

## 甘肃莫高实业发展股份有限公司 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
董事	张金虎	因公未出席	李开斌
董事	李宗文	因公未出席	魏国斌
董事	石怀仁	因公未出席	赵国柱

1.4 瑞华会计师事务所（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	莫高股份	600543	

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名		朱晓宇
电话		0931-8776219
传真		0931-4890543
电子信箱		mogaozxy@126.com

1.6 公司 2015 年度不进行利润分配，也不进行资本公积转增股本。

## 二 报告期主要业务或产品简介

(一) 主要业务：公司所从事的主要业务为葡萄种植及葡萄酒生产、销售，生产基地位于甘肃武威，始建于1981年，是国家轻工部确定的全国十家葡萄酒定点生产企业之一。目前已在武威建成万亩酿酒葡萄基地的莫高庄园，在兰州建成集研发、生产、参观、旅游、文化培训为一体的莫高国际酒庄，在西安、兰州等地建成集展示、品鉴、消费、文化功能为一体的莫高城市酒庄。

(二) 经营模式：

公司葡萄酒产业按照“酿造葡萄种植——葡萄酒生产——销售的一体化庄园式”模式经营。

1、种植模式：公司采取“单品区划，单品采摘，单品压榨，单品发酵”的种植模式，即单一品种单一种植，以保证品种的纯度；单一品种单一采摘，以保证葡萄的纯度；单一品种单一压榨，以保证原汁的纯度；单一品种单一发酵，以保证原酒的纯度。

2、生产模式：公司葡萄酒生产体系形成莫高庄园和莫高国际酒庄“双引擎”格局，坚持自主研发，按照“生产一代，研究一代，构思一代”模式形成独特产品体系，现已开发出干红、干白、冰酒、白兰地等七大系列200多个产品，通过了“中国绿色食品认证”和“中国有机产品”认证。

3、销售模式：公司采取直销和经销的销售模式，实施“全国化”战略。销售管理模式形成了四级组织架构，八级管理架构和四级业务架构的全新营销组织架构。

(三) 行业情况：葡萄酒产业是国际公认的绿色朝阳产业，是国家酒类重点发展方向。葡萄酒产业是集农业、工业和现代服务业于一体，并与文化、旅游等产业相互融合的新兴产业。

一是产品市场潜力巨大，但竞争日趋激烈。近年来，人民生活质量提高，健康意识增强，葡萄酒文化得以传播普及，国内葡萄酒市场迅速扩大。巨大的市场潜力，使国内企业不断扩大产能，根据国际葡萄及葡萄酒组织(OIV)公布的数据，中国酿酒葡萄种植面积跃居世界第二，仅次于西班牙。报告期，国内葡萄酒行业仍处于调整期。据国际葡萄与葡萄酒组织(OIV)预计，2015年中国葡萄酒产量将达11.2亿升，占世界总产量的4%，与上年基本持平。同时随着我国葡萄酒进口关税的降低，进口葡萄酒持续增长，据海关数据显示，2015年中国进口葡萄酒总量约为5.54亿升，同比增长45%；总额约为20.32亿美元，同比增长34%。国产葡萄酒产能不断扩大和葡萄酒进口总量的不断增长，公司将面临更加激烈的市场竞争环境。

二是消费者结构发生转变，消费趋向成熟理性。规模性消费市场发生转变，新兴消费群体不断壮大，消费观念趋于理性，高性价比产品的市场比例增大。

三是营销模式多样化，葡萄酒电商迅猛发展。高速垂直发展的互联网经济突破了传统经济范畴，互联网带来的体验、专属、定制消费市场持续扩大，定制化、预售化、零库存化等模式构筑起了新的营销体系。庞大的网民规模、成熟的网购体验、高效的物流配送机制、价格透明度高、选择空间大等优势让葡萄酒网络销售迅猛发展。

## 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	1,276,029,745.87	1,263,709,450.93	0.97	1,219,007,908.45
营业收入	248,647,980.92	325,173,689.10	-23.53	364,737,079.00
归属于上市公司股东的净利润	19,234,540.29	17,103,416.66	12.46	-82,755,523.16
归属于上市公司股东的扣除非 经常性损益的净利润	14,290,739.27	18,748,184.84	-23.78	-90,446,463.56
归属于上市公司股东的净资产	1,086,436,026.95	1,067,201,486.66	1.80	1,050,098,070.00
经营活动产生的现金流量净额	26,922,832.18	129,859,340.99	-79.27	71,318,694.22
期末总股本	321,120,000.00	321,120,000.00	0	321,120,000.00
基本每股收益(元/股)	0.06	0.05	20.00	-0.26

稀释每股收益（元/股）	0.06	0.05	20.00	-0.26
加权平均净资产收益率（%）	1.79	1.62	增加0.17个百分点	-7.51

#### 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	68,410,417.65	65,371,398.60	38,272,904.62	76,593,260.05
归属于上市公司股东的净利润	14,961,814.60	1,672,995.79	7,080,649.57	-4,480,919.67
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	14,774,221.86	1,497,033.43	6,940,776.04	-8,921,292.06
经营活动产生的现金流量净额	656,937.98	304,971.61	-4,182,352.00	30,143,274.59

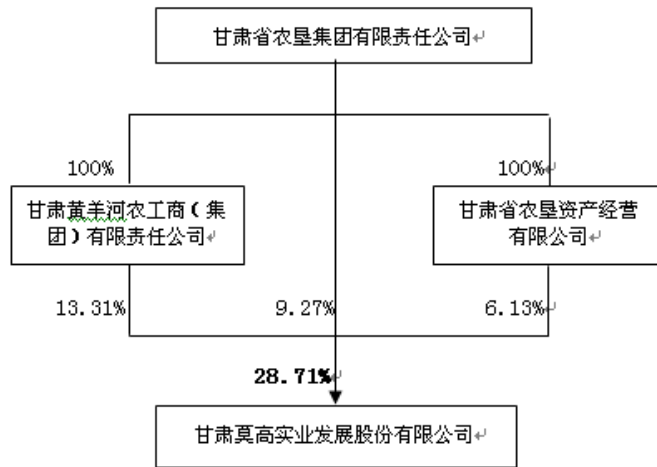
#### 五 股本及股东情况

##### 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

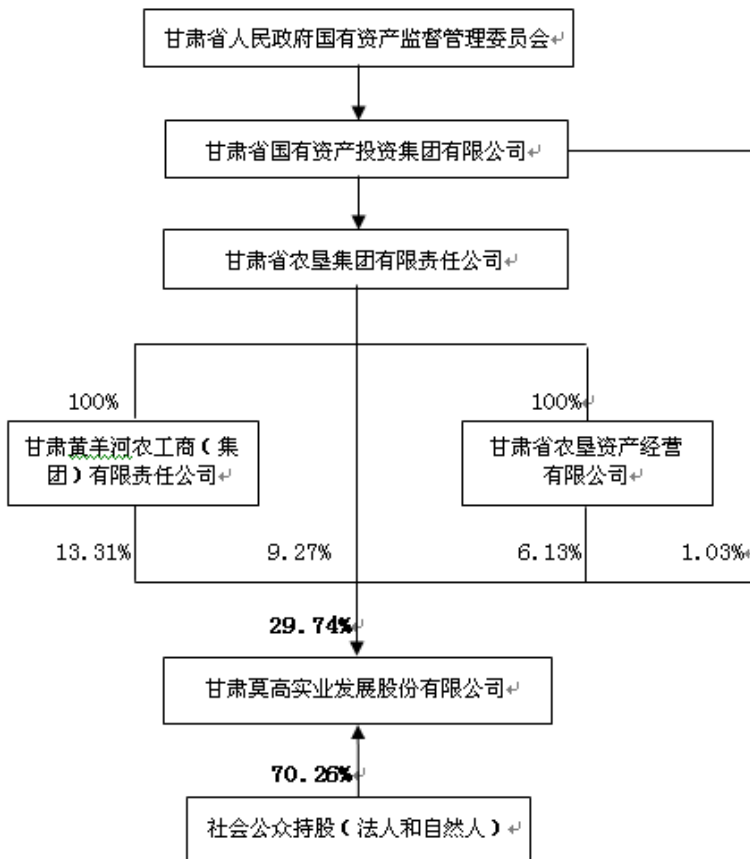
单位：股

截止报告期末普通股股东总数（户）							22,718
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）							20,190
截止报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户）							0
年度报告披露日前上一月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 (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	
甘肃黄羊河农工商（集团）有限责任公司	0	42,729,215	13.31	0	无		国有法人
甘肃省农垦集团有限责任公司	2,800,000	29,763,636	9.27	0	无		国有法人
甘肃省农垦资产经营有限公司	19,687,266	19,687,266	6.13	0	无		国有法人
易武	10,781,042	10,781,042	3.36	0	未知		境内自然人
甘肃省国有资产投资集团有限公司	3,307,900	3,307,900	1.03	0	无		国有法人
赵委	3,111,100	3,111,100	0.97	0	未知		境内自然人
尤清花	2,964,274	2,964,274	0.92	0	未知		境内自然人
王安波	2,619,800	2,619,800	0.82	0	未知		境内自然人
刘宏	2,500,000	2,500,000	0.78	0	未知		境内自然人
虞晓红	0	2,022,875	0.63	0	未知		境内自然人
上述股东关联关系或一致行动的说明	甘肃省农垦集团有限责任公司、甘肃黄羊河农工商（集团）有限责任公司、甘肃省农垦资产经营有限公司和甘肃省国有资产投资集团有限公司是一致行动人，上述四家与其他股东之间无关联关系，上述四家股东以外的其他股东之间，公司未知其是否存在关联关系、是否是一致行动人。						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	无						

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



### 5.3 公司优先股股东总数及前 10 名股东情况

不适用

## 六 管理层讨论与分析

报告期，公司实现营业收入 24,864.80 万元，比上年同期下降了 23.53%，其中葡萄酒产业实现收入 20,723.76 万元，比上年同期增长了 0.07%；药品实现收入 3,989.32 万元，比上年同期下降了 20.28%。报告期公司营业收入下降主要是减少了粮食贸易业务，导致减少营业收入 6,674.50 万元，使营业收入下降了 20.53%，占到营业收入同比下降总额的 87.25%。报告期，公司实现归属于母公司股东的净利润 1,923.45 万元，比上年同期增长了 12.46%。

报告期主要经营情况：

（1）稳步推进市场建设。一是继续加大全国招商力度。报告期，全国各市场集中整合招商力量，围绕区域市场精准招商，把参展博览会、展览会、品鉴会等节会作为招商的重要纽带，加大招商力度，经销商数量稳步增加。二是深度开发直销市场。不断延伸市场网络，拓宽销售渠道，兰州、西安等直销市场增速比上年度放大，发展势头良好。三是省外市场份额扩大。进一步加大市场建设力度，网络建设更加细密，市场份额逐步扩大。四是加大终端促销力度。聚集资源到终端，加大促销力度，丰富促销活动，拉动终端上量增长。

（2）拓展电商销售渠道。一是成立电商部，加强对全国网络销售平台的管理和监控。二是增加网络销售平台。目前，公司及经销商已在天猫、淘宝、京东、一号店等网络销售平台开网店。三是积极开展微营销，扩大社区营销、微圈营销。四是加大网络销售力度。丰富电商销售产品，加大促销力度，电商已成为公司重要的销售渠道。

（3）加大市场管控力度。一是清理整顿市场，规范经销商，加强渠道管控能力，把握市场主动权。积极做好经销商、分销商的评估、调整和转换，推动经销商系统能力的提高，从物流管理、分销商运作、库存管理、信息管理、资金管理、人员管理和促销管理等方面加强与经销商的协作，共同提升渠道管控能力。二是完善市场组织架构。机构设置实行动态管理，根据销售业绩能升能降，能上能下，更大的调动市场人员积极性。销售人员实行动态管理，按照人基量标准，对销售队伍实行动态管理，进一步优化销售队伍，提升销售队伍素质和执行力。经销商根据回款、分销、推广等标准，实行动态管理，能上能下、能进能出，优化经销商队伍，提高市场效率。

（4）持续提升品牌形象和价值。报告期，围绕品牌知名度和美誉度两大支点，持续抓好品牌提升和品牌落地。继续投放列车新媒体广告，继续在兰州东方红广场、机场高速公路及省内各地投放路牌广告，加大甘肃市场广告宣传，坚守本土，稳固第一。加大省外市场宣传力度，注重品牌外围拓展，根据市场的成熟度灵活采取地面户外、路牌、平面媒体进行宣传，有效实现品牌落地，提升知名度，把品牌效应实实在在转化为市场效应。报告期，在第七届“华樽杯”中国酒类品牌价值评议中，公司连续三年荣获“中国葡萄酒品牌价值第三”、“甘肃酒类品牌价值第一”和“中国冰酒品牌价值第一”，品牌价值升至 102.45 亿元，蝉联全国三甲，甘肃第一。同时荣获“中国最具全球竞争力葡萄酒品牌”、“中国十大酒类电商品牌”称号。

（5）调整优化产品结构。报告期，公司重点打造黑比诺、冰酒两个核心产品，在产品研发、产品推广、终端销售等方面重点向核心产品倾斜，进一步加大投入，黑比诺和冰酒的市场知名度和美誉度持续提升。针对市场环境和行业形势，公司顺势而为适应市场需求，产品开发逐步向中低端倾斜，更加注重开发性价比高的大众消费产品。

（6）积极拓展新业务。公司和烟台阳光澳洲环境科技有限公司合资建设的《生物降解母粒及制品加工项目》进展顺利，目前进入试生产阶段，公司将争取项目早日投产。公司充分使用自有闲置资金购买理财产品，增加利润。

## 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。

无

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。

无

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。

本公司 2015 年度纳入合并范围的孙、子公司共 10 户，详见本附注九“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。

无

(此页无正文，为甘肃莫高实业发展股份有限公司 2015 年度报告摘要签字盖章页)



公司名称	甘肃莫高实业发展股份有限公司
法定代表人	李志刚
日期	2016年4月21日