



# 宜宾五粮液股份有限公司

## 2025 年董事会工作报告

2025 年，宜宾五粮液股份有限公司（以下简称公司）董事会严格遵循《公司法》《证券法》等法律法规及《公司章程》的规定，围绕打造世界一流酒企的战略目标，坚持科学决策、有效监督，在品质、品牌、产品、市场及公司治理等关键领域持续发力，全力保障公司规范运作与稳健经营，推动企业高质量发展取得实质性成效。现将董事会 2025 年工作情况及 2026 年工作安排报告如下：

### 第一部分 2025 年主要经营业绩

2025 年，面对白酒行业需求端分化加剧、消费结构深刻变化等外部环境；公司董事会坚持立足长期主义，聚焦核心品牌，在保持供需平衡的基础上，稳步提高市场占有率，同时积极打开年轻化、国际化等市场新空间，努力实现可持续发展。2025 年，公司实现营业收入 405.29 亿元，实现归属于上市公司股东的净利润 89.54 亿元。

**一是生产保障持续增强，品质根基持续夯实。**公司始终坚持品质为基，新增酿酒专用粮基地 18.3 万亩，新车间 529、533 有序投产，名优酒产能稳步提升。科技创新成果显著，2 项科研成果达国际领先水平，并成功在国际上首发 3 株新菌种。质量管理捷报频传，荣膺第五届中国质量奖提名奖、以中国企业最高分获评 EFQM 全球奖七钻、顺利通过全国质量奖复审，实现“三奖同获”，企业质量管理水平迈上新台阶。

**二是品牌文化深耕厚植，品牌地位稳步提升。**公司坚持“高端化引领、年轻化破圈、场景化渗透”，着力构建全域、多元、立体的品牌传播体系。同时，深度融入 APEC、博鳌亚洲论坛、可持续企业家论坛 2025、世博会、进博会等顶级活动；携手央视春晚秋晚，送出



“和美好礼”超 1.5 亿元；深入打造和美文化节、玫瑰婚典、幸福五部曲、和美之夜等特色 IP 活动；引领“川酒全国行”走进上海、香港，实施“和美全球行”走进德国、澳大利亚、塞舌尔、新加坡、西班牙、韩国、泰国等，入选工信部“质量提升与品牌建设典型案例”。公司入选工信部首批中国消费品名品名单、纳入历史经典产业进行培育。

**三是产品结构持续优化，适配时代新需求。**公司已形成清晰的“一核两擎两驱一新”主品牌战略架构，并通过差异化运营持续优化产品组合。第八代五粮液加大量价平衡力度，不断巩固千元价位段第一产品地位；经典五粮液系列与五粮液紫气东来作为超高端标杆，正加速市场培育与价值引领；五粮液 1618 与五粮液 39 度作为两大增长引擎，市场动销持续增长；五粮液·一见倾心作为战略新品，正重点培育、加速拓展。三款自主创新设计的产品荣获四项德国 iF 设计奖、红点设计奖。产品体系实现了对全价位段市场的精准覆盖与系统发力，同时，年轻化与国际化产品布局同步推进，产品结构持续优化，为公司长期可持续发展提供了坚实支撑。

**四是市场创新动能释放，增长路径更加多元。**面对市场变革，公司在营销组织架构和体制机制改革上实施了一系列调整，实体化运营酒类销售公司，创新专班制运营，全面落实全员绩效考核，逗硬末等调整和不胜任退出机制，全面激发营销活力和增长动能。在渠道端，新增 1.2 万家有效终端、483 家“三店一家”，终端直配覆盖 20 个核心城市，持续深耕基础市场；电商渠道深化与京东、天猫等平台战略合作，在全国 10 个城市 245 家专卖店上线即时零售业务；线上治理力度持续加大，建立免费鉴定服务站 50 家，治理低质量销售链接 6.36 万条，关闭线上违规店铺 249 家；新兴渠道加力拓展，积极发展跨界客户、团购客户，与知名大型企业建立直销关系。在场景端，



实现多维价值突破，宴席场景稳定增长，老酒市场精耕细作，年轻市场加快培育，国际市场持续融入海外本地消费场景。在产品与市场端，培育成效显著，年轻化战略产品“五粮液·一见倾心”上市两月销售即破亿元，并荣膺青酌奖、双金奖等多项重磅奖项；海外市场通过新加坡大酒家开业、日本米其林餐厅授牌等本地化运营，实现了国际影响力的持续提升与市场的持续拓展。

## 第二部分 2025 年董事会工作情况

**一是持续完善公司治理，稳步提升决策效能。**第七届董事会顺利完成换届，并连续三年荣获中国上市公司协会“上市公司董事会最佳实践案例”。全年共召开董事会会议 14 次，审议议案 56 项；召开股东会 1 次，审议议案 18 项，治理机制运行高效。公司 ESG 管理体系持续优化，MSCI ESG 评级提升至 BBB 级，连续三年获评中国上市公司协会“上市公司可持续发展最佳实践案例”，并荣获中国企业改革与发展研究会“2025 年度 ESG 卓越实践”奖，系白酒行业唯一。连续四年跻身“中国上市公司健康指数百强”榜单，在公司治理、外部监督、创利能力、产品销售、价值再造等多维度引领行业发展。

**二是健全风险防控体系，筑牢稳健经营防线。**董事会持续致力于完善以“大风控”体系为核心的全面风险管理与内部控制机制。通过对风险识别、评估、应对与监控流程的系统性优化，构建了贯穿事前、事中、事后的动态管理闭环。在具体执行层面，着重强化对重大战略决策、资本运作、财务运营等关键业务活动的全流程、穿透式监督与审查，确保在合法合规的框架内运行。

**三是恪守信息披露准则，提升公司运作透明度。**公司严格遵守信息披露“真实、准确、完整、及时、公平”原则。全年累计编制、披露公司定期报告、临时公告 98 份，持续向资本市场传递公司生产经营信息；披露 2024 年度中英文定期报告及 ESG 报告，并在官网设立



ESG 专栏，集中发布报告、政策文件、新闻动态等信息，提高信息披露透明度，连续十一年获深圳证券交易所信息披露考核 A 级。

**四是强化投资者沟通交流，传递企业内在价值。**公司通过多元化、立体化投资者沟通体系，与投资者保持高频、透明、双向的密切沟通。全年累计组织各类投资者交流活动 60 场，覆盖境内外投资者超过 1800 人次；其中 2025 年 7 月赴英国伦敦、法国巴黎开展 15 场境外一对一专场交流，积极向国际资本市场传递公司价值与发展战略。连续五年获证券时报“投资者关系管理天马奖”，并获评中国上市公司协会“投资者关系管理最佳实践案例”。

**五是坚持稳定回报理念，切实维护股东权益。**公司坚定执行《2024—2026 年度股东回报规划》；2025 年公司实施 2024 年度现金分红及中期分红总额超 223 亿元；现金分红比例提升至 70%，股息率近 5%，均创历史新高，切实践行“为投资者创造良好回报”价值理念。

### 第三部分 2026 年重点工作展望

2026 年是“十五五”开局起步之年，中央经济工作会议“稳中求进、提质增效”的总基调，为白酒行业头部企业增强了发展信心。当前，白酒行业仍处于深度调整的“深水区”，市场需求仍然较为疲弱，公司发展面临核心产品量价平衡、渠道结构完善、现代化营销体系深入建设、新场景新人群培育等问题和挑战。公司将围绕“营销守正创新年”定位，以持续提升五粮液品牌价值为核心，强化营销变革、应市策略与执行能力，全力推动高质量动销与市场份额提升，构筑穿越周期的韧性。

**一是坚守品质核心战略，夯实长远发展基础。**坚持全链条品质管控，下功夫抓好“从一粒种子到一滴美酒”的质量闭环，巩固提升三奖同创同获成果；持续升级打造酿酒专用粮基地，稳步扩大基地规模；积极建设五粮液“数字身份”检测能力体系，加快推进“灯塔级”智



慧黑灯实验室，确保品质基石更加牢固。

**二是深化品牌文化建设，提升高端品牌势能。**厚植文化底蕴，系统梳理“五粮六脉文化谱系”，大力提升品牌文化价值。持续占位以央视总台、新华社、人民日报社等为代表的主流媒体平台，深入绑定以博鳌亚洲论坛、APEC、金熊猫奖等为代表的高端政商和文化平台，深入实施和美文化节、和美全球行、幸福五部曲、玫瑰婚典等特色IP，与消费者美好生活紧密联动，并依托FIFA美加墨世界杯等全球顶级体育赛事开展系列跨界营销，持续提升品牌影响力和国际美誉度。

**三是优化市场营销策略，促进渠道健康发展。**遵循“一核心三强化双目标”的营销方针：以持续提升五粮液品牌价值为核心，强化营销变革、强化应市策略、强化执行能力，全力推动高质量市场动销，全力实现市场份额有效提升。系统提升“渠道、场景、市场、机制”等拓展能力：传统渠道持续下沉终端建设，电商渠道加快营销数字化转型，新兴渠道重点发力团购销售，通过巩固核心人群并发力年轻群体、“她经济”“银发经济”等新兴消费，优化全渠道布局与深化跨界合作，做强宴席、礼赠、悦己及家庭等多元场景，并加速实施“一国一策”的国际化战略。同时，持续深化营销体系市场化改革，全面巩固市场基本盘，并推动在各细分市场与全球市场实现高质量份额的突破。

**四是强化公司价值管理，增强资本市场认同。**持续落实股东回报规划，以稳定的现金分红共享发展成果。同时，不断优化投资者沟通机制，提升信息披露透明度，并通过强化市值管理，促进公司内在价值与市场表现相匹配，切实维护投资者利益。

**五是提升治理效能，激发内生发展动力。**持续致力于构建运行高效、制衡有效的现代企业治理体系，优化与战略和业绩紧密挂钩的激励约束机制。在此基础上，全面升级覆盖战略、法务、财务、市场和



---

运营的“大风控”体系，系统性深化 ESG 管理，将可持续发展理念深度融入公司战略与日常决策，以高水平的治理效能保障公司行稳致远。

宜宾五粮液股份有限公司董事会

2026 年 4 月 30 日