公司代码:601579　　公司简称:会稽山

会稽山绍兴酒股份有限公司

2014 年度报告摘要

一重要提示

1.1 本年度报告摘要来自年度报告全文,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	会稽山	601579	会稽山

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	金雪泉	
电话	0575-81188579	
传真	0575-84292799	
电子信箱	ir_kjs@kuaijishanwine.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

	2014年末	2013年末	本期末比上年同期末增减(%)	2012年末
总资产	2,181,153,408.62	2,068,822,530.74	5.43	1,856,031,823.91
归属于上市公司股东的净资产	1,433,954,164.03	948,529,173.69	51.18	827,767,683.35
	2014年	2013年	本期比上年同期增减(%)	2012年
经营活动产生的现金流量净额	83,809,425.71	139,456,702.46	-39.90	155,991,089.61
营业收入	859,129,967.85	933,814,250.77	-8.0	974,821,051.69
归属于上市公司股东的净利润	109,935,123.34	124,043,343.85	-11.37	127,232,668.16
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	104,477,002.59	122,873,073.24	-14.97	124,319,866.65
加权平均净资产收益率(%)	9.74	13.94	减少4.20个百分点	16.33
基本每股收益(元/股)	0.33	0.41	-19.51	0.42
稀释每股收益(元/股)	0.33	0.41	-19.51	0.42

2.2截止报告期末的股东总数、前十名股东、前十名流通股东(或无限售条件股东)持股情况表

单位:股

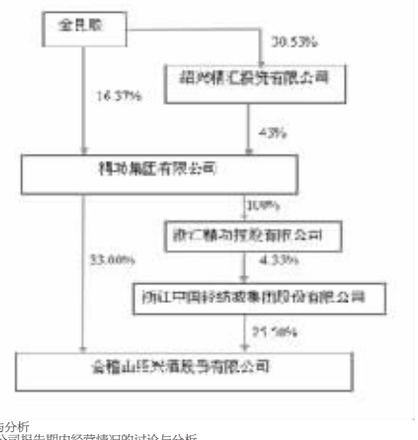
截止报告期末股东总数(户)	27,182
年度报告披露日前第五个交易日末的股东总数(户)	26,471
截止报告期末表决权恢复的优先股股东总数(户)	0
年度报告披露日前第五个交易日末表决权恢复的优先股股东总数(户)	0

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	
精功集团有限公司	境内非国有法人	33.00	132,000,000	132,000,000	无	
浙江中国轻纺城集团股份有限公司	国有法人	25.50	102,000,000	102,000,000	无	
绵阳科技城产业投资基金(有限合伙)	其他	12.50	50,000,000	50,000,000	无	
上海盛万投资有限公司	境内非国有法人	2.00	8,000,000	8,000,000	无	
浙江涌金中富投资有限公司	境内非国有法人	2.00	8,000,000	8,000,000	无	
山西通达(集团)有限公司	未知	0.74	2,949,000	0	未知	
朱根荣	其他	0.12	480,000	0	未知	
黄文海	其他	0.12	475,400	0	未知	
甄珠	其他	0.11	425,600	0	未知	
何伟芬	其他	0.09	377,200	0	未知	

上述股东关联关系或一致行动的说明	上述股东中,精功集团有限公司所属全资子公司浙江精功控股有限公司为浙江中国轻纺城集团股份有限公司的股东之一,存在关联关系。公司未知前十名无限售条件流通股股东之间,以及前十名无限售条件流通股股东和前十名股东之间是否存在关联关系或属于《上市公司收购管理办法》规定的一致行动人的情况。
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	无

2.3公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图



三管理层讨论与分析

3.1董事会关于公司报告期内经营情况的讨论与分析

报告期内,公司董事会确定"深化改革、精细管理、持续创新、提升发展"年度工作方针,全面落实年度股东大会提出的各项工作目标,以管理转型、技改创新、营销拓展、务求实效为工作核心,提升管理理念,转变工作方式,稳步推进各项工作。2014年4月30日,公司首发申请通过了证监会发审委的审核;7月8日获得了A股首发批文,8月14日公开发行新股1亿股;8月25日公司股票在上海证券交易所主板挂牌上市。

报告期内,受国内宏观经济增速减缓诸多因素影响,高档黄酒销售下滑,中低档黄酒竞价销售,市场竞争日趋激烈,行业整体增速放缓。公司积极调整产品结构,全面实施精细化管理,全力推进营销变革,保市场促销售,保生产挖潜力,虽然公司主要财务指标与去年同期相比出现了一定程度下滑,但经营上总体保持了稳步发展态势。全年实现营业收入85,913.00 万元,比上年同期减少8.00%;利润总额14,959.65万元,比上年同期减少12.56 %;归属于母公司所有者的净利润10,993.51万元,比上年同期减少11.37%;扣除非经常性损益后的净利润10,447.7万元,比上年同期减少14.97%。截至报告期末,公司总资产 21.81亿元,同比上年增长5.43%,归属于母公司所有者权益14.34亿元,同比上年增长51.18%。

(一)主营业务分析

1利润表及现金流量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	859,129,967.85	933,814,250.77	-8.00
营业成本	469,954,308.08	506,518,789.14	-7.22
销售费用	115,537,967.21	127,566,953.41	-9.43
管理费用	80,907,829.66	78,517,602.50	3.04
财务费用	15,097,940.60	12,904,594.15	17.00
经营活动产生的现金流量净额	83,809,425.71	139,456,702.46	-39.90
投资活动产生的现金流量净额	-108,153,979.16	-159,868,436.70	32.35
筹资活动产生的现金流量净额	-22,238,088.86	12,377,711.63	-279.66
研发支出	2,732,823.76	2,555,433.20	6.94

利润表变动情况及说明:

项目	本期数	上年同期数	变动比例(%)	情况说明
营业外收入	12,701,067.91	2,562,618.93	395.63	政府补助款
营业外支出	6,398,345.74	1,850,609.46	245.74	固定资产处置损失

现金流量表变动情况及说明:

项目	本期数	上年同期数	变动比例(%)	情况说明
收到的税费返还	4,043,960.10	759,060.24	432.76	主要系房产税和土地使用税返还
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	4,741,569.62	568,404.40	734.19	主要系处置固定资产收回的现金
收到其他与投资活动有关的现金	25,034,126.50	14,461,540.00	73.11	主要系收到政府出让土地净收益返还款
取得借款收到的现金	563,370,000.00	731,000,000.00	-22.93	募集资金到位
偿还债务支付的现金	934,000,000.00	684,000,000.00	36.55	募集资金到位,偿还长期借款

2收入

(1)驱动业务收入变化的因素分析

本年度公司营业收入比上年减少8.00 %,主要原因是受国内宏观经济增速减缓以及"三公消费"政策等诸多因素影响,高档黄酒销售下滑,中低档黄酒市场竞争日趋激烈。面对行业整体增速放缓的宏观环境,公司积极调整经营策略,顺应市场发展趋势,通过提升普通黄酒和中高端黄酒中的中端产品的销量,巩固和扩大大众消费群体,来抵御市场波动的风险,拓展潜力市场。

(2)以实物销售为主的公司产品收入影响因素分析

公司营业收入主要来源于以实物销售为主的酒类产品销售,2014年,公司加强营销工作和市场管理,积极开拓黄酒市场,努力拓展普通及中档产品销售,2014年酒类销量同比减少2.80%,全年实现酒类销售收入846,521,712.36元,同比减少79,370,966.52元,比上年同期减少8.57%,主要是受宏观政策和市场环境的影响,公司产品结构发生变化,以致酒类产品收入同比略有下降。

(3)主要销售客户的情况

公司前五名客户的营业收入总额为105,002,968.03 元,占公司全部营业收入的比例为12.22 %。

3成本

(1)成本分析表

单位:元

分行业情况							
分行业	成本构成项目	本期金额	本期占总成本比例(%)	上年同期金额	上年同期占总成本比例(%)	本期金额较上年同期变动比例(%)	情况说明
黄酒	原材料	354,116,386.63	79.96	386,235,764.99	81.12	-8.32	
黄酒	燃料	7,117,701.57	1.61	7,804,519.30	1.64	-8.80	
黄酒	工资	29,699,902.08	6.71	31,756,811.03	6.67	-6.48	
黄酒	制造费用	51,933,108.76	11.73	50,326,236.14	10.57	3.19	
其他	原材料	11,424,040.67	61.17	14,175,691.74	57.73	-19.41	
其他	燃料	1,343,315.27	7.19	1,917,502.71	7.81	-29.94	
其他	工资	2,306,296.99	12.35	3,668,365.31	14.94	-37.13	
其他	制造费用	3,603,753.90	19.29	4,793,756.78	19.52	-24.82	
分产品情况							
分产品	成本构成项目	本期金额	本期占总成本比例(%)	上年同期金额	上年同期占总成本比例(%)	本期金额较上年同期变动比例(%)	情况说明
黄酒	原材料	354,116,386.63	79.96	386,235,764.99	81.12	-8.32	
黄酒	燃料	7,117,701.57	1.61	7,804,519.30	1.64	-8.80	
黄酒	工资	29,699,902.08	6.71	31,756,811.03	6.67	-6.48	
黄酒	制造费用	51,933,108.76	11.73	50,326,236.14	10.57	3.19	
其他	原材料	11,424,040.67	61.17	14,175,691.74	57.73	-19.41	
其他	燃料	1,343,315.27	7.19	1,917,502.71	7.81	-29.94	
其他	工资	2,306,296.99	12.35	3,668,365.31	14.94	-37.13	
其他	制造费用	3,603,753.90	19.29	4,793,756.78	19.52	-24.82	

(2)主要供应商情况

报告期内,前五名供应商采购金额合计149,346,166.04 元,占年度采购总额比重29.24 %。

4费用

报告期内,公司财务费用同比上升 17 %,主要为本期临时流动资金借款增加所致。

5研发支出

(1)研发支出情况表

单位:元

本期费用化研发支出	2,732,823.76
本期资本化研发支出	
研发支出合计	2,732,823.76
研发支出总额占净资产比例(%)	0.19
研发支出总额占营业收入比例(%)	0.32

(2)情况说明

根据公司年度工作规划,本年度围绕食品安全、酒体研究、生产工艺、产品开发等多个方面开展工作,并努力使研发成果不断应用于公司生产经营中,达到以技术创新促企业发展的目的。

6现金流

报告期内,公司经营活动产生的现金流量净额同比减少39.90 %,主要是公司销售收入减少所致。

7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

报告期内,公司的利润构成或利润来源没有发生重大变动,公司利润来源仍主要为酒类业务。

(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

公司经中国证券监督管理委员会核准,向社会公开发行人民币普通股(A股) 10,000万股,实际募集资金净额37,548.99万元。上述募集资金到位情况已经天健会计师事务所(特殊普通合伙)于2014年8月19日出具的天健验 [2014]161号《验资报告》予以验证。

为保证募集资金投资项目的顺利进行,首次公开发行股票募集资金到位之前,公司根据项目进展的实际情况以自筹资金预先投入募集资金投资项目,并在募集资金到位之后予以置换。截至2014年7月31日,公司已使用自筹资金预先投入项目45,439.90万元,天健会计师事务所(特殊普通合伙)已对公司募集资金投资项目实际使用自筹资金情况进行了专项审核,并出具了天健审[2014] 6251号《关于会稽山绍兴酒股份有限公司以自筹资金预先投入募集资金投资项目的鉴证报告》。公司决定使用募集资金37,548.99 万元置换已预先投入的自筹资金。

公司本次募集资金置换的时间距募集资金到账时间未超过6个月,符合《上市公司监管指引第2号——上市公司募集资金管理和使用的监管要求》及《上海证券交易所上市公司募集资金管理办法(2013年修订)》的相关规定;本次募集资金置换预先已投入的自筹资金,没有与募集资金投资项目的实施 计划相抵触,不影响募集资金投资项目的正常进行,不存在变相改变募集资金投向和损害股东利益的情况。内容详见上海证券交易所网站(www.sse.com.cn),公告编号:(临2014-008)。

(3)发展战略和经营计划进展说明

公司围绕"深化改革、精细管理、持续创新、提升发展"年度工作方针,采取强化内部管理,优化产品结构,拓宽销售渠道,提高品牌效应,提升盈利能力等措施,公司继续保持了稳健发展的良好态势。

①强化终端拉动,实现黄酒业务稳定发展。实施聚焦战略,围绕"会稽山"、"帝聚堂"和"水香国色"等核心品牌,明确产品定位,积极实施"产品开发、市场布局到终端营销"的全方位运作。实行大区管理的市场营销模式,以流通、餐饮和商超等渠道网络建设为重点,精耕成熟市场,拓展竞争市场,挖掘潜力市场,着力扩大区域销售覆盖面。加强区域深度招商,以纯正、陈年酒等系列产品为核心,进一步优化产品结构,落实分销夯实终端,培育新的销售增长点。强化市场终端服务,采取深入终端、下沉服务等方式,做好品牌维护,提升品牌服务,培育重点经销商,扩大大众化消费,促进主打产品的销量增长。探索直营业务模式,统一营销活动,开拓新的营销渠道。提升市场管控力度,严格产品售价制度,严格区域促销与评估。加强产品售后服务,加大假冒伪冒、窜货流货、低价倾销等违规查处力度,确保公司产品市场健康稳定。

②加大技改投入,募投项目技术领先行业水平。重点抓了湖塘厂区募投项目的调试生产,利用募集资金置换了公司预先投入的自筹资金,改善了财务结构,同时,年产4万千升中高档绍兴黄酒生产线在浸米、蒸饭、制曲、发酵、压榨、煎酒等生产关键环节形成自动化、信息化、清洁化酿酒的联动生产控制,使传统黄酒酿造实现了由"经验式"向"数字化"酿造的转变,整套黄酒生产技术具有工艺先进、品质优、耗能低特点,走在了全国黄酒酿造升级改造的前列。

③注重规范运作,实行精细管理体系高效运行。将精细化管理的理念深入到生产、经营、管理等各个环节,完善产、供、销联动机制,深化人、财、物管理体系,实行分工协调、分块负责、专项落实工作制。加强生产计划目标管理,抓好车间"定编、定岗、定员、定额、定薪"五级考核;加强"职能线、生产线、辅助线、销售线"配套管理,推进市场与销售、采购与生产之间的工作互动,确保市场需求又达到均衡生产。采取细化规范、整合提升等措施,强化原辅材料分批采购制度、规范物资验收流程;整合资源盘活闲置,合理规划生产区域,升级大罐储酒装备,扩大厂内贮酒面积,减少二次驳运;采取公开招标等形式,抓好修标、短驳业务,合理降低成本。

④提升管理标准,确保产品质量安全。持续开展企业标准化创建工作,顺利通过了ISO9001、ISO14001、QS、HACCP、GMP、CMS等管理标准体系的复审,通过了"工贸企业安全标准化创建、有限空间整治示范企业、绿色食品生产企业"的现场验收;以食品安全主线,建立原材料模块送检、质检、入库到原材料领用出库的信息网络管理平台,优化即时查询、信息共享的质量溯源功能;引进包装流水线设备联网防窜货整箱赋码技术,实行单品瓶盖数字编码,建立起产品流向、窜货溯源信息的智能化管理。

⑤履行社会责任,提升企业形象。在追求经济效益、保护股东利益的同时,将公司发展与促进社会和谐紧密结合起来,热心公益事业,积极履行食品安全、客户维护、公益慈善、环境保护、扶贫帮困等方面的社会责任,增添社会荣誉,利用会稽山百年老字号深厚的历史底蕴,积极传播健康黄酒文化,丰富会稽山社会形象。

(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(%)
黄酒	810,553,932.57	442,867,099.04	45.36	-8.32	-6.98	减少0.79个百分点
其他	35,967,779.79	18,677,406.83	48.07	-13.86	-23.94	增加6.87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(%)
黄酒	810,553,932.57	442,867,099.04	45.36	-8.32	-6.98	减少0.79个百分点
其他	35,967,779.79	18,677,406.83	48.07	-13.86	-23.94	增加6.87个百分点

主营业务分行业和分产品情况的说明:

2014 年公司主营业务收入主要来自于黄酒、黄酒营业收入占主营业务收入的95.75%。

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(%)
浙江省内	674044786.83	-8.34%
浙江省外	167091781.36	-9.65%
国外	5385144.17	-3.18%
合计	846521712.36	-8.57%

主营业务分地区情况的说明:

报告期内,公司的主营业务销售主要在浙江省内市场,2014 年公司在浙江地区的销售收入比 2013年减少8.34%。

(三)资产、负债情况分析

1资产负债情况分析表

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
应收票据	22,736,907.24	1.04	11,183,113.80	0.54	103.31	期末经销商承兑汇票支付货款增加
其他应收款	6,690,517.73	0.31	9,995,889.56	0.48	-33.07	支付发行费用、押金保证金减少
固定资产	795,518,231.75	36.47	499,968,419.27	24.17	59.11	湖塘项目转固
在建工程	56,037,226.24	2.57	316,876,198.95	15.32	-82.32	在建工程转固
递延所得税资产	14,411,387.99	0.66	4,829,706.70	0.23	198.39	政府补贴款增加
其他非流动资产	9,841,494.70	0.45	6,120,098.33	0.30	60.81	预付固定资产、无形资产购置款
短期借款	184,370,000.00	8.45	245,000,000.00	11.84	-24.75	偿还借款
预收款项	79,246,336.08	3.63	51,031,339.76	2.47	55.29	经销商预付货款
长期借款			290,000,000.00	14.02	-100.00	归还长期借款
递延收益	35,538,607.46	1.63	15,239,300.00	0.74	133.20	政府补贴款增加

(四)核心竞争力分析

天下黄酒源绍兴,绍兴是中国当之无愧的"黄酒之都"。会稽山在绍兴市场占据优势地位,成为"黄酒之都"绍兴人的首选品牌之一。植根于绍兴的会稽山,凭借悠久的历史、优质的产品,由绍兴辐射全国,成为黄酒行业的龙头企业之一。

1.历史悠久、品牌优势明显

公司是中国黄酒业中少数集"中国驰名商标"、"中华老字号"、"国家地理标志保护产品"三大荣誉于一身的企业之一。1915年,本公司前身云集酒坊生产的绍兴黄酒获得巴拿马太平洋万国博览会金奖,绍兴黄酒从此名扬海内外。1998年,会稽山牌绍兴酒被北京人民大会堂指定为国宴专用黄酒。自创始以来,会稽山一直重视高品质生产黄酒。

2、独特的黄酒酿造工艺

可追溯至1743年的会稽山,历经270多年的持续生产,已成为专注酿造黄酒的"专家"。会稽山"绍兴黄酒酿制技艺"已被列入国家级非物质文化遗产生产性传承基地。依据浙江省科委和浙江省保密局联合下发的浙科成发(96)231号文,经国家保密局等单位核准,会稽山"传统绍兴酒酿造工艺及配方"被列为国家秘密技术项目。酒药在黄酒酿造过程中至关重要,因为黄酒酿造的核心技术是微生物的培养和发酵,而酒药正是所培养的微生物的"种子",因此酒药质量对黄酒品质具有十分重要的作用,类似于酒窖的窖泥对于白酒的重要意义。酒药是我国特有的酿酒用糖化发酵剂,以其含有的微生物作用于黄酒酿造过程,在酿酒过程中起糖化和发酵的双重作用。自1743年以来,会稽山非常重视酒药的培育和选种工作。历经270多年的技术传承,酒药品质极高。

3、黄酒行业龙头企业之一

随着我国经济实力的不断提升,人们生活水平稳步提高,"健康消费"与"文化消费"将扩大黄酒的客户群体。黄酒的新增消费人群,其品牌选择将深受浙江等黄酒主要消费地区人群消费偏好的影响,特别是"黄酒之都"绍兴消费者的偏好品牌,有望成为黄酒新增消费者的主要参考标杆。因此,作为行业内龙头企业,会稽山的市场地位及影响力有望不断提升。

4、全国性的销售渠道和卓有成效的营销管理

作为全国运营历史最悠久的黄酒企业之一,公司多年积累,建立了全国性的销售渠道,拥有超过一千家的营销网点,由经销商、商超卖场和直销网点等共同组成,覆盖全国20余个省、直辖市及自治区,有效带动了公司产品在全国范围的推广。根据黄酒行业特点,公司采取差异化营销模式。依据"深耕核心市场、开发潜在市场"的策略,公司将全国市场分为成熟市场、竞争性市场和培育市场三大类型,在各个市场运用差异化的渠道运作模式和营销策略,合理配置产品资源,确保成熟市场的领先地位,同时,积极拓展竞争性市场,加强新兴市场的培育,扩大市场份额。

公司运用先进的渠道管理模式和系统的营销预算管理,加强与经销商的战略合作关系,整合经销商资源,坚持扁平化运作,实施"精细化"管理,提高市场运作效率。

5、市场化的经营机制和专业的管理团队

会稽山是我国目前主要黄酒企业中的大型民营企业,经营机制灵活。未来,公司有条件运用股权激励等市场化机制调动管理层及技术骨干的积极性。公司核心管理团队平均年龄46岁,在黄酒行业从业时间较长,经验丰富。公司核心管理团队拥有多位国家级黄酒评委,在黄酒研发、生产、销售领域拥有丰富的经验。

6、稳定可靠的品质保证体系

公司严格按照相关国家标准生产黄酒,并建立了一整套高于行业平均水平的完整的企业标准体系。公司已通过QS认证、ISO 9001质量管理体系、ISO14001环保管理体系认证、HACCP食品安全管理体系、保健食品GMP、CMS诚信等管理体系认证等相关认证。

7、行业内领先的研发团队

公司的技术中心(黄酒研究院)是省级企业技术中心之一,研究水平处于行业领先地位。公司拥有多位国家级酒类专家、评委,也是参与制定《黄酒国家标准》、《绍兴黄酒国家标准》的少数企业之一。公司的黄酒研究院设有新产品研发部、酿酒技术研究所、微量成份检测室、检测中心、微生物实验室和标准计量室等机构和部门。黄酒研究院获得部、省、市、县科技进步奖等各类奖项11项,获全国、省、市级QC成果奖20项。

(五)投资状况分析

1、对外股权投资总体分析

无

2、非金融类公司委托理财及衍生品投资的情况

无

3、募集资金使用情况

(1)募集资金总体使用情况

单位:万元　币种:人民币

募集年份	募集方式	募集资金总额	本年度已使用募集资金总额	已累计使用募集资金总额	尚未使用募集资金总额	尚未使用募集资金用途及去向
2014	首次发行	44,300	44,300	44,300	0	募集资金专户
合计	/	44,300	44,300	44,300	0	/

募集资金总体使用情况说明	经中国证券监督管理委员会《关于核准会稽山绍兴酒股份有限公司首次公开发行股票的批复》(证监许可[2014] 673号核准),并经上海证券交易所同意,公司由主承销商中国国际金融有限公司(以下简称"中金公司")采用网下向询价对象询价配售和网上资金申购定价发行相结合的方式发行人民币普通股(A股)10,000万股。发行价格为每股4.43元。募集资金总额44,300万元。坐扣承销及保荐费4,900万元(承销及保荐费总计5,300万元,已预付400万元),坐扣律师费60万元后的募集资金为人民币39,340.00万元,已由主承销商中国国际金融有限公司于2014年8月19日汇入本公司募集资金监管账户;另扣除律师费、审计及验资费、本次发行信息披露费与发行权益证券直接相关新增外部费用1,391.01万元后,本次募集资金净额为人民币37,548.99万元。上述资金到位情况业经天健会计师事务所(特殊普通合伙)验证,并由其出具天健验[2014]161号《验资报告》审验确认。 为了规范募集资金的管理和使用,保护投资者的利益,根据有关法律法规、《上市公司监管指引第2号——上市公司募集资金管理和使用的监管要求》及《上海证券交易所上市公司募集资金管理办法》及公司募集资金管理制度的规定,公司与中金公司、中国工商银行股份有限公司绍兴分行分别签署了首次公开发行股票募集资金的三方监管协议,募集资金实行专户管理。 为保证募集资金投资项目的顺利进行,首次公开发行股票募集资金到位之前,公司根据项目进展的实际情况以自筹资金预先投入募集资金投资项目,并在募集资金到位之后予以置换。截至2014年7月31日,公司已使用自筹资金预先投入项目45,439.90万元,天健会计师事务所(特殊普通合伙)已对公司募集资金投资项目实际使用自筹资金情况进行了专项审核,并出具了天健审[2014] 6251号《关于会稽山绍兴酒股份有限公司以自筹资金预先投入募集资金投资项目的鉴证报告》。公司决定使用募集资金37,548.99 万元置换已预先投入的自筹资金。 公司本次募集资金置换的时间距募集资金到账时间未超过6个月,符合《上 市公司监管指引第2号——上市公司募集资金管理和使用的监管要求》及《上海证券交易所上市公司募集资金管理办法(2013年修订)》的相关规定;本次募集资金置换预先已投入的自筹资金,没有与募集资金投资项目的实施 计划相抵触,不影响募集资金投资项目的正常进行,不存在变相改变募集资金投向和损害股东利益的情况。 截至 2014年 12 月 31 日,募集资金余额为84,218.33元(包括累计收到的银行存款利息扣除银行手续费等的净额)。2015年3月12日,公司将募集资金专户结余金额84,103.18元转出至中国工商银行绍兴分行基本户作为补充流动资金使用并办理了募集资金专户的销户手续。

(2)募集资金承诺项目情况

单位:万元　币种:人民币

承诺项目名称	是否变更项目	募集资金拟投入金额	募集资金本年度投入金额	募集资金累计实际投入金额	是否符合计划进度	项目进度	预计收益	产生收益情况	是否符合预计收益	未达到计划进度和收益说明	变更原因及募集资金变更程序说明
年产4万千升中高档优质绍兴黄酒项目	否	37,602.00	37,548.99	37,548.99	是	100%	4,450.00	无	否	本公司年产4万千升中高档优质绍兴黄酒项目2014年度已完成整体试生产,因尚未对外销售故无法计算本年度实现的效益。	无
合计	/	37,602.00	37,548.99	37,548.99	/	/	4,450.00	/	/	/	/
募集资金承诺项目使用情况说明	公司使用全部募集资金投入的年产4万千升中高档优质绍兴黄酒项目,采用模块化布局、主要由制曲车间、前酵车间、后酵车间、压榨车间、半成品车间、生产保障车间以及35KV变电站、河水处理中心、污水处理站等配套设施组成。截至报告期末,已经整体完工并完成生产设备的调试,全面进入生产试运行阶段。该项目具有工艺先进、品质优、耗能低特点,形成自动化、信息化、数字化、清洁化酿酒的联动生产控制。										

(3)募集资金变更项目情况

□适用 √不适用

4、主要子公司、参股公司分析

单位:万元　币种:人民币

公司名称	持股比例(%)	业务性质	主要产品或服务	注册资本	总资产	净资产	净利润
浙江嘉善黄酒股份有限公司	86.63	制造业	黄酒的生产和销售	6,671.41	25,186.09	17,232.09	1,553.50
绍兴会稽山经贸有限公司	100	商贸	黄酒的销售	300.00	2,999.00	307.22	7.90
上海会稽山绍兴酒销售有限公司	100	商贸	黄酒的销售	200.00	1.60	-693.62	-0.30
会稽山(上海)实业有限公司	100	商贸	黄酒等产品的销售	1,000.00	1,566.24	-1,501.09	80.77
会稽山(北京)商贸有限公司	94	商贸	黄酒等产品的销售	1,000.00	1,152.14	1,069.80	-22.26

浙江嘉善黄酒股份有限公司系公司控股子公司,嘉善黄酒主要从事黄酒的生产和销售,同时生产少量雪烧白酒和料酒。截至2014年12月31日,嘉善黄酒总资产为25,186.09万元,净资产为17,232.09万元,2014年实现净利润为1,553.50万元(以上财务数据已经天健会计师事务所(特殊普通合伙)审计)。

3.2董事会关于公司未来发展的讨论与分析

(一)行业竞争格局和发展趋势

黄酒行业为市场化程度较高的行业,具有较强的区域特征,也具有广阔的发展前景。从消费地域看,黄酒消费在江、浙、沪传统区域有坚实的市场基础,黄酒消费地域性正随着黄酒文化的渗透逐步扩大;从消费趋势看,居民收入水平的提高是推动消费升级的根本力量,消费者在选择酒类产品时,更趋向于选择低酒精度、营养保健等特点的健康产品,黄酒正好迎合了这一消费升级的需求,对黄酒行业的大发展具有积极意义;从消费市场看,在"南黄北白"的消费定势下,除传统区域外尚未形成大规模的黄酒消费氛围,传统黄酒消费市场竞争将更加激烈;从消费业态看,在"三公消费"受限的情况下,酒业消费逐渐向大众化消费、商务消费和个性化消费转变,定制酒、酒类电商等新业态应运而生,黄酒行业的集中度将越来越高,被业内人士称之为不同以往的酒业新常态。

随着黄酒消费区域的扩大和行业集中度的提升,公司将充分利用自身在产品、网络、品牌等方面的竞争优势,持续加快品牌建设步伐,提高产品内涵和知名度,提高经营效率,进一步开拓市场,努力提高自身盈利能力,推动公司业绩增长。

同时,黄酒作为低酒精度、低粮耗的酿造酒和民族特有产品,一直受到国家的保护和产业政策的鼓励,公司将通过倡导科学、健康的饮酒理念,引导消费者理性消费,凭借公司历史悠久、产品优良、行业品牌优势,借助效率优先的体制优势,依托资本市场平台,加强企业形象及品牌宣传,不断提升市场地位及影响力,促进会稽山黄酒主营业务的稳定、快速发展。

(二)公司发展战略

传承中国黄酒传统酿造技艺和会稽山270多年酿造绍兴酒的悠久历史和经验,以现代高新科技和生物工程技术改造提升传统产业,持续创新,专注酿造高品质黄酒,坚持市场导向、品牌提升和资本运作相结合,打造中国黄酒标杆企业。

(三)经营计划

2015年,公司董事会将围绕做强、做优、做精主业为核心,按照"强化改革驱动,创新管理模式,优化发展空间,提升经济效益"的工作方针,增强责任意识、创新意识、发展意识、机遇意识、规范意识,通过"强化管理、保质提量、降本增效、提升发展"等经营举措,确保公司稳步健康发展。

1、规范运作,完善公司治理及内控机制。进一步完善内控体系,强化公司内部控制,完善公司治理结构,使公司运作向更规范化、制度化的方向发展,通过加强内部审计、规范企业决策程序,提高公司各项战略决策的运作水平。充分发挥"三会"、各个专业委员会及经营层的贯彻执行作用,为集体决策、科学决策、有效决策提供保障;加强董事、监事、高管专业培训,提高法律、法规和诚信意识,提升履职能力。在经营上牢固确立对全体股东负责的观念,以可持续发展为出发点,以效益最大化为落脚点,认真贯彻执行董事会、股东大会决议,继续深化"日常管控、财务控制、生产管理、物资采购、食品安全、技术研发、销售管理、投资管理"等内控机制,强化财务预算分析、计划控制、业绩考核、内审监督等工作制度,确保资产保值增值。

2、创新管理,完善公司内部营运管理模式。着力完善"统一决策、分块管理、资源共享、全面推进"的管理模式,以销售为龙头,重点抓好年度"市场销售、生产采购、成本控制、库存备货、人力配置"计划的联动实施;根据手工酿造、自动化机械酿造、灌装包装的生产特性,实施"酿造、灌装、辅助"生产模块化管理,实现均衡生产,提高生产效率;继续实行大区管理模式,建立健全"市场、营销、信息、客户业务人员"等四大运作管理体系,强化预算控制,规范营销费用、返利管理及促销价格管理;落实"定编、定岗、定员、定薪、定额"用工制度,控制人力成本;建立生产质量在线检测系统,从原料、生产工艺到成品,完善食品安全监控措施,实施产品质量溯源制度,避免质量事故出现;加强供应链管理,坚持比质比价和竞标采购,实行供应商认证和评估制度,确保到货效率和采购质量。

3、依托优势,扩大市场营销覆盖面。在黄酒行业进入低速增长、大众消费和智能营销的新常态下,继续聚焦核心产品,积极调整思路,强化战略布局、结构布局和市场布局,稳步提升营销力。在"南黄北白"的酒类消费定势下,重点推进江浙沪市场的深度营销,细化市场布局,扩大营销覆盖面,提高市场集中度。根据消费需求优化产品结构,主推大众化黄酒,使大众化瓶装黄酒营销继续引领消费市场,稳固成熟市场占有率的领先地位。重视网上营销运用和创新,坚持"线上线下"相结合的思路,通过线上线下的消费者互动和品牌推广,逐步打破黄酒的地域性消费,扩大黄酒的消费群体。

4、创新驱动,持续抓好工艺技术提升。在传承绍兴黄酒工艺的基础上,发挥公司在生产设备、工艺技术上的领先优势,持续提高黄酒酿造技术及工艺控制能力。优化生产装备,应用清洁生产技术,更新装备减轻劳动强度,通过机器换人实现增产增效。提升工艺技术,抓好陈化黄酒技术攻关,加大酒体、工艺、口感等工艺研发,不断保持技术上的先进性,着力打造老百姓满意的高品质饮品。

5、稳步推进,