

一、重要提示  
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上的年度报告全文。  
1.2 公司简介

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
	上海证券交易所	金种子酒	600199	
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表		
姓名	金彪	李芳萍		
电话	0558-2210568	0558-2210568		
传真	0558-2212666	0558-2212836		
电子信箱	jinbiao@600199.com.cn	hei@600199.com.cn		

2. 主要财务数据和股东情况

## 2.1 公司主要财务数据

	2014年末	2013年末		本期末比上期期末增减(%)	2012年末
		调整后	调整前		
总资产	3,220,256,513.70	3,191,947,525.91	3,180,911,565.92	0.89	2,974,037,924
归属于上市公司股东的净资产	2,216,158,218.70	2,171,622,932.13	2,171,622,932.13	2.05	2,025,339,281.41
2014年					
调整后					2012年
经营活动产生的现金流量净额	53,283,820.53	290,288,751.67	-81.64	567,934,261.33	
营业收入	2,075,034,605.92	2,080,618,955.41	-0.27	2,294,436,775.44	
归属于上市公司股东的净利润	88,561,655.24	133,452,499.19	-33.64	93,751,751.51	
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	61,910,222.91	126,115,519.87	-50.91	560,949,175.88	
加权平均净资产收益率(%)	4.04	6.10	减少2.66个百分点	27.81	
基本每股收益(元/股)	0.16	0.24	0.24	0.01	
稀释每股收益(元/股)	0.16	0.24	0.24	0.01	

## 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

2.3 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	质押或冻结的股份数量
安徽金种子集团有限公司	国有法人	32.07	178,257,084	无
中国农业银行—中邮核心成长股票型证券投资基金	未知	1.85	10,298,780	无
中国银行—富兰克林国海稳健组合基金	未知	1.44	7,999,844	无
中行银行股份有限公司—调和成长策略灵活配置混合型证券投资基金	未知	0.76	4,220,601	无
汇丰晋信大盘股票型证券投资基金	未知	0.72	4,012,052	质押
中行银行股份有限公司—富兰克林海润债券型证券投资基金	未知	0.72	3,999,912	无
陈浩勤	未知	0.61	3,386,722	无
中行建设银行—国泰金利价值精选混合型证券投资基金	未知	0.54	3,000,000	无
广发证券—交通银行—广发集合资产管理计划(3号)	未知	0.43	2,384,059	无
陆飞	未知	0.34	1,888,238	无

1. 在前10名股东中,安徽金种子集团有限公司与其余股东之间不存在关联关系,也属于上市公司控股股东持股权变动信息披露义务人。2. 其余股东之间是否存在关联关系,或者是否属于一致行动人。

上述股东关联关系或一致行动的说明

表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明

2.3 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图



3.1 董事会关于公司报告期内经营情况的讨论与分析

2.4 是白酒行业深度调整、经济环境进入新常态的一年,也是公司营销创新、扎实求变的一年,一年公司围绕围绕“能力提升”这一主题,深入推进以客户为中心的能力建设,强力进行硬件改造和软件升级,取得了明显成效。

报告期内,公司实现营业总收入2,075,034,605.92元,同比下降0.27%,实现营业利润112,214,431.08元,较去年同期下降46.67%,实现净利润88,561,655.24元。

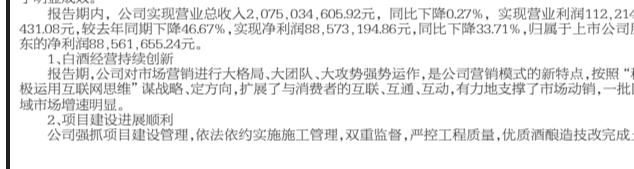
1. 白酒经营不断创新

报告期,公司对市场营销进行大格局、大团队、大攻势强势运作,是公司营销模式的新特点,按照“梯队进阶、梯队巩固、梯队深耕”的战略思路,向市场、向终端、向消费者延伸,强力地支撑了市场营销,一批区域市场得到明显提升。

2. 项目建设及顺利推进

公司强抓项目建设计划管理,依法依约实施施工管理,双重监督,严控工程质量,优质酒酿造技改完成土

2.5 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

2.4 是白酒行业深度调整、经济环境进入新常态的一年,也是公司营销创新、扎实求变的一年,一年公司围绕围绕“能力提升”这一主题,深入推进以客户为中心的能力建设,强力进行硬件改造和软件升级,取得了明显成效。

报告期内,公司实现营业总收入2,075,034,605.92元,同比下降0.27%,实现营业利润112,214,431.08元,较去年同期下降46.67%,实现净利润88,561,655.24元。

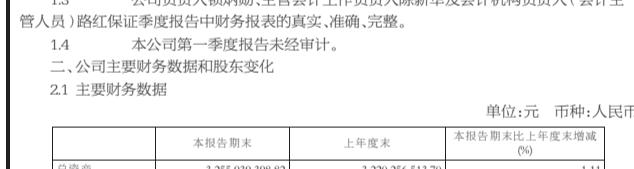
1. 白酒经营不断创新

报告期,公司对市场营销进行大格局、大团队、大攻势强势运作,是公司营销模式的新特点,按照“梯队进阶、梯队巩固、梯队深耕”的战略思路,向市场、向终端、向消费者延伸,强力地支撑了市场营销,一批区域市场得到明显提升。

2. 项目建设及顺利推进

公司强抓项目建设计划管理,依法依约实施施工管理,双重监督,严控工程质量,优质酒酿造技改完成土

2.5 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

2.4 是白酒行业深度调整、经济环境进入新常态的一年,也是公司营销创新、扎实求变的一年,一年公司围绕围绕“能力提升”这一主题,深入推进以客户为中心的能力建设,强力进行硬件改造和软件升级,取得了明显成效。

报告期内,公司实现营业总收入2,075,034,605.92元,同比下降0.27%,实现营业利润112,214,431.08元,较去年同期下降46.67%,实现净利润88,561,655.24元。

1. 白酒经营不断创新

报告期,公司对市场营销进行大格局、大团队、大攻势强势运作,是公司营销模式的新特点,按照“梯队进阶、梯队巩固、梯队深耕”的战略思路,向市场、向终端、向消费者延伸,强力地支撑了市场营销,一批区域市场得到明显提升。

2. 项目建设及顺利推进

公司强抓项目建设计划管理,依法依约实施施工管理,双重监督,严控工程质量,优质酒酿造技改完成土

2.5 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

2.4 是白酒行业深度调整、经济环境进入新常态的一年,也是公司营销创新、扎实求变的一年,一年公司围绕围绕“能力提升”这一主题,深入推进以客户为中心的能力建设,强力进行硬件改造和软件升级,取得了明显成效。

报告期内,公司实现营业总收入2,075,034,605.92元,同比下降0.27%,实现营业利润112,214,431.08元,较去年同期下降46.67%,实现净利润88,561,655.24元。

1. 白酒经营不断创新

报告期,公司对市场营销进行大格局、大团队、大攻势强势运作,是公司营销模式的新特点,按照“梯队进阶、梯队巩固、梯队深耕”的战略思路,向市场、向终端、向消费者延伸,强力地支撑了市场营销,一批区域市场得到明显提升。

2. 项目建设及顺利推进

公司强抓项目建设计划管理,依法依约实施施工管理,双重监督,严控工程质量,优质酒酿造技改完成土

2.5 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

2.4 是白酒行业深度调整、经济环境进入新常态的一年,也是公司营销创新、扎实求变的一年,一年公司围绕围绕“能力提升”这一主题,深入推进以客户为中心的能力建设,强力进行硬件改造和软件升级,取得了明显成效。

报告期内,公司实现营业总收入2,075,034,605.92元,同比下降0.27%,实现营业利润112,214,431.08元,较去年同期下降46.67%,实现净利润88,561,655.24元。

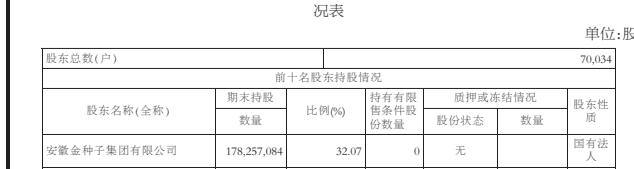
1. 白酒经营不断创新

报告期,公司对市场营销进行大格局、大团队、大攻势强势运作,是公司营销模式的新特点,按照“梯队进阶、梯队巩固、梯队深耕”的战略思路,向市场、向终端、向消费者延伸,强力地支撑了市场营销,一批区域市场得到明显提升。

2. 项目建设及顺利推进

公司强抓项目建设计划管理,依法依约实施施工管理,双重监督,严控工程质量,优质酒酿造技改完成土

2.5 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

2.4 是白酒行业深度调整、经济环境进入新常态的一年,也是公司营销创新、扎实求变的一年,一年公司围绕围绕“能力提升”这一主题,深入推进以客户为中心的能力建设,强力进行硬件改造和软件升级,取得了明显成效。

报告期内,公司实现营业总收入2,075,034,605.92元,同比下降0.27%,实现营业利润112,214,431.08元,较去年同期下降46.67%,实现净利润88,561,655.24元。

1. 白酒经营不断创新

报告期,公司对市场营销进行大格局、大团队、大攻势强势运作,是公司营销模式的新特点,按照“梯队进阶、梯队巩固、梯队深耕”的战略思路,向市场、向终端、向消费者延伸,强力地支撑了市场营销,一批区域市场得到明显提升。

2. 项目建设及顺利推进

公司强抓项目建设计划管理,依法依约实施施工管理,双重监督,严控工程质量,优质酒酿造技改完成土