公司代码:600559 公司简称:老白干酒

河北衡水老白干酒业股份有限公司

【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 利安达会计师事务所(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

经利安达会计师事务所(特殊普通合伙)审计,2016年度公司共实现净利润110,843,259.72元,加上年初未分配的利润342,196,056.48元, 减去分配的2015年度现金股利52,567,220.7元及提取法定盈余公积金2,611,344.68元后,年末可供股东分配的利润共计397,860,750.82元。为兼顾股东的投资回报和公司的长远发展,公司董事会拟定的2016年度利润分配预案为:以2016年12月31日总股本438,060,173股为基数向全体股东每10股派现金1.5元(含税),共计分配现金股利65,709,025.95元,剩余332,151,724.87元结转至下年度。此预案尚需提交2016年年度股东大会审议。

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	老白干酒	600559	裕丰股份

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	刘勇	刘宝石
办公地址	河北省衡水市工业新区振华新路酒都大厦	河北省衡水市工业新区振华新路酒都大厦
电话	0318-2122755	0318-2122755
电子信箱	hslbg@hengshuilaobaiganet	lbgzqb600559@126.com

2报告期公司主要业务简介

1、报告期内公司所从事的主要业务、主要产品及其用途、经营模式、主要的业绩驱动因素。

报告期内,公司主要从事衡水老白干酒的生产与销售,主要产品为衡水老白干系列酒、十八酒坊系列酒。

公司采用“研发+生产+销售”的经营模式,根据市场的需求,研发、生产消费者喜爱的白酒产品,并不断丰富公司的产品结构,采取差异化的市场销售策略,主要销售模式为经销商模式,公司以经销商销售为主,直销模式较少。经销商模式下,营销公司根据相关销售区域经销商的经济实力、仓储条件、配送能力以及市场信誉度,择优选择经销商并与之达成经销协议,由其在一定区域内经销相关白酒产品。通过大力实施品牌发展战略,加大衡水老白干酒的品牌宣传力度,精心打造衡水老白干酒的品牌形象,强化品牌运作,不断提升“衡水”老白干酒的知名度和美誉度,在满足市场需求的同时不断的提升公司价值。

2、报告期内公司所属行业的发展阶段、周期性特点以及公司所处的行业地位。

白酒在我国有着悠久的历史,是世界主要蒸馏酒品种之一,酿酒一直以来都是我国重要的行业之一,根据中国证监会《2016年4季度上市公司行业分类结果》,本公司归属“C15 酒、饮料和精制茶制造业”。白酒行业属于充分竞争的行业,市场集中度相对较低,目前尚无一家白酒生产企业在全国市场占据绝对市场份额,白酒行业的消费区域特征也比较明显,白酒消费越来越呈现出理性消费、品质消费的趋势。

白酒行业的周期性特点:(1)生产的周期性:白酒的生产从投料到成品对外销售,主要经历制曲、酿造(发酵、蒸馏)、陈化老熟、勾调和包装等工艺,生产周期较长。经过蒸馏出的原酒必须经过贮藏陈化老熟才能勾调成品酒,相对而言,贮藏时间越长其品质也越高。(2)消费的周期性:从消费的角度而言,白酒属于快速消费品,作为日常饮料具有消费高频次和重复消耗的特点;但其作为非必需消费品,整体受宏观经济波动影响较大,没有明显的周期性。但白酒消费具有较为明显的“节日效应”,节日期间,由于各种社会活动频繁,亲朋好友相聚等因素,使得居民消费白酒量大大增加,白酒消费集中释放并出现高峰。(3)从销售的角度看,白酒生产企业在节日前一般会加大出货量,以保证节日期间的白酒销售,而在节后出货量则有所减少。总体而言,白酒的销售具有节日前升温,节日后回落的“节日效应”。

公司是国内白酒生产骨干企业和老白干香型中生产规模最大的企业,在华北地区具有较高的知名度、美誉度和市场占有率,生产规模和销售收入在河北省白酒行业内处于领先地位。

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	2014年	
		调整后	调整前	增减(%)	调整后	调整前
总资产	3,204,310,895.37	2,802,502,280.62	2,802,502,280.62	14.34	2,243,512,864.43	2,243,512,864.43
营业收入	2,438,332,546.52	2,335,805,290.45	2,335,805,290.45	4.39	2,109,156,606.01	2,109,156,606.01
归属于上市公司股东的净利润	110,843,259.72	75,041,933.89	75,041,933.89	47.71	59,137,573.82	59,137,573.82
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	96,550,177.83	60,141,707.11	60,141,707.11	60.54	40,544,572.28	40,544,572.28
归属于上市公司股东的净资产	1,607,223,606.47	1,542,804,214.72	1,542,804,214.72	4.18	667,406,304.92	667,406,304.92
经营活动产生的现金流量净额	797,119,797.04	335,746,542.54	335,746,542.54	137.42	8,913,018.61	8,913,018.61
基本每股收益(元/股)	0.25	0.21	0.54	19.05	0.17	0.42
稀释每股收益(元/股)	0.25	0.21	0.54	19.05	0.17	0.42
加权平均净资产收益率(%)	7.05	10.83	10.83	减少3.78个百分点	9.16	9.16

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	677,029,820.61	365,907,626.87	612,775,799.16	782,628,299.88
归属于上市公司股东的净利润	30,541,409.56	-5,858,302.66	58,388,364.17	27,771,788.65
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	25,227,896.74	-12,251,903.09	55,820,456.95	27,753,727.23
经营活动产生的现金流量净额	-223,141,454.84	49,710,968.77	663,104,711.49	307,445,571.62

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

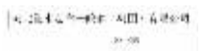
截止报告期末普通股股东总数(户)	33,504
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数(户)	33,607

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	
河北衡水老白干酿酒(集团)有限公司	75,822,208	126,370,347	28.85	0	质押	12,500,000	国有法人
北京航天产业投资基金(有限合伙)	13,124,199	21,873,665	4.99	21,873,665	无		其他
北京泰宇德鸿投资中心(有限合伙)	13,124,199	21,873,665	4.99	21,873,665	无		其他
香港中央结算有限公司	13,724,329	16,073,983	3.67	0	未知		其他
汇添富基金-工商银行-汇添富-定增盛世添富5:37号资产管理计划	9,455,825	15,759,708	3.60	15,759,708	无		其他
鹏华基金-工商银行-鹏华基金增发精选1号资产管理计划	8,962,867	14,938,112	3.41	14,938,112	无		其他
河北衡水老白干酒业股份有限公司-第一期员工持股计划	8,169,014	13,615,023	3.11	13,615,023	无		其他
衡水京安集团有限公司	5,550,000	9,250,000	2.11	0	无		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	8,026,313	8,026,313	1.83	0	未知		其他
中国人寿保险股份有限公司-传统-普通保险产品-005L-CT001P	5,999,981	5,999,981	1.37	0	未知		其他
上述股东关联关系或一致行动的说明	上述公司前十名股东之间,前十名无限售条件股东之间,河北衡水老白干酿酒(集团)有限公司是本公司第一大股东,衡水京安集团有限公司是本公司发起人股东,河北衡水老白干酒业股份有限公司-第一期员工持股计划是公司员工持股。除此之外,中国人寿保险股份有限公司-传统-普通保险产品-005L-CT001P,中国人寿保险股份有限公司-分红-个人分红-005L-FH002P,中国人寿保险股份有限公司-万能-国寿福同属于中国人寿保险股份有限公司;其他股东之间公司未知其关联关系,也未知其是否存在一致行动人的情况。						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	无						

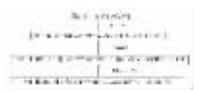
4.2公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√适用□不适用



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□不适用



三经营情况讨论与分析

1报告期内主要经营情况

2016年,面对国内经济下行压力持续加大,更加激烈的白酒市场竞争形势,公司全体员工上下同心协力,积极应对,以提高企业发展质量为核心,以经济效益为中心,以市场为导向,以建设制造一流、营销一流、管理一流、服务一流的酒企为目标,公司对内不断完善公司的法人治理结构,加快现代企业制度建设,深化企业内部改革,加强企业管理,积极调整产品结构,优化产品质量,提高产品内涵,夯实公司基础;对外紧紧抓住做名、做强、做大衡水老白干酒为第一要务,坚持以品牌建设为核心,大力实施品牌发展战略,加大衡水老白干酒的品牌宣传力度,精心打造衡水老白干酒的品牌形象,强化品牌运作,在不断优化产品结构,提高产品内涵的同时,深度聚焦市场,市场向商务消费、婚宴会务、大众消费转型,推动了企业持续、快速发展。

(1)强化企业内部管理,不断提升企业管理水平

2016年,公司深入开展卓越绩效管理模式推广工作,参加部门从各管理中心、后勤科室逐步扩展到下属子公司、车间等公司各部门,充分调动全体员工的工作积极性和创造力,公司管理的科学化、规范化水平有了进一步提高;顺利完成全国质量奖申报工作,并获得了“全国质量奖鼓励奖”。

(2)严格规范原材料采购管理工作,确保采购质量

2016年,公司制定了《供应商管理办法》,起草了《供应商月度质量评价方案》。执行供应商准入制度,不断优化供方体系,规范供应商管理,提高供货质量,降低采购成本。公司对大宗原材料高粱、原煤、稻皮、包装材料全部实行招标采购,大大节约了采购费用,降低了采购成本。

(3)深入开展技术研究,不断进行技术创新。

2016年,公司在对原辅材料、制曲、酿酒工艺等方面进行系统研究的基础上,积极与科研院校进行合作,参加了国家重点研发计划项目---“传统酿造食品制造关键技术研究与装备开发”,通过参与该项目的研究,对我公司的技术进步起到重要的推动作用。同时开展了多个科研项目合作,开展了健康白酒等新品的研发工作,积极培育公司新的利润增长点。

(4)创新营销策略,不断提升衡水老白干酒的市场竞争力。

2016年,公司实施聚焦战略,在优化原有营销渠道基础上,努力拓展市场渠道,拓宽营销思路。把资源和力量向消费者集中,通过会销、婚宴、地推等多种形式,增强消费者与衡水老白干品牌之间的互动联系。在夯实重点市场的同时、加速渠道下沉,深化核心区域市场建设,促进了衡水老白干酒市场竞争力的不断提升

2016年度, 公司全年共实现主营业务收入2,438,332,546.52元, 比2015年增长4.39%; 营业利润168,568,583.76元,比2015年降低1.62%;净利润110,843,259.72元,比2015年增长47.71%,主要原因为所得税费用减少所致。

(一)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	2,438,332,546.52	2,335,805,290.45	4.39
营业成本	994,015,802.52	1,005,688,049.08	-1.16
销售费用	755,765,138.16	686,759,711.29	10.05
管理费用	147,840,779.27	132,081,404.77	11.93
财务费用	3,396,369.36	24,835,683.76	-86.36
经营活动产生的现金流量净额	797,119,797.04	335,746,542.54	137.42
投资活动产生的现金流量净额	-13,643,928.71	-310,381,655.83	95.60
筹资活动产生的现金流量净额	-220,611,177.72	395,541,603.04	-155.77
研发支出	6,098,080.68	4,570,350.49	33.43

1.收入和成本分析

√适用 □不适用

本年财务费用本期较上期下降86.36%,主要原因为公司偿还银行借款,利息支出减少所致。

(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(%)
酿酒业	2,065,647,165.38	895,184,218.17	56.66	4.34	4.09	增加0.10个百分点
服务业	352,427,502.14	87,070,836.15	75.29	11.71	-19.37	增加19.52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(%)
衡水老白干系列	1,305,575,977.07	669,528,958.90	48.72	5.46	9.81	减少2.03个百分点
十八酒坊	760,071,188.31	225,655,259.27	70.31	2.42	-9.84	增加4.04个百分点
品牌服务	352,427,502.14	87,070,836.15	75.29	11.71	-19.37	增加19.52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(%)
省内	1,729,407,002.21	693,276,846.99	59.91	23.06	6.53	增加4.74个百分点
省外	688,667,665.31	288,978,207.33	58.04	-23.71	-11.40	增加25.7个百分点

主营业务分行业、分产品、分地区情况的说明

√适用 □不适用

2016年公司主营业务收入主要来自于白酒, 主要产品为衡水老白干酒、十八酒坊系列酒,白酒营业收入占主营业务总收入的84.72%。

按区域分类,公司的主营业务销售主要在河北省内市场,在河北省内市场的销售收入占公司主营业务总收入的70.93%。

(2).产销量情况分析表

主要产品	生产量	销售量	库存量	生产量比上年增减(%)	销售量比上年增减(%)	库存量比上年增减(%)
衡水老白干系列	34,325.36千升	45,296.29千升	22,966.14千升	-6.17	22.60	-31.37
十八酒坊系列	5,682.39千升	13,025千升	4,616.78千升	-3.58	86.81	-16.27

产销量情况说明

衡水老白干系列酒销售量比上年同期增长22.06%,库存量比上年降低了31.37%,十八酒坊系列酒销售量比上年同期增长了86.81%, 库存量比去年同期下降了16.27, 主要原因为公司加大了白酒的动销力度,加速库存商品周转,降低资金占用和成本所致。

(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
白酒	材料成本	689,277,549.07	69.34	656,407,007.79	65.27	5.01	
	人工工资	124,440,231.14	12.52	114,865,444.68	11.42	8.34	
	动力成本	22,366,197.65	2.25	19,291,417.94	1.92	15.94	
	折旧费	21,222,304.04	2.14	24,843,936.96	2.47	-14.58	
	其他费用	37,877,936.27	3.81	44,585,768.26	4.43	-15.04	
品牌服务	直接服务成本	84,893,472.15	8.54	106,356,867.83	10.58	-0.99	
	人工工资	2,177,364.00	0.22	1,635,584.50	0.16	0.99	
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
衡水老白干	材料成本	539,171,670.61	54.24	492,306,255.84	48.95	9.52	
	人工工资	80,008,710.59	8.05	67,004,842.73	6.66	19.41	
	动力成本	11,850,662.57	1.19	11,023,667.39	1.10	7.50	
	折旧费	13,256,673.39	1.33	13,377,504.52	1.33	-0.90	
	其他费用	25,241,241.75	2.54	26,008,364.82	2.59	-2.95	
十八酒坊	材料成本	150,105,878.46	15.10	164,101,751.95	16.32	-8.53	
	人工工资	44,431,520.55	4.47	47,860,601.95	4.76	-7.16	
	动力成本	10,515,535.08	1.06	8,267,750.55	0.82	27.19	
	折旧费	7,965,630.65	0.80	11,466,432.44	1.14	-30.53	
	其他费用	12,636,694.52	1.27	18,577,403.44	1.85	-31.98	

成本分析其他情况说明

□适用 √不适用

(4).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64,388.28万元,占年度销售总额26.56%;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14,294.84万元,占年度采购总额25.06%;其中前五名供应商采购额中关联方采购额0万元,占年度采购总额0%。

2.费用

√适用 □不适用

项目	2016年	2015年	变动比例(%)	变动原因
财务费用	3,396,369.36	24,835,683.76	-86.36	主要原因为公司偿还银行借款,利息支出减少所致。
资产减值损失	1,494,236.78	-3,358,622.83	144.49	主要原因为其他应收款增加,计提减值损失增加所致。
投资收益	1,329,439.57	-504,102.44	363.72	投资收益增加主要原因是理财投资收益增加所致。
对联营企业和合营企业的投资收益	-2,490,693.25	-672,732.57	270.24	主要原因为处置河北白小乐酒类销售有限公司股权投资损失所致
非流动资产处置损失	3,650,485.89	593,271.24	515.31	主要原因为处置生物技术工程分公司资产损失所致。
所得税费用	73,992,856.18	111,392,985.14	-33.57	主要原因为与去年相比,纳税调整事项减少所致。

3.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	6,098,080.68
本期资本化研发投入	0
研发投入合计	6,098,080.68
研发投入总额占营业收入比例(%)	0.25
公司研发人员的数量	62
研发人员数量占公司总人数的比例(%)	2.31
研发投入资本化的比重(%)	0

情况说明

√适用 □不适用

根据公司科技发展战略和年度规划,本年度围绕食品安全、基础研究、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,达到以创新促发展的目的。

4.现金流

√适用 □不适用

项目	本期金额	上期金额	变动比例(%)	变动原因
经营活动产生的现金流量净额	797,119,797.04	335,746,542.54	137.42	主要原因是公司实施积极的销售政策,预收款项增加所致。
收回投资收到的现金	635,084,767.12	100,000,000.00	535.08	主要原因是收回委托理财投资所致。
取得投资收益收到的现金	3,735,365.70	168,630.13	2115.12	主要原因是取得委托理财投资收益增加所致。
投资支付的现金	603,000,000.00	350,000,000.00	72.29	主要原因是委托理财投资增加所致。
投资活动产生的现金流量净额	-13,643,928.71	-310,381,655.83	-95.60	主要原因是由于收回到期的委托理财产品所致。
取得借款收到的现金	81,000,000.00	534,000,000.00	-84.83	主要原因是银行借款减少所致。
偿还债务支付的现金	245,000,000.00	910,000,000.00	-73.08	主要原因是偿还银行借款减少所致。
筹资活动产生的现金流量净额	-220,611,177.72	395,541,603.04	-155.77	主要原因是由于公司偿还银行借款所致。

(二)非主营业务导致利润重大变化的说明

□适用 √不适用

(三)资产、负债情况分析

√适用□不适用

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	1,005,277,714.10	31.37	442,413,023.49	15.79	127.23	主要原因为公司白酒预收货款增加所致。
存货	1,126,175,160.93	35.15	1,274,397,113.94	45.47	-11.62	主要原因为白酒销量增加导致库存商品减少所致。
预收款项	841,153,387.79	26.25	446,538,796.98	15.93	88.37	主要原因为公司加大促销力度,客户春节前订货增加所致。
其他应付款	431,149,334.18	13.46	290,475,986.80	10.36	48.43	主要原因为公司收取的保证金及未付的广告费增加所致。
实收资本	438,060,173.00	13.67	175,224,069.00	6.25	150.00	主要原因为公司以资本公积转增股本所致

2.截至报告期末主要资产受限情况

√适用□不适用

3.其他说明

√适用□不适用

(四)行业经营性信息分析

酒制造行业经营性信息分析

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1358.36万千升,同比增长3.23%;从效益上来看,去年纳入到国家统计局范畴的规模以上白酒企业1578家,累计完成销售收入6125.74亿元,与上年同期相比增长10.07%;累计实现利润总额797.15亿元,与上年同期相比增长9.24%;亏损企业累计亏损额10.54亿元,比上年同期下降15.92%。

白酒产量位居前三位的分别是:四川省白酒年产量402.67万千升,增长8.65%,位居全国第1位;河南省白酒产量117.50万千升,增长3.65%,位居全国第2位;山东省白酒年产量112.64万千升,下降0.72%,位居全国第3位。(数据来源:糖酒快讯http://www.tjkx.com/)

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
河北衡水老白干酒业股份有限公司	40000千升	40000千升

在建产能

√适用□不适用

产能计算标准

√适用□不适用

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)
27,582.92	38,222.77

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
低档酒	33,850.42	-8.01	51,089.86	34.89	150.93	96,663.61	7.23	55度衡水老白干酒
中档酒	4,460.53	1.38	4,799.01	16.35	107.59	50,773.49	1.92	十八酒坊(王牌)
高档酒	1,696.8	9.47	2,431.42	29.20	143.29	59,137.62	2.21	衡水老白干(39度二十年古法年份酒)

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:40元以下(含40元)为低档产品,40元---100元(含100元)为中档产品,100元以上为高档产品。

产品结构变化情况及经营策略

报告期内,根据公司聚焦河北省内市场的销售战略,采用“会销、婚宴、团购、地推”四位一体的营销策略。在不断的调整、梳理产品结构,优化产品质量的同时,聚焦大单品,以市场营销为突破口,加大动销力度,增强客户体验,让消费者及经销商现场体验衡水老白干酒,协助经销商更好地建立及维护与分销商、消费者的关系,利用公司的品牌优势,进一步拓展市场,提高产品的市场占有率。

5原料采购情况

(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, 对原材料高粱、原煤、稻皮、包装材料等物资全部实行招标采购,对少量不能招标采购的,实行议标采购。

(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	13,933.42	12,444.13	24.43
包装材料	41,290.98	43,768.96	72.39
能源	1,276.081	813.0567	2.24

6销售情况

(1).销售模式

√适用□不适用

公司主要销售模式为经销商模式,直销模式较少。经销商模式下,营销公司根据相关销售区域经销商的经济实力、仓储条件、配送能力以及市场信誉度,择优选择经销商并与之达成经销协议,由其在一定区域内经销相关白酒产品。

(2).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)	1,897.85	758.73	303.24	102.16
批发代理	204,666.87	197,207.70	58,017.05	43,815.87

(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(%)
省内	146,681.60	118,780.15	71.01	40,503.44	26,188.32	69.45
省外	57,985.27	78,427.55	28.08	17,513.61	17,627.55	30.03
线上销售?	1,897.85	758.7347	0.91	303.24	102.16	0.52

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
省内	795	114	0
省外	880	123	0

情况说明

√适用□不适用

经销商管理情况

√适用□不适用

(5).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

(1).按不同类型披露公司主营业务构成

√适用□不适用

单位: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	966,536,067.33	7.05	639,548,144.87	9.13	33.83	-1.26
中档	507,734,859.35	1.92	147,096,878.56	-8.37	71.03	3.26
高档	591,376,238.70	2.21	108,539,194.74	-4.29	81.65	1.25
小计	2,065,647,165.38	-	895,184,218.17	-	-	-
按销售渠道						
线上销售?	18,978,454.06	150.13	13,099,982.67	4.25	30.97	-0.10
线下销售?	2,046,668,711.32	3.86	882,084,235.50	1.25	56.90	0.24
小计	2,065,647,165.38	-	895,184,218.17	-	-	-
按地区分部						
省内	1,466,816,052.14	23.49	630,657,281.70	24.74	57.01	-0.75
省外	579,852,659.18	-26.07	251,426,953.80	-28.00	56.64	2.10
线上销售	18,978,454.06	150.13	13,099,982.67	151.43	30.97	-1.13
小计	2,065,647,165.38	-	895,184,218.17	-	--	-

情况说明

□适用 √不适用

(2).成本情况

√适用 □不适用

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	68,929.18	65,640.70	77.00	5.01
人工成本	12,443.06	11,486.54	13.90	8.33
制造费用	4,364.05	4,413.54	4.88	-1.12
其他	3,782.13	4,458.58	4.22	-15.17
合计	89,518.42	85,999.36	100.00	-

情况说明

√适用 □不适用

8销售费用情况

√适用 □不适用

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	47,751.70	43,806.09	19.58	9.01
促销费	4,123.72	1,463.43	1.69	181.78
装卸运输费	1,693.15	1,369.03	0.69	23.67
职工薪酬	12,978.64	14,087.10	5.32	-7.87
差旅费?	2,709.56	2,413.05	1.11	12.29
日常办公费	167.18	221.95	0.07	-24.67
会议费	3,153.94	2,985.23	1.29	5.65
招待费?	253.32	151.08	0.10	67.67
折旧费?	710.56	731.97	0.29	-2.93
其他费用	2,034.74	1,447.04	0.83	40.61
合计	75,576.51	68,675.97	31.00	-

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	20,427.16	42.81
地区性广告费用	27,324.55	57.19
合计	47,751.70	100.00

情况说明

√适用 □不适用

报告期内,促销费用同比增长181.78%,主要原因为公司积极开展动销活动,加大促销力度,增强客户体验,协助经销商更好地建立及维护与分销商、消费者的关系,促销费用增长所致。

9其他情况

□适用√不适用

(一)投资状况分析

1、对外股权投资总体分析

□适用√不适用

(1)重大的股权投资

□适用√不适用

(2)重大的非股权投资

□适用√不适用

(3)以公允价值计量的金融资产

□适用√不适用

(六)重大资产和股权出售

□适用√不适用

(七)主要控股参股公司分析

√适用□不适用

单位:万元 币种:人民币

单位名称	注册资本	拥有股权比例(%)	主营业务	总资产	净资产	营业收入	营业利润	净利润
衡水老白干营销有限公司	500	100	白酒的批发与零售	163,429.86	31,939.05	206,538.02	17,199.83	10,549.53
衡水老白干品牌管理有限公司	2000	100	品牌管理服务、品牌策划服务、品牌设计服务、市场营销策划服务、平面设计服务、展示空间设计服务、企业管理咨询服务、经济信息咨询服务	2,251.54	-3,737.21	35,242.75	-2,293.47	-2,293.30
河北中衡云商电子商务股份有限公司	1500	43	销售酒、饮料、食品;广告设计、制作、发布	0	770	770	770	770
天津柔顺衡水老白干酒水销售有限公司	500	40	白酒销售业务	451.04	447.58	28.50	-25.99	-15.96
河北白小乐酒类销售有限公司	500	48	白酒销售业务	770	0	39.71	-296.79	-296.76
衡水联兴供热有限公司	10000	25	供热及供冷设施的建设、运营及冷、热产品的销售	9,715.56	9,686.97	770	-175.97	-94.74
河南营酒中原商贸有限公司	1000	20	预包装食品批发兼零售	7775.46	679.56	7141.15	-198.42	-79.93

(八)公司控制的结构化主体情况

□适用√不适用

一公司关于公司未来发展的讨论与分析

(一)行业格局和趋势

□适用√不适用

从行业发展趋势来看,2016年中国白酒行业销售收入达6125.74亿,同比增长10%以上;全国规模以上白酒企业完成酿酒总产量1358.36万千升,同比增长3%以上。在经历了近三年的深度调整后,2016年出现了回暖迹象,从整体上看,一线白酒企业延续增长态势,二三线白酒企业分化较为明显,白酒呈现出向主流品牌、主力产品集中消费的趋势,行业发展呈现以下特点:一是白酒行业竞争激烈,白酒品牌的分化日益呈现马太效应,区域白酒发展良好,都在聚焦市场,狠抓大单品、狠抓营销、狠抓根据地市场建设,白酒呈现了向名优酒集中的消费趋势。二是流行控量提价。受茅台、五粮液、洋河为代表的一线白酒企业提价的影响,二、三线品牌等区域酒都在根据市场情况采取相应措施,在保证终端价的稳定和做好终端服务的基础进行部分产品的提价。三是次高端价位白酒发展迅猛。社会消费升级后,变相地提升了居民购买力,带动了个人消费的增长,次高端白酒回暖,高端酒继续寻求量价平衡。四是以消费者为中心开展活动。众多白酒企业都在围绕消费者作调整,集中提升白酒品牌的客群基础。

(二)公司发展战略

□适用√不适用

公司作为白酒行业老白干香型酒的代表,以酿造超凡品质,打造卓越品牌为企业