

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：2025-004

召开日期：2025 年 8 月 23 日
召开方式：金徽酒股份有限公司（线上）
接待人职务及姓名：副总裁石少军先生、财务总监谢小强先生、董事会秘书任岁强先生
来访人员：东方证券、天风证券、信达证券、平安证券、山西证券、西部证券、中金公司、广发证券、华福证券、长江证券、中邮证券、西南证券、中泰证券、华泰证券、银河证券、国联民生证券、东吴证券、方正证券、国泰海通证券、申万宏源证券、长城证券、华安证券、中信建投、华创证券、光大证券、浙商证券、华鑫证券、中信证券、开源证券、东兴证券、中银证券、华西证券、国信证券、国盛证券、上海证券、财通证券、国海证券、国金证券、华源证券、兴业证券、招银理财、泓澄投资、嘉实基金、才华资本、国投证券、建信基金、太平资管、平安资管、华夏基金、银河基金、兴全基金、永赢基金、东方基金、易方达、雪石资产、华宝基金、国联基金、泰康资管、紫金信托等 81 位分析师、投资者
调研形式： ☐ 公司现场接待 ☒ 电话接待 ☐ 其他场所接待 ☐ 公开说明会 ☐ 定期报告说明会 ☐ 重要公告说明会 ☐ 媒体来访 ☐ 其他
调研活动内容： 一、金徽酒 2025 年半年度经营业绩介绍 2025 年，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。2025 年上半年度，实现营业收入 17.59 亿元、同比增长 0.31%；利润总额 3.84 亿元、同比增长 6.94%；归属于上市公司股东的净利润 2.98 亿元、同比增长 1.12%。 二、互动交流 1. 产品结构优化情况 金徽酒聚焦分区域、分产品精准布局，以大单品打造为核心，明确核心价格带定位，构建“产品铁塔”体系。2025 年上半年度，300 元以上产品实现营业收入 3.80 亿元、同比增长 21.60%、

占酒类营收比例 22.17%；100-300 元产品实现营业收入 9.69 亿元、同比增长 8.93%、占酒类营收比例 56.49%；100 元以下产品实现营业收入 3.66 亿元、同比下降 29.78%、占酒类营收比例 21.34%。百元以上产品占比 78.66%，产品结构持续优化。

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 年上半年度实现营业收入 13.34 亿元。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 年上半年度实现营业收入 3.82 亿元；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 5,699.20 万元，同比增长 29.30%。

3. 合同负债情况

2025 年上半年度，金徽酒合同负债 5.98 亿元，同比增长 23.88%。合同负债一向被认为是白酒公司业绩“蓄水池”，意味着经销商更看好公司，愿意主动打款，形成了金徽酒业绩增长的“压舱石”和“先行指标”。

4. 销售费用情况

2025 年上半年度，金徽酒销售费用 3.34 亿元，同比下降 0.75%，销售费用率为 18.96%，同比下降 0.20 个百分点。主要原因是各销售区域精准营销，投入更加精准，广宣及品牌推广费用有所下降。

5. 2025 年下半年规划

金徽酒将持续推进营销转型，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；通过数字化构建智能化营销体系，实现客户画像精准绘制、营销活动精准推送，全面提升营销效率与运营效果；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。

附件清单：	无
-------	---