

证券代码：000869、200869

证券简称：张裕 A、张裕 B

公告编号：2015 定摘 01

烟台张裕葡萄酒股份有限公司

2014 年年度报告摘要

本年度报告摘要来自年度报告全文，投资者欲了解详细内容，应当仔细阅读同时刊载于深圳证券交易所网站等中国证监会指定网站上的年度报告全文。

1、重要提示

公司简介

股票简称	张裕 A、张裕 B	股票代码	000869、200869
股票上市交易所	深圳证券交易所		
变更后的股票简称(如有)	—		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	曲为民	李廷国	
电话	0086-535-6633656	0086-535-6633656	
传真	0086-535-6633639	0086-535-6633639	
电子信箱	quwm@changyu.com.cn	stock@changyu.com.cn	

2、主要财务数据和股东变化

(1) 主要财务数据

公司是否因会计政策变更及会计差错更正等追溯调整或重述以前年度会计数据

是 否

项目	2014 年	2013 年	本年比上年增减	2012 年
营业收入（元）	4,156,727,525.00	4,320,948,572.00	-3.80%	5,643,530,553.00
归属于上市公司股东的净利润（元）	977,707,711.00	1,048,185,927.00	-6.72%	1,700,928,117.00
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元）	950,191,379.00	1,017,348,285.00	-6.60%	1,675,956,428.00
经营活动产生的现金流量净额（元）	1,070,083,296.00	735,074,307.00	45.57%	1,302,041,322.00
基本每股收益（元/股）	1.43	1.53	-6.54%	2.48
稀释每股收益（元/股）	1.43	1.53	-6.54%	2.48
加权平均净资产收益率	13.96%	16.45%	-2.49%	31.13%
	2014 年末	2013 年末	本年末比上年末增减	2012 年末
总资产（元）	8,912,232,640.00	7,997,930,542.00	11.43%	8,123,134,580.00
归属于上市公司股东的净资产（元）	6,840,452,145.00	6,208,279,705.00	10.18%	5,913,104,178.00

(2) 前 10 名普通股股东持股情况表

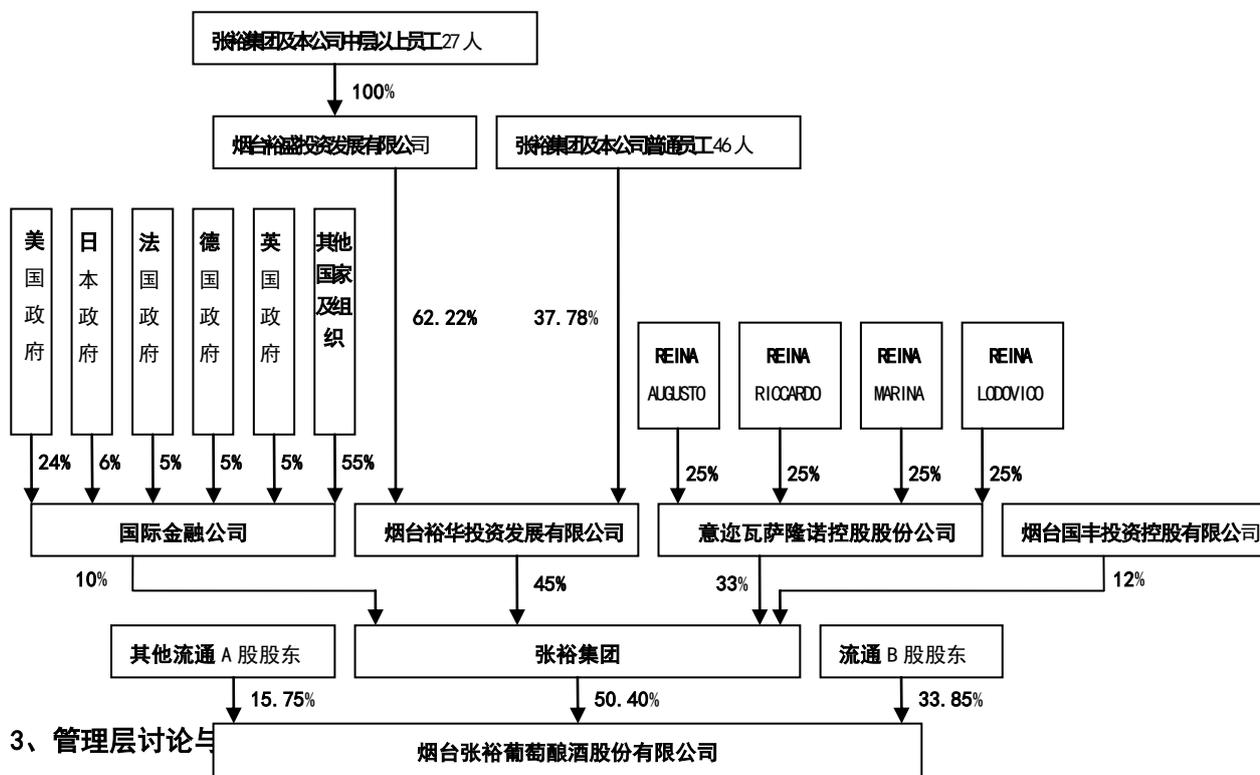
报告期末普通股股东总数	43,151 名,其中 A 股股东 28,531 名,B 股股东 14,620 名。	年度报告披露日前第 5 个交易日末普通股股东总数	43,593 名,其中 A 股股东 29,146 名,B 股股东 14,447 名。			
前 10 名普通股股东持股情况						
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况	
					股份状态	数量
烟台张裕集团有限公司	境内非国有法人	50.40%	345,473,856	0	0	0
GAOLING FUND, L. P.	境外法人	3.53%	24,176,997	0	0	0
BBH BOS S/A FIDELITY FD - CHINA FOCUS FD	境外法人	2.35%	16,106,326	0	0	0
GIC PRIVATE LIMITED	境外法人	1.45%	9,913,484	0	0	0
NORGES BANK	境外法人	0.66%	4,511,246	0	0	0
VALUE PARTNERS HIGH-DIVIDEND STOCKS FUNDS	境外法人	0.62%	4,280,146	0	0	0
FIDELITY FUNDS	境外法人	0.58%	3,997,933	0	0	0
BBH A/C VANGUARD EMERGING MARKETS STOCK INDEX FUND	境外法人	0.58%	3,950,987	0	0	0
FIDELITY CHINA SPECIAL SITUATIONS PLC	境外法人	0.55%	3,779,202	0	0	0
中国农业银行—华夏平稳增长混合型证券投资基金	境内非国有法人	0.53%	3,624,745	0	0	0
上述股东关联关系或一致行动的说明	前 10 名股东中,烟台张裕集团有限公司与 9 位流通股股东之间无关联关系或一致行动关系,其他股东之间关系不详。					
参与融资融券业务股东情况说明(如有)	前十大股东没有参与融资融券业务。					

(3) 前 10 名优先股股东持股情况表

□ 适用 √ 不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

(4) 以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



(1) 概述

报表项目	本期末比上年度末增减	发生重大变动的的原因
营业收入	-0.38%	主要是高价位产品销量下降所致。
营业成本	1.07%	主要是销量上升，特别是中低价位产品销量占比上升所致。
销售费用	-11.82%	主要是由于2014年减少了广告宣传费用开支所致。
管理费用	4.68%	主要是由于2014年工资及福利费、折旧、房产税较上年增长所致。
研发投入	7.47%	主要是2014年技术开发支出增长所致。
财务费用	7.72%	主要是由于定期存款余额下降使利息收入减少而借款利息支出增加所致。
经营活动产生的现金流量净额	45.57%	主要是销售费用下降使经营活动现金流出减少所致。
投资活动产生的现金流量净额	-75.53%	主要是投资项目支出现金增加所致。
筹资活动产生的现金流量净额	90.22%	主要是取得借款收到的现金增加所致。

公司回顾总结前期披露的发展战略和经营计划在报告期内的进展情况

报告期内，受国内葡萄酒需求增长放缓，市场竞争加剧和高档葡萄酒需求持续萎缩影响，公司实现营业收入42亿元，较去年下降3.80%，未能达到年初制定的力争实现营业收入不低于46亿元的目标；面对不利经营环境，公司继续实施了“稳步发展中高档葡萄酒，大力发展低档葡萄酒、白兰地以及自有品牌进口酒”的经营战略，在努力促进原有中高档葡萄酒发展的同时，将营销资源向适应市场需求的中低档葡萄酒、白兰地以及自有品牌进口酒进行了适当倾斜，为遏制营业收入下滑趋势发挥了重要作用。报告期主要工作如下：

一是调整梳理了销售体系，优化完善了营销模式。公司建立了三级人力资源管理体系，规范建立了分级、分权的管理制度；完善省总经理、城市经理和专业经理的考核考评办法，基本形成了“选聘、晋升、储备、退出”动态管理机制；对外派市场人员进行了全面梳理整顿，对部分人员进行分流安置；进一步完善了以中高、中低和郊县三个渠道，直供、先锋专卖店、大客户、旅游销售、电子商务和中小酒店等公司构成的销售组织体系；大力发展直销和半直销等多种营销模式，加强终端开发与掌控能力，促进终端销售；进一步明确了各酒种主推区域和渠道，提高了市场营销针对性和有效性；加强了各项基础管理考评力度，重点围绕“终端工作”、“营销方案”和“经销商、配送商队伍建设”等方面对各渠道、各公司以及各省专业管理工作进行考评，促进了各项营销策略和措施更快更好地落实。

二是加速推进信息化、标准化建设和管理创新。公司实施了SAP二期项目建设，在销售系统全面建设和使用SAP系统，增强了对市场预测、反应和控制能力；物流管理实现了产品托盘化仓储、管理和运输，改进和优化了仓库资源，实现了全国各地统一仓储、统一配送目标；开通了覆盖各省的视频会议系统，提高了会议效率，节约了会议成本；继续围绕未来发展目标和当前亟需解决的重大管理、生产、技术和营销问题，提出并完成创新与合理化项目近500项，使相关工作和管理水平上了一个新台阶。

三是加强葡萄基地建设，规范葡萄基地管理，圆满完成了葡萄收购工作，进一步提高了新产品和新技术研发能力。公司引进37台(套)机械设备，对烟台基地按照“规模化、机械化、标准化”要求进行建设与管理；针对不同基地类型，实行分类管理，使葡萄基地管理更加科学、规范；严格遵循“市场定价”、“优质优价”、“以质论价”和“国际国内联动定价”的葡萄原料价格形成机制，使葡萄收购价格更加公正合理，不但保证公司采购了足够数量的优质葡萄原料，进一步提高产品性价比和竞争力，而且将促进国内葡萄种植技术升级，降低种植成本，取得更好经济效益。公司在报告期内推行新技术、新工艺20余项，申报山东省科技创新重点项目3项，获得2014年度中国轻工联合会科技进步一等奖1项；新推出“醉诗仙”系列新产品受到广大消费者普遍欢迎，市场反应良好。

四是稳步实施资本性投资项目，增强发展后劲。报告期内，公司克服各种问题和困难，稳步推进了年初确定的10个投资项目建设，主要投资项目进展顺利。

公司实际经营业绩较曾公开披露过的本年度盈利预测低于或高于20%以上的差异原因

适用 不适用

主要经营模式的变化情况

适用 不适用

(2) 收入

报告期内，公司白兰地产品销售较为平稳；普通干红葡萄酒、甜葡萄酒和起泡酒销售数量和销售收入同比小幅增长；售价较高的酒庄酒销售数量和销售收入继续不同程度下降；受以上因素综合影响，公司营业收入同比小幅下降。

公司实物销售收入是否大于劳务收入

是 否

行业分类	项目	单位	2014年	2013年	同比增减
葡萄酒	销售量	吨	71,854	67,978	5.70%
白兰地	销售量	吨	37,462	37,713	-0.67%

相关数据同比发生变动30%以上的原因说明

适用 不适用

公司重大的在手订单情况

适用 不适用

公司报告期内产品或服务发生重大变化或调整有关情况

适用 不适用

公司主要销售客户情况

前五名客户合计销售金额(元)	142,440,887
前五名客户合计销售金额占年度销售总额比例	3.43%

公司前5大客户资料

√ 适用 □ 不适用

序号	客户名称	销售额(元)	占年度销售总额比例
1	深圳市长粤鑫贸易有限公司	36,611,149	0.88%
2	佛山市南海区大沥乾兴荣酒行	35,104,002	0.84%
3	惠安县螺城泉兴名酒商行	26,583,492	0.64%
4	南京西域宏商贸有限公司	22,961,125	0.55%
5	广州楚鑫贸易有限公司	21,181,120	0.51%
合计	--	142,440,887	3.43%

主要客户其他情况说明

□ 适用 √ 不适用

(3) 成本

行业分类

单位：元

行业分类	项目	2014年		2013年		同比增减
		金额	占营业成本比重	金额	占营业成本比重	
酒及酒精饮料	配成酒	749,104,077	55.29%	681,263,276	51.27%	4.02%
	包装材料	446,560,533	32.96%	500,978,025	37.70%	-4.74%
	人工工资	53,632,561	3.96%	50,892,703	3.83%	0.13%
	制造费用	105,480,406	7.79%	95,663,454	7.20%	0.59%

产品分类

单位：元

产品分类	项目	2014年		2013年		同比增减
		金额	占营业成本比重	金额	占营业成本比重	
葡萄酒	配成酒	537,755,135	53.20%	475,798,429	49.57%	3.63%
	包装材料	344,532,740	34.08%	365,596,609	38.09%	-4.00%
	人工工资	39,214,439	3.88%	37,909,423	3.95%	-0.07%
	制造费用	89,361,588	8.84%	80,584,406	8.40%	0.44%
白兰地	配成酒	161,946,222	58.37%	168,174,140	56.48%	1.88%
	包装材料	88,601,388	31.93%	103,136,386	34.64%	-2.71%
	人工工资	13,099,354	4.72%	12,262,608	4.12%	0.60%
	制造费用	13,822,841	4.98%	14,181,985	4.76%	0.22%

说明

公司分行业和分产品的成本构成项目没有发生重大变化。

公司主要供应商情况

前五名供应商合计采购金额(元)	451,075,314
前五名供应商合计采购金额占年度采购总额比例	33.28%

公司前5名供应商资料

√ 适用 □ 不适用

序号	供应商名称	采购额(元)	占年度采购总额比例
1	烟台神马包装有限公司	149,536,913	11.03%
2	烟台长裕玻璃制品有限公司	126,295,616	9.32%
3	农八师152团	67,846,664	5.01%
4	山东烟台酿酒有限公司醴泉酒业分公司	55,142,494	4.07%
5	烟台万福泰酿酒销售有限公司	52,253,626	3.86%
合计	--	451,075,314	33.28%

主要供应商其他情况说明

□ 适用 √ 不适用

(4) 费用

报告期内，公司销售费用同比下降11.82%，主要是广告推广费下降所致；管理费用同比上升4.68%，主要是工资及福利费、折旧费和办公费上升所致；财务费用上升7.72%，主要是存款利息收入下降而借款利息支出增加所致。

(5) 研发支出

报告期内，公司研发支出共1,323万元，分别占公司最近一期经审计净资产0.19%和营业收入的0.31%，与上年同期相比没有发生重大变化。

(6) 现金流

单位：元

项目	2014年	2013年	同比增减
经营活动现金流入小计	4,830,092,384	4,836,656,367	-0.14%
经营活动现金流出小计	3,760,009,088	4,101,582,060	-8.33%
经营活动产生的现金流量净额	1,070,083,296	735,074,307	45.57%
投资活动现金流入小计	333,107,299	1,326,601,601	-74.89%
投资活动现金流出小计	1,315,841,068	1,886,457,048	-30.25%
投资活动产生的现金流量净额	-982,733,769	-559,855,447	-75.53%
筹资活动现金流入小计	644,550,372	259,530,444	148.35%
筹资活动现金流出小计	720,926,810	1,040,484,398	-30.71%
筹资活动产生的现金流量净额	-76,376,438	-780,953,954	90.22%
现金及现金等价物净增加额	3,913,342	-605,735,094	100.65%

相关数据同比发生变动30%以上的原因说明

√ 适用 □ 不适用

投资活动现金流入小计同比下降74.89%，主要是收回三个月以上的定期存款大幅下降所致；投资活动现金流出小计同比下降30.25%，主要是购买三个月以上的定期存款支付的现金大幅下降所致；投资活动产生的现金流量净额同比下降75.53%，主要是购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金增加所致；筹资活动现金流入小计同比增长148.35%，主要是取得借款收到的现金增加所致；筹资活动现金流出小计同比下降30.71%，主要是分配股利支付的现金下降所致；筹资活动产生的现金流量净额同比增长90.22%，主要是筹资活动现金流入增加而现金流出下降所致；现金及现金等价物净增加额同比增长100.65%，主要是经营活动产生的现金流量净额和筹资活动产生的现金流量净额大幅增加所致。

报告期内公司经营活动的现金流量与本年度净利润存在重大差异的原因说明

适用 不适用

(7) 主营业务构成情况

单位：元

	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
分行业						
酒及酒精饮料业	4,113,169,270	1,354,777,577	67.06%	-3.76%	1.36%	-1.66%
分产品						
葡萄酒	3,201,368,831	1,010,863,902	68.42%	-3.91%	5.31%	-2.76%
白兰地	813,417,868	277,469,806	65.89%	-0.64%	-6.81%	3.55%
分地区						
国内	4,072,037,577	1,342,584,579	67.03%	-4.33%	1.14%	-1.78%

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) 资产、负债状况分析

① 资产项目重大变动情况

单位：元

	2014年末		2013年末		比重增减	重大变动说明
	金额	占总资产比例	金额	占总资产比例		
货币资金	1,145,365,071	12.85%	1,367,818,182	17.10%	-4.25%	-
应收账款	145,672,411	1.63%	177,109,516	2.21%	-0.58%	-
存货	2,087,376,398	23.42%	2,121,117,437	26.52%	-3.10%	-
投资性房地产	-	-	-	-	-	-
长期股权投资	-	-	-	-	-	-
固定资产	2,532,682,355	28.42%	1,917,641,344	23.98%	4.44%	-
在建工程	1,700,466,500	19.08%	1,423,654,530	17.80%	1.28%	-

② 负债项目重大变动情况

单位：元

	2014年		2013年		比重增减	重大变动说明
	金额	占总资产比例	金额	占总资产比例		
短期借款	300,000,000	3.37%	243,170,674	3.04%	0.33%	-
长期借款	209,380,000	2.35%	0	0%	2.35%	-

(9)公司未来发展的展望

基于我们有限的经验和专业技能，公司对葡萄酒行业 and 未来发展作以下判断：

①行业竞争格局和发展趋势

由于国内高档葡萄酒消费在未来较长时间内很可能将继续受到制约，进口葡萄酒将持续进入中国市场，加之电子商务等新兴渠道对传统销售渠道造成较大冲击，国内葡萄酒行业在目前及未来较长时间内竞争都将十分激烈，高档葡萄酒消费可能会继续保持疲软；但从长远来看，随着国人收入水平不断提高，会有越来越多消费者追求健康、时尚的生活方式，人们会更加青睐与消费潮流高度契合的葡萄酒，从而持续不断地扩大对优质葡萄酒的需求，这决定了我国葡萄酒行业具有巨大的市场发展潜力，特别是性价比较好的中低档葡萄酒可能出现更快增长。在这种机遇和挑战将长期共存的情况下，具备强大品牌影响力和营销能力，能够抓住机遇、积极调整，充分利用新兴和传统两类销售渠道，及时满足消费者需求，适时提供较好性价比产品的企业将有机会在竞争中胜出，从而重构未来中国葡萄酒市场新的格局。

②公司发展战略

公司将实施以葡萄酒为主、多酒种全面发展的战略；积极开拓新的消费领域和销售模式，扭转高档葡萄酒销售下滑趋势；大力发展中档葡萄酒和白兰地，加大起泡酒推销力度，努力为消费者提供品种丰富，高性价比的产品。

③新一年经营计划

2015年，公司将力争实现营业收入不低于44亿元，将主营业务成本及三项期间费用控制在29亿元以下。

④公司将采取的措施

为了更好地抓住机遇，应对挑战，公司在2015年将主要做好以下工作：

一是坚持以市场为中心，切实做好各项营销工作，增强营销能力。公司将进一步完善酒庄酒营销体系，强化酒庄酒营销工作，巩固公司在国内葡萄酒市场的品牌制高点地位；加大对解百纳、醉诗仙、贵馥酒等中低品牌媒体宣传和品牌推广力度，提高中低档产品的市场占有率；加快白兰地推广体系建设，确保“两支队伍”、“营销方案”和“终端建设”在白兰地主推渠道落到实处，进一步扩大白兰地市场覆盖面和品牌知名度，促进白兰地在全国市场的销售；结合经销商、配送商各自特点，建立健全经销商、配送商准入制度、沟通制度、激励制度和退出制度，继续推进先锋专卖店建设，加强各级市场人员培训、沟通和考评工作，提升干部队伍整体素质，增强销售体系营销能力。

二是加强主要生产成本和费用控制，进一步压缩生产成本。公司将优化葡萄采购价格定价机制，使国内酿酒葡萄价格逐步与国际市场价格趋同；继续推行集中采购，控制大宗原料采购成本；加强对库存物质监控，减少资金占用；完善产品标识化系统，确保生产、运输、仓储全过程托盘化系统顺利运行；强化燃动费、运费、修理费、绿化费管理，完善吨酒工资分配制度，提高生产效率，降低产品生产成本。

三是加强葡萄基地建设和管理，不断提高研发水平和产品质量。公司对葡萄基地将继续按照“规模化、标准化、机械化”的要求进行规范化建设和管理，继续推行酿酒师跟踪管理葡萄基地；在新疆建立葡萄基地机械化管理推广示范园，大力推广机械化作业；继续梳理合同基地，严格控制合同基地面积，继续对葡萄种植户进行培训，不断推广先进种植技术；完善葡萄基地项目管理、预算管理和考评制度，强化各片区责任人考核和管理，努力降低葡萄种植成本，提升葡萄品质；完善原酒分级管理、原酒使用全过程质量追踪和评价机制，优化酿造工艺，加强橡木桶应用研究，进一步提高产品质量；大力开发新产品，不断丰富产品类型；进一步区分和明确不同类别普通酒的产品特点，形成特点鲜明、风格独特的产品线。

四是稳步推进投资项目建设，强化项目管理，科学安排建设进度，保证工程质量。公司将继续推进烟台张裕国际葡萄酒城（即烟台张裕工业园）各项目和先锋专卖店建设，加强对投资项目施工预算管理，强化项目造价审核和决算审计，严格控制项目投资额度，确保所有项目按预定的进度和质量建成并投入运营。

4、涉及财务报告的相关事项

(1)与上年度财务报告相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况说明

适用 不适用

报告期内，公司对“长期股权投资”所遵循会计政策进行了变更，具体内容请参见《2014年年度报告》中财务报表附注“三、重要会计政策和会计估计”之“25重要会计政策变更”。

(2)报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况说明

适用 不适用

公司报告期无重大会计差错更正需追溯重述的情况。

(3) 与上年度财务报告相比，合并报表范围发生变化的情况说明

适用 不适用

公司报告期无合并报表范围发生变化的情况。

(4) 董事会、监事会对会计师事务所本报告期“非标准审计报告”的说明

适用 不适用

烟台张裕葡萄酒股份有限公司
董事会
二〇一五年四月二十八日