

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：2025-007

召开日期：2025 年 10 月 27 日 15:00-16:00
召开地点：上海证券交易所上证路演中心（网址： http://roadshow.sseinfo.com/ ）
召开方式：上证路演中心网络互动
接待人职务及姓名：董事长、总裁周志刚先生；独立董事李海歌女士；董事、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
参与人员：参与金徽酒 2025 年第三季度业绩说明会的所有投资者
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
网络互动主要内容： 1、作为青年投资者，我们关注沟通效率与透明度。请问：（1）公司是否计划通过可视化财报、短视频解读或线上路演提升信息披露的易读性和互动性？（2）针对市场对公司净利润增速放缓的担忧，管理层将通过哪些具体措施（如分红政策、回购计划）稳定市场预期？（3）在 ESG 方面，公司除生态酿造外，是否有碳减排目标或社会责任项目的量化指标？如何将这些信息有效传递给投资者？ 尊敬的投资者您好，非常感谢您对金徽酒的关心与支持。公司在定期报告披露后，均制作可视化图，对投资者关心的核心指标进行解读。2025 年，公司在持续做好生产经营工作的同时，通过提高现金分红比例、股份回购、控股股东增持等方式提振市场信心，稳定市场预期，相关情况可查阅公司在上海证券交易所网站发布的公告。自 2016 年上市以来，公司每年均披露环境、社会责任和公司治理（ESG）报告，及时、完整地将公司 ESG 管理信息传递给投资者。未来，公司将按照相关规定、指引，持续加强 ESG 治理和披露工作，对投资者关心的相关指标进行量化、披露。谢谢！

2、省外经销商数量大幅减少的原因是什么？

尊敬的投资者您好，非常感谢您对金徽酒的关心与支持。公司省外经销商变动较大的主要原因是根据“聚焦资源、精准营销、深度运营”的营销策略，对部分经销商进行了整合与优化。谢谢！

3、今年消费不振，白酒行业深度调整，在这种环境下，贵司今年 300 元以上产品逆势增长，请问支持其成为今年营收最大增量的原因是什么？

尊敬的投资者您好，非常感谢您对金徽酒的关心与支持。金徽酒持续聚焦百元以上产品精准布局，以大单品打造为核心，明确核心价格带定位，构建“产品铁塔”，加大品牌投入和用户工程建设，通过加快终端动销促进渠道销售，产品结构优化成效显著。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%；100-300 元产品实现营业收入 12.28 亿元，同比增长 2.36%；百元以上产品占比 79.43%，占比提升 5.79 个百分点。谢谢！

4、请问：（1）毛利率提升与净利率下降的矛盾原因是什么？是费用率上升（如销售费用、管理费用）还是其他非经营性因素？（2）面对原材料成本波动，公司如何通过供应链优化或智能制造降低成本？（3）前三季度经营现金流净额下降 18.9%，主要投向哪些领域？未来资金是否足以支持产能扩张和全国化布局？

尊敬的投资者您好，非常感谢您对金徽酒的关心与支持。公司前三季度毛利率 64.65%，同比提升 0.51 个百分点，主要是产品结构持续升级，百元以上产品占比较同期提升 5.79 个百分点；净利率 14.04%，同比下降 0.26 个百分点，主要是所得税费用增加、公益助学对外捐赠在第三季度支出影响净利润。2025 年前三季度，销售费用率、管理费用率通过精益管理，均有小幅下降。面对原材料价格波动，公司通过集中招标、商务洽谈的方式灵活开展采购工作，有效降低成本，同时由于采购节奏调整导致经营现金流净额有所下降。公司一直秉承稳健的财务管理策略，现金流状况良好，能够支持公司生产、销售工作。谢谢！

5、请问：（1）产品结构优化的核心策略是什么？未来是否会进一步压缩低端产品，聚焦高毛利产品？（2）在消费者培育方面，公司如何通过数字化营销（如社交媒体、私域运营）触达年轻客群？是否有针对 Z 世代的品牌年轻化计划？（3）互联网销售收入同比增长 29.3%，未来在线上渠道（如直播电商、私域小程序）有何创新布局？如何平衡线上与线下渠道的利益分配？

尊敬的投资者您好，非常感谢您对金徽酒的关心与支持。金徽酒持续优化产品结构，聚焦百元以上产品精准布局，以金徽 28、金徽 18 等年份系列产品为引领，有效带动全系列产品销售提升。

公司持续推进营销转型，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，通过多层次、多领域、多形式的品牌推广活动，触达多元化的客户群体（包括 Z 世代等年轻客群）。前三季度互联网公司实现营业收入 7,293.72 万元，同比增长 25.22%，金徽酒线上线下产品有较大区分，可以平衡利益分配。未来将继续聚焦流量、团队、消费者、产品及渠道精细化运营，进一步拓宽电商销售渠道，促进电商销售增长。谢谢！

6、请问：（1）如何确保关联交易的定价公允性？是否建立了独立第三方评估机制？（2）作为独立董事，您如何看待公司重大项目招标的合规性？是否有制度保障避免利益输送？（3）在白酒行业集中度提升的背景下，公司如何通过治理结构优化（如独立董事监督、内部审计）提升风险管控能力，增强投资者信心？

尊敬的投资者您好，非常感谢您对金徽酒的关心与支持。金徽酒参照相关法律法规，制定了《招标投标管理办法》，在项目建设前充分考察、测算和评估，严格遵循公开、公平、公正的原则通过招标投标确定合作单位，重大项目通过第三方代理机构公开招标，建设完成后邀请审计机构评估，确保程序合规、结果公正。达到相关制度规定的重大项目履行必要的内部决策程序，包括独立董事、审计委员会、董事会或股东会的审议，能够有效避免利益输送，维护公司和全体股东利益。2025 年 9 月，公司已根据新《公司法》和证监会、交易所相关配套规则，完成了治理结构、管理制度的修订，进一步强化了审计委员会、独立董事、职工代表董事、内部审计监察部门的职责，提升风险管控能力，增强投资者信心，维护公司及全体股东特别是中小投资者合法权益。谢谢！

7、请问：（1）业绩下滑的主要原因是什么？是行业竞争加剧、消费疲软，还是公司内部调整所致？（2）面对白酒行业深度调整期，公司如何通过产品结构升级（如高端化）、市场拓展（如华东、北方市场）或降本增效来扭转业绩趋势？（3）金徽酒提出‘布局全国、深耕西北’战略，目前全国化进展如何？在省外市场（尤其是华东、北方）的突破性成果和下一步计划是什么？

尊敬的投资者您好，非常感谢您对金徽酒的关心与支持。金徽酒 2025 年前三季度实现营业收入 23.06 亿元、利润总额 4.23 亿元、净利润 3.24 亿元。前三季度省外市场实现营业收入 5.33 亿元，其中互联网公司实现营业收入 7,293.72 万元，同比增长 25.22%，各区域销售工作按计划有序推进。前三季度，白酒行业受政策与宏观经济影响较大，消费需求疲软，场景受限。未来，金徽酒将继续按照“布局全国、深耕西北、重点突破”的战略路径，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，持续推进产品结构优化，通过数字化建设和精益管理降本增效。谢谢！

8、今年第三季度，金徽酒 100-300 元、100 元以下产品皆出现双位数下滑，唯有 300 元以上产品出现上涨，请问，在当下消费下行的大背景下，公司出现这种情况的原因是什么？以及公司接下来将对哪个档次的产品倾注更多资源？

尊敬的投资者您好，非常感谢您对金徽酒的关心与支持。金徽酒持续聚焦百元以上产品精准布局，以大单品打造为核心，明确核心价格带定位，构建“产品铁塔”，加大品牌投入和用户工程建设，通过加快终端动销促进渠道销售，产品结构优化成效显著。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%；百元以上产品占比 79.43%，占比提升 5.79 个百分点。谢谢！

9、公司认为，当前白酒市场发展现状是怎样的？今年前三季度，公司哪个档次的产品最为畅销？

尊敬的投资者您好，非常感谢您对金徽酒的关心与支持。当前白酒行业正处于“政策调整、消费结构转型、存量竞争”三期叠加的深度调整期。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（百元以上产品前三季度占比 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”，产品结构优化成效显著。谢谢！

10、今年第三季度，金徽酒在营收下滑 4.89%的情况下，净利润同比下滑 33.02%，请问，公司净利润下滑如此之大的原因是什么？

尊敬的投资者您好，非常感谢您对金徽酒的关心与支持。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、净利润较去年同期下降。第三季度净利润下滑较多主要受所得税费用增加、公益助学对外捐赠发生在本期影响。谢谢！

11、公司接下来的发展规划是怎样的？（包括产品布局、销售策略、区域重点等）

尊敬的投资者您好，非常感谢您对金徽酒的关心与支持。金徽酒将持续推进营销转型，按照“布

局全国、深耕西北、重点突破”的战略路径，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；通过数字化构建智慧营销体系，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。谢谢！	
附件清单：	无