

四川水井坊股份有限公司
二〇二五年年度
股东会会议资料

四川水井坊股份有限公司董事会办公室编制

2026年6月

目录

议案之一	3
公司董事会 2025 年度工作报告	3
议案之二	11
公司 2025 年度利润分配或资本公积转增股本预案	11
议案之三	12
公司《2025 年年度报告》及其摘要	12
议案之四	13
关于续聘立信会计师事务所（特殊普通合伙）的议案	13
议案之五	14
关于提名非独立董事候选人的议案	14
议案之六	15
关于向银行申请授信额度的议案	15
议案之七	16
关于公司董事、高级管理人员 2025 年度薪酬情况的议案	16
议案之八	17
关于制定公司《董事和高级管理人员薪酬管理制度》的议案	17
议案之九	18
关于公司董事、高级管理人员 2026 年度薪酬方案的议案	18
议案之十	19
关于购买董事和高级经理职业责任保险的议案	19
议案之十一	20
关于回购注销 2021 年员工持股计划部分股票的议案	20
议案之十二	21
关于减少注册资本暨修订《公司章程》的议案	21
十三、听取独立董事年度述职报告	22
独立董事 2025 年度述职报告	22

公司董事会 2025 年度工作报告

一、经营情况讨论与分析

2025 年，全球经济复苏动能减弱，地缘政治风险上升；国内经济顶压前行，展现出强大韧性，发展态势稳中有进。从行业层面来看，2025 年白酒行业在宏观经济周期、产业调整周期与政策调整的多重影响下进入深度调整阶段，商务宴请、宴席等传统消费场景恢复较缓，行业库存整体处于高位。

面对外部环境变化，公司坚持长期主义，主动放缓节奏，采取稳中求进的经营方针，围绕“平衡基础、深化调整、夯实发展”三个方向开展主动管理，通过实施阶段性停货，调控发货节奏，有效推动社会库存回归合理水平；通过动态优化销售目标与节奏，有效缓解渠道资金压力。同时，发力新渠道，报告期内电商等新渠道表现突出，其中即时零售业务实现三位数增长。

在此基础上，公司围绕品牌、产品、终端与运营效率，系统夯实长期发展的基础。品牌方面，正式确立“水井坊”+“第一坊”双品牌体系，聚焦情感链接场景优化营销策略，签约品牌代言人，并围绕春节、端午、中秋三大节庆构建“节庆文化+品牌主张+产品体验”三位一体传播体系，持续强化“美事共庆首选之酒”的消费者心智。产品方面，打造真实年份酒标杆，推出“第一坊·晶狮”；迭代产品序列，发布“水井坊·井 18”；探索新消费场景，推出“水井坊·臻酿大师”及“水井坊·珍心珍意·清漾 29°”。终端与运营方面，强化核心终端建设，拓展新零售渠道，持续优化费用使用效率，深化降本增效。

在公司主动管理之下，自 2025 年第三季度以来，公司收入和利润均呈现逐季度跌幅缩窄的态势，收入端，2025 年四季度环比三季度降幅收窄 7 个百分点，2026 年一季度环比 2025 年四季度降幅收窄 37 个百分点；利润端，2025 年四季度环比三季度降幅收窄 12 个百分点，2026 年一季度环比 2025 年四季度降幅收窄 53 个百分点。总体来看，公司认为 2025 年业绩变化主要为行业周期与公司主动调整叠加的结果，现阶段结构优化与渠道维护符合行业回归价值逻辑，并为未来稳健发展奠定更坚实基础。

具体来看，报告期内公司开展主动管理的各项工作情况如下：

（一）平衡基础、维护渠道健康

2025 年度，面对白酒行业深度调整的外部环境，公司以维护渠道健康为优先目标，选择主动做减法，适度控制发货节奏、优化库存结构、缓解渠道资金压力，为未来公司发展夯实健康基础，并有效避免短期激进增长带来的风险积累。

1、主动调控供给节奏，推动库存回归合理。 报告期内，公司实施阶段性主动控货，根据各区域市场实际动销情况灵活调节供给节奏，协同渠道消化库存，使社会库存逐步回归合理水平。同时，结合各市场的生意景气程度，动态优化销售目标与节奏，有效缓解渠道资金占用压力。

2、创新渠道合作机制，构建健康渠道生态。 报告期内，公司以新品为载体，深化渠道模式创新，切实保障渠道合作伙伴的健康发展：“井 18”采用创新的“合伙人”机制，以“三不两限一托底”政策构建健康渠道生态；而“第一坊”则推行“轻库存、重动销”策略，不向渠道压货，将营销资源重点投向动销端，有效维护了产品价值与渠道利润空间。

（二）深化调整、优化市场结构

公司年度内实施停货、优化买赠政策、提升市场秩序管理力度等系列调整措施，强化渠道信心与价格体系稳定性。短期内销售收入与发货量减少，但渠道库存质量、价格稳定性和分销结构均得到改善，为后续稳步恢复打下良好基础。

1、实施“停、管、收”策略，稳定价格体系。 报告期内，针对价格体系波动，公司对主力产品实施阶段性全面停货，主动调节市场供给；同时，通过强化线上价格管理与加大跨区窜货治理力度，有效维护区域价盘稳定，推动产品价格体系企稳回升，品牌价值与渠道利润得到有效维护。

2、升级市场秩序管理机制，提升治理效能。 报告期内，公司持续完善对跨区销售等违规行为的管理机制，优化反馈与处理流程，并引入第三方机构参与，提升市场秩序管理的专业性与执行效率，市场违规行为得到有效遏制。

（三）夯实发展、保持长期投入

在上述“平衡”与“调整”的基础上，公司保持对品牌建设、终端拓展、产品创新与组织能力的持续投入，优化费用使用效率以及改善各项生产力措施，体现公司坚持长期发展的战略导向，为行业周期调整结束后的竞争力提升创造条件。

1、品牌建设方面，

第一，落地双品牌战略。 报告期内，公司正式确立“水井坊”+“第一坊”双品牌发展体系。其中，“水井坊”主品牌聚焦次高端价格带，以“国保美酒”品质满足消费者在各类“走心”场景

中的用酒需求；“第一坊”则聚焦高端市场，依托“中国白酒第一坊”稀缺资产，打造博物馆级高端产品和收藏级体验，并在目标圈层树立高端品牌形象，实现对主品牌的价值反哺与协同赋能。

第二，深耕品牌消费场景。基于市场调研，公司洞察到消费场景正从传统商务宴请向更加多元的“走心”场景延伸，包括更为细分的宴席场景、日常情感链接场景及“悦己”消费场景等领域。公司据此调整营销策略，聚焦“走心”场景，通过品牌、产品、渠道、文化、战略投资等多维度优化，提升消费体验，扩容增长动能。

第三，签约品牌代言人。报告期内，公司签约国际著名影星梁朝伟先生为品牌代言人，基于双方在精神与品质层面的高度共鸣，此次合作不仅巩固了水井坊匠心传承的高端品牌形象，更通过其深沉内敛、富有故事感的形象，生动诠释了“喝美酒 庆美事”的品牌主张，拉近了与消费者的情感距离。

第四，聚焦节日场景营销。报告期内，公司持续强化节日情感链接，围绕春节、端午、中秋三大节庆，打造“节庆文化+品牌主张+产品体验”三位一体传播体系，强化“美事共庆首选之酒”的角色定位。在三大节庆期间通过与天坛、艺术家朱炳仁及文化 IP 合作，持续深化“开运第一杯”“顺意”“越聚越有福”等场景联想，使品牌在重大节庆中成为消费者情感表达的重要载体，深入绑定全年“美事”场景。同时，报告期内公司持续围绕“第一坊·敬第一”主线，聚焦上海劳力士大师赛等高端体育赛事开展圈层运营，提升品牌在目标圈层中的影响力。

第五，创新宴席体验。报告期内，针对白酒行业周期性调整下的库存积压痛点，公司聚焦 C 端开瓶率，创新设立消费者宴席增值体验活动。通过调研经销商与消费者需求，提升高端服务水平，以新颖、富有仪式感的品鉴互动满足高端消费者的多元宴请场景需求。报告期内公司已在成都、泉州等重点城市试点，客户反馈良好，促进了库存产品的开瓶与流转。



2、产品创新方面，

报告期内，公司重点推出“第一坊·晶狮”、“水井坊·井 18”及“水井坊·臻酿大师”等产品。

第一，打造真实年份酒标杆。“第一坊·晶狮”基酒全部选用十年以上真年份老酒，2025年6月，“第一坊”系列首批十年以上高端酒体通过中国酒业协会授权、方圆标志认证集团实施的年份酒产品认证，成为行业内少数获得权威背书的真实年份酒代表。报告期内，“第一坊”还荣获ISC国际烈酒挑战赛金奖及SFWSC旧金山世界烈酒大赛铜奖等多项国际殊荣。

第二，迭代产品序列。“水井坊·井18”于2025年8月上市，作为产品序列迭代的关键一步，以更高年份酒体占比实现品质跃升，依托“双国保”酿造技艺与可追溯年份酒体系，迅速切入宴席与关系维护场景，成为次高端价格带备受认可的年份酒代表。

第三，探索新消费场景。“水井坊·臻酿大师”于2026年1月登陆新零售渠道，通过与领先即时零售平台战略合作，开创高端白酒便捷消费的新模式；“水井坊·珍心珍意·清漾29°”通过电商渠道首发，以29度清雅口感创新性切入年轻消费群体与轻松社交场景，成功拓展品类边界。



3、终端拓展方面，

第一，强化核心终端建设。报告期内公司聚焦深度合作的核心终端网点，通过专项资源投入与服务赋能，将其打造为消费者培育和意见领袖互动的核心阵地。这一策略有效巩固了重点市场的生意基础，并形成标杆示范效应，辐射带动周边优质网点加入合作。

第二，拓展新零售渠道。报告期内，公司以消费者体验为核心，在传统电商与兴趣电商的基础上全面拓展新零售业态。通过与歪马、京东酒世界、酒小二等10余家酒类即时零售平台开展合作，实现即时零售业务的三位数增长；同时携手山姆、开市客、盒马等全国性新零售商超，启动线上线下融合合作，借力新零售渠道抢占新赛道。此外，报告期内公司顺应“适度饮酒、健康悦己”的消费趋势，布局中低度产品并在特定市场开展试点，主动适应消费变化。

4、改善生产力方面，

第一，优化费用使用效率。报告期内，为进一步优化销售费用率，公司推行“一城一策”的费用投入模式，将销售费用投放集中在品牌建设、渠道能力建设与消费者触达三大领域，旨在形成长

期的品牌资产积累与可持续的渠道能力建设。渠道层面，根据各区域特点制定个性化投入规划，确保费用投入围绕吸引消费者和渠道合理利润两大核心目标。品牌层面，为提升媒体投资回报率与营销费用利用效率，公司按城市类型定制传播方案，将预算向重点市场与高效渠道倾斜，通过持续的数据监控与战役复盘动态调整投放策略，以保障品牌声量增长的同时降低投放成本。

第二，深化降本增效。报告期内，公司深入开展降本增效工作：优化组织架构与预算管理，严控行政开支；推进销售费用精益管理，关停低效营销项目，聚焦核心市场与高回报渠道。同时，为提升运营效率与投入产出水平，公司建立了费用使用效率动态评估机制，以推动资源向优质业务集中，助力公司未来实现高质量可持续发展。

着眼全年，公司主动识变应变，以阶段性主动调整应对行业深度调整。短期业绩虽承压，但通过控量稳价、深化渠道治理与夯实长期投入，守住了发展基本盘，并夯实了未来轻装上阵的基础。公司认为当下的调整将转化为未来成长的韧性，为公司实现更高质量的发展积蓄动能。

二、报告期内主要经营情况

2025年，公司实现营业收入3,037,761,624.63元，实现营业利润581,811,357.17元，实现净利润（归属于母公司）405,888,019.70元，营业收入较2024年下降41.77%，营业利润较2024年下降68.06%，净利润较2024年下降69.73%。

三、关于公司未来发展的讨论与分析

（一）行业格局和趋势

1、白酒行业正处于政策调整、消费结构转型与存量竞争“三期叠加”的深度调整阶段，当前行业虽面临不少挑战，但白酒作为中国传统文化载体，消费需求稳固，调整阵痛是行业优化的必经阶段，长期来看白酒行业仍将保持较强的发展韧性。

2、白酒行业呈现挤压式增长的格局，整体从增量市场进化到了存量市场；而行业“马太效应”日益显著，头部集中效应持续强化，名优酒企的市场份额进一步扩大，小型酒企加速退出。

3、行业发展模式正经历深刻变革，从高速增长转向高质量发展，从“规模扩张”向“价值深耕”转型，结构性分化特征日益显著。

4、白酒行业正经历由人口代际变化驱动的消费结构深刻调整，80后、90后逐步成为白酒消费主力，传统白酒品牌面临如何进行品牌年轻化的挑战。

5、在行业健康化、年轻化趋势下，消费动机由“悦人”向“悦己”延伸，个人独酌、轻社交场景占比显著提升，低度化、利口化成为产品重要创新方向。大型酒企逐步从“卖产品”向“经营用户”转型，品牌叙事由社交工具属性向悦己生活方式共情者跃迁，用户情感链接能力成为重要竞争

壁垒。

6、白酒 300-800 元次高端价格带当前处于调整期，但中长期随着中产人群扩大，仍具扩容空间；800 元以上高端价位带在白酒行业销售总额中仍占据重要份额，是构建品牌壁垒、巩固行业地位的战略制高点。

（二）公司发展战略

深刻把握市场趋势与消费者需求，根据水井坊品牌积淀和优势，通过品牌、产品、渠道、文化、战略投资五大维度的变革，为消费者提供极致消费体验，持续扩容增长动能，实现水井坊长期健康、跨越式发展。

（三）经营计划

2026 年，面对依然错综复杂的宏观环境与产业变革深水区，公司将坚持长期主义与高质量发展并重的经营方针，以“精细化运营”为抓手，以“守正创新”为突破，以“价值投资”为引擎，系统推进品牌、产品、渠道等核心领域的深耕与升级，着力筑牢基本盘，增强经营韧性，全面提升公司穿越周期的内生动力。

具体来看，公司将主要从以下几方面开展工作：

1、品牌计划

第一，在 300-800 元次高端价格带，公司将以“喝美酒庆美事”为核心，联动代言人梁朝伟先生，持续聚焦核心节庆，通过主题产品开发、场景化内容传播及私宴品鉴会等方式，深度绑定美事消费场景。第二，拓展商务宴请、礼赠收藏等细分领域，借助代言人联名款与定制广告构建更立体高频的消费联结，持续强化品牌心智。第三，公司将积极参与并推动行业真年份认证等相关标准建设，以透明化、可追溯的品质表达，充分发挥成都产区“都市名酒”的区位优势，实现 600 余年不间断酿造的酒坊传承与现代品质表达体系的深度融合。第四，针对“第一坊”超高端产品线，公司将依托稀缺老窖池、古法技艺与文化积淀，打造兼具收藏价值与身份象征的产品体系，满足高端消费者对稀缺性与文化归属感的需求。

2、产品计划

第一，公司将持续迭代升级产品序列，深度融合双曲合香、双轮发酵非遗技艺与数字化品控，强化“双国保”酿造底蕴，凸显年份酒价值，持续推动品牌高端化与品牌结构升级。第二，针对“水井坊·第一坊”系列，公司将依托“真年份·真博物馆”策略，联合中国酒业协会及方圆标志认证集团，构建可测量、可追溯的年份酒体系，将“真年份”塑造成硬性品质标杆。第三，公司将聚焦多元消费场景与新兴客群，持续推新并探索多元价格带布局，以更丰富的产品矩阵拓展更广阔的市

场空间。第四，公司将持续深耕新零售，围绕新消费场景与新消费人群开发专属产品：培育“臻酿大师”成为电商核心单品；通过“珍心珍意·清漾 29°”满足年轻女性等群体需求；开发不同毫升数的小规格产品，拓展即饮场景。

3、营销计划

公司将聚焦渠道深耕与消费场景拓展，持续优化营销体系，推动生意健康可持续增长。主要举措包括：第一，深化核心大店建设，甄选市场核心售点定向投入资源，结合代言人宣传，将其打造为品牌形象展示窗、消费者体验枢纽与动销压舱石。第二，发力宴席场景生态，围绕消费者需求提供差异化宴席增值服务，提升消费体验，并通过短视频平台持续推广，强化宴席用酒氛围与品牌粘性。第三，深化重点区域与重点客户合作，针对高潜力市场精准赋能，深化合作，建立更多优势市场。第四，顺应白酒“低度化”趋势，积极布局中低度市场，发掘新增长机会。第五，加强市场秩序管控，严控跨区行为，维护价格体系稳定，保障客户利润，确保生意健康可持续发展。第六，加速“水井坊·井18”与“第一坊”的生意拓展，通过合伙人模式维护渠道健康、建立渠道信心，强化产品核心卖点，为消费者提供高品质产品与体验。第七，持续发力即时零售渠道，拓展商超、便利店及电商平台等，以线上线下联动创新营销，启动新零售业务的第二增长曲线。

4、其他计划

第一，持续深化公司质量与食品安全文化建设，提升管理人员专业能力；推行端到端的全面质量管理，从粮食源头到产品出厂全链条进行质量与食品安全的层层管控。第二，持续完善 ESG 治理体系，优化管理机制与制度保障，稳步推进“水井坊 2035 可持续发展目标”各项议程，审慎应对可持续发展领域的风险与机遇。环境管理方面，公司将持续践行节能减排、水资源管理、绿色供应链、绿色运营等重点领域的实践。社会责任方面，公司将深耕乡村振兴与社区共建，完善志愿者服务体系，携手合作伙伴共筑可持续发展生态，以扎实的 ESG 实践护航企业长期价值创造。

（四）可能面对的风险

1、行业周期调整风险。

当前，白酒行业正处于政策调整、消费结构转型与存量竞争“三期叠加”的深度调整阶段，酒企、经销商及终端均面临严峻挑战。为应对上述风险，公司将采取以下应对措施：

第一，持续强化核心品类优势，主动迎合消费理性化与品质化趋势，通过产品真实年份将品质战略具象化，为消费者提供高品质饮用体验；依托品牌代言人建立消费者情感共鸣与消费信任，提升品牌价值，激活购买意愿。

第二，聚焦核心及潜力经销商，通过资源聚焦与重点客户赋能强化市场影响力，发掘生意潜力，

构建更具韧性的渠道生态，实现厂商共赢。

第三，推进营销端组织能力提升，通过系统化信息沟通与优秀执行力的学习推广，结合激励机制，全面提升销售人员的专业素质与服务水平。

2、市场竞争风险。

近年来白酒行业整体呈现挤压式增长格局，行业集中度不断提升，市场份额争夺更加激烈。针对上述风险，公司将围绕产品品质与渠道健康两大核心抓手进行强化，以“水井坊·井18”、“第一坊”为载体，深化“合伙人”模式，推动厂商关系向“风险共担、利益共享”的价值共同体升级，稳定渠道盈利能力。同时，在各区域推行平台商合作模式，实现战略同频与秩序共治，通过厂商协同共同应对市场挑战。

请各位股东审议。

四川水井坊股份有限公司董事会

议案之二

公司 2025 年度利润分配或资本公积转增股本预案

经立信会计师事务所（特殊普通合伙）审计，公司 2025 年度年末未分配利润情况如下：

单位：元

项目	合并报表（归属于母公司）	母公司报表
本报告期实现净利润	405,888,019.70	192,007,446.84
减：提取法定盈余公积		
减：分配 2024 年现金股利	470,101,574.06	470,101,574.06
加：年初未分配利润	4,112,952,370.62	2,935,370,076.87
本期可供分配利润	4,048,738,816.26	2,657,275,949.65

公司 2025 年度分配预案：公司拟向全体股东每 10 股派发现金股利 2.55 元（含税），截至 2026 年 4 月 28 日，公司总股本 487,503,198 股，扣除公司目前回购专用证券账户的股份 2,862,400 股，以 484,640,798 股为基数计算合计拟派发现金红利 123,583,403.49 元（含税），剩余未分配利润结转至以后年度。公司 2025 年度不进行资本公积金转增股本。在实施权益分派的股权登记日前公司总股本扣除公司回购专用证券账户中的回购股份的基数发生变动的，拟以每 10 股派发现金股利的金额不变，相应调整分配总额。

请各位股东审议。

四川水井坊股份有限公司董事会

议案之三

公司《2025 年年度报告》及其摘要

本公司根据中国证监会《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 2 号——年度报告的内容与格式》《上海证券交易所股票上市规则》等有关规定，结合公司 2025 年生产经营实际情况，编制了 2025 年年度报告及其摘要。

2026 年 4 月 28 日，公司召开的十一届董事会 2026 年第一次会议审议通过了公司《2025 年年度报告》及其摘要，具体内容详见公司 2026 年 4 月 30 日在上海证券交易所网站 (<http://www.sse.com.cn>) 与公司指定的信息披露媒体披露的《水井坊 2025 年年度报告》《水井坊 2025 年年度报告摘要》。

请各位股东审议。

四川水井坊股份有限公司董事会

议案之四

关于续聘立信会计师事务所（特殊普通合伙）的议案

公司拟续聘立信会计师事务所(特殊普通合伙)为公司审计机构,负责本公司2026年财务报告及内部控制审计工作,聘期一年;立信会计师事务所(特殊普通合伙)已连续为本公司提供审计服务2年;本报告期内支付给立信会计师事务所(特殊普通合伙)财务报告和内部控制审计费用共计135万元;2026年度聘请立信会计师事务所(特殊普通合伙)财务及内部控制审计服务费用预计与2025年持平。

请各位股东审议。

四川水井坊股份有限公司董事会

议案之五

关于提名非独立董事候选人的议案

根据《公司法》《公司章程》等有关规定，并结合公司实际情况，经董事会提名委员会审查通过，公司董事会提名干晓峰先生为公司十一届董事会非独立董事候选人，任期同本届董事会。

干晓峰先生简历如下：

干晓峰，男，54岁，国籍：中国，本科学历。历任荷兰喜力啤酒东南区销售负责人，华润雪花啤酒广东区域公司副总经理兼销售公司总经理，华润雪花啤酒总部夜场部总经理，华润雪花啤酒海南销售分公司总经理，华润酒业山东景芝白酒公司总经理。

截至公告日，干晓峰先生未持有公司股份，不存在《上海证券交易所上市公司自律监管指引第1号——规范运作》第3.2.2条所列情形。

请各位股东审议、选举。

四川水井坊股份有限公司董事会

议案之六

关于向银行申请授信额度的议案

为保证公司稳健及可持续发展，考虑公司在运营及发展战略上的资金需求，自 2025 年年度股东会召开之日起至 2026 年年度股东会召开之日止，公司（含全资子公司）拟申请银行授信额度累计不超过人民币 40 亿元。授信期限内，授信额度可以循环使用，具体融资期限、实施时间等按公司与相关银行最终商定的内容和方式执行。同时，为提高工作效率，提请股东会授权经营管理层在银行授信额度总额范围内根据资金需求签署相关协议及文件。

请各位股东审议。

四川水井坊股份有限公司董事会

议案之七

关于公司董事、高级管理人员 2025 年度薪酬情况的议案

7.01 审议通过《关于公司董事 2025 年度薪酬情况的议案》

未在公司兼任经营管理职务的董事未在公司领取薪酬，兼任公司经营管理职务的董事仅领取对应经营管理职务报酬。

公司董事会、薪酬与考核委员会根据相关规定并结合 2025 年度绩效考核结果，对兼任公司经营管理职务的董事薪酬进行了确认，2025 年度兼任公司经营管理职务的董事薪酬情况具体详见《水井坊 2025 年年度报告》第四节“公司治理、环境和社会”。

7.02 审议通过《关于公司独立董事 2025 年度薪酬情况的议案》

2025 年度独立董事薪酬方案：独立董事薪酬根据公司 2023 年年度股东会审议通过的《关于调整独立董事津贴的议案》（每年 15 万元）执行。

7.03 审议通过《关于公司高级管理人员 2025 年度薪酬情况的议案》

公司董事会、薪酬与考核委员会根据相关规定并结合 2025 年度绩效考核结果，对公司高级管理人员薪酬进行了确认，2025 年度公司高级管理人员薪酬情况具体详见《水井坊 2025 年年度报告》第四节“公司治理、环境和社会”。

请各位股东审议。

四川水井坊股份有限公司董事会

议案之八

关于制定公司《董事和高级管理人员薪酬管理制度》的议案

依据《中华人民共和国证券法》《中华人民共和国公司法》《上市公司治理准则》等相关法律法规及公司的《章程》《薪酬与考核委员会实施细则》等相关公司内部制度的规定，并结合公司实际情况，公司制定了《董事和高级管理人员薪酬管理制度》。

本制度的具体内容详见公司于2026年6月10日在上海证券交易所网站（www.sse.com.cn）披露的《水井坊董事和高级管理人员薪酬管理制度》。

本制度自2025年年度股东会审议通过之日起生效。

请各位股东审议。

四川水井坊股份有限公司董事会

议案之九

关于公司董事、高级管理人员 2026 年度薪酬方案的议案

9.01 《关于公司非独立董事 2026 年度薪酬方案的议案》

未在公司任职的非独立董事不在公司领取薪酬，在公司任职的非独立董事及董事长领取对应岗位薪酬。

公司制定了在公司任职的非独立董事和董事长 2026 年度薪酬方案，主要内容如下：在公司任职的非独立董事总薪酬包括基本薪酬、绩效薪酬、长期激励、津贴及其他福利。董事长总薪酬包括基本薪酬、绩效薪酬、津贴及其他福利。前述两者的绩效薪酬占比原则上均不低于基本薪酬与绩效薪酬总额的 50%，且均有一定比例的绩效薪酬在年度报告披露和绩效评价后支付。

9.02 《关于公司独立董事 2026 年度薪酬方案的议案》

2026 年独立董事薪酬方案根据 2023 年年度股东会审议通过的《关于调整独立董事津贴的议案》（每年 15 万元）执行。

9.03 《关于公司高级管理人员 2026 年度薪酬方案的议案》

公司制定了高级管理人员 2026 年度薪酬方案，主要内容如下：高级管理人员总薪酬包括基本薪酬、绩效薪酬、长期激励、津贴及其他福利，绩效薪酬占比原则上不低于基本薪酬与绩效薪酬总额的 50%，且有一定比例的绩效薪酬在年度报告披露和绩效评价后支付。

请各位股东审议。

四川水井坊股份有限公司董事会

议案之十

关于购买董事和高级经理职业责任保险的议案

为保障董事和高级经理的合法权益，降低其在履职过程中可能引致的风险，以激励其更好地履行职责，根据中国证监会《上市公司治理准则》《公司章程》等相关规定，公司拟为董事和高级经理购买职业责任保险，并授权公司管理层办理责任保险购买相关事宜。责任保险具体内容如下：

投保人：四川水井坊股份有限公司

保险人：中国平安财产保险股份有限公司

被保险人：

1、投保人

2、公司董事和高级经理

保险责任：在保险期限内，被保险人因保险合同承保的非故意违法行为而被他人提出民事赔偿请求而依法应承担的民事赔偿金，以及被保险人为应对持股行权而产生的行权响应费用、被保险人为避免或降低因赔偿请求可能带来的不利影响而产生的危机管理费用、被保险个人因遭受个人非证券类赔偿请求而产生的法律服务费用，保险公司对被保险人负赔偿责任（免赔额除外）。

责任限额：累计赔偿限额为 10,000 万元，具体分项限额以承保方案中约定为准。

承保范围：全球，但投资者民事索赔会基于中华人民共和国（不包括港澳台地区）的相关法律

承保期限：12 个月（自保单签署之日起）

保险费：预计全部在 22.8 万元以内

请各位股东审议。

四川水井坊股份有限公司董事会

议案之十一

关于回购注销 2021 年员工持股计划部分股票的议案

公司于 2026 年 6 月 8 日召开的十一届董事会 2026 年第二次会议审议通过了《关于回购注销 2021 年员工持股计划部分股票的议案》。截至 2026 年 6 月 10 日，公司 2021 年员工持股计划持有公司股份 129,199 股，占公司总股本的 0.03%，其中未解锁份额对应的股份为 129,150 股，已解锁份额对应的股份为 49 股，因不足 100 股尚无法出售。

本次拟回购注销未解锁股份 129,150 股，预计本次回购股份注销后公司股本结构变动情况如下：

股份性质	本次变动前		本次变动	本次变动后	
	数量（股）	比例（%）	数量（股）	数量（股）	比例（%）
有限售条件股份	0		—		0
无限售条件股份	487,503,198	100.00	-129,150	487,374,048	100.00
总计	487,503,198	100.00	-129,150	487,374,048	100.00

注：股本结构变动情况以股份注销完成后中国证券登记结算有限责任公司出具的股本结构表为准。

本议案具体内容详见公司 2026 年 6 月 10 日在上海证券交易所网站 (<http://www.sse.com.cn>) 与公司指定的信息披露媒体披露的《关于回购注销 2021 年员工持股计划部分股份的提示性公告》（公告编号：2026-014）。

请各位股东审议。

四川水井坊股份有限公司董事会

议案之十二

关于减少注册资本暨修订《公司章程》的议案

如本会议资料议案十一所述原因，在公司股份总数不发生其他变动的前提下，129,150 股股票注销完成后，公司总股本将由 487,503,198 股减少至 487,374,048 股，注册资本也将做相应调整。同时，根据《公司法》《上市公司章程指引》等相关法律法规，结合公司实际情况，公司拟对《公司章程》有关条款进行修订：

原条款	修改后条款
第六条 公司注册资本为人民币 487,503,198 元。	第六条 公司注册资本为人民币 487,374,048 元。
第二十条 公司股份总数为 487,503,198 股,公司的股本结构为:普通股 487,503,198 股。	第二十条 公司股份总数为 487,374,048 股,公司的股本结构为:普通股 487,374,048 股。

除上述内容修改外，《公司章程》的其它内容不变。公司同时提请股东会授权经营管理层办理修改《公司章程》涉及的工商变更等相关手续。

请各位股东审议。

四川水井坊股份有限公司董事会

十三、听取独立董事年度述职报告

独立董事 2025 年度述职报告

本公司全体独立董事严格按照《公司法》《上市公司治理准则》《上市公司独立董事管理办法》等法律、法规及《公司章程》《公司独立董事制度》的规定和要求，勤勉、尽责、忠实地履行了独立董事职务。

公司2025年度在任的4位独立董事各自向本次年度股东会提交了《2025年度独立董事述职报告》，具体内容详见公司于2026年4月30日在上海证券交易所网站（www.sse.com.cn）披露的《水井坊2025年度独立董事述职报告（李欣）》《水井坊2025年度独立董事述职报告（张鹏）》《水井坊2025年度独立董事述职报告（饶洁）》《水井坊2025年度独立董事述职报告（戴志文）》。