

公司代码：603919

公司简称：金徽酒



金徽酒 正能量

金徽酒股份有限公司 2022 年年度报告摘要

第一节 重要提示

1 本年度报告摘要来自年度报告全文，为全面了解公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到 www.sse.com.cn 网站仔细阅读年度报告全文。

2 公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证年度报告内容的真实性、准确性、完整性，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担个别和连带的法律责任。

3 公司全体董事出席董事会会议。

4 上会会计师事务所（特殊普通合伙）为公司出具了标准无保留意见的审计报告。

5 董事会决议通过的本报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

经上会会计师事务所（特殊普通合伙）审计，母公司2022年度实现净利润407,948,116.22元，按照《公司章程》规定提取10%的法定盈余公积金40,794,811.62元后，加上以前年度结余的未分配利润1,181,227,077.21元，减去2021年度已分配现金股利111,597,199.34元，2022年末未分配利润为1,436,783,182.47元。

公司拟以截至2022年12月31日的总股本507,259,997股为基数，向利润分配预案实施时股权登记日（具体日期将在权益分派实施公告中明确）登记在册的全体股东每10股派发现金股利人民币3.00元（含税），不送红股，不以公积金转增股本，共计派发现金股利152,177,999.10元（含税），占公司2022年度合并报表中归属于上市公司股东净利润的54.50%。股利派发后，公司剩余未分配利润1,284,605,183.37元结转下一年度。

如实施权益分派的股权登记日前总股本发生变动的，拟维持每股分配比例不变，并相应调整分配总额。

第二节 公司基本情况

1 公司简介

公司股票简况				
股票种类	股票上市交易所	股票简称	股票代码	变更前股票简称
A股	上海证券交易所	金徽酒	603919	/

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	任岁强	张培
办公地址	甘肃省陇南市徽县伏家镇	甘肃省陇南市徽县伏家镇
电话	0939-7551826	0939-7551826
电子信箱	jhj@jinhuijiu.com	jhj@jinhuijiu.com

2 报告期公司主要业务简介

（一）公司主营业务情况

公司主营业务为白酒生产及销售，经营范围为：白酒、水、饮料及其副产品生产、销售；包装装潢材料设计、开发、生产、销售（许可项目凭有效证件经营）。

公司地处秦岭腹地、嘉陵江畔，毗邻世界自然遗产九寨沟，生态环境得天独厚，酿酒历史和白酒文化悠久。公司着力建设“生态金徽”“文化金徽”“智慧金徽”，依靠良好的生态环境、悠久的酿酒历史、传统工序与独特技术相结合的先进工艺等优势不断提升产品品质。公司代表产品有金徽 28、金徽 18、世纪金徽星级、柔和金徽、能量金徽、金徽老窖等。

报告期内，公司一直从事白酒的生产及销售，主营业务范围未发生重大变化。

本公司主要产品情况如下图所示：

金徽年份系列



金徽二十八



金徽十八

世纪金徽系列



世纪金徽红五星



世纪金徽五星



世纪金徽四星

柔和金徽系列



柔和金徽H9



柔和金徽H6



柔和金徽H3

能量金徽系列



能量金徽1号



能量金徽2号



能量金徽3号

金徽老窖系列



金徽老窖180



金徽老窖120



金徽老窖90

3 公司主要会计数据和财务指标

3.1 近3年的主要会计数据和财务指标

单位：元 币种：人民币

	2022年	2021年	本年比上年增减(%)	2020年
总资产	4,095,464,986.36	3,773,309,110.56	8.54	3,531,948,502.03
归属于上市公司股东的净资产	3,150,003,132.87	2,981,357,840.40	5.66	2,778,257,219.21
营业收入	2,011,732,389.98	1,788,396,741.56	12.49	1,730,671,339.32
归属于上市公司股东的净利润	280,242,491.81	324,843,020.47	-13.73	331,317,332.77
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	271,212,587.67	322,428,804.94	-15.88	330,975,540.78
经营活动产生的现金流量净额	319,242,776.51	279,264,284.97	14.32	337,143,809.16
加权平均净资产收益率(%)	9.17	11.32	减少2.15个百分点	12.53
基本每股收益(元/股)	0.55	0.64	-14.06	0.65
稀释每股收益(元/股)	0.55	0.64	-14.06	0.65

3.2 报告期分季度的主要会计数据

单位：元 币种：人民币

	第一季度(1-3月份)	第二季度(4-6月份)	第三季度(7-9月份)	第四季度(10-12月份)
营业收入	705,528,218.65	520,236,576.87	335,513,193.64	450,454,400.82
归属于上市公司股东的净利润	164,663,932.48	47,201,008.26	1,851,247.54	66,526,303.53
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	163,006,057.73	45,400,006.34	7,457,066.22	55,349,457.38
经营活动产生的现金流量净额	268,737,241.74	-95,197,895.93	-136,823,225.43	282,526,656.13

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

适用 不适用

4 股东情况

4.1 报告期末及年报披露前一个月末的普通股股东总数、表决权恢复的优先股股东总数和持有特别表决权股份的股东总数及前 10 名股东情况

单位：股

截至报告期末普通股股东总数（户）	81,190
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）	62,770
截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户）	不适用
年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数（户）	不适用

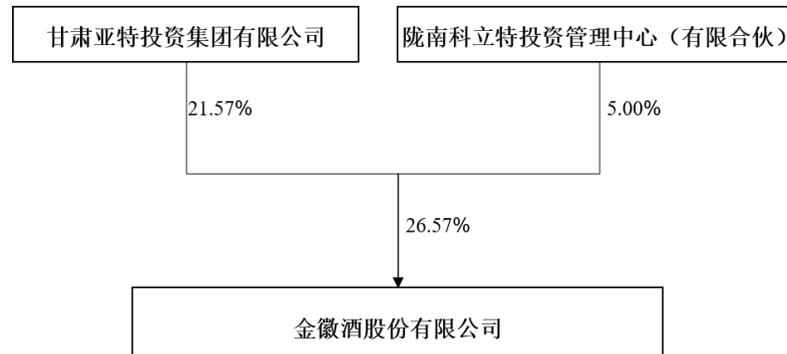
前 10 名股东持股情况

股东名称（全称）	报告期内增减	期末持股数量	比例（%）	持有有限售条件的股份数量	质押、标记或冻结情况		股东性质
					股份状态	数量	
上海豫园旅游商城（集团）股份有限公司	-25,363,000	126,814,900	25.00	0	无	0	境内非国有法人
甘肃亚特投资集团有限公司	40,580,800	109,401,487	21.57	0	质押	63,360,000	境内非国有法人
陇南众惠投资管理中心（有限合伙）		29,063,944	5.73	0	质押	28,730,000	境内非国有法人
陇南科立特投资管理中心（有限合伙）	25,363,000	25,363,000	5.00	0	无	0	其他
陇南怡铭投资管理中心（有限合伙）		15,985,203	3.15	0	质押	8,800,000	国有法人
陇南乾惠投资管理中心（有限合伙）		15,985,203	3.15	0	无	0	其他
中国银行股份有限公司－招商中证白酒指数分级证券投资基金	-1,735,990	14,553,208	2.87	0	无	0	其他
中央企业乡村产业投资基金股份有限公司	250,000	5,685,714	1.12	0	无	0	其他

华龙证券—农业银行—华龙证券—金徽酒正能量 1 号集合资产管理计划	-4,772,814	4,772,900	0.94	0	无	0	其他
金徽酒股份有限公司—第一期员工持股计划	-3,203,540	3,203,602	0.63	0	无	0	其他
上述股东关联关系或一致行动的说明	1.众惠投资普通合伙人胡阳、有限合伙人周世斌和张世新均为亚特集团及其控制企业的主要管理人员； 2.众惠投资有限合伙人周世斌和张世新同时为怡铭投资有限合伙人； 3.怡铭投资合伙人主要为亚特集团及其控制企业的管理人员； 4.陇南科立特为亚特集团一致行动人； 5.除上述情况外，公司未知其他股东是否存在关联关系或是否属于《上市公司收购管理办法》规定的一致行动人情况。						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	不适用						

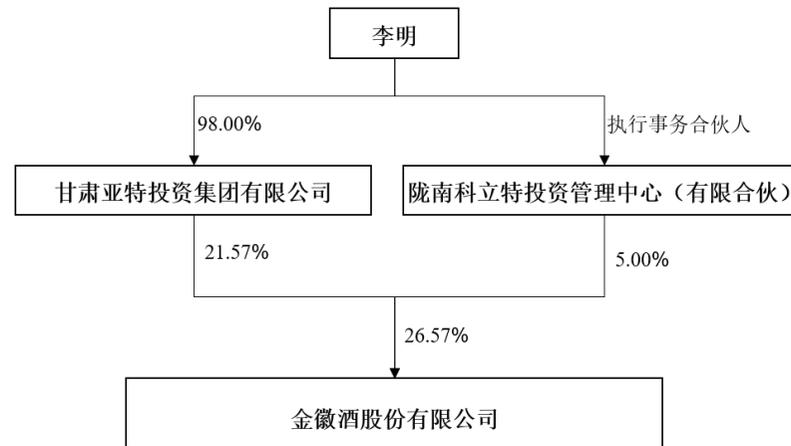
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用



4.3 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

适用 不适用



4.4 报告期末公司优先股股东总数及前 10 名股东情况

适用 不适用

5 公司债券情况

适用 不适用

第三节 重要事项

1 公司应当根据重要性原则，披露报告期内公司经营情况的重大变化，以及报告期内发生的对公司经营情况有重大影响和预计未来会有重大影响的事项。

2022 年，金徽酒围绕“转型乘长、共创共享”的基本思路开展生产经营工作。2022 年实现营业收入 20.12 亿元，较上年同期增长 12.49%，归属于上市公司股东的净利润 2.80 亿元，较上年同期下降 13.73%。报告期内，公司主要开展了以下几方面的工作：

产品方面：品质为基，打造物超所值好产品。一是坚持“量质并举、提质增效”的生产方针，依托秦岭核心产区优势以及金徽生态白酒酒庄产能优势，强化综合生产实力；二是秉承“质量就是企业的生命”的质量理念，培养千余名制曲、酿酒、包装、品评、质检技师，优化激励考核机制，传承工匠精神；三是加强与科研院所、专家顾问的合作，开展科研攻关，深入市场一线调研用户需求，把握消费趋势，全面升级产品质量；四是通过品牌引领深度运营，持续优化产品结构，将金徽 28 打造成西北高端白酒代表，带动百元以上产品销售收入同比增长 15.66%、营收占比提升至 63.93%。

品牌方面：品质塑品牌、口碑传品牌，打造金徽品牌 IP。一是加大投入，在西北 6 省 30 城，华东 4 大枢纽站点 19 座重点城市打造纵贯陆空的立体广告矩阵，贯通“四线三圈”助力品牌全国化，形成覆盖西北+华东+北方市场的立体品宣格局；二是根据产品特性、消费圈层对主导产品分系列、分层级、有重点进行广宣投放，形成场景与产品调性的强关联，强化品牌认知；三是以客户为中心，通过“樱花春酿”“金徽之旅”“首席敬首席”“心中的年味”等消费者互动活动，打造独具特色的品牌 IP；四是开展爱心公益奖学等公益慈善活动，助力乡村振兴，以实际行动践行企业使命，让“金徽酒 正能量”成为一个有温度、有担当的公益品牌。

市场方面：“布局全国 深耕西北 重点突破”。一是深化甘肃省内基地市场，按照不同产品线，实施品牌引领下的深度运营，全价位、全渠道、高占有，在大众消费、高端引领方面实现规模突破；二是依托甘肃坐中连六的区位优势，滚动发展环甘肃西北市场，树立并巩固样板市场，陕西、宁夏、青海、新疆市场销售额稳步提升；三是组建华东销售公司、北方品牌公司、互联网公司，通过品牌引领、差异化产品体验、消费者圈层培育、团购模式开拓新市场，实现重点突破；四是整合公司资源为新市场、线上业务赋能，采用竞合机制，快速提高市场占有率，2022 年甘肃以外其他地区营业收入同比增长 18.45%。

用户方面：“聚焦资源、精准营销、深度运营”。一是全面推进“品牌引领+渠道动销”双轮驱动，

开展“名酒进名企”“金徽高端品鉴会”“樱花春酿回厂游”等主题活动，升级大客户运营工作；二是 C 端置顶，通过影响力用户工程和品牌宣传，精准触达用户，以极致的产品和服务体验提高用户认知，充分发挥影响力客户作用，巩固消费者对品牌的忠诚度；三是建立消费者会员中心，以数字化营销系统为媒介实现会员数据整合及消费者互动，根据用户和场景差异，精准定位核心圈层，提供高水准、高投入的服务；四是 BC 联动，强化万商联盟，精准核心店建设，辐射更广泛消费群体，加快场景修复和渠道动销。

组织方面：持续推进“二次创业”改革，打造共创共享组织。一是坚持以客户为中心，以奋进者为本，打造灵活机动的发展机制，建立经销商、员工持股平台，以正激励为导向，激发全员创业、创造、创新的激情与活力；二是通过与 BCG、美世等咨询机构合作，理清战略思路、明确关键方法，在营销转型、品牌宣传、组织架构、人才培养、绩效激励、业务流程、数字科创等方面转型升级；三是成立金徽人才开发院，引进和培养高端灯塔型人才，提升团队业务能力和综合素养，打造学习型、创业型、复合型金徽团队；四是推进条线赋能管理，加强生产基地与营销公司融合，开展形式多样的企业文化活动，增强金徽人对企业文化的认同感、荣誉感、凝聚力和向心力。

2 公司年度报告披露后存在退市风险警示或终止上市情形的，应当披露导致退市风险警示或终止上市情形的原因。

适用 不适用