公司代码:600702　　公司简称:沱牌舍得

四川沱牌舍得酒业股份有限公司

2016 年度报告摘要

一、重要提示

1.本年度报告摘要来自年度报告全文,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.信永中和会计师事务所(特殊普通合伙)为本公司出具了标准无保留意见的审计报告。

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

经信永中和会计师事务所(特殊普通合伙)审计,公司2016年度共实现归属于母公司合并报表净利润80,198,959.12元,加上截至2015年末留存未分配利润860,187,567.45元,2016年度可供股东分配的利润合计940,386,526.57元。公司拟以年末股份总数337,300,000股为基数,按每10股派发现金0.72元(含税)向全体股东分配股利24,285,600.00元,结余的未分配利润916,100,926.57元全部结转至下年度。公司本年度不进行资本公积金转增股本。

二、公司基本情况

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	沱牌舍得	600702	沱牌曲酒

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	马力军	周建
办公地址	四川省射洪县沱牌镇沱牌大道999号	四川省射洪县沱牌镇沱牌大道999号
电话	0825-6618268	0825-6618269
电子信箱	tztz@tuopai.cn	tzg@tuopai.cn

2.报告期公司主要业务简介

2.1 主要业务

本公司的主要业务为白酒产品的生产和销售。主要产品有酱香型产品天子醇、吞之乎等,浓香型产品舍得系列酒、陶醉系列酒、沱牌天曲系列酒、沱牌特曲系列酒、沱牌优曲系列酒和沱牌大曲系列酒等品种。

2.2 经营模式

公司的经营模式主要是自主研发、自主生产和代理销售为主。公司原材料主要采取市场采购模式,坚持实施公开对外招标,采购包括小麦、大麦、高粱、大米、糯米和玉米等原材料,纸箱、纸盒、玻瓶等包装物;采用以销定产的模式制定生产计划和组织生产并保持适当库存,生产流程主要包括基酒酿造、陈酒储存、陈酒加工和灌装包装环节;公司目前产品销售采用经销商代理为主,电商和团购等直销渠道相结合的模式,根据公司营销市场战略,实行分产品、分区域管理,面向全国各地市场拓展。

2.3 所处行业情况

白酒是中国传统蒸馏酒,工艺独特,历史悠久,享誉中外。白酒行业目前虽然属于垄断竞争市场结构,不同企业产品具有一定差异,但市场集中度相对较低。经过多年的发展,目前中国白酒行业已进入中低速发展的成熟期,公司属于“中国名酒”和“川酒六朵金花”,是以生态酿酒为核心的全国大型白酒企业,白酒产能和陈年老酒存量均处于白酒行业前列。

3.公司主要会计数据和财务指标

3.1近3年的主要会计数据和财务指标　　单位:元　币种:人民币

	2016年	2015年	本年比上年增减(%)	2014年
总资产	3,965,097,338.94	3,761,320,463.59	5.42	3,678,838,910.16
营业收入	1,461,582,562.60	1,156,135,059.43	26.42	1,444,983,261.78
归属于上市公司股东的净利润	80,198,959.12	7,128,122.67	1,025.11	13,389,353.11
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	77,999,146.88	2,406,787.90	3,140.80	11,113,246.79
归属于上市公司股东的净资产	2,325,321,767.98	2,246,832,798.86	3.54	2,245,460,676.19
经营活动产生的现金流量净额	230,288,978.80	120,813,641.68	90.62	-147,974,626.38
基本每股收益(元/股)	0.2378	0.0211	1,027.01	0.0397
稀释每股收益(元/股)	0.2378	0.0211	1,027.01	0.0397
加权平均净资产收益率(%)	3.51	0.32	增加3.19个百分点	0.60

3.2报告期分季度的主要会计数据　　单位:元　币种:人民币

	第一季度(1-3月份)	第二季度(4-6月份)	第三季度(7-9月份)	第四季度(10-12月份)
营业收入	426,464,651.79	353,413,331.80	319,326,783.28	362,377,826.12
归属于上市公司股东的净利润	12,177,952.21	10,966,859.40	31,631,882.59	25,393,264.92
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	11,690,348.37	12,254,189.79	30,102,642.25	23,951,969.47
经营活动产生的现金流量净额	60,842,873.56	-51,156,833.82	56,568,887.68	164,033,051.38

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

□适用 √不适用

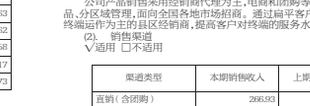
4.股本及股东情况

4.1普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前10 名股东持股情况表　　单位: 股

截止报告期末普通股股东总数(户)						34,075	
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数(户)						33,529	
前10名股东持股情况							
股东名称(全称)	报告期内增减	期末持股数量	比例(%)	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况		股东性质
					股份状态	数量	
四川沱牌舍得集团有限公司	0	100,686,768	29.85	0	无		境内非国有法人
四川省射洪广厦房地产开发公司	0	11,777,751	3.49	0	未知		境内非国有法人
新华人寿保险股份有限公司-分红-团体分红-018L-FH001沪	-1,403,926	9,744,218	2.89	0	未知		未知
中国人寿保险股份有限公司-分红-个人分红-005L-FH002沪	3,495,195	5,495,293	1.63	0	未知		未知
全国社保基金四一五组合	4,652,163	4,652,163	1.38	0	未知		未知
杨光第	4,588,800	4,588,800	1.36	0	未知		未知
四川省射洪城发投资公司	0	4,018,291	1.19	0	未知		境内非国有法人
中国建设银行股份有限公司-银华富裕主题混合型证券投资基金	3,706,568	3,706,568	1.1	0	未知		未知
张耀强	2,477,899	2,477,899	0.73	0	未知		未知
中国银行股份有限公司-招商中证白酒指数分级证券投资基金	670,327	2,325,283	0.69	0	未知		未知
上述股东关联关系或一致行动的说明	公司前10名股东和前10名无限售条件股东中股股东沱牌舍得集团与其他股东之间不存在关联关系和一致行动人情况,公司未知其他股东之间的关联关系和一致行动人情况。						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	无						

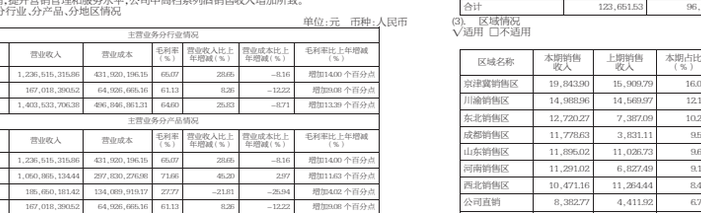
4.2公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不用



4.3公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不用



三、经营情况讨论与分析

2016年,白酒行业实现弱势回暖,格局发生较大变化,分别以高端和以中低端白酒为主导的白酒企业业绩两极分化,白酒产业逐渐进入资本化和品牌化竞争。报告期内公司实际控制人发生变化,立足管理机制创新,坚持实施“优化生产、顺畅营销”战略,改革取得了良好效果,为公司的可持续和跨发展奠定坚实基础。

1)坚持顺畅营销,着力营销改革创新

a.改变价格模式,扁平客户布局

取消费用打包制,改为中央总控权月审批制,提高费用使用效率,客户利润和积极性提高。拆分以批发业务为主的省市平台商,扁平到以终端运作为主的县区经销商,客户数量大幅增加,提高了客户对终端的服务水平。

b.精简产品结构,提升销售质量

梳理精简产品品种、规格,全面停止客户定制产品,逐步淘汰沱牌系列老产品,开发沱牌天曲、沱牌特曲、沱牌优曲,沱牌大曲和柳泉春全新沱牌产品,增强沱牌品牌张力。产品结构优化调整后合理聚焦高端、沱牌主打大众白酒市场的定位明确,舍得系列产品销售大幅增加。

c.拓展销售渠道,增强促销效果

沱牌、舍得分类进行渠道拓展。一方面,通过厂家帮助经销商全面导入终端精细化营销模式,厂家人员驻访到每个终端门店的方式实现品牌舍得聚焦;另一方面,通过采取厂商1+1运作模式,以区、县为单位全国县级平化招商的方式实现沱牌系列聚焦。

2)强化内部管理,规范企业有效运行

a.强化采购、检验和生产,保证产品质量安全

强化原材料采购、利用专业物资信息发布网站、市场考察、与潜在供应商沟通等渠道收集市场行情,分析市场规律;进一步优化供方体系,提高供货质量,控制采购成本。

加强质量检验管理。严格实行“双、多检”制度,确保检验的准确、科学、公平;严格品质把关,强化过程跟踪。

加强生产过程管理。优化高端产品包装生产工艺;合理安排生产时间,控制生产节奏。

b.优化资源配置,为生产经营提供保障

强化人力资源配置,公司逐步进行架构优化、推进绩效考评实行“能者上,庸者下,劣者汰”的优化激励和选人,用人机制。加强培训,进一步完善考核机制,通过“内部注智,外部引智”,着力提升员工技能水平,打造一批优秀的管理、技术团队。

加强财务资源配置。在确保公司正常生产经营的前提下有效运用公司资源,提高资金使用效率,抓好资金调度工作;加大财务精细化管理,做好年前、年中、年后监督,严把费用审核关。公司对闲置机器设备等资产进行了系统、全面清理,提高资源利用效率。

c.加强信息化建设,提升发展新活力

推进信息化与企业的深度融合,加强网络销售,建立从供应商到消费者的大数据管控平台,完成CRM及经销商门户的各项建设、调试及试行推广工作,公司使用二维码追溯系统,实现产品源头可查、去向可追、责任可究,信息可视化和大数据管理,保证产品从原材料供应、生产到流通的全生命周期管理。

d.强化卓越管理,坚持生态定企

以卓越绩效管理模式为导向,整合、优化、落实各管理体系的要求,主动寻求改进空间,形成持续改进的长效机制;在系统梳理、识别“三源”(服务检查源、质量缺陷源、安全危险源)的基础上,完善相应的防控措施,顺利通过质量管理、环境管理、职业健康安全管理、测量管理、知识体系管理五项体系的监督审核认证。

1报告期内主要经营情况

2016年度公司实现营业收入146,158.26万元,较上年同期增加26.42%,营业利润18,054.94万元,较上年同期增加564.71%,净利润8,019.90万元,较上年同期增加11,025.11%。

1.1 主营业务分析

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	1,461,582,562.60	1,156,135,059.43	26.42
营业成本	523,866,388.52	573,015,851.21	-8.58
销售费用	318,061,116.75	238,458,915.57	33.38
管理费用	221,002,900.93	167,156,263.67	32.21
财务费用	20,965,398.56	35,310,238.75	-40.63
经营活动产生的现金流量净额	230,288,978.80	120,813,641.68	90.62
投资活动产生的现金流量净额	-38,825,804.32	-30,196,135.48	-28.58
筹资活动产生的现金流量净额	41,857,363.74	-68,425,927.58	161.17
研发支出	13,362,957.46	17,293,201.04	-22.73

1.1.1收入和成本分析

√适用 □不适用

2016年度公司营业收入比上年同期增加26.42%,主要原因是公司着力营销改革创新,聚焦重点市场,大力推广精细化营销,提升营销管理和服务水平,公司中高档系列酒销售收入增加所致。

(1)主营业务分行业、分产品、分地区情况　　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(%)
酒类	1,236,515,315.86	431,920,196.15	65.07	28.65	-8.16	增加14.00个百分点
医药	167,018,380.52	64,926,665.16	61.13	8.26	-12.22	增加30.08个百分点
合计	1,403,533,706.38	496,846,861.31	64.60	25.83	-8.71	增加13.39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(%)
酒类	1,236,515,315.86	431,920,196.15	65.07	28.65	-8.16	增加14.00个百分点
中高档酒	1,050,865,134.44	297,830,276.98	71.66	45.20	2.97	增加14.63个百分点
低档酒	185,650,181.42	134,089,919.17	27.77	-21.81	-28.94	增加40.02个百分点
医药	167,018,380.52	64,926,665.16	61.13	8.26	-12.22	增加30.08个百分点
合计	1,403,533,706.38	496,846,861.31	64.60	25.83	-8.71	增加13.39个百分点
主营业务分地区情况						
分地区	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(%)
四川省遂宁市	1,236,515,315.86	431,920,196.15	65.07	28.65	-8.16	增加14.00个百分点
四川省成都市	167,018,380.52	64,926,665.16	61.13	8.26	-12.22	增加30.08个百分点
合计	1,403,533,706.38	496,846,861.31	64.60	25.83	-8.71	增加13.39个百分点

公司主营业务为酒类产品和药业产品,均按出厂地划分,四川省遂宁市为酒类产品生产和销售,四川省成都市为医药产品生产和销售。

(2)产销量情况分析表

√适用 □不适用

主要产品	生产量(千升)	销售量(千升)	库存量(千升)	生产量比上年增减(%)	销售量比上年增减(%)	库存量比上年增减(%)
舍得	3,375.38	3,055.85	560.08	94.28	60.73	132.83
天曲	157.91	213.30	2.12	-41.67	0.05	-96.31
曲酒	371.82	329.47	74.27	-7.90	-28.88	132.68
特曲	4,717.48	4,574.98	309.65	11.55	7.84	85.25
大曲	5,292.81	5,116.67	326.32	-26.03	-31.12	117.29
陶醉	706.78	686.61	60.77	-5.64	-15.42	49.68
沱牌	13,751.53	12,877.04	1,331.89	-17.54	-26.42	191.19
合计	28,373.71	26,853.92	2,665.10	-9.12	-17.53	132.70

(3)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
酒类	材料成本	339,614,386.27	64.83	375,280,668.62	65.49	-9.50	
	人工工资	59,406,256.58	11.34	64,826,938.14	11.31	-8.22	
	动力成本	13,112,263.74	2.50	13,653,782.81	2.38	-3.97	
	折旧费	8,798,146.12	1.68	9,193,391.08	1.60	-4.43	
	其他费用	10,911,103.94	2.08	7,360,193.68	1.28	48.46	
	合计	431,920,196.15	82.45	470,314,974.33	82.06	-8.16	
医药	材料成本	41,330,985.86	7.89	42,136,539.22	7.35	-1.91	
	人工工资	8,189,746.41	1.56	8,277,158.11	1.44	-1.06	
	动力成本	6,332,215.49	1.21	8,197,198.25	1.43	-22.75	
	折旧费	5,740,004.59	1.10	10,419,132.27	1.82	-44.91	
	其他费用	3,333,712.81	0.64	4,935,287.52	0.86	-32.46	
	合计	64,926,665.16	12.39	73,965,315.37	12.91	-12.22	
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
舍得	材料	160,765,365.30	30.69	123,329,836.02	21.52	30.35	
	直接人工	24,022,296.96	4.59	16,832,567.82	2.94	42.71	
	折旧费	4,080,109.87	0.78	2,722,893.22	0.48	49.88	
	其他费用	5,066,897.64	0.97	2,176,944.11	0.38	132.75	
	动力	6,317,130.44	1.21	4,289,397.16	0.75	47.27	
	小计	200,251,800.11	38.22	149,351,538.33	26.06	34.08	
天曲	材料	8,972,427.76	1.71	14,194,443.97	2.48	-36.79	
	直接人工	1,196,571.86	0.22	1,340,568.07	0.23	-13.72	
	折旧费	215,999.83	0.04	241,512.44	0.04	-10.56	
	其他费用	268,240.09	0.06	193,091.23	0.03	38.92	
	动力	342,282.80	0.07	397,469.66	0.07	-13.88	
	小计	10,995,522.33	2.09	16,367,075.37	2.86	-33.06	
曲酒	材料	5,032,990.52	0.96	5,475,586.35	0.96	-8.08	
	直接人工	1,015,983.95	0.19	917,861.01	0.16	10.69	
	折旧费	168,000.76	0.03	154,092.27	0.03	9.03	
	其他费用	208,632.29	0.04	123,198.07	0.02	69.35	
	动力	268,666.65	0.05	248,625.60	0.04	5.31	
	小计	6,694,242.17	1.28	6,919,363.30	1.21	-3.36	
特曲	材料	69,628,130.40	13.29	77,566,123.48	13.54	-10.23	
	直接人工	10,057,622.51	1.92	10,435,452.95	1.82	-3.62	
	折旧费	1,264,837.40	0.24	1,365,848.27	0.24	-7.40	
	其他费用	1,570,742.41	0.30	1,092,007.09	0.19	43.84	
	动力	1,791,282.46	0.34	1,972,267.99	0.34	-9.18	
	小计	84,312,615.17	16.09	92,431,699.89	16.13	-8.78	
大曲	材料	14,151,081.58	2.70	26,914,884.85	4.70	-47.42	
	直接人工	3,844,634.20	0.73	6,655,172.88	1.16	-42.23	
	折旧费	530,706.85	0.10	968,228.24	0.17	-45.19	
	其他费用	669,060.01	0.13	774,112.24	0.14	-14.86	
	动力	793,430.63	0.15	1,461,004.29	0.25	-46.38	
	小计	19,988,913.27	3.81	36,773,403.26	6.42	-45.79	
陶醉	材料	15,728,602.55	3.00	16,895,412.33	2.95	-6.91	
	直接人工	2,354,354.54	0.45	2,708,413.08	0.47	-13.07	
	折旧费	294,314.02	0.06	330,871.09	0.06	-11.05	
	其他费用	369,494.12	0.07	264,534.23	0.05	39.17	
	动力	418,110.96	0.08	443,737.62	0.08	-5.78	
	小计	19,160,876.19	3.66	20,642,968.35	3.60	-7.18	
沱牌	材料	66,335,788.66	12.67	110,904,381.82	19.35	-41.09	
	直接人工	17,044,861.67	3.25	25,936,921.46	4.53	-34.28	
	折旧费	2,232,177.39	0.43	3,409,975.55	0.60	-34.54	
	其他费用	2,772,036.68	0.53	2,726,306.60	0.48	1.68	
	动力	3,201,359.81	0.61	4,844,293.49	0.85	-33.91	
	小计	90,586,224.21	17.29	147,821,868.91	25.80	-38.72	
合计	材料	339,614,386.27	64.83	375,280,668.62	65.49	-9.50	
	直接人工	59,406,256.58	11.34	64,826,938.14	11.31	-8.22	
	折旧费	8,798,146.12	1.68	9,193,391.08	1.60	-4.43	
	其他费用	10,911,103.94	2.08	7,360,193.68	1.28	48.46	
	动力	13,112,263.74	2.50	13,653,782.81	2.38	-3.97	
	合计	431,920,196.15	82.45	470,314,974.33	82.06	-8.16	

(1)主要销售客户及主要供应商情况

√适用 □不适用

前五名客户销售额21,713.18万元,占年度销售总额14.86%;其中前五名客户销售额中关联方销售额0万元,占年度销售总额0 %。

前五名供应商采购额16,519.64万元,占年度采购总额33.45%;其中前五名供应商采购额中关联方采购额4,130.30万元,占年度采购总额8.36%。

1.1.2 费用

单位:元币种:人民币

项目	2016年	2015年	变动幅度(%)	变动原因
销售费用	318,061,116.75	238,458,915.57	33.38	主要是本年加大市场开发投入,实行精细化营销,做深做透重点市场,市场开发费增加,以及因销售人员增加,相应的工资、差旅费等增加所致
管理费用	221,002,900.93	167,156,263.67	32.21	主要是本年计提五险一金等工资性费用增加,以及因部分固定资产修理费用增加所致
财务费用	20,965,398.56	35,310,238.75	-40.63	主要是本年贴现利息减少及上年支付了理财产品利息所致
资产减值损失	22,321,876.38	147,864.05	14,996.22	主要是本年按照公司会计政策计提的坏账及计提部分长期应收资产减值准备所致
公允价值变动收益	-239,999.32	40,426.02	-693.68	主要是本年投资性房地产年末市场公允价值变化所致
投资收益	-8,996,290.41	14,928,681.39	-160.26	主要是本年参股公司—四川天马玻璃有限公司利润减少所致
营业外支出	3,623,951.46	612,870.89	474.99	主要是本年处理固定资产报废损失增加所致
所得税费用	103,611,248.23	28,624,774.26	303.96	主要是本年销售增加,利润增长,当期所得税费用增加所致
净利润	80,198,959.12	7,128,122.67	1,025.11	主要是本年公司产品结构优化,毛利率增加,以及销售收入增长所致

1研发投入

研发投入情况表

√适用 □不适用

单位:元

本期费用化研发投入	13,362,957.46
研发投入合计	13,362,957.46
研发投入总额占营业收入比例(%)	0.91
公司研发人员的数量	40
研发人员数量占公司总人数的比例(%)	1.10

情况说明

√适用 □不适用

公司研发项目主要是下属子公司四川太平洋药业有限责任公司开展的包括相关输液产品和包装技术方面的研发,研发有利于提高产品的质量安全可靠性,丰富产品种类,增加产品的销量。

2 现金流

√适用 □不适用

单位:元币种:人民币

项目	2016年末金额	2015年末金额	增减变动(%)	变动原因
收到其他与经营活动有关的现金	35,509,060.15	15,067,731.66	135.66	主要是本年收到保证金增加所致
支付给职工以及为职工支付的现金	346079.224185	230,865,218.14	49.91	主要是本年支付五险一金等费用增加所致
支付的各项税费	287,082,520.85	247,323,223.79	16.08	主要是本年销售增长收到的销售税及增税增加所致
经营活动产生的现金流量净额	230,288,978.80	120,813,641.68	90.62	主要是本年销售增长收到的现金增加所致
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	3,066,300.00			主要是本年处置部分使用时间较长的车辆收到的现金所致
收到其他与投资活动有关的现金	2,616,896.53	3,887,596.53	-32.69	主要是本年收到存款利息减少所致
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	44,508,999.85	34,063,731.01	30.59	主要是本年支付罐群扩建、自动化罐装车间项目等工程款项增加所致
投资活动产生的现金流量净额	-38,825,804.32	-30,196,135.48	-28.58	主要是本年支付的工程项目款项增加所致
支付其他与筹资活动有关的现金		199,680,000.00		主要是上年归还了理财产品款项所致
筹资活动产生的现金流量净额	41,857,363.74	-68,425,927.58	161.17	主要是上年归还了理财产品款项所致

3 资产、负债情况分析

√适用 □不适用

3.1 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
货币资金	541,267,646.87	13.65	307,947,108.56	8.19	75.77	主要是本年销售情况好转,销售商品收到的现金较上年增加所致
应收票据	57,378,046.50	1.45	122,129,332.15	3.25	-53.02	主要是本年票据到期托收所致
其他应收款	34,065,513.50	0.86	13,255,036.87	0.35	157.00	主要是本年按照最终书计提应收四川天马玻璃有限公司租赁费增加所致
工程物资	14,426,989.69	0.36	4,951,105.92	0.13	191.39	主要是本年加大砂石等工程物资储存所致
递延所得税资产	15,307,076.44	0.39	11,281,241.21	0.30	35.69	主要是本年计提的坏账准备、存货跌价准备及资产减值准备增加,以致相应计提的递延所得税资产增加
应付票据	138,800,000.00	3.50	70,800,000.00	1.88	96.05	主要是本年签发银行承兑汇票增加所致
预收款项	198,114,048.08	5.00	327,668,153.56	8.71	-39.54	主要是本年预收客户货款开票结算所致
应付职工薪酬	58,136,022.13	1.47	116,398,049.94	3.09	-50.06	主要是本年支付职工薪酬保险费等较大所致
应交税费	53,829,165.08	1.36	-65,682,358.91	-1.75	181.96	主要是本年应缴企业所得税、消费税增加所致
其他应付款	181,093,694.93	4.57	92,317,118.85	2.45	96.16	主要是本年加大市场开发投入,实行精细化营销,做深做透重点市场,应付的市场开发费增加,以及收取的客户违约保证金增加所致

3.2 截至报告期末主要资产受限情况

√适用 □不适用

单位:元币种:人民币

项目	年末账面价值	受限原因
货币资金	106,015,812.33	保证金
投资性房地产	58,227,800.00	作为借款的抵押物
无形资产	67,771,787.93	作为借款的抵押物
固定资产	187,468,530.54	作为借款的抵押物

4 酒制造行业经营性信息分析

5.1 行业基本情况

√适用 □不适用

2016年1-12月,全国规模以上白酒企业完成酿酒总产量为1358.36万千升,同比增长3.23%。其中,四川省白酒生产量402.67万千升,增长8.65%,产量位居全国第1位。(数据来源:糖酒快讯网)。

5.2 产能状况

现有产能

√适用 □不适用

主要工厂名称	设计产能(千升)	实际产能(千升)
总部生产	43,000	25,796.13
遂宁分公司	3,000	2,577.58

在建产能

√适用 □不适用

产能计算标准

□适用 √不适用

根据公司车间现有的固定资产配备情况以及设备性能、工作时间测算成品酒产量。

5.3 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)
2,668.10	128,980.87

5.4 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)	销量(千升)	同比(%)	产销率(%)	销售收入	同比(%)	主要代表品牌
中高档	9,682.15	20.05	9,611.45	14.82	99,27	105,086.51	45.20	舍得、曲酒系列
低档	18,691.56	-19.28	17,242.47	-28.72	92.25	18,565.02	-21.81	大曲系列

产品档次划分标准

√适用 □不适用

按产品的价位段划分产品档次。

产品结构变化情况及经营策略

□适用 √不适用

5.5 原料采购情况

√适用 □不适用

(1). 采购模式

√适用 □不适用

公司主要采取市场采购模式。围绕公司年度生产经营目标与全年物资采购计划,以“维稳定、抓供给、降成本、控库存、消积压、保安全”为主线,坚持实施公开对外招标。

(2). 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	12,485.43	17,879.65	25.26
包装材料	28,407.79	31,191.84	57.48
能源	529.62	433.29	1.07

5.6 销售情况

(1). 销售模式

√适用 □不适用

公司产品销售采用经销商代理为主,电商和团购等直销渠道相结合的模式,根据公司营销战略,实行分产品、分区域管理,面向全国各地市场拓展。通过扁平客户布局,拆分以批发业务为主的省市平台商,扁平到以终端运作为主的县区经销商,提高客户对终端的服务水平。

(2). 销售情况

√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)	266.93	222.08	37.78	44.33
批发代理	123,384.60	95,896.30	26,816.14	32,516.96
合计	123,651.53	96,118.38	26,853.92	32,561.29

(3). 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(%)
京津冀销售区	19,843.90	15,909.79	16.04	1,848.87	1,372.78	6.89
川渝销售区	14,988.96	14,569.97	12.12	3,674.82	5,403.77	13.68
东北销售区	12,720.27	7,387.09	10.29	784.08	674.15	2.92
成都销售区	11,778.63	3,831.11	9.53	2,456.25	2,081.50	9.15
山东销售区	11,895.02	11,026.73	9.62	2,478.12	2,889.50	9.23
河南销售区	11,291.02	6,827.49	9.13	1,273.34	953.15	4.74
西北销售区	10,471.16	11,264.44	8.47	2,690.30	3,202.84	10.02
公司直销	8,382.77	4,411.92	6.78	4,997.72	6,561.64	18.61
华东销售区	8,352.58	9,964.43	6.75	3,263.54	6,873.33	12.15
郑州销售区	6,119.36	4,605.10	4.95	421.82	362.73	1.57
华中销售区	5,201.53	4,418.66	4.21	2,235.06	1,591.92	8.32
华南销售区	2,303.93	1,679.57	1.86	690.87	549.65	2.57
线上销售	266.93	222.08	0.22	37.78	44.33	0.14
加拿大	35.50		0.03	1.35		0.01
合计	123,651.53	96,118.38	100.00	26,853.92	32,561.29	100.00

区域划分标准

√适用 □不适用

按行政区划与市场规模划分销售区。

(4). 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
成都销售区	57	31	
川渝销售区	149	19	
东北销售区	112	48	
河南销售区	81	21	
华东销售区	121	24	
华南销售区	61	21	
华中销售区	130	42	
京津冀销售区	77	26	
山东销售区	77	19	
西北销售区	125	26	
郑州销售区	19	5	

经销商管理情况

√适用 □不适用

公司