

公司代码：600809

公司简称：山西汾酒

山西杏花村汾酒厂股份有限公司

2015 年年度报告摘要

一 重要提示

1.1 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网站上仔细阅读年度报告全文。

1.2 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。

1.3 未出席董事情况

未出席董事职务	未出席董事姓名	未出席董事的原因说明	被委托人姓名
独立董事	杜文广	因公出差	王建中

1.4 立信会计师事务所（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。

1.5 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	山西汾酒	600809	

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	王涛	王普向
电话	0358-7329321	0358-7329321
传真	0358-7220394	0358-7220394
电子信箱	Wang.tao@fenjiu.com.cn	wpx@fenjiu.com.cn

1.6 经董事会审议通过的报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

拟以 2015 年末公司总股本 865,848,266 股为基数，每 10 股派发现金红利 3.2 元（含税），共计派发现金红利 277,071,445.12 元。公司 2015 年度不进行资本公积金转增股本。

二 报告期主要业务或产品简介

公司经营范围：汾酒、竹叶青及其系列酒的生产、销售；酒类高新技术及产品研究、开发、生产、应用；投资办企业及相关咨询服务。

经营模式：公司属于传统食品饮料制造业，主要遵循研-产-供-销一体化发展模式。根据市场需求研发新酒体并制定采购计划和生产计划，原粮实现 100%基地供应，按照制曲、酿酒、勾储、成装过程实施生产计划，最后完成产品市场销售并反馈需求。

行业情况说明详见公司年度报告中“公司关于公司未来发展的讨论与分析”章节中行业竞争格局和发展趋势。

三 会计数据和财务指标摘要

单位：元 币种：人民币

	2015年	2014年	本年比上年 增减(%)	2013年
总资产	6,706,626,658.02	5,786,101,809.64	15.91	5,816,694,598.12
营业收入	4,128,558,454.69	3,916,067,368.51	5.43	6,087,199,948.02
归属于上市公司股东的净利润	520,602,935.56	355,758,196.70	46.34	960,424,806.93
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	519,068,032.75	364,877,731.24	42.26	967,409,835.43
归属于上市公司股东的净资产	4,424,730,318.83	3,891,860,999.45	13.69	3,828,853,355.04
经营活动产生的现金流量净额	427,832,561.62	416,261,349.57	2.78	-305,927,704.02
期末总股本	865,848,266.00	865,848,266.00	0.00	865,848,266.00
基本每股收益（元/股）	0.6013	0.4109	46.34	1.1092
稀释每股收益（元/股）	0.6013	0.4109	46.34	1.1092
加权平均净资产收益率（%）	12.52	9.28	增加3.24个百分点	25.62

四 2015 年分季度的主要财务指标

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	1,435,576,590.33	810,213,844.59	829,789,693.94	1,052,978,325.83
归属于上市公司股东的净利润	215,322,936.62	64,099,963.00	85,843,279.76	155,336,756.18
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	214,851,773.93	63,142,610.76	85,460,165.01	155,613,483.05
经营活动产生的现金流量净额	68,167,630.74	214,105,230.22	152,182,210.81	-6,622,510.15

五 股本及股东情况

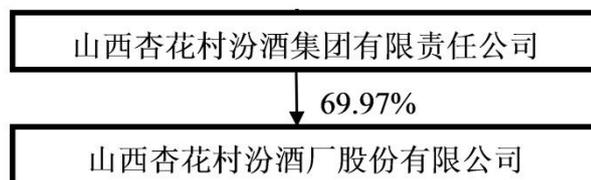
5.1 普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位：股

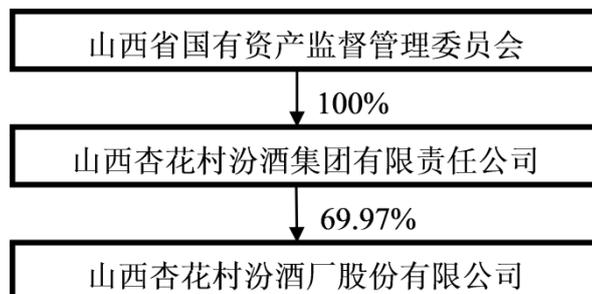
截止报告期末普通股股东总数（户）	36,701					
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）	31,754					
前 10 名股东持股情况						
股东名称 （全称）	期末持股数量	比例（%）	持有有限 售条件的 股份数量	质押或冻结情况		股东 性质
				股份 状态	数量	
山西杏花村汾酒集团有限责任公司	605,868,472	69.97	0	无	0	国有法人
中国证券金融股份有限公司	25,891,310	2.99	0	无	0	未知
光大证券股份有限公司	25,506,053	2.95	0	无	0	未知
中央汇金资产管理有限责任公司	8,081,700	0.93	0	无	0	未知
山西杏花村国际贸易公司	5,893,970	0.68	0	无	0	国有法人
中国建设银行－银华富裕主题股票型证券投资基金	4,432,915	0.51	0	无	0	未知
国都证券股份有限公司	4,276,813	0.49	0	无	0	未知
中国农业银行股份有限公司－汇添富逆向投资混合型证券投资基金	2,699,980	0.31	0	无	0	未知
交通银行－易方达 50 指数证券投资基金	2,100,000	0.24	0	无	0	未知
博时基金－农业银行－博时中证金融资产管理计划	1,782,400	0.21	0	无	0	未知
工银瑞信基金－农业银行－工银瑞信中证金融资产管理计划	1,782,400	0.21	0	无	0	未知
易方达基金－农业银行－易方达中证金融资产管理计划	1,782,400	0.21	0	无	0	未知

大成基金—农业银行—大成中证金融资产管理计划	1,782,400	0.21	0	无	0	未知
华夏基金—农业银行—华夏中证金融资产管理计划	1,782,400	0.21	0	无	0	未知
广发基金—农业银行—广发中证金融资产管理计划	1,782,400	0.21	0	无	0	未知
南方基金—农业银行—南方中证金融资产管理计划	1,782,400	0.21	0	无	0	未知
中欧基金—农业银行—中欧中证金融资产管理计划	1,782,400	0.21	0	无	0	未知
嘉实基金—农业银行—嘉实中证金融资产管理计划	1,782,400	0.21	0	无	0	未知
上述股东关联关系或一致行动的说明	汾酒集团有限责任公司系代表国家持有股份的单位，山西杏花村国际贸易公司系汾酒集团有限责任公司子公司，未知其他股东之间的关联关系，也未知是否属于《上市公司持股信息披露管理办法》中规定的一致行动人。					

5.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图



公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图



六 管理层讨论与分析

一、管理层讨论与分析

2015 年度，在世界经济复苏乏力的情况下，中国经济调整压力依然较大，国民经济运行在合理可控区间内。从行业角度看，白酒行业出现弱复苏迹象，销量总体向好、价格基本稳定，名优白酒企业竞争优势凸显，但产大于销、供大于求的市场状况没有改变，消费环境依然严峻，市场信心不足，行业进入中低速发展的新常态。

面对宏观严峻形势和市场激烈竞争，公司董事会和经理层团结带领全体员工，在“营销转型、管理优化”的主体思想指导下，紧密围绕“拓宽营销模式、创新体制机制、促进管理优化、稳定企业发展”的年度经营方针，立足全局，乘势而进，通过营销转型、产品优化、渠道创新、降本增效等方面的改革创新，开创了公司协调发展和可持续发展的新局面。公司在报告期内主要做了以下方面的工作：

（一）营销转型稳步推进，渠道创新步伐加快

在面临行业调整的大形势下，公司坚持“以市场为导向，以营销为龙头”的战略决断，不断优化产品结构，强化市场管控，重点抓住营销工作中的突出矛盾和机制障碍，以营销创新为抓手，积极推动营销层面多渠道、新模式的混合所有制改造，汾酒创意定制与电商渠道齐头并进，渠道多元化建设迈出实质性步伐；竹叶青酒营销公司着力创新经营模式，有序推进电子商务、医药连锁等渠道的建设；上海杏花村汾酒企业管理有限公司正式揭牌，先行先试，以全新的营销模式运作“品汾酒”系列，精耕市场，为混改积累了宝贵的经验；设立汾酒科技开发有限责任公司和汾酒商贸有限责任公司，推进科技资源与产品资源开放共享，释放创新活力，保证了市场的健康稳定和良性发展。

（二）降本增效成效显著，规模发展取得突破

报告期公司在降本增效、产能规模化、装备现代化和全产业链建设迈出了实质性步伐。“双增双节”活动引深开展，运用预算管理、定额管理等手段，从人、财、物等多方面进行全面控制，“增产节约、增收节支”收到明显成效；对标管理取得阶段成果，通过“立对达创”的工作方法，进行课题攻关，提升管理效率，降低管理成本；9 月 15 日，保健酒园区正式竣工并试运行，标志着公司现代化白酒包装物流综合基础建设取得重要进展，走在了行业的前列，大大提升了公司生产保障能力；原粮基地建设蓬勃发展，吉林、山西沁县两个高粱基地顺利取得绿色食品证书，9 号高粱种子正式命名，产品质量源头保障基础得到强化。

（三）文化营销再上台阶，品牌建设成绩斐然

报告期公司继续坚守文化营销，高举中国酒魂信仰旗帜，以汾酒获奖百年为契机，开展系列纪念活动，感恩先贤，典范未来。成功举办了晋商与汾酒高峰论坛，包装创意设计大赛、百年传承奖评选和汾酒荣获巴拿马甲等大奖章 100 周年纪念大会等活动。在世界晋商网评选的“2015 年全球晋商十大品牌活动”中，高峰论坛和纪念大会双双入选，获得社会各界一致好评；《中国酒魂》文献片完成拍摄，汾酒老作坊博物馆正式开馆，《汾酒史话》、《汾州通志》等一批史料翔实、内容丰富的著作公开出版，是近年来公司在文化建设领域取得的重大成果。根据世界品牌实验室发布的数据，2015“杏花村”品牌价值首次突破百亿，达到 106.12 亿元，连续十二年位居山西品牌榜首；公司荣获国家工商总局和世界知识产权组织联合颁发的“中国商标金奖”，这是 2015 年度全国酒类行业唯一获奖的企业。

（四）体系运行稳定有效，食品安全再创佳绩

报告期内公司以强化食品安全为重点，全面质量管理体系和 HACCP 管理体系顺利通过方圆标志认证的审核；能源管理体系建设达到预期目标，顺利通过了中国船级社的评审；4 月 25 日，公司在北京举办“汾酒执行国际接轨的食品安全内控标准新闻发布会”，成为全国白酒行业首家宣布执行与国际接轨、并且高于国际食品安全标准的企业；公司食品质量安全追溯体系建设也取得重大

成效，被国家食药监督局指定为食品安全溯源工作试点单位。

二、报告期内主要经营情况

公司 2015 年度实现营业收入 41.29 亿元，同比增加 5.43%；实现利润总额 7.60 亿元，同比增加 59.17%；实现归属于上市公司股东的净利润 5.21 亿元，同比增加 46.34%。

(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	4,128,558,454.69	3,916,067,368.51	5.43
营业成本	1,347,209,064.86	1,275,222,467.50	5.65
销售费用	915,468,116.93	1,114,147,984.03	-17.83
管理费用	420,034,142.61	447,835,045.60	-6.21
财务费用	-13,086,314.24	-16,594,777.32	不适用
经营活动产生的现金流量净额	427,832,561.62	416,261,349.57	2.78
投资活动产生的现金流量净额	-180,796,071.03	-297,823,727.36	不适用
筹资活动产生的现金流量净额	5,547,444.81	-311,446,628.72	不适用
研发支出	13,428,630.21	12,568,306.40	6.85
资产减值损失	4,889,341.77	-962,390.57	不适用
投资收益	375,348.20	11,501.60	3,163.44
营业利润	772,076,545.16	508,836,378.79	51.73
营业外收入	3,809,610.30	8,651,144.21	-55.96
营业外支出	16,034,927.26	40,118,746.61	-60.03
利润总额	759,851,228.20	477,368,776.39	59.17
所得税费用	218,043,448.07	119,494,133.71	82.47
净利润	541,807,780.13	357,874,642.68	51.40
归属于母公司所有者的净利润	520,602,953.56	355,758,196.70	46.34
少数股东损益	21,204,844.57	2,116,445.98	901.91
可供出售金融资产公允价值变动损益	5,754,011.64		不适用
综合收益总额	547,561,791.77	357,874,642.68	53.00
归属于母公司所有者的综合收益总额	526,356,947.20	355,758,196.70	47.95
取得投资收益收到的现金	375,348.20	11,501.60	3,163.44
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	34,804.00	3,089,753.90	-98.87
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	176,874,168.15	300,924,982.86	-41.22
投资支付的现金	4,301,000.00	0	不适用
吸收投资收到的现金	5,470,000.00	1,803,155.11	203.36
取得借款收到的现金	203,000,000.00	0	不适用

收到其他与筹资活动有关现金	1,404,489.26	0	不适用
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	1,327,044.45	313,249,783.83	-99.58
现金及现金等价物净增加额	252,583,935.40	-193,009,006.51	不适用
期末现金及现金等价物余额	996,072,721.81	743,488,786.41	33.97

- 1、投资活动产生的现金流量净额增加主要系购建固定资产支付的现金减少所致；
- 2、筹资活动产生的现金流量净额增加主要系本期分红减少所致；
- 3、资产减值损失增加主要系计提的坏账准备及存货跌价准备增加所致；
- 4、投资收益增加主要系本期收到的分红增加所致；
- 5、营业利润、利润总额、所得税费用、净利润、归属于母公司所有者的净利润、少数股东损益、综合收益总额、归属于母公司的综合收益总额增加主要系本期销售收入增加以及销售费用减少所致；
- 6、营业外支出、处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额减少主要系本期固定资产处置减少所致；
- 7、营业外收入减少主要系固定资产处置收益及收到的赔偿款减少所致；
- 8、可供出售金融资产公允价值变动损益增加主要系本期可供出售金融资产公允价值增加所致；
- 9、取得投资收益收到的现金增加主要系本期收到的分红增加所致；
- 10、购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金减少主要系本期支付工程款减少所致；
- 11、投资支付的现金增加主要系本期对外权益性投资增加所致；
- 12、吸收投资收到的现金增加主要系本期收到的投资者投入的现金增加所致；
- 13、取得借款收到的现金增加主要系本期发生流动资金贷款所致；
- 14、收到其他与筹资活动有关现金增加主要系本期发生售后回购业务所致；
- 15、分配股利、利润或偿付利息支付的现金减少主要系本期现金分红减少所致；
- 16、现金及现金等价物净增加额、期末现金及现金等价物余额增加主要系本期固定资产投资及分红减少所致。

1. 收入和成本分析

(二) 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 (%)
食品制造业	4,081,935,630.77	1,321,586,237.15	67.62	5.29	5.81	减少 0.16 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 (%)
中高价白酒	2,792,784,114.99	821,052,067.55	70.60	7.34	11.67	减少 1.14 个百分点
低价白酒	1,128,126,090.93	417,634,580.35	62.98	6.82	4.26	增加 0.91 个百分点
配制酒	161,025,424.85	82,899,589.25	48.52	-26.50	-26.78	增加 0.20 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	2,324,123,087.21	767,468,770.54	66.98	5.77	5.43	增加 0.11 个百分点
省外	1,757,812,543.56	554,117,466.61	68.48	4.66	6.33	减少 0.50 个百分点

主要销售客户情况

2015 年公司对前 5 名客户销售收入总额为 61650 万元，占公司全部销售收入的 14.93%。

(三) 产销量情况分析表

单位：千升

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 (%)
酒	31,873.74	35,662.45	9,733.77	-15.90	-7.73	-28.02

(四) 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 (%)
食品制造业	直接材料	686,299,732.95	50.94	696,729,898.53	54.64	-1.50
	直接人工	404,537,547.19	30.03	348,364,949.27	27.32	16.12
	制造费用	80,352,443.22	5.96	67,074,929.28	5.26	19.80
	燃料动力	150,396,513.79	11.16	136,897,807.24	10.74	9.86

主要供应商情况

2015 年公司向前 5 名供应商采购合计金额为 26039 万元，占公司年度采购额的 32.66%。

2. 研发投入

研发投入情况表

单位：元

本期费用化研发投入	13,428,630.21
本期资本化研发投入	
研发投入合计	13,428,630.21
研发投入总额占营业收入比例 (%)	0.33
公司研发人员的数量	247
研发人员数量占公司总人数的比例 (%)	3.59
研发投入资本化的比重 (%)	

(五)非主营业务导致利润重大变化的说明

□ 适用 √ 不适用

(六) 资产、负债情况分析

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	1,046,072,721.81	15.60	756,496,918.01	13.07	38.28	主要系本期销售收入增加所致
应收账款	10,915,604.40	0.16	1,444,155.61	0.02	655.85	主要系本期赊销增加所致
预付款项	37,255,148.34	0.56	61,613,626.94	1.06	-39.53	主要系本期预付工程设备款结算转入在建工程及固定资产所致
其他应收款	17,253,701.54	0.26	10,901,802.27	0.19	58.26	主要系暂付往来款增加所致
其他流动资产	7,340,402.49	0.11	1,577,937.53	0.03	365.19	主要系本期未抵扣增值税增加所致
可供出售金融资产	11,808,952.56	0.18	3,835,937.04	0.07	207.85	主要系本期公允价值增加所致
应付账款	581,381,522.41	8.67	319,857,068.79	5.53	81.76	主要系本期未付的材料款增加所致
少数股东权益	70,522,791.50	1.05	43,847,946.93	0.76	60.83	主要系本期净利润增加所致
投资收益	375,348.20	0.01	11,501.60	0.00	3,163.44	主要系本期收到的分红增加所致

(七) 行业经营性信息分析

2015年，全国白酒累计产量1312.8万千升，较上年增长5.07%；营业收入5558.86亿元，较上年增长5.22%；利润总额727.04亿元，较上年增长3.29%。山西白酒累计产量8.36万千升，较上年减少10.94%。（数据来源：全国酿酒行业信息）

(八) 投资状况分析

1、 对外股权投资总体分析

公司对子公司共投资7600万元，包括设立山西杏花村汾酒科技开发有限责任公司、山西杏花村汾酒商贸有限责任公司和增资山西杏花村竹叶青酒营销公司。

子公司共投资430.1万元，包括参股设立上海杏花村汾酒企业管理有限公司和山西竹叶青保

健酒贸易公司。

(1) 重大的股权投资

无

(2) 重大的非股权投资

单位：万元

项目名称	项目金额	项目进度	本年度投入金额	累计实际投入金额	项目收益情况
保健酒扩建项目	240,600.00	60.04	49,403.90	144,459.82	

(3) 以公允价值计量的金融资产

单位：元

项目名称	期初余额	期末余额	当期变动	对当期利润的影响金额
可供出售的金融资产	1,000,000.00	8,672,15.52	7,672,015.52	0

(九) 重大资产和股权出售

报告期内公司未进行重大资产和股权出售。

(十) 主要控股参股公司分析

单位：万元

单位名称	主要产品或服务	注册资本	本公司持股比例	总资产	净资产	营业收入	净利润
山西杏花村汾酒销售有限责任公司	饮料酒及相关产品的开发及销售	8,000	90%	158608.31	66354.16	375355.05	26844.34
山西杏花村竹叶青酒营销有限责任公司	预包装食品的销售及酒类包装、装潢材料的销售	6,000	90%	7564.84	-91.46	15061.40	-3409.25

(十一) 公司控制的结构化主体情况

无

1. 公司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

白酒行业历经四年的调整，目前已经进入“弱复苏、强适应”期，产量和收入同比增速个数增长，利润端随着产品结构趋稳也出现回升，但白酒行业量价齐升的时代也不复存在，未来进入呈L型底部缓慢增长。白酒行业面临转型升级，主要呈现如下特点：

- 1、名优白酒企业市场呈回升走势，竞争优势突显，中小企业市场被挤压；
- 2、名优白酒企业的中低端产品成为市场主导，市场定位将会进一步“接地气”地向大众消费为主体的中低端市场倾斜；
- 3、白酒行业内部将进一步整合，大型企业、高端企业、社会资本主导下的行业兼并重组步伐

也在加快；

4、行业营销格局将由渠道驱动逐步向消费驱动转变。

(二) 公司发展战略

“十三五”期间，公司将以“发挥优势保稳定，完善保障促增长，创新变革求发展”为主基调，发挥自身优势为前提，完善组织保障机制为手段，利用创新与变革为具体的行为举措，指导公司资源重新配置，明确各部门的重点方向，提升组织内部的效率和效能，发挥公司的人本和文化优势，加快公司产业升级和销售转型。紧紧围绕“一个目标、两个方向、四种转型，四项基础，四个保障”的战略框架开展和落实各项工作：

一是紧密围绕战略目标，统一认识，与时俱进、与位相应，并敢于坚持个性，在稳定中求发展。

二是明确“资本运作、精细管理”两个方向，充分运用上市公司功能，探索流动、重组、调整等多种经营方式，积极推进前后向一体化整合，推动混合所有制改革；动态调整资产配置和生产结果，充分发挥各项优势，精准配置人、财、物各类资源，实现内部管理精细化，精准投入营销资源，推动公司的业绩持续增长，达到内外部运营效率提升。

三是推动“投资、运营、营销、研发”四种转型，以投资转型为先导，生产性投入由基础设施向半自动化、自动化转型；促进运营模式转型，完善价值链体系构建，管理方式引入信息化、集约化，工艺技术从经验积累转向科技开发，效率提升从找方法转向抓落实，提升运营管理效率；激发研发转型动力，建立销、研、产项目管理机制，鼓励科技成果向经济效益的有效转化；支持营销工作转型，要将经销商管理、产品拉动、精耕细作、终端销售这四种策略与区域、产品、竞争、经销商成熟度、管理水平等有效结合，动态组合，弹性组合，创新销售体制机制，开拓机会市场。

四是夯实“供应、生产、质量、信息”四项基础，供应管理要完善战略供应商体系，逐步实现后向一体化，规范和推进物流一体化管理，运用先进信息管理技术确保信息有效共享，实现从客户需求到产品生产、供应、质量监控全链条协同互动；生产管理通过提高生产效能、提前技术储备、设备升级改造、精益生产管理等措施，有效提高生产自动化水平，促进生产效率提升；质量管理要完善质量安全追溯体系，严格质量安全责任追究，确保产品全程绿色、环保、简约、时尚、高效、现代；信息管理将推进 ERP 建设工作，加快物联网体系建设，引领文化落地工作，促进公司运营水平大幅提升，实现全流程精细管理；

五是完善“组织结构、制度流程、人力资源、财务管理”四个保障。创新母子公司管理机制，尝试建立战略协同机制，优化管控模式；细化完善部门职责，明确各体系基本流程，合并、简化各体系标准、要素，提升管理效率；加强人才队伍建设，完善人才激励机制，优化人才结构，引进高素质人才，建立一支素质优良、业务精干、敢打能拼的管理队伍，全面提升公司管理能力；强化财务预算管理，加大监管力度，加强财务分析，拓宽融资筹资渠道，确保为企业发展提供资金支持。

力争到 2020 年实现营业收入翻番，其他经济指标大幅增长。

(三) 经营计划

2016 年是“十三五”的开局之年，对全面落实“十三五”的各项目标任务，具有非常重要的意义。公司将以“营销创新突破，强化质量管理，狠抓成本控制，激发经营活力”为年度经营方针，紧紧围绕以营销为核心的管理体系，强化质量管理、双增双节，实现生产经营提质增效升级，营业收入力争增长 10%，营业总成本增幅力争控制在 10%以内。

一是以“十三五”发展规划为指引，创新优化品牌管理，加大市场营销创新突破，推进信息

化运营建设

1、以悠久的酿造历史、深厚的文化底蕴、卓越的清香品质为诉求点，统筹优化公司产品的定位、区隔、资源配置、全国化布局工作，加强对重点区域市场建设和大单品的关注，布局全球市场，积极参与国际酒类展销会的国际性活动，加大国际市场拓展的广告宣传和渠道开拓力度。

2、加大销售团队建设、市场基础建设和国际市场建设。强化业绩任务和薪酬待遇挂钩的奖惩制度，保持销售一线政策的持续性和团队的稳定性。市场费用聚焦重点区域、重点渠道和重点产品，经销商实行分级管理，有效分配资源，合理确定产品价格体系，不断加强市场秩序管理，实现重点市场有效突破。在“宜参则参、宜控则控”的原则下，分步推进营销层面的混合所有制改革，充分激发活力，提高资本运营效率和效益；

3、在充分结合公司未来发展的基础上，通过对现有信息管理模块的资源摸排，以“互联共享”为方向，打通现有信息化建设模块之间的信息壁垒，实施资源整合，加快推动 ERP 建设和电子商务发展。

二是以精准生产为路径，降本提质增效，稳步提升生产、质量、成本综合管理水平

1、严格按照新《食品安全法》要求，做好相关制度的完善和执行工作，同时围绕《关于白酒生产企业建立质量安全追溯体系的指导意见》的要求，建立完整的质量控制和追踪管理体系，努力做到从田间到餐桌的全过程追溯。

2、继续推进“双增双节”活动，重点加强资金预算、物资采购、项目投资、生产损耗、资产配置等各项工作，以强化定额管理为导向，逐步建立和完善生产经营类资产“联产联质联耗”的投入产出考核评价机制。通过加强节能宣传、完善能源计量器具、分批改装智能型节能装置、强化考核激励等手段，逐步建立起节能降耗的长效机制。

三是加强公司治理和内部控制建设，确保重大事项和日常经营的规范运作

1、根据相关法律法规、业务规则和证券监管机构的最新要求，制订、修订相关治理制度，继续强化公司内控体系建设，加强上市公司规范治理培训，不断提高董事、监事、高管人员规范运作意识和履职能力，进一步提升公司治理水平。

2、认真做好信息披露工作，真实、准确、完整、及时、公平的完成各项重大信息的披露工作。按照监管部门的有关规定及公司《内幕信息知情人登记管理制度》等内控制度严格管理内幕信息，促进股票公平交易。

3、深入落实《关于进一步加强资本市场中小投资者合法权益保护工作的意见》和公司《投资者关系管理办法》要求，进一步提升对广大投资者服务的水平，通过走访投资者、召开投资者座谈会等多种方式与投资者进行深入有效沟通，公平对待所有股东，积极进行现金分红，切实维护投资者的知情权、监督权、收益回报权等合法权益。

4、持续提升管理的流程化、标准化和信息化水平，实现流程、制度与信息系统的有机融合，坚持改革与创新，不断提高公司的规范化管理能力。

(四) 可能面对的风险

1、市场营销风险

随着行业经营环境发生变化并持续深度调整，白酒消费结构也发生了较大变化，高端白酒消费下滑，中低端白酒市场稳步增长，市场竞争日趋激烈。近年来受省内经济下行及白酒消费持续低迷影响，公司收入和利润受到影响，如公司不能有效拓展省外市场，将对公司的生产经营活动产生不利影响。

2、产品成本质量风险

近年来，酿酒人工成本、原材料与燃料价格持续高位运行，但名优白酒销售价格重心不断下移，对名优白酒企业运营造成较大成本压力。公司生产的白酒产品主要供消费者直接饮用，产品的质量、卫生状况关系到消费者的生命健康，汾酒传统生产酿造工艺复杂，需要精细化的过程控

制来保证汾酒的独特风格和质量安全。

3、假冒产品侵权风险

白酒行业属于利税较高的行业，受利益驱使，少数不法分子生产或销售涉及公司品牌的假冒伪劣及侵权产品。若涉及公司品牌的假冒伪劣及侵权活动得不到有效控制，将对公司品牌产生不利影响，从而会影响公司的正常经营活动和经营业绩。

4、环境保护风险

公司所处行业为酿造行业，在生产过程中会产生一定数量的“三废”，目前公司已建立了完善的环境保护体系，但随着国家对环保问题的日益重视，环保标准将会日趋严格，公司未来仍将面临一定的环境保护风险。公司 2015 年度实现营业收入 41.29 亿元，同比增加 5.43%；实现利润总额 7.60 亿元，同比增加 59.17%；实现归属于上市公司股东的净利润 5.21 亿元，同比增加 46.34%。

七 涉及财务报告的相关事项

7.1 与上年度财务报告相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的，公司应当说明情况、原因及其影响。

不适用

7.2 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的，公司应当说明情况、更正金额、原因及其影响。

不适用

7.3 与上年度财务报告相比，对财务报表合并范围发生变化的，公司应当作出具体说明。

截至 2015 年 12 月 31 日止，本公司合并财务报表范围内子公司如下：

子公司名称
山西杏花村汾酒销售有限责任公司
山西杏花村竹叶青酒营销有限责任公司
山西牧童广告有限公司
山西杏花村包装有限责任公司
山西杏花村汾酒原粮基地管理有限责任公司
山西沁汾农牧科技开发有限公司
山西杏花村汾酒科技开发有限责任公司
山西杏花村汾酒商贸有限责任公司

本年合并财务报表范围及其变化情况详见本附注“八、合并范围的变更”和“九、在其他主体中的权益”。

7.4 年度财务报告被会计师事务所出具非标准审计意见的，董事会、监事会应当对涉及事项作出说明。

不适用