

公司代码：600702

公司简称：舍得酒业

舍得酒业股份有限公司
2019 年半年度报告摘要

一 重要提示

- 1 本半年度报告摘要来自半年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到上海证券交易所网站等中国证监会指定媒体上仔细阅读半年度报告全文。
- 2 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证半年度报告内容的真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担个别和连带的法律责任。
- 3 公司全体董事出席董事会会议。
- 4 本半年度报告未经审计。
- 5 经董事会审议的报告期利润分配预案或公积金转增股本预案
无

二 公司基本情况

2.1 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	舍得酒业	600702	沱牌舍得

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	徐强	周建
电话	0825-6618269	0825-6618269
办公地址	四川省射洪县沱牌镇沱牌大道999号	四川省射洪县沱牌镇沱牌大道999号
电子信箱	tpzqb@tuopai.biz	tzgl@tuopai.cn

2.2 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	5,139,834,925.70	4,842,358,854.79	6.14
归属于上市公司股东的净资产	2,691,463,544.40	2,516,035,088.50	6.97
	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	-139,245,807.07	141,742,401.07	-198.24

营业收入	1,220,533,393.03	1,018,209,725.39	19.87
归属于上市公司股东的净利润	185,427,895.65	165,849,175.42	11.81
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	181,006,379.72	127,319,983.41	42.17
加权平均净资产收益率(%)	7.12	6.04	增加1.08个百分点
基本每股收益(元/股)	0.5556	0.4917	13.00
稀释每股收益(元/股)	0.5556	0.4917	13.00

2.3 前十名股东持股情况表

单位：股

截止报告期末股东总数(户)		50,934				
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	
四川沱牌舍得集团有限公司	境内非国有法人	29.85	100,695,768	0	无	0
四川省射洪广厦房地产开发公司	国有法人	3.49	11,777,751	0	无	0
云南卓晔投资管理有限公司一卓晔1号基金	其他	2.67	9,000,000	0	无	0
曹立新	境内自然人	1.39	4,702,700	0	无	0
中国银行股份有限公司一招商中证白酒指数分级证券投资基金	其他	1.22	4,099,285	0	无	0
四川省射洪顺发贸易公司	国有法人	1.19	4,018,291	0	无	0
舍得酒业股份有限公司回购专用证券账户	境内非国有法人	1.05	3,543,359	0	无	0
香港中央结算有限公司	境内非国有法人	0.95	3,206,105	0	无	0
中国国际金融股份有限公司	国有法人	0.80	2,698,643	0	无	0
尼西资本控股有限公司一尼西资本价值一号私募证券投资基金	其他	0.77	2,594,119	0	无	0
上述股东关联关系或一致行动的说明		公司前10名大股东和前10名无限售条件股东中控股股东沱牌舍得集团与其他股东之间不存在关联关系和一致行动人情况，公司未知其他股东之间的关联关系和一致行动人情况。				
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明		不适用				

2.4 截止报告期末的优先股股东总数、前十名优先股股东情况表

适用 不适用

2.5 控股股东或实际控制人变更情况

适用 不适用

2.6 未到期及逾期未兑付公司债情况

适用 不适用

三 经营情况讨论与分析

3.1 经营情况的讨论与分析

（一）上半年经营情况回顾

2019年白酒行业继续处于新一轮的增长周期，但同时也面临着中高端白酒阶段性去库存及竞争更加激烈的问题，行业进一步向少数有品牌影响力、高品质的名酒品牌集中。在报告期内，公司立足管理机制创新，坚持走高质量可持续发展之路，改革取得了良好效果，为公司的可持续发展奠定坚实基础。具体工作包括：

1、坚定产品定位，梳理产品体系

坚持以舍得为核心、沱牌为重点的双品牌战略，明确公司产品的定位，以消费者的需求为基础，持续对公司的产品体系进行梳理，打造舍得系列和沱牌系列明星产品。

2、加强团队培训与激励，提升团队战斗力

公司在稳定销售团队的同时，实行厂家人员与经销商人员“1+1 运作”市场模式。通过针对不同层级的人员建立专项培训计划的方式，将培训工作常态化，提升团队运作市场的能力。与此同时，公司针对各大区及办事处，建立了“责、权、利”相对统一的扁平化营销授权管理模式，大幅提升了针对市场的反应效率。营销骨干获得股权激励，团队潜力得以进一步激发。

3、实施一地一策，提升费用投入效率

公司针对不同市场的发展周期及区域特色，在大政方针相对统一、监督体系已经基本完善的前提下，充分授权一线团队实施一地一策，确保公司的各项投入政策更加适应市场，提升费用投入产出效率。

4、实施聚焦战略，打造核心、重点市场

在加速产品全国化布局的同时，公司聚焦核心大单品、聚焦战略市场及重点市场，市场分梯级培养，分批突破。2019年起，更进一步将资源向次高端容量较大的华东、华南市场倾斜，聚焦建设以长沙为中心、以环太湖为中心的两个根据地市场，并初见成效。

5、掌控核心网络，培养忠实用户

加强消费者培育，通过“赠酒+舍得智慧之旅+品鉴会+品牌荣誉大使”四大工程，培育忠实用户；聚焦烟酒店及团购渠道，拓展餐饮及现代零售渠道、电商渠道；优化烟酒店联盟体模式，建立万家联盟体烟酒店。

（二）公司 2019 年下半年经营计划

1、加强市场营销工作，不断提升主要品牌的市场份额。

(1) 加强营销体系建设，持续创新发展。在坚持聚焦舍得与沱牌两大品牌的同时，积极布局新的增长点。利用公司老酒储量行业领先的优势，大力开展老酒销售，提升老酒价值，构建老酒产业生态链；加强与企业客户、特殊客户的合作，拓展团购渠道；大力推动电商、C2M 等新模式下的产品创新、渠道创新、模式创新工作。

(2) 坚持打造智慧舍得、品味舍得及沱牌天曲、特曲、优曲等战略单品，同时，为强化对区域市场的适应性，满足不同市场需求，在坚持主销产品不动摇的前提下，开发区域市场专销产品。

(3) 坚持以品牌建设为核心，持续加强品牌的精准传播及公关营销，持续将《舍得智慧讲堂》打造为超级 IP，构建舍得特色的品牌传播矩阵，提升品牌影响力。开启以酒为媒的大型诗乐舞《大国芬芳》欧洲巡演活动，传播中国白酒文化。

(4) 继续推动舍得的全国化战略，加强华东华南的市场布局，强化各项资源的配置，建立市场突击队，力争在次高端白酒的大容量市场尽快取得突破。

(5) 加速沱牌品牌的发展，坚持天特优大单品的同时，推出高线光瓶产品及区域适应性产品，将沱牌打造为最具性价比的中国名酒。

(6) 加强厂商合作，实施针对战略合作伙伴的“战略 100”行动计划，与核心经销商建立长期合作关系。全面推行厂商 1+1 合作模式，提升经销商及渠道网点的销售积极性。

(7) 快速提升信息化水平，推进行动数字化。将数字化运用于产品销售的全流程，实现终端进货扫码、消费者瓶盖扫码，建立会员营销体系，有效控制货源，有效激励终端渠道、培养核心消费人群。

(8) 优化营销团队考核模式，让 KPI 考核更加切合市场实际，注重工作实效，强化业绩导向。

2、强化内部管理，规范企业有效运行

(1) 强化采购、检验和生产，保证产品质量安全

强化原材料采购。利用专业物资信息发布网站、市场考察等渠道收集市场行情，分析市场规律；进一步优化供方体系，提高供货质量，控制采购成本。

加强质量检验管理。以产品的质量和安全为工作核心，着力完善质量检测体系，优化配置检测设备，不断提升检测水平；严格品质把关，强化过程跟踪。

加强生产过程管理。进一步加强质量管理，优化高端产品包装生产工艺，确保产品质量稳定的同时及时满足包装生产需求；合理安排生产时间，控制生产节奏。

(2) 推进自动化建设，降低产品能耗

加快实施自动化灌装包装技改工程，通过引进先进的技术与设备，优化公司现有酿酒和成品酒生产配套设施设备，提高成品酒包装生产效率，降低能源消耗，进一步降低公司的生产成本。

(3) 优化资源配置，为生产经营提供保障

强化人力资源配置。通过优化架构、强化培训、深入推进绩效考评，实行“能者上、庸者下、劣者汰”的优化激励和选人、用人机制，加强培训，通过“内部注智、外部引智”，着力提升员工

技能水平，打造一批优秀的管理、技术团队。

(4) 加强信息化建设，提升发展新活力

推进信息化与企业的深度融合，搭建 OA 系统，大幅提高公司的管理与决策效率；加强网络销售，建立从供应商到消费者的大数据管控平台，完成 CRM 及经销商门户的各项建设、调试及试行推广工作，公司使用二维码追溯系统，实现产品源头可查、去向可追、责任可究、信息可视化和大数据管理，保证产品从原材料供应、生产到流通的全生命周期管理。

(5) 强化卓越管理，坚持生态立企

以卓越绩效管理模式为导向，整合、优化、落实各管理体系的要求，主动寻求改进空间，形成持续改进的长效机制；顺利通过质量管理、环境管理、职业健康安全管理体系、测量管理、知识管理体系五项体系的监督审核认证。

3.2 与上一会计期间相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况、原因及其影响

适用 不适用

2019 年 4 月 25 日，公司第九届董事会第二十五次会议及第九届监事会第十八次会议审议通过了《关于会计政策变更的议案》，根据财政部《企业会计准则第 22 号—金融工具确认和计量》、《企业会计准则第 23 号—金融资产转移》、《企业会计准则第 24 号—套期会计》及《企业会计准则第 37 号—金融工具列报》及其解读的相关规定，公司会计政策应修订内容主要包括：金融资产分类变更为“以摊余成本计量的金融资产”、“以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产”及“以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产”三类，金融资产减值准备计提由“已发生损失法”改为“预期损失法”。除上述会计政策变更外，其他未变更部分，公司仍按照财政部前期发布的《企业会计准则—基本原则》和各项具体会计准则、企业会计准则应用指南、企业会计准则解释公告以及其他相关规定执行。此次会计政策变更不涉及对公司以前年度报表的追溯调整，不影响公司 2018 年度相关财务指标，对公司财务状况和经营成果不产生重大影响。具体内容详见公司在上海证券交易所网站(www.sse.com.cn)发布的《舍得酒业关于会计政策变更的公告》(2019-026)。

3.3 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况、更正金额、原因及其影响。

适用 不适用

董事长：刘力

舍得酒业股份有限公司

董事会批准报送日期：2019 年 8 月 26 日