

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：2025-002

召开日期：2025年4月15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，总裁助理樊兰女士
来访人员：东财证券、国联民生、德邦证券、东北证券、国泰海通证券、国元证券、华金证券、长城证券、长江证券、开源证券、国海证券、中邮证券、东吴证券、申万宏源、西部证券、东兴证券、华安证券、天风证券、西南证券、财通证券、申港证券、中金公司、中信证券、光大证券、华西证券、太平洋证券、华鑫证券、浙商证券、银河证券、国盛证券、国信证券、信达证券、华泰证券、中银证券、广发证券、平安证券、上海证券、方正证券、招商证券、兴证证券、国金证券、华创证券、宝盈基金、雪石资产、东证资管、银华基金、诺德基金、国联安基金、泰康资产、永赢基金、天治基金、泰信基金、国泰基金、广发基金等104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： <h3>一、金徽酒2025年第一季度经营业绩介绍</h3> <p>2025年是白酒行业进入新一轮调整转型期的关键一年，全体金徽人在坚守中穿越周期，在坚持中行稳致远。2025年第一季度，金徽酒实现营业收入11.08亿元，同比增长3.04%；实现净利润2.34亿元，同比增长5.77%，净利润率为21.09%，增加0.54个百分点。2025年第一季度业绩增长的主要原因是公司营销转型成果显著，品牌影响力逐步增强，产品结构持续优化，市场区域扩大，促进销售增长。</p> <h3>二、互动交流</h3>

1. 产品结构优化情况

金徽酒分区域、分产品进行布局，打造大单品，在核心价格带进行明确布局，形成产品铁塔。一季度公司产品结构持续优化，百元以上产品占酒类营收比例 79.82%。高档产品以金徽 28、金徽 18 进行引领，带动其他系列产品销售提升。2025 年第一季度，300 元以上产品实现营业收入 2.45 亿元，同比增长 28.14%；100-300 元产品实现营业收入 6.30 亿元，同比增长 14.24%；100 元以下产品实现营业收入 2.21 亿元，同比下降 31.72%。

2. 市场营销情况

金徽酒坚持“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”为核心的营销转型。公司将西北地区定位大本营市场，重点打造甘肃青海新疆一体化、陕西宁夏一体化，最终实现西北一体化。省内市场消费者培育工作和产品结构升级效果持续显现，推动收入稳健增长、市占率不断提升，2025 年第一季度实现营业收入 8.57 亿元，同比增长 1.05%。省外市场在甘青新一体化、陕西宁夏一体化基础上，分板块优化商业模式，通过消费者培育和成功样板市场案例，聚焦资源进行深化(打造样板市场)，2025 年第一季度实现营业收入 2.38 亿元，同比增长 9.48%；其中，互联网公司围绕流量、团队、消费者、产品、渠道精细化运营提销量，实现营业收入 3,714.74 万元，同比增长 14.57%。

3. 销售费用情况

金徽酒 2025 年第一季度销售费用 1.86 亿元，同比下降 3.70%；销售费用率为 16.81%，同比降低 1.18 个百分点，主要得益于公司在各销售区域推行精准营销策略，同时根据市场竞争态势灵活调整费用投放，实现费用效益的最大化。

4. 分红情况

金徽酒拟以实施权益分派股权登记日的总股本扣除股份回购专户中股份数量后的股份数量为基数，向全体股东每 10 股派发现金股利 5 元（含税），不送红股，不以公积金转增股本。公司总股本 507,259,997 股，扣除回购专用证券账户 10,428,943 股（回购股份已实施完毕），以 496,831,054 股为基数计算共计派发现金股利 248,415,527.00 元（含税），占公司 2024 年度合并报表中归属于上市公司股东净利润的 64.00%，创历史新高。

金徽酒自 2016 年上市以来始终坚持高比例现金分红回报投资者，已经实施现金分红 9 次，累计现金分红 11.68 亿元。随着业绩稳健发展，公司近三年（2022-2024 年）现金分红分别归属于上市公司股东净利润的 54.30%、60.00%、64.00%，分红比例持续增长，彰显出公司在

高质量发展道路上的深厚底气，也让资本市场与投资者的信心愈发坚定，为公司长远发展筑牢根基。

5. 2025 年经营目标

金徽酒持续推进营销转型，围绕“聚焦资源、精准营销、深度运营”的营销策略，扎实推进用户工程建设；借助数字化手段构建智能化营销体系，科学绘制客户画像，精准推送营销活动，全方位提升营销效率与运营成效；同时，通过多层次、多领域、多形式的品牌推广活动，全方位、立体式提升品牌形象。2025 年力争实现营业收入 32.80 亿元，实现扣除非经常性损益归母净利润 4.08 亿元。

附件清单：	无
-------	---