

四川水井坊股份有限公司 二〇二四年年度股东大会 会议资料

四川水井坊股份有限公司董事会办公室编制

2025年6月

目录

议案之一	3
公司董事会 2024 年度工作报告	3
议案之二	12
公司监事会 2024 年度工作报告	12
议案之三	14
公司 2024 年度财务决算报告	14
议案之四	17
公司 2024 年年度报告及其摘要	17
议案之五	18
公司 2024 年度利润分配或资本公积转增股本预案	18
议案之六	19
关于续聘立信会计师事务所（特殊普通合伙）的议案	19
议案之七	20
关于公司董事、高级管理人员 2024 年度薪酬情况及 2025 年度薪酬方案的议案	20
议案之八	22
关于公司监事 2024 年度薪酬情况及 2025 年度薪酬方案的议案	22
议案之九	23
关于购买董事、监事和高级经理职业责任保险的议案	23
议案之十	24
关于修订《公司章程》暨取消监事会的议案	24
议案之十一	25
关于修订公司《股东大会议事规则》的议案	25
议案之十二	26
关于修订公司《董事会议事规则》的议案	26
议案之十三	27
关于向银行申请授信额度的议案	27
十四、听取独立董事年度述职报告	28

公司董事会 2024 年度工作报告

一、经营情况讨论与分析

从宏观层面看，2024 年全球经济形势依然复杂多变，尽管部分区域经济呈现复苏迹象，但整体增长动能不足，不确定性因素仍然较高。国内经济在政策支持与结构性调整的推动下，保持平稳运行，消费信心与消费场景有望逐步修复，但消费结构与偏好已发生显著变化。从行业层面看，白酒行业整体增速放缓，企业分化加剧，“马太效应”进一步显现，区域集中度持续提升。尽管面临产能过剩、库存积压、价格倒挂等多重挑战，但行业已展现出较强的韧性与自我调节能力。主要酒企积极作为，采取控量稳价、精准促销、年轻化转型及国际化拓展等各类举措，在应对复杂环境的同时积极捕捉新的市场机遇。综合而言，白酒行业长期向好趋势不变。

报告期内，公司主动规划战略升级，重新调整业务布局；持续推进科研项目投入，不断强化质量管控；携手天坛开展品牌营销活动，将品牌与天坛祈福文化深度融合；持续深耕渠道，报告期内新开门店数量突破 10,000 家。上述各项工作的扎实推进，促使公司顺利完成了 2024 年年初既定的经营目标，全年营收同比增长 5.32%，净利润同比增长 5.69%。报告期内公司具体开展的工作如下：

（一）战略提升方面

报告期内，公司系统梳理了战略规划，围绕品牌、产品、渠道、文化及战略投资五大维度，策划变革与升级，旨在推动公司实现长期、跨越式增长，为未来发展奠定坚实基础。

在品牌方面，未来公司将构建“水井坊”和“第一坊”双品牌体系，主品牌“水井坊”将聚焦 300-800 元次高端价格带，夯实核心市场基础；而“第一坊”作为博物馆级的美酒，则将聚焦于 800 元以上的高端市场，满足消费者对高端品类稀缺性与个性化的追求。同时，公司也将持续布局中端子品牌“天号陈”，以满足消费者高性价比的需求。品牌定位上，未来公司将围绕“好酒之上，美事共庆”的核心主张，聚焦重点消费场景，强化与消费者的情感链接。

在产品方面，公司未来将实行“双子星”产品策略，打造 300-800 元价格区间的第二款明星产品，与现有的八号系列形成互补，为公司业绩持续增长注入新动力。同时，在延续消费者对水井坊产品认知的基础上，进一步升级酒体品质，提升品质价值，明确差异化定位与价值梯度，以满足不同消费者的需求。

在渠道方面，未来公司将更加精细化地进行渠道管理，将全国地市级市场划分为堡垒、先锋、潜力三大类别，采取因城施策策略，提升资源利用效率。同时，优化价值链利润分配，强化与经销商的利益绑定，实现共赢，推动市场良性发展。此外，公司将集中力量加快培育核心市场，加速门店拓店，并关注动销持续提升单店销量。在团购方面，聚焦渠道培育，力争将其打造为新的增长极。

在企业文化方面，未来公司将构建以消费者为核心的绩效文化体系，以深度服务消费者为导向，明确实施路径与举措，压实团队和个人的责任及目标，确保每一环节都能够围绕消费者需求进行精准响应；配套完善员工激励措施，实现“多劳多得、奖惩分明”的绩效管理体系，激发团队的积极性与创造力；同时，鼓励创新，持续为消费者创造更大价值。

在战略投资方面，公司将坚持长期主义，持续推进战略性投资，强化增长韧性。首先，持续夯实优质产能保障；其次，扎实推进 ESG 目标落地，促进企业长期健康发展；最后，积极探索战略投资机会，为股东创造更大价值。

(二) 产品质量方面

1、质量管控再上新台阶

报告期内，公司始终秉持质量第一的宗旨，致力于向市场供应优质的产品与服务，并不断强化生产过程的管控及食品安全主体责任的落实，从粮食源头到原辅料采购与验收、生产过程、包装和储存、运输等环节进行层层质量与食品安全管控。2024 年，公司持续加强质量及食品安全文化建设，树立“内外兼修，‘质’造未来”的质量理念，通过开展各种质量类活动全面提升人员质量与食品安全意识。同时，不断加强感官品评人才梯队建设，完善公司感官评价体系，2024 年公司新增 3 名品酒师，并持续对 16 名已通过省级评委考试的新晋评委进行内部培训和考核，以助力公司白酒品评高质量发展。

报告期内，公司荣获了“四川省工业质量标杆”“全国质量诚信先进企业”“全国质量检验稳定合格产品”“全国消费者质量信誉保障产品”“全国产品和服务质量诚信示范企业”等称号。同时还获得中国质量创新与质量改进成果发布交流活动六西格玛黑带“推进级”奖项及四川省质协颁布的优秀 QC（质量管理）成果证书等多项荣誉。

2、科研项目持续推进

报告期内，公司与中国科学院微生物研究所深化合作，水井坊“一号菌群”第二阶段科研成果出炉。成果显示，水井坊古窖池中发现的古菌是水井坊的“品质孵化器”，正因其激发细菌潜能，维持生态稳定，才使窖池微生物配比接近“黄金比例”，为产品品质和饮后舒适度奠定了基

础；水井坊窖泥中的微生物数量已高达近 4000 种，并一次性命名 12 株新的菌类，这一发现使得水井坊在单次发现窖泥微生物种类及一次性发现并命名新菌数量上均居于行业领先地位。

（三）品牌建设方面

1、洞察行业趋势，升级品牌价值主张

报告期内，公司经调研发现消费场景的结构性变化：政务商务场景需求减弱，社交及家庭聚会场景上升，成为白酒消费增长的重要驱动力。基于此，公司深度挖掘消费者在社交及家庭聚会场景中的情感需求，全面梳理并升级品牌价值主张。未来，公司将围绕“**文化传承与情感价值**”双核驱动，打造差异化品牌价值。一方面，持续强化水井坊作为“**有文化、有传承的品质好酒**”的品牌定位；另一方面，融入更多情感价值，使消费者在饮酒场景中体验到水井坊独有的情绪共鸣。

2、深化节日场景营销，强化消费者情感链接

报告期内，公司聚焦节日核心场景，通过系列主题营销活动深化了品牌与节日文化及消费者之间的情感链接。2024 年中秋期间，公司携手《中国国家地理》推出《**中秋美好起源地图**》，以“**美好起源，共庆圆满**”为主题，将品牌悠久的酒坊文化与中秋团圆场景紧密结合，强化了品牌在中秋场景中的情感价值。此外，2025 年春节期间，公司以“**美事连年，开运第一杯**”为主题，与天坛展开深度合作。结合“**中国白酒第一坊**”与“**中华祈运第一坛**”的双重文化底蕴，成功举办水井坊 x 天坛开运庆典等系列品牌营销活动，将品牌与天坛祈福文化深度融合，成功塑造了水井坊作为“**新年开运美酒**”的品牌形象，增强了品牌仪式感和消费者认同感。

3、强化体育营销，创新品牌营销形式

报告期内，公司围绕“**第一坊·敬第一**”的品牌营销主线，深度绑定体育赛事与“**胜利时刻**”场景，开展创新性品牌营销活动。通过举办庆功宴致敬奥运冠军、作为 WTT 全球指定庆功酒亮相巴黎奥运会、在北京首钢园举办首届“**坊主节**”、与上海劳力士大师赛继续战略合作等多维度体育营销，实现品牌与“**胜利时刻**”场景的强关联。与此同时，水井坊首次以总冠名身份与张学友 60+巡回演唱会佛山、青岛等 8 站达成合作，以“**敬第一经典，共庆美好**”为主题，获得了良好反响，扩大了品牌声量。

4、丰富品牌体验形式，助力品牌深度触达消费者

报告期内，公司围绕品牌核心资产，打造定制化回厂体验，向核心消费者传递产区优势、品牌底蕴及产品卖点，强化成都名优白酒市场认知。同时，2024 年公司持续举办“**白酒学坊**”，作

为行业首发的创新性体验营销形式，白酒学坊让白酒真正走向大众。此外，2024年公司持续在重点市场增开水井坊文化美学馆及体验馆，截至2024年底，全国23个省市共落地108座美学馆及体验馆，较上年增加近50家，助力品牌深度触达消费者。

5、创新酒旅融合新路径, 引领产区高质量发展

2024年春季糖酒会期间，水井坊联合多个行业协会及政府单位共同主办“白酒成都产区高质量发展大会”，并与四川中国白酒金三角酒业协会共同发布《白酒成都产区浓香型白酒名优老窖池团体标准使用管理指引》。同期，水井坊联合成都旅游景区协会推出成都首条酒旅融合路线，将成都深厚的文化底蕴与丰富的旅游资源有机结合，实现了“以酒兴旅、以旅促酒”的良性互动，为消费者提供了独特的文化体验与品牌感知。

（四）市场营销方面

1、持续优化资源配置, 全方位驱动业绩增长

报告期内，公司优化投入产出比，销售费用的投放更加精准，主要集中在以下四个方向：第一，重点场景投入：聚焦C端消费者需求提供增值服务，强化婚宴及大桌宴席的业务；同时加大对团购业务的资源倾斜。第二，重点产品投入：持续维持对臻酿八号与井台系列两大核心产品的资源支持，提升产品竞争力；同时增加对天号陈系列的投入，探索150-300元价位段的市场潜力。第三，重点客户投入：通过“金牌客户计划”与“倍增计划”，为优质经销商提供全方位支持，进一步激发经销商潜力。第四，重点活动投入：围绕团购业务开展品销合一营销活动，同时结合兴趣类活动、品鉴会等多层次消费者互动圈层打造，提升消费者粘性。

2、持续维护价值链稳定, 确保业务健康成长

公司坚信健康稳定的价值链是维护厂商共同利益的重要保障，也是为消费者提供持续稳定品牌价值的重要基础。报告期内，公司商务部门制定了系统的管理办法，通过数字化手段实时追踪市场动态，及时识别并纠正不规范的销售行为，确保业务运营的健康发展，为价值链的长期稳定保驾护航。

3、持续深耕渠道, 大力扩充门店

报告期内，公司持续深耕发展中市场，积极推进门店网络拓展，通过提升铺市率进一步扩大市场份额并增强市场影响力。截至2024年12月，公司新开门店数量已突破10,000家。凭借优质的产品、项目质量及服务水平，水井坊赢得了更多终端门店客户的支持与认可，为公司在目标市场的持续增长奠定了坚实基础。

4、有效梳理销售团队考核机制, 着重突出业绩文化

销售团队是推动客户合作与提升消费者体验的核心力量。公司始终重视销售人员的业绩表现与人才培养，通过及时嘉奖卓越表现者，树立标杆榜样，激发团队积极性与执行力。同时，公司建立了专业的培训体系与完善的薪酬激励机制，持续提升团队整体效能。报告期内，公司进一步梳理和优化了销售团队的考核机制，强化业绩导向，致力于打造一支目标清晰、执行力强、富有战斗力的高效销售团队。

5、持续数字化赋能，不断提升业务效率

报告期内，公司持续升级数字化工具，通过全面的数据分析为业务提供详实的数据支持，以提升资源投放效率和效益。第一，优化销售流程：通过数字化资源平台缩短各销售环节时间周期，显著提升营销效率；第二，精准营销投放：利用大数据分析等数字化工具，实现精准推送，提高资源投放效益；第三，消费者行为洞察：建立B端与C端融合联动的数据体系，收集并分析消费者行为数据，为产品优化与营销策略调整提供科学依据；第四，门店赋能升级：通过个性化赋能线下门店，优化消费者购物体验，同时提升门店销售业绩。

6、持续进行电商渠道全景布局，多渠道共同发力

报告期内，公司构建了以传统电商为核心、兴趣电商为突破点、O2O即时零售为战略前沿的全新电子商务渠道业务矩阵。传统电商渠道通过整合营销精准触达消费者，提升品牌用户资产与市场份额。兴趣电商通过升级常态化、场景化的直播方式，不仅实现了销售的增长，还生动传达了品牌营销主题和产品卖点。同时，2024年底，公司正式启动O2O新零售业务，挖掘白酒的新消费场景。通过与美团闪购、京东秒送等头部平台的合作，消费者可以体验水井坊产品的即时送达服务；同时，公司已与歪马送酒等多家O2O头部零售商展开合作，丰富渠道战略，抢占新赛道，拥抱新机遇。

7、持续强化国际营销，加速推进国际市场拓展

报告期内，公司持续强化国际营销，与韩国最大的烈性酒公司真露集团开展了合作，通过联合品牌推广提升水井坊品牌的国际知名度，并借助其多元化销售网络快速拓展新市场，提高市场份额。同时，公司持续深化与实际控制人帝亚吉欧的合作，依托其全球渠道稳步推进国际化。此外，公司积极研发国际适销新品，优化包装设计和文化呈现，并加强国际市场调研，以便更精准地把握市场动态和消费者需求。

(五) 其他方面

1、践行社会责任，紧急救灾与公益行动彰显企业担当

报告期内，公司积极践行企业社会责任，持续开展多项公益活动，以实际行动回馈社会。2025年1月7日，西藏日喀则市定日县发生6.8级强烈地震，造成严重人员伤亡和财产损失。灾情发生后，公司第一时间通过中国红十字基金会向灾区捐赠人民币200万元，用于紧急救援和灾后重建工作。此外，截至2024年底公司为泸定地震灾区捐建的6所博爱乡村卫生站在雅安市汉源县和石棉县全部建成并投入使用，为当地居民提供了更加专业、便捷的医疗卫生服务，有效改善了基层医疗条件。

报告期内，公司还组织开展了一系列多元化、多场景的志愿者公益服务活动，进一步彰显了企业对社区和社会的深切关怀。近年来，公司志愿者活动覆盖环保、助老、教育、乡村振兴等多个领域，取得了显著成效。截至报告期末，公司已有超过1,000名员工加入志愿者团队，累计志愿服务时长超过5,000小时，充分展现了公司员工的社会责任感和奉献精神。

2、深化央媒合作，高质量发展成果获权威认可

报告期内，公司持续深化与央媒及地方主流媒体的沟通合作，系统展示了公司在成都白酒产区建设、地方经济贡献和产业集群打造等多方面的长期投入与显著成果。公司的发展历程和战略方向获得全国性央媒、全国性主流财经媒体及四川省多家主流媒体的认可，被列为高水平对外开放的成功典范，进一步提升了品牌影响力和行业地位。

二、报告期内主要经营情况

2024年，公司实现营业收入5,216,763,719.24元，实现营业利润1,821,843,998.20元，实现净利润（归属于母公司）1,341,028,977.40元，营业收入较2023年增加了5.32%，营业利润较2023年增加了7.30%，净利润较2023年增加了5.69%。

三、关于公司未来发展的讨论与分析

（一）行业格局和趋势

1、白酒行业正处于宏观经济周期与产业调整周期双重叠加时期，当前行业虽面临不少挑战，但白酒作为中国传统文化载体，消费需求始终稳固，调整阵痛是行业优化的必经阶段，长期来看白酒行业总体发展态势依然向好。

2、2024年全国白酒行业销售收入和利润总额同比实现增长，总体产量同比下降，但降幅缩窄，呈现企稳态势。2024年全国规模以上白酒企业累计白酒产量414.5万千升；实现销售收入7,963.84亿元；实现利润总额2,508.65亿元。（数据来源：国家统计局、中国酒业协会）

3、当前白酒行业持续呈现挤压式增长的格局，整体从增量竞争进化到存量竞争，头部酒企优势扩大，中小酒企持续承压。与此同时，竞争中也蕴含消费需求变化等结构性机会，抓住机会的

企业将获得突破性发展。

4、年轻消费群体崛起，80后、90后逐步成为白酒消费主力，传统白酒品牌面临如何进行品牌年轻化的挑战，多元消费诉求也将对行业发展及新品开发产生较大影响。

5、300-800元价格区间已成为白酒消费增长的主流价位段，该价位段近年来产品需求呈现显著上升趋势。与此同时，800元以上高端价位带在白酒行业销售总额中仍占据重要份额，因此仍为各酒企积极布局的价位带。

6、在理性消费新时代，消费者更加追求品质、品牌和服务，能够满足其情感需求、拥有深厚品牌文化底蕴的产品更受消费者欢迎。

（二）公司发展战略

深刻把握市场趋势与消费者需求，根据水井坊品牌积淀和优势，通过品牌、产品、渠道、文化、战略投资五大维度的变革，为消费者提供极致消费体验，持续扩容增长动能，实现水井坊长期健康、跨越式发展。

（三）经营计划

2025年，公司将立足全新的战略，深刻把握市场趋势与消费者需求，从品牌、产品、渠道、文化、战略投资五大维度不断发力，持续夯实企业核心竞争力。面对当前复杂多变的经济环境与行业格局，公司将坚持长期主义思维，聚焦主业深化布局，推动公司高质量发展迈上新台阶，为股东、客户及社会创造可持续价值。

2025年公司核心目标主要包括以下几方面：

1. 双品牌落地：第一坊产品正式上市，推出市场；
2. 产品矩阵完善：水井坊系列迭代产品按计划推出；
3. 加速门店覆盖：重点城市在原有基础上新增拓店同比实现双位数增长；
4. 单店产出提升：标杆门店单店销售额同比实现双位数提升；
5. 团购能力发展：部分城市团购业务在其总销售额中占比超双位数；
6. 组织效率提升：人力资源效能同比实现单位数提升。

公司将主要从以下几方面开展工作：

1、产品及质量方面

在产品层面，公司将打造“双子星”增长引擎，在300-800元次高端价格带着力培育继八号之后的第二款明星产品，为公司实现业绩的长期、跨越式增长提供动力；同时通过升级酒体品质、明晰产品差异化和价值梯度，满足多元化的消费需求。在质量方面，持续加强公司质量及食品安

全文化建设，提升食品安全管理人员能力水平；推行端到端的全面质量管理，从粮食源头到产品出厂全链条进行质量与食品安全的层层管控。

2、品牌建设方面

公司将构建“水井坊”和“第一坊”双品牌体系，主品牌“水井坊”聚焦300-800元次高端价格带，同时推出定位800元以上的“第一坊”作为博物馆级的高端品牌美酒，满足消费者对于高端品类稀缺性和个性化的需求；同时，围绕“好酒之上，美事共庆”的品牌定位，聚焦重点消费场景，强化与消费者的情感链接，实现消费者对水井坊产品从“高认知”到“高消费意愿”的闭环，深化“美酒庆美事”的品牌价值。

3、市场营销方面

第一，深化核心市场建设，加大资源投入，同步拓展全国销售网点，增加门店数量，提升市场份额；同时，集中资源打造臻酿八号全国百强城市，持续扩大分销覆盖，提升产品渗透率。第二，推进团购与宴席双轮驱动战略，深耕消费场景。一方面，优化团购业务模式，拓展优质的合作企业资源；另一方面，聚焦婚宴、寿宴等核心宴席场景，提供增值服务，提高品牌粘性。第三，持续优化价值链，强化其作为品牌价值体现和客户利益保障的核心作用，确保其在当前的市场环境变化中保持稳固。第四，深化经销商战略合作，秉持“共创、共担、共赢、共享”理念，协同提升单店价值（VPO），稳定价值链，并依托利润共享机制激发渠道活力。第五，聚焦消费者开瓶场景，拉动终端消费，构建可持续增长闭环。

4、其他方面

第一，打造以消费者为核心的绩效文化，以深度服务消费者为导向，明确实施路径与举措，确保每一环节都能够围绕消费者需求进行精准响应；同时鼓励创新，持续为消费者创造更大价值。第二，继续扩充长远供应产能。邛崃全产业链基地项目（第一期）已建设完成正式投产，目前已达到设计产能。第二期已于2024年6月正式开工建设，鉴于目前市场环境及公司实际情况，公司拟实行“灵活调整、相机而动”的策略把握好第二期建设节奏。第三，公司将持续强化企业社会责任、ESG相关工作，进一步提升ESG治理水平，完善ESG管理制度，扎实推进“2035可持续发展目标”进程，动态评估ESG风险与机遇。同时，公司也将持续践行节能减排、水资源管理、绿色供应链、绿色办公运营等重点领域的实践，推动可持续发展。

（四）可能面对的风险

1、宏观经济风险。当前全球经济复苏前景不确定，国内经济处于结构转型关键期，消费市场呈现弱复苏态势。白酒行业受宏观经济影响，面临需求不足、产能过剩和库存高企等问题。为应

对这些风险，公司将采取以下措施：第一，强化消费者培育，深挖品牌文化内涵，结合地域特色和消费趋势，提供更具品质化的消费体验；第二，创新营销策略，聚焦核心价位带白酒消费场景并积极拓展其他消费场景，优化渠道结构，提升渠道效能；第三，优化资源配置，保留并激励优秀销售人才，增强内部动力；第四，充分利用数字化技术，通过数据分析实现更精准的营销策略和销售转化。

2、市场竞争风险。近年来白酒行业整体呈现挤压式增长格局，行业集中度不断提升，市场份额争夺更加激烈。针对上述风险，公司将采取下述措施：第一，通过提供高品质的产品与服务，并协同优质经销商集中优势资源扩大市场布局、争取市场份额；第二，优化价值链管理，以负责任的态度维护市场秩序、强化渠道信心，维护品牌价值和价值链稳定；第三，加强品牌建设，打造具有辨识度的品牌故事，提升品牌形象和品牌文化认同感；第四，加强渠道建设，建立完善的管理体系，实现对经销商的精准管理和服务，同时创新渠道激励机制，吸引更多经销商成为合作伙伴并激发其销售积极性和主动性。

请各位股东审议。

四川水井坊股份有限公司董事会

议案之二

公司监事会 2024 年度工作报告

一、 监事会的工作情况

召开会议的次数	8
会议名称	监事会会议议题
十届监事会 2024 年第一次会议于 2024 年 2 月 7 日召开	审议通过了公司《关于提名监事候选人的议案》、《关于修订〈公司章程〉的议案》、《关于修订公司〈股东大会议事规则〉的议案》、《关于修订公司〈监事会议事规则〉的议案》、《关于修订公司〈对外捐赠管理制度〉的议案》
十届监事会 2024 年第二次会议于 2024 年 3 月 15 日召开	审议通过了公司《关于选举 Mark Crennan 先生为公司第十届监事会主席的议案》
十届监事会 2024 年第三次会议于 2024 年 4 月 25 日召开	审议通过了公司《监事会 2023 年度工作报告》、《2023 年度财务决算报告》、《2023 年度利润分配或资本公积转增股本预案》、《2023 年度报告》及其摘要、《2023 年度内部控制评价报告》、《关于续聘普华永道中天会计师事务所(特殊普通合伙)的议案》、《2024 年第一季度报告》全文及其正文、《关于公司监事 2023 年度薪酬情况及 2024 年度薪酬方案的议案》、《关于监事会换届选举的议案》
十届监事会 2024 年第一次临时会议于 2024 年 5 月 14 日召开	审议通过了公司《关于购买董事、监事和高级经理职业责任保险的议案》
十一届监事会 2024 年第一次会议于 2024 年 6 月 5 日召开	审议通过了公司《关于选举 Mark Crennan 先生为公司第十一届监事会主席的议案》、《关于公司 2021 年员工持股计划第二个解锁期解锁条件成就的议案》
十一届监事会 2024 年第二次会议于 2024 年 7 月 26 日召开	审议通过了公司《2024 年半年度报告》及其摘要
十一届监事会 2024 年第三次会议于 2024 年 9 月 27 日召开	审议通过了公司《关于变更会计师事务所的议案》、《关于变更部分回购股份用途并注销的议案》、《关于减少公司注册资本暨修订〈公司章程〉的议案》
十一届监事会 2024 年第四次会议于 2024 年 10 月 30 日召开	审议通过了公司《2024 年第三季度报告》

2024 年度，监事会依据国家相关法律法规和本公司章程赋予的职权开展工作，参加股东大会，列席董事会会议，监督检查公司依法经营、高级管理人员依法履职、公司财务及内部控制制度建立健全情况，忠实履行监事会职责，维护公司和股东的合法权益。

二、 监事会对公司依法运作情况的独立意见

报告期内，据监事会所知，公司严格按国家法律、法规、公司章程规范运作，公司决策程序合法，已建立较为完善的内控制度。

三、 监事会对检查公司财务情况的独立意见

根据立信会计师事务所(特殊普通合伙)出具的审计意见和对有关事项的评价，监事会对公司

的财务状况进行了检查，认为公司 2024 年财务报告能真实反映公司财务状况和经营成果。

四、监事会对公司收购、出售资产情况的独立意见

报告期内，公司无重大资产收购、出售事项。

五、监事会对公司关联交易情况的独立意见

据监事会所知，公司关联交易均严格按照有关规定进行，程序合法，交易价格公平合理。无损害上市公司利益情形发生。

六、监事会对会计师事务所非标意见的独立意见

2024 年度立信会计师事务所(特殊普通合伙)为本公司出具的是标准无保留意见审计报告。

七、监事会对内部控制自我评价报告的审阅情况及意见

根据《企业内部控制基本规范》《企业内部控制配套指引》《公开发行证券的公司信息披露编报规则第 21 号——年度内部控制评价报告的一般规定》的要求，监事会对公司 2024 年度内部控制评价报告进行了审核，发表意见如下：

公司根据《企业内部控制基本规范》及其配套指引的规定和要求，按照内部控制规范实施工作方案相关规定，不断完善内部控制制度及以风险控制矩阵为基础、管理制度、业务规章及操作流程为工具的内部控制制度体系，并且对公司的关键业务流程，关键控制环节进行有效的自我评价，形成了《公司 2024 年内部控制评价报告》。报告期内，公司对纳入评估范围的业务与事项均已建立了内部控制，并得到比较有效执行，基本达到了公司内部控制目标，据监事会所知不存在内部控制重大及重要缺陷。

请各位股东审议。

四川水井坊股份有限公司监事会

议案之三

公司 2024 年度财务决算报告

一、公司资产负债状况

2024 年 12 月 31 日，公司资产负债状况如下：

公司资产总额 917,273.44 万元，其中：流动资产 556,355.84 万元，固定资产 270,071.25 万元，在建工程 29,261.05 万元，投资性房地产 837.42 万元，使用权资产 266.57 万元，无形资产 15,746.67 万元，长期待摊费用 3,967.63 万元，递延所得税资产 38,995.49 万元，其他非流动资产 1,771.52 万元。资产总额较上年同期增加 74,781.76 万元，增加比例 8.88%。

公司负债合计 398,497.57 万元，其中：流动负债 395,520.04 万元；非流动负债合计 2,977.53 万元。负债合计较上年同期减少 4,558.65 万元，减少比例 1.13%。

公司股东权益合计 518,775.87 万元，其中：归属于母公司股东权益 518,775.87 万元，少数股东权益为 0.00 万元。股东权益合计较上年同期增加 79,340.41 万元，增加比例 18.06%。股东权益变动的主要原因系公司本年盈利 134,102.90 万元，本年股利分配 44,446.64 万元，本年回购库存股 11,511.19 万元，公司 2021 年员工持股计划本期确认股权激励费用 152.16 万元冲减资本公积，2021 年员工持股计划解锁增加所有者权益净额 1,347.50 万元。

2024 年 12 月 31 日，公司资产负债率为 43.44%，较上年同期 47.84% 减少 4.40 个百分点；流动比率为 1.41，较上年同期 1.23 增长 0.18；速动比率为 0.59，较上年同期 0.61 下降 0.02。

二、主要财务指标及分析

2024 年度，公司实现归属于母公司所有者的净利润 134,102.90 万元，其中：营业利润 182,184.40 万元，营业外收支净额 -2,446.26 万元，所得税费用 45,635.24 万元。

1. 市场销售

2024 年公司实现营业收入 521,676.37 万元，较上年度 495,319.77 万元增长 5.32%。

其中：酒类产品收入 502,815.77 万元，较上年度 487,563.65 万元增长 3.13%。

主要系本期核心产品及散酒销售增长，导致收入相应增加。

2. 盈利能力

(1) 销售毛利率：公司成品酒产品销售毛利率 84.52%，较上年度 84.05% 增长 0.47 个百分点。毛利率上升的原因：主要系产品结构的影响。

(2) 期间费用率 33.61%(含管理费用、销售费用、研发费用及财务费用)，去年同期为 33.95%，主要系公司进一步提升费用使用的效率及效果，持续提升生产力所致。

3. 相关财务报表数据

(1) 2024 年度管理费用发生额 42,782.36 万元，比 2023 年度发生额 36,198.13 万元增加 6,584.23 万元，增加比例为 18.19%，主要原因系邛崃全产业链生产基地建设项目转运营后，相应的折旧运营费用及人员费用增加所致。

(2) 2024 年度销售费用发生额 130,744.18 万元，比 2023 年度发生额 130,787.15 万元减少 42.97 万元，下降了 0.03%，费用绝对投入保持稳定，持续提升费用的效率及效果。

(3) 2024 年度财务费用净收入额 1,953.36 万元，比 2023 年度发生额 2,578.67 万元，减少了 625.31 万元，减少比例 24.25%；主要是利息收入减少了 687.75 万元。

(4) 2024 年度计提公司减值损失 1,888.84 万元，较去年同期 1,968.04 万元减少 79.20 万元，下降 4.02%，减少原因主要是本年存货跌价损失同比减少 702.29 万元，本年新增信用减值损失 623.08 万元。

(5) 2024 年度所得税费用 45,635.24 万元，较去年同期 43,058.14 万元增加 2,577.10 万元，增加比例 5.99%，主要系税前利润增加所致。

4. 现金流量：

(1) 2024 年度公司期末现金及现金等价物余额为 212,336.06 万元，较上年同期 234,878.52 万元减少 22,542.46 万元。

(2) 2024 年公司经营活动产生的现金流量净额为 74,361.88 万元，较上年度 173,361.77 万元减少 98,999.89 万元，经营活动现金流量减少的主要原因系：

- a) 本年放宽信用销售政策，销售收款的现金流入减少 28,811.20 万元；
- b) 本年收到的其他经营活动相关的现金较去年同期增加 206.88 万元；
- c) 本年购买商品、接受劳务支付的现金较去年同期增加 19,667.10 万元；
- d) 本年支付给职工及为职工支付的金额较去年同期增加 11,043.26 万元；
- e) 本年支付的各项税费较去年同期增加 15,054.33 万元；
- f) 支付的其他与经营活动有关的现金同比增加 24,701.16 万元。

(3) 购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金较去年同期减少 46,504.02 万元。

(4) 2024 年支付股利 33,864.01 万元。

(5) 2024 年度，公司每股现金及现金等价物从上年的 4.81 元下降至 4.36 元，每股减少 0.45 元。

(6) 每股经营活动现金流量净额 1.53 元，较上年度 3.55 元减少 2.02 元。

5. 股东收益情况

公司2024年度实现归属于母公司股东的净利润134,102.90万元，较去年同期126,879.74万元增加7,223.16万元；每股收益2.7607元，较去年同期2.6054元增加0.1553元/股。

主要会计数据及财务指标如下：

主要会计数据	单位	2024 年度	2023 年度	增减比例%
营业收入	万元	521,676.37	495,319.77	5.32%
归属于母公司股东的净利润	万元	134,102.90	126,879.74	5.69%
总资产	万元	917,273.44	842,491.68	8.88%
归属于母公司股东权益	万元	518,775.87	439,435.46	18.06%
基本每股收益	元/股	2.7607	2.6054	0.1553
稀释每股收益	元/股	2.7607	2.6053	0.1554
扣除非经常性损益后的基本每股收益	元/股	2.6994	2.5148	7.34%
每股净资产	元/股	10.64	9.00	18.22%
每股经营活动产生的现金流量净额	元/股	1.53	3.55	-56.90%
净资产收益率（加权计算）	%	28.06	32.36	-4.30
扣除非经常性损益后的加权平均净资产收益率	%	27.43	31.24	-3.81

请各位股东审议。

四川水井坊股份有限公司董事会

议案之四

公司 2024 年年度报告及其摘要

本公司根据中国证监会《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 2 号——年度报告的内容与格式（2021 年修订）》《上海证券交易所股票上市规则》等有关规定，结合公司 2024 年生产经营实际情况，编制了 2024 年年度报告及其摘要。

2025 年 4 月 29 日，公司召开的第十一届董事会 2025 年第一次会议和第十一届监事会 2025 年第一次会议审议通过了公司《2024 年年度报告》及其摘要，具体内容详见公司 2025 年 4 月 30 日在上海证券交易所网站（<http://www.sse.com.cn>）与公司指定的信息披露媒体披露的《水井坊 2024 年年度报告》《水井坊 2024 年年度报告摘要》。

请各位股东审议。

四川水井坊股份有限公司董事会

议案之五

公司 2024 年度利润分配或资本公积转增股本预案

经立信会计师事务所（特殊普通合伙）审计，公司 2024 年度年末未分配利润情况如下：

单位：元

项目	合并报表（归属于母公司）	母公司报表
本报告期实现净利润	1,341,028,977.40	677,895,502.60
减：提取法定盈余公积		
减：分配 2023 年现金股利	444,466,372.17	444,466,372.17
加：年初未分配利润	3,216,389,765.39	2,701,940,946.44
本期可供分配利润	4,112,952,370.62	2,935,370,076.87

公司 2024 年度分配预案：公司拟向全体股东每 10 股派发现金股利 9.70 元（含税），截至 2025 年 4 月 29 日，公司总股本 487,503,198 股，扣除公司目前回购专户的股份 2,862,400 股，以 484,640,798 股为基数计算合计拟派发现金红利 470,101,574.06 元（含税），剩余未分配利润结转至以后年度。公司 2024 年度不进行资本公积金转增股本。在实施权益分派的股权登记日前公司总股本扣除公司回购专用账户中的回购股份的基数发生变动的，拟以每 10 股派发现金股利的金额不变，相应调整分配总额。

请各位股东审议。

四川水井坊股份有限公司董事会

议案之六

关于续聘立信会计师事务所（特殊普通合伙）的议案

公司拟续聘立信会计师事务所(特殊普通合伙)为公司审计机构,负责本公司2025年财务报告及内部控制审计工作,聘期一年;立信会计师事务所(特殊普通合伙)已连续为本公司提供审计服务1年;本报告期内支付给立信会计师事务所(特殊普通合伙)财务报告和内部控制审计费用共计135万元;2025年度聘请立信会计师事务所(特殊普通合伙)财务及内部控制审计服务费用预计与2024年持平。

请各位股东审议。

四川水井坊股份有限公司董事会

议案之七

关于公司董事、高级管理人员 2024 年度薪酬情况及 2025 年度薪酬方案的议案

7.01 关于公司董事 2024 年度薪酬情况及 2025 年度薪酬方案

未在公司兼任经营管理职务的董事未在公司领取薪酬，兼任公司经营管理职务的董事仅领取对应经营管理职务报酬。

公司董事会、薪酬与考核委员会根据相关规定并结合 2024 年度绩效考核结果，对兼任公司经营管理职务的董事薪酬进行了确认，2024 年度兼任公司经营管理职务的董事薪酬情况具体详见《水井坊 2024 年年度报告》第四节“公司治理”。

同时，公司制定了兼任公司经营管理职务的董事 2025 年度薪酬方案，主要内容如下：除董事长外，在公司担任经营管理职务的董事薪酬实行年薪制，计算公式为年薪=年度基本薪酬+年度绩效奖金。其中基本薪酬根据职级而定，年度绩效奖金根据公司经营效益情况及员工在考核年度的工作表现进行核定。董事长根据其履行的经营管理职务实行固定年薪。

7.02 关于公司独立董事 2024 年度薪酬情况及 2025 年度薪酬方案

2024 年独立董事薪酬方案：2024 年 1 月 1 日至 6 月 4 日期间，独立董事薪酬根据公司 2021 年年度股东大会审议通过的《关于调整独立董事津贴的议案》（每年 13.8 万元）执行。2024 年 6 月 5 日至 12 月 31 日期间，独立董事薪酬根据公司 2023 年年度股东大会审议通过的《关于调整独立董事津贴的议案》（每年 15 万元）执行。

2025 年独立董事薪酬方案根据 2023 年年度股东大会审议通过的《关于调整独立董事津贴的议案》（每年 15 万元）执行。

7.03 关于公司高级管理人员 2024 年度薪酬情况及 2025 年度薪酬方案

公司董事会、薪酬与考核委员会根据相关规定并结合 2024 年度绩效考核结果，对公司高级管理人员薪酬进行了确认，2024 年度公司高级管理人员薪酬情况具体详见《水井坊 2024 年年度报告》第四节“公司治理”。

同时，公司制定了高级管理人员 2025 年度薪酬方案，主要内容如下：公司高级管理人员实行年薪制，计算公式为年薪=年度基本薪酬+年度绩效奖金。其中基本薪酬根据职级而定，年度绩效奖金根据公司经营效益情况及员工在考核年度的工作表现进行核定。

相关人员薪酬情况详见公司年报第四节“公司治理”。

请各位股东审议。

四川水井坊股份有限公司董事会

议案之八

关于公司监事 2024 年度薪酬情况及 2025 年度薪酬方案的议案

未在公司兼任经营管理职务的监事未在公司领取薪酬，兼任公司经营管理职务的监事仅领取对应经营管理职务报酬。

公司监事会根据相关规定并结合 2024 年度绩效考核结果，对兼任公司经营管理职务的监事薪酬进行了确认，2024 年度兼任公司经营管理职务的监事薪酬情况具体详见《水井坊 2024 年年度报告》第四节“公司治理”。

同时，公司制定了兼任公司经营管理职务的监事 2025 年度的薪酬方案，主要内容如下：在公司担任经营管理职务的监事薪酬实行年薪制，计算公式为年薪=年度基本薪酬+年度绩效奖金。其中基本薪酬根据职级而定，年度绩效奖金根据公司经营效益情况及员工在考核年度的工作表现进行核定。

请各位股东审议。

四川水井坊股份有限公司监事会

议案之九

关于购买董事、监事和高级经理职业责任保险的议案

为保障公司董事、监事及高级经理合法权益，降低其在履职过程中可能引致的风险，以激励其更好地履行职责，根据中国证监会《上市公司治理准则》《公司章程》等相关规定，公司拟为董事、监事和高级经理购买职业责任保险，并授权公司管理层办理责任保险购买相关事宜。责任保险具体内容如下：

投保人：四川水井坊股份有限公司

保险人：中国平安财产保险股份有限公司

被保险人：

1、投保人

2、公司董事、监事及高级经理

保险责任：在保险期限内，被保险人因保险合同承保的非故意违法行为而被他人提出民事赔偿请求而依法应承担的民事赔偿金，以及被保险人为应对持股行权而产生的行权响应费用、被保险人为避免或降低因赔偿请求可能带来的不利影响而产生的危机管理费用、被保险个人因遭受个人非证券类赔偿请求而产生的法律服务费用，保险公司对被保险人负赔偿责任（免赔额除外）。

责任限额：累计赔偿限额为 10,000 万元，具体分项限额以承保方案中约定为准。

承保范围：全球，但投资者民事索赔会基于中华人民共和国（不包括港澳台地区）的相关法律

承保期限：12 个月（自保单签署之日起）

保险费：全部预计 36 万元以内

请各位股东审议。

四川水井坊股份有限公司董事会

议案之十

关于修订《公司章程》暨取消监事会的议案

根据《公司法》《上市公司章程指引》等相关法律法规的规定，公司拟不再设置监事会，监事会的职权由董事会审计委员会行使，《监事会议事规则》相应废止。同时，公司依据相关规则对《公司章程》中监事会相关条款及其他条款进行相应修订。

针对新修订的《公司章程》第九十九条第四款（关于公司拟设职工董事一人的规定），根据证监会的相关规定，公司拟于2026年1月1日前完成职工董事的选举工作。

此外，公司提请股东大会授权公司经营管理层办理章程修订、工商变更登记备案等相关手续。

本议案具体内容详见公司2025年5月29日在上海证券交易所网站(<http://www.sse.com.cn>)与公司指定的信息披露媒体披露的《水井坊关于修订〈公司章程〉暨取消监事会的公告》（公告编号：2025-018）。

本次修订自2024年年度股东大会审议通过之日起生效。

请各位股东审议。

四川水井坊股份有限公司董事会

议案之十一

关于修订公司《股东大会议事规则》的议案

根据《公司法》《上市公司章程指引》《上市公司股东会规则》等法律、法规和规范性文件的相关规定，结合公司实际情况，公司拟对《股东大会议事规则》进行修订和完善。

议案具体内容详见公司 2025 年 5 月 29 日在上海证券交易所网站 (<http://www.sse.com.cn>) 与公司指定的信息披露媒体披露的《水井坊股东会议事规则（2025 年 5 月 28 日修订）》。

本次修订自 2024 年年度股东大会审议通过之日起生效。

请各位股东审议。

四川水井坊股份有限公司董事会

议案之十二

关于修订公司《董事会议事规则》的议案

根据《公司法》《上市公司章程指引》等法律、法规和规范性文件的相关规定，结合公司实际情况，公司拟对《董事会议事规则》进行修订和完善。

议案具体内容详见公司 2025 年 5 月 29 日在上海证券交易所网站 (<http://www.sse.com.cn>) 与公司指定的信息披露媒体披露的《水井坊董事会议事规则（2025 年 5 月 28 日修订）》。

本次修订自 2024 年年度股东大会审议通过之日起生效。

请各位股东审议。

四川水井坊股份有限公司董事会

议案之十三

关于向银行申请授信额度的议案

为保证公司稳健及可持续发展，考虑公司在运营及发展战略上的资金需求，2025年1月1日起至2025年年度股东会召开之日止，公司（含全资子公司）拟申请银行授信额度累计不超过人民币30亿元。授信期限内，授信额度可以循环使用，具体融资期限、实施时间等按公司与相关银行最终商定的内容和方式执行。同时，为提高工作效率，提请股东大会授权经营管理层在银行授信额度总额范围内根据资金需求签署相关协议及文件。

请各位股东审议。

四川水井坊股份有限公司董事会

十四、听取独立董事年度述职报告

独立董事 2024 年度述职报告

本公司全体独立董事严格按照《公司法》《上市公司治理准则》《上市公司独立董事管理办法》等法律、法规及《公司章程》《公司独立董事制度》的规定和要求，勤勉、尽责、忠实地履行了独立董事职务。

公司2024年度在任的4位独立董事各自向本次年度股东大会提交了《2024年度独立董事述职报告》，具体内容详见公司于2025年4月30日在上海证券交易所网站（www.sse.com.cn）披露的《水井坊2024年度独立董事述职报告（李欣）》《水井坊2024年度独立董事述职报告（张鹏）》《水井坊2024年度独立董事述职报告（饶洁）》《水井坊2024年度独立董事述职报告（马永强已离任）》。