

公司代码：600696

公司简称：岩石股份

上海贵酒股份有限公司
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 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、 未出席董事情况

未出席董事职务	未出席董事姓名	未出席董事的原因说明	被委托人姓名
董事长	韩啸	因被公安机关采取刑事强制措施，目前处于羁押状态，无法出席本次董事会	—

4、 中兴财光华会计师事务所（特殊普通合伙）为本公司出具了保留意见的审计报告，本公司董事会、监事会对相关事项已有详细说明，请投资者注意阅读。

中兴财光华会计师事务所（特殊普通合伙）对公司 2024 年度财务报表进行审计，并出具了保留意见审计报告，具体详见公司同日披露的董事会关于会计师事务所出具保留意见审计报告涉及事项的专项说明。

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

经中兴财光华会计师事务所（特殊普通合伙）对公司 2024 年度财务报告的审计，2024 年度公司实现归属于上市公司股东的净利润为 -217,354,867.82 元，2024 年末公司可供股东分配的利润为 -66,460,424.97 元。

2024 年，受多方面因素影响，公司资金承压，市场投放减少。叠加公司实际控制人被公安机关采取强制措施和控股股东及其一致行动人所持公司股票被司法冻结等一系列事件影响，经销商对于补货、备货持更加审慎观望态度，导致公司营业收入与去年同期相比大幅减少，且经营性现金流首次出现负值。此外，公司在建项目也面临着较大的资金压力。为了确保公司生产经营的正常开展，故 2024 年度拟不进行利润分配，也不以公积金转增股本。

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	岩石股份	600696	ST 岩石

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	韩啸	姚芊羽
联系地址	贵州省遵义市仁怀市名酒工业园区荣昌坝生产区1号贵州高酱酒业有限公司（仁怀市茅台镇玉屏社区茶房坳组）	贵州省遵义市仁怀市名酒工业园区荣昌坝生产区1号贵州高酱酒业有限公司（仁怀市茅台镇玉屏社区茶房坳组）
电话	0851-22292688	0851-22292688
传真	0851-22292688	0851-22292688
电子信箱	IRM600696@163.com	IRM600696@163.com

2、 报告期公司主要业务简介

2025年中国白酒行业正面临着新的机遇与挑战，在受去年行业环境变化的影响外，新一年消费多元、强分化、消费“双理性”等趋势日益明显，白酒行业的消费结构、市场营销策略和消费价格也发生着深刻变化，这些因素将促使白酒行业进入新的转型阶段。

一是存量竞争与清库存压力。2025年，中国白酒行业依然面临激烈的存量竞争。据中国酒业协会数据，自2016年以来，中国白酒已经连续七年下降，2023年产量仅为629万千升，产能相比巅峰期萎缩一半以上。2024年1-11月全国白酒累计产量372.6万千升，同比下降0.6%，其中11月白酒产量同比下降15.2%。

与此同时，渠道商面临着日益严峻的清库存压力，尤其是中小规模和部分地方性白酒品牌，库存积压的问题尤为突出。企业若无法有效管理库存，可能面临资金链紧张和市场风险。这要求品牌企业提高库存管理的精细化水平，避免过度依赖传统的促销手段，防止盲目降价导致品牌价值下降。

二是主流产品价格带下移。在经济压力的背景下，消费者对性价比的需求更加突出，推动了白酒市场中低端产品价格带的下移。尼尔森的数据显示，中低端白酒的销售额同比增长，而高端白酒的增长出现放缓。这一趋势表明，消费者的购买偏好正在发生变化——他们开始趋向于选择性价比更高的白酒产品，尤其是在经济形势不稳定的情况下，价格敏感型消费者更为突出。

这一变化对于品牌和渠道商提出了新的挑战。过去在高端白酒领域具有优势的企业需要适应这一市场调整，并在保持产品质量的同时，通过调整价格策略和加强产品附加值的打造来满足消费者的需求。这一趋势也推动了低价位但具有较高市场竞争力的品牌逐渐崭露头角。

三是品牌分化与中小品牌生存压力。2025年，白酒市场的品牌分化现象将愈发明显。根据前瞻产业研究院的分析，头部品牌如茅台、五粮液的市场份额持续上升。这些大品牌通过不断优化产品、提升品牌价值和扩大市场覆盖，牢牢占据了白酒市场的主导地位。尤其是高端酒市场，茅台、五粮液等品牌的销量依然保持较强的增长动力，继续引领市场发展。

中小品牌面临的生存压力则不断加大。在品牌集中度逐渐提升的背景下，中小企业需要通过差异化和创新来寻找新的生存空间。部分中小品牌通过创新的口感、独特的包装设计或者区域性文化的融合，力图吸引消费者的眼球。但总体来看，中小品牌面临更为严峻的市场竞争，如何突破困境、提升产品竞争力以及增强品牌影响力将成为能否生存的关键要素。

四是线上渠道发展的机会。实体零售店正面临严峻的生存挑战。电子商务的迅猛发展，改变了消费者的购物习惯，导致实体店客流量持续下降。与此同时，商铺租金居高不下，人力成本逐年攀升，使得大量传统实体零售企业的经营陷入困难。

而另一方面，电商平台和数字化营销的快速发展使得线上渠道成为了白酒销售的重要战场。艾媒咨询数据显示，中国线上酒类销售规模正在逐年上升。年轻消费群体成为了线上销售的主要推动力，尤其是在一线和二线城市，越来越多的消费者倾向于通过电商平台购买白酒。电商平台不仅仅是一个销售渠道，还通过精细化的营销、社交媒体推广和大数据分析，精准锁定消费者的需求。

随着电商平台的渗透率逐渐提高，白酒企业正在加速数字化转型，通过加强线上渠道建设来应对传统线下渠道的挑战。品牌不仅要通过电商平台销售产品，还要通过直播带货、社交电商等新兴

方式进行品牌推广和消费者互动。此外，提升物流配送能力也成为企业在线上市场占有一席之地之关键，特别是跨区域配送能力和定制化服务的提升，对于高端白酒品牌尤其重要。

(一) 主要业务情况详见前述一、“经营情况讨论与分析”。

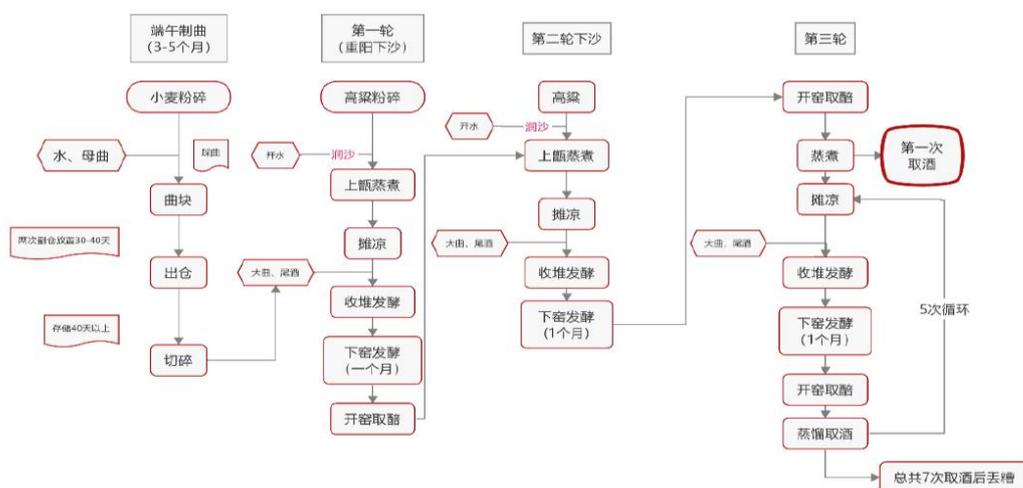
(二) 公司目前白酒销售业务模式

公司销售模式共有三种，分别是团购商、经销商及线上直营店。团购的销售模式为公司在全国各个区域拓展各种类型的企业团购用酒客户，通过标准产品和定制产品满足企业的自用、收藏、送礼等相关需求。公司经销商模式是在全国各区域发展具备分销资质、有分销网络或圈层资源的经销商，经销商根据自有的客户资源或渠道网络进行分销。线上直营店包括抖音、天猫、京东等线上平台店铺。

(三) 公司白酒生产业务流程

高酱酒业位于酱香型白酒生产核心产区贵州省仁怀市名酒工业园区，选用当地优质高粱为原料，严格按照节气，端午采曲、重阳投料。基酒生产周期长达一年，共分二次投料，一至七个烤酒轮次，概括为一年一个生产周期，二次投料、九次蒸煮、八次发酵、七次取酒，历经春、夏、秋、冬一年时间。特点是生产周期长，资金占用大。

工艺流程图如下：



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	2,032,791,995.06	2,283,789,397.87	-10.99	1,528,545,549.59
归属于上市公司股东的 净资产	399,270,134.07	603,350,456.86	-33.82	512,673,090.83
营业收入	284,548,362.07	1,629,444,899.38	-82.54	1,091,380,324.14
扣除与主营业务无关的 业务收入和不具备商业 实质的收入后的营业收入	268,012,806.28	1,625,183,196.91	-83.51	1,086,562,794.46
归属于上市公司股东的 净利润	-217,354,867.82	87,070,407.67	不适用	37,368,906.49
归属于上市公司股东的 扣除非经常性损益的净	-163,682,193.90	68,074,446.73	不适用	34,103,382.57

利润				
经营活动产生的现金流量净额	-75,461,754.35	398,205,117.27	不适用	65,096,311.68
加权平均净资产收益率 (%)	-74.80	15.65	减少90.45个百分点	7.49
基本每股收益 (元 / 股)	-0.65	0.26	不适用	0.11
稀释每股收益 (元 / 股)	-0.65	0.26	不适用	0.11

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	108,962,455.79	82,157,653.55	39,456,683.04	53,971,569.69
归属于上市公司股东的净利润	-19,660,817.66	-57,716,787.47	1,818,045.49	-141,795,308.18
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	-19,663,614.84	-58,730,439.02	4,618,464.80	-89,906,604.84
经营活动产生的现金流量净额	-29,186,441.52	-30,523,048.66	-15,282,797.23	-469,466.94

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

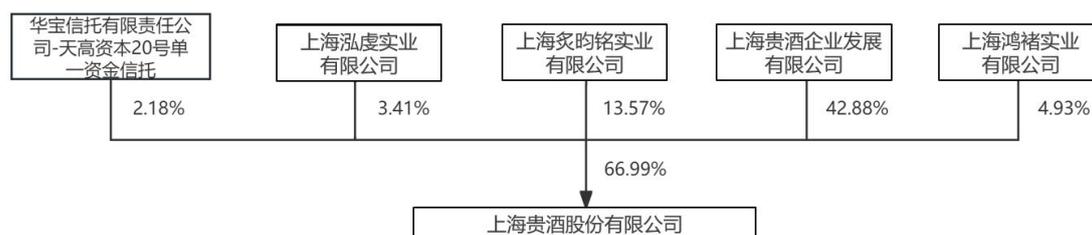
单位：股

截至报告期末普通股股东总数 (户)		45,972					
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数 (户)		44,304					
截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数 (户)		0					
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)		0					
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	
上海贵酒企业发展有 限公司	0	143,433,141	42.88	0	冻结	143,433,141	境内非 国有

							法人
上海炙灼铭实业有限公司	0	45,395,707	13.57	0	冻结	45,395,707	境内非国有法人
上海鸿褚实业有限公司	0	16,496,993	4.93	0	冻结	16,496,993	境内非国有法人
上海泓虔实业有限公司	0	11,414,404	3.41	0	冻结	11,414,404	境内非国有法人
华宝信托有限责任公司一天高资本 20 号单一资金信托	0	7,307,239	2.18	0	—	—	其他
白松		2,135,457	0.64	0	—	—	境内自然人
郑团社	489,200.00	1,841,000	0.55	0	—	—	境内自然人
星空华文国际传媒有限公司		1,701,700	0.51	0	—	—	境内非国有法人
黄炜		1,422,001	0.43	0	—	—	境内自然人
上海贵酒股份有限公司—2022 年员工持股计划	-702,987.00	713,613	0.21	0	—	—	其他
上述股东关联关系或一致行动的说明	上述股东中，上海贵酒企业发展有限公司与上海炙灼铭实业有限公司、上海泓虔实业有限公司、上海鸿褚实业有限公司、华宝信托有限责任公司一天高资本 20 号单一资金信托为一致行动人。公司未知其他股东是否存在关联关系或为一致行动人。						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	不适用						

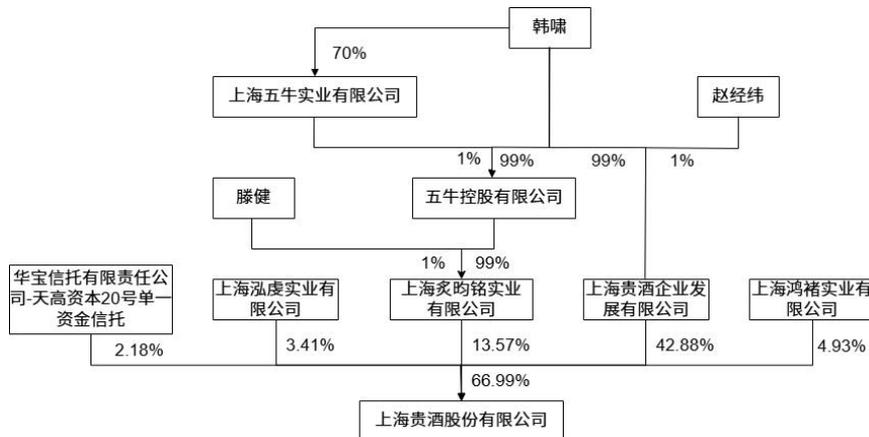
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√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。

见前述“一、经营情况讨论与分析”。

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

公司 2024 年度经审计的财务数据触及《上海证券交易所股票上市规则》第 9.3.2 条第一款第（一）项规定：“最近一个会计年度经审计的利润总额、净利润或者扣除非经常性损益后的净利润孰低者为负值且营业收入低于 3 亿元，或追溯重述后最近一个会计年度利润总额、净利润或者扣除非经常性损益后的净利润孰低者为负值且营业收入低于 3 亿元”，因此公司股票在 2024 年年度报告披露后实施退市风险警示（股票代码前冠以*ST）