

千禾味业股份有限公司

2016 年年度报告摘要

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

经公司第二届董事会第十三次会议审议通过，公司拟以截至 2016 年 12 月 31 日公司总股本 160,000,000 股为基数，向全体股东进行现金分红，每 10 股分配现金 1.88 元（含税）；以截至 2016 年 12 月 31 日公司总股本 160,000,000 股为基数，进行资本公积金转增股本，全体股东每 10 股转增 10 股，共计转增 160,000,000 股，转增后公司总股本将增加至 320,000,000 股。该利润分配方案尚须提交公司股东大会审议通过方可实施。

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	千禾味业	603027	/

联系人和联系方式	董事会秘书
姓名	吕科霖
办公地址	四川省眉山市东坡区城南岷家渡
电话	028-38568229
电子信箱	irm@qianhefood.com

2 报告期公司主要业务简介

1、主要业务与行业地位

公司自设立以来持续从事焦糖色等食品添加剂的研发、生产和销售。2001 年向下游拓展，开始从事酱油、食醋等调味品的研发、生产和销售。目前形成了以酱油、食醋等为主的调味品产品系列和以焦糖色为主的食品添加剂产品系列。公司是全国农产品加工业示范企业、四川省农业产业化重点龙头企业，中国调味品协会第四届理事会副会长单位。公司的“千禾”牌酱油主要选用非转基因黄豆、非转基因使用豆粕、有机黄豆、小麦/有机小麦为原料，采用先进的种曲机、管道连续蒸煮、圆盘制曲机等生产设备和工艺，按照高盐稀态发酵工艺，经过长时间发酵而制成纯酿造酱油。公司的“千禾”牌食醋主要采用传统酿造工艺，精选优质糯米、荞麦、小麦、高粱、玉米五种粮食生产的纯酿造食醋，并结合窖藏工艺生产窖醋。“千禾”商标是四川省著名商标，千禾牌酿造酱油、食醋为四川省名牌产品。公司是国内主要的焦糖色生产企业，“恒泰”商标是中国驰名商标。

公司在建立现代化的企业管理制度的同时，坚持走“专业化、规模化、长远化”的经营道路，建立完善的质量管理体系，公司先后通过了 ISO 9001 质量管理体系认证、ISO22000 食品安全管理体系认证、ISO14001 环境管理体系认证、ISO10012 计量检测体系认证、有机产品认证、犹太洁食认证和清真食品认证。

2、行业发展状况及展望

作为居民日常生活必需品，调味品行业整体上受宏观经济影响不明显，周期性特征不突出，行业发展空间较大，发展趋势明朗，主要如下：行业整合加剧，企业规模效应持续显现，优胜劣汰趋势明显，规模化和专业化并购重组渐次展开，行业集中度不断提高；行业层次更加清晰，随着居民消费结构升级及健康意识的提高，高端、次高端增量明显，具有天然、健康特色的产品得以快速发展，盈利能力明显提升；运营渠道多样化，规模企业市场投入力度的加大，渠道运营方式不断多元化，更加适应新时代发展需要。

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	1,026,655,803.71	724,122,606.18	41.78	649,044,867.29
营业收入	770,860,990.83	623,585,955.63	23.62	650,775,844.37
归属于上市公司股东的净利润	100,088,565.58	66,531,118.60	50.44	52,970,324.69

归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	88,316,035.69	64,464,233.7	37.00	52,935,811.05
归属于上市公司股东的净资产	890,420,754.13	467,498,088.49	90.47	400,966,969.89
经营活动产生的现金流量净额	69,492,005.89	73,033,936.57	-4.85	99,224,680.07
基本每股收益（元/股）	0.6673	0.5544	20.36	0.4414
稀释每股收益（元/股）	0.6673	0.5544	20.36	0.4414
加权平均净资产收益率（%）	13.11	15.32	减少2.21个百分点	13.90

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	183,337,115.19	172,374,581.45	193,598,586.25	221,550,707.94
归属于上市公司股东的净利润	23,418,019.54	24,805,872.54	23,865,164.5	27,999,509.00
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	22,458,760.02	20,226,496.92	23,040,551.57	21,590,227.18
经营活动产生的现金流量净额	1,327,691.87	27,521,588.34	45,799,662.64	-5,156,936.96

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）							11,366
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）							17,123
截止报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户）							/
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）							/
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	
伍超群	0	70,946,558	44.34	70,946,558	无	/	境内自 然人
伍建勇	0	20,855,598	13.03	20,855,598	无	/	境内自 然人

							然人 其他
北京宽街博华投资中心（有限合伙）	0	17,556,000	10.97	17,556,000	无	/	其他
眉山市天道投资中心（有限合伙）	0	3,258,969	2.04	3,258,969	无	/	其他
眉山市永恒投资中心（有限合伙）	0	3,116,167	1.95	3,116,167	无	/	其他
广东温氏投资有限公司	0	2,664,000	1.67	2,664,000	无	/	境内非 国有法 人
潘华军	0	1,602,708	1.00	1,602,708	无	/	境内自 然人
黄新	1,260,946	1,260,946	0.79	0	未知	/	境内自 然人
崔祈	1,068,467	1,068,467	0.67	0	未知	/	境内自 然人
洪承化	795,063	795,063	0.50	0	未知	/	境内自 然人
上述股东关联关系或一致行动的说明	公司第一大股东伍超群是第二大股东伍建勇的叔叔，是第七大股东潘华军的妻弟；眉山市天道投资中心（有限合伙）是公司高管持股平台。公司未知上述其他股东是否存在关联关系或一致行动关系。						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	无相关事项						

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



5 公司债券情况

三 经营情况讨论与分析

1 报告期内主要经营情况

1、精准产品定位，全力拓展市场

公司与时代同步，牢牢抓住消费升级带来的产业红利，确定了以原生态自然发酵、零添加、健康美味的产品定位，以极致产品引领消费。报告期内，公司不断完善产品品类，提升产品品质。公司有机系列产品、头道原香系列产品、窖醋系列产品、东坡红纯酿酱油等产品满足不同消费群体需求，获得了消费者的广泛好评。

公司在精耕西南市场并保有领先优势的同时多渠道拓展全国市场。一是“高举高打”，全力突破上海、北京、深圳等一线城市，强化一线城市的品牌旗帜，加快直辖市、省会城市、计划单列市及发达地级市市场布局，形成自上而下的品牌扩张。二是加强餐饮渠道建设，深化品牌连锁餐饮企业的合作，引领餐饮渠道产品向零添加升级；三是强化电商业务，利用天猫旗舰店、京东自营等优质电商平台，扩宽产品销售渠道，顺应互联网时代趋势。报告期内，公司经销商数量从 2015 年底的 354 家增加至 800 家，营销网络覆盖面和深入度极大提高。

2、完成募投项目，全国市场发力

公司于 2016 年 3 月 7 日成功上市，首次公开发行股票募集资金净额 33,883.41 万元用于“年产 10 万吨酱油、食醋生产线建设项目”、“市场营销网络升级建设项目”及“补充营运资金”。报告期内，首次公开发行募投项目已全部投入运行。目前，公司正处于大举拓展全国市场的高速发展阶段，公司酱油、食醋等调味品美誉度和知名度不断提高，赢得了广大消费者的认可和肯定，“市场营销网络升级建设项目”为公司营销战略实施提供了必要的硬件、软件支持，极大的提高了公司现有市场服务能力；“年产 10 万吨酱油、食醋生产线建设项目”投入生产后，为公司提供

了产能保障，助力公司战略目标实现。

3、完善管理体系，提升治理水平

公司充分认识到只有健全和完善管理体系，才能保证经营效果与效率。报告期内，公司按照“实用性强，易操作”的原则，深化完善人力资源管理体系、财务和信息化管理体系、审计监督体系、品质管理体系、战略投资体系和工程管理体系。

(1)人力资源管理体系。

一是强化人才队伍建设，坚决实施岗位能上能下，打通员工晋升通道，建立人才储备机制与措施，明确管理干部进退机制，促进队伍年轻化、专业化，确保企业健康高速发展。二是完善薪酬和绩效考核，绩效以正激励为主，打破收入平衡，以贡献价值决定收入水平。三是深化逐级培训机制，注重培养员工专业技能、发扬工匠精神，创造人尽其才的工作氛围。

(2)财务和信息化管理体系

公司信息化系统（ERP、CRM 系统等）投入运营极大的提高公司信息服务支持水平。一、充分整合了公司内部资源，提高了生产水平和管控能力；二、精准的数据为管理层决策提供准确及时的数据支持，提高企业快速反应能力和竞争力。三、信息化客户管理系统的应用提升了企业服务质量。

同时，公司建立健全了多项财务管理制度，并借助信息化平台提高了制度的使用效果和贡献度，强化了财务管控力度。

(3)审计监督体系

公司制定、完善了《千禾味业廉正建设十不准》、《千禾味业员工自律十准则》等行为规范，并与外部合作单位签署了《阳光合作协议》，由公司审计监察部负责执行督导，通过培训演讲、考试、宣誓承诺等形式全面贯彻落实，在公司内部，公司与经销商、供应商等外部合作单位间营造出清正廉明、积极正向的工作和合作环境。

(4)品质管理体系

产品质量是企业的生命线，是企业生存发展的基础。报告期内，公司梳理并完善了责任落实和责任追查机制，确立了“产品安全、质量至上、客户导向、持续改进”的质量方针和“零质量安全事故”目标的品质文化，将品质管理放到生产管理的首位，品质管理前移，品质管理任务细化到研发部、设备部以及 QA、QC 管理部，从源头控制保障品质；强化员工素养，通过内部常态化培训等方式牢树品质意识。

(5)战略投资体系

公司明确了专注聚焦调味品行业，“突出发展重点”，优化产业链条、促进产业升级的战略投资目标，关注与主业高度相关的横向和纵向产业，坚持把握正确投资方向。

(6)工程管理体系

为确保公司扩产、技改项目的建设质量、推进速度和技术工艺的先进性，公司将项目工程部调整为公司一级职能部门，配备专业人才，统筹协调、扎实推进，系统性保障扩产、技改项目工程的品质与安全。

4、鼓励创新，实现自我突破

当今商业时代没有静态，只有动态，公司在守住原则底线的前提下，敢于突破规则，坚持不断创新，为客户、消费者创造价值。报告期内，公司制定了《技术创新成果奖励管理办法》、《合理化创新建议管理办法》等创新激励机制，强化全员创新，营造创新环境，促进思维创新、产品创新、工艺及装备创新、商业模式创新，确保企业在满足、创造、引领消费者需求的过程中不断实现自我突破。

5、倡导健康美味，加强品牌宣传

公司不断追求产品自然、健康和极致美味，打造“高品质健康调味品第一品牌”。报告期内，公司围绕“健康美味”的品牌定位，持续建立和巩固消费者的品牌认知度，提升品牌美誉度和忠诚度。一是专注产品品质，从研发、采购、生产到包装、服务层层把关，使“优质”、“健康”、“美味”的产品形象深入人心；二是借助有公信力和权威性的平台树立品牌形象，公司冠名了央视7套美食栏目《时尚大转盘》，并在部分城市地铁、公交投放了广告，提升千禾品牌影响力。

2 导致暂停上市的原因

适用 不适用

3 面临终止上市的情况和原因

适用 不适用

4 公司对会计政策、会计估计变更原因及影响的分析说明

适用 不适用

5 公司对重大会计差错更正原因及影响的分析说明

适用 不适用

6 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。

√适用 □不适用

本集团合并财务报表范围包括即柳州恒泰食品有限公司（以下简称“柳州恒泰”）、潍坊恒泰食品有限公司（以下简称“潍坊恒泰”）、石家庄市恒泰食品添加剂有限公司（以下简称“石家庄恒泰”）、四川食品有限公司（以下简称“四川吉恒”）、丰城恒泰食品有限公司（以下简称“丰城恒泰”）5家公司。因清算注销减少石家庄恒泰。

合并范围及其变化情况详见本附注“七、合并范围的变化”及本附注“八、在其他主体中的权益”相关内容。

董事长：伍超群

千禾味业食品股份有限公司

2017年3月22日