

公司代码：603589

公司简称：口子窖

安徽口子酒业股份有限公司

2016 年半年度报告摘要

一 重要提示

1.1 本半年度报告摘要来自半年度报告全文，投资者欲了解详细内容，应当仔细阅读同时刊载于上海证券交易所网站等中国证监会指定网站上的半年度报告全文。

1.2 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	口子窖	603589	无

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	徐钦祥	无
电话	0561-6898000	
传真	0561-6897951	
电子信箱	kz_zqb@126.com	

二 主要财务数据和股东情况

2.1 公司主要财务数据

单位：元 币种：人民币

	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减(%)
总资产	5,010,850,319.61	4,976,619,083.09	0.69
归属于上市公司股东的净资产	3,862,528,985.85	3,667,607,089.51	5.31
	本报告期 (1-6月)	上年同期	本报告期比上年同期增减(%)
经营活动产生的现金流量净额	-27,659,559.63	34,310,163.48	-180.62
营业收入	1,482,567,106.23	1,308,574,777.52	13.30
归属于上市公司股东的净利润	404,921,896.34	271,607,608.90	49.08
归属于上市公司股	396,848,008.75	271,342,113.61	46.25

东的扣除非经常性损益的净利润			
加权平均净资产收益率 (%)	10.46	11.51	减少1.05个百分点
基本每股收益 (元 / 股)	0.67	0.50	34.00
稀释每股收益 (元 / 股)	0.67	0.50	34.00

2.2 前十名股东持股情况表

单位：股

截止报告期末股东总数（户）				27, 083		
截止报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户）				0		
前 10 名股东持股情况						
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	质押或冻结的股份数量	
GSCP Bouquet Holdings SRL	境外法人	22. 58	135, 458, 000	0	无	0
徐进	境内自然人	18. 26	109, 568, 568	109, 568, 568	质押	32, 000, 000
刘安省	境内自然人	13. 31	79, 873, 450	79, 873, 450	质押	59, 617, 114
安徽省黄海商贸有限公司	境内非国有法人	2. 98	17, 896, 587	5, 788, 712	质押	1, 701, 000
淮北市顺达商贸有限公司	境内非国有法人	2. 50	15, 002, 231	2, 894, 356	质押	7, 650, 000
黄绍刚	境内自然人	2. 07	12, 411, 743	12, 411, 743	无	0
陕西天驹实业股份有限公司	境内非国有法人	2. 02	12, 107, 875	0	质押	12, 100, 000
范博	境内自然人	1. 83	10, 965, 476	10, 965, 476	无	0
朱成寅	境内自然人	1. 76	10, 555, 202	10, 555, 202	质押	1, 480, 000
孙朋东	境内自然人	1. 71	10, 265, 767	10, 265, 767	无	0
上述股东关联关系或一致行动的说明		上述股东徐进、刘安省为公司实际控制人，黄绍刚、范博、朱成寅、孙朋东为其一致行动人。				
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明		不适用				

2.3 控股股东或实际控制人变更情况

☐适用 ☒不适用

新控股股东名称	
新实际控制人名称	
变更日期	
指定网站查询索引及日期	

三 管理层讨论与分析

2016 年上半年,经济增长下行压力仍然很大,白酒行业呈现弱复苏、低增长、不平衡的新常态。面对错综复杂的经济形势,面对白酒行业激烈的竞争态势,公司董事会坚定发展信心,加强对销售市场管控,强化企业内部管理,主要经济指标呈现了稳步增长的良好势头。2016 年 1-6 月份,实现营业收入 148,256 万元,同比增长 13.30%;实现利润总额 54,120 万元,同比增长 46.31%;实现净利润 40,492 万元,同比增长 49.08%。

加强市场管控,提升市场运作能力 公司继续坚持“一地一策”的运作思路,通过“配合”、“引导”、“协助”、“监管”四个方面,对经销商、业务员、产品、价格进行进一步梳理。通过产品聚焦、区域聚焦、渠道聚焦,分类运作市场,在提升销量的同时实现了产品知名度和美誉度的提升。6 月份,公司组织召开了全国经销商交流会议,进一步强化了与经销商沟通合作,在经营理念、管理系统、队伍建设、资源投入等各种竞争要素上达成了共识。

强化内部管理,提升整体竞争力 公司紧紧围绕企业发展中心,推动内部管理的专业化和精细化,进一步优化管理机构,加强制度建设,完善管理制度,规范业务运营流程。公司优化了组织架构,成立了酿酒、制曲、包装、品质管理、生产保障五个事业部,吹响了公司深化内部管理、向专业化管理、精益化生产扎实迈进的号角。

(一) 主营业务分析

1 财务报表相关科目变动分析表

单位:元 币种:人民币

科目	本期数	上年同期数	变动比例 (%)
营业收入	1,482,567,106.23	1,308,574,777.52	13.30
营业成本	422,439,378.77	414,956,466.64	1.80
销售费用	184,935,726.84	201,072,859.16	-8.03
管理费用	97,174,623.05	95,412,729.62	1.85
财务费用	-1,708,015.87	7,191,743.90	-123.75
经营活动产生的现金流量净额	-27,659,559.63	34,310,163.48	-180.62
投资活动产生的现金流量净额	-137,720,696.39	-28,476,175.68	不适用
筹资活动产生的现金流量净额	-291,493,737.51	808,914,504.29	-136.04
研发支出	8,074,075.85	3,372,170.22	139.43

营业收入变动原因说明:主要系公司本期中高档白酒销售收入增长所致。

营业成本变动原因说明:主要系公司本期白酒销售量变动不大的情况下,产品销售结构发生变化,中高档白酒销售收入增长所致。

销售费用变动原因说明:主要系公司本期广告宣传费减少所致。

管理费用变动原因说明:公司本期管理费用无较大变动项目。

财务费用变动原因说明:主要系公司本期偿还银行短期借款及购买理财产品取得理财利息所致。

经营活动产生的现金流量净额变动原因说明:主要系公司本期销售商品收到的货款中银行承兑汇

票增加所致。

投资活动产生的现金流量净额变动原因说明:主要系公司本期购买理财产品金额增加所致。

筹资活动产生的现金流量净额变动原因说明:主要系公司本期偿还银行短期借款 80,000,000.00 元、本报告期内 2015 年度现金股利分红较 2014 年度股利分红增加 102,000,000.00 元、2015 年 6 月收到公司上市募集资金 891,371,345.93 元而本报告期内无此项新发生业务等原因所致。

研发支出变动原因说明:主要系公司本期购买研发设备所致。

2 其他

(1) 公司利润构成或利润来源发生重大变动的详细说明

不适用

(2) 公司前期各类融资、重大资产重组事项实施进度分析说明

不适用

(3) 经营计划进展说明

根据公司的发展战略以及今年的行业形势,公司计划 2016 年度实现营业收入 279,670 万元,营业总成本控制在 189,785 万元以内。截止本报告期末,公司实现营业收入 148,256 万元,占全年计划营业收入的 53%,发生营业总成本 95,213 万元,占全年预计金额的 50%,公司业务持续稳定发展。

2016 下半年,公司将集中优势资源,深耕市场空间;优化产品结构,满足市场需求;创新技术体系,提升产品品质,力争年度目标的顺利实现,推动公司主营业务的稳步发展。

(4) 其他

无

(二) 行业、产品或地区经营情况分析

1、 主营业务分行业、分产品情况

单位:元 币种:人民币

主营业务分行业情况						
分行业	营业收入	营业成本	毛利率 (%)	营业收入 比上年增 减 (%)	营业成本 比上年增 减 (%)	毛利率比 上年增减 (%)
酒类	1,461,182,204.79	417,546,995.77	71.42	13.81	2.66	增加 3.10 个百分点
主营业务分产品情况						
分产品	营业收入	营业成本	毛利率 (%)	营业收入 比上年增 减 (%)	营业成本 比上年增 减 (%)	毛利率比 上年增减 (%)

高档白酒	1,339,738,369.87	342,480,596.16	74.44	17.09	7.70	增加2.23个百分点
中档白酒	67,531,362.06	34,985,717.10	48.19	-20.68	-22.70	增加1.36个百分点
低档白酒	53,912,472.86	40,080,682.51	25.66	-1.36	-7.82	增加5.21个百分点

主营业务分行业和分产品情况的说明

无

2、主营业务分地区情况

单位：元 币种：人民币

地区	营业收入	营业收入比上年增减（%）
安徽省内	1,213,211,389.09	23.42
安徽省外	247,970,815.70	-17.61

主营业务分地区情况的说明

无

（三）核心竞争力分析

1、细分行业领先优势

公司生产的口子窖系列产品香气独特，是我国兼香型白酒的代表，具有“清澈透明，芳香幽雅，醇厚绵净，香味协调，酒体细腻丰满，空杯留香，风格显著”的特点。2003年，公司主持制定了口子窖酒国家标准《原产地域产品 口子窖酒》（GB 19328-2003）。同时，为促进技术进步，加快口子窖酒品牌发展，持续提高口子窖酒产品质量，维护企业和消费者的利益，使口子窖酒标准趋于完善，2007年2月，《地理标志产品 口子窖酒》（GB/T 19328-2007）国家标准通过审定，并于2007年9月19日批准发布。2009年12月，中国标准化管理委员会批准公司作为全国白酒标准化技术委员会兼香型白酒分技术委员会秘书处承担单位。目前，公司制定的标准已成为公司核心竞争力和软实力的基本要素。

在消费者对白酒行业口味需求日益多元化的趋势下，白酒市场竞争日趋激烈，传统的强势香型——浓香型、酱香型和清香型等白酒香型面临着其它公司创新的挑战。口子窖作为融合了浓香、酱香等多种香型口感特色的兼香型白酒的代表，在细分行业具有领先优势，市场空间潜力巨大。

2、品牌优势

口子酒源远流长，具有两千多年的悠久历史，拥有丰富的历史典故，在我国传统的酒文化中占有重要的地位。公司产品具有广泛的知名度和影响力，尤其是近几年，公司通过加大宣传力度，打造公司产品的品牌特色，口子窖酒已经从地方名酒成长为全国性品牌。口子系列白酒悠久的历史、良好的知名度和美誉度得到了充分和广泛的认可，并已得到了国家有关部门的权威认定：2002

年,国家质检总局发布 2002 年第 113 号公告,批准对口子窖酒实施原产地域产品保护;2005 年,国家工商行政管理总局商标局认定“口子及图”商标为驰名商标;2006 年,口子牌口子窖酒被中国食品工业协会白酒专业委员会授予纯粮固态发酵白酒标志,口子商标被国家商务部认定为“中华老字号”;2008 年,由口子老井、老窖池和酒厂建筑群构成的口子窖遗址,被认定为“第三次全国文物普查重要新发现”,口子窖酒遗址由老井、老窖池和酒厂建筑群构成,老井、老窖池位于安徽淮北濉溪老城后大街中段、典当巷左侧“小同聚坊”院内,老井掘于隋唐之际,老窖池始建于元末明初,目前均在沿用;2011 年,公司副总经理张国强当选为非物质文化遗产项目代表性传承人。

3、产品多元优势

公司在继承传统老口子和口子酒品牌的基础上,顺应消费升级的需求,通过加大科技投入和新产品开发的力度,推出口子坊、口子窖系列中高档白酒产品。目前公司形成了高、中、低档全系列的产品序列。在口感上,在口子窖系列兼香型为特色的基础上,继承和保留了传统品牌浓香型的工艺特点。公司运用改良后的传统酿酒技术生产基酒,从原辅材料入厂到成品酒出厂的全套生产环节,均严格执行质量标准和管理体系的要求。

4、地域优势

公司是安徽省内白酒行业的龙头企业之一。安徽省地处中东部地区,受到销售渠道、消费习惯等影响,地方白酒占据主要消费市场,销售势头旺盛。安徽作为粮食产区、产酒大省和重要的消费市场,公司的口子窖品牌白酒在省内具有很高的知名度。公司位于皖北地区,毗邻江苏、山东、河南等白酒消费大省,除安徽市场之外,公司产品在周边省份也具有较强的市场影响力。

5、管理层优势

公司管理团队中主要成员多年以来一直就职于公司,在白酒行业经营多年,经历过白酒行业发展的起伏,对行业的特点和发展规律有较深刻的理解。公司领导班子精诚团结,人际关系和谐,有较强的凝聚力。同时,公司管理层具有丰富的生产、销售管理经验,对白酒企业的经营特点认识深刻,拥有良好的管理能力。在公司领导层中,同时拥有多位国家级酿酒师和评酒师,对白酒酿造和品评有着独特的见解和深厚的底蕴。

四 涉及财务报告的相关事项

4.1 与上年度财务报告相比,会计政策、会计估计发生变化的,公司应当说明情况、原因及其影响。

不适用

4.2 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的，公司应当说明情况、更正金额、原因及其影响。

不适用

4.3 与上年度财务报告相比，对财务报表合并范围发生变化的，公司应当作出具体说明。

（1）本报告期末纳入合并范围的子公司

序号	子公司名称	子公司简称	持股比例%	
			直接	间接
1	淮北市金缘坊包装有限公司	金缘坊包装	100%	-
2	安徽口子酒营销有限公司	口子酒营销	95%	5%
3	淮北市口子酒直销有限公司	淮北口子	-	100%
4	上海口子实业有限公司	上海口子	-	100%
5	北京口子商贸有限责任公司	北京口子	-	100%

（2）本公司报告期内合并范围未发生变化。

4.4 半年度财务报告已经审计，并被出具非标准审计报告的，董事会、监事会应当对涉及事项作出说明。

不适用