



2023年度 中期业绩说明会



声明 (Disclaimer)

This presentation is highly confidential. The information contained herein may not be copied, reproduced, redistributed, or otherwise disclosed, in whole or in part to any other person (whether within or outside your organization /firm) in any manner. You will be solely responsible for your own assessment of the market and the market position of ZJLD Group Inc (the “Company”) and you will conduct your own analysis and be solely responsible for forming your own view of the potential future performance of the business of the Company. To find out more about the Company, please visit the website of the Company (www.zjld.com) and The Stock Exchange of Hong Kong Limited (www.hkexnews.hk).

Neither the Company nor any of its respective affiliates, directors, officers, employees, advisers or representatives shall have any liability whatsoever, as a result of negligence or otherwise, for any loss howsoever arising from any information or opinions presented or contained in this presentation.

This presentation contains statements that reflect the Company’s beliefs or expectations about the future or future events as of the respective dates indicated therein (“forward-looking statements”). These forward-looking statements are based on a number of assumptions about the Company’s operations, its future development plans, market (financial and otherwise) conditions and growth prospects, and are subject to significant risks, uncertainties and other factors beyond the Company’s control, and accordingly, actual results may differ materially from those contemplated by these forward-looking statements. No reliance should be placed on such statements, which reflect the view of the management of the Company as at the date of this presentation. The Company does not undertake any obligation to update these forward-looking statements for events/or circumstances that occur subsequent to such dates.

本宣讲文稿属严格保密。此宣讲文稿包含的信息不得以任何方式全部或部分复制、转载、再分发、或以其他方式透露予任何其他人（不论是否身为贵机构 / 公司的内部或外界人员）。您须全权负责对市场及珍酒李渡集团有限公司（“公司”）市场定位的评估、进行自己的分析、且全权负责自己对公司业务的未来潜在业绩的观点。如欲了解更多有关公司的资料，请浏览公司网页(www.zjld.com)及香港联合交易所有限公司网站 (www.hkexnews.hk)。

对于因凡本宣讲文稿提供或包含的信息或意见的信息或意见产生的无论任何损失，公司或其各自的关联公司、董事、高级职员、雇员、顾问或代表均不对之承担任何责任（无论是因疏忽还是其他原因导致的）。

本宣讲文稿载有多项陈述，反映公司就截至本宣讲文稿所示个别日期为止对未来或未来事件之看法及预期（“前瞻性陈述”）。这些前瞻性陈述是依据多项关于公司营运的假设、其未来发展计划、市场（金融及其他方面）条件及增长前景，而且涉及公司无法控制的重大风险、不确定因素及其他因素，因此实际结果可能与这些前瞻性陈述所述者产生重大差异。您不应该依赖这些反映公司管理层于本宣讲文稿日期的观点之陈述。对于在该等日期后出现的事件 / 或情况，公司无义务更新前瞻性陈述。



01

业务更新



我们是中国前四大民营白酒公司



持续增长

35.2亿元 | 15.0%

收入¹ | 增长率%

8.0亿元 | 22.0%

经调整净利润¹ | 增长率%

产品结构持续优化

62.3%

高端及以上白酒收入占比

12.3%

销售均价增长率

渠道与产能并举

6,898

经销商数量¹

51,200吨

基酒设计产能¹

行业领先

前四大

民营白酒公司²

前三大

贵州酱香型白酒年产能²

¹ 2023年上半年/截至2023年6月30日；¹ 2022年/截至2022年12月31日，根据弗若斯特沙利文数据

定位增长最为迅猛的酱香型白酒及次高端及以上白酒市场

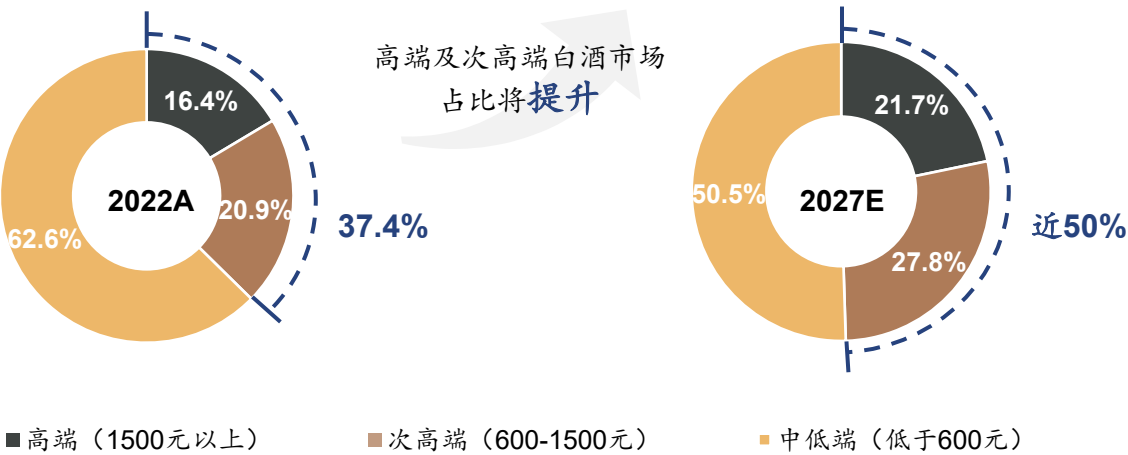
中国白酒市场高端化趋势显著，酱香型白酒市场份额日益增长

高端化趋势显著

2022A-27E白酒市场对比次高端及以上市场复合增速



2022A及2027E白酒市场按价格带划分

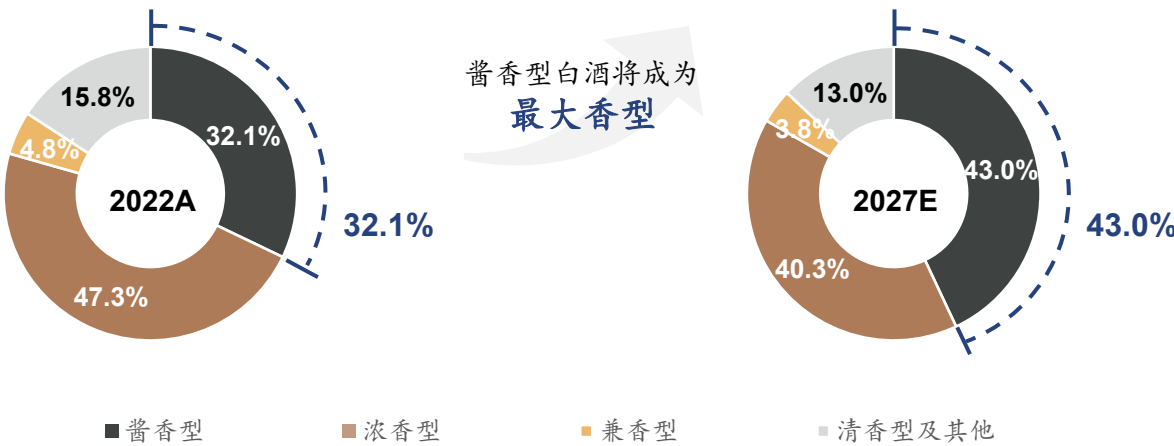


酱香型增长迅猛

2022A-27E白酒市场对比酱香型白酒市场复合增速

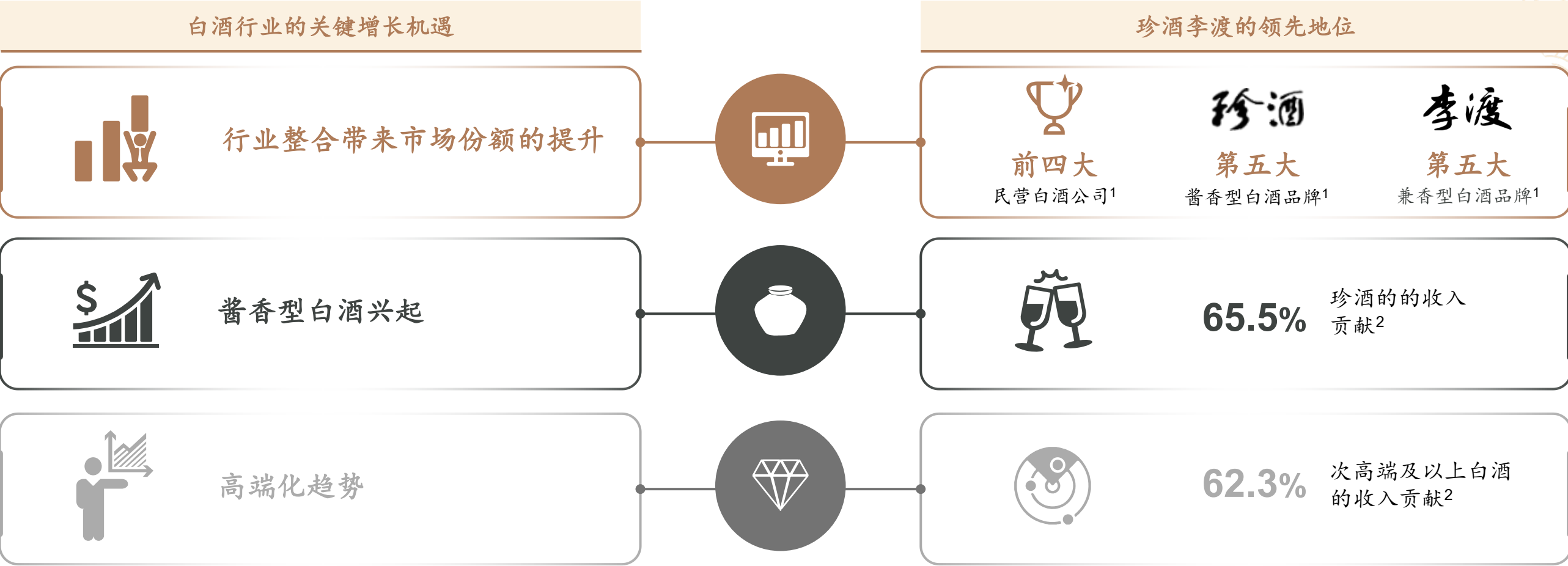


2022A及2027E白酒市场按香型划分



¹ 根据弗若斯特沙利文数据，基于市场规模（白酒品牌的收入）

把握三大行业增长机会是公司取得高质量、可持续发展的根本驱动力



¹ 2022年/截至2022年12月31日，根据弗若斯特沙利文数据；² 1H2023收入

清晰的战略聚焦和强大的执行力，带动业务持续发展



— 持续优化产品组合 — — 持续优化渠道结构 — — 注重提升动销 — — 提升品牌市场份额 —



- ✓ 提升高端产品和高毛利率占比
- ✓ 兼顾发展中端价格带的性价比产品



- ✓ 优化现有经销商群体
- ✓ 开拓高销售效率的新经销商类型



- ✓ 赋能经销合作伙伴，提升渠道周转 (sell-through)
- ✓ 合理投放资源，促进终端动销 (sell-out)



- ✓ 提升核心地区市场份额
- ✓ 发展关键地区培育市场

珍酒：持续优化产品结构

珍酒

战略性提升
高端价格带和高毛利率产品



光瓶酒系列

✓ 珍30标准版、高端光瓶酒系列

结合今年的消费特点，兼顾
性价比产品的市场布局

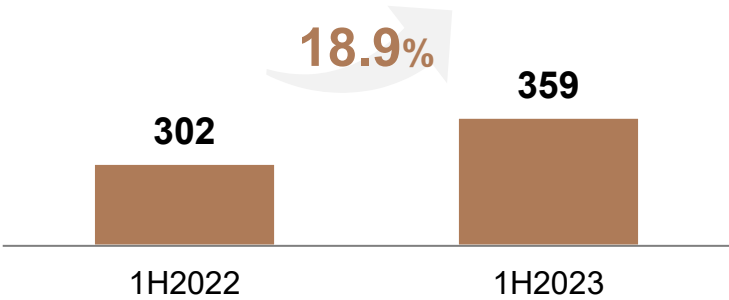


高性价比产品

✓ 老珍酒、映山红

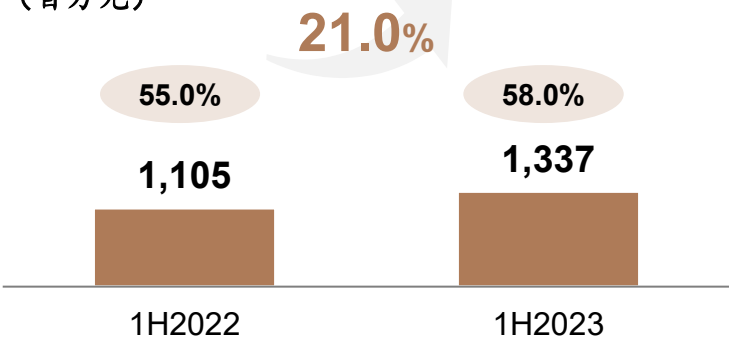
1H2023珍酒销售均价上升

(千元/吨)



珍酒品牌毛利率提升

(百万元)



珍酒：优化经销商结构，深化全国化布局

优化渠道结构

- ✓ 注重提高经销合作伙伴和体验馆渠道经销商质量
- ✓ 大力发展高质量的零售合伙人
- ✓ 持续赋能经销商，关注经销商的渠道周转和忠诚度，助力长期可持续增长
- ✓ 合理投放资源促进终端动销和真实开瓶消费

继续深化“6+8+N”全国化战略

6	核心市场	贵州、河南、山东 湖南、广东、江苏
8	重点市场	北京、河北、上海、福建 浙江、江西、广西、陕西
N	培育市场	其他省级培育市场

李渡：继续推广体验式营销

李渡

持续推广沉浸式营销模式



高端化的品牌定位和运营

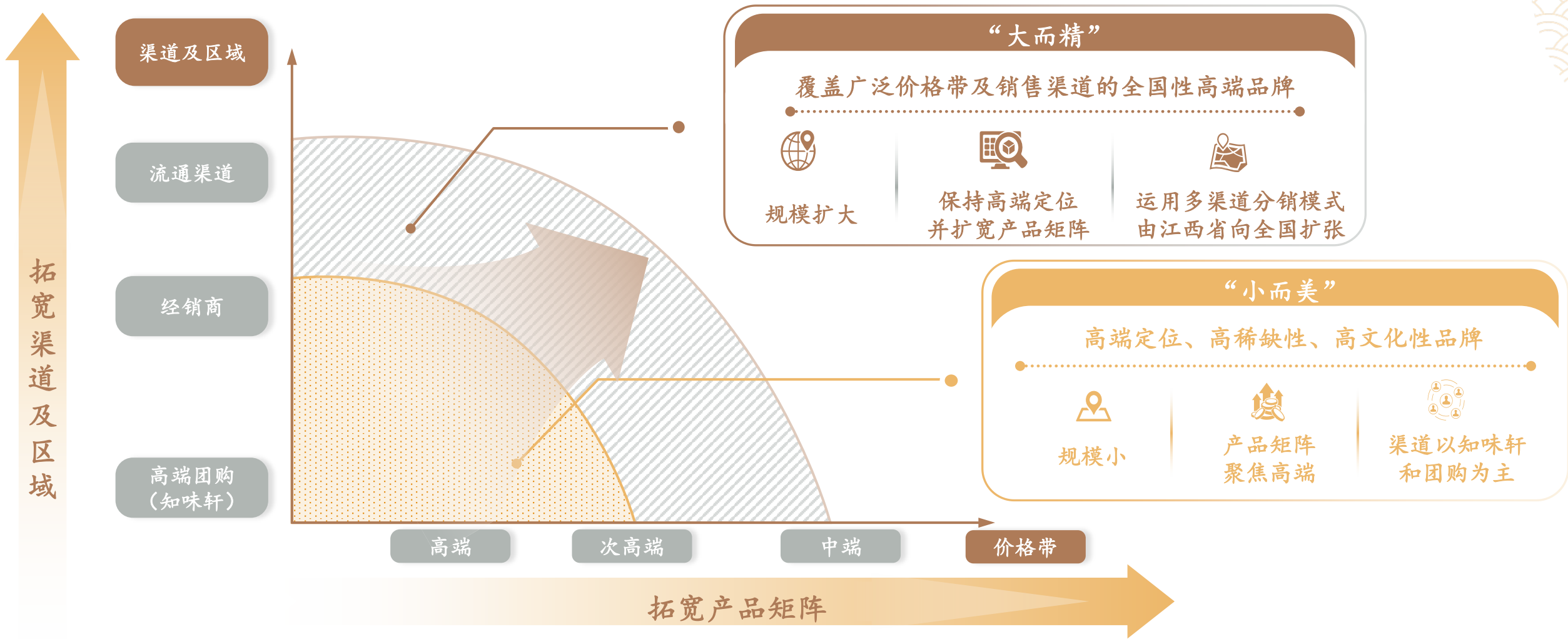


李渡

- ✓ 通过品牌影响力带来销量
- ✓ 吸引更多懂酒、爱酒、有文化、有品味的消费群体

李渡：从“小而美”到“大而精”

李渡未来规模扩张的战略布局



湘窖：继续深耕渠道渗透，提升核心产品收入增长

湘窖 开口笑

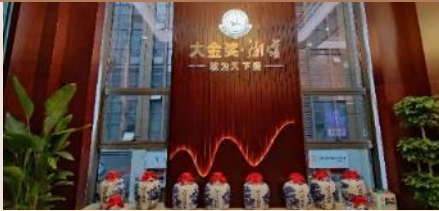
扎实的渠道渗透



拓展大网点



升级体验店



深入开展消费者
拉动工作



依托强大渠道力
快速提升的核心产品收入增长



龍匠

- ✓ 龍匠产品更新换代
- ✓ 提升颜值、销量
- ✓ 实现收入快速增长

持续推出极具竞争力的新产品

珍酒

光
瓶
酒



珍三十光瓶系列



珍十五光瓶系列

年
份
酒



2012真实年份酒



1988年份酒

映
山
红



精品映山红

李渡



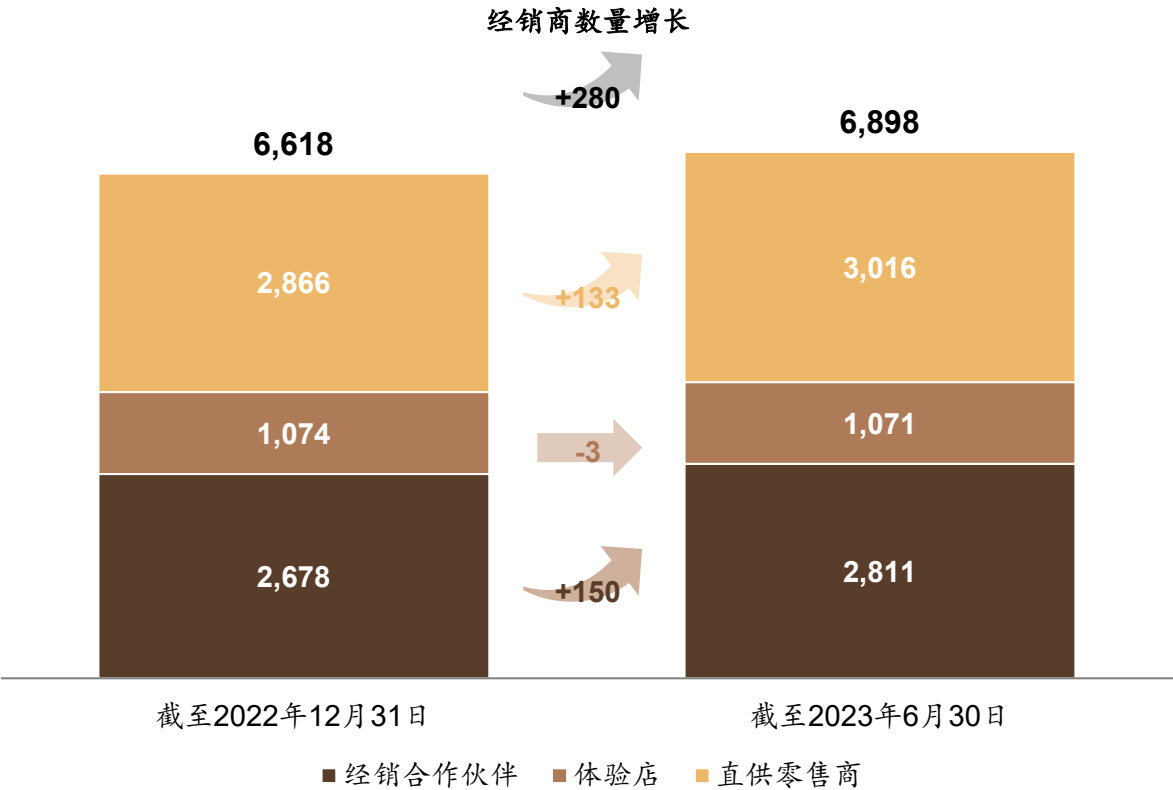
李渡王千里挑一



李渡万里挑一

赋能优化经销商，经销渠道质量和规模同步提升

优化经销商群体，经销商数量稳步上升



2023上半年经销商数量增加280家，经销商合作伙伴及零售商网络均实现扩张

注重提升渠道周转和终端动销



大力优化现有的经销商网络



调配资源，协助经销商拓展二级经销网络，加速渠道周转率

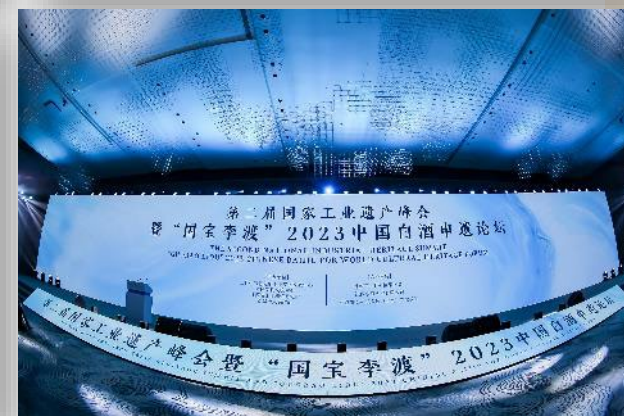


大力发展与主要销售次高端及以上产品的零售合伙人的合作，以提升直供零售商渠道的单经销商收入水平



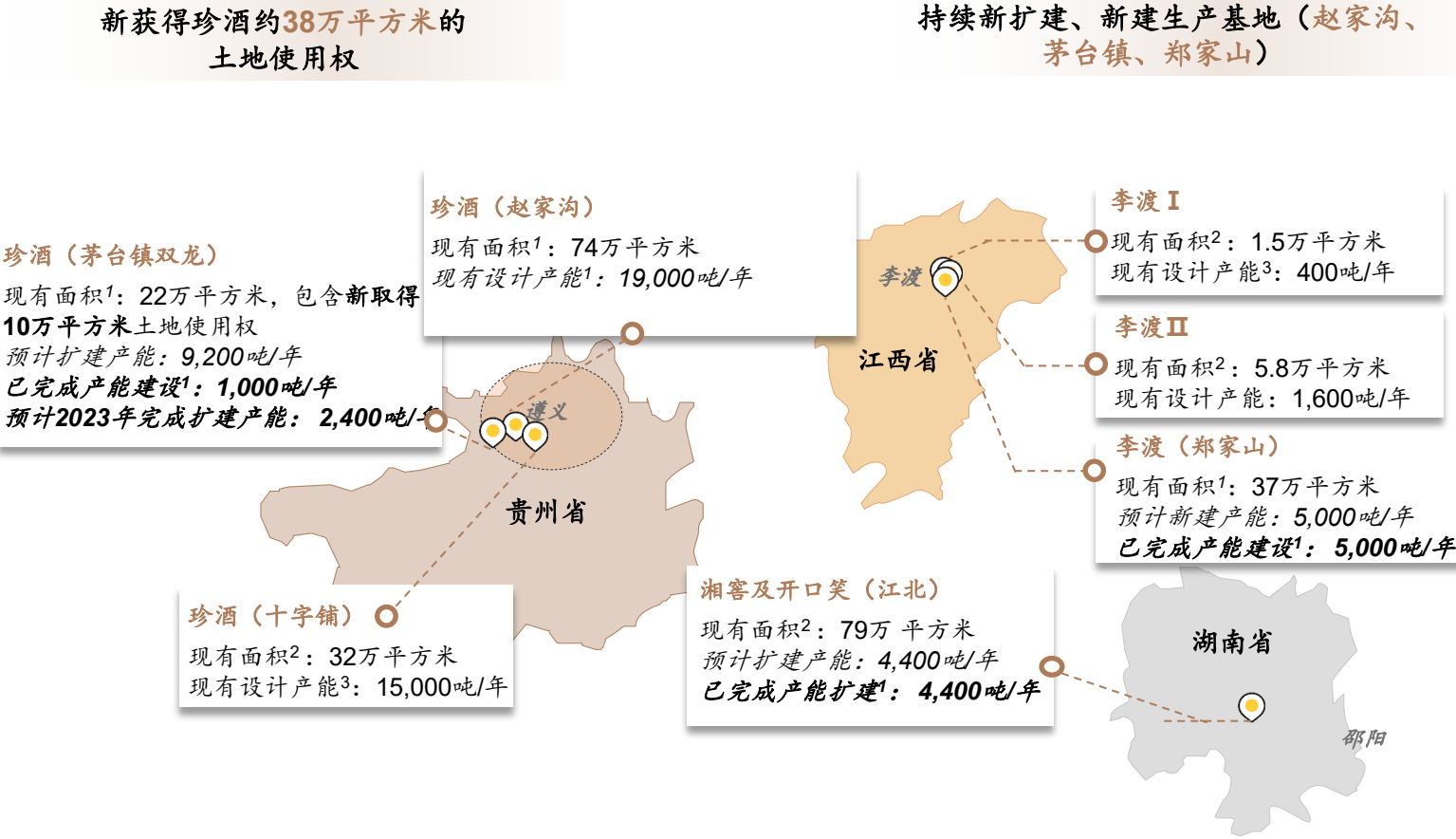
优化费用投放，着力提升终端消费，推动终端动销提高

以传统文化为基，继续推广沉浸式体验营销

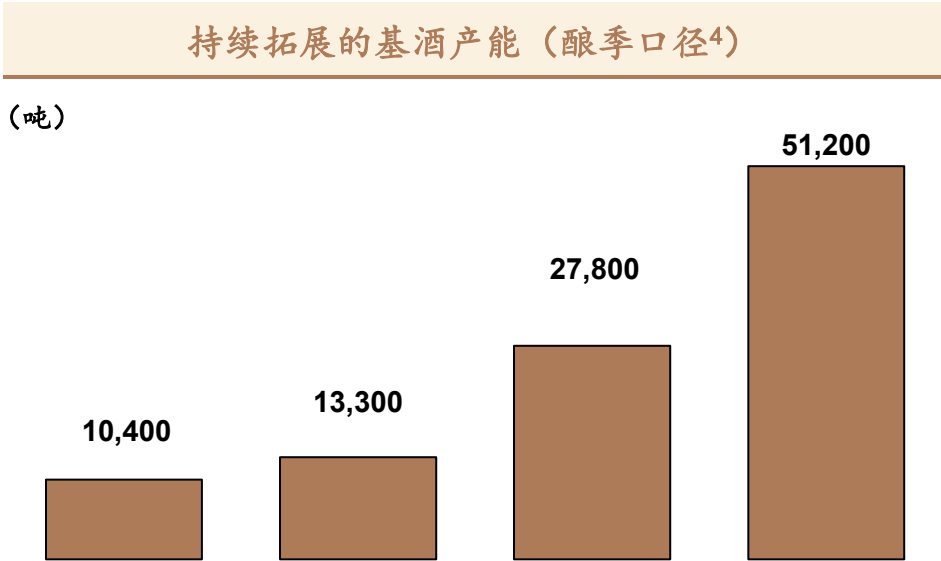
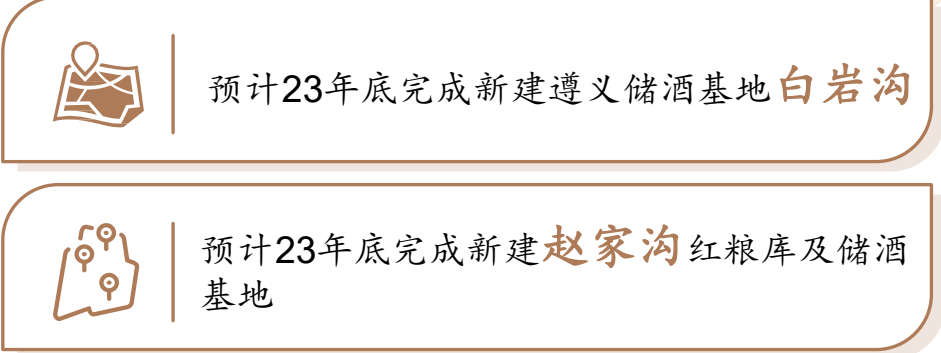


产能扩张构建坚实竞争壁垒

七大生产基地及最新建设进展



新建储酒基地



¹ 截至2023年6月30日；² 汇川、仁怀均位于遵义市；³ 2022年上半年列示的产能为模拟预测2023年全年数；⁴ 仅包含在每年/期酿季开始前可投入使用的产能，但未包含该年/期已建好但未能在该酿季投入使用的产能

环境、社会及管治

致力成为有责任感和使命担当的优秀民族品牌

环境、社会及管治概览



ESG纳入绩效体系，全方位追踪、考核ESG关键指标



首获万得ESG评级“A”，排名第七



获得中国酒业金盛奖“2023年度社会责任奖”



李渡被评选为“江西社会责任企业”



下半年将继续落实百余项ESG提升计划

环境可持续工作亮点



碳排放管理

- ✓ 生产碳排密度同比下降**44%**
- ✓ 湘窖完成**4兆瓦**屋顶分布式光伏项目建设并投入使用，“绿电”预计可满足今后湘窖**近半**用电需求
- ✓ 珍酒及李渡均已完成光伏项目的前期准备工作，预计2023年底将完成铺设



水资源管理

- ✓ 生产用水密度同比下降**46%**
- ✓ 珍酒实施甑底底锅节水改造
- ✓ 李渡投用洗瓶水循环装置
- ✓ 湘窖安装冷却水循环装置等节水项目



绿色包装

- ✓ 珍酒已率先完成**瓷瓶替换**工作
- ✓ 预计在23年下半年将减少**23万瓶**瓷瓶的使用

社会可持续工作亮点

员工关怀与员工成长

- ✓ 加强入职培训和关怀
- ✓ 特别开设女性员工培训及转岗通道
- ✓ 打造对女性友好的工作场所

公益事业

- ! 上半年共捐款**1293万元**，包括教育领域捐献642万元，为援建消防站捐献595万元
- 📍 上半年投入公益事业时间约**5000小时**
- 🌱 下半年将继续致力于回馈社会，为推进乡村振兴及扶贫贡献力量。

¹直接营运指范围1及2；²按重量计算；³例如机场



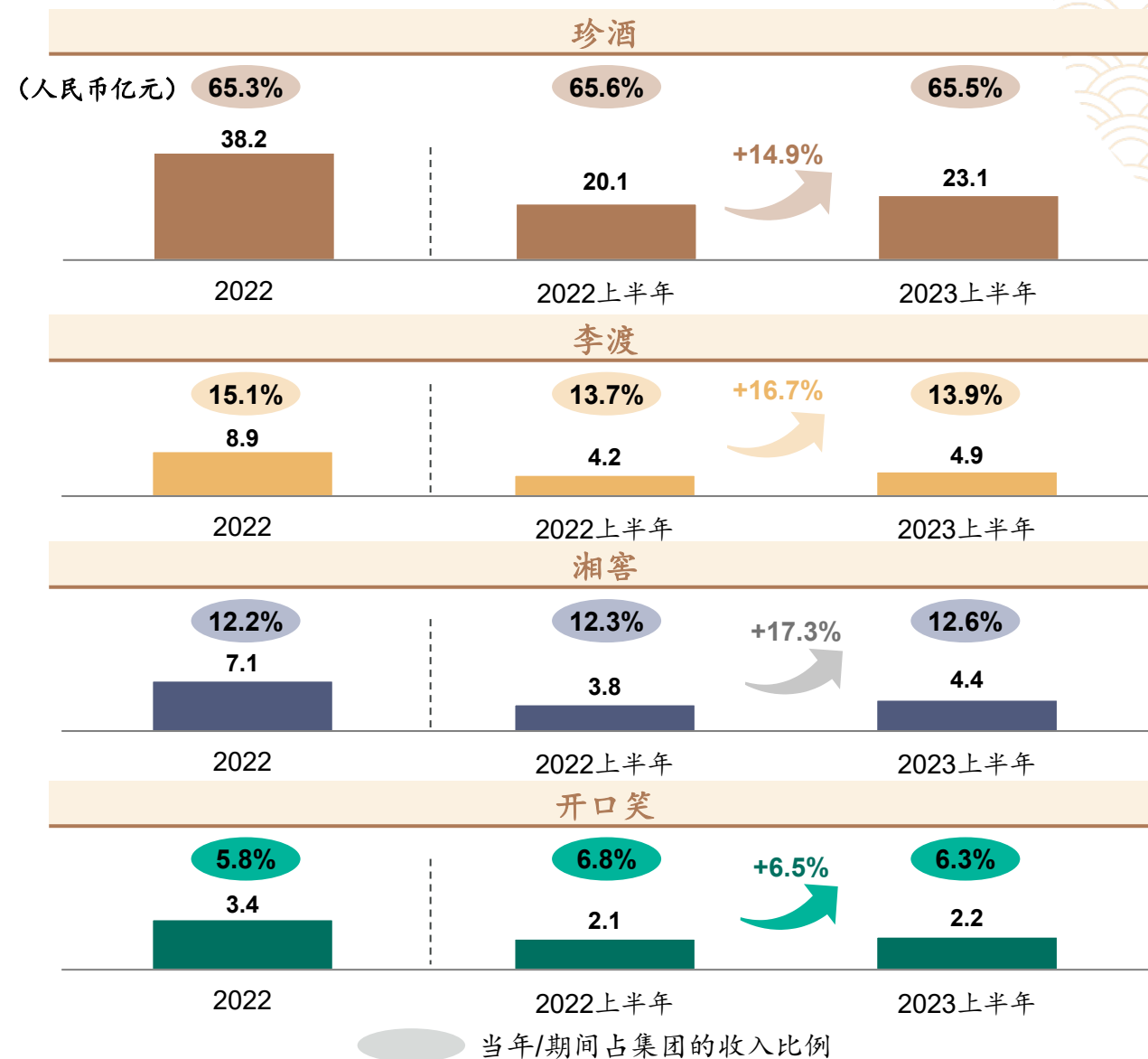
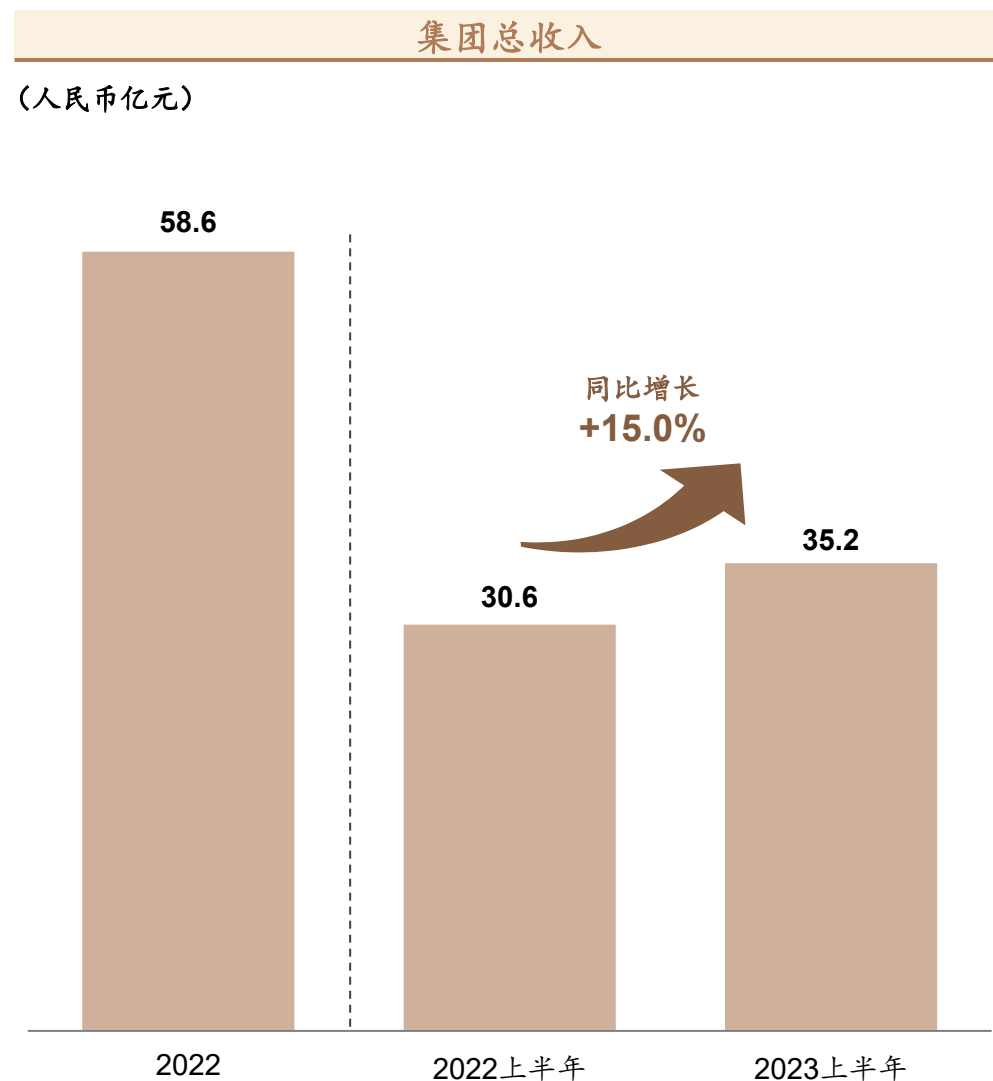
02

财务亮点

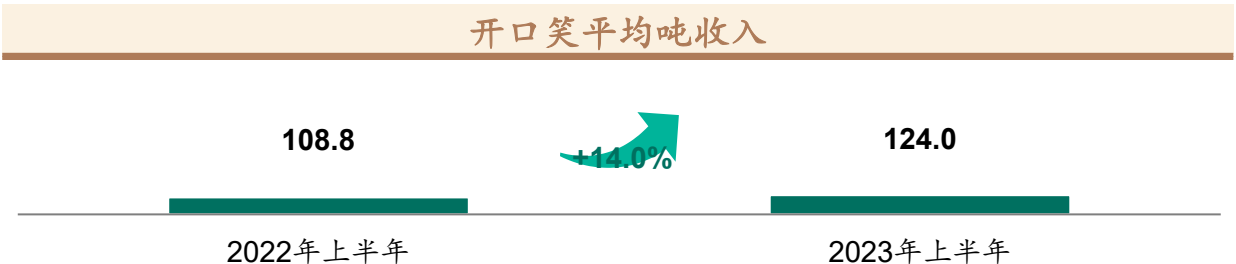
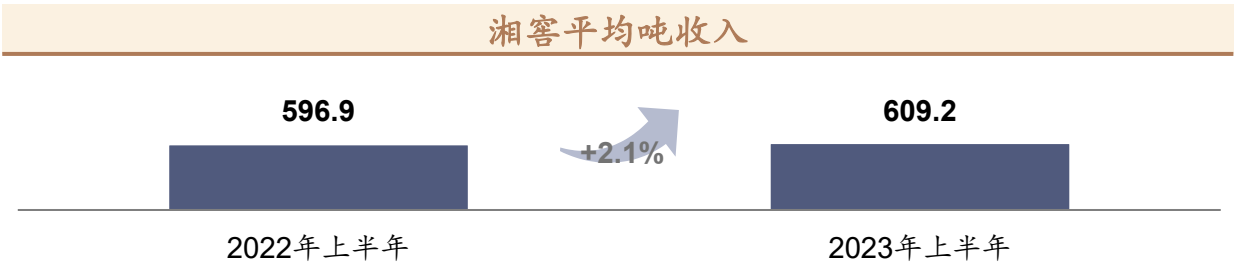
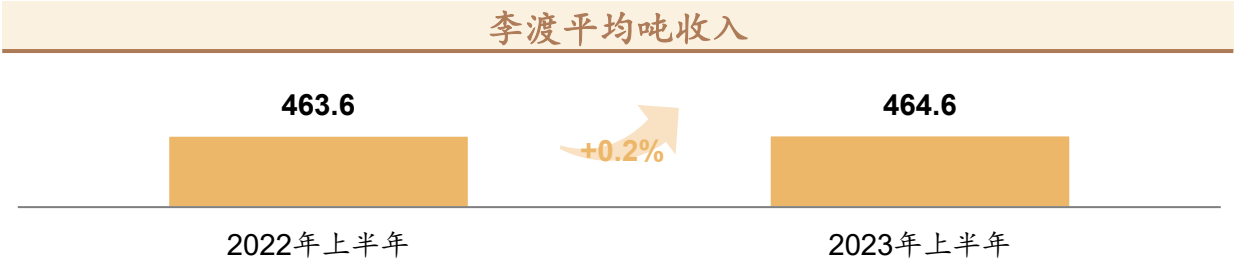
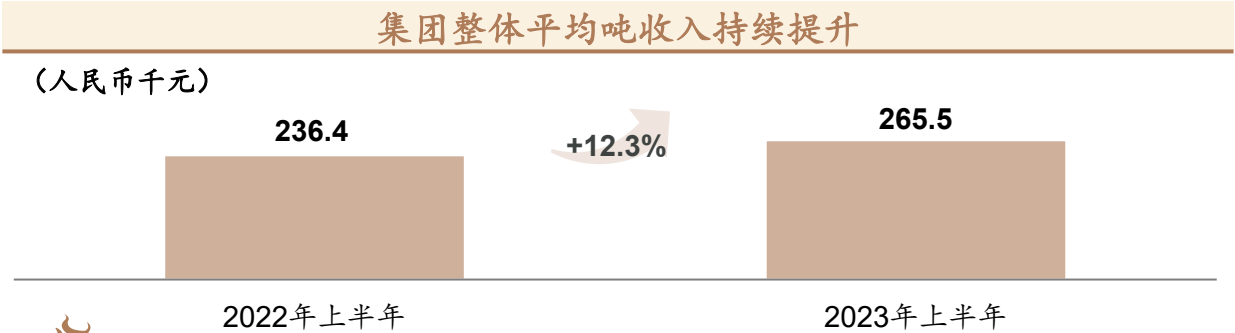
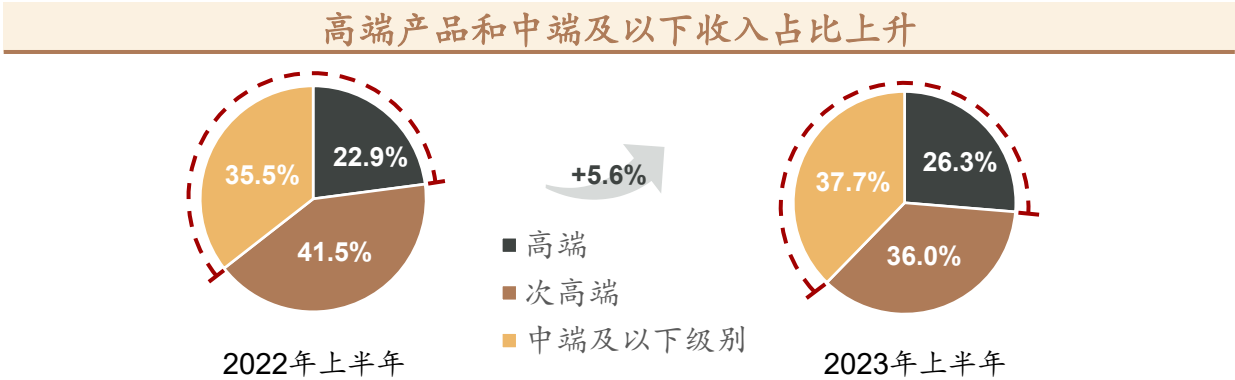
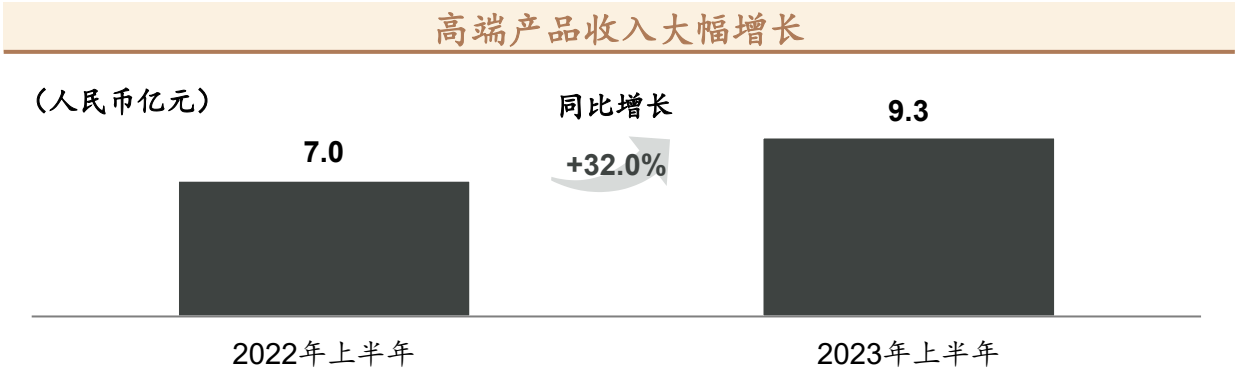


高质量的收入增长

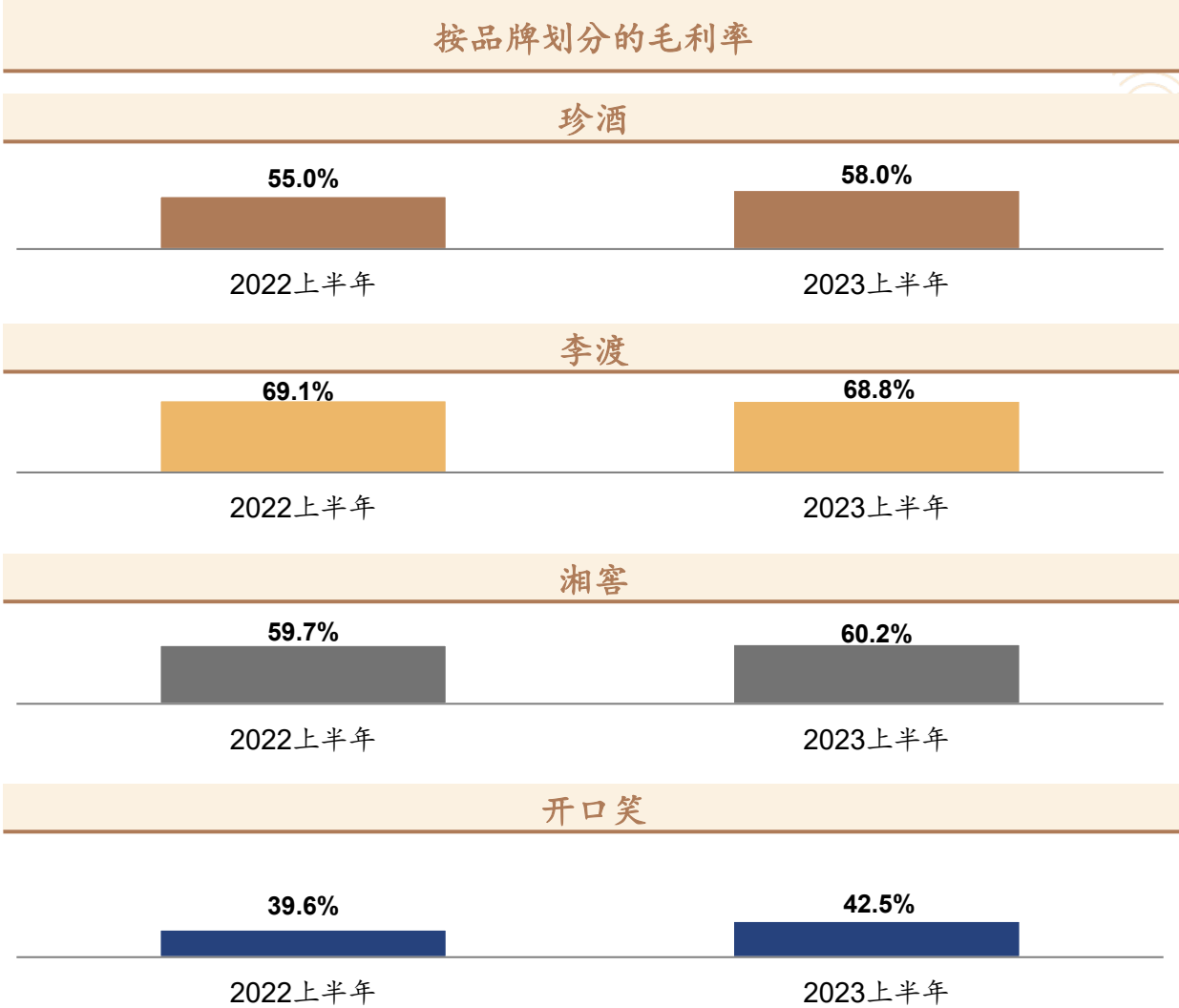
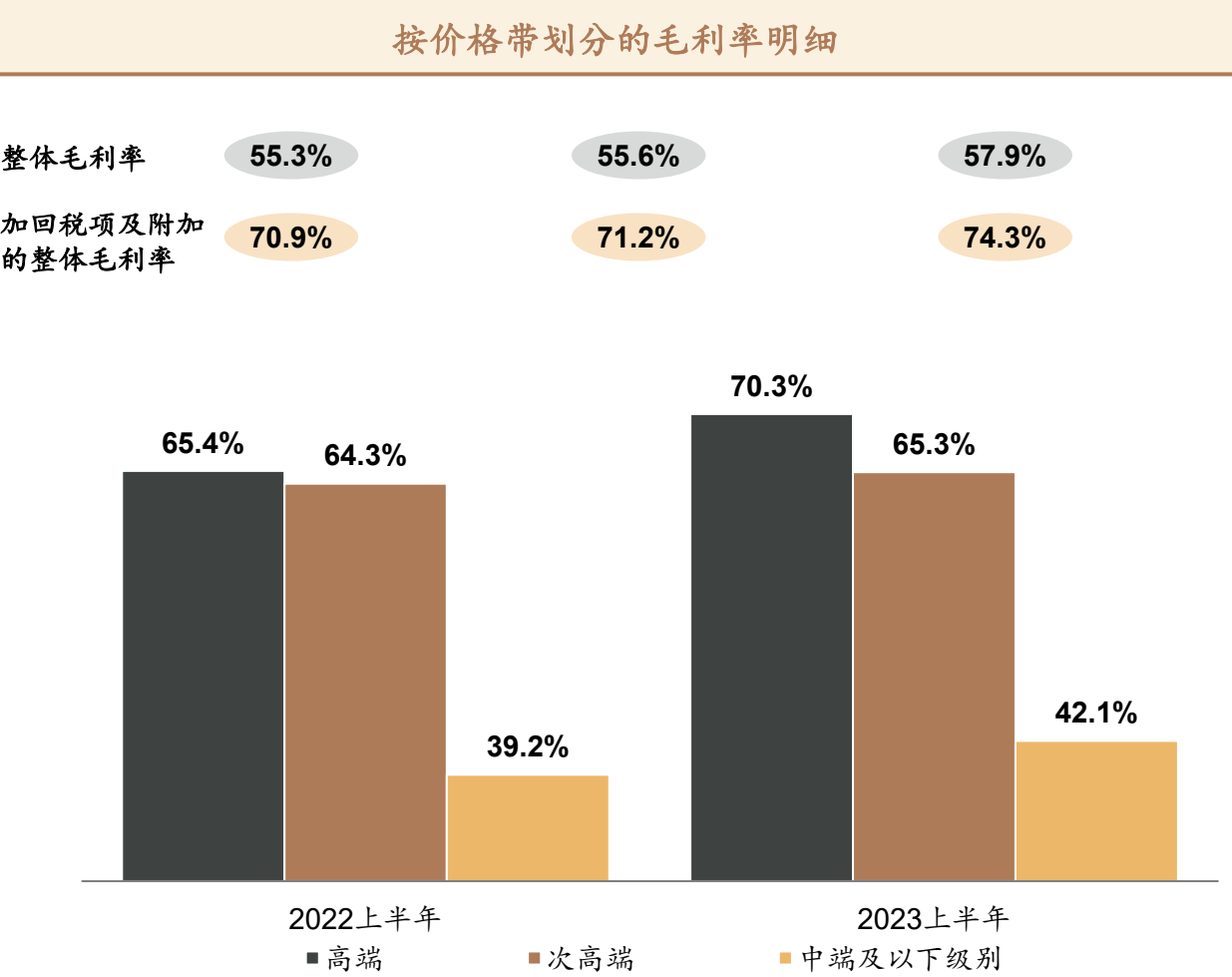
公司2022年下半年和2023年上半年收入均受疫情影响



产品结构持续优化

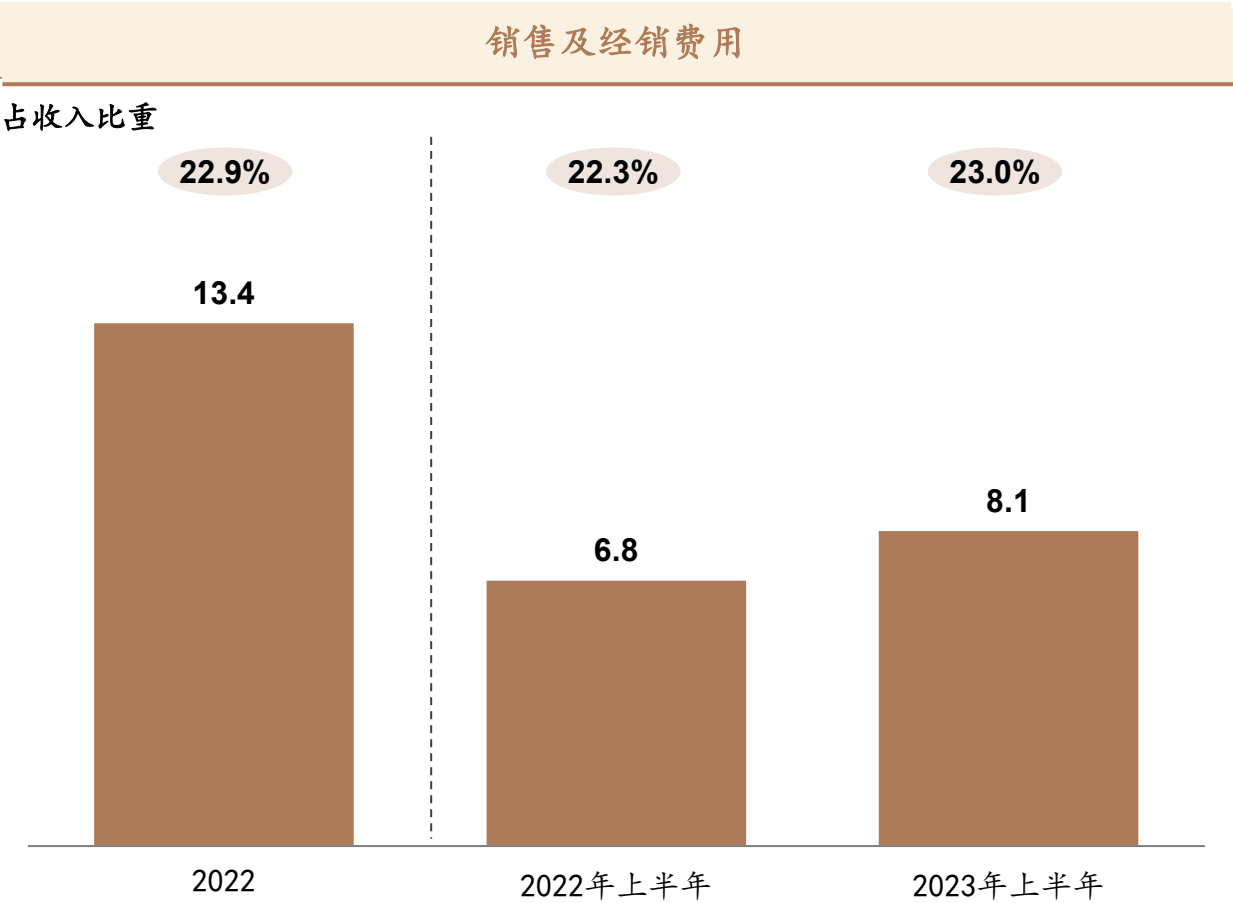


稳步提高的毛利率

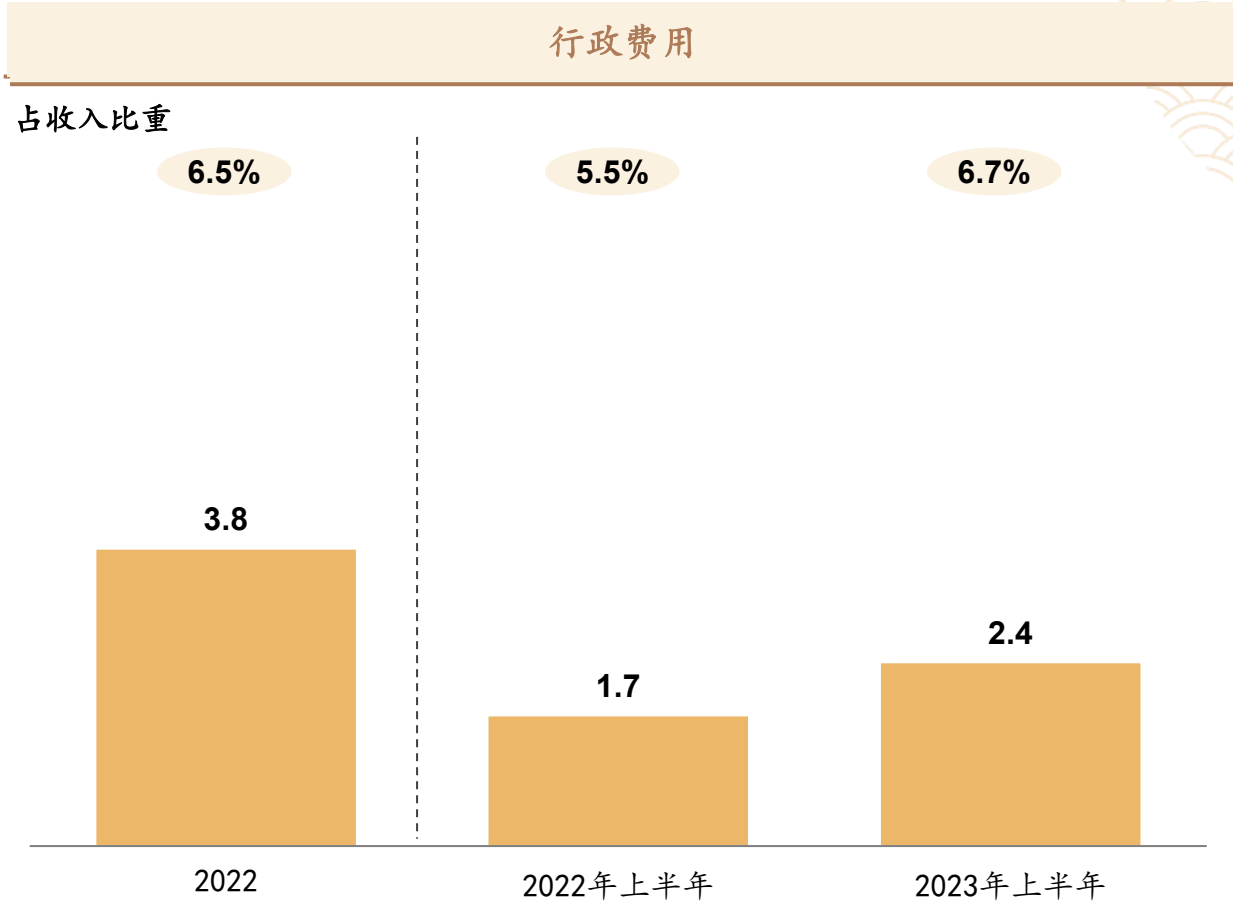


销售及经销费用与行政费用

(人民币亿元)



持续加强对经销商和终端服务，助力品牌长远发展，提高品牌知名度

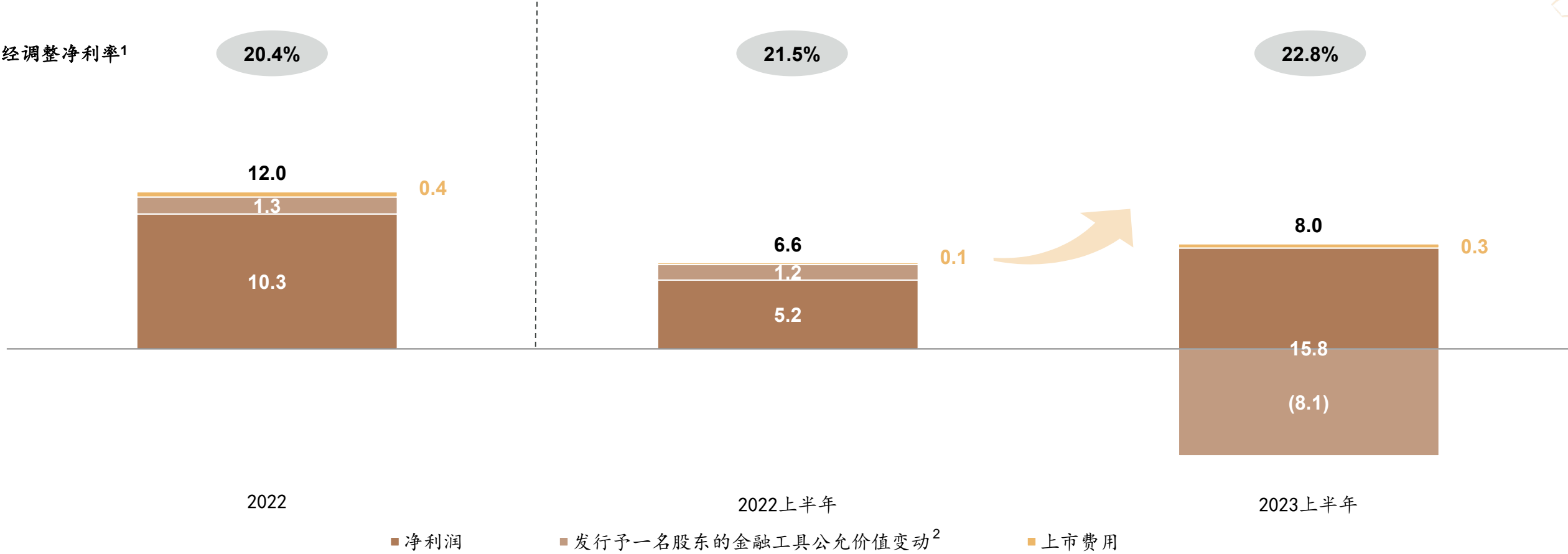


上市费用及人员扩展使得行政费用有所提升

盈利能力持续提升

(人民币亿元)

经调整净利润¹

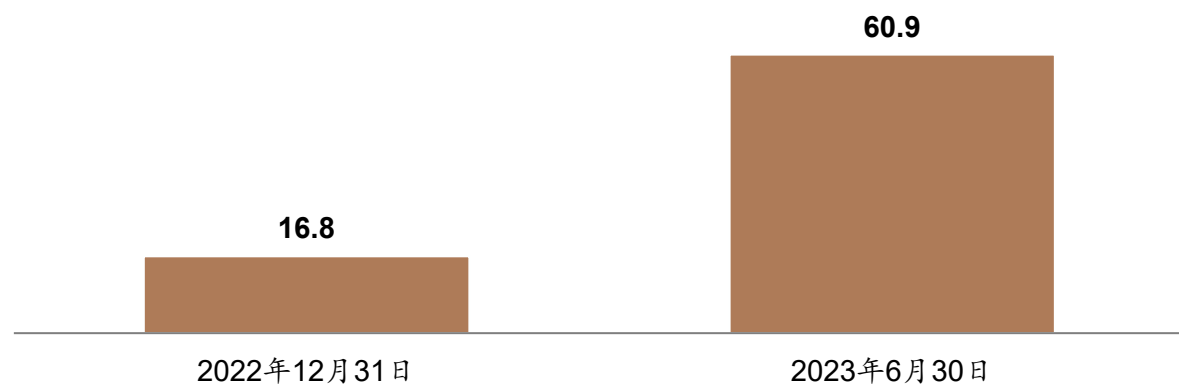


¹非国际财务报告准则计量；²发行予一名股东的金融工具公允价值变动来自Series A优先股及向Zest Holdings发行的认股权证公允价值变动。该等金融工具变动为非现金性质。由于认股权证于2022年6月获终止，因此我们将不再确认其公允价值的任何变动。上市完成后，Series A优先股将自动转换成本公司的普通股，且将不会确认金融工具变动的损益。因此，此经调整项目将于上市后不再出现。

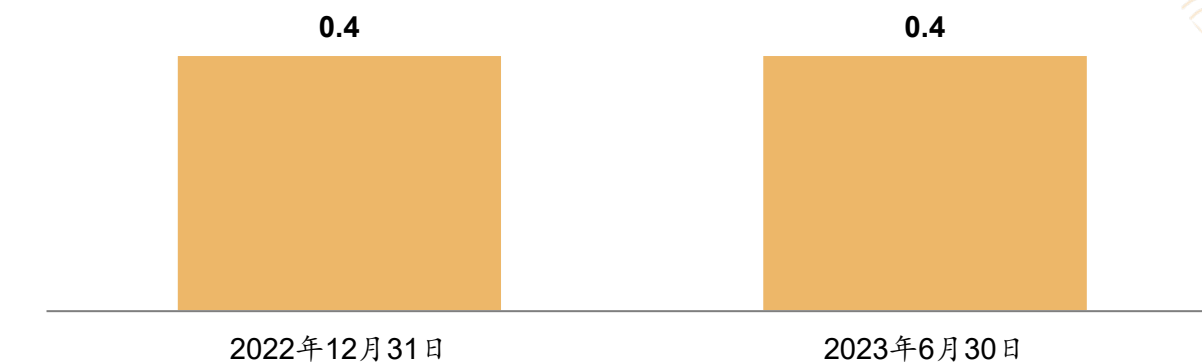
资产负债表及现金流

(人民币亿元)

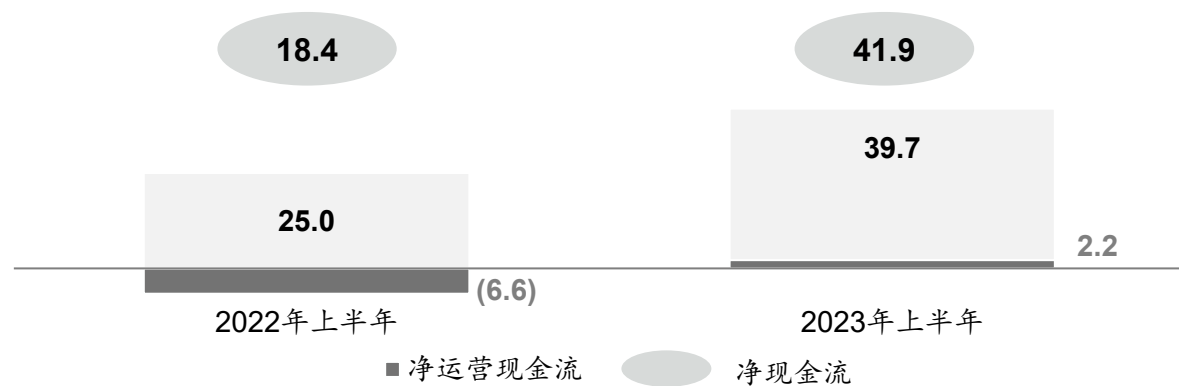
现金及现金等价物



银行及其他借款



现金流



存货

