上海证券交易所沟通和汇报，并严格按照《上海证券交易所上市公司变更证券简称业务指引》的相关规定执行。

3、什么时候开始回购股票。

回复：您好，根据公司于 2022 年 4 月 8 号发布的《关于以集中竞价交易方式回购公司股份方案的公告》，自公司董事会审议通过回购方案之日起 12 个月，回购股份的资金总额不低于人民币 3,000 万元(含)且不超过人民币 4,000 万元(含)，回购价格不超过人民币 44.46 元/股（含），该回购价格上限不高于董事会通过回购决议前 30 个交易日公司股票交易均价的 150%。具体以公司实施回购公告为准。

4、关于高酱酒业的扩产计划，公司证券简称更改时间、公司股权融资计划等，问题有点多，希望能一一回答，谢谢。

回复：您好，感谢您对公司的关注。关于第一个问题，公司高酱酒厂目前设计产能 1500 吨/年，实际产能为 1600 吨/年，工厂产能已得到充分利用。公司在 2022 年明确重点经营“品牌资产、客户资产和产能资产”，其中在产能资产经营上，公司正加大力度做好扩产的前期准备工作，在时机成熟时，公司将实施项目建设并公告产能扩建情况。公司将进一步通过智能制造技术推动白酒企业转型升级，未来通过引入自动化酿酒生产线，利用工业机器人等智能制造技术，结合智能酿造管理系统实现智能化，提高产品质量，降低成本，提升效益。关于第二个问题，公司已于 2019 年 11 月 29 日披露经 2019 年第三次临时股东大会审议通过公司将名称变更为“上海贵酒股份有限公司”；后续变更证券简称事项，公司将抓紧与上海证券交易所沟通和汇报，并严格按照《上海证券交易所上市公司变更证券简称业务指引》的相关规定执行。关于第三个问题，公司若后续推出再融资计划，会按照相关规定及时履行信息披露义务。

5、根据现有疫情和销售实际情况预测今年业绩是否能达到员工持股的 16 亿目标？高酱酒厂扩产何时完工能运营？

回复：您好，感谢您的关注。关于第一个问题，今年 16 亿元的营收目标是公司在员工持股计划中设定的。公司推出员工持股计划的目的是为了建立和完善员工、股东的利益共享机制，改善公司治理水平，提高员工的凝聚力和公司竞争力，调动员工的积极性和创造性，促进公司长期、持续、健康发展。本期员工持股计划的参加对象为对公司整体业绩和业务发展具有重要作用和影响的公司员工，重点加强了对营销骨干人员的激励，增强公司营销人员工作的积极性、主动性和创造性，有利于公司渠道建设、市场开拓。目前，公司和参与持股计划的全体员工正团结一心，重点经营品牌资产、客户资产和产能资产，进一步完善产品矩阵、严抓质量狠抓品质，拓展线上线下多种营销渠道，推进数字化转型，尽全力完成业绩目标。关于第二个问题，公司高酱酒厂目前设计产能 1500 吨/年，实际产能为 1600 吨/年，工厂产能已得到充分利用。公司在 2022 年明确重点经营“品牌资产、客户资产和产能资产”，其中在产能资产经营上，公司正加大力度做好扩产的前期准备工作，在时机成熟时，公司将实施项目建设并公告产能扩建情况。公司将进一步通过智能制造技术推动白酒产业转型升级，未来通过引入自动化酿酒生产线，利用工业机器人等智能制造技术，结合智能酿造管理系统实现智能化，提高产品质量，降低成本，提升效益。

6、请介绍下高酱美丽工厂的具体规划？

回复：您好，公司响应国家碳达峰和碳中和战略，一直秉持绿色可持续、智能制造的发展理念，规划了与自然生态和谐共建的美丽工厂。按照规划和设想，美丽工厂在遵循传统工艺的前提下，按照生态建设和保护的要求，降低环境污染，并针对酒厂生产制定了相应的环境管理体系，严格按照管理目标实行生产。公司将通过美丽工厂建设，推动工厂标准化、数字化、智能化建设，从而为消费者提供更稳定和更高品质的产品。

7、公司和洋河的诉讼进展如何？

回复：您好，洋河股份旗下贵州贵酒集团有限公司（以下简称“贵州贵酒”）于 2020 年 3 月向南京市中级人民法院起诉公司商标侵权和实施不正当竞争【案

号：（2019）苏 01 民初 4198 号】，该案已于 2021 年 7 月 13 日经江苏省南京市中级人民法院一审判决。贵州贵酒针对公司的所有诉讼请求均被依法驳回。

（具体内容详见《公司关于回复上海证券交易所问询函的公告》，公告编号：2021-077），目前二审还在审理过程中。

8、上海 4 月以来的疫情对贵公司的生产和销售业绩是否会有影响？

回复：您好。上海 3 月以来的疫情对社会方方面面都带来了影响。对于企业而言，严峻的挑战也带来了管理方式优化、营销手段迭代、数字化转型等新的发展机遇。公司生产基地位于贵州省仁怀市中国酱酒核心产区，供应链仓储布局国内多个城市，因此疫情对公司的生产和供应链体系并未造成较大影响，目前生产经营情况正常。同时去年以来，公司加快山东、河南等酱酒消费快速增长地区的渠道布局和营销推广，大力拓展线上营销渠道，进一步推动数字化建设，通过大数据运用和搭建智能信息化管控平台赋能营销工作，从而有效应对疫情影响，并促进业务增长。

9、公司目前主要销售集中在哪些地区？销售情况如何？公司全国化推进的规划如何？

回复：您好，公司主要销售地区在华东，华南和华中地区，占总营收 76.21%。2021 年年内，公司加大招商力度，经销商增加了 2866 家。未来，公司将继续强化亲商扶商工作，不断加大对经销商的赋能力度，推动公司与经销商共同成长。公司将针对酱香型白酒消费增速较快的省份，如河南/山东/江苏等省市，公司将强化品牌推广，做好相应的渠道和客户开发，通过加大营销推广力度，在巩固原有市场比重较高地区的基础上，进一步开拓目前市场覆盖率不高的地区。

10、从贵司的对外宣传看，公司的产品种类较多，请问是否有重点打造的大单品？

回复：您好，公司目前已基本实现产品价格梯度建设并形成品牌金字塔，通过多品牌、多模式，切入多个细分市场，产品体系日趋完善，形成了六大系列多元化产品矩阵，满足不同消费需求。产品品牌矩阵包括：天青贵酿定位超高端创

新型酱香白酒，为新财智人群带来全方位、高品质白酒文化体验；君道贵酿定位高端新势力酱香白酒；贵酒匠定位中高端品质酱香白酒，优化酒水产销全链路供应链，提供智慧零售全场景解决方案；高酱系列打造中高端商务型酱香白酒；军星、军辉定位军旅文化白酒，精准切入细分市场赛道，构建“体验店+服务商”一体化渠道深度分销模式，精准定位目标客户，助力共同富裕；十七光年果味酒定位于女性消费人群，以生活在一二线城市的 20-35 岁女性消费者为主，通过携手年轻消费者，引领时尚潮流。

11、上海贵酒有何产品竞争优势，如何吸引消费者？

回复：您好，一是公司在产品品质上按照长期主义精耕细作，拥有国家级专业人才团队进行酒体设计与生产，传承古法酿造，在品质上具有根本性保证。二是公司有酱香、浓香、果酒等丰富的产品分类，满足客户不同消费需求。三是公司打造了多品牌、多模式、切入不同细分市场的多元化产品矩阵，为产品赋予了不同的场景，在满足消费需求的基础上还满足了更高层次的情感需求。

12、请嘉宾介绍一下现在酱酒行业的发展趋势？

回复：您好，首先，消费升级带动高端白酒市场容量扩大。居民消费已呈现从物质型消费向服务型消费升级的趋势。白酒消费者也逐渐向高品质消费转变，品牌意识逐步增强，促使中高端及以上白酒产品的消费比重提升。其次，酱酒将持续占领高端和次高端市场份额。未来五年酱酒将完成主价格带和各细分价格带的切割和占领，每个价格带都将出现龙头企业和领导品牌。再者，数字化转型为白酒企业的多渠道发力提供动力。疫情的到来使得渠道变革刻不容缓，未来酱酒将完成真正的全国化。一些数字化渠道的渗透也使得酱酒主力销售覆盖渠道从团购渠道转向全渠道。同时，酱酒行业未来会有更多的产业并购和重组，酱酒产业将会加速扩大规模，酱酒企业的资本价值将更加凸显。

13、公司为什么不变更证券简称？今年业绩目标是多少？回购股权激励什么时候进行？

回复：您好，关于第一个问题，公司已于 2019 年 11 月 29 日披露经 2019 年

第三次临时股东大会审议通过公司将名称变更为“上海贵酒股份有限公司”；后续变更证券简称事项，公司将抓紧与上海证券交易所沟通和汇报，并严格按照《上海证券交易所上市公司变更证券简称业务指引》的相关规定执行。关于第二个问题，公司在员工持股计划中设定的今年的营收目标是16亿元。公司推出员工持股计划的目的是为了建立和完善员工、股东的利益共享机制，改善公司治理水平，提高员工的凝聚力和公司竞争力，调动员工的积极性和创造性，促进公司长期、持续、健康发展。本期员工持股计划的参加对象为对公司整体业绩和业务发展具有重要作用和影响的公司员工，重点加强了对营销骨干人员的激励，增强公司营销人员工作的积极性、主动性和创造性，有利于公司渠道建设、市场开拓。目前，公司和参与持股计划的全体员工正团结一心，重点经营品牌资产、客户资产和产能资产，进一步完善产品矩阵、严抓质量狠抓品质，拓展线上线下多种营销渠道，推进数字化转型，尽全力完成业绩目标。关于第三个问题，根据公司于2022年4月8号发布的《关于以集中竞价交易方式回购公司股份方案的公告》，自公司董事会审议通过回购方案之日起12个月，回购股份的资金总额不低于人民币3,000万元（含）且不超过人民币4,000万元（含），回购价格不超过人民币44.46元/股（含），该回购价格上限不高于董事会通过回购决议前30个交易日公司股票交易均价的150%。具体以公司实施回购公告为准。

14、请董事长谈一下公司管理层是怎么思考和应对行业新趋势的？

回复：您好！面对行业趋势，公司一是坚持长期主义经营，做深做细酒业，打造核心竞争力；二是坚持用世界一流消费品的品牌运营理念高质量经营酒业，满足客户需求。品牌上，公司以满足消费者对更美好生活的需求作为品牌建设的使命，不断强化品牌与消费者在情感共鸣、购买渠道和消费场景间的链接，打造品牌粘性和品牌忠诚度，致力于成为消费者满意和热爱的白酒品牌。产品上，公司在品质上按照长期主义精耕细作，拥有国家级专业人才团队进行酒体设计与生产，传承古法酿造，在品质上具有根本性保证。二是公司有酱香、浓香、果酒等丰富的产品分类，满足客户消费需求。三是公司打造了多品牌、多模式、切入不

同细分市场的多元化产品矩阵，为产品赋予了不同的场景，在满足消费需求的基础上还满足了更高层次的情感需求。产能上，公司正加大力度做好扩产的前期准备工作，在时机成熟时，公司将实施项目建设并公告产能扩建情况。此外，公司还积极探索数字化转型，重视组织发展，选聘优秀人才，探索多元激励，更好应对新的行业发展趋势。公司秉承用未来定义未来，基于对白酒消费市场敏锐精准的趋势研判，坚持长期主义的发展，面向未来为所有利益相关者创造价值，致力于成为世界一流的融合经典与创新的酒业集团。

15、请介绍一下公司销售渠道建设有何创新和特色？

回复：您好，公司各品牌的销售模式有自己的特色。具体模式如下：贵酒科技致力于用“好酒直供+四大赋能”的创新商业模式，帮助传统烟酒店实现数字化转型与营收提升。星辉酒业构建以“体验店+服务商”为业务载体，以深度分销+社群运营为业务发展策略，助力退役军人创业就业，实现线上线下融合发展的创新业务模式。事聚贸易主要拓展企业团购商和经销商，通过线上线下结合的圈层营销和创新化场景营造，构建客户粘性的渠道与品牌关系，推动业务发展。光年酒业聚焦低度酒电商及新零售发展，同时布局商超、CVS、餐饮线下销售网络，例如在一些全家便利店/盒马鲜生等超市及线上线下多渠道进行销售。君道贵酿主要是以服务区域大商并与之形成稳定合作关系，通过服务合作伙伴和圈层营销拓展团购销售；积极同大商和合作伙伴一起搭建有效的消费场景，推动业务发展。根据以上模式，国内很多城市都有公司产品的专卖店和体验店。同时，消费者还可通过微信搜索“上海贵酒会员中心”小程序进行了解下单。目前，消费者购买公司产品在线上线下都是非常便捷的。未来公司的销售渠道还会不断优化，更好地满足客户需求。

16、贵司进入白酒行业时间不长，请问如何来体现市场上产品竞争力，满足消费需求？

回复：您好，一是公司生产基地位于贵州仁怀的中国酱香型白酒核心产区，是仁怀当地单体面积最大的酿酒车间之一；二是公司拥有国家级专业人才团队进

行酒体设计与生产，稳定产品质量；三是公司传承古法酿造、坚持 12987 传统工艺，确保产品品质；四是通过数字化、智能化、标准化建设，提升口感稳定性，提升品质。近年来，公司产品在各种赛事上频繁获奖：在 2021 国际酒类(中国)大奖赛（IWSGC）评选中，一举斩获 7 项大奖，其中天青贵酿酒、君道贵酿·山河酒、君道贵酿·韶华酒三款产品均拿下 ISGC 烈酒榜单的金奖，十七光年青熟梅酒和十七光年青熟梅酒（茉莉白桃味）分别斩获 IWGC 葡萄酒榜单的金奖和银奖，君道贵酿·典藏酒则荣获酒体与包装设计榜单大金奖，十七光年青熟梅酒（荔枝味）荣获酒体与包装设计榜单银奖。IWSC 国际葡萄酒与烈酒大赛是业界公认的全球顶级葡萄酒与烈酒竞赛。君道山河酒 2021 年再获布鲁塞尔国际烈性酒大赛金奖，高酱·珍藏酒和贵酒匠·黄标酒分别以独具魅力“生态酱香”和“匠心品质”荣获大奖赛银奖，比利时布鲁塞尔国际烈酒大赛是全球三大酒类赛事之一，再度证明了公司产品的价值与实力。

17、公司对经销商如何管理？

回复：您好，一是经销商业务，经销合同中约定公司产品非质量原因一经交付不允许退换；公司经销商管理机制完善，重点经销商定期向公司提供动销和库存情况；每季公司会抽查主要大经销商，现场了解进销存和销售回款情况，目前动销情况良好。二是公司团购业务目前主要面向企业客户。公司在团购合同中约定非质量原因一经交付不允许退换；为防止串货，团购合同约定团购产品不允许再次对外进行销售，且公司团购产品定价高于经销商拿货价格。三是对小经销商，贵酒科技通过“幸福小店”计划致力于帮助社区小店完成数字化升级，通过去中间化，产品直供社区小店，依托“流量、数据、物流、会员管理”等数字化营销手段对门店进行管理和赋能。

18、公司大股东有什么样的资源整合优势？

回复：您好，首先大股东于 2021 年 3 月份将高酱酒业无偿赠予公司，使得公司实现产供销一体化，获得了市场认可；同时大股东投资收购江西章贡酒业，对其进行孵化培育，将为公司未来业务发展起到推动作用。



19、请回答一下为什么市面上能看到该集团的酒品那么少，平台上没有销量。

回复：您好，公司各品牌的销售模式有自己的特色。具体模式如下：贵酒科技致力于用“好酒直供+四大赋能”的创新商业模式，帮助传统烟酒店实现数字化转型与营收提升。星辉酒业构建以“体验店+服务商”为业务载体，以深度分销+社群运营为业务发展策略，助力退役军人创业就业，实现线上线下融合发展的创新业务模式。事聚贸易主要拓展企业团购商和经销商，通过线上线下结合的圈层营销和创新化场景营造，构建客户粘性的渠道与品牌关系，推动业务发展。光年酒业聚焦低度酒电商及新零售发展，同时布局商超、CVS、餐饮线下销售网络，例如在一些全家便利店/盒马鲜生超市等线上线下多渠道进行销售。君道贵酿主要是以服务区域大商并与之形成稳定合作关系，通过服务合作伙伴和圈层营销拓展团购销售；积极同大商和合作伙伴一起搭建有效的消费场景，推动业务发展。根据以上模式，国内很多城市都有公司的专卖店和体验店。同时，消费者还可通过微信搜索“上海贵酒股份会员中心”小程序进行了解下单。目前，消费者购买公司产品在线上线下都是非常便捷的。未来公司的销售渠道还会不断优化，更好地满足客户需求。

20、请问公司 2021 年四季度及 2022 年一季度为何增收不增利？期间费用翻倍增长的原因是什么？

回复：您好，净利润低是因为期间费用较大，其中主要是销售费用。从去年四季度以来，公司就加大了品牌建设的力度，延续到 2022 年，更是将今年定位为企业品牌年。作为一家以消费品品牌运营理念来经营酒业的公司，品牌的知名度、美誉度是至关重要的，同时加大这部分投入也有利于直接影响 C 端客户，符合当前白酒行业 C 端化的趋势。品牌费用的加大，可能在短期内会影响公司利润体现，但从长远来看，对公司主业发展带来积极促进作用。

21、公司提出了很好的战略规划，提到用世界一流消费品理念高质量经营酒业。战略落地需要人才保证，请公司介绍一下人才建设方面的举措。

回复：您好，一是公司总部位于上海，在吸纳消费品行业中高端人才上具有

一定优势；公司很多员工在海外留学，并曾在海外工作，拥有在保乐利加、三星、百威、可口可乐、喜力、箭牌等国际知名消费品企业工作的背景，同时也有一批来自华为、阿里、复星、万科等国内知名企业的优秀员工；二是加强团队建设，鼓励创新，通过组织发展和人才培养，倡导人才将消费品行业上的一流丰富经验和优势嫁接到白酒行业；三是公司去年和今年分别推出了员工持股计划，未来还将通过多元化的激励手段留住人才，发展人才。公司通过上述手段吸纳人才、留住人才，确保人才发展和企业战略目标相匹配，为公司战略落地提供人才保障。

22、请问一下，贵公司在今后发展中会考虑收购一些其它品牌的酒企吗？

回复：您好，从白酒行业发展趋势看，行业集中度进一步加大，名优白酒对区域酒企形成挤压式竞争。白酒行业一方面是强者恒强内生式增长，另一方面也走上了外延并购的新发展阶段。公司密切关注市场变化和机会，做大做强主业。

23、和洋河贵酒的官司结束没？什么时候改名？经营状况怎么样？

回复：您好，关于第一个问题，洋河股份旗下贵州贵酒集团有限公司（以下简称“贵州贵酒”）于2020年3月向南京市中级人民法院起诉公司商标侵权和实施不正当竞争【案号：（2019）苏01民初4198号】，该案已于2021年7月13日经江苏省南京市中级人民法院一审判决。贵州贵酒针对公司的所有诉讼请求均被依法驳回。（具体内容详见《公司关于回复上海证券交易所问询函的公告》，公告编号：2021-077），目前二审还在审理过程中。关于第二个问题，公司已于2019年11月29日披露经2019年第三次临时股东大会审议通过公司将名称变更为“上海贵酒股份有限公司”；后续变更证券简称事项，公司将抓紧与上海证券交易所沟通和汇报，并严格按照《上海证券交易所上市公司变更证券简称业务指引》的相关规定执行。关于第三个问题，公司经营状况请详见公司已披露的年报中有关公司生产经营的相关介绍。

24、从投资者角度，希望公司争创上市公司酱酒第二股，提升投资者信心，贵公司是否有此目标，在这方面又将有何举措？

回复：您好，公司一是坚持长期主义经营，做深做细酒业，打造核心竞争力；

二是坚持用世界一流消费品的品牌运营理念高质量经营酒业，满足客户需求。品牌上，公司以满足消费者对更美好生活的需求作为品牌建设的使命，不断强化品牌与消费者在情感共鸣、购买渠道和消费场景间的链接，打造品牌粘性和品牌忠诚度，致力于成为消费者满意和热爱的白酒品牌。产品上，公司在品质上按照长期主义精耕细作，拥有国家级专业人才团队进行酒体设计与生产，传承古法酿造，在品质上具有根本性保证。二是公司有酱香、浓香、果酒等丰富的产品分类，满足客户消费需求。三是公司打造了多品牌、多模式、切入不同细分市场的多元化产品矩阵，为产品赋予了不同的场景，在满足消费需求的基础上还满足了更高层次的情感需求。产能上，公司正加大力度做好扩产的前期准备工作，在时机成熟时，公司将实施项目建设并公告产能扩建情况。此外，公司还积极探索数字化转型，重视组织发展，选聘优秀人才，探索多元激励，更好应对新的行业发展趋势。公司秉承用未来定义未来，基于对白酒消费市场敏锐精准的趋势研判，坚持长期主义的发展，面向未来为所有利益相关者创造价值，致力于成为世界一流的融合经典与创新的酒业集团。

25、疫情那么严重，年度股东大会小股东们如何参加？

回复：您好，基于疫情防控要求并结合上海证券交易所的相关政策，股东大会可以通讯方式参加，并进行网络投票。

### 三、其他事项

关于本次公司 2021 年度网上业绩说明会的具体内容，请详见约调研平台 (<https://600696.irlianmeng.com/Event/achievementDetail/id/3116>)。感谢各位投资者积极参与本次说明会，公司对长期以来关注、支持公司发展的广大投资者表示衷心感谢。

特此公告

上海贵酒股份有限公司董事会

2022 年 5 月 17 日