

公司代码：600519

公司简称：贵州茅台

贵州茅台酒股份有限公司
2023 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 天职国际会计师事务所（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

公司以实施权益分派股权登记日公司总股本为基数实施2023年度利润分配，向全体股东每10股派发现金红利308.76元（含税）。截至2023年12月31日，公司总股本为125,619.78万股，以此计算合计拟派发现金红利38,786,363,272.80元（含税）。在实施权益分派的股权登记日前公司总股本如发生变动的，将维持分红总额不变，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
办公地址	贵州省仁怀市茅台镇	贵州省仁怀市茅台镇
电话	0851-22386002	0851-22386002
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。多年来，公司始终以对产品品质的极致追求，对酿造生态的精心呵护，对传统工法的传承创新，对企业文化的赓续发展，持续为企业赋能，推动企业高质量发展、现代化建设。

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。公司坚持“质量是生命之魂”，坚守“五匠”质量观，实施从“良种”到“美产品”的全生命周期质量严管控。公司大力维护平衡的产区生态独特性，创新传承料精、艺好、器美的科学工法，每一批次产品都利用长期贮存的基酒资源和应用精湛勾兑技艺造就的多样性基酒风格，形成贵州茅台酒典型风味品质表达特征。30 道工序 165 个环节精益求精、精雕细琢，打造集美的感官、美的感知、美的感受、美的感悟于一体的卓越品质。二是品牌美誉度高。历经百年，茅台酒已从 1915 年无人问津的土特产，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。公司着力打造品牌矩阵，以党建品牌为引领，不断做美产品品牌、做优服务品牌、做实公益品牌、做精活动品牌、做强工匠品牌，持续增强品牌动能，着力彰显中国茅台香飘世界的品牌张力，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，完善形成“九大系列”文化体系，引领中国白酒文化发展潮流，成为中国酒文化的极致。公司以“天人共酿”的酿造传统、精益求精的工匠精神为内核，充分结合时令节律，开展二十四节气系列活动，彰显“顺天敬人”文化特色，拓展丰富了茅台文化外延。构建“线上线下·一呼百应”传播矩阵，讲好品牌故事，传播茅台声音，让独具特色的茅台文化熠熠生辉。四是传统工法独特。公司拥有传承千年的独特酿造工艺，坚持茅台酒酿造顺天应时，让传承的更传统。公司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、小麦的高质量供给，彰显“料精”；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、以酒勾酒的传统工法，彰显“艺好”；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，彰显“器美”；坚持传承与创新并重，让创新的更现代。持续增强原始创新能力，深入解析传统技艺科学内涵，归纳形成制曲、制酒、贮存、勾兑工法体系，建立五大核心技术体系，永葆传统工法生命活力。五是生态环境不可复制。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 15.03 平方公里贵州茅台酒核心产区的独特特征。公司通过实施增水、提气、固土、护微、维护生态系统平衡“五大专项工程”，开展节能降碳增效、绿色产品设计、产业链绿色转型、绿色科技创新、绿色低碳生活“五大专项行动”，构建“山水林土河微”生命共同体，全力维护茅台酒赖以生存的生态系统平衡。在生产经营中，还把对自然生态的维护拓展到商业生态，以卓越“茅台标准”引导相关方形成坚韧、敏捷、高效的产供销生态体系，共同追求专业化、绿色化、数字化的现代化建设目标。

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

	2023年	2022年		本年比上年 增减(%)	2021年	
		调整后	调整前		调整后	调整前
总资产	272,699,660,092.25	254,500,826,096.02	254,364,804,995.25	7.15	255,315,103,017.82	255,168,195,159.90

归属于上市公司股东的净资产	215,668,571,607.43	197,480,041,239.46	197,506,672,396.00	9.21	189,511,713,508.90	189,539,368,797.29
营业收入	147,693,604,994.14	124,099,843,771.99	124,099,843,771.99	19.01	106,190,154,843.76	106,190,154,843.76
归属于上市公司股东的净利润	74,734,071,550.75	62,717,467,870.12	62,716,443,738.27	19.16	52,435,506,622.16	52,460,144,378.16
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	74,752,564,425.52	62,792,896,829.57	62,791,872,697.72	19.05	52,556,464,900.24	52,581,102,656.24
经营活动产生的现金流量净额	66,593,247,721.09	36,698,595,830.03	36,698,595,830.03	81.46	64,028,676,147.37	64,028,676,147.37
加权平均净资产收益率(%)	34.19	30.26	30.26	增加3.93个百分点	29.89	29.90
基本每股收益(元/股)	59.49	49.93	49.93	19.16	41.74	41.76
稀释每股收益(元/股)	59.49	49.93	49.93	19.16	41.74	41.76

注：根据财政部2022年11月30日发布《企业会计准则解释16号》，其中“关于单项交易产生的资产和负债相关的递延所得税不适用初始确认豁免的会计处理”的相关内容自2023年1月1日起施行。本公司对比较期间相关财务数据进行追溯调整，具体详见第十节财务报告五、重要会计政策及会计估计24.重要会计政策和会计估计的变更。本年度报告下文中相关财务数据均为追溯后的数据。

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	38,755,812,096.89	30,820,207,348.88	33,692,335,242.67	44,425,250,305.70
归属于上市公司股东的净利润	20,794,882,754.55	15,185,532,336.22	16,895,801,973.35	21,857,854,486.63
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	20,778,475,545.61	15,168,973,659.84	16,868,191,551.41	21,936,923,668.66
经营活动产生的现金流量净额	5,244,796,293.93	25,142,381,901.03	19,614,828,823.70	16,591,240,702.43

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

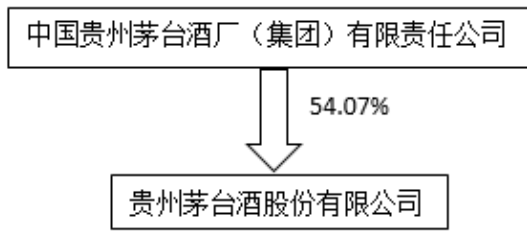
单位：股

截至报告期末普通股股东总数(户)	161,640					
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数(户)	161,009					
截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数(户)						
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)						
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	质押、标记或冻 结情况	股东 性质

				件的股 份数量	股份 状态	数量	
中国贵州茅台酒厂（集团）有限责任公司	919,621	679,211,576	54.07		无		国有法人
香港中央结算有限公司	1,514,277	86,312,919	6.87		未知		未知
贵州省国有资本运营有限责任公司	0	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	37,600	27,849,688	2.22		无		国有法人
中央汇金资产管理有限责任公司	0	10,397,104	0.83		未知		国有法人
中国证券金融股份有限公司	0	8,039,447	0.64		未知		未知
深圳市金汇荣盛财富管理有限公司—金汇荣盛三号私募证券投资基金	318,199	7,922,478	0.63		未知		未知
中国工商银行—上证50 交易型开放式指数证券投资基金	2,275,242	7,654,402	0.61		未知		未知
珠海市瑞丰汇邦资产管理有限公司—瑞丰汇邦三号私募证券投资基金	-752,637	6,751,030	0.54		未知		未知
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	-523,086	4,922,717	0.39		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。						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明							

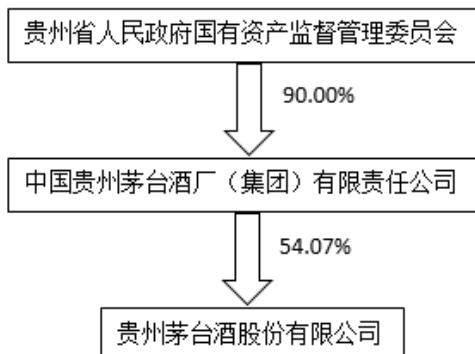
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√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。

一是经营业绩再创新高。年度内公司实现营业总收入 1,505.60 亿元，同比增长 18.04%；归属于上市公司股东的净利润 747.34 亿元，同比增长 19.16%，主要经济指标保持两位数增长，高质量完成年度战略目标。贵州茅台酒全球唯一千亿级酒类大单品地位持续巩固，茅台 1935 造就“行业奇迹”，上市仅两年成为营收百亿级大单品，茅台王子酒单品营收超 40 亿元，汉酱、贵州大曲、赖茅单品营收分别超 10 亿元，形成了千、百、十亿级大单品格局，产品矩阵全面构建。

二是品牌影响持续增大。年内公司市值稳定在 2 万亿元以上，稳居 A 股上市公司第一。茅台以 501 亿美元的品牌价值位列《Brand Finance 2024 年全球品牌价值 500 强》第 24 位，以 884.27 亿美元的品牌价值位列《2023 年 BrandZ 最具价值中国品牌 100 强榜》第 3 位，稳居“世界酒类品牌”榜首。以 10,500 亿元的品牌价值和唯一万亿级品牌的绝对优势，第六次登顶胡润榜“最具价值中国品牌”。

三是治理效能不断提升。董事会顺利完成换届工作，新一届董事会成员组成多元、专业互补，

以多样化的视角保障董事会决策的科学性；全年董事会召集召开3次股东大会审议通过17项议案，召开13次董事会会议审议通过45项议案，董事会“六大职权”得到有效落实。推进全面风险管理体系建设，风险管理生态初步形成。成功入选了国务院国资委新一批“双百企业”名单，获评中国上市公司协会公司治理最佳实践，第三次荣获全国质量奖，高分通过欧洲质量奖评审，管理基础进一步夯实，企业现代化治理能力和水平进一步提升。

四是 ESG 管理提质增效。全面、全域践行 ESG 理念，将 ESG 理念深度融入生产经营、改革发展各环节。健全 ESG 治理架构，成立 ESG 推进委员会，同步设立环境、社会、治理三个分委会和 7 个工作小组，对标国际规范和先进实践，按照议题识别、整体规划、融入实施、改进创新四个步骤，系统梳理核心议题和重点项目，建立 ESG 实质性议题矩阵，优化公司整体的 ESG 管理体系，充分发挥管理机制效能，ESG 管理水平有效提升。

五是股东回报稳中有升。切实提升信息披露质量，增强信息披露的针对性、有效性和可读性，通过披露生产经营数据等自愿性公告，及时向市场展现公司高质量发展现状，获得上海证券交易所信息披露 A 级（优秀）评价。以坦诚、开放态度积极与投资者交流，频次创历年之最，交流形式极大丰富，首次在上海证券交易所交易大厅召开业绩说明会，视频观看人次居 A 股前列，获评中国上市公司协会业绩说明会最佳实践。再次实施特别分红，全年共计派发现金红利 565.5 亿元，占公司 2023 年归母净利润的 75.67%，分红金额较上年提高约 18 亿元，再创历史新高，以实际行动回报投资者。

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