

金徽酒：以资本市场为突破口 打造独有优势的白酒龙头

——金徽酒股份有限公司首次公开发行A股网上投资者交流会精彩回放

出席嘉宾

金徽酒董事长、总经理 周志刚 先生
金徽酒董事、董事会秘书 胡阳 先生
金徽酒财务总监 谢小强 先生
国泰君安投资银行业务委员会副总裁 蒋荀 先生
国泰君安创新投行部副总经理、保荐代表人 张斌 先生
国泰君安创新投行部执行董事、保荐代表人 郝彦辉 先生

金徽酒股份有限公司董事长、总经理周志刚先生致辞

尊敬的各位嘉宾、各位投资者和各位网友：



大家好！
首先，我谨代表金徽酒股份有限公司董事会、管理团队和全体员工，对参加金徽酒首次公开发行A股网上路演的各位朋友，表示热烈的欢迎和诚挚的感谢！

金徽酒股份有限公司是甘肃省生产规模最大、经营业绩最好的白酒生产企业之一。多年来，公司始终坚持“以人为本、追求卓越、合作共赢、服务社会”的发展理念，弘扬“老老实实在做人，认认真真做事”的企业精神，依托悠久的酿酒历史、独特的生态环境、优质的产品质量和深厚的文化积淀，酿造生态、健康、好喝的酒，奉献让消费者放心的产品，在甘肃省及周边省区建立了良好的品牌知名度和美誉度。目前，公司正在着力加强以优化产能为主的基础设施建设，以提升自主创新研发能力为主的专业技术团队建设，以倡导健康绿色消费激发正能量为核心的品牌价值建设和省外市场建设，为实现建成“中国大型白酒酿造基地，跻身中国白酒10强”的目标奠定了坚实基础。

希望通过此次网上交流活动，充分解答各位投资者所关心的问题，让大家全面、充分、客观地了解金徽酒，加深大家对金徽酒的认知。

最后，请允许我再次感谢广大投资者对金徽酒的关注。各位对本公司股票发行上市的积极参与，是对金徽酒最大的支持和鼓舞，这一切将成为我们前进的动力。我们将立足于现有的竞争优势，着力于未来的发展创新，把公司做强、做大，塑造健康、规范、优秀的上市公司，回报各位投资者，回报我们的客户和员工，回报全社会！谢谢大家！

国泰君安证券股份有限公司投资银行业务委员会副总裁蒋荀先生致辞

尊敬的各位投资者朋友、各位网友：

大家好！

欢迎各位参加金徽酒股份有限公司首次公开发行A股的网上路演推介活动。在此，我谨代表本次发行的保荐机构和主承销商国泰君安证券股份有限公司，向所有参加今天网上路演的嘉宾和投资者朋友们，表示热烈的欢迎和衷心的感谢！

金徽酒依托独特的生态环境、优质的产品品质、悠久的酿酒历史和深厚的文化积淀，成长为甘肃省内生产规模最大和经营业绩最好的白酒生产企业之一，并在甘肃省及周边省区树立了良好的品牌知名度和美誉度。国泰君安非常荣幸能够成为金徽酒首次公开发行A股的保荐机构和主承销商。在合作过程中，我们见证了金徽酒优秀务实的管理团队和积极向上的企业文化，深刻感受到金徽酒的品牌实力和发展前景。

我们真诚地希望通过本次网上路演，广大投资者能够更加深入、客观地了解金徽酒，准确地把握金徽酒的投资价值和投资机会！我们对金徽酒未来发展充满信心，希望通过我们和金徽酒的共同努力，让广大投资者共同分享优秀企业的发展成果！

再次感谢广大投资者对金徽酒的支持和关注！

最后，预祝金徽酒首次公开发行A股圆满成功！欢迎大家踊跃提问、积极申购。

金徽酒股份有限公司董事、董事会秘书胡阳先生致结束语

尊敬的各位嘉宾、投资者、关心金徽酒的网友们：

大家好！

金徽酒股份有限公司首次公开发行A股网上路演即将结束。在此，我谨代表金徽酒管理层和全体员工感谢大家对本次发行的热情关注和踊跃提问，同时感谢所有中介机构的辛勤付出！

今天，投资者朋友与我们一起就金徽酒的经营管理、战略规划等多层面进行了深入交流与探讨，给我们提供了很多宝贵建议，我们会充分重视大家的建议，并进一步努力完善。同时，通过与大家的沟通，我们也深刻体会到作为一家公众公司所肩负的使命和责任。

此次公开发行A股股票并上市，标志着金徽酒迈入了一个崭新的发展阶段。未来，在各级主管部门、监管机构、保荐机构以及广大投资者等社会各界的帮助和支持下，我们对公司的发展更有信心、更有决心。公司将充分发挥卓越的综合优势，借力资本市场，以稳健优良的业绩回报股东、回报社会。

在此次网上路演即将结束之际，我谨代表金徽酒全体同仁，对社会各界朋友的关心和支持再次表示衷心的感谢！对保荐机构国泰君安证券股份有限公司以及中介机构致以诚挚的感谢！对上证路演中心和中证网提供的与投资者沟通交流的优秀平台表示衷心的感谢！

最后，衷心希望在今后的发展中，大家能够一如既往地关注和支持金徽酒。我们非常愿意以各种方式与投资者朋友们继续保持顺畅的沟通，希望大家共同见证金徽酒发展的美好明天！谢谢大家！



经营篇

问：公司的主营业务、主要产品是什么？

周志刚：本公司主营白酒生产及销售，经营范围为：白酒、水、饮料及其副产品生产、销售；包装装潢材料设计、开发、生产、销售（许可项目凭有效证件经营）。本公司生产和销售浓香型白酒，主导产品有“金徽”和“陇南春”两大品牌，涵盖“金徽”、“世纪金徽星级”、“世纪金徽陈香”、“陇南春”等四大系列40余个高度、降度品种。

问：公司现在的销售模式是怎样的？

周志刚：本公司的销售模式主要有经销商、商超和直销模式，以经销商模式为主，商超、直销模式较少。经销商模式下，销售公司下属的各地区销售网点在相关销售区域根据潜在经销商的经济实力、仓储条件、配送能力以及市场信誉度，择优选择经销商并与其达成经销协议，由其在一定区域内经销相关白酒产品。商超模式下，销售公司通过商超、酒店等渠道以代理方式将白酒产品销售给终端客户。直销模式下，销售公司以批发或零售的方式直接将白酒产品销售给终端客户，主要直销渠道包括团购、专卖店、零售等。

问：公司主要经营哪种香型白酒？工艺技术有什么特点？

周志刚：公司主要从事浓香型白酒的生产和销售。由于特殊的地缘、水源、工艺，金徽酒属于特有的浓香型淡雅风格。

金徽酒在继承传统固态酿酒工艺基础上，通过低温发酵、缓火蒸馏、国槐陈酿、低温过滤等独创低温酿酒工艺，采用独创的“窖池测温物联网监测系统”和速冻过滤技术，生产出的金徽酒产品具有“生态酿造、低温甜润”的特有品质，且“只有窖香、没有泥味”的独特物理属性。

问：请简要介绍一下公司具备哪些品牌市场优势？

周志刚：1960年，凭借悠久的历史、良好的品质和较高的声誉，“金徽酒”商标与“茅台”、“五粮液”等成为全国首批登记注册的8个著名白酒品牌之一。本公司传承“金徽酒”特有的浓香型淡雅风格，围绕传统“金徽”、“陇南春”品牌具备的“窖香富郁、绵甜圆润、香味协调、香长味净”等特色，通过工艺提升、产品设计和营销拓展等，在甘肃省内市场形成较高知名度和较强竞争力。本公司销售网络已辐射甘肃省90%以上的市县，市场占有率居全省之首。近年来，本公司在继续稳固甘肃省内市场的同时，稳步拓展甘肃省周边市场，逐渐成为西北地区强势白酒品牌。

问：有媒体报道称公司出酒率高出行业平均水平，请问公司出酒率实际情况如何？

周志刚：我们关注到了相关报道并进行了核查、测算，公司2012年至2014年的出酒率分别是40.01%、41.35%和48.67%，具体考虑到了原材料的构成、原酒度数折算、生产工艺等多个因素。由于公司采用了“窖池测温物联网监测系统”，对酿酒生产实行精细化管理，克服了冬夏季节压排、产量和质量不稳定的缺陷，原酒产量、质量均呈上升趋势。未来，我们将进一步通过技术创新、工艺创新、管理创新，达到优化原酒产量、质量的目的。

问：公司具备哪些酿造技术优势？

周志刚：本公司采购优质原粮（高粱、大米、糯米、小麦及玉米）作为原酒生产原料，验收合格的原粮经过筛选分离、粉碎磨粉、比例配料、拌入谷壳及分装入袋等程序后，由粉碎车间运至酿酒车间。本公司结合徽县当地气候状况、公司窖池培育情况及酒体风格等因素，将酒糟的发酵周期控制在78天左右，以保持香味物质及其他微生物的繁殖与均衡。在发酵周期结束后，通过“分层起糟”工艺，经过拌料、润料后进入蒸馏程序。在蒸馏过程中，通过蒸汽加热、逐步升温方式，促进相关化学物质的形成和均衡。经蒸馏、冷却过程而成的原酒根据香味物质含量等理化指标与口感标准，进行分级入坛、入酒海，随之运送陈酿勾调车间贮存老熟。同时，蒸馏后的酒糟经“堆闷摊晾”后拌入大曲，并遵循“底糟入底”的原则重新入窖，以保持底层糟醅的优良风格，未加粮的上层红糟作丢糟处理，实现不断更新循环。

本公司独创“低温酿酒工艺”，通过低温发酵、缓火蒸馏、国槐陈酿、低温过滤等工艺，有利于产品品质更加稳定。2012年，本公司开发出“窖池测温物联网监测系统”。该监测系统实施后，全面、精准反映了窖池温度变化情况，进而为统计分析原酒酿造工艺参数、入窖投料科学化及提升优质原酒产出等奠定了基础。该系统获得中国商业联合会科学技术奖全国商业科技进步奖一等奖。

问：公司未分配利润的主要用途有哪些？

胡阳：公司留存未分配利润主要用于购买设备、加快新产品开发、拓展营销网络、提升品牌知名度与美誉度、完善人力资源等方面，从而进一步强化公司市场地位，实现业务可持续发展，并通过有计划有步骤地实现公司未来发展规划目标，最终实现股东利益最大化。

问：公司在甘肃省实现的白酒销售收入占比为多少？

谢小强：公司白酒产品销售主要集中在甘肃省及周边区域，报告期内甘肃省内销售收入占比均超过96%。近年来，在

继续稳固甘肃省内销售的同时，公司积极拓展甘肃省周边区域白酒消费市场。

问：公司的存货情况如何？

谢小强：2013年至2015年，公司存货账面价值分别为26,218.05万元、27,643.34万元和31,395.51万元，占流动资产的比例分别为52.16%、53.82%和48.16%，占资产总额的比例分别为21.72%、17.75%和16.94%。

报告期内，公司存货结构较为稳定，主要由包装材料、半成品和库存商品构成，各期末三者之和占当期期末存货的比例分别为96.34%、97.34%和97.78%。

问：公司近三年来的货币资金余额多少？

谢小强：2013年至2015年，本公司货币资金余额分别为22,379.68万元、22,305.76万元和32,429.91万元，占流动资产的比例分别为44.53%、43.43%和49.75%。

2015年末，公司货币资金较上年末增加10,124.15万元，增幅为45.39%，主要原因为公司2015年营业收入较2014年增加16,953.54万元，经营活动产生的现金流量随之增加，同时购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付现金降低。

行业篇

问：地域消费文化对白酒行业的需求会产生哪些影响？

周志刚：我国幅员辽阔，地理地貌丰富，各地域之间有着相当大的文化差异，不同的文化对一个地区消费者的生活方式、生活水平、购买力大小和消费结构都会产生影响。白酒作为文化载体属性较强的消费品，受社会习俗、地域文化的影响较大。我国大部分地区都有自己的区域名酒，这些酒的品牌文化、消费理念在当地扎根很深，并且拥有稳定的消费群体。

问：公司所处白酒行业与下游行业的关联性有哪些？

周志刚：白酒行业下游产业主要为白酒产品的批发与零售，包括经销商、酒店、商超、专卖店、电子商务平台等。批发与零售业通过直销或代销方式将产品最终销售至终端消费者。我国批发与零售行业企业数量众多，行业集中度低，市场竞争激烈，白酒生产企业可根据销售策略选择销售渠道。

问：公司所处行业竞争格局和市场化程度如何？

周志刚：我国白酒历史悠久，企业数量众多，国内白酒生产企业约1.8万家，规模以上白酒企业尤其是大中型白酒企业占据行业主导地位。截至2014年末我国规模以上白酒生产企业1,498家，2014年度我国白酒产量1,257.13万千升、营业收入5,258.89亿元、利润总额698.75亿元。截至2015年10月末我国规模以上白酒生产企业1,563家，2015年1-10月我国白酒产量1,045.90万千升、营业收入4,367.14亿元、利润总额558.13亿元。

2005年至2012年，我国白酒行业产销、销售单价持续攀升，白酒企业整体盈利能力显著增强，贵州茅台、五粮液、洋河等全国知名品牌以及区域性知名品牌白酒企业产品结构调整、营销网络建设、广告宣传等活动明显增加。2013年以来，随着中央“八项规定”、“六项禁令”等政策执行力度的加大，由政府消费主导的高档白酒市场呈现需求削弱趋势；另一方面，随着我国经济活动日趋活跃、消费者购买力不断增强和消费水平持续升级，高端民间消费对高档白酒市场的影响力日渐加大。白酒市场消费格局正在由以中低档白酒产品为主向中高档白酒产品为主过渡，市场竞争较为激烈。

问：公司如何看待目前行业内的竞争情况？

周志刚：近年来，伴随我国国民经济的持续快速增长，我国财政收入、企业利润和居民收入快速增长，从而带动白酒消费需求明显增加和不断升级，我国白酒产销及白酒行业利润水平有明显提升。2012年下半年以来，我国经济在保持稳中向好、稳中向好的同时，经济运行中仍面临不少风险和压力，经济结构调整和转变发展方式的任务艰巨，经济增长下行压力有所加剧；同时中央出台“八项规定”、“六项禁令”等政策严格限制“三公消费”，白酒的市场需求开始呈现削弱趋势，白酒产品降价销售趋势明显，市场竞争进一步加剧，白酒行业整体经营业绩增速显著放缓，行业进入了调整期。

发行篇

问：优质酒酿造技术改造项目建设的意义和必要性是什么？

周志刚：（1）中高档白酒销售增长带动优质原酒的需求。近年来，公司中高档白酒销售收入逐年提高，但产品结构依然不合理，2015年度高、中、低档酒的产量比例分别为8.96%、64.62%、26.42%，高档酒产量占比较小，公司急需增加中高档白酒产量。中高档白酒需要以优质原酒为基础进行勾调，而优质原酒生产对酿造工艺提出了更高要求，其陈酿老熟期限也较普通原酒延长1-2年以上。公司有需要通过技术改造提高现有酿酒工艺并增加原酒产量。（2）公司现有设备无法满足优质原酒生产要求。公司

西厂区部分酿造车间建于上世纪80年代，鉴于当时的建设条件，发酵窖池主要为砖窖，酒场地面为水泥材质，导致发酵效率较低；蒸馏冷却设备材质为铝合金，瓶桶为水泥池，整体导热性较差，使得冷却水消耗量大，而且蒸馏效率较低，难以满足生产优质原酒的工艺要求；另外2008年“汶川地震”对车间墙体、立柱及窖池带来一定程度的损坏，导致部分车间无法正常生产，限制了原酒实际产能，减少了原酒产量。因此，公司迫切需要要对现有酿造车间进行技术改造。

（3）原酒陈酿老熟能力制约产能释放。公司现有500kg陶制酒坛2,500只、110t不锈钢储酒罐141个，基本满足现有原酒生产能力的陈酿老熟储存周期。在公司产品结构调整、原酒产能逐步释放、优质原酒储存周期延长的前提下，原酒陈酿老熟能力需要进一步提升，公司需对现有贮酒库进行扩容改造。

（4）包装能力无法满足中高档酒生产需要。公司现有全自动灌装线6条、半机械化包装线3条，全自动灌装线仅可满足中低档酒的包装，高档酒因其所用包装瓶、外包装箱的特殊性，只能采用半机械化的灌装。公司产品结构的调整，将提高中高档酒的生产比例，故高档酒包装生产线的生产能力已无法满足项目实施后高档酒的生产需要，公司需对高档酒包装生产线进行技术改造。

问：信息化建设及科技研发项目采取了哪些环保措施？

周志刚：本项目采取的环保措施如下：
（1）废水：废水来源于员工日常生活污水和研发中心少量实验废水，公司将其分类收集后送入厂区内污水处理站处理后达标排放，执行《发酵酒精和白酒工业水污染物排放标准》（GB27631-2011）。

（2）固体废物：固体废物主要为员工日常生活和办公垃圾，将由环卫部门分类收集后统一处置，不会对环境造成影响。

公司建设了雨水污水分流管网、固废垃圾收集转运设施，募投项目的环保投入和排污量匹配。

问：营销网络及品牌建设项目投资进度？

周志刚：本项目建设进度将结合公司营销策略分步展开，首先将以省内市场作为战略重点，先在省内完成项目建设，以进一步巩固公司在省内市场基础和核心地位；第二步公司将把重点的西北市场进行建设，在银川、西安、乌鲁木齐等西北重点城市建立营销中心 and 专卖店，初步建立西北市场的销售网络；第三步选择西北地区以外的其他机会性市场进行初步宣传和培育，计划在建设期的第三年完成华北、华东、华南市场的营销中心和专卖店建设工作。拟投资本项目的募集资金7,000万元将先期用于战略重点和次重点市场的营销中心和专卖店建设。

问：公司募集资金投资项目的审批、核准或备案情况如何？

胡阳：公司此次募集资金投资建设的三个项目均向主管的省、市发改委提交了备案审核申请，三个募投项目已分别于2013年3月20日取得了甘肃省发展和改革委员会《关于金徽酒股份有限公司优质酒酿造技术改造项目登记备案的通知》（甘发改产业〔2013〕111号），于2013年3月28日取得了陇南市发展和改革委员会《关于金徽酒股份有限公司营销网络及品牌建设项目备案的通知》（陇发改改〔2013〕139号）、《关于金徽酒股份有限公司信息化建设及科技研发项目备案的通知》（陇发改改〔2013〕138号）。我们将按照相关审批文件，使用好募集资金，使相关项目尽早产生效益。

问：请简要介绍一下募集资金运用对盈利能力的影响。

谢小强：本次募集资金投资项目建设完成后，可大幅提升公司资产规模，优化产品结构，提高公司中高档白酒的生产能力，增强市场竞争力。根据优质酒酿造技术改造项目可行性研究报告，该项目建成并达产后，可实现年新增营业收入67,803万元、年新增净利润19,939万元。

问：请简要介绍一下优质酒酿造技术改造项目。

谢小强：本项目是在公司原酒设计产能13,000吨、成品酒设计产能20,000吨不变的基础上，对原酒酿造、陈酿老熟、包装生产线等生产系统及辅助设施进行技术改造，优化公司产品结构，提高公司盈利能力。项目投产后年新增销售收入67,803万元，净利润19,939万元。本项目税后财务内部收益率为24.98%，财务净现值为50,608万元，动态投资回收期（含建设期）为7.66年；各项主要经济技术指标均优于行业基准值，财务净现值大于零，适应市场变化能力和抗风险能力较强。详细情况请参阅本公司《招股说明书》。

问：请简要介绍一下募集资金运用对净资产收益率和每股收益的影响。

谢小强：由于募集资金投资项目不可能在短期内产生经济效益，因此发行后全面摊薄每股收益和净资产收益率将有所下降。但是随着募集资金投资项目的达产和获利，公司净资产收益率和每股收益将得到有效提升。