

年报阅读关注点备注

在阅读年报的时候，还有些关注点截了图，但因为不是很重要，所以文章里没用上。删除之前分享给大家，朋友们可以作为查漏补缺时使用。 主要是古井的，分众的很少，茅台的几乎没有。一个帖子最多只能放 9 张图，我分三个帖发出来，本帖为古井 1。



3、境内外会计准则下会计数据差异原因说明

☐适用 ☒不适用

2025.9.15 23.3

八、分季度主要财务指标

单位：元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	8,286,316,919.20	5,519,376,623.15	5,262,915,448.33	4,509,319,075.31
归属于上市公司股东的净利润	2,065,836,404.82	1,506,955,190.33	1,173,702,231.04	770,757,246.91
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	2,049,854,347.30	1,490,686,559.37	1,159,067,061.02	757,547,308.43
经营活动产生的现金流量净额	2,454,021,334.50	1,555,685,120.99	1,334,493,602.37	-616,547,184.01

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

1.白酒行业发展状况

2024年，行业经历了“先热后冷”的过程。春节前期，白酒需求旺盛，随后整体动销放缓。上半年行业整体呈现产量上升、收入增长、利润提升、行业分化明显、消费双理性及存量时代的特征。下半年强集中、强分化的发展态势愈发明显。

根据国家统计局、中国酒业协会公布的相关数据，2024年，全国规模以上白酒企业产量414.47万千升，同比下降1.80%；实现销售收入7,963.84亿元，同比增长5.3%，实现利润总额2,508.65亿元，同比增长7.76%。

2025年白酒行业预计将在存量竞争中持续分化，头部企业通过品牌、渠道和创新巩固优势，中小酒企需在细分市场寻找生存空间。行业增长逻辑呈现“存量竞争下的结构性分化”特征，核心驱动因素从过去的“量价齐升”转向“质效优先”和“多维创新”，同时政策、消费习惯和技术变革将成为关键变量。

划分类别	营业收入	营业成本	毛利率	营业收入比上年同期增减	营业成本比上年同期增减	毛利率比上年同期增减
按渠道划分						
线上	771,686,684.39	182,936,340.33	76.29%	5.81%	-3.13%	2.18%
线下	22,806,241,381.60	4,555,118,189.01	80.03%	16.81%	12.44%	0.78%
合计	23,577,928,065.99	4,738,054,529.34	79.90%	16.41%	11.75%	0.83%
划分类别	营业收入	营业成本	毛利率	营业收入比上年同期增减	营业成本比上年同期增减	毛利率比上年同期增减
按系列划分						
年份原浆	18,085,853,655.05	2,510,992,291.37	86.12%	17.31%	13.47%	0.47%
古井贡酒	2,240,744,336.42	951,251,966.29	57.55%	11.17%	13.11%	-0.72%
黄鹤楼及其他	2,538,460,722.08	713,786,227.33	71.88%	15.08%	-0.04%	4.25%
合计	22,865,058,713.55	4,176,030,484.99	81.74%	16.43%	10.83%	0.93%

2、按照区域分类经销商数量

区域	期末数量	报告期内增减数量
华北	1,360	136
华南	661	68
华中	3,041	238
国际	27	6
合计	5,089	448

门店销售终端占比超过 10%

单位：元

	2024 年		2023 年		同比增减
	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重	
营业收入合计	23,577,928,065.99	100%	20,253,526,598.02	100%	16.41%
分行业					
制造业	23,577,928,065.99	100%	20,253,526,598.02	100.00%	16.41%
分产品					
白酒业务	22,865,058,713.55	96.98%	19,638,756,672.91	96.97%	16.43%
酒店业务	86,256,197.47	0.36%	83,688,162.68	0.41%	3.07%
其他	626,613,154.97	2.66%	531,081,762.43	2.62%	17.99%
分地区					
华北	1,979,406,985.66	8.40%	1,842,994,377.93	9.10%	7.40%
华中	20,150,945,972.42	85.46%	17,106,718,631.38	84.47%	17.80%
华南	1,425,975,566.51	6.05%	1,282,816,365.91	6.33%	11.16%
国际	21,599,541.40	0.09%	20,997,222.80	0.10%	2.87%
分销售模式					
线上	771,686,684.39	3.27%	729,306,974.15	3.60%	5.81%
线下	22,806,241,381.60	96.73%	19,524,219,623.87	96.40%	16.81%

古井贡酒 年份原浆

2024 年年度报告

白酒业务	22,865,058,713.55	4,176,030,484.99	81.74%	16.43%	10.83%	0.93%
酒店业务	86,256,197.47	43,558,686.26	49.50%	3.07%	-3.48%	3.43%
其他	626,613,154.97	518,465,358.09	17.26%	17.99%	21.52%	-2.40%
分地区						
华北	1,979,406,985.66	402,020,125.25	79.69%	7.40%	7.71%	-0.06%
华中	20,150,945,972.42	4,073,567,182.41	79.78%	17.80%	11.99%	1.04%
华南	1,425,975,566.51	257,106,035.61	81.97%	11.16%	14.61%	-0.54%
国际	21,599,541.40	5,361,186.07	75.18%	2.87%	13.87%	-2.40%
分销售模式						
线上	771,686,684.39	182,936,340.33	76.29%	5.81%	-3.13%	2.18%
线下	22,806,241,381.60	4,555,118,189.01	80.03%	16.81%	12.44%	0.78%

公司主营业务数据统计口径在报告期发生调整的情况下，公司最近 1 年按报告期末口径调整后的主营业务数据

☐适用 ☒不适用

(8) 主要销售客户和主要供应商情况

公司主要销售客户情况

前五名客户合计销售金额（元）	2,819,506,670.33
前五名客户合计销售金额占年度销售总额比例	11.96%
前五名客户销售额中关联方销售额占年度销售总额比例	0.00%

公司前 5 大客户资料

序号	客户名称	销售额（元）	占年度销售总额比例
1	经销商客户 A	1,887,510,122.18	17.2 8.01%
2	经销商客户 B	271,896,311.02	2.75 1.15%
3	经销商客户 C	254,944,784.83	2.1 1.08%
4	经销商客户 D	205,425,479.08	2.01 0.87%
5	经销商客户 E	199,729,973.22	1.88 0.85%
合计	--	2,819,506,670.33	11.96%

主要客户其他情况说明

☐适用 ☒不适用

公司主要供应商情况

前五名供应商合计采购金额（元）	1,164,803,461.63
-----------------	------------------

主要经销商情况
尚可

3、费用

单位：元

	2024 年	2023 年	同比增减	重大变动说明
销售费用	6,181,762,995.50	5,436,773,057.25	13.70%	
管理费用	1,442,398,926.31	1,367,146,467.89	5.50%	
财务费用	-348,824,206.45	-162,244,024.88	-115.00%	主要原因为利息收入增加所致。
研发费用	78,242,212.58	70,947,196.49	10.28%	

3、费用

单位：元

	2024 年	2023 年	同比增减	重大变动说明
销售费用	6,181,762,995.50	5,436,773,057.25	13.70%	
管理费用	1,442,398,926.31	1,367,146,467.89	5.50%	
财务费用	-348,824,206.45	-162,244,024.88	-115.00%	主要原因为利息收入增加所致。
研发费用	78,242,212.58	70,947,196.49	10.28%	

公司需遵守《深圳证券交易所行业信息披露指引第 14 号——上市公司从事食品及酒制造相关业务》的披露要求

销售费用构成情况

单位：元

项目	本期发生额	上期发生额	变动比例	原因
职工薪酬	1,280,868,189.84	1,230,880,423.44	4.06%	
差旅费	257,167,425.19	223,518,669.30	15.05%	
广告费	1,309,141,466.48	1,101,364,892.63	18.87%	
综合促销费	2,563,283,912.38	2,089,071,299.15	22.70%	
劳务费	658,399,995.56	656,190,943.27	0.34%	
其他销售费用	112,902,006.05	135,746,829.46	-16.83%	
合计	6,181,762,995.50	5,436,773,057.25	13.70%	

通过广告费
广告费占比高

广告投放情况

序号	主要方式	金额（万元）
1	电视	41,927.70
2	线下	63,802.84
3	线上	25,183.61
合计		130,914.15

央视
高铁

(1) 募集资金总体使用情况

☒适用 ☐不适用

单位：万元

募集年份	募集方式	证券上市日期	募集资金总额	募集资金净额(1)	本期已使用募集资金总额	已累计使用募集资金总额(2)	报告期末募集资金使用比(3)=(2)/(1)	报告期内变更用途的募集资金总额	累计变更用途的募集资金总额	累计变更用途的募集资金总额比例	尚未使用募集资金总额	尚未使用募集资金用途及去向	闲置两年以上募集资金金额
2021	非公开发行	2021 年 07 月 22 日	500,000	495,434.21	163,961.40	472,515.26	95.37%	0.00	0.00	0.00%	22,918.95	永久补充流动资金	0.00

(3) 募集资金变更项目情况

□适用 □不适用
公司报告期不存在募集资金变更项目情况。

八、重大资产和股权出售

1、出售重大资产情况

□适用 □不适用
公司报告期未出售重大资产。

2、出售重大股权情况

□适用 □不适用

九、主要控股参股公司分析

□适用 □不适用
主要子公司及对公司净利润影响达 10%以上的参股公司情况

单位：元								
公司名称	公司类型	主要业务	注册资本	总资产	净资产	营业收入	营业利润	净利润
亳州古井销售有限公司	子公司	白酒、建筑材料、 饲料、原辅材料批 发	84,864,497.89	10,456,159,042.33	1,847,206,112.80	21,189,413,119.88	2,200,627,278.80	1,572,961,696.29
安徽龙瑞玻璃有限公司	子公司	制造及销售玻璃制 品	88,710,268.98	625,670,292.89	498,362,220.15	506,940,966.04	50,393,236.31	46,354,636.68
黄鹤楼酒业有限公司	子公司	白酒生产、销售	400,000,000.00	1,950,998,834.49	1,060,897,560.28	2,139,845,657.49	325,667,658.21	235,967,539.38

~ 27 ~

相对2023年净利润
增加：净利润
还是11%

2、任职情况

2026.6.29 今天吗？

公司现任董事、监事、高级管理人员专业背景、主要工作经历以及目前在公司的主要职责

- (1) 梁金辉，男，1966年生，中共党员，工商管理硕士，第十三届、十四届全国人大代表，中国酿酒大师，高级政工师。现任公司党委书记、董事长，古井集团党委书记、董事长。历任亳州古井销售有限公司市场总监、总经理，公司副总经理、总经理，公司第三届监事会监事，公司第四、五、六届董事会董事，公司第七、八、九届董事会董事长。
- (2) 李培辉，男，1973年生，中共党员，研究生学历，正高级会计师、注册会计师（非执业）、全国会计领军人才。现任公司董事，古井集团党委副书记、总裁。历任公司财务部副经理、经理、副总会计师、总会计师、董事会秘书、董事，安徽瑞景商旅集团公司董事长，安徽汇信金融投资集团有限责任公司董事长，古井集团常务副总裁、财务总监，公司第七、八、九届董事会董事。
- (3) 周庆伍，男，1974年生，中共党员，研究生学历，正高级工程师，中国首席白酒品酒师。现任公司党委副书记、董事、总经理，古井集团党委副书记。历任公司副总经理、常务副总经理，公司第五、六、七、八、九届董事会董事。
- (4) 闫立军，男，1973年生，中共党员，研究生学历，高级品酒师。现任公司党委副书记、董事、常务副总经理，亳州古井销售有限公司董事长、总经理，古井集团党委委员。历任销售公司业务员、大区经理、市场调研主管、策划部副经理、合肥战略运营中心总监、副总经理，公司第七、八、九届董事会董事。

单位：万元

姓名	性别	年龄	职务	任职状态	从公司获得的 税前报酬总额	是否在公司关 联方获取报酬
梁金辉	男	59	董事长	现任		是
李培辉	男	52	董事	现任		是
周庆伍	男	51	董事、总经理	现任	251.08	否
闫立军	男	52	董事、常务副 总经理	现任	496.53	否
许鹏	男	55	董事、副总经 理	现任	230.38	否
叶长青	男	51	董事	现任		是
王瑞华	男	63	独立董事	现任	20.00	否
徐志豪	男	49	独立董事	现任	20.00	否
李静	女	57	独立董事	现任	20.00	否
杨小凡	男	58	监事长	现任		是

~ 38 ~

39.销售费用

项目	本期发生额	上期发生额
职工薪酬	1,280,868,189.84	1,230,880,423.44
差旅费	257,167,425.19	223,518,669.30
广告费	1,309,141,466.48	1,101,364,892.63
综合促销费	2,563,283,912.38	2,089,071,299.15
劳务费	658,399,995.56	656,190,943.27
其他销售费用	112,902,006.05	135,746,829.46
合计	6,181,762,995.50	5,436,773,057.25

40.管理费用

项目	本期发生额	上期发生额
职工薪酬	907,530,864.24	933,829,716.03
办公费	92,329,482.71	74,060,539.94

~ 153 ~

限公司	200.00	海南欣小	海南欣小	同立奥男	00.00	业合并
(2) 重要的非全资子公司						
子公司名称	少数股东的持股比例(%)	本期归属于少数股东的损益	本期向少数股东宣告分派的股利	期末少数股东权益余额		
黄鹤楼酒业有限公司	49.00	113,197,360.63	65,186,961.86	650,378,400.13		
(3) 重要非全资子公司的主要财务信息						
子公司名称	期末余额					
	流动资产	非流动资产	资产合计	流动负债	非流动负债	负债合计

交易性金融负债		
衍生金融负债		
应付票据	245,674,301.98	589,364,409.55
应付账款	2,627,361,285.88	2,942,339,182.13
预收款项		
合同负债	3,673,602,948.84	3,514,800,038.80
卖出回购金融资产款		
吸收存款及同业存放		
代理买卖证券款		
代理承销证券款		

报告期	股利支付率
2023-12-31	51.83%
2022-12-31	50.45%
2021-12-31	50.61%
2020-12-31	40.73%
2019-12-31	36.01%
2018-12-31	44.56%
2017-12-31	43.64%

品曝光度。强化品牌推广，强化消费者认知，优化升级受众体验，形成全国性品牌势能，主力品牌辐射海外，提升品牌文化厚度、人文温度和体验深度。

2.市场营销方面

继续锚定“全国化、次高端”战略，坚持“插旗、打井、育户、上量”实施路径，再推“三通工程”，落实“抓动销、去库存、拓渠道、稳价格”十二字方针。稳住存量市场，开拓增量市场，织密渠道网，扩大覆盖面，寻找新空间。深化与经销商合作，加大渠道建设力度，携手实现互利共赢的良好局面。

以上为古井

分众传媒

与分摊至剩余履约义务的交易价格相关的信息：截至本报告日，已签订合同、但尚未履行或尚未履行完毕的履约义务所对应的收入金额为 3,806,234,749.03 元，其中 3,730,577,938.17 元预计将于 2025 年度确认收入，45,983,999.38 元预计将于 2026 年度确认收入，29,672,811.48 元预计将于 2027 年度确认收入。

确定该组合依据的说明：详见本附注五、重要会计政策及会计估计/11、金融工具。

按组合计提坏账准备类别名称：按已呈现风险特征的客户组合计提坏账准备：

名称	期末余额		
	账面余额	坏账准备	计提比例
已呈现风险特征的客户	1,613,223,961.93	1,580,764,735.41	97.99%

确定该组合依据的说明：详见本附注五、重要会计政策及会计估计/11、金融工具。

26、合同负债

项目	期末余额	期初余额
预收广告款	542,467,493.57	856,908,676.22
合计	542,467,493.57	856,908,676.22

账龄超过 1 年的重要合同负债：无

报告期内账面价值发生重大变动的金额和原因：合同负债期末余额为 54,246.75 万元，较期初下降 36.69%，主要由于报告期广告业务向头部客户集中，故报告期向客户收取的预收款项有所减少。

以上为分众传媒



唐朝

2025-05-04 11:21

这张图勾起一个话题，拥有正确理念的小散所具备的优势：2021 年 7 月 20 日，当天古井贡 A 股股价收于 226.99 元，公司定向增发 2500 万股，每股作价 200 元，一堆机构抢破头，50 个亿就这么交过来了。快四年了，今天古井贡 A 股股价 164.39 元，期间每股分红 10.7 元。拿出 50 亿现金参与定增的机构收益为-12.5%。可是当天古井贡 B 股股价 109.99 港币，随便买。期间

每股分红 11.85 港币，今天股价 118.6 港币，同期收益为+18.6%。虽然机构当时是打九折买的，但四年下来，随便买的 B 股，轻松跑赢抢破头的机构 30%有余，以 50 亿本金计算，这就是 15 亿以上的收益差（同一笔钱，同一个时间段，买 A 的亏 6 亿多，买 B 的赚 9 亿多）☹

(1) 募集资金总体使用情况

不适用 ☐ 不适用

单位: 万元

募集年份	募集方式	证券上市日期	募集资金总额	募集资金净额(1)	本期已使用募集资金总额	已累计使用募集资金总额(2)	报告期末募集资金使用比(3) = (2) / (1)	报告期内变更用途的募集资金总额	累计变更用途的募集资金总额	累计变更用途的募集资金总额比例	尚未使用募集资金总额	尚未使用募集资金用途及去向	闲置两年以上募集资金金额
2021	非公开发行	2021年07月22日	500,000	495,434.21	163,961.40	472,515.26	95.37%	0.00	0.00	0.00%	22,918.95	永久补充流动资金	0.00

~ 24 ~

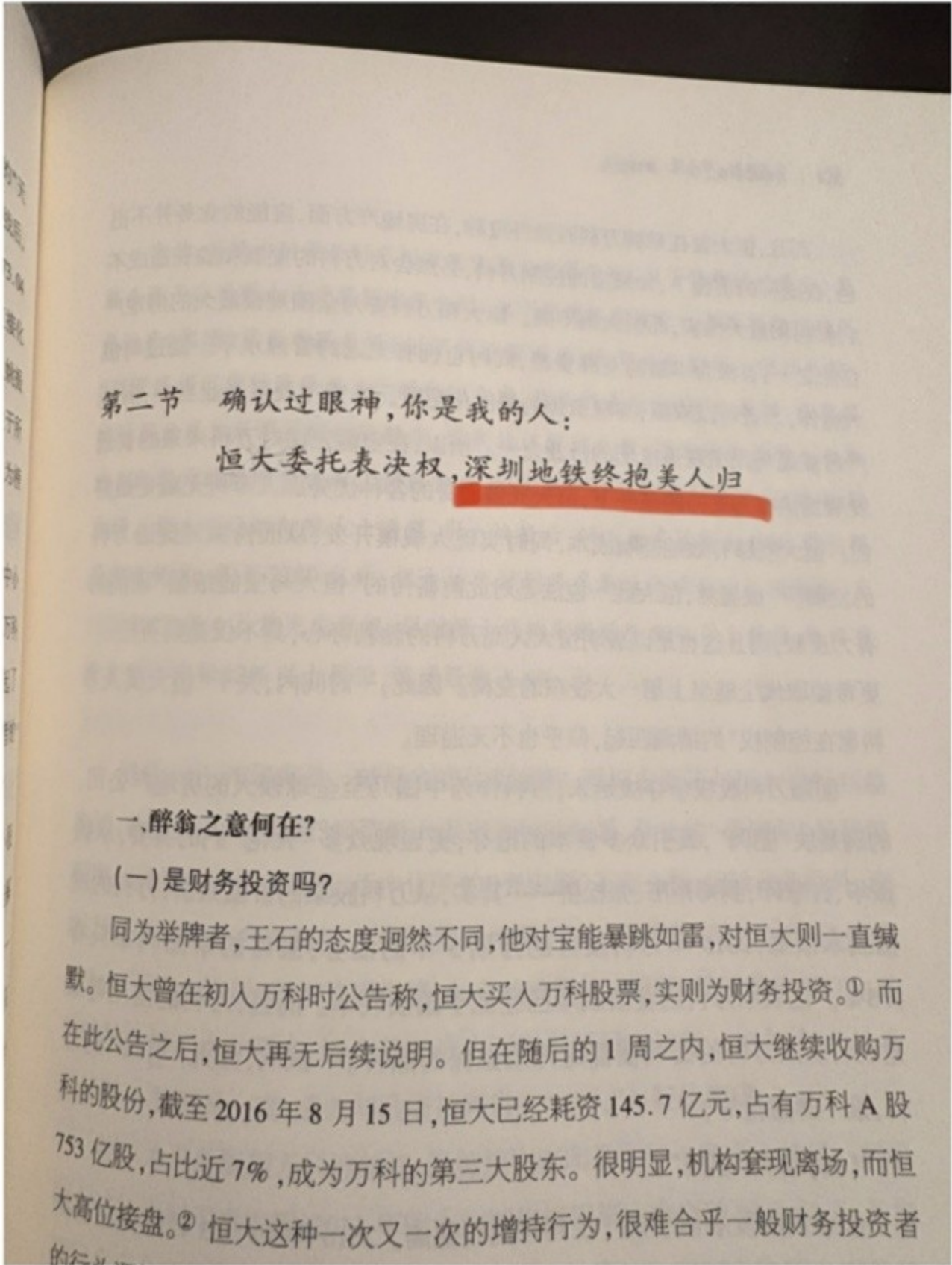


唐朝

2025-05-04 19:24

美人？看旧书的好处☹刚巧深圳地铁发巨亏公告，巨亏 334 亿。这个美人儿抱的着实有点贵了☹☹☹

俗语有云“二八佳人体似酥，腰间仗剑斩愚夫”，万科这枚美人儿，先后斩了宝能，安邦，恒大，深地铁，腰间利剑是足够锋利的



深圳市地铁集团有限公司 发生重大损失的公告

本公司及其董事、监事、高级管理人员保证公告内容真实、准确和完整，并对公告中的虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏承担责任。

一、重大损失的基本情况

（一）重大损失具体情况

根据深圳市地铁集团有限公司（以下简称“深圳地铁”、“公司”）2024 年度审计报告，公司 2024 年度合并报表范围净利润为-3,346,082.72 万元。截至 2023 年末，公司净资产 31,643,119.26 万元，公司 2024 年度合并报表范围内发生亏损占 2023 年末净资产比例为 10.46%。



唐朝

2025-05-04 19:42

忽然想起早上的一条笔记和感触了。或许有点宿命论，但似乎某些果的因，是早就种下的。下面这段是 2014 年，万科那帮管理层雄赳赳气昂昂、信心爆棚时公开发表的。
。抱着受害人心态看世界，行为会跑偏的.....
芒大爷说过：我不是受害者，我是幸存者。

一个幽灵,事业合伙人的幽灵,在大梅沙游荡。为了对这个幽灵进行神圣的围剿,旧房地产圈的一切势力,野蛮人和黑嘴、带路党和五毛、中国香港的激进派和华尔街的资本家,都联合起来了。

——摘自2014年5月28日万科周刊发表的《166年后的事业合伙人宣言》一文。

所思所想

形式套用自共产党宣言,将反对声音归为幽灵,野蛮人,黑嘴,带路党和五毛,并以为别人都是要来害自己的(总有刁民想害朕),这种一腔仇恨的受害人心态,或许已经注定了这群人走不远。

《万科控制权之争:律师视角》苏启云 / 无目录



Taurus

二〇二五年〇五月〇四日

查理·芒格
伯克希尔哈撒韦副董事长

我不会因为人性而感到意外

when you get little surprises as a result of human nature

也不会花太多时间感受背叛

to spend much time feeling betrayed

我总是低下头调整自己去适应这类事情

I'm always want to just put my head down and adjust

我不喜欢任何成为受害者的感觉

I don't like any feeling of being victimized

我不是受害者 我是幸存者

and I am not a victim I am a survivor

佐渡：“不要憎恨你的敌人，那会影响你的判断力。”——《教父》

伯涵：唐师及朋友们早上好呀！幸存者是一种强者心态，受害者是一种弱者心态。觉得自己幸运，就会越来越幸运；觉得自己悲苦，就会越过越悲苦！