

酒鬼酒股份有限公司 2024 年度业绩预告

本公司及董事会全体成员保证信息披露的内容真实、准确、完整，没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

一、本期业绩预计情况

- 业绩预告期间：2024 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日
- 预计的经营业绩：同向下降
- 业绩预告情况表

项 目	本报告期	上年同期
	2024 年 1 月 1 日—2024 年 12 月 31 日	2023 年 1 月 1 日—2023 年 12 月 31 日
归属于上市公司 股东的净利润	盈利：1000 万元 - 1500 万元	盈利：54781.28 万元
	比上年同期下降：98.17% - 97.26%	
扣除非经常性损 益后的净利润	盈利：500 万元 - 750 万元	盈利：53836.16 万元
	比上年同期下降：99.07% - 98.61%	
基本每股收益	盈利：0.0308 元/股 - 0.0462 元/股	盈利：1.6859 元/股

二、与会计师事务所沟通情况

本次业绩预告未经会计师事务所注册会计师预审计。公司已就业绩预告有关事项与年度审计会计师进行了预沟通，公司与会计师事务所在本期业绩预告方面不存在分歧。

三、业绩变动原因说明

1. 当期净利润较大幅度下降的原因说明

2024 年，白酒行业仍处于深度调整周期，行业挤压式竞争趋势加剧，渠道合作伙伴经营行为偏保守，客户回款意愿谨慎。预计报告期实现营业收入 14.23 亿元左右，较上年同期下降 49.7%左右。

在当前经营环境下，公司主动调整市场经营策略，加大了消费者扫码及宴席等消费端促销费用投入力度，强化市场动销工作，稳定市场价格和各经销、零售环节经营利润，全力恢复客户经营信心，取得了较好的市场库存去化效果，但同时也导致公司销售费用率有所上升。

另一方面，因行业调整对公司高端产品的影响，以及内参甲辰版仍处于市场拓展阶段，未形成销量支撑，导致公司高端产品收入在收入结构中占比下降。

由于以上原因，公司净利润同比降幅更大。

2. 应对措施

(1) 深化 BC 联动模式转型，夯实消费基础

面对行业周期调整，公司将坚持深化 BC 联动模式转型，加大力度促进动销和消费者开瓶，通过宴席和消费者扫码等活动强化消费者购买意愿和消费氛围，持续扩大消费者群体，理顺产品渠道通路，为扭转经营局面夯实基础。

(2) 聚焦大本营市场及省外样板市场建设，全力打造“粮仓”市场

在市场聚焦方面，公司确定聚焦湖南大本营市场及省外样板市场建设的战略方针，集中全国优势营销资源、人员，投入至湖南市场及省外样板市场基础工作中，开展精细化运作，做深做透，实现定点突破，打造标杆市场，形成可复制的成功运作模式。

(3) 聚焦内参甲辰版、酒鬼红坛为核心的战略大单品。

持续强化聚焦公司核心战略大单品工作。内参系列通过聚焦甲辰版内参，推进控盘分利模式，稳定内参产品价格，提升客户经营利润，激活客户信心。酒鬼系列围绕红坛酒鬼，梳理、优化产品体系，形成定位清晰的产品组合。

(4) 拓展新业务渠道，挖掘增长新动能

发力新零售、餐饮消费、企业团购等业务渠道，挖掘增长新动能。通过以上渠道的开发，加强消费群体拓展和消费意见领袖的培育，形成经营合力，创造销售增量。

四、其他相关说明

本次业绩预告系初步测算数据，本公司 2024 年 1-12 月份具体财务数据将在 2024 年度报告中详细披露。本公司指定的信息披露媒体为《中国证券报》、《证券时报》、《上海证券报》、《证券日报》以及巨潮资讯网(www.cninfo.com.cn)。本公司将严格按照有关法律法规的规定及时做好信息披露工作，敬请投资者注意投资风险。

特此公告。

酒鬼酒股份有限公司董事会

2025年1月23日