

证券代码：603919

证券简称：金徽酒

金徽酒股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2024-007

召开日期：2024年10月26日
召开方式：金徽酒股份有限公司（线上）
接待人职务及姓名：财务总监谢小强先生，董事会秘书任岁强先生
来访人员：国盛证券、浙商证券、招商证券、中金证券、银河证券、国泰君安、广发证券、国海证券、华金证券、山西证券、海通证券、方正证券、天风证券、兴业证券、东吴证券、开源证券、西部证券、东北证券、华鑫证券、国信证券、国金证券、华泰证券、德邦证券、中泰证券、信达证券、西南证券、民生证券、光大证券、太平洋证券、华西证券、国联基金、银华基金、信达澳亚基金、汇添富基金、保银投资、大家资产、华宝基金、长城基金、同犇投资、广发基金、雪石资产等 80 位分析师、投资者
调研形式： <input type="checkbox"/> 公司现场接待 <input checked="" type="checkbox"/> 电话接待 <input type="checkbox"/> 其他场所接待 <input type="checkbox"/> 公开说明会 <input type="checkbox"/> 定期报告说明会 <input type="checkbox"/> 重要公告说明会 <input type="checkbox"/> 媒体来访 <input type="checkbox"/> 其他
调研活动主要内容： 一、公司 2024 年三季度经营业绩介绍 2024 年前三季度，金徽酒实现营业收入 23.28 亿元，较上年同期增长 15.31%（主要原因是公司不断优化营销策略，品牌影响力逐步强化，市场区域稳步扩大，产品结构持续优化）；归属于上市公司股东的净利润 3.33 亿元，较上年同期增长 22.17%（主要原因是公司产品结构持续优化，营业收入增长）；经营活动产生的现金流量净额 3.49 亿元，较上年同期增长 42.37%；合同负债 4.76 亿元，较上年同期增长 10.29%。其中 2024 年第三季度，金徽酒实现营业收入 5.74 亿元，较上年同期增长 15.77%；归属于上市公司股东的净利润 3,807.33 万元，较上年同期增长 108.84%。 二、互动交流 1. 产品结构情况

答：公司持续优化产品结构，通过营销转型和用户工程建设，加大品牌投入，带动百元以上产品快速增长。报告期内百元以上产品占主营业务收入比例 85.94%，同比增加 6.94 个百分点。2024 年前三季度，公司 300 元以上产品实现营业收入 4.72 亿元，同比增长 43.80%；100-300 元产品实现营业收入 11.99 亿元，同比增长 14.96%；100 元以下产品实现营业收入 5.98 亿元，同比下降 2.54%。

2. 市场分布情况

答：公司坚持“布局全国、深耕西北、重点突破”的战略路径，持续深入推进以“C 端置顶、品牌引领下的用户工程+市场深度掌控=以小生态带动大生态，最终实现会员运营，服务 1 亿消费者”为核心的营销转型，促进销售增长。2024 年前三季度，公司省内市场实现营业收入 17.23 亿元，同比增长 13.89%。省外市场在甘青新一体化、陕西宁夏一体化基础上，进行营销模式调整，通过消费者培育持续打造样板市场，实现营业收入 5.47 亿元，同比增长 15.68%，其中，互联网公司通过流量、团队、消费者、产品、渠道精细化运营提升销量，实现营业收入 5,824.62 万元，同比增长 211.20%。

3. 经销商变动情况

答：截止报告期末，公司共有经销商 1,028 家，其中省内经销商 276 家，省外经销商 752 家。目前，金徽酒在甘肃省内实现了全价位、全渠道、全地域覆盖，经销商根据各事业部营销模式变化有序增加或调整；省外环甘肃西北市场、华东市场、北方市场正处于快速起势阶段，经销商变动较大，前三季度新增经销商 160 家。

4. 2024 年营销策略

答：2024 年是金徽酒“二次创业”征程中积蓄力量、转型突破的关键之年，公司将深入推进以“C 端置顶、品牌引领下的用户工程+市场深度掌控=以小生态带动大生态，最终实现会员运营，服务 1 亿消费者”为核心的营销转型。公司夯实大西北基地市场建设，重点打造甘肃青海新疆一体化、陕西宁夏内蒙一体化，最终实现西北一体化；省外市场通过消费者培育和样板市场打造，逐步培育华东、北方第二增长曲线，助力公司中长期战略落地；互联网公司通过流量、团队、消费者、产品、渠道精细化运营，成为品牌赋能、消费者培育、销量增长的第三曲线。

附件清单：

无