

公司代码：600519

公司简称：贵州茅台

## 贵州茅台酒股份有限公司

### 2024 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、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、 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2024年年度利润分配，向全体股东每10股派发现金红利276.24元（含税）。截至2025年3月31日，公司总股本1,256,197,800股，回购专用证券账户中股份数1,082,700股，总股本扣除回购专用证券账户中的股份数为1,255,115,100股，以此计算合计派发现金红利34,671,299,522.40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，将维持分配总额不变，相应调整每股分红比例。以上利润分配预案需提交公司股东大会审议通过后实施。

## 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	蒋焰	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 64 个国家和地区。

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”的企业核心价值观，“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

	2024年	2023年	本年比上年 增减(%)	2022年
总资产	298,944,579,918.70	272,699,660,092.25	9.62	254,500,826,096.02
归属于上市公司股东的净资产	233,105,984,399.47	215,668,571,607.43	8.09	197,480,041,239.46
营业收入	170,899,152,276.34	147,693,604,994.14	15.71	124,099,843,771.99
归属于上市公司股东的净利润	86,228,146,421.62	74,734,071,550.75	15.38	62,717,467,870.12
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	86,240,905,977.42	74,752,564,425.52	15.37	62,792,896,829.57
经营活动产生的现金流量净额	92,463,692,168.43	66,593,247,721.09	38.85	36,698,595,830.03
加权平均净资产收益率(%)	36.02	34.19	增加1.83个百分点	30.26
基本每股收益(元/股)	68.64	59.49	15.38	49.93
稀释每股收益(元/股)	68.64	59.49	15.38	49.93

#### 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	45,775,517,043.29	36,155,460,624.46	38,845,154,206.94	50,123,020,401.65
归属于上市公司股东的净利润	24,065,262,374.15	17,630,348,609.22	19,131,941,135.14	25,400,594,303.11
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	24,051,471,185.69	17,618,626,634.30	19,108,543,634.77	25,462,264,522.66
经营活动产生的现金流量净额	9,187,422,415.09	27,434,411,397.54	7,799,552,404.82	48,042,305,950.98

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

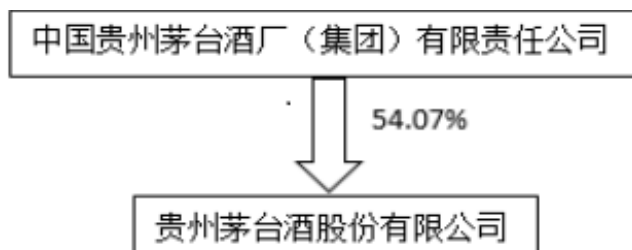
单位：股

截至报告期末普通股股东总数（户）					207,894		
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）					192,430		
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		679,211,576	54.07		无		国有法人
香港中央结算有限公司	-8,801,297	77,511,622	6.17		未知		未知
贵州省国有资本运营有限责任公司		56,996,777	4.54		未知		国有法人
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	4,143,808	11,798,210	0.94		未知		未知
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	6,253,657	10,862,818	0.86		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	5,751,664	7,486,490	0.60		未知		未知
中国人寿保险股份有限公司—传统—普通保险产品—005L—CT001 沪	1,052,217	5,535,110	0.44		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、是否为一致行动人。
--	------------------------------------

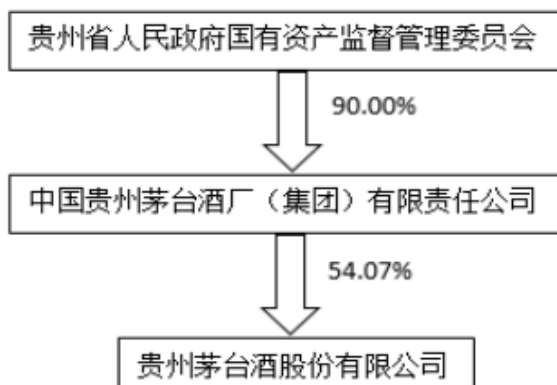
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

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。

一是经营业绩稳健增长。年度内公司实现营业总收入 1,741.44 亿元，同比增长 15.66%；归属于上市公司股东的净利润 862.28 亿元，同比增长 15.38%，主要经济指标持续保持两位数增长，高质量完成年度战略目标。贵州茅台酒在成为千亿级单品后，前三季度营收首次突破千亿，出口

营收首次突破 50 亿元大关，继续彰显世界级大单品的独特魅力，系列酒营收站稳 200 亿元台阶。

二是治理效能不断提升。有效落实董事会“六大职权”，全年董事会召集召开 2 次股东大会，审议通过 16 项议案，召开 13 次董事会会议，审议通过 39 项议案。持续推进全面风险管理体系建设，实现风险防控效能全面提升。深化创奖成果运用，构建完善预算、绩效管理体系并顺利运行；深度践行 ESG 理念，ESG 评级位列当前中国白酒行业最高评级，荣获“中国 ESG 榜样企业”；获得 EFQM 全球奖（七钻）暨“鼓舞人心的文化”杰出成就奖。

三是文化赋能持续深化。深入挖掘茅台文化内涵，优化提升茅台文化体系，发布《茅台玖章》，以“酿造高品质生活”的使命、“让世界爱上茅台、让茅台香飘世界”的愿景、“顺天敬人、明理厚德”的企业核心价值观、“爱我茅台，为国争光”的企业精神、“质量是生命之魂”的质量信仰，共同构筑茅台人团结奋进的精神纽带，持续汇聚推动茅台持续稳定健康发展的内在动力。

四是品牌影响稳居榜首。贵州茅台以 872.98 亿美元的品牌价值，连续七年稳居凯度“BrandZ 最具价值中国品牌 100 强”酒类品牌第一，首次跃升至中国品牌 100 强第二位；以 501 亿美元的品牌价值，第 9 次蝉联英国“Brand Finance 全球烈酒品牌价值榜”榜首，品牌价值依然领跑行业。

五是市值管理再创新绩。首次制定《市值管理办法》，提升管理规范化水平；发布 2024—2026 三年分红规划，建立长效回报机制，有效稳定投资者预期；首次启动股份回购计划，公司以自有资金通过集中竞价交易方式回购股份，回购股份用于注销并减少公司注册资本，回购金额不低于 30 亿元（含）且不超过 60 亿元（含），持续践行真金白银回报股东。

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