

证券简称：贵州茅台

证券代码：600519

编号：临 2026—013

贵州茅台酒股份有限公司
关于“提质增效重回报”工作 2025 年度行动方案评估报告
暨 2026 年度行动方案的公告

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。

为深入贯彻习近平总书记关于中国特色金融发展之路的重要论述精神，落实新“国九条”及中国证监会《关于加强上市公司监管的意见（试行）》要求，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》，贵州茅台酒股份有限公司（以下简称“公司”）秉持“以投资者为本”理念，于 2025 年 11 月 6 日发布了《关于 2025 年中期利润分配方案暨贯彻落实“提质增效重回报”专项行动方案的公告》。

自行动方案发布以来，公司扎实推进各项工作，取得了良好成效。公司于 2026 年 4 月 15 日召开第四届董事会 2026 年度第六次会议，审议通过了《关于 2025 年度“提质增效重回报”行动方案的评估报告暨 2026 年度“提质增效重回报”行动方案的议案》，评估 2025 年度行动方案实施情况，明确 2026 年度行动方案及其要求，具体内容如下：

一、2025 年度“提质增效重回报”的评估报告

（一）恪守质量信仰，筑牢发展根基

公司始终恪守“质量是生命之魂”，坚持“崇本守道、坚守工艺、贮

足陈酿、不卖新酒”质量观，扎实推进生产质量各项工作，圆满完成既定目标任务，持续保持“优质稳产”。通过全链条精细化管控、体系化技艺传承与多维创新驱动，确保制曲、制酒、勾贮、包装等关键环节质量指标保持领先，茅台酒产品品质稳定在卓越水平，为高质量发展奠定更加坚实的基础。

（二）携手协同应变，破局转型攻坚

面对行业下行压力与各种风险挑战，公司与渠道商进一步凝聚长期发展共识，保持定力、坚定信心，以更加积极的姿态，高质量做好市场工作，茅台酒销售收入同比保持了正增长。顺势而为，清晰认识和把握市场趋势，积极拥抱理性消费时代，不断满足消费者多元化、个性化需求，进一步夯实市场基础；应势而动，持续提升渠道发展韧性，厚植向上生长的力量，历练向下扎根的能力，以自身的确定性应对外部环境的不确定性；乘势而上，深化场景、客群、服务“三个转型”与产品端、渠道端、终端“三端变革”，茅台酒、系列酒及国际化三大板块协同发力，实现了市场“稳”和“动”的有效平衡。

（三）深化 ESG 治理，构建可持续生态

深入贯彻“与自然和谐共生、与社会价值共享、于自身治理现代”的茅台 ESG 理念，系统推进 ESG 治理，打造可持续发展的茅台生态体系。积极响应国家“双碳”目标，创新实施“每一瓶茅台酒”全生命周期碳足迹与水足迹测算，努力呵护微生物、赤水河的水生动物以及赤水河流域植被的多样性；反哺地方、带动就业，关爱女性、倡导平等，区域共建、服务社会，挺膺担当、助力公益，追求与各相关方的持续发展；全面修订《公

公司章程》《股东会议事规则》《董事会议事规则》等核心治理制度，依法推进监事会撤销相关事宜，进一步夯实公司规范运作根基。2025年，公司明晟 ESG 评级从 BBB 级跃升至 A 级，成为中国白酒行业首家获此评级的企业；标普全球 ESG 评级得分大幅提升，可持续发展能力获得国际认可。

（四）深耕市值管理，共享发展成果

完善市值管理相关制度体系，制定《市值管理办法》，修订《投资者关系管理办法》；持续提升股东回报，按照公司《关于 2024-2026 年度现金分红回报规划》，2025 年度预计实施总计 650.33 亿元现金分红（含 2025 年年度分红预案金额），分红总额创历史新高；积极实施“注销式”股份回购，2025 年度完成上市以来首轮 60 亿元股份回购方案并推出 15-30 亿元第二轮“注销式”股份回购方案；控股股东 30 亿元增持计划落地，持续彰显“关键少数”责任担当；坚持以投资者需求为导向，通过主动回应关切、强化合规管理、提升披露质效等，确保信息披露真实、准确、完整、及时、公平，获评上海证券交易所信息披露工作评价 A 级；立足投资者关系管理，全面升级 4R 关系管理，通过多元化互动、精准化赋能、常态化协同，持续强化市场信任与价值认同，获评“投资者关系管理天马奖”“投资者关系管理股东回报奖”。

二、2026 年度“提质增效重回报”行动方案

（一）树牢质量信仰，持续筑牢质量根基

树牢“质量是生命之魂”信仰和“崇本守道、坚守工艺、贮足陈酿、不卖新酒”质量观，构建品质更高、协同更优、韧性更强的产供质量保障体系。加强生产管理体系建设，深化应用“时空法”匠心质量管理模式，

围绕“结果稳定、过程优化”的总体目标，系统提升生产质量管理水平，确保各项关键指标稳中有升。加快大曲研究成果转化应用，全面提升产品包装质量管理水平，大力推动基酒利用率、勾兑合格率、当季产成品率、库容利用率“四率协同”。加快构建现代化采购新生态，强化供应商全生命周期质量协同机制嵌入采购全流程，加快采购管理平台数字化升级，扎实推进有机原料基地建设，建立供应链敏捷响应机制，打造“亲清共赢、风险共防、价值共享”的合作生态，推动合作伙伴向“价值共同体”升级，共同筑牢高质量发展屏障。

（二）实施“全面向 C”战略，全面推进市场化转型

以消费者为中心、市场需求为驱动，坚定推进场景、客群、服务“三个转型”，积极培育消费新业态、新模式、新场景，推动营销模式实现系统性升级。完善产品体系，稳固茅台酒“金字塔”型产品结构，打造系列酒“2+N”产品体系，构建层次清晰、定位明确的产品价值矩阵；优化价格运行机制，坚守价格市场化、平台标杆化、利润合理化原则，构建“随行就市、相对平稳”的自营体系零售价格动态调整机制，实现厂家、渠道商与消费者的多方共赢；丰富渠道形态，以直连 C 端为导向，建立多维协同的营销体系，推动线上线下渠道互补协同；强化数字化赋能，构建“线上管触达与效率、线下管转化与服务”的协同模式，精准匹配供需关系，稳定量价生态。

（三）秉持长期主义，涵养培育茅台 ESG 体系

结合东方哲学、中华优秀传统文化与公司自身发展实践，涵养培育茅台 ESG 理念体系。与自然和谐共生，坚持生态优先、绿色发展，纵深推进公司

“135”绿色发展体系，协同推动“水、土、气、生”生态系统一体化保护和治理，完善环保基础设施建设，促进绿色低碳技术成果转化，持续提升生态发展指数，打造行业绿色发展标杆；与社会价值共享，深化以“中国茅台·国之栋梁”为代表的公益IP建设，完善公益布局，带动合作伙伴共同履行社会责任；于自身治理现代，切实提升“双百企业”质效，大力提升企业现代化治理和管理水平。

（四）提升市值管理能力，落实长期回报机制

探索构建完善常态化、系统化、科学化的市值管理体系，不断提升市值管理能力水平；积极落实《2024-2026年度现金分红回报规划》，按照规划承诺完成2026年年度分红、中期分红，两次分红总额不低于2026年实现归属于上市公司股东的净利润的75%；严格按照股东大会相关决议，稳步推进第二轮15-30亿元“注销式”股份回购实施；持续提升信息披露质量，常态化开展投资者交流，不断巩固投资者信任。

三、风险提示

本方案立足公司现阶段实际状况制定，不构成对投资者的实质性承诺。方案实施受宏观环境变化、政策调整或行业发展等多种因素影响，可能存在不确定性，敬请广大投资者理性投资，注意投资风险。

特此公告。

贵州茅台酒股份有限公司董事会

2026年4月17日