公司代码:600299 公司简称:安迪苏

蓝星安迪苏股份有限公司

2017 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

本报告期内,本公司无利润分配预案或转用公积金转增股本预案。

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	安迪苏	600299	蓝星新材

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	王鹏	
电话	010-61968799	
办公地址	北京市朝阳区北土城西路9号	
电子信箱	Investor-service@bluestar-adisseo.com	

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	20,208,964,527	19,943,821,352	1
归属于上市公司股东的净资产	12,400,917,029	12,075,838,659	3
	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	1,207,291,875	1,513,959,890	-20
营业收入	4,932,120,233	5,434,956,134	-9
归属于上市公司股东的净利润	577,370,721	1,101,539,701	-48
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	573,063,037	1,098,920,575	-48
加权平均净资产收益率(%)	4.63	10.07	减少5.44个百分点
基本每股收益(元/股)	0.22	0.41	-46
稀释每股收益(元/股)	0.22	0.41	-46

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)						23,947
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	
					冻结	
中国蓝星(集团)股份有限公司	国有法人	89.09	2,389,387,160	2,107,341,862	冻结	10,000,000
创金合信基金-浦发银行-创金合信新活力1号分级型资产管理计划	未知	0.85	22,754,207	0	未知	0
中国证券金融股份有限公司	未知	0.51	13,794,697	0	未知	0
陕西省国际信托股份有限公司-陕国投·聚宝益39号证券投资集合资金信托计划	未知	0.40	10,635,789	0	未知	0
吴梦玲	未知	0.36	9,559,285	0	未知	0
长石投资有限公司	未知	0.24	6,563,822	0	质押	6,560,000
新华联控股有限公司	未知	0.22	5,918,074	0	未知	0
中国电子投资控股有限公司	未知	0.19	5,185,185	0	未知	0
广西铁路发展投资基金(有限合伙)	未知	0.19	5,185,185	0	未知	0
江苏聚合创意新兴产业投资基金(有限合伙)	未知	0.14	3,870,000	0	未知	0
上述股东关联关系或一致行动的说明	上述股东中,中国蓝星(集团)股份有限公司与北京橡胶工业研究设计院(持有3,737,262股)同为中国化工集团公司之子公司;除上述股东外,公司未知其他股东之间是否存在关联关系,也未知是否属于《上市公司收购管理办法》中规定的一致行动人。					
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	不适用					

2.4 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

安迪苏专注于研发、生产和销售动物营养添加剂。安迪苏产品分为三类:功能性产品、特种产品和其他动物饲料添加剂产品。

公司经营业绩、财务状况和发展前景在报大程度上将受全球宏观经济影响。全球经济近期虽呈现缓慢复苏态势,但各经济体复苏进程出现明显分化,债务危机、贸易失衡、汇率波动等问题,亦给经济复苏增加不确定性。全球经济波动将会导致安迪苏业务产生波动。依托其在整个食品价值链中的重要地位,安迪苏在面对各种不确定因素影响时有着很高的抗风险能力,在过去的十年间安迪苏一直保持着稳定的高盈利水平。

安迪苏面临的竞争对手主要是具有雄厚财力的大型知名公司,在区域市场或本地市场亦面临着来自较小企业的竞争。

事实上,住友、诺伟司、宁夏紫光、新和成、希杰和赢创等均已宣布了各自到2020年将要投产的新增产能项目。另外,由于希杰的生产工艺萨尔程度上不依赖石油化工原材料,因此他们确定了相关目标,将努力降低成本并开拓多样化、更有竞争力的原材料来源。

安迪苏业已采取措施提高自身竞争力,包括强化成本控制,改进生产工艺,扩大产能,提供增值服务以及丰富产品组合:

●在欧洲工厂扩产5万吨的“极地”项目正如期按预算顺利开展。该项目预计于2018年底完工。

●安迪苏还同时推出具有革命性的创新产品罗迪美?A-Dry+,一款基于液体蛋氨酸技术开发出来的新型的粉末状蛋氨酸产品,使因受限于产品成生产工艺而不能使用液体蛋氨酸的客户也能享受到液体蛋氨酸的益处。该产品预计将于2018年初实现商业化。

●安迪苏积极开发特种产品业务,使其成为公司第二业务支柱,以提升动物成长和健康表现。安迪苏积极探索创新性产品,并每年推出一款新产品。本公司认为特种产品增长潜力巨大。

3.1.1 主营业务分析

i. 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	4,932,120,233	5,434,956,134	-9%
营业成本	3,086,426,606	2,641,998,871	17%
销售费用	471,895,384	411,228,931	15%
管理费用	363,539,550	362,264,270	0%
财务费用	9,246,326	(4,332,746)	313%
经营活动产生的现金流量净额	1,207,291,875	1,513,959,890	-20%
投资活动产生的现金流量净额	(509,375,412)	(215,654,761)	-136%
筹资活动产生的现金流量净额	(755,576,426)	(704,146,089)	-7%
研发支出	121,685,278	77,277,373	57%

收入的下降是由于2017年上半年蛋氨酸价格显著下降。而蛋氨酸销量的增长(增长率为9%,高于市场需求增长率6%)以及特种产品业务的杰出表现抵消了蛋氨酸价格下降的部分影响

成本的上升主要是由于基础化工行业回暖导致的原材料价格上升(丙烯,甲醇等),而安迪苏持续进行工艺改进从而节约成本,抵消了部分原材料价格上升的影响。

销售费用的增加一方面是由于蛋氨酸等销量增加,另一方面是由于公司为了发展第二业务支柱——特种产品业务而加强销售团队建设。

财务费用的变动主要是因汇率波动产生的影响。

投资活动现金流量的变动主要是源于极地项目资本开支以及研发项目投入增加。

研发支出增加主要是由于公司在工艺改进,新产品研发等领域加大投入。

ii. 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

□适用 √不适用

(2) 其他

□适用 √不适用

3.1.2 非主营业务导致利润重大变化的说明

□适用 √不适用

3.1.3 资产、负债情况分析

√适用 □不适用

i. 资产及负债状况

单位:元

项目名称	本期期末数	本期期末数占总资产的比例(%)	上期期末数	上期期末数占总资产的比例(%)	本期期末金额较上期期末变动比例(%)	情况说明
衍生金融资产	58,168,498	0%	11,471,676	0%	407%	因欧元/美元套期保值产生变动
应收利息	619,223	0%	1,040,703	0%	-40%	存款利息收益
其他应收款	15,794,703	0%	25,869,193	0%	-39%	收回其他应收款导致余额减少
在建工程	601,742,603	3%	453,360,413	2%	33%	极地项目和A-Dry+产品项目投资
长期待摊费用	0	0%	2,367,403	0%	-100%	资本化费用摊销完成
其他非流动资产	7,013,000	0%	2,747,272	0%	155%	固定资产预付款增加
短期借款	0	0%	469,236	0%	-100%	偿还短期借款
衍生金融负债	2,448,874	0%	68,508,557	0%	-96%	因欧元/美元套期保值产生变动
预收账款	10,503,450	0%	20,811,000	0%	-50%	收到来自中国客户预付款数额下降
应付股利	0	0%	104,121,900	1%	-100%	6月27日完成支付股利
其他综合收益	(601,540,962)	-2%	(860,732,283)	-4%	42%	欧元兑人民币汇率影响

ii. 截至报告期末主要资产受限情况

□适用 √不适用

iii. 其他说明

□适用 √不适用

3.1.4 投资状况分析

i. 对外股权投资总体分析

□适用 √不适用

a) 重大的股权投资

□适用 √不适用

b) 重大的非股权投资

□适用 √不适用

c) 以公允价值计量的金融资产

√适用 □不适用

安迪苏使用金融衍生品工具管控汇率波动风险,不将其用于投机性目的。本公司持有衍生金融工具并无取得股机收益目的。对于大部分交易套期开始时,集团使用现金流套期记账以及记录套期关系、套期工具和套期项目的性质。

详细请参见公司半年度报告第十节第七部分第40段“套期保值”。

3.1.5 重大资产和股权出售

□适用 √不适用

3.1.6 主要控股参股公司分析

√适用 □不适用

注:以下财务数据是基于本公司子公司未经抵消前财务数据

公司名称	注册/认缴资本	业务类型	总资产	净资产	净利润	变化
Adisseo France SAS	8,341.7万欧元	研发生产和销售	9,356,653,663	4,655,773,132	482,222,803	无
蓝星安迪苏(南京)有限公司	人民币19.69亿元	研发生产和销售	3,815,001,000	2,731,232,841	84,256,126	无
安迪苏生命科学制品(上海)有限公司	70万美元	销售及采购	812,504,476	520,389,419	33,350,661	无
Adisseo USA Inc.	313.9万美元	销售	369,518,963	274,535,654	9,647,027	无
Adisseo Brasil Nutri?ao Animal Ltd.	198.7万巴西里尔	销售	251,242,399	-38,215,421	-19,587,573	无

占公司合并净利润10%以上子公司

单位:元

公司名称	Adisseo France SAS	蓝星安迪苏(南京)有限公司
业务类型	研发生产和销售	研发生产和销售
收入	3,953,152,879	787,209,126

Adisseo France SAS是公司的重要子公司,其主要业务包括研发、生产以及销售,产品包括Commentry工厂生产的过瘤胃保护性蛋氨酸和维生素A、Commentry工厂和Roumillon工厂生产的固体蛋氨酸,Lon Roches工厂生产的液蛋氨酸上游产品以及西班牙Burgos工厂生产的液体蛋氨酸。

蓝星安迪苏(南京)有限公司是集团内第二家生产液体蛋氨酸的工厂。

3.1.7 公司控制的结构化主体情况

□适用 √不适用

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

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

证券代码:600299 证券简称:安迪苏 编号:临2017-012号

蓝星安迪苏股份有限公司 2017年半年度主要经营数据公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

蓝星安迪苏股份有限公司(以下简称“安迪苏”或“公司”)根据上海证券交易所发布的《上市公司行业信息披露指引第十八号——化工》和《关于做好上市公司2017年半年度报告披露工作的通知》要求,现将公司2017年半年度主要经营数据披露如下:

一、主要产品销售情况

(1)营业收入分行业情况:

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(%)
营养及健康行业	4,932,120,233	3,086,426,606	37%	-9%	17%	-14%

(2)营业收入分产品情况:

单位:元 币种:人民币

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(%)
功能性产品	3,843,777,636	2,565,741,170	33%	-15%	19%	-19%
特种产品	834,278,107	368,915,653	56%	31%	16%	6%
其他产品	254,064,490	151,769,783	40%	-14%	-7%	-5%
合计	4,932,120,233	3,086,426,606	37%	-9%	17%	-14%

各类产品销售毛利率影响因素分析:

单位:元 币种:人民币

与2016年半年度相比	销量因素	价格因素	汇率折算因素
功能性产品	368,686,662	(1,198,706,719)	172,892,202
特种产品	166,743,037	(2,028,351)	31,776,806

功能性产品

受动蛋氨酸市场产品价格下降的影响,功能性产品营业收入降低了15%。

安迪苏进一步巩固了自身的市场领先地位,2017年上半年安迪苏蛋氨酸销量相比去年获得进一步增长。在本报告期内,各工厂均在产量和生产效率方面取得杰出经营成果。而在各工厂实施的各项改进措施则进一步提升了安迪苏的成本效益。报告期内,短期供求关系变化使蛋氨酸毛利率面临压力。成本优化在一定程度上抵消了维生素价格下行的影响,使安迪苏维生素产品毛利率维持在合理水平。

特种产品

特种产品业务表现良好,其收入和毛利相比去年同期均有大幅增长(收入和毛利同比增长率分别为31%和46%),反告动物蛋氨酸斯特敏业绩光为突出。

随着历时1年的牛奶行业危机逐步缓解,安迪苏再次证明自己在这个行业中的领先地位,并且成功抓住行业反转机遇。

酪蛋白特种产品,特别是被安迪苏以学术名称“Prolisse”的新产品一直受到客户的高度关注,进一步提升点酪蛋白特种产品的竞争力。

其他特种产品,包括有机硒产品和益生菌产品的销售收入也取得稳步增长。

(3)营业收入分地区情况:

单位:元 币种:人民币

分地区	营业收入	营业收入比上年增减(%)
欧洲、中东及非洲	1,538,547,097	-12%
中北美洲	1,114,859,552	8%
亚太地区(不含中国)	840,364,552	3%
南美洲	738,160,839	-21%
中国	567,054,134	-23%
其他	133,134,059	-21%
合计	4,932,120,233	-9%

尽管各个地区都受到蛋氨酸价格下降中击,中北美地区和北太地区凭借反告动物蛋氨酸和维生素产品拉动,在2017上半年实现收入增长。

二、主要产品及原材料价格变动情况

(1)主要产品定价策略及价格变动情况

安迪苏的定价策略在全球,区域及国家三个层面上实施。全球定价策略由全球业务总监制定,而各区域业务经理的职责就是根据该区域具体市场情况及区域内各国的竞争环境调整并应用全球定价策略。

通过对定价策略的适时评估和调整可以有效保障安迪苏与关键客户以最合适的价格签订合同,从而实现利益最大化。安迪苏各项业务中很大一部分的合同是按季度定价的。

全球蛋氨酸市场需求依然强劲,每年继续以5%-6%的速度增长。虽然2017年上半年中国市场受到禽流感影响,但随着禽流感结束,中国市场的强劲需求已经恢复。

短期内,供求关系变化使得蛋氨酸毛利率继2015和2016年的高水平后仍然面临压力。但市场走势表明蛋氨酸价格已经触及底部,这意味着未来的价格将保持稳定甚至有可能反弹。

(2)主要原材料的基本情况

单位:元 币种:人民币

原材料	采购模式	采购金额	与2016年同期相比价格变化
丙烯 95%	长期合约	367,638,093	24%
甲醇	长期合约	98,909,106	76%
硫磺	长期合约	69,288,365	-7%

三、其它对公司生产经营产生重大影响的事件

无

特此公告

蓝星安迪苏股份有限公司

董事会

2017年7月26日

公司代码:600779 公司简称:水井坊

四川水井坊股份有限公司

2017 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	水井坊	600779	四川制药、全兴股份

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	田冀东	张蕾尹
电话	(028)86252847	(028)86252847
办公地址	四川省成都市金牛区全兴路9号公司董事办	四川省成都市金牛区全兴路9号公司董事办
电子信箱	dongshiban@swellfun.com	dongshiban@swellfun.com

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	2,293,518,945.19	2,203,543,830.66	4.08
归属于上市公司股东的净资产	1,359,292,693.46	1,469,524,122.74	-7.50
	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	107,082,310.40	87,909,567.77	21.81
营业收入	840,500,250.54	492,603,184.66	70.62
归属于上市公司股东的净利润	114,499,591.80	91,117,428.04	25.66
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	118,044,549.98	86,013,383.41	37.24
加权平均净资产收益率(%)	7.50	6.82	增加0.68个百分点
基本每股收益(元/股)	0.2344	0.1865	25.68
稀释每股收益(元/股)	0.2344	0.1865	25.68

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)						30,094
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	
四川成都水井坊集团有限公司	境内非国有法人	39.71	193,996,444	0	无	
高华-汇丰-GOLDMAN, SACHS & CO.	未知	2.45	11,985,738	0	无	
朱照荣	境内自然人	2.00	9,780,415	0	无	
全国社保基金四一四组合	未知	1.98	9,689,709	0	无	
中国国际金融香港资产管理有限公司-客户资金	未知	1.45	7,068,811	0	无	
MERRILL LYNCH INTERNATIONAL	未知	1.28	6,242,094	0	无	
UBS AG	未知	1.14	5,569,757	0	无	
JPMORGAN CHASE BANK, NATIONAL ASSOCIATION	未知	1.09	5,318,309	0	无	
夏琼	境内自然人	0.90	4,415,711	0	无	
海通资管-民生-海通海汇系列-星石1号集合资产管理计划	未知	0.90	4,394,879	0	无	
上述股东关联关系或一致行动的说明	公司第一大股东四川成都水井坊集团有限公司与上述其余股东之间不存在关联关系,也不属于《上市公司股东持股变动信息披露管理办法》规定的一致行动人。 公司未知上述其余股东之间是否存在关联关系,也未知是否属于《上市公司股东持股变动信息披露管理办法》规定的一致行动人。					
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	不适用					

2.4 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

2017年上半年,随着国家供给侧结构性改革持续深入进行,宏观经济呈现出稳中向好的发展势头,白酒行业也继续保持回暖态势。在居民收入水平提升、人民可支配收入稳步增长、消费升级趋势加快的背景下,个人消费品市场各消费领域,中高端礼品酒市场需求逐步扩大,兼具品牌、品质优势的中高端及高端白酒迎来了较好的历史发展机遇。报告期内,公司继续深入贯彻“改革创新、市场导向、绩效文化、成果共享”的经营方针,创新管理理念,提升治理水平,有效保证了各项业务的合规运营和高效运作;同时,持续优化产品结构模式,进一步加大核心省份的市场建设,做深、做细、做宽核心门店项目,不断强化市场“动销”效果;另外,进一步培强品牌高端属性,提高推出水井坊高端定位战略性单品“水井坊·典藏大师版”,并再次携手《财富》杂志,使水井坊高端品牌形象更加深入人心,通过不懈努力,公司实现了上半年销售收入快速增长,盈利能力持续提升的较好成绩。2017年1-6月,公司累计实现营业收入840,500,250.54元,比去年同期增长70.62%;营业利润152,296,260.64元,比去年同期增长28.93%;实现净利润(归属于母公司)114,499,591.80元,比去年同期增长25.66%。

(1)在市场销售方面

在业务运营模式上,继续深化传统总代模式,新型总代模式为主的销售模式。在传统总代模式下,由总代在区域内自行发展其产品销售网络和销售事务,在新型总代模式下,由公司人负责执总的开拓和管理,实现对售点的掌控,总代做为服务平台提供售出服务、物流、仓储等服务。四川18省区目前以传统总代区域的市场管控为主,公司在传统总代区域加大了分销渠道的开拓力度和门店动销概念的导入。上半年,这两种模式市场运行效果符合预期。

在区域市场建设上,公司将资源投放和运营重心均聚焦于核心市场。同时深入贯彻“蘑菇战术”,对优势市场做深做细,并借此带动周边的发展。对新兴市场,公司本报寻找机会,发展渠道网络,扎实推动品牌培育和消费者沟通工作。

在核心门店建设上,上半年公司推出了核心门店20项目,更加聚焦于门店端的开发、维护、激励。同时,进一步提高了核心门店的覆盖比例,完善了核心门店的执行力度。另外,公司也在相应市场增加销售人员,以加强对门店的现代服务并使公司对市场变化做出快速反应。

在电商销售上,公司上半年电商销售与去年同期相比有较大增长,除业务模式外,电商团队与内平台也逐步建立起战略合作伙伴关系,在合法、合规的基础上,建立起数据累积,并展开对消费者和行业的研究,以推动业务发展。

在新产品开发上,2017年3月19日,公司推出了高端定位战略性单品——水井坊·典藏大师版。该产品传承了水井坊酒坊元会年古法酿酒技艺,结合传统技艺与现代工艺,采用“双轮发酵”工艺,是长优质酒糟发酵周期,生成更加丰富的香味物质;再采用“双重蒸馏”,让酒体更醇厚。再以1188?昼夜储存,使其目然老熟,赋予“陈香优雅,醇厚丰满”的独特口感。典藏大师版是公司进一步巩固高端白酒地位的一个重要举措,也代表了公司继续打造高品质白酒的决心。典藏大师版自上市以来消费者反馈积极正面,目前销市和动销势头符合预期。

(2)在品牌推广方面

2016年底至2017年新年、春节旺季期间,公司新春营销活动“新年·心味”全国铺开执行。通活动围绕目标消费群体的生活路径进行传播,将水井坊品牌信息渗透到各核心区域,在聚焦品牌与目标进精神的沟通上,做“处于现·匠于心”的品牌主张理念入心入心。

继5年前第为《财富》杂志舞台之后,2017年公司再度携手《财富》杂志,成为“2017《财富》全球论坛长张官方白酒”。通过与《财富》杂志深度合作,水井坊高端品牌形象将得到进一步彰显,品牌影响力和知名度也将得到进一步提升。

为配合公司新产品业务的推广,典藏大师版上市,公司发布了由“食神”蔡澜先生与“摄影诗人”孙磊先生共同主演的微电影《久等了》。通过极具人文情怀的艺术表达方式从“美好是需要等待的”价值观,以耐心匠心匠心,诠释了典藏大师版历经1800昼夜酝造的匠人情怀。在随后的新品上市营销中,全面采用了先进的媒介营销策略,从传统媒介的大面积覆盖,到数字媒体的辅助渗透,以及社交媒体的深度沟通,都将新品的知名度以及产品背后所蕴含的匠心内涵,传递至消费者心中。同时,在全国各个重点区域开展的典藏大师版品鉴活动,为了每瓶珍贵的典藏大师版酒的饮用,在饮用方式上,倡导了每瓶珍贵的典藏大师版酒需要醒酒的饮用方式。

2017上半年公司持续与全国知名媒体展开深入合作,通过与央视、湖南卫视、爱奇艺以及其他多家快速发展的视频网站深度合作,为典藏大师版的广告宣传,以作为传统电视媒体的重要补充。同时,基于微信平台所量身打造的水井坊会员系统“悦坊会”也于2017年4月更新上线。通过系列定制化的会员活动,维护与品牌忠诚度高的核心消费群体。

全国开设品酒室会模式,打造具有全方位感官艺术冲击力的品牌盛宴,持续对核心消费群体进行品牌深度沟通。公司品鉴会模式在2015—2016年经历了探索、发展,到成熟的阶段,2017年全面升级的品鉴会以“悟于形·匠于心”为主题,聚焦于“历练时光·大师典藏”新品内涵内容。通过持续不断构建与核心消费群深度沟通的能力,提升消费者逐步理解,喜欢并主动传播水井坊品牌,进一步提升消费者对水井坊品牌的认知度和欣赏转化率。

(3)在国际市场销售方面

报告期内,公司在海外旅游零售渠道销售略中有升,其中在韩国市场稍长态势先为突出。公司对于节假日特别是春节的礼品需求,在“水井坊春之时福”限量版于2016年春节期间迅速热销之后,继续推出2017年限量版,上市即被全国消费者抢购。与此同时,公司大力推广水井坊在国际机场免税店的销售。目前,水井坊已进驻全世界100多个国际机场的免税店,是目前旅游零售渠道覆盖面最广的白酒之一。

为完成年初既定的全年经营目标,下半年,公司将继续做到以下工作:

(1)通过生产管理的规范,人员能力的提升,生产设备的改进,管理系统的升级一系列措施,在安全生产、质量控制、效率提升、成本管控等方面再上一个台阶;(2)进一步完善以动销为导向的新型总代模式,增加市场覆盖的广度和深度,更加贴近终端,更加贴近消费者;(3)继续聚焦核心门店,提升核心门店的覆盖和质量,以优质资源赢动核心门店“动销”,确保业务持续健康增长;(4)进一步加强对市场的管理力度,更加细致地管理社会库存,使库存维持在合理水平。同时,积极关注各个市场价值链的变化,确保客户与公司共同发展,共同获益;(5)继续调整和开发产品结构,在现有产品的基础上推出更加高端化的产品,不断丰富产品线,持续强化品牌高端形象;(6)扎实推进团队能力建设,进一步完善人员培训、人员考核、人员招聘等方面的措施,着力打造一个规模合理、业务高效的销售队伍;(7)持续深化与《财富》杂志的合作,以传世酿酒收官酒为契机,进一步提升品牌影响力和知名度;(8)巩固品牌核心资产,酒厂酒坊品牌形象,继续规格“匠艺匠心”这一核心价值,进行更为全面和符合消费者洞察的有效沟通;(9)保持重点市场媒体投放,巩固水井坊品牌影响力,全力促进旺季销售;(10)持续创新品鉴会模式,不断扩大品鉴会覆盖人群,加强与消费者互动体验,并通过会员制与核心消费群建立起长期的黏连度,提升消费者对品牌的忠诚度。

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

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:Joseph Tcheng(陈寿祺)

董事会批准报送日期:2017年7月24日

证券代码:600779 证券简称:水井坊 编号:临2017-018号

四川水井坊股份有限公司 八届董事会2017年第二次会议决议公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

四川水井坊股份有限公司八届董事会于2017年7月24日以通讯方式召开2017年第二次会议。会议召开通知于2017年7月21日发出,以书面方式通知了全体董事。会议应到董事11人,实到董事11人,公司监事和部分高管人员列席了会议。会议符合《公司法》、《公司章程》的规定,合法、有效。会议由董事长陈寿祺先生主持,会议经认真审议,依法表决,通过了如下决议:

一、审议通过了公司《2017年半年度报告》及其摘要

本项议案表决情况:9票同意,0 票反对,0票弃权。

二、审议通过了公司《关于2017半年度计提资产减值准备的议案》

内容详见2017年7月27日公司在《中国证券报》、《上海证券报》、《证券时报》和上海证券交易所网站(www.sse.com.cn)披露的《关于2017半年度计提资产减值准备的公告》。

公司董事认为:公司2017半年度计提资产减值准备的议案

本项议案表决情况:9票同意,0 票反对,0票弃权。

三、审议通过了公司《关于聘任证券事务代表的议案》

公司近日收到证券事务代表张蕾尹女士提交的书面辞职报告;因个人原因,自2017年8月1日起辞去其担任的证券事务代表职务。

根据《公司法》、《证券法》、相关法律法规的规定及公司的实际工作需要,公司决定自2017年8月1日起聘任李欣遥女士(简历见附件2)担任公司证券事务代表。

本项议案表决情况:9票同意,0 票反对,0票弃权。

特此公告

四川水井坊股份有限公司

董 事 会

二〇一七年七月二十七日

附件1:

四川水井坊股份有限公司

独立董事意见

本人作为四川水井坊股份有限公司第八届董事会独立董事,根据《公司法》、《公司章程》和《关于在上市公司建立独立董事制度的指导意见》有关规定要求,在本人所了解的事实范围内,对公司提供关联担保事项,基于独立判断的立场,发表意见如下:

公司本次计提资产减值准备遵照并符合《企业会计准则》和公司相关会计政策的规定,符合公司的实际情况;计提依据充分,决策程序合法,能够真实公允地反映公司资产价值及财务状况。同意公司本次计提资产减值准备事项,并同意将该项议案提交公司董事会审议。

独立董事:郑欣淳、冯渊、戴志文

二〇一七年七月二十四日

附件2:李欣遥女士简历

李欣遥,女,35岁,法学硕士学位,于2017年3月参加上交所董秘培训并考取资格证书,曾任北京中申银(成都)律师事务所律师助理、律师,四川水井坊股份有限公司法务专员、合规主管。

证券代码:600779 证券简称:水井坊 编号:临2017-021号

四川水井坊股份有限公司 2017年半年度经营数据公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

根据《上海证券交易所上市公司行业信息披露指引第十四号——酒制造》的相关规定,现将公司2017年半年度主要经营数据(未经审计)公告如下:

一、公司2017年半年度主要经营情况:

1、酒类产品按销售渠道:

单位:万元币种:人民币

渠道类型	本期销售收入	上期销售收入	本期销售量(千升)	上期销售量(千升)
新渠道及团购	9,656.99	5,967.92	313.52	213.87
批发代理	74,315.17	43,243.15	2,114.95	1,308.98
合计	83,972.16	49,211.07	2,428.47	1,522.85

2、酒类产品按区域情况

单位:万元币种:人民币

区域名称	本期销售收入	上期销售收入	本期占比(%)	本期销售量(千升)	上期销售量(千升)	本期占比(%)
北区	10,859.74	4,968.26	12.93	315.93	135.94	13.01
东区	28,076.58	15,701.65	33.43	878.00	569.03	36.14
南区	16,370.90	9,838.26	19.50	396.71	239.07	16.34
西区	16,942.46	10,944.31	20.18	435.33	294.17	17.93
出口	2,194.58	1,910.93	2.61	91.00	77.14	3.75
新渠道	9,527.90	5,847.66	11.35	311.50	207.50	12.83
合计	83,972.16	49,211.07	100.00	2,428.47	1,522.85	100.00

3、酒类产品按经销商情况

单位:个

区域名称	报告期末经销商数量	报告期内增加数量	报告期内减少数量
北区	10	1	20
东区	5	-	5
南区	8	1	-
西区	11	2	1
新渠道	14	-	7
合计	48	4	33

4、酒类产品收入及成本分析

单位:万元币种:人民币

划分类型	营业收入	同比(%)	营业成本	同比(%)	毛利率(%)	同比(%)
按产品档次						
中高档	83,964.39	70.66	18,436.90	46.42	78.04	3.63
低档	7.77	-26.44	7.67	-59.10	1.29	78.93
小计	83,972.16	-	18,444.57	-	-	-
按销售渠道						
新渠道及团购	9,656.99	61.82	2,747.72	24.82	71.55	8.43
批发代理	74,315.17	71.85	15,696.85	50.80	78.88	2.95
小计	83,972.16	-	18,444.57	-	-	-
按地区分部						
省内	7,844.06	2.45	2,176.75	-1.76	72.25	1.19
省外	73,933.52	86.50	15,412.62	60.51	79.15