

公司代码：600519

公司简称：贵州茅台

**贵州茅台酒股份有限公司**  
**2025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，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到 <http://www.sse.com.cn/> 网站仔细阅读年度报告全文。
- 2、 本公司董事会及董事、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、 天健会计师事务所(特殊普通合伙)为本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

公司拟以实施权益分派股权登记日登记的总股本扣除回购专用账户中的股份为基数，实施2025年年度利润分配。2025年年度利润分配拟向全体股东每股派发现金红利27.993元（含税），截至2026年3月31日，公司总股本为1,252,270,215股，回购专用证券账户中的股份数为794,176股，总股本扣除回购专用证券账户中的股份数为1,251,476,039股，以此计算合计拟派发现金红利35,032,568,759.73元（含税）。在实施权益分派的股权登记日前公司总股本扣除回购专用证券账户内的股份数如发生变动的，将维持分红总额不变，相应调整每股分配比例。

截至报告期末，母公司存在未弥补亏损的相关情况及其对公司分红等事项的影响

适用 不适用

## 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	贵州茅台	600519	

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	余思明（代行董事会秘书职责）	蔡聪应
联系地址	贵州省仁怀市茅台镇	贵州省仁怀市茅台镇
电话	0851-22386002	0851-22386002
传真	0851-22386193	0851-22386193
电子信箱	mtdm@moutaichina.com	mtdm@moutaichina.com

## 2、报告期公司主要业务简介

公司主要业务是茅台酒及系列酒的生产与销售。主导产品“贵州茅台酒”是我国大曲酱香型白酒的鼻祖和典型代表，集国家地理标志产品、有机食品和国家非物质文化遗产于一身，公司营销网络覆盖国内市场及五大洲 66 个国家和地区。

2025 年度，公司经营模式为：采购原料—生产产品—销售产品。原料采购模式为：茅台酒用高粱采取“公司+地方政府+供应商+合作社或农户”的模式，小麦采取“公司+供应商+合作社或农场”的模式，其他原辅料及包装材料采购主要根据公司生产和销售计划，通过集中采购方式向市场采购；产品生产工艺流程为：制曲—制酒—贮存—勾兑—包装；销售模式为：公司产品通过直销和批发代理渠道进行销售。直销渠道指自营和“i 茅台”等数字营销平台渠道，批发代理渠道指社会经销商、商超、电商等渠道。

公司竞争优势：

一是产品品质卓越。公司坚守“质量是生命之魂”，实施全域、全链、全员质量管控，大力维护平衡、独特的产区生态。传承“料精、艺好、器美”传统生产工艺，每一批次产品都利用长期贮存的基酒资源、应用高超精湛的勾兑技艺，打造基酒多样性风格，形成贵州茅台酒典型风味品质表达。坚持 30 道工序 165 个环节精益求精、精雕细琢，永葆卓越品质，树牢在变局中谋发展的根本优势。

二是品牌美誉度高。历经百年，茅台酒已跃升为“世界蒸馏酒第一品牌”。公司坚持“品价匹配”和“大单品”策略，已成长为“单品营收过千亿、市值上万亿”的全球烈性酒第一品牌。长期以来，公司努力讲好品牌故事，积极践行社会责任，持续增强品牌竞争力，不断擦亮民族品牌荣光，着力彰显“中国茅台，香飘世界”品牌张力，品牌影响力和美誉度大大提升，品牌价值持续攀升。

三是生产工艺独特。公司拥有传承千年的独特酿造工艺，坚持顺天应时、因地制宜、循法而成，以对自然生态、微生态和人文生态和谐平衡的不懈追求，持续增强工艺核心竞争力。坚持“料精”，全面构建酿造原料品质评价体系，从产地、品质指标等方面保障高粱、小麦高质量供给；“艺好”，遵循一年一个生产周期、端午踩曲、重阳下沙、纯粮酿造、开放式固态化发酵、陶坛长期贮存、以酒勾酒传统工法；“器美”，坚守三合土晾堂、小青瓦发酵仓、窖条石、紫红泥等传统元素供给。持续增强创新能力，深入解析传统技艺科学内涵，永葆传统工艺生命活力。

四是文化辐射力强。茅台文化从“濮人善酿”的农耕文明中走来，于现代文明中赓续发展，引领中国白酒文化发展潮流，成为中国酒文化极致。在不断的发展中，公司持续优化茅台文化体系，形成了“酿造高品质生活”的企业使命，“让世界爱上茅台，让茅台香飘世界”的企业愿景，“爱我茅台，为国争光”的企业精神，“顺天敬人、明理厚德”的企业价值观，“品质、品牌、工艺、文化、环境”的五大核心竞争力。

五是环境不可复制。特殊的地形地貌、气候环境，优质的酿酒水源，独一无二的原产地保护和不可复制的微生物菌落群是贵州茅台酒核心产区的独特特征。公司坚持“生态优先、绿色发展”，坚持走好科技创新驱动发展的绿色发展道路，引领打造赤水河生态名片，用更先进方法和技术永葆环境竞争力。建立生态环保制度地图，加大新技术新工艺引进研发，完善生态环境一体化监控网络，走出了国家级“绿色工厂”科技创新驱动的“双碳”路径。持续开展流域微生物、水生物、植物植被的科学研究，全力守护流域生物多样性和稳定性，全力维护茅台酒赖以生存的生态系统平衡。

### 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

	2025年	2024年	本年比上年 增减(%)	2023年
总资产	303,834,844,021.44	298,944,579,918.70	1.64	272,699,660,092.25
归属于上市公司股东的净资产	244,637,811,032.18	233,105,984,399.47	4.95	215,668,571,607.43
营业收入	168,838,102,514.79	170,899,152,276.34	-1.21	147,693,604,994.14
利润总额	114,755,261,605.08	119,638,578,194.46	-4.08	103,662,553,689.81
归属于上市公司股东的净利润	82,320,067,101.68	86,228,146,421.62	-4.53	74,734,071,550.75
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	82,293,107,655.25	86,240,905,977.42	-4.58	74,752,564,425.52
经营活动产生的现金流量净额	61,522,204,989.35	92,463,692,168.43	-33.46	66,593,247,721.09
加权平均净资产收益率(%)	32.53	36.02	减少3.49个百分点	34.19
基本每股收益(元/股)	65.66	68.64	-4.34	59.49
稀释每股收益(元/股)	65.66	68.64	-4.34	59.49

#### 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	50,600,957,885.78	38,788,396,531.06	39,064,353,239.02	40,384,394,858.93
归属于上市公司股东的净利润	26,847,474,238.76	18,555,488,059.34	19,223,784,414.08	17,693,320,389.50
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	26,849,883,702.90	18,540,363,920.92	19,290,368,807.38	17,612,491,224.05
经营活动产生的现金流量净额	8,809,195,646.38	4,309,865,384.95	25,077,741,123.94	23,325,402,834.08

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

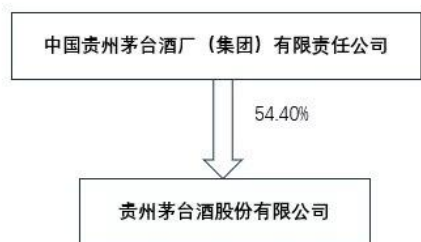
##### 4.1 报告期末及年报披露前一个月末的普通股股东总数、表决权恢复的优先股股东总数和持有特别表决权股份的股东总数及前 10 名股东情况

单位：股

截至报告期末普通股股东总数（户）					255,892		
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）					243,159		
前十名股东持股情况（不含通过转融通出借股份）							
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	
中国贵州茅台酒厂（集团）有限责任公司	2,071,359	681,282,935	54.40		无		国有法人
贵州省国有资本运营有限责任公司		56,996,777	4.55		未知		国有法人
香港中央结算有限公司	-22,462,778	55,048,844	4.40		未知		未知
贵州茅台酒厂（集团）技术开发有限公司		27,849,688	2.22		无		国有法人
中国工商银行—上证 50 交易型开放式指数证券投资基金	-225,210	11,573,000	0.92		未知		未知
中央汇金资产管理有限责任公司		10,397,104	0.83		未知		国有法人
中国工商银行股份有限公司—华泰柏瑞沪深 300 交易型开放式指数证券投资基金	-538,168	10,324,650	0.82		未知		未知
中国证券金融股份有限公司		8,039,447	0.64		未知		未知
中国建设银行股份有限公司—易方达沪深 300 交易型开放式指数发起式证券投资基金	-108,622	7,377,868	0.59		未知		未知
中国工商银行股份有限公司—华夏沪深 300 交易型开放式指数证券投资基金	658,680	5,629,234	0.45		未知		未知
上述股东关联关系或一致行动的说明	在上述股东中，中国贵州茅台酒厂（集团）有限责任公司与贵州茅台酒厂（集团）技术开发有限公司之间存在关联关系，除此之外，本公司未知其它股东之间的关联关系、是否为一行动人。						

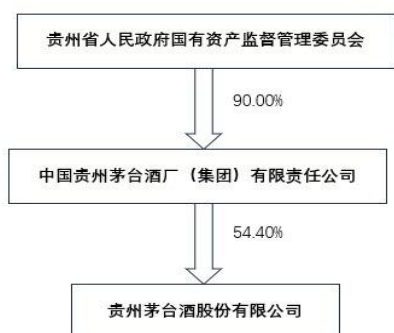
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√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。

一是品质根基更加牢固。公司始终恪守“质量是生命之魂”信仰，坚持“崇本守道、坚守工艺、贮足陈酿、不卖新酒”质量观，持续构建先进的质量标准，执行严格的过程管控，通过数字化手段构建覆盖全产业链的质量管理体系，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，系统筑牢了高质量发展品质生命线。

二是市场基本盘保持稳固。公司坚持以消费者为中心、市场需求为驱动，深入开展市场调研与厂商协作，以公司自身的确定性应对市场不确定性。稳步推进“全面向 C”战略，通过推动场景、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，不断提振市场信心，有效稳住了市场基本盘，展现了发展韧性，实现了市场稳健发展。

三是品牌影响力再跃新阶。发起首届赤水河论坛，参加达沃斯论坛、中国消费名品全国行（贵州站）、品牌强国工程、2025 中国企业家博鳌论坛等活动，助力提升品牌影响力和美誉度。贵州茅台稳居《Brand Finance 2025 年中国品牌价值 500 强》榜单烈酒板块首位，品牌价值达到 583.80 亿美元，较上一年增长 16.50%，品牌强度评级达到最高的 AAA+级，品牌影响稳步提升。

四是 ESG 治理成效突出。持续推进“一基地一标杆”建设，积极构建人与自然和谐共生的生态系统。以“与自然和谐共生、与社会价值共享、于自身治理现代”为理念，系统推进 ESG 治理，全面提质茅台可持续发展实践。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 CSA 得分大幅提升，迈入领先水平，可持续发展能力获得国际认可。

五是市值管理再显作为。持续深化市值管理体系建设，发布并实施《市值管理办法》，管理规范化、精细化水平进一步提升。继续落实现金分红三年规划，2025 年度累计派发现金红利 650.33 亿元（含 2025 年年度分红预案金额），分红总额创历史新高；完成首次 60 亿元股票回购方案操作，并启动第二轮股票回购计划，切实保护投资者利益并持续为投资者创造价值。

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