

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：2025-006

召开日期：2025 年 10 月 25 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、董事会秘书任岁强先生、总裁助理樊兰女士		
来访人员：华源证券、长城证券、山西证券、东兴证券、平安证券、招商证券、中泰证券、开源证券、方正证券、华福证券、华鑫证券、广发证券、申万宏源证券、东吴证券、银河证券、信达证券、西南证券、东方财富证券、光大证券、财通证券、西部证券、华安证券、华创证券、国联民生证券、华西证券、国盛证券、国泰海通证券、国海证券、天风证券、浙商证券、中银证券、国金证券、兴证食饮、国信证券、中金食饮、财通基金、长信基金、中汇人寿、汇丰晋信、富国基金、银华基金、招银理财、中金基金、和谐汇一、上投摩根、永安国富、建信基金、嘉实基金、华夏基金、华泰资产、人保养老、博时基金、兴全基金、鹏阳基金、汇安基金、宝盈基金、中泰基金、华宝基金、彤源私募、平安养老、融通基金、天弘基金、国联基金、雪石资产、兴证资管、紫金信托、淳厚基金等 92 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		
调研活动主要内容： 一、金徽酒 2025 年前三季度经营业绩介绍 金徽酒 2025 年前三季度实现营业收入 23.06 亿元，同比减少 0.97%；实现利润总额 4.23 亿元，同比增加 5.48%；实现净利润 3.24 亿元，同比减少 2.78%。主要原因是受政策与宏观经济影响，消费需求疲软，消费场景受限，导致营业收入较去年同期下降；受所得税费用增加、公益助学对外捐赠影响，导致净利润较去年同期下降。 二、互动交流 1. 产品结构持续优化情况 2025 年前三季度，金徽酒 300 元以上产品实现营业收入 5.37 亿元，同比增长 13.75%，占		

酒类营收比例 24.19%；100-300 元产品实现营业收入 12.28 亿元，同比增长 2.36%，占酒类营收比例 55.24%；100 元以下产品实现营业收入 4.57 亿元，占酒类营收比例 20.57%。金徽酒持续聚焦百元以上产品精准布局（百元以上产品占比 79.43%，占比提升 5.79 个百分点），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，产品结构优化成效显著。

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，2025 年前三季度实现营业收入 16.89 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 年前三季度实现营业收入 5.33 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 7,293.72 万元，同比增长 25.22%，成为公司第三增长曲线。

3. 新疆市场情况

金徽酒将新疆市场定位为重点机会型市场，依托甘青新产品一体化的协同优势，精准把握当地消费特征，聚焦世纪金徽、柔和金徽、能量金徽等系列产品，匹配市场需求，以核心消费者培育为抓手，通过圈层运营、场景体验等方式提升品牌认知，稳步增强在新疆市场的影响力。

4. 销售收现情况

2025 年前三季度，金徽酒销售收现 25.91 亿元，同比增长 4.19%，反映公司销售现金回流状况健康，经营现金流稳定性较强，为后续业务开展提供坚实资金支撑。

5. 合同负债情况

2025 年前三季度，金徽酒合同负债 6.32 亿元，同比增长 32.73%。合同负债一向被认为是白酒公司业绩“蓄水池”，其增长表明经销商打款意愿显著增强，形成了金徽酒业绩增长的“压舱石”和“先行指标”。

附件清单：

无