(上接B095版)

行业	原材料	包装物	低值易耗品	库存商品	产成品	在产品	自制半成品	合计
固体饮料	24.57	145.95	---	---	---	---	---	170.52
动植物蛋白饮料	1,675.56	1,706.24	5.04	---	170.46	---	---	3,557.30
粮食初加工产品	3.54	11.58	---	---	32.39	---	---	47.51
酒类	---	143.71	3.69	---	216.61	---	---	364.01
茶类	150.51	10.08	---	---	30.30	---	34.13	225.02
贸易类商品	---	---	---	2,877.82	---	---	---	2,877.82
总计	1,854.18	2,017.56	8.73	2,877.82	449.76	---	34.13	7,242.18

按照《企业会计准则》有关规定,对各项资产进行检查,根据谨慎性原则,对各项存在减值迹象的资产提取相应的资产减值准备,共计提存货跌价准备7,242.18万元。

分行业	存货金额	保质期限	周转率	存货跌价准备
固体饮料	137,625,761.79	12个月	559.88%	1,705,238.23
动植物蛋白饮料	139,627,203.12	12个月	283.27%	35,573,043.06
粮食初加工产品	295,815,814.54	12个月	940.02%	475,087.43
酒类	393,351,669.67	注2	60.59%	3,640,025.88
茶类	61,035,460.13	注1	78.80%	2,250,178.87
贸易类商品	166,814,119.48	不适用	38.80%	28,778,194.50
总计	1,194,270,028.73			72,421,767.97

注1:不同品种的茶叶保质期不同,一般绿茶、红茶保质期在1年,白茶保质期在2年,黑茶保质期较长适合存储。

注2:公司经营的酒类主要是枝江白酒,一般保质期在18个月以下的酒类产品必须注明保质期,18个月以上的没有强制规定,白酒原液一般没有保质期,存储时间越久越香醇。

从上述表格中可见,公司存货的周转期一般都快于保质期,本期公司存货计提跌价准备以准则为标准,根据《企业会计准则》的规定:“在资产负债表日,存货应当按照成本与可变现净值孰低计量,存货成本高于其可变现净值的,计提存货跌价准备,计入当期损益,存货成本低于其可变现减值的不计提存货跌价准备。可变现净值的具体核算方法:产成品、库存商品和用于出售的材料等直接用于出售的商品存货,其可变现净值为在正常生产经营过程中,该存货的估计售价减去完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额。”

(3)公司预付款对象的第一名是密山金源油脂油料有限公司,密山金源油脂油料有限公司统一社会信用代码为91230300711097777H,成立于1999年9月22日,法定代表人王斌,公司位于黑龙江省鸡西市密山市连珠山镇,主要经营范围是加工和销售大豆及大豆制品,公司股东为徐州正禾食品饮料有限公司(持股比例为70%)和KINGSLANG PROPERTIES LIMITED(金澜置地有限公司,持股比例为30%),KINGSLANG PROPERTIES LIMITED注册地为英属维尔京群岛,实际控制人为Larry Wang,上述股东与公司均无关联关系。公司自2000年4月开始向密山金源油脂油料有限公司采购大豆,是长期合作的供应商,该供应商从农户收购大豆,加工制作成豆瓣出售给公司,公司再加工生产豆奶粉,东北大豆的成熟期是每年的10月份,该供应商要在年终前完成全年的大豆收购工作,加工至次年上半年并销售给公司,公司要求供应商在预付款后六个月内到货,具体由双方在合同和采购订单中约定。

公司近5年从该供应商采购情况如下表:

年度	含税采购(万元)	付款(万元)
2014	11,410.70	8,700.00
2015	13,856.63	15,309.67
2016	10,016.05	16,313.92
2017	20,540.16	19,130.00
2018	20,346.37	22,000.00

公司预付款对象的第二名是颐正源(天津)科技有限公司,颐正源(天津)科技有限公司统一社会信用代码为91120222MA07536072,成立于2015年12月15日,法定代表人李成刚,公司位于天津市武清区下伍旗良庄村,主要经营范围是农业技术、计算机技术、新能源技术开发、咨询服务、转让,农机具销售、维修,农业观光旅游服务,采摘服务,温室大棚设计、安装,园艺工具、五金产品、化工原料(危险化学品、易制毒化学品除外),电子产品、日用百货、纺织品、机电设备、汽车配件、计算机及耗材、建筑材料、装饰装修材料、金属材料、铁矿石、铁矿粉、服装服饰、箱包、家具、皮革制品、煤炭、预包装食品、散装食品、豆类批发兼零售,货物及技术进出口,花卉、树木、水果、蔬菜种植、销售,中草药种植技术开发、技术推广、技术服务,粮食收购,机电设备、农业机械、实验室仪器仪表制造、销售,商务信息咨询,企业管理咨询;公司股东为鑫天林(天津)能源科技发展有限有限公司(持股比例为70%)和济南浩隆生物科技有限公司(持股比例为30%);鑫天林(天津)能源科技发展有限公司自2009年就一直与公司从事白糖供应业务,实际控制人为张德华,上述股东与公司均无关联关系。公司自2018年开始向颐正源(天津)科技有限公司采购白糖,颐正源(天津)科技有限公司2018年9月中标成为公司的新供应商,公司与其签订了采购合同,是公司2019年主要白糖供应商,公司根据采购订单进行预付货款,要求在预付货款后六个月内到货,2018年具体采购情况如下表:

年度	含税采购(万元)	付款(万元)
2018	2,280.86	11,709.50

报告期内预付款增加主要是由于国际经济形势不稳定,预期大豆、白糖等价格上涨,为了锁定原料价格,降低成本,因此增加预付原材料款。期末余额中显示预付密山金源油脂油料有限公司人民币1.01亿元,是用于采购公司生产所需的原料大豆和豆瓣,预付款涉及的货物在六个月内采购入库;预付颐正源(天津)科技有限公司人民币0.94亿元,是用于采购公司生产所需的原料白糖,预付款涉及的货物在六个月内采购入库。

2. 截至报告期末主要资产受限情况

√适用 □不适用

单位:元

项目	期末账面价值	受限原因
货币资金	800,194,526.14	保证金、受限的款项、用于担保的定期存单
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	262,842,940.80	融资融券
应收票据	7,000,000.00	借款质押
存货	23,682,633.00	存货担保贷款
固定资产	208,344,019.30	借款抵押、业务信用抵押
无形资产	60,183,942.26	借款抵押、业务信用抵押
合计	1,362,248,061.50	

(四) 行业经营性信息分析

√适用 □不适用

一、固体饮料制造行业经营性信息分析

1 行业基本情况

豆奶行业从出现至今,经过近三十年的市场竞争,行业的竞争格局基本稳定,规模小的豆奶生产企业已逐步被淘汰出市场,竞争主要在相对较大的企业间展开,竞争相对有序。

2 产能状况

现有产能

主要工厂名称	设计产能(万吨)	实际产能(万吨)
维维食品饮料股份有限公司	3.3	1.8
泸州维维食品饮料有限公司	1.2	1
西安维维食品饮料有限公司	1.1	0.7
徐州维维金澜食品有限公司	6	4.8
维维东北食品饮料有限公司	1.2	0.8

产能计算标准

根据公司参与生产的全部固定资产配备情况,参考设备性能、工作时间测算成品产量。

3 产品期末库存量

单位:吨

产成品	在产品
2,100.36	0

4 产品情况

单位:万元币种:人民币

产品名称	产量(吨)	同比(%)	销量(吨)	同比(%)	产销率(%)	销售收入	同比(%)	主要代表品牌
豆奶粉	92,097	5.25	91,671	5.89	99.54	167,659.20	11.04	维维

5 原料采购情况

(1). 采购模式

公司主要采取市场招标采购模式。

(2). 采购金额

单位:万元币种:人民币

原料类别	当期采购金额	上期采购金额	占当期总采购额的比重(%)
原材料	59,559.10	48,111.64	31.54
包装材料	19,058.85	10,930.44	10.09
能源	8,339.32	6,608.25	4.42

6 销售情况

(1). 销售模式

公司产品销售以批发代理为主,结合团购和电商等直销渠道的销售模式。

(2). 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(吨)	上期销售量(吨)
直销	998.61	3,707.12	1,900	3,705
经销商	166,660.59	147,289.12	89,770	82,869

(3). 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(吨)	上期销售量(吨)	本期占比(%)
东北地区	7,782.59	10,616.07	4.64	4,133	4,909	4.51
华北地区	48,671.04	24,455.68	29.03	24,612	15,735	26.85
华东地区	39,568.83	41,098.53	23.60	24,865	22,488	27.12
华中地区	29,317.55	25,954.18	17.49	18,231	16,237	19.89
西北地区	17,604.67	12,496.41	10.50	8,668	7,573	9.46
西南地区	21,874.26	25,436.67	13.05	10,284	14,284	11.22
华南地区	2,801.41	10,653.31	1.67	868	5,298	0.95
其他(出口)	38.86	285.40	0.02	8.64	51	0.01

区域划分标准

按行政区划划分销售区域。

(4). 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
东北大区	161	3	0
东南大区	60	4	0
华北大区	238	6	0
华东大区	211	10	0
华南大区	26	5	0
华西大区	130	0	3
华中大区	160	15	0
西北大区	410	44	0
西南大区	125	9	0
新疆大区	28	2	0

情况说明

本年主要采取针对目标市场的细化管理,努力开发新的经销商,导致报告期内经销商数量增加。

7 公司收入及成本分析

(1). 按不同类型披露公司主营业务构成

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(%)
按销售渠道						
直销	998.61	-73.06	439.39	-72.88	56.00	-0.30
经销商	166,660.59	13.15	91,023.47	9.72	45.38	1.70
小计	167,659.20	11.04	91,462.86	8.14	45.45	1.46
按地区分部						
东北地区	7,782.59	-26.69	4,986.30	-30.31	35.93	3.32
华北地区	48,671.04	99.02	27,065.96	60.06	44.39	13.54
华东地区	39,568.83	1.62	18,836.34	20.94	52.40	-7.60
华中地区	29,317.55	4.28	16,303.49	44.97	44.39	-15.61
西北地区	17,604.67	40.88	10,397.32	21.14	40.94	9.62
西南地区	21,874.26	-14.01	12,247.40	-29.87	44.01	12.67
华南地区	2,801.41	-73.70	1,568.51	-78.59	44.01	12.77
其他(出口)	38.86	-86.38	57.54	-82.07	-48.06	-35.59
小计	167,659.20	11.04	91,462.86	8.14	45.45	1.46

情况说明:

各地区分部毛利率变化的原因:产品结构调整

出口毛利率减少的原因:销量减少导致单位成本上升。

(2). 成本情况

单位:万元币种:人民币

成本构成项目	本期金额	上期金额	本期占总成本比例(%)	同比(%)
原料成本	74,682.08	71,003.99	81.65	5.18
人工成本	2,809.13	2,139.85	3.07	31.28
制造费用	13,971.64	11,436.06	15.28	22.18
合计	91,462.85	84,578.90	100.00	8.14

情况说明:

人工成本同比增加的原因:销售增长导致生产人员工资增加。

8 销售费用情况

单位:万元币种:人民币

构成项目	本期金额	上期金额	本期占营业收入比例(%)	同比(%)
广告宣传费	5,786.54	4,745.47	3.45	21.94
促销费	7,229.77	5,579.15	4.31	29.59
装卸运输费	4,270.50	3,672.78	2.55	16.27
职工薪酬	8,188.81	7,065.60	4.88	15.90
折旧费	259.31	219.31	0.15	18.24
差旅费	522.34	653.34	0.31	-20.05
租赁费	260.05	370.92	0.16	-29.89
业务招待费	300.27	408.35	0.18	-26.47
办公费	824.56	754.52	0.49	9.28
合计	27,642.14	23,469.43	16.48	17.78

单位:万元币种:人民币

广告费用构成项目	本期金额	本期占广告费用比例(%)
全国性广告费用	0.00	0.00
地区性广告费用	5,786.54	100.00
合计	5,786.54	100.00

二、液体饮料制造行业经营性信息分析

1 行业基本情况

我国乳制品行业竞争激烈,就增速来看仍处于低位。近年来,越来越多的创新乳品品类,快速响应并满足了消费升级需求。随着乳品市场的不断细分和细分市场消费规模的逐步扩大,新增品类将带动整体乳品市场持续健康发展,国内乳业已进入品质升级和创新发展新阶段。

2 产能状况

现有产能

主要工厂名称	设计产能(万吨)	实际产能(万吨)
维维食品饮料股份有限公司	40	31.6
徐州维维牛奶有限公司	2.5	0.6
维维华东食品饮料有限公司	1.6	1
济南维维乳业有限公司	2	1.9
潍坊维维乳业有限公司	2.5	0.9
济宁维维乳业有限公司	4.7	0
珠海维维大亨乳业有限公司	4.3	0.96
新疆维维天山雪乳业有限公司	1.5	0.09
武汉维维乳业有限公司	1.6	0.87

产能计算标准

根据公司参与生产的全部固定资产配备情况,参考设备性能、工作时间测算成品产量。

3 产品期末库存量

单位:吨

产成品	在产品
2,949.72	0

4 产品情况

单位:万元币种:人民币

产品名称	产量(吨)	同比(%)	销量(吨)	同比(%)	产销率(%)	销售收入	同比(%)	主要代表品牌
动植物蛋白饮料	97,720	-6.61	96,147	-8.46	98.39	50,261.18	-5.78	天山雪

5 原料采购情况

(1). 采购模式

公司主要采取市场采购模式。

(2). 采购金额

单位:万元币种:人民币

原料类别	当期采购金额	上期采购金额	占当期总采购额的比重(%)
原材料	20,391.34	19,974.93	10.80
包装材料	12,170.17	12,402.24	6.44
能源	3,293.26	2,549.99	1.74

6 销售情况

(1). 销售模式

公司产品销售以批发代理为主,结合团购和电商等直销渠道的销售模式。

(2). 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(吨)	上期销售量(吨)
直销	157.11	2,594.91	305	4,430
经销商	50,104.07	50,748.85	95,842	100,608

(3). 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(吨)	上期销售量(吨)	本期占比(%)
东北地区	272.75	273.27	0.54	221	785	0.23
华北地区	1,255.41	742.21	2.50	1,158	2,132	1.20
华东地区	34,328.10	35,533.94	68.30	64,079	66,953	66.65
华中地区	3,943.18	4,423.35	7.85	15,069	22,478	15.67
西北地区	2,379.87	2,933.48	4.74	5,859	1,513	6.09
西南地区	135.10	646.83	0.27	106	335	0.11
华南地区	7,946.76	8,790.68	15.81	9,655	10,840	10.04

区域划分标准

按行政区划划分销售区域。

(4). 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
东部区	1512	0	250
南方区	47	0	0

7 公司收入及成本分析

(1). 按不同类型披露公司主营业务构成

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(%)
按销售渠道						
直销	157.11	-93.95	140.74	-93.80	10.42	-2.16
经销商	50,104.07	-1.27	43,240.25	2.30	13.70	-3.01
小计	50,261.17	-5.78	43,380.99	-2.60	13.69	-2.82
按地区分部						
东北地区	272.75	-0.19	214.53	-9.47	21.35	8.06
华北地区	1,255.41	69.15	1,105.65	99.68	11.93	-13.47
华东地区	34,328.10	47.28	29,475.60	80.35	14.14	-15.74
华中地区	3,943.18	-76.32	3,366.69	-80.42	14.62	17.89
西北地区	2,379.87	-18.87	2,868.22	-7.42	-20.52	-14.91
西南地区	135.10	-79.11	209.97	-51.25	-55.42	-88.83
华南地区	7,946.76	-9.60	6,140.34	-8.09	22.73	-1.27
小计	50,261.18	-5.78	43,380.99	-2.60	13.69	-2.82

情况说明:

西北地区、西南地区毛利减少的原因:销售减少导致成本上升,毛利减少;

华北地区、华东地区毛利减少和华中地区毛利增加的原因:产品结构调整。

(2). 成本情况

单位:万元币种:人民币

成本构成项目	本期金额	上期金额	本期占总成本比例(%)	同比(%)
原料成本	28,356.55	32,766.16	65.37	-13.46
人工成本	2,675.24	1,777.04	6.17	50.54
制造费用	12,349.20	9,994.19	28.47	23.56
合计	43,380.99	44,537.39	100.00	-2.60

情况说明:

人工成本增加的原因:人员工资上涨。

8 销售费用情况

单位:万元币种:人民币

构成项目	本期金额	上期金额	本期占营业收入比例(%)	同比(%)
广告宣传费	206.19	1,779.24	0.41	-88.41
促销费	2,174.10	1,358.28	4.33	60.06
装卸运输费	2,712.71	3,699.12	5.40	-26.67
职工薪酬	728.92	1,067.81	1.45	-31.74
折旧费	136.05	71.55	0.27	90.14
维修费	54.51	164.12	0.11	-66.79
差旅费	47.57	37.66	0.09	26.33
业务招待费	83.04	74.54	0.17	11.40
办公费	58.77	95.12	0.12	-38.22
合计	6,201.87	8,347.44	12.35	-25.70

情况说明:

促销费用增加的原因:为了促进销售,增加产品买赠等市场维护费用。

单位:万元币种:人民币

广告费用构成项目	本期金额	本期占广告费用比例(%)
全国性广告费用	0.00	0.00
地区性广告费用	206.19	100.00
合计	206.19	100.00

三、精制茶制造行业经营性信息分析

1 行业基本情况

虽然茶业行业是我国传统产业,该行业并没有明确及严格的准入标准,进入企业较多,暂未见真正能主导市场的企业,中低端市场竞争激烈。自2016年起,自饮茶展现出新的增长潜力,开始回归日常饮品的属性,2018年,茶行业市场将继续这一趋势。数据显示,过去10年间人均茶叶消费量复合增长率达到11.1%。消费升级和人口红利的双重叠加,营造出更好的产业成长氛围。茶叶消费从最初的“礼品”、“自饮”不断的延伸和细化,由此衍生出多元化的新需求,新模式。

2 产能状况

现有产能

主要工厂名称	设计产能	实际产能
湖南怡清源茶业有限公司	1万吨	0.38万吨

产能计算标准

根据公司参与生产的全部固定资产配备情况,参考设备性能、工作时间测算成品产量。

3 产品期末库存量

单位:吨

成品茶	半成品茶
1,533.30	141.44

4 产品情况

单位:万元币种:人民币

产品档次	产量(吨)	同比(%)	销量(吨)	同比(%)	产销率(%)	销售收入	同比(%)	主要代表品牌
低档	2,696.10	-12.06	2,915.08	-12.47	108.12	4,286.19	6.71	怡清源
中高档	439.22	-6.73	380.67	-29.55	86.67	2,808.53	-21.25	怡清源

产品档次划分标准

按产品价格划分产品档次

5 原料采购情况

(1). 采购模式

公司主要采取市场招标采购模式。

(2). 采购金额

单位:万元币种:人民币

原料类别	当期采购金额	上期采购金额	占当期总采购额的比重(%)
原材料	3,534.41	4,024.12	1.87
包装材料	379.22	476.65	0.20
能源	11.98	85.38	0.01

6 销售情况

(1). 销售模式

公司产品销售以批发代理为主,结合团购和电商等直销渠道的销售模式。

(2). 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(吨)	上期销售量(吨)
连锁专店(直销)	2,728.24	3,188.02	535.51	771.08
出口	4,017.55	3,961.99	2,722.50	3,034.02
电商	348.93	433.04	37.74	65.61

(3). 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(吨)	上期销售量(吨)	本期占比(%)
东北地区	84.35	88.38	1.19	10	15	0.29
华北地区	140.82	148.78	1.98	14	13	0.41
华东地区	682.29	338.41	9.62	67	64	2.02
华中地区	1,679.25	2,690.58	23.67	150	433	4.54
西北地区	327.62	230.71	4.62	320	286	9.72
西南地区	84.04	42.31	1.18	9	7	0.26
华南地区	78.80	81.88	1.11	5	18	0.14
其他(出口)	4,017.55	3,961.99	56.63	2,723	3,034	82.61

区域划分标准

按行政区划划分销售区域。

(4). 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
东北地区	18	0	1
华北地区	25	0	4
华东地区	43	0	0
华中地区	206	18	0
西北地区	33	0	2
西南地区	10	1	0
华南地区	15	2	0
其他(出口)	38	3	0

(5). 线上销售情况

单位:万元币种:人民币

线上销售平台	线上销售产品档次	本期销售收入	上期销售收入	同比(%)	毛利率(%)
电商平台	中高端	348.93	433.04	-19.42	43.64

7 公司收入及成本分析

(1). 按不同类型披露公司主营业务构成

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						
低档	4,286.19	6.71	3,603.73	22.97	15.92	-11.12
中高档	2,808.53	-21.25	1,604.38	-16.17	42.87	-3.47
小计	7,094.72	--	5,208.11	--	26.59	--
按销售渠道						
直销(含团购)	2,728.24	-14.42	1,644.98	13.34	39.71	-14.77
出口	4,017.55	1.40	3,366.49	5.83	16.21	-3.50
电商	348.93	-19.42	196.64	-7.35	43.64	-7.35
小计	7,094.72	--	5,208.11	--	26.59	--
按地区分部						
东北地区	84.35	-4.56	51.77	-1.74	38.62	-1.77
华北地区	140.82	-5.35	82.28	1.41	41.57	-3.90
华东地区	682.29	101.62	367.01	64.45	46.21	12.16
华中地区	1,679.25	-37.59	918.64	-8.44	45.29	-17.42
西北地区	327.62	42.00	265.51	15.47	18.96	18.62
西南地区	84.04	98.62	47.43	148.47	43.56	-11.33
华南地区	78.80	-3.76	94.56	74.38	-20.01	-53.77
其他(出口)	4,017.55	1.40	3,380.91	6.29	15.85	-3.86
小计	7,094.72	--	5,208.11	--	26.59	--

情况说明:

低档毛利减少的原因:原料价格上涨;

直销、电商毛利减少的原因:原料价格上涨;

华东地区、西北地区毛利增加的原因:产品结构调整;

华中地区、西南地区、华南地区毛利减少的原因:产品结构调整。

(2). 成本情况

单位:万元币种:人民币

成本构成项目	本期金额	上期金额	本期占总成本比例(%)	同比(%)
原料成本	4,683.26	3,906.59	89.92	19.88
人工成本	154.58	311.55	2.97	-50.38
制造费用	370.27	626.33	7.11	-40.88
合计	5,208.11	4,844.47	100.00	7.51

情况说明:

人工成本和制造费用减少的原因:本年进行技术改造,生产下降较多。

8 销售费用情况

单位:万元币种:人民币

构成项目	本期金额	上期金额	本期占营业收入比例(%)	同比(%)
广告宣传费	300.52	151.39	4.24	98.51
促销费	383.40	461.06	5.40	-16.84
装卸运输费	238.61	256.1	3.36	-6.83
职工薪酬	392.85	379.42	5.54	3.54
折旧费	0.64	0.86	0.01	-25.35
维修费、租赁费等	2.76	0.42	0.04	556.90
差旅费	73.32	86.49	1.03	-15.22
业务招待费	22.08	20.1	0.31	9.84
办公费	49.25	31.42	0.69	56.74
合计	1,463.44	1,387.26	20.63	5.49

单位:万元币种:人民币

广告费用构成项目	本期金额	本期占广告费用比例(%)
全国性广告费用	0.00	0.00
地区性广告费用	300.52	100.00
合计	300.52	100.00

情况说明:

销售费用增加的主要原因是广告费增加149万。

酒制造行业经营性信息分析

1 行业基本情况

√适用 □不适用

2018年中国规模以上白酒企业累计产量871.2万千升,同比增长3.1%。

2 产能状况

现有产能

√适用 □不适用

主要工厂名称	设计产能	实际产能
湖北枝江酒业股份有限公司	8.5万吨	3.5万吨

在建产能

□适用 √不适用

产能计算标准

√适用 □不适用

根据公司参与生产的全部固定资产配备情况,参考设备性能、工作时间测算成品酒产量。

3 产品期末库存量

√适用 □不适用

单位:千升

成品酒	半成品酒(含基础酒)
3,023.79	19,643.68

4 产品情况

√适用 □不适用

单位:万元币种:人民币

产品档次	产量(千升)	同比(%)	销量(千升)	同比(%)	产销率(%)	销售收入	同比(%)	主要代表品牌
低档	27,691.55	-12.64	28,199.21	-13.85	101.83	32,832.84	-5.31	枝江特曲
中高档	3,944.36	-26.71	3,945.92	-29.00	100.04	25,453.98	5.83	枝江王

产品档次划分标准

√适用 □不适用

按产品价格划分产品档次。

产品结构变化情况及经营策略

□适用 √不适用

5 原料采购情况

(3). 采购模式

√适用 □不适用

公司主要采取市场招标采购模式。

(4). 采购金额

√适用 □不适用

单位:万元币种:人民币

原料类别	当期采购金额	上期采购金额	占当期总采购额的比重(%)
酿酒原材料	12,503.99	24,880.94	6.62
包装材料	21,632.16	52,708.77	11.46
能源	1,319.23	874.11	0.70

6 销售情况

(5). 销售模式

√适用 □不适用

公司产品销售以批发代理为主,结合团购和电商等直销渠道的销售模式。

(6). 销售渠道

√适用 □不适用

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)
直销(含团购)	248	2,961	1,048	525
批发代理	58,038	55,766	31,097	37,767

(7). 区域情况

√适用 □不适用

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(%)
东北地区	40	255	0.07	34	182	0.11
华北地区	2,152	2,775	3.69	981	1,661	3.05
华东地区	11,795	13,281	20.24	4,407	8,449	13.71
华中地区	38,443	36,822	65.95	25,641	26,160	79.76
西北地区	0	53	0.00	0	41	0.00
西南地区	5,748	4,067	9.86	1,063	937	3.31
华南地区	103	1,474	0.18	18	862	0.05
其他地区	7	0	0.01	2	0	0.01

区域划分标准

√适用 □不适用

按行政区划划分销售区域。

(8). 经销商情况

√适用 □不适用

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
东部销售区	777	0	242
西南销售区	0	0	45

情况说明

√适用 □不适用

本期贵州醇退出合并范围导致经销商数量减少。

经销商管理情况

□适用 √不适用

(9). 线上销售情况

□适用 √不适用

未来线上经营战略

□适用 √不适用

7 公司收入及成本分析

(3). 按不同类型披露公司主营业务构成

√适用 □不适用

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						
低档	32,832.84	-5.31	27,414.13	5.76	16.50	-8.75
中高档	25,453.98	5.83	9,578.82	-30.14	62.37	19.38
小计	58,286.82	-	36,992.95	-	-	-
按销售渠道						
直销(含团购)	248.42	-91.61	110.05	-90.22	55.70	-6.30
批发代理	58,038.40	4.07	36,882.90	-4.22	36.45	5.50
小计	58,286.82	-	36,992.95	-	-	-
按地区分部						
东北地区	39.77	-84.40	60.47	-75.81	-52.07	-54.09
华北地区	2,151.89	-22.45	3,036.46	27.64	-41.11	-55.41
华东地区	11,794.78	-11.19	4,557.96	-57.26	61.36	41.66
华中地区	38,442.64	4.40	25,826.95	7.50	32.82	-1.93
西北地区	0.00	-100.00	0.00	-100.00	0.00	-45.48
西南地区	5,748.