

证券代码：600059

证券简称：古越龙山

公告编号：2025-042

浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司关于 2025 年度“提质增效重回报”行动方案的公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担法律责任。

为深入贯彻落实《国务院关于进一步提高上市公司质量的意见》精神，积极响应上海证券交易所《关于开展沪市公司“提质增效重回报”专项行动的倡议》，切实维护投资者合法权益，增强市场信心，推动公司实现更高质量发展，浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司（以下简称“公司”或“古越龙山”）结合自身经营实际与发展战略，特制定本行动方案。

一、聚焦主业发展，筑牢核心竞争力

2025 年，公司紧扣高质量发展主题，坚定“高端化、年轻化、全球化、数字化”发展路径，在科研创新、园区建设、市场拓展、机制优化领域精准发力，以实现经营质量、发展效益与综合回报的协同提升。

（一）深化科研赋能，优化产品矩阵

坚持科技引领与产品创新并重，持续加大研发投入。2025 年研发费用预计同比显著增长，深化与中科院微生物研究所、江南大学、浙江大学等机构的产学研合作，重点突破黄酒酿造核心微生物解析、绿色酿造等关键技术，在菌群构建、糯稻品控等关键技术领域持续突破。构建从原料到成酒的全程数字化质量追溯体系，“不上头”技术逐步覆盖核心产品。依托陈年原酒资源优势，持续打造“国酿 1959”“青花醉”等高端系列，做强天纯、库藏八年、鉴湖长春酒等腰部产品，夯实金五年、清醇、瓶装花雕等基础产品线。新品研发成果丰硕，推出无高低 2.0、龙井黄酒、草本健康系列等产品，冰彫气泡黄酒等年轻化产品推向市场广受青睐。公司多款新品获“青酌奖”“韵味奖”等行业奖项，高端化、多元化产品矩阵成型并持续优化。

（二）坚持守正创新，提升生产效能

黄酒产业园生产区全面建成投产，科学布局五大酿造基地，构建传统手工酿造与

智能化酿造协同发展的产能格局。产业园应用多项行业首创技术，可实现“酿造智能化、勾调数字化、物流无人化、生产绿色化”目标，入选工信部 5G 工厂名录、获评浙江省先进级智能工厂，全力冲刺国家级“两新”项目与省级“未来工厂”试点。通过引入施耐德 MES 系统，深化“一个中心、五个平台”建设，构建“黄酒大脑”，实现全流程质量管控与效率提升。

（三）优化治理机制，激发组织活力

持续完善公司内部运行机制，压缩管理层级，优化事业部设置，聚力强化核心业务板块建设，推进低效子企业清算与“一企一策”合规监管。依托“人才酿造院”平台，实施管理人员竞争上岗、技术人员专职竞聘、销售人员揭榜挂帅等机制，推动职业经理人市场化选聘，构建科学、多元的人才发展体系。

（四）践行 ESG 管理，实现可持续发展

公司对环境、社会与治理（ESG）工作高度重视，始终坚守社会效益与经济效益协同统一的原则，将 ESG 理念全面深度融入企业运营管理各环节。公司积极推进绿色智能酿造，打造全链绿色生产体系，同时，持续深化联农带农机制，共建糯稻与青梅基地，带动千余农户增收，助力乡村振兴与社区发展。基于公司在 ESG 领域的系统布局与扎实成效，先后荣获“2024 年浙江省企业社会责任标杆企业”“2024 年度中国酒业 ESG 榜单——社会公益突出案例”“2025 年 A 股酒业上市公司 ESG 排行榜 TOP20”等多项荣誉，ESG 评级稳居黄酒行业榜首。

二、拓展市场空间，激活增长潜力

（一）精准布局，加强市场拓展

以新时代“越酒行天下”为主线，实施差异化市场策略，在成熟市场深挖潜力，在京津冀、山东、安徽等非成熟地区加快拓展，突破黄酒地域性限制。持续加强新业态与线上渠道建设，线上销售增速快于线下，新业态销售同比实现较好增长。与华润啤酒开展“黄酒+啤酒”跨界联名产品排他性合作，积极推进与中石化等渠道的合作，依托其庞大的线下网点资源，拓展即饮与礼品消费新场景。聚焦资源“招新商、招大商”，构建互利共生的厂商关系，加快市场拓展。

（二）创新品牌营销，提升品牌声量

聚焦品牌高端化传播，加大推广首批“中国消费名品”等核心标签力度，开展高

端餐饮文化 IP 品鉴会，以强化品牌高端认知。开展“百城共品古越龙山”主题营销，进一步加大对短视频等内容平台的投放力度，结合产品政策推进实现品效合一。深耕文化 IP，通过独家冠名“古城醉中秋”等大型文商旅节庆活动、“文旅同行 百城同唱”等文旅推介活动，营造沉浸式体验，提升品牌声量。紧抓年轻消费趋势，冠名浙江卫视“诗酒中国心”、浙 B A，参与音乐节、动漫节等场景营销，有效吸引年轻客群。同时继续深耕日本等传统海外市场，积极拓展欧美等市场，充分调动与利用海外浙商、侨领的深厚资源，构建推广网络，触达海外消费者，培育新兴市场。

（三）深化渠道运营，提升终端效能

精准实施动销方案，强化考核管理，联合经销商常态化开展终端寻访，进一步激活消费场景，加强与企事业单位、商会合作，冠名并深入参与“文化下乡”与“黄酒进社区”活动，直面终端消费者，深耕基层市场，强化品牌亲和力。数字化管控赋能动销，精准调整资源投放，市场费用进一步向核心市场、核心单品及战略性新渠道集中。强化市场和价格管控，对国酿系列实施“控量保价”策略，对特定高端产品实行线上线下差异化供给，严格监控线上平台价格，对线下市场严格执行红线制度。优化渠道利润分配，保障经销商利益，通过精细化的大单品运营、清晰的渠道管理与价格管控，以及对经销商的赋能与激励，进一步增强公司产品的市场竞争力，提升终端网络效能。

三、践行责任担当，重视投资者回报

（一）持续稳定分红，传递长期价值

公司高度重视对投资者回报，平衡股东即期利益与公司长远发展，科学制定并严格执行利润分配方案，确保分红水平与经营质量同步提升。2024 年度向公司全体股东按每 10 股派发现金红利 0.80 元（含税）进行分配，共分配股利 7292.34 万元，占归属于上市公司股东净利润的 35.47%，近三年累计分红超 2.7 亿元，占近三年年均净利润比例达 102.03%。

2025 年，公司将延续积极的分红政策，通过持续、稳定且可预期的现金回报，切实增强投资者的获得感与长期价值。

（二）控股股东增持，提振市场信心

2025 年，公司控股股东中国绍兴黄酒集团有限公司（以下简称“黄酒集团”）基

于对公司未来持续稳定发展的坚定信心，通过上海证券交易所交易系统以集中竞价交易方式累计增持公司 A 股股份 16,460,041 股，累计增持比例占公司总股本的 1.81%，累计增持金额约为人民币 14,984.44 万元，持续传递对于公司长期发展的坚定信心。

未来黄酒集团将坚决履行控股股东责任，推动古越龙山提质增效、价值创造和高质量发展，加强市值管理，持续巩固资本市场信心，提升公司投资价值。

（三）实施股份回购，赋能长期激励

为增强投资者对公司的投资信心，推动公司股票价格向长期内在价值的合理回归，公司于 2025 年 4 月 23 日召开第十届董事会第七次会议，审议通过了《关于以集中竞价交易方式回购公司股份方案的议案》，同意公司使用不低于人民币 2 亿元（含）且不超过人民币 3 亿元（含）的自有资金或自筹资金，通过上海证券交易所交易系统以集中竞价交易方式回购公司股票，回购的股份用于员工持股计划或股权激励。截至 9 月底，已回购 1375.21 万股，占公司总股本的比例为 1.51%，回购总金额约为人民币 14214.66 万元（不含交易费用）。

未来，公司将努力推进本次回购方案的顺利实施，并根据回购股份事项进展情况及时履行信息披露义务。同时，公司会根据经营状况与长远发展规划，不断完善并实施长期激励体系，更有力地统筹员工、公司及股东利益，共筑可持续共赢格局。

四、完善公司治理，坚持规范运作

公司严格按照《公司法》《证券法》《上市公司治理准则》《上海证券交易所股票上市规则》等法律法规和监管要求，不断完善公司法人治理体系和内部控制管理制度，有效促进公司规范运作，提升公司治理水平。

2025 年，公司将组织对《公司章程》《股东会议事规则》《董事会议事规则》及相关配套治理制度进行修订，以确保制度的完善性和前沿性，从而夯实公司规范治理的基础。同时，公司将推进公司监事会改革工作，确保董事会审计委员会能够顺利承接法律规定的监事会职责。公司还将持续加强与“关键少数”的沟通交流，及时向“关键少数”传达最新监管精神、市场动态，加强“关键少数”合规意识，提升其合规履职能力。

五、加强市场沟通，传递公司核心价值

公司严格按照相关法律法规及监管要求，规范履行信息披露职责，保证所披露信

息真实、准确、完整，让投资者能够及时精准了解公司经营成果、财务状况、发展战略等重要内容。同时，公司高度重视投资者关系管理工作，积极完善投资者沟通渠道与方式，致力于构建公开、透明、高效的价值传递机制。

2025 年，公司将进一步深化投资者关系管理，完善投资者良好沟通机制，加强与投资者的沟通、交流，丰富业绩说明会的召开形式，积极通过网络文字互动、举办路演活动、邮件、电话等方式与投资者沟通，并不断加强投资者关系管理团队建设和内部培训力度，全面提升公司投资者关系管理水平。

六、其他说明及相关风险提示

公司本次“提质增效重回报”行动方案是基于目前公司所处外部环境和实际情况而制定，未来可能会受到经济环境、宏观政策、行业发展以及经营管理等多方面因素的影响，具有一定的不确定性，有关公司规划、发展战略等前瞻性陈述，不构成公司对投资者的实质承诺，敬请广大投资者注意投资风险。

特此公告。

浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司董事会

2025 年 10 月 29 日