证券代码：600779 证券简称：水井坊 公告编号：2026-018

四川水井坊股份有限公司关于回购注销2021年员工持股计划部分股份并减少注册资本暨通知债权人的公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担法律责任。

一、通知债权人的原由

四川水井坊股份有限公司(以下简称“公司”)于2026年6月8日召开了十一届董事会2026年第二次会议，并于2026年6月30日召开了2025年年度股东会，均审议并通过了《关于回购注销2021年员工持股计划部分股票的议案》《关于减少注册资本暨修订<公司章程>的议案》。鉴于公司2021年员工持股计划部分授予对象离职、考核未达标，其未解锁份额对应的129,150股股票，由公司按55.00元/股进行回购注销，回购资金总额为7,103,250元，。在公司股份总数不发生其他变动的前提下，本次注销完成后，公司股份总数将由487,503,198股减少至487,374,048股，注册资本也将做相应调整。

具体内容详见公司分别于2026年6月10日、2026年7月1日披露于《中国证券报》《上海证券报》《证券时报》《证券日报》和上海证券交易所网站(www.sse.com.cn)上的《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)、《关于减少注册资本暨修订<公司章程>的公告》(公告编号：2026-015)及《2025年年度股东会决议公告》(公告编号：2026-017)。

二、需债权人知晓的相关信息

公司本次回购注销2021年员工持股计划部分股票将导致注册资本减少，根据《中华人民共和国公司法》等相关法律、法规的规定，特此通知债权人。公司债权人自接到公司通知之日起30日内、未接到通知者自本公告披露之日起45日内，均有权凭有效债权文件及相关凭证要求公司清偿债务或者提供相应担保。债权人未在规定期限内行使上述权利的，本次注销将按法定程序继续实施。公司债权人如要求公司清偿债务或提供相应担保的，应根据《中华人民共和国公司法》等法律、法规的有关规定向公司提出书面要求，并随附有关证明文件。

债权人可采取现场、邮寄等方式进行申报，债权申报联系方式如下：

(1)申报地址：四川省成都市金牛区金兴路9号公司董事会办公室

(2)申报时间：2026年7月2日起45日内(工作日：9:00--17:30)。以邮寄方式申报的，申报日以寄出邮戳日或快递公司发出日为准。

(3)联系人：水井坊董事办

(4)联系电话：028-86252847

特此公告

四川水井坊股份有限公司

董 事 会

二〇二六年七月二日

证券代码：600779 证券简称：水井坊 公告编号：2026-019

四川水井坊股份有限公司十一届董事会2026年第三次临时会议决议公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担法律责任。

四川水井坊股份有限公司(以下简称“公司”)于2026年6月30日以通讯表决方式召开了十一届董事会2026年第三次临时会议。会议通知于2026年6月25日通过电子邮件方式送达全体董事。会议应参加表决董事12人，实际参加表决董事12人(其中：委托出席董事1人，董事John O’Keeffe因工作原因委托董事Haiying Cheng出席本次会议)。会议的召集、通知、召开时间、方式及出席人数均符合《公司法》《公司章程》及相关法律法规的规定，合法、有效。经与会董事充分审议，会议于2026年6月30日通过如下决议：

一、审议通过了公司《关于调整公司董事会专门委员会成员的议案》

因公司2025年年度股东会选举了非独立董事干晓峰先生加入十一届董事会，根据《公司法》《公司章程》的有关规定，补选干晓峰先生担任十一届董事会战略委员会及提名委员会委员，任期与十一届董事会任期一致。调整后的专门委员会人员组成如下：

战略委员会：John Fan(范祥福)(召集人)、干晓峰、蒋磊峰、John O’Keeffe、Haiying Cheng、张永强、Shannon Job、张鹏、王成兵

审计委员会：饶浩(召集人)、张鹏、李欣、Haiying Cheng、Shannon Job、戴志文、张永强

提名委员会：张鹏(召集人)、饶浩、李欣、戴志文、John Fan(范祥福)、干晓峰、Haiying Cheng

薪酬与考核委员会：李欣(召集人)、张鹏、饶浩、John O’Keeffe、Haiying Cheng、戴志文、张永强

本议案表决情况：12票同意、0票反对、0票弃权。

特此公告

四川水井坊股份有限公司

董 事 会

二〇二六年七月二日

证券代码：600779 证券简称：水井坊 公告编号：2026-020

四川水井坊股份有限公司关于上海证券交易所对公司2025年年度报告的信息披露监管问询函的回复公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担法律责任。

四川水井坊股份有限公司(以下简称“公司”)于近期收到上海证券交易所《关于四川水井坊股份有限公司2025年年度报告的信息披露监管问询函》(上证公函【2026】0926号)(以下简称“《问询函》”)。公司高度重视，并与立信会计师事务所(特殊普通合伙)(以下简称“会计师”)对《问询函》关注的事项逐一核查，现将有关情况回复如下：

问询函问题一：关于经营业绩。年报显示，2025年度公司实现营业收入30.38亿元，同比下降41.77%，归母净利润4.06亿元，同比下降69.73%，净利率13.36%，较往年出现较大下降。公司主要有传统总代、新型总代、高端产品运营、新兴渠道运营四种销售模式，报告期内公司创新渠道合作机制，包括“合伙人”机制、“三不两限一托底”政策等，全年经销商数量净增加40家，但平均单经销商收入大幅下降。请公司：

1.结合公司的产品结构、定价策略、销量变动、成本费用情况、市场竞争格局、同行业可比公司情况等，说明公司营业收入、归母净利润、净利率大幅下降的原因；补充披露销售费用、管理费用等期间费用变动的具体原因；以及销售费用率、管理费用率显著高于同行业公司的原因及合理性；

【公司回复】：

1.公司产品结构及销量变动

单位：万元

产品类型	2025年度		2024年度		变动金额		2025年度收入占比	2024年度收入占比
	销量(吨)	收入	销量(吨)	收入	销量(吨)	收入		
高档	7,108.27	268,705.71	10,220.74	476,380.22	-3,112.47	-207,674.51	88.45%	91.31%
臻酿系列	6,078.54	223,584.51	8,744.01	384,798.38	-2,665.47	-161,213.87	73.60%	73.76%
井台系列	925.66	38,429.73	1,194.44	74,701.98	-268.77	-36,272.26	12.65%	14.32%
其他	104.07	6,691.47	282.29	16,879.85	-178.23	-10,188.38	2.20%	3.24%
中档	1,342.14	17,361.52	1,704.61	26,435.55	-362.47	-9,074.03	5.72%	5.07%
天号陈	868.34	10,599.38	1,015.89	14,307.22	-147.56	-3,707.84	3.49%	2.74%
水井系列	214.53	3,106.84	208.26	4,197.34	6.27	-1,090.50	1.02%	0.80%
其他	259.27	3,655.30	480.45	7,930.99	-221.18	-4,275.70	1.20%	1.52%
成品酒收入合计	8,450.41	286,067.23	11,925.34	502,815.77	-3,474.94	-216,748.54	94.17%	96.38%
散酒收入	15,388.41	16,127.94	16,758.99	16,751.75	-1,370.58	-623.80	5.31%	3.21%
其他销售业务	-	1,580.99	-	2,108.85	-	-527.86	0.52%	0.41%
营业收入合计	-	303,776.16	-	521,676.37	-	-217,900.21	100.00%	100.00%

从上表来看，本年度公司主要产品结构未发生显著变动，公司主营产品系核心品臻酿系列，占公司营业收入的比重在70%以上。

本年度公司营业收入下降主要系受市场竞争环境变化影响，白酒销量下降以及吨酒单价下降所致；公司成品酒营业收入同比减少21.67亿元，其中核心品臻酿系列，销量减少2,665吨，营业收入减少16.12亿元，井台系列销量减少269吨，营业收入减少3.63亿元，其他非成品酒类营业收入减少0.12亿元，合计导致公司本年度营业收入减少21.79亿元。

2.公司定价策略

公司定价采用以品牌价值与历史文化稀缺性为主、参考主要竞品同价位带定价、兼顾成本与渠道合理利润的综合定价方法，本年度公司定价策略未发生显著变动。

3.成本费用情况

单位：万元

科目	2025年度	2024年度	变动金额	变动比例	2025年度费率比	2024年度费率比	费率变动百分点
营业收入	303,776.16	521,676.37	-217,900.21	-41.77%			
营业成本	61,223.85	89,957.45	-28,733.60	-31.94%	20.15%	17.24%	2.91%
税金及附加	50,592.64	79,582.35	-28,989.71	-36.43%	16.65%	15.26%	1.40%
销售费用	85,319.49	130,744.18	-45,424.69	-34.74%	28.09%	25.06%	3.02%
管理费用	48,060.44	42,782.36	5,278.08	12.34%	15.82%	8.20%	7.62%
财务费用	166.17	-1,953.36	2,119.53	-108.51%	0.05%	-0.37%	0.43%
研发费用	3,297.85	3,757.86	-460.01	-12.24%	1.09%	0.72%	0.37%

从上表来看，本年度公司营业收入较上年同期减少21.79亿元，但在成本费用端，因折旧摊销、人员成本等固定费用具有刚性，故未随收入下降而同比例减少，导致费用总额未能实现同比例下降(具体变动分析详见后附“销售费用及管理费用变动分析”)。

在“销量下降、吨酒单价下降、固定费用刚性”等多重因素的叠加影响下，本年度公司归母净利润及净利率出现较大幅度下降。

4.市场竞争格局

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，受市场竞争环境变化影响，本年度销量及吨酒单价均出现下降，市场竞争格局加剧系营业收入下降的主要影响因素。

5.行业可比公司情况等

单位：万元

同行业可比公司	营业收入	同比	净利润	同比	净利率	同比
水井坊(600779.SH)	303,776.16	-41.77%	40,588.80	-69.7%	13.36%	-12.34%
老白干酒(600559.SH)	412,147.35	-23.07%	42,978.13	-45.4%	10.43%	-4.26%
舍得酒业(600702.SH)	441,921.85	-17.51%	40,584.08	-35.8%	9.18%	-2.62%
金徽酒(603919.SH)	291,847.26	-3.40%	33,717.85	-11.4%	11.55%	-1.04%
酒鬼酒(000799.SZ)	110,784.76	-22.17%	-3,395.18	-371.8%	-3.06%	-3.94%
迎驾贡酒(603198.SH)	601,872.69	-18.04%	198,938.83	-23.3%	33.05%	-2.27%
古井贡酒(000596.SZ)	1,883,198.26	-20.13%	364,052.15	-36.2%	19.33%	-4.87%
今世缘(603369.SH)	1,018,069.83	-11.81%	260,369.07	-23.7%	25.57%	-3.98%

数据来源：上市公司披露报告(深交所/上交所)

从上表来看，同行业可比公司受白酒行业调整影响，均出现收入、利润、净利率不同幅度的下降，且利润下降幅度均大于收入下降幅度，系行业调整期的共同特征。公司收入及利润变动趋势与行业整体保持一致，不存在偏离行业的异常情形。

综上，本年度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。为维护健康的渠道环境、稳定价值链、提振市场信心，公司采取控货挺价、升级完善渠道管控等措施。本年度营业收入、归母净利润、净利率大幅下降主要为市场竞争环境变化与公司主动调整叠加的结果。

6.销售费用明细及变动情况

单位：万元

项目	2025年	2024年	同比
销售费用	85,319.49	130,744.18	-34.74%
广告费及促销费	62,139.54	100,743.55	-38.32%
职工薪酬	16,669.92	24,169.49	-31.03%
差旅和交通	872.84	2,086.36	-58.16%
仓储保管费	1,583.51	1,679.67	-5.72%
经营办公费	512.95	521.58	-1.65%
其他	3,540.74	1,543.54	129.39%

销售费用下降的原因主要系广告促销费及职工薪酬下降所致，本年度公司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，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。受上述措施影响，本年度广告及促销费减少3.86亿元，下降38.32%，与收入下降幅度趋同；因行业环境变化，对销售人员进行精简并根据业绩达成情况调整奖金系数，职工薪酬减少7,500万元，下降31.03%。

7.管理费用明细及变动情况

单位：万元

项目	2025年	2024年	同比
管理费用	48,060.44	42,782.36	12.34%
职工薪酬	27,191.36	22,908.34	18.70%
折旧摊销费	9,845.19	8,477.76	16.13%
经营办公费	6,852.37	8,072.67	-15.12%
修理及装修费	1,238.95	790.07	56.81%
差旅和交通	453.00	582.11	-22.18%
绿化排污费	229.77	243.67	-5.70%
服务费	224.69	154.18	45.73%
装卸运输费	145.54	121.71	19.58%
保险费	123.97	116.16	6.73%
产品设计费	0.37	0.36	3.25%
其他	1,755.22	1,315.34	33.44%

管理费用增加的原因主要系职工薪酬、折旧摊销费用及修理费用增加所致，本年度公司推进人员精简计划，辞退补偿金发生额约4,400万元；折旧与摊销费用系受2024年3月邛崃项目一期转固影响，上年折旧非全年口径进行计提以及邛崃一期部分资产在2025年转固，本年度折旧摊销增加1,367万元；修理及装修费增加，主要系邛崃项目投入运营，维护保养支出增加。

需说明的是，人员精简在2025年期末进行，精简项目所带来的人员成本节约效应尚未体现在本年度的财务数据中。

8.同行业销售费用率及管理费用率对比

单位：万元

同行业可比公司	2025年			2024年		
	营业收入	营业收入	销售费用率	管理费用率	研发费用率	销售费用率	管理费用率	研发费用率
水井坊(600779.SH)	303,776.16	521,676.37	28.09%	15.82%	1.09%	25.06%	8.20%	0.72%
老白干酒(600559.SH)	412,147.35	535,750.39	27.48%	8.78%	0.27%	23.69%	7.27%	0.30%
舍得酒业(600702.SH)	441,921.85	535,706.91	25.80%	10.81%	1.86%	23.82%	10.17%	1.78%
金徽酒(603919.SH)	291,847.26	302,126.45	21.60%	10.65%	1.36%	19.73%	10.08%	1.80%
酒鬼酒(000799.SZ)	110,784.76	142,332.91	32.47%	13.98%	1.79%	42.94%	11.68%	1.41%
迎驾贡酒(603198.SH)	601,872.69	734,376.91	11.13%	4.29%	1.06%	9.06%	3.17%	1.11%
古井贡酒(000596.SZ)	1,883,198.26	2,357,792.81	28.98%	7.72%	0.47%	26.22%	6.12%	0.33%
今世缘(603369.SH)	1,018,069.83	1,154,438.94	23.12%	4.21%	0.49%	18.54%	4.02%	0.42%

数据来源：上市公司披露报告(深交所/上交所)

从上表可见，白酒行业的销售费用与营业收入之间存在一定的线性关系。公司投入销售费用旨在促进营收，具体包括广告宣传、促销费用以及销售人员成本。与可比公司相比，除迎驾贡酒外，本公司的销售费用比率基本处于行业平均水平，不存在明显偏高情形，无显著差异；管理费用方面，因其具有一定的刚性支出属性，主要包括固定支出、折旧摊销、职工薪酬等项目。当公司收入规模增长或下降时，由于规模效应的影响，固定费用的摊薄比率会相应受到影响。本年度在同等收入规模的公司中，公司的管理费用率处于同一水平，亦无明显偏高。

本年度公司陆续推行了改善生产力的各项措施，持续深化降本增效工作。例如，经营办公费、差旅交通费较上年度分别实现了约15%、20%的降幅，同时人员精简工作也在稳步推进。因人员精简，公司产生了一次性的辞退补偿成本4,400万元。剔除该因素影响后，公司的管理费用率为14%。需说明的是，人员精简所带来的成本节约效应，尚未体现在2025年的财务数据中，该部分节约效应预计在后续会计期间逐步释放，对公司未来期间的管理费用率改善产生积极影响。

综上，公司销售费用率及管理费用率均处于行业合理区间，与同规模、同类型的可比公司相比不存在显著差异。本年度公司主动实施的降本增效措施已取得阶段性成果，相关一次性支出已充分披露，费用率变动具有商业合理性，符合行业调整期的普遍特征。

2.补充披露不同销售模式下公司与相关合作方的权利义务关系、主要合同条款约定等；最近3年不同销售模式下前五大客户的情况，包括名称、所在区域、合作年限、销售金额及占比、结算政策、期末往来款余额及期后回款情况，就变动较大之处说明原因；公司的客户和供应商之间是否存在重合、关联关系，客户及其关键人员与公司及关联方之间是否存在关联关系、股权或任职关系、其他资金或业务往来，如是，详细说明背景原因及合理性；

【公司回复】：

1.不同销售模式下公司与相关合作方的权利义务关系、主要合同条款约定等；

公司目前存在传统总代、新型总代、高端产品运营、新兴渠道运营四种销售模式，但合作模式均为经销商模式，其合同主要条款无显著差异。

公司四种销售模式基本情况列示如下：

项目	传统总代	新型总代	高端产品运营	新兴渠道运营
销售政策	常规投入一致 总代配备更多销售人员拓展区域生意，并台产品年度返利不同	常规投入一致 公司配备更多销售人员拓展生意，并台产品年度返利不同	基于高端品发展，进行投入 公司配备销售人员协助高端品公司拓展生意	常规投入一致 公司与新渠道经销商共同配备销售人员负责拓展生意
退货标准	除产品质量问题、包装标识瑕疵或法律法规规定情形外，公司原则上不接受经销商因市场销售情况、库存积压等经营原因提出的退货要求。			
各方权利义务	公司： 制定贸易激励政策和市场秩序维护管理等办法、交付产品、营销支持、提供相关证明文件经销商： 在本合同所约定经销区域和经销渠道内销售经销品项 建设和维护水井坊产品的营销体系 仅可按水井坊产品既有包装的形式销售水井坊产品 及时对进货、出货记录及其他信息沟通反馈 组建水井坊产品的专业营销团队 经销商自主承担市场经营风险，自主决定经营策略，并承担相应经营损益。			
贸易激励政策	公司给与经销商年度返利、季度返利、渠道投入和消费者投入			
风险报酬转移	商品控制权在经销商签收之后转移，公司对经销商签收后产品的短少、破损等不承担任何责任；商品控制权在经销商签收时转移，经销商自主决定后续销售，公司不再控制商品，也不承担后续市场价格波动风险。 公司对上述各类合作模式均按照统一收入确认政策执行，商品控制权转移至经销商时确认收入，不因合作模式不同而改变收入确认原则			
具体合作模式	经销商独立负责授权区域内的市场开拓、终端网络建设、客户关系维护及销售回款；公司提供营销支持和市场秩序管理，部分人员支持辅助完成市场拓展。经销商独立承担存货风险及经营费用。	经销商作为销售服务平台独立承担订单处理、物流仓储、收款及客户信用管理等后端运营职能，同时自主负责区域内的客户开发、销售谈判和合同签署等核心销售工作。为强化品牌终端服务能力，相对于传统总代模式，公司配备更多销售人员为经销商的市场拓展提供专业化协助，但不参与经销商的经营决策、定价及交易对手选择。经销商独立承担存货风险和信用风险。	经销商独立负责高端产品的客户开发、销售管理和售后服务，拥有自主定价权和客户选择权；公司配备销售人员协助经销商开展高端品牌推广和市场活动，支持其拓展生意，但经销商仍独立承担经营风险、货款回收责任及后端运营成本。	由不同的新渠道经销商负责不同电商、即时零售、全国重点零售客户等渠道的产品代理和销售，公司负责产品的设计、促销活动等，经销商销售人员负责平台的产品供应、运营管理等工作；但新兴渠道经销商仍独立采购、独立销售，并承担库存、信用及经营风险。
供销合同条款差异	不同合作模式对应不同业务特点，因此授权范围、供货对象、运营支持等条款存在一定差异；但产品购销、控制权转移、货款结算、退货安排等核心交易条款保持一致，不存在影响交易实质的重大差异。			一般条款与传统型渠道无差别，仅针对线上的授权范围，需要经销商交付相关平台账号及配合调取数据方面有特别约定。
	授权范围：一省或多省(不含港澳台) 有履约保证金要求 合同有效期限为一个财年周期，无续展约定		授权范围：全国(不含港澳台) 无履约保证金要求 合同有效期限为三个财年周期，达成合同目标可续展三年	授权范围：单一或多个指定平台或零售客户，同时约定指定经营的产品范围和期限，并以统一格式的经销授权书为准；有履约保证金要求；合同有效期限为一个财年周期，无续展约定。

公司与相关合作方的权利义务关系约定如下(主要以传统总代、新型总代合同条款约定为例)：

甲方(即本公司)的权利义务：

1)甲方有权根据其自身实际经营状况单方面制定贸易激励政策，具体详见本合同附件五《贸易激励政策》。乙方应当严格按照贸易激励政策的内容(包括但不限于贸易激励的适用对象、适用原则、适用期限、适用形式、适用相关要求)遵照执行，不得有异议。但是，如对贸易激励政策有任何疑问的，则可要求甲方进行解释。甲方对该贸易激励政策享有最终的解释权。对于这些政策的具体内容，甲方将以告知函、邮件或者其他形式告知乙方或者发至本合同指定联系邮箱。甲方依照